

# Briefing Transcription

|| 2025 年 12 月期 決算説明文字起こし ||

## 株式会社キッズスター

248A 東証グロース市場

企業情報はこちら >>>

紹介動画はこちら>>>

2026 年 2 月 25 日 (水)



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.io>

## ■ 目次

■ 決算説明を受けての FISCO アナリストコメント	-----	1
■ 出演者	-----	2
■ 決算説明	-----	3
■ 質疑応答	-----	25

## ■ 決算説明を受けての

# F I S C Oアナリストコメント

中期計画を発表、投資を経て国内および東南アジアで加速度的な成長

・2月13日に発表された2025年12月期決算は、売上高が前期比27.4%増の1,157百万円、営業利益が同47.0%増の248百万円となり、事前予想（売上高1,105百万円、営業利益219百万円）を上回る着地となった。一方、パビリオン数は目標となる100店から未達の96店となったこと、加速度的な成長を見込んでの投資の期間とすることで、2026年12月期は売上高で前期比1.6%増の1,176百万円、営業利益で同48.3%減の119百万円が予想されている。

・今期予想を受けて、株価は調整で反応しているが、今後は同時に発表された中期経営計画が織り込まれるタイミングを睨む展開となろう。2028年12月期を最終年度として、売上高2,500百万円、営業利益500百万円が掲げられている。国内デジタルの持続的な成長、リアルな明確な立ち上がり、既に200万超のダウンロードが記録されている海外（東南アジア）の利益寄与、学校向けビジネスおよび会員ビジネスにおけるM&Aやアライアンスが進められることになる。また、今中期経営計画によると、2026年度は投資期間との位置付けで、2027年度以降は売上・利益ともに飛躍的に伸びる計画も開示されている。

・中期経営計画の最終年度における予想PER15倍となる時価総額45億円を土台に、その後の加速的な利益成長がどのようにPERとEPSへ反映されるのかが確認されることになろう。2028年12月期の営業利益とその時期における利益の飛躍的な伸びを考慮するならば、PER15倍は保守的となる。成長企業としてのプレミアムを考慮した場合、PER30倍、時価総額100億円の到達も射程圏内に入ってくる。現状の時価総額30億からのアップサイド・ポテンシャルがどのように株価へ反映されていくのか、今後の展開が確認されることになろう。

株式会社キッズスター | 2026年2月25日(水)  
248A 東証グロース市場 | <https://ir.kidsstar.co.jp>

## ■ 出演者

株式会社キッズスター

代表取締役

平田 全広 様

コーポレート部 部長

笠置 晶 様

## ■ 決算説明



# 2025年12月期 決算説明資料

2026年2月13日  
株式会社キッズスター  
(証券コード: 248A)

お待たせいたしました。定刻となりましたので、ただ今より株式会社キッズスターの2025年12月期通期決算説明会を開催いたします。

本日はご多用のところご視聴いただき、誠にありがとうございます。

はじめに、本日の出席者をご紹介します。代表取締役の平田でございます。

続きまして、コーポレート部 部長の笠置でございます。

本日の決算説明会は、Zoomウェビナーによるライブ配信にて実施いたします。

まず平田より、2025年12月期通期決算の概要についてご説明申し上げます。その後、皆様からのご質問をお受けいたします。

それでは、平田代表、お願いいたします。

改めまして、株式会社キッズスター代表取締役の平田でございます。本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

それでは、2025年12月期の決算概要、2026年12月期の業績予想、ならびに中期経営計画についてご説明いたします。

株式会社キッズスター | 2026年2月25日(水)  
248A 東証グロース市場 | <https://ir.kidsstar.co.jp>



- 1 当事業の全体像と強み** (P3~)  
~デジタル×リアルの両軸展開及び海外展開へ~
- 2 2025年12月期 業績** (P8~)  
~前期・計画を上回る着地~
- 3 2026年12月期の業績予想** (P16~)  
~収益性と成長力の回復に向けた対応を進める年度としての位置づけ~
- 4 中期経営計画(FY2026~FY2028)** (P21~)  
~成長の柱を増やし、成長を持続させる経営への進化~

2

資料に沿って、順を追ってご説明いたします。次のスライドをご覧ください。



## 当事業の全体像と強み

~デジタル×リアルの両軸展開及び海外展開へ~

3

### 「ごっこランド」のビジネスモデル



- ✔ 月額定額制の2年間の初回契約（約半数が利用料の前払いを選択）
- ✔ バビリオン出店企業からは継続的な出店料を受受、ユーザーの利用は完全無料



4

まず、当社の主力事業であるアプリ「ごっこランド」の概要です。

本アプリは、ユーザーが完全無料で利用でき、実在する90社以上の企業の仕事や社会体験をゲーム形式で体験できるサービスです。

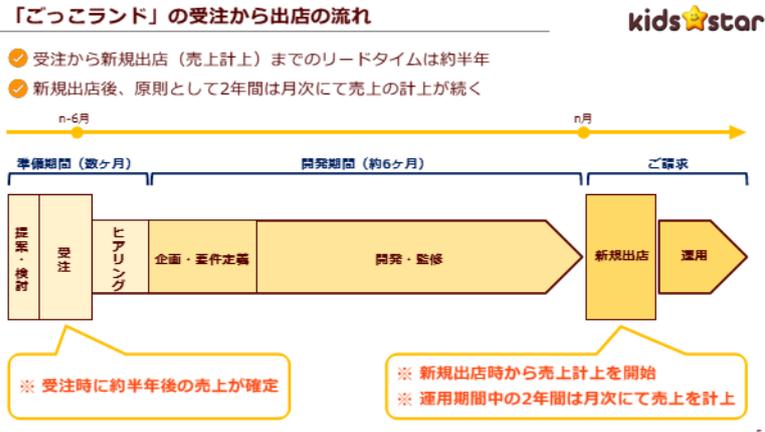
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーム）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document

株式会社キッズスター | 2026年2月25日(水)  
248A 東証グロース市場 | <https://ir.kidsstar.co.jp>

イメージとしては、キッズニアのデジタル版と捉えていただくと分かりやすいかと思えます。

「ごっこランド」は、毎年2億回以上プレイされており、企業は「パビリオン」という形でアプリ内に出店することが可能です。現在は、月額定額制・2年契約を基本とし、ご参画いただいております。契約更新により継続的に出店料をいただくビジネスモデルであり、安定的なサービス運営を実現しております。



「ごっこランド」の売上はどのように計上されているのか、というご質問をいただくことがあります。こちらについてご説明いたします。

企業様から受注後、アプリ内ゲームの開発に約6か月を要します。開発が完了し、実際にゲーム配信が開始された時点から、契約期間である2年間にわたり、月次で売上を計上する仕組みとなっております。



続いて、近年大きく成長しているリアルイベント事業「ごっこランドEXPO」についてご説明いたします。

本事業は、大型ショッピングモールなどの商業施設において、参画企業様とともにオリジナルのワークショップを企画・実施するイベントです。子どもたちは無料で参加できる内容となっております。

ビジネスモデルは主に2つの収益源で構成されています。

1つ目は、商業施設側からのイベント運営委託料です。集客や来場者満足度向上につながる施策として評価いただき、報酬を頂戴しております。

2つ目は、ワークショップに参画いただく企業様からの出店料です。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document

**「ごっこランド」ブランドのアジア展開** kids★star

- ✔ デジタルとリアル両軸で、子どもとの接点を強化
- ✔ ベトナム法人の設立が完了し、本格的な営業活動開始

デジタル X リアル

日本から  
アジアへ

- ・ 子ども世代が増える東南アジアにフォーカス
- ・ ベトナム版の累計ダウンロード数は200万を突破

次に、当社ビジネスのさらなる拡大・成長において重要なテーマであるアジア展開についてご説明いたします。

アジア地域では、子どもの人口が増加傾向にあり、経済成長も続いています。そのため、今後さらに子ども市場が拡大していくと見込んでおります。

当社としては、「ごっこランド」アプリと「ごっこランドEXPO」というデジタルとリアル双方の取り組みをセットで展開し、日本で築いてきたブランドポジションをアジアでも再現していきたいと考えております。

同様のサービスはアジアにおいてまだ十分に確立されていない状況です。そのため、いち早く展開を進め、日本と同様にナンバーワンのポジションを確立することを目指してまいります。



## 2025年12月期 業績

～前期・計画を上回る着地～

それでは、2025年12月期の業績についてご説明いたします。

業績概要 第4四半期



- 売上高はサービスデザインの収入減の影響はあったが、「ごっこランド」のストック収入の増加により前年同期を上回った
- 営業利益・四半期純利益は人件費や減価償却費・広告宣伝費等の増加により前年同期を下回った

(単位: 百万円)

	FY2024				FY2025				前年同期比
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	
売上高	186	216	244	260	291	289	304	271	104.2%
営業利益	15	39	50	62	62	88	70	26	42.4%
四半期純利益	9	25	24	45	41	55	44	16	35.7%

まず、第4四半期の実績です。

売上高は前年同期を上回りました。一方で利益面は、人件費、減価償却費、広告宣伝費の増加が主な要因となり、前年同期を下回る結果となりました。

業績概要 通期



- 売上・利益ともに前年・計画を上回った

(単位: 百万円)

	FY2024	FY2025			
	通期実績 (仮決算)	計画	実績	前年同期比	計画比
売上高	908	1,105	1,157	127.4%	104.6%
営業利益	169	219	248	147.0%	112.9%
当期純利益	104	131	157	150.6%	120.4%

続いて、通期の結果です。

売上高、利益ともに前年同期比で増加し、あわせて期初計画を上回る着地となりました。

業績概要 サービス別通期



- ごっこランド(デジタル)は前期比20%以上
- ごっこランドEXPO(リアル)は2024年5ヶ所開催に対して2025年は30ヶ所と大幅に続伸

(単位: 百万円)

	FY2024	FY2025	前期比
売上高	908	1,157	127.4%
ごっこランド(デジタル)	736	929	126.1%
ごっこランドEXPO(リアル)	13	106	813.5%
その他 (Gokko World)	158 (0)	121 (2)	76.8%

11

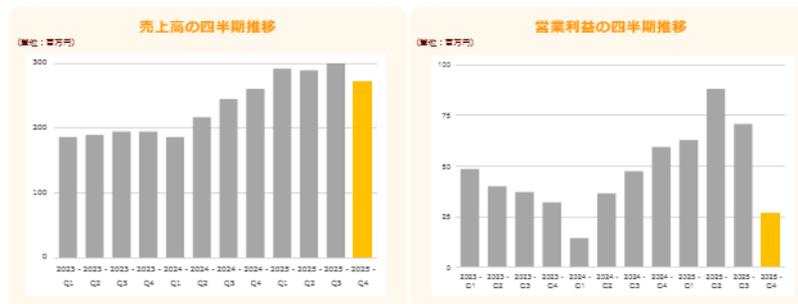
次に、サービス別の通期実績を前期と比較したものです。

今期は、リアルイベント事業である「ごっこランドEXPO」が計画通りに進捗しました。加えて、2025年関西万博などの大型イベントへの出店は新たな取り組みとなり、いずれも盛況のうちに終了しました。これにより、次なる成長に向けた弾みをつけることができましたと考えております。

四半期業績推移



- 第4四半期は、EXPOの開催数が前四半期より少なかったことなどから減益
- 販管費の増加(人員強化・広告費増加など)により営業利益が減少



12

続いて、四半期ごとの業績推移です。

特に2025年第4四半期についてご関心をお持ちかと思いますが、「ごっこランドEXPO」はクリスマスシーズンにあたる11月以降、開催数が減少する傾向があります。これに加え、先ほど申し上げた販管費の増加が影響し、このような業績水準となりました。

「ごっこランド」の累計ダウンロード数とプレイ回数の推移



- 累計ダウンロード数は、8月に800万件を超えて以降、順調に推移
- プレイ回数はFY2025は伸び悩んだが、既存コンテンツの改修などにより第4四半期は回復基調



次に、ダウンロード数及びプレイ回数の推移です。

ダウンロード数は8月に800万を突破し、順調に進捗しております。一方で、広告費は増加傾向にありますが、現在は各種施策のチューニングを進めており、本年半ばまでには適正水準に落ち着かせたいと考えております。プレイ回数については、回遊性改善の取り組みを継続しており、足元では回復傾向が見られます。

「ごっこランド」のパビリオン数の推移



- FY2025のパビリオン数は新規出店数が計画を下回り96店と目標の100店には届かず



続いて、パビリオン出店数の推移についてご説明いたします。

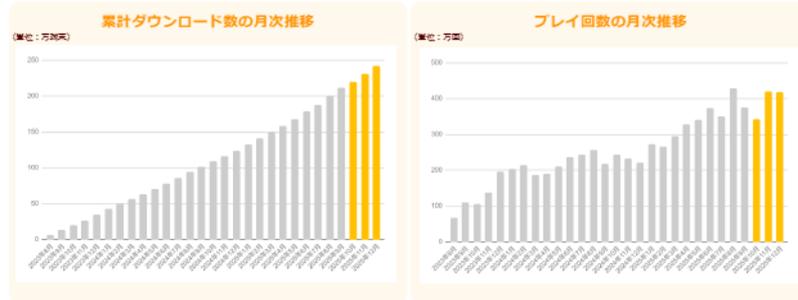
残念ながら、当期は目標未達となりました。営業活動でのリード獲得数が鈍化し、その影響により新規契約数が想定を下回りました。

もっとも、5月頃から新たなマーケティングチャネルを開拓しており、足元ではリード獲得数は回復傾向にあります。今後は、これらの新規チャネルを着実に成果へとつなげ、新規獲得の増加を図ってまいります。

ベトナム版の累計ダウンロード数とプレイ回数の推移



- 2025年12月末の累計ダウンロード数は240万を突破
- 月間プレイ回数は11,12月ともに400万回を超え引き続き好調を維持



15

続いて、ベトナムの状況についてご説明いたします。

ダウンロード数及びプレイ回数は、いずれも想定を上回るペースで推移しております。日本において企業参画が本格化し始めた水準に近づいており、300万ダウンロードも視野に入ってきました。

今後は、収益化に向けた先事例を確実に創出し、事業基盤の確立を進めてまいります。



2026年12月期の業績予想

～収益性と成長力の回復に向けた対応を進める年度としての位置づけ～

16

それでは、2026年12月期の業績予想についてご説明いたします。

2026年12月期 連結業績予想



- ☑ FY2026は売上は横ばい、営業利益は前期比で減少する見通し

(単位: 百万円)

	FY2025	FY2026	増減額	前期比
	実績	計画		
売上高	1,157	1,176	+18	101.6%
営業利益	248	119	△128	48.3%
当期純利益	157	71	△86	45.2%

17

売上高は横ばいを見込み、利益は減益を計画しております。

2026年12月期 業績予想 売上高内訳



- ☑ 「ごっこランド(デジタル)」はFY2025の出店純増数が8店と計画12店を下回ったことがストックビジネスの性質上、FY2026に大きく影響
- ☑ 「EXPO(リアル)」については従来型イベントに加え、新ブランドや大型イベントを展開予定

(単位: 百万円)

	FY2025 実績	FY2026 業績予想	前期比
売上高	1,157	1,176	101.6%
ごっこランド(デジタル)	929	956	102.9%
リアルイベント	106	167	156.7%
海外(Gokko World)	2	6	233.8%
その他	118	46	39.1%

18

内訳についてご説明いたします。

「ごっこランド」事業に関しては、昨年のパビリオン純増数が計画を下回った影響が、ストック型ビジネスである特性上、今期業績にも一定の影響を及ぼしております。

今期は、新たなマーケティングチャネルの開拓に加え、多様化する企業ニーズに対応するための新商品開発も進めております。これらの施策により、今期は事業の立て直しを着実に進め、来期以降、再び成長軌道に乗せていく考えです。

「ごっこランドEXPO」については、通常開催に加えて大型イベントも予定しております。新たな取り組みとしてこれらの大型イベントを成功に導くことができれば、EXPO事業のさらなる成長ストーリーを描けると考えております。

海外事業に関しては、収益化に向けたモデルケースとなるパビリオン事例を増やしていくことが重要です。着実に実績を積み重ね、事業基盤の強化を図ってまいります。

2026年12月期 減益要因



- 主力事業である「ごっこランド（デジタル）」のコスト増とFY2025の計画未達のFY2026への影響が大きな減益要因

サービス分野	要因	利益貢献度
ごっこランド（デジタル）	<ul style="list-style-type: none"> <li>FY2025の純増パビリオン数が計画未達</li> <li>体制整備およびユーザーのリテンション（継続率）やプレイ回数を向上させるためプロダクト改修コストが先行</li> <li>新規ダウンロード促進のための新促進を含むマーケティングコストの増加</li> </ul>	大
海外（Gokko World）	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外事業は「将来の成長ドライバー」として確立するための戦略的投資フェーズと位置づけ</li> <li>「ユーザー基盤（DL数・プレイ回数）」が一定規模に達し、広告媒体としての価値が証明されて初めて企業が出資するためマネタイズには時間を要す</li> </ul>	— (投資フェーズのため)
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>トヨタ関連の大型アプリ開発案件がFY2025の3Qで終了したこと</li> <li>今後は先でいた社内リリースを自社プロダクトの品質向上（改修）や、将来の柱となる海外事業などに集中させる</li> </ul>	中

19

あらためて、今期の減益要因についてご説明いたします。

「ごっこランド」においては、先ほど申し上げたとおり、前期のパビリオン純増数が計画を下回った影響があります。その一方で、ユーザーの回遊性向上を目的とした大規模な改修を実施しております。

各施策は検証を重ねながら段階的に進めており、今期も引き続き改善を推進してまいります。その効果は足元の数値にも表れ始めており、回復基調が確認できております。

今後のさらなる成長に向けて、これらの取り組みは必要な投資であると認識しております。中長期的な企業価値向上のためにも、着実に実行してまいります。

広告費については現在、出稿内容や配分のチューニングを進めております。今期半ば頃までには、一定程度抑制できる見通しです。

海外事業は、当社にとって将来の成長ドライバーとなる領域です。現在は戦略投資フェーズに位置付けております。日本の「ごっこランド」も同様でしたが、企業参画が本格化するまでには一定の時間を要します。

一方で、ユーザー動向は想定を上回る水準で推移しており、中長期的には大きな成長ポテンシャルがあると考えております。

そのほかの要因としては、前期に大型の受託案件が完了した影響があります。当該案件に従事していた人員については、今後の柱となるアジア展開や新規事業へとシフトし、将来成長に向けた取り組みを加速してまいります。

2026年12月期 連結業績予想まとめ



- ✔ FY2026は、既存事業の成長が一時的に弱含む中、収益性と成長力の回復に向けた対応を進める年度としての位置づけ
- ✔ ごっこランド（デジタル）の単一事業モデルから脱却し、リアル事業と海外事業など複数事業を同時に育成する過程での投資負担が一時的に先行するフェーズ
- ✔ 競争力を再強化するための対応を講じることで、中長期的な成長基盤は維持できる考え

20

あらためて、2026年度は、既存事業の成長が一時的に弱含む中、収益性と成長力の回復に向けた施策を着実に進める年度と位置付けております。

「ごっこランド」の改修に加え、リアル事業及び海外事業など複数の事業を同時に育成していく過程においては、投資負担が一時的に先行する構造となっております。

競争力を再強化するための取り組みにより、足元では成長が一時的に足踏みする局面にあります。しかしながら、これは中長期的な成長基盤を構築するために必要なプロセスであると認識しております。

今期は、将来の持続的成長に向けた準備を着実に進める一年と位置付けております。



## 中期経営計画（FY2026～FY2028）

～成長の柱を増やし、成長を持続させる経営への進化～

21

それでは、中期経営計画についてご説明いたします。

中期経営計画 (FY2026~FY2028) 骨子



中期ビジョン

- ✔ アジアの子どもたちの「なりたい」を育てるNo.1社会体験プラットフォームになる

目指す姿

- ✔ 事業ポートフォリオの多様化を進め、安定的な収益基盤の構築を進めながら、持続的な成長企業になる

22

当社の中期ビジョンは、「アジアの子どもたちの“なりたい”を育てるナンバーワン社会体験プラットフォームになる」ことです。

目指す姿として、ユーザー及びクライアント双方に対し多様な価値を提供し、中長期的に安定した収益基盤を構築することで、持続的に成長する企業となることを掲げております。

その実現に向けて、「ごっこランド」に続く第2、第3の事業の柱を確立していきたいと考えております。

中期経営計画 財務目標



- ✔ 中期経営計画における財務目標は以下のとおり

(単位：百万円)

	FY2025	FY2028
	実績	目標
売上高	1,157	2,500
営業利益 (営業利益率)	248 (21.5%)	500 (20.0%)

23

数値目標としては、2028年度に売上高25億円、営業利益5億円を目指しております。

### キッズスターの今後の展開における4象限



- 4象限のマスを押さえていく戦略を実行する
- 今後：リアル、海外をキーワードに新たな収益の柱を育てる



24

これらの目標を達成するために、いわゆる成長領域を着実に拡張していく戦略を推進してまいります。リアルイベント及び海外展開を新たな収益の柱へと育成していく考えです。

### 中期経営計画 売上高目標内訳



- リアルイベントと海外ビジネスをごっこランド（デジタル）に次ぐ成長の柱に育てる
- 新規事業も手元資金を活用したM&A含めて取り組んでいく

(単位：百万円)

	FY2025 実績	FY2028 目標
売上高	1,157	2,500
ごっこランド（デジタル）	929	1,300
リアルイベント	106	500
海外（Gokko World）	2	300
その他	118	-
新規事業 (M&A・アライアンス含む)		400

25

2028年度における売上高の内訳は、以下を想定しております。

国内「ごっこランド」で13億円、

「ごっこランドEXPO」を中心としたリアルイベント事業で5億円、

海外事業で3億円、

さらに新規事業及びM&Aで4億円を計画しております。

事業別ロードマップ (定量情報)



📌 FY2028までにリアルと海外を新たな収益の柱にする

	FY2026	FY2027	FY2028
ごっこランド (デジタル)	956百万円	1,100百万円 (+15.1%)	1,300百万円 (+18.2%)
リアル イベント	167百万円	330百万円 (+97.6%)	500百万円 (+51.5%)
海外	6百万円	126百万円 (+2,000%)	300百万円 (+138.1%)
新規事業	0百万円	200百万円	400百万円 (+100.0%)

国内「ごっこランド」については、安定成長路線へ回帰させるとともに、収益性の向上を重視して取り組んでまいります。

加えて、今後の大きな成長を実現するためには、リアルイベント及び海外展開を着実に立ち上げ、新たな収益の柱へと成長させることが不可欠です。

2026年は、その本格成長に向けた助走期間と位置付けております。次の成長フェーズへ進むための布石を、確実に打ってまいります。

事業別ロードマップの概要についてご説明いたします。詳細は後ほど事業ごとにご説明いたしますが、「ごっこランド EXPO」をはじめとするリアル領域への本格展開、ならびに海外市場の開拓は、当社にとって新たな挑戦です。

これらの取り組みの成否が、今後の成長を左右する重要な鍵を握っていると認識しております。

足元の進捗についてご説明いたします。

リアルイベント事業は、2025年度において開催規模が前年の約6倍に拡大しました。さらに、2025年関西万博といった大型イベントへの出店も経験し、当初想定を上回る強い需要を確認しております。事業として確かな手応えを得ている状況です。

海外展開については、ベトナムにおける累計ダウンロード数が200万件を突破し、月間プレイ回数も順調に増加しております。加えて、インドネシアでの配信を開始したばかりですが、ダウンロード数は想定を上回る滑り出しとなりました。海外市場における需要基盤は、着実に形成されつつあると認識しております。

事業別ロードマップ (定性情報)



👉 FY2026を戦略的投資フェーズとし、FY2027以降は飛躍的な再成長を実現する

	FY2026	FY2027	FY2028
ごっこランド (デジタル)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パビリオン稼働数8店 (計画)</li> <li>・ 近前期パビリオン計画進捗の影響</li> <li>・ 集客促進向上のための施策</li> <li>・ 営業の体制強化、新規チャネルの開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パビリオン稼働数18店 (計画)</li> <li>・ 新規メニュー開発</li> <li>・ 海外市場拡大戦略の実行</li> <li>・ 収益性の改善施策の実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ パビリオン稼働数22店 (計画)</li> <li>・ 新規メニュー開発拡大</li> <li>・ 海外市場拡大戦略の実行</li> <li>・ 収益性の改善施策の実行</li> </ul>
リアルイベント	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新ブランド・イベント開発</li> <li>・ 大型イベントの開催</li> <li>・ 新たなイベント運営パートナー開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新ブランド・イベントの本格展開</li> <li>・ 大型イベントの拡大</li> <li>・ 地方自治体との連携開始</li> <li>・ 社内リソースの最適活用による収益性向上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新ブランド・イベントの拡大</li> <li>・ 大型イベントの拡大</li> <li>・ 地方自治体との連携拡大</li> <li>・ 社内リソースの最適活用による収益性向上</li> </ul>
海外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ベトナム：ローカル人材採用による遠距離営業体制ならびに対策企業や政府との関係強化</li> <li>・ タイ・インドネシア：営業方針・進出形勢決定と実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ベトナム：ローカル人材採用による遠距離営業体制ならびに対策企業や政府との関係強化</li> <li>・ タイ・インドネシア：営業方針・進出形勢決定と実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ベトナム：ローカルを中心に動く戦略ならびに営業体制の確立</li> <li>・ タイ：ローカルを中心に動く戦略ならびに営業体制の確立</li> <li>・ インドネシア：誘致立ち上げの可否判断</li> </ul>
新規事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食農ビジネス、公衆衛生等</li> <li>・ M&amp;A企業買収増強の推進</li> <li>・ アタックリストの作成・実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食農ビジネス、公衆衛生等</li> <li>・ M&amp;A・PMIの実行</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食農ビジネス、公衆衛生等</li> <li>・ M&amp;A・PMIの実行</li> </ul>

27

これらの実績を踏まえると、ロードマップに沿って取り組みを着実に積み上げていくことで、中期目標の達成は十分に視野に入ってくるものと考えております。

中計における重点施策



28

続いて、中期経営計画における重点施策についてご説明いたします。

当社では、以下の5つを重点施策として掲げております。

1. 「ごっこランド」の安定成長回帰
2. リアルイベント事業の本格展開
3. 海外展開の加速
4. 強みを活かした新規事業の創出
5. 経営基盤の強化

それぞれ順にご説明いたします。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーム）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document

重点施策1：既存事業（ごっこランド）の安定成長



🎯 目的 (Why)

中核収益基盤の再成長・収益性改善

🎯 重点テーマ (What)

- 成長路線への回帰
- マーケティングチャネルの開拓
- 出店企業への提供価値拡大

🎯 中計施策 (How)

1. 出店社数の増大
  - マーケティングチャネルの拡大（インサイドセールス強化など）
  - 新規メニュー開発（幅広い出店ニーズに応える）
2. プロダクト改修
  - 既存パビリオンの作り変え・全体UI/UXの技術改善
  - プレイ回数を最大化し媒体価値を向上し単価アップ
3. 提供価値拡大
  - 顧客サポート強化（コミュニケーションの質向上）
  - 新規商材のクロスセル
4. 収益性改善  
次頁参照

29

重点施策の1つ目は、「ごっこランド」の安定成長への回帰です。

中核となる収益基盤を再び成長軌道に乗せると同時に、収益性の改善にも取り組んでまいります。

具体的な施策としては、まず出店企業数の拡大を図ります。マーケティングチャネルの多様化を進めるとともに、幅広い出店ニーズに対応するため、ジャンル別メニューやセットプランの開発・販売を強化してまいります。

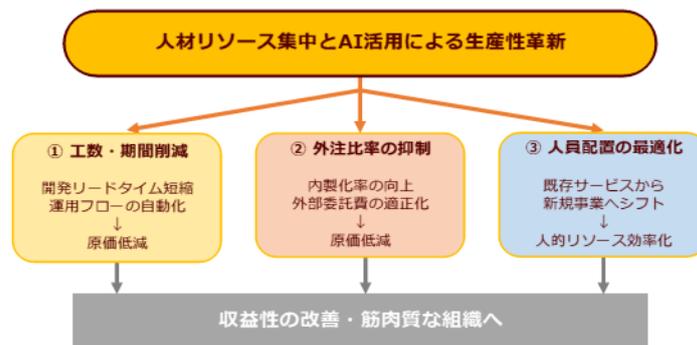
また、アプリ内の回遊性向上を目的とした改修を進め、プレイ回数の増加を図ります。これにより媒体価値を高め、単価の向上につなげていきたいと考えております。

さらに、提供価値の拡大に向けては、顧客サポート体制の強化に加え、新規商材の開発・提供を通じて出店企業の課題解決を支援してまいります。企業との向き合い方をより高度化し、長期的なパートナーシップの構築を目指します。

重点施策1：補足資料（収益性の改善施策）



🎯 収益性の改善施策



30

次に、収益性の改善についてです。

AIの活用により、開発工数及び開発期間の短縮を図ります。それに伴い、外部委託費の最適化・削減を進めるとともに、人材を新規事業や成長領域へ再配置してまいります。

これらの取り組みにより、人的リソースの効率化を推進し、「ごっこランド」事業の収益性向上を着実に進めてまいります。

「ごっこランド」は当社の中心事業ではありますが、今後さらなる成長を目指す領域への人員配置も含め、新たな体制の構築を進めております。成長分野へ適切にリソースを振り向けながら、全社最適の観点で組織運営を強化してまいります。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーム）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document

重点施策2：リアル事業の本格展開



🎯 目的 (Why)

第2の収益の柱構築

🎯 重点テーマ (What)

新ブランド・大型イベント展開

クライアントニーズの充足

営業シナジー

🎯 中計施策 (How)

1. 施設コラボの推進及び物販等により高収益性を確保
2. 新ブランド・イベントと大型イベント開発でさらなる事業拡大
3. 「リアルな接点も持ちたい」企業の強い要望に応える
4. リアルイベントから入り、関係性を構築してごっこランド出店へ繋げる

31

続いて、重点施策の2つ目である「リアルイベント事業の本格展開」についてご説明いたします。通常の「ごっこランドEXPO」の開催に加え、今期は大型イベントを含め、ニーズに応じた多様なイベント展開を進めてまいります。本事業を確実に第2の収益の柱へと成長させていきたいと考えております。さらに今期は、「ごっこランド」未出店企業向けのイベントも新たに企画いたします。リアルイベントを通じて企業との関係性を構築し、その後のアプリ出店につなげる新たな導線を確立してまいります。

重点施策2：リアル事業の本格展開



- 🎯 昨年11月に大阪・関西万博にて開催した「ごっこランドEXPO」級の大型イベントや新イベント・ブランドのイベントなどの開催を計画

開催概要

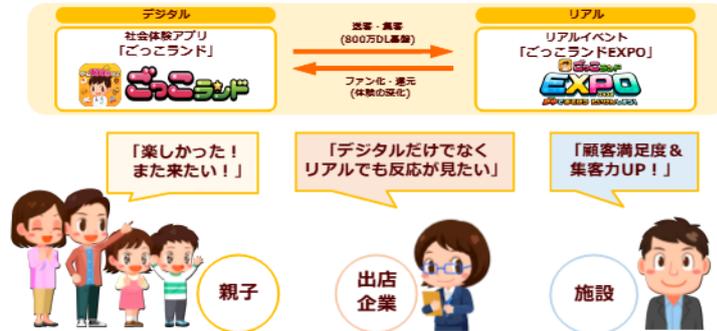
ブランド名	主要顧客・対象	発生可能性	影響度
ごっこランドEXPO (現行)	ごっこランド (デジタル) 出店企業	2,000人前後/1開催	FY2026 35開催
ごっこランドCollection (仮称)	ごっこランド (デジタル) 未出店企業	1,000人前後/1開催	FY2026より 5開催～
ごっこランド Fes (仮称)	主要都市・大型 全企業対象	10,000人前後/1開催	FY2026より 1開催～
ごっこランド Summit (仮称)	地方創生・自治体連携 地方企業中心	2,000～3,000人前後/1開催	FY2027より

32

現在は、規模や目的の異なる4種類のイベント展開を計画しております。「ごっこランド」の持つ集客力を最大限に活用しながら、各イベントの開催頻度を年々増加させていく方針です。

### 重点施策2：補足資料（デジタル×リアルの相乗効果）

- 営業シナジーがあり、親子・出店企業・施設の評価も高い



デジタルとリアルの相乗効果も高まっており、親子ユーザー、出店企業、商業施設のいずれからも高い評価をいただいております。現在は、いわゆる「三方良し」の状態を実現できていると認識しております。

リアルイベント事業については、さらなる拡大余地は十分にあると考えております。本年は大型イベントを確実に成功へと導き、その成果を来年度以降の一段の成長につなげてまいります。足元の取り組みを着実に積み重ね、次のステージへ進んでいきたいと考えております。

### 重点施策3：海外展開の加速（ベトナム）



- 目的（Why）

中長期的に第3の柱に育てるため、国内事業で構築した「型」を水平展開し、再現性のある事業展開を実行

- 重点テーマ（What）

ベトナム子会社の黒字化

会社組織のローカル化

イベント事業の早期立ち上げ

- 中計施策（How）

- 現地に進出している日本企業及び現地の財閥企業を中心に営業を駆けパビリオン数を増やす
- タイ、インドネシアとの連携を通じた、商品力の強化

- ローカル社員（営業）を増やし、現地化を行い営業力、特に現地企業と政府の関係構築を進める
- コンテンツ制作の地産地消を通じた収益性の強化

- 現地のイベント運営ノウハウやリソースを持つ現地の制作会社との提携を進める

続いて、重点施策の3つ目である「海外展開の加速」についてご説明いたします。

まずベトナムにおいては、国内事業で確立したビジネスモデルを水平展開し、再現性のある事業運営を実行してまいります。累計ダウンロード数は200万件を超え、媒体としての価値も着実に高まっております。

今後は、日本企業及び現地の大手企業グループを中心に営業活動を強化し、まずはパビリオン数の拡大を図ってまいります。

また、タイ、インドネシアとベトナムでの同時展開を希望される企業も出てきており、こうしたニーズに対応するための商品メニューの拡充を進めてまいります。

さらに、現地法人のローカル化を推進し、現地企業や政府機関との関係構築を強化していきます。これは海外展開において極めて重要な要素であると認識しております。こうした基盤整備を進めながら、営業力の向上につなげてまいります。

また、海外においてはリアルイベントに対するニーズも非常に高い状況です。現地でイベント運営のノウハウやリソースを有する企業との提携を進め、効率的かつ効果的な展開を図ってまいります。

株式会社キッズスター | 2026年2月25日(水)  
248A 東証グロース市場 | <https://ir.kidsstar.co.jp>

**重点施策3：海外展開の加速（タイ、インドネシア）**



● **目的（Why）**

日本の「型」とベトナムの実績をレバレッジに、早期収益化を実施  
タイ：日本同様の高度なマーケティング市場における媒体展開  
インドネシア：人口ボーナス市場に向けたコンテンツの展開

● **重点テーマ（What）**

タイ、インドネシアにおける  
組織体系の確定と運用

財閥、政府との関係性強化

イベントパートナーの  
確立

● **中計施策（How）**

- ・ 外資規制を踏まえ、収益化から逆算して現地営業体制を確定
- ・ 確定後、速やかに体制構築し、直販は日系中心、パートナーはローカル中心で拡販

- ・ 財閥と政府とのコネクションを持ち、企業連携のコンテンツや教育現場での活用を狙った事業展開を実行する

- ・ 現地のイベント運営ノウハウやリソースを持つ現地の制作会社との提携を進める

35

次に、タイ、インドネシアについてです。

日本及びベトナムでの実績をレバレッジとして活用し、インドネシアでは早期の収益化を目指してまいります。同国は日本同様、マーケティングの高度化が進んでいる市場であり、当社の媒体特性への理解も得やすい環境にあると考えております。期待値の高い市場です。

さらに、インドネシアは人口ボーナス期にある国でもあります。企業との連携コンテンツの拡充に加え、教育現場での活用も視野に入れた事業展開を進めていく方針です。

**重点施策3：補足資料（タイ・インドネシアへの配信開始）**



- 2025年12月19日（金）より新たにインドネシアおよびタイ市場でのアプリ配信を開始し、東南アジアでの展開を加速していく
- インドネシア、タイでは公開週にAndroidでランキング1位（インドネシアでは2週間21万DL）を獲得（ゲーム教育部門）



36

昨年12月19日にインドネシア及びタイ語版のアプリ配信を開始いたしました。その結果、タイ及びインドネシアの両国において、Androidのゲーム教育カテゴリで1位を獲得いたしました。

インドネシアでは、配信開始から2週間で21万ダウンロードを記録しており、これは日本でも経験のない水準です。プレイ回数も順調に伸長しております。

重点施策3：補足資料（市場環境の比較）



2025年度末における海外事業のアプリDL数は267万

比較項目	日本	ベトナム	タイ	インドネシア
企業の投資意欲	非常に高い	上昇中だが、日本は投資フェーズの企業が多く、一定の持続がみられると考え	日本と非常に近い水準は高い、競合ブランドの差別化・革新化への投資が盛ん	巨大市場、デジタルクライアントがシェア争奪に組む投資を期待
意思決定速度	迅速 (企業予算、合意形成に時間)	速い、オーナー経営者が多く、即決の傾向が強い、チームメンバーが重要	日本よりは早い、欧米文化と現地文化の理解と相違点の理解性が重要	速い、デジタル投資へのハードルが低い、タイ同様、政府のサポートが大きい
1社あたり想定単価（年間）	最も高単価（要求も高い）	日本より低い価格でエンタリーを開始、日本の標準コンテンツや現地制作を有効的に活用し、責任を圧縮	日本と近い金額で提供可能、出店で得られる効果に追加プレミアム感を重視	ベトナムとタイの間、導入検討企業は接待できるユーザー層のスケールアップを重視する傾向
競合・参入障壁	多岐あり（既存メディア・体験施設）	ブルーオーシャン、デジタル領域は競争環境向けは一部存在するが、社会体験は不足	3カ国の中では最も参入障壁が高い、欧米の外資系教育アプリと競合するが、完全無料モデルで市場を開拓	激戦区、ただし教育に寄りすぎずあり、体験施設は手薄、タイ同様、完全無料モデルを重視することで、シェアを奪取
アプリユーザー獲得単価	高い（広告費重視）	極めて低い、口コミとSNSによるオーガニック活動が強力	低い、SNSによるバイラルが起きやすい	極めて低い、かつ新規ユーザーの伸びが最も大きい、日本市場にSNSの影響が大きい
2025年12月末アプリDL数	869万DL (2023年5月開始)	241万DL (2023年8月開始)	5万DL (2025年12月19日開始)	21万DL (2025年12月10日開始)
(参考)人口/年間出生数	約1.23億人/約70万人	約1.01億人/約145万人	約0.7億人/約40万人	約2.87億人/約444万人

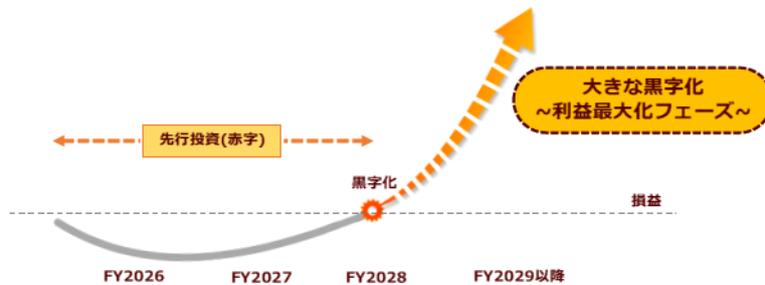
凡例 □：非常に有望、○：有望、△：課題あり 27

続いて、各国における企業環境及びアプリ市場環境の比較についてご説明いたします。

総じて申し上げますと、アプリの普及スピードは日本以上の勢いで拡大しております。プレイ回数も想定を上回っており、ゲームという枠を超えて、社会体験コンテンツとしてしっかり利用されている点は非常に前向きに捉えております。ビジネス展開については、日本での成功モデルを基盤としつつ、各国の市場環境に応じて柔軟にアジャストしながら推進してまいります。

重点施策3：補足資料（将来の成長イメージ）

2026年～2027年と投資フェーズが続くが2028年から黒字化の計画で、以降は売上・利益ともに飛躍的に伸びる計画



38

海外事業は、2026年及び2027年を投資フェーズと位置付け、2028年度からの黒字化を目指しております。その後はさらに規模を拡大し、日本事業を上回る成長へと発展させていきたいと考えております。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document

重点施策4：強みを活かした新規事業の創出



🎯 目的 (Why)

強みを活かした新規事業を創造する

🎯 重点テーマ (What)

ごっこランドの会員基盤の構築

学校(小・中・高)向けに  
企業を題材にしたカリキュラムの  
提供

M&A、アライアンス

🎯 中計施策 (How)

- 800万DLのごっこランドを活かしたNo.1親子会員基盤を構築
- 会員基盤を活かしたアライアンス並びにマーケティングソリューションの販売

- 子どものターゲットを2歳~10歳を18歳まで引き上げ
- ごっこランド参画企業(90社以上)に学校向けカリキュラム作成、公教育導入実証プログラムの販売
- 多数の学校へ導入実績のあるパートナーとの提携推進

- 26年3月にM&A/PMI組織を設置
- 上記2つの領域に加えて、リアルイベントや教育関連の会社をターゲット

39

次に、重点施策の4つ目、「ごっこランド」の強みを活かした新規事業の創出についてご説明いたします。

800万ダウンロードを超える「ごっこランド」と、全国で展開している「ごっこランドEXPO」を活用し、リアルイベントでの会員登録などを通じて親子会員基盤を構築してまいります。年齢軸において日本最大級の規模へ成長できるポジションにあると認識しており、この基盤の確立を目指します。

その会員基盤を活かし、アライアンス施策やマーケティングソリューションの開発を進め、追加収益の創出につなげてまいります。

また、90社を超える参画企業と連携し、キャリア教育を実施する学校向けに、企業と協働したカリキュラムを開発し、学校導入まで支援するプログラムの提供を進めてまいります。これにより、小学校低学年までが中心であった接点を中高生へと拡張し、長期的な関係性を構築していきます。

M&Aについては、専門組織を設置し、これまで述べた領域に加え、リアルイベントのさらなる拡大につながる企業や、シナジーが見込める教育関連企業を対象に検討を進めてまいります。

重点施策4：新規事業への投資 (M&A、アライアンス含む)



- 🎯 「ごっこランド」の次なる進化：体験・データ・教育の三位一体で実現する、  
社会体験プラットフォームを通じ収益化する成長モデルへ



40

最終的には、「ごっこランド」を進化させ、デジタルとリアル双方の体験を軸に対象年齢を拡張した社会体験プラットフォームへと発展させていきます。その上で、持続的に収益を生み出す成長モデルへと進化させていきたいと考えております。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーム）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document

重点施策5：経営基盤の強化



🎯 目的 (Why)

成長を支える土台の強化

🎯 重点テーマ (What)

人的資本の強化

AI活用による人件費効率化  
開発スピードアップ

GRC強化

Governance - Risk management - Compliance

🎯 中計施策 (How)

- ・ 人員配置の最適化
- ・ 経営人材・新規事業人材の採用・登用
- ・ マネジメント人材の育成・研修

- ・ 全職種・全部門でAIスキルを高め生産性向上を図る
- ・ 各部署へのAI担当者配置や横串プロジェクトで全社でのAI活用を推進

- ・ 成長投資・海外展開に内在するリスクの可視化
- ・ 事業拡大・海外展開に対応できる内部統制の整備

41

最後に、重点施策の5つ目である「経営基盤の強化」についてご説明いたします。

人的資本の強化を着実に進めるとともに、全社横断のAI推進プロジェクトを展開し、人件費の効率化及び開発スピードの向上を図ってまいります。生産性の向上は、今後の持続的成長を支える重要な基盤であると認識しております。

また、成長投資や海外展開に内在するリスクについても可視化を進め、それらに適切に対応できる内部統制体制を整備してまいります。

攻めの成長戦略を推進すると同時に、それを安定的に運営するための守りの体制も強化し、持続的な企業成長を実現していきたいと考えております。

以上でご説明を終了いたします。ご清聴ありがとうございました。

## ■ 質疑応答

### 【質問】

2026年度は減益予想とのことですが、その要因は事前に予見できていなかったものなのでしょうか。また、予見できていたのであれば、事前に対応策は打てなかったのでしょうか。

### 【回答】

当社の主力事業である「ごっこランド」は、現時点でオンリーワンのプラットフォームであり、直接的な競合がほとんど存在しない市場環境にあります。そのため、市場規模との単純比較による成長予測が難しく、一定の不確実性を伴う事業であると認識しております。

もっとも、見えてきた変化に対して、より早い段階で打てた施策もあったのではないかとこの点については、真摯に受け止めております。

そのような前提の中で、直近のプレイ回数や事業環境の状況を総合的に検討した結果、今後の飛躍的な成長を実現するためには、一度立ち止まり、成長に向けた再投資を行うフェーズにあると判断いたしました。そのため、短期的には減益となる見通しではありますが、中長期的な成長力の回復・拡大を優先する意思決定を行っております。

今後は、IR活動や決算説明資料のさらなる充実を図り、株主・投資家の皆様との継続的な対話を通じて、成長戦略へのご理解を深めていただけるよう努めてまいります。

### 【質問】

業績予想が減益見通しとのことと、株価下落を懸念しています。今後予定している株価対策について教えてください。

### 【回答】

2026年度は、収益性及び成長力の回復に向けた対応を進める年度と位置付けております。短期的には利益水準が抑制される見通しではありますが、2027年度以降の再加速に向けた投資フェーズであるという点をご理解いただければと考えております。

本日の決算説明会では、2028年度までの中期経営計画についてご説明いたしました。2028年度には、連結売上高25億円を目標としております。

株価対策として特別な一時的施策を講じるというよりも、この中期目標を着実に達成し、持続的な成長ストーリーを実績としてお示ししていくことが、結果として企業価値及び株価の回復・向上につながるものと考えております。

あわせて、IR活動の強化や情報開示の充実を通じて、当社の成長戦略をご理解いただけるよう努めてまいります。

### 【質問】

12月にリリースしたインドネシア版アプリの進捗状況について教えてください。

### 【回答】

インドネシア版アプリは、昨年12月にリリースしたばかりであり、まだ間もない状況でもあることから、現時点では具体的なプレイ回数などの詳細数値は非公表とさせていただきます。

ただ、足元のダウンロード状況及び利用動向は順調に推移しており、ベトナム同様、海外においても「ごっこランド」への需要は高いと手応えを感じております。

株式会社キッズスター | 2026年2月25日(水)  
248A 東証グロース市場 | <https://ir.kidsstar.co.jp>

投資家の皆様からは、早期の収益化について多くのご質問をいただいておりますが、「ごっこランド」モデルの場合、一定のダウンロード数及び媒体価値の確立が収益化の前提となります。そのため、現在はまず基盤形成を優先する準備期間であると位置付けております。

一方で、日本及びベトナムで培ったノウハウを活用し、プロセスの短縮化を図るとともに、早期にキャッシュポイントを創出できる施策についても並行して検討・実行しております。

可能な限り早期の収益化を実現できるよう、引き続き取り組んでまいります。

【質問】

決算説明資料13ページに記載されている『ごっこランド』のプレイ回数は、日本のみの数値でしょうか。それともベトナムなど海外分も含まれていますか。

【回答】

資料13ページに記載しておりますプレイ回数は、日本のみの数値となっております。

なお、少し先のページでは、ベトナムのダウンロード数などについても掲載しております。インドネシア版についても、次回以降の開示タイミングでは、進捗状況を含めて皆様に公表できるよう準備を進めております。

今後は海外分の状況についても、より分かりやすい形でお伝えできるよう努めてまいります。

【質問】

広告宣伝費は誰向けに出しているのでしょうか。

新規出店企業、新規プレイヤーのどちらでしょうか。

【回答】

ユーザー獲得、いわゆるお父さんお母さん向けの獲得に向けた費用となっております。

【質問】

インドネシア、タイの次はどこがターゲットになりますか。台湾や韓国はいかがでしょうか。

【回答】

次の展開国については、現在も継続的に検討を進めている段階です。アジア圏は引き続き有力な候補エリアの一つであり、台湾や韓国も選択肢として十分に検討対象となり得る市場だと認識しております。

また、過去に日本版アプリを海外配信していた際には、中東地域でダウンロードが伸びた実績もあり、必ずしもアジアに限定せず、実際のユーザー動向や市場環境、企業ニーズなどのデータを総合的に分析したうえで、次の展開国を判断していきたいと考えております。

今後も、再現性と収益化までのスピードを重視しながら、慎重かつ戦略的に展開を進めてまいります。

平田代表、最後にご視聴いただいている皆様に一言お願いいたします。

本日は決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

株式会社キッズスター | 2026年2月25日（水）  
248A 東証グロース市場 | <https://ir.kidsstar.co.jp>

2026年度は、既存事業の成長が一時的にやや鈍化する中で、収益性と成長力の回復に向けた対応を進める年度として位置付けております。

しかし、これは持続的な成長を実現するために必要な助走期間でもあります。今回発表いたしました中期経営計画を着実に実行し、皆様のご期待に応えられるよう、しっかりと成長を遂げてまいります。

本日はお忙しい中、ご参加いただき誠にありがとうございました。

平田代表、ありがとうございました。

これをもちまして、株式会社キッズスター2025年12月期通期決算説明会を終了いたします。

ご視聴いただき誠にありがとうございました。

## 重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報及び指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為及び行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容及び当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポート及び本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文及びデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポート及びその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコ及び関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

## ■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IRコンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp