

2025 年 9 月12日

各位

会社名 ピープル株式会社
代表者名 取締役兼代表執行役 桐渕真人
(東証スタンダード 7865)
問合せ先 IR チーム チーム長 小岩朋紀

第 49 期(2026年1月期) 中間(第2四半期)決算ハイライト 公開のお知らせ

当社は、株主・投資家の皆さまに対する IR 活動の一環として、「第 49 期(2026 年 1 月期) 中間(第2四半期)決算ハイライト」を当社ウェブサイトにて公開いたしましたので、お知らせいたします。

記

【内容】

1. 2026年 1 月期中間(第2四半期)業績概要
2. 株主構成の推移
3. 中期経営計画における現在のフェーズ
4. 株主・投資家の皆様へ 当社代表より事業戦略についてご説明
5. 当中間期新商品と 3Q 投入予定商品トピックス
6. 海外展開と販路拡大
7. 子どもの好奇心を起点とした当社の社会的価値創造
8. 年末商戦を見据えた第 3 四半期業績見通し

■中間(第2四半期)決算ハイライト報告 URL(当社ウェブサイト内)

・<https://www.people-kk.co.jp/investorrelations/>



第5回ピープルIR 会社説明資料

第49期(2026年1月期) 中間(第2四半期)決算ハイライト



2025年9月12日

ピープル株式会社
取締役兼代表執行役 桐渕真人

People

目次

1. 2026年1月期中間(第2四半期)業績概要
2. 株主構成の推移
3. 中期経営計画における現在のフェーズ
4. 株主・投資家の皆様へ 当社代表より事業戦略についてご説明
5. 当中間期新商品と3Q投入予定商品トピックス
6. 海外展開と販路拡大
7. 子どもの好奇心を起点とした当社の社会的価値創造
8. 年末商戦を見据えた第3四半期業績見通し

People

本日は当社の決算ハイライトをご覧いただきありがとうございます。

日ごろからご支援くださっている株主の皆さまに向けて、この資料では当社の2026年1月期中間(第2四半期)決算のポイントを整理いたしました。

数字だけでなく、当社が目指す方向性や取り組みの背景も合わせてお伝えいたします。足元の環境は決して平坦ではありませんが、当社は挑戦を続けています。本資料では、その現在地と未来への道筋をできるだけ分かりやすくご説明いたします。株主の皆さまと一緒に歩んでいけることを願っております。

1. 2026年1月期中間(第2四半期)業績概要①

短期赤字は新事業創出の先行投資、長期成長への挑戦

売上高 638 百万円(前年同期比:△11.1%)

売上総利益 284 百万円(前年同期比:△14.0%)

経常利益 △177 百万円(前年同期比: -%)

中間純利益 8 百万円(前年同期比: -%)

自社資金で挑む「好奇心事業」への先行投資による一時的赤字

将来の成長への布石

People

1. 2026年1月期中間(第2四半期)業績概要②

(単位:百万円)

貸借対照表

	前事業年度 (2025年1月20日)	当中間期末日 (2025年7月20日)	増減率
流動資産	1,969	1,655	△15.9%
現金及び預金	1,441	1,101	△23.6%
売掛金	212	187	△11.8%
その他資産	316	367	△1.9%
固定資産	331	206	△33.8%
有形固定資産	53	51	18.9%
無形固定資産	36	38	—%
投資その他の資産	242	116	△50.4%
資産合計	2,300	1,861	△13.9%
流動負債	133	106	4.5%
固定負債	39	4	△74.4%
負債合計	172	110	△14.0%
純資産合計	2,128	1,751	△14.0%
負債純資産合計	2,300	1,861	△14.0%
自己資本比率	92.5%	94.1%	1.73%

キャッシュを活用した研究開発投資などは、短期的には資産減少を招いていますが、新規事業強化は中長期的な成長戦略

株主還元を目指しています

People

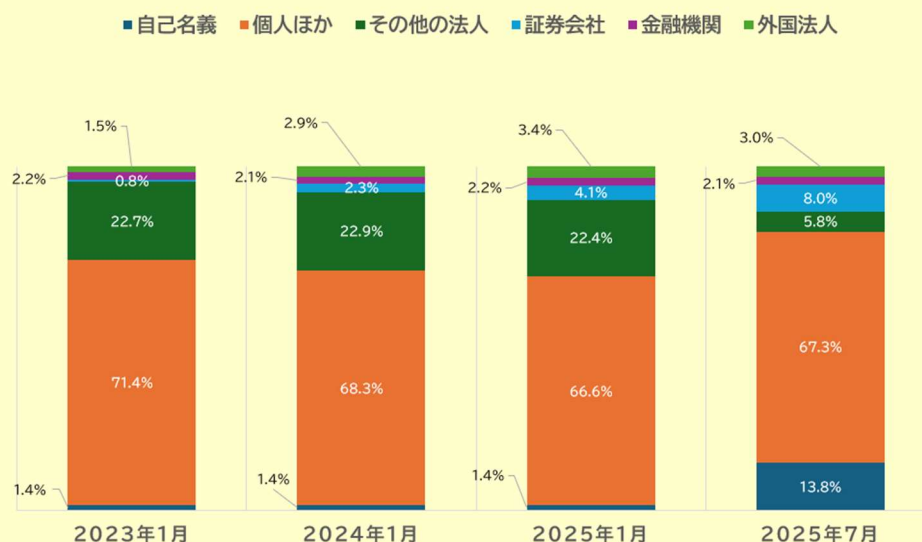
前期に引き続き、当中間会計期間においても経常損失となりましたが、これは事業基盤強化に向けた過渡期であり当社の成長戦略に基づく新事業『好奇心事業』の立ち上げに伴う先行投資(研究開発費、広告宣伝費等)が主な要因です。当社は将来の成長を優先し、短期的な利益にとらわれない投資を行っており、この方針が成果につながるかどうかを、株主・投資家の皆様にご評価いただければ幸いです。

なお、新事業への投資は自社資金で行っており、借入は行っておりません。これらの取り組みにより、中長期的には新たな収益源の確立と企業価値向上を目指しています。

当中間期末における当社の財政状態は、資産合計が18億61百万円、負債合計が1億10百万円、純資産合計が17億51百万円となり、自己資本比率は94.1%と引き続き高水準を維持しています。

資産では、自己株式取得や研究開発等の先行投資により現預金が減少するとともに、保有株式売却に伴って固定資産も減少しました。負債は買掛金や繰延税金負債の減少により、全体として安定的に管理されています。結果として、自己資本比率の高さから安定した財務基盤を維持しており、当社は短期的な変動にとらわれず、中期的な成長に向けた投資を着実に進めることができる状況にあります。

2. 株主構成の推移



People

株主構成の推移について、まず半年前からの変化をご説明いたしますと、

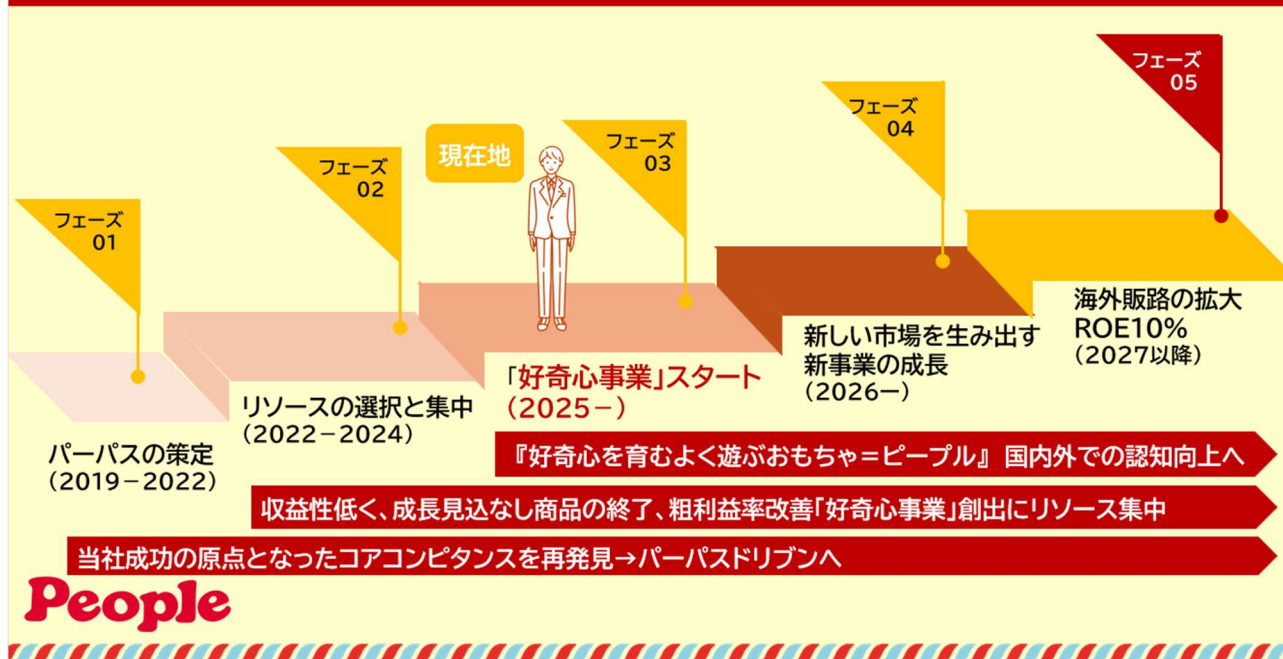
2025年3月18日の取締役会決議に基づき自己株式を取得した結果、自己名義比率は **1.4% → 13.8%** に上昇しました。この取得は、筆頭株主であった株式会社バンダイナムコホールディングスによる当社株式売却に伴うもので、これにより「その他の法人」の保有比率は減少しています。

当社株は中小型株としては一般的な傾向ですが、「**個人ほか**」が約 **7割** を占めております。

ただ、その内訳について当社が実施した株主アンケートによると、株主の約 **4割** が**当社商品のユーザー**であることが判明しました。これは、**当社商品を実際に利用し、魅力を理解して頂いている株主、いわば「ファン株主」が多く存在**することを示しており、株主基盤の安定性・ブランドの信頼性につながる要素と考えられます。

中期経営計画における現在のフェーズは以下の通りでございます。

3. 中期経営計画における現在のフェーズ



続いて、この計画に至った背景と当社の事業戦略について、当社代表よりご説明いたします。

4. 株主・投資家の皆様へ 当社代表より事業戦略についてご説明 1/4



ビープル株式会社
取締役兼代表執行役 桐淵真人

株主・投資家の皆さまには、いつも温かいご支援をいただき、誠にありがとうございます。

おかげさまで私たちは日々多くの学びと挑戦を重ねながら、未来に向けた歩みを進めております。本日は当社の事業戦略について、皆さまにご説明したいと思います。

まず、戦略の背景からお話します。

(1) 令和の子育て観

テクノロジーの進化と共に社会変化のスピードがあがり、先の見通しが立ちにくい現在、教育現場においては子どもには知識を詰め込むことよりも主体的に課題を見つけて解決する力を育てる「探求型」の教育が重要視されつつあります。

こうした教育が重要視されつつあるのは、子どもの個性、つまり生まれ持った「得意」を伸ばすことが将来の社会では他社にとっての価値を生み出せる、すなわち、求められる人材に育つと信じられているからです。

People

4. 株主・投資家の皆様へ 当社代表より事業戦略についてご説明 2/4

子育て家庭の変化として、休日の時間や子育て資金というリソースを、単に子どもにモノを与えることにではなく、子どもが「好き」や「得意」を見つけるキッカケになる体験をさせることに集中させており、この変化が我々おもちゃメーカーを取り巻く市場に影響を与えています。

(2)アフターコロナの乳幼児玩具市場の変化

コロナ渦のような不測の事態下で消費者は、真に必要なモノや心から求めるものだけを選び取る視点でモノをより厳しく選ぶようになります。

乳幼児玩具市場の急激な縮小は、前述の体験への出費に消費意欲がシフトしていることに加え、これまで習慣的、衝動的に買っていたおもちゃに対して本質が問われているものだと考えています。

これは我々おもちゃメーカーが「子どもが良く遊ぶ」という本質的な価値の追求よりも「他社より売れるモノ」という市場で優位性を持つためのマーケティングの理屈でモノづくりをした結果「思ったより遊ばない」「すぐ飽きてしまう」商品を世に出していたことがひとつの原因ではと推測します。

逆に言えば、まだ言葉で表せない乳幼児の「好き」を引き出すような体験を伴い、遊びを通じて没頭できる本質的な価値を持つ玩具にはむしろニーズが高まり、大きなチャンスがあると確信しています。

People

4. 株主・投資家の皆様へ 当社代表より事業戦略についてご説明 3/4

続いて、この背景を踏まえたピープルの中長期事業戦略をお話します。

テクノロジーの進歩、コロナ渦による消費者の行動と価値観の変化により、商品ニーズが変わりつつあることを実感した当社では

フェーズ1: パーパス「子どもの好奇心がはじける瞬間をつくりたい」を掲げる

フェーズ2: ロングセラーではあるものの将来性や収益性が低く、維持に過度なマーケティングコストを要する商材を手放した

現在、フェーズ3として「子どもが驚くほどよく遊ぶ」という本質的な乳幼児玩具の価値を追求するために、徹底して子どもを観察する新事業・新商品開発を「好奇心事業」として進めて参りました。

第一弾「1curiosity(ワンキュリオシティ)」は3年の年月をかけて世界の1歳を観察・研究して開発し、今年5月に発売しました。

本格的な展開はこれからですが、店頭で“遊べるサンプル”に触れた1～3歳のお子さまたちは、自ら遊び方を見つけ、1時間近く集中して遊ぶ姿が見られます。周囲の大人はその様子に驚くとともに、子どもの成長に気づききっかけにもなっています。

People

4. 株主・投資家の皆様へ 当社代表より事業戦略についてご説明 4/4

「(従来のおもちゃに比べ)圧倒的に良く遊ぶ」姿こそ、令和の子育て家庭が求める新しい体験として捉えられ、高額にもかかわらず、他商品と比較することなく、迷わず購入されていることにつながっています。

ただ、子どもに通じる一方、この商品の弱点は、大人にとっては「遊び方が想像できない」ということです。したがってパッケージや広告宣伝を見るだけでは購入につながらないことから、イベントや広報活動を通じて時間をかけて育てていくことが重要と考えています。

つまり好奇心事業とは以下の2点につきます。

- ①子どもを観察・研究し好奇心に基づいた商品開発を通して、圧倒的に良く遊ぶという本質的な価値をもつおもちゃをつくること
- ②子どもたちが自発的に遊びを広げ、夢中で遊ぶ姿を目の当たりにした親御さんは、ピープルのファンとなり、再購入につなげています。こうした体験価値を世界に発信し、ブランド力の向上を目指します。

当社は「好奇心事業」の第一弾として「1curiosity(ワンキュリオシティ)」を丁寧に育てるとともに、第二弾・第三弾の事業開発も着実に進めています。子育て層の新しいニーズに基づく大きなビジネスチャンスをつかみ、株主・投資家の皆さまにより具体的でタイムリーな情報をお届けしてまいります。

People

以降、ご報告いたします内容は以下の通りです。

topics

- 「好奇心事業」の第一弾「1curiosity(ワンキュリオシティ)」シリーズのローンチ(5月7日)
- 「赤ちゃん観察シリーズ」(全5品)等のローンチ(7月1日)
- 「1curiosity(ワンキュリオシティ)」シリーズ 英国の育児・玩具アワードの受賞(8月)
- 海外展開と販路拡大(英国・台湾等)
- ピープル初のデジタル知育サービス「さわるTECH(テック)」のローンチ準備
(2025年10月予定)

People

5. 当中間期新商品と3Q投入予定商品トピックス①

2025年5月7日発売商品

「好奇心事業」
第1弾ローンチ

「1curiosity(ワンキュリオシティ)」



1curiosity
1歳の好奇心がはじけるおもちゃ



モギ・モギ
¥7,700(税込)



フム・フム
¥5,500(税込)



カラ・クル
¥4,400(税込)

オンラインとオフラインの相乗効果

発売後すぐに商品情報を
見た共感者たちが
SNSで意見を拡散



SNSを見た親子が
当社イベントで
遊びを通じて体感し、
購入、その感想を
SNSへ

権威ある英国育児・玩具アワードで受賞



「Independent Toy Awards2025」

金賞受賞

ローンチ直後
2025年8月
立て続けに
受賞



「Absolutely Mama Awards
2025」Best Toy部門

銅賞受賞

People

当社の成長戦略に基づき、持続的に提供する新事業「好奇心事業」の第1弾が2025年5月にローンチしました。

この「1curiosity(ワンキュリオシティ)」シリーズは、発売直後より商品情報をご覧になった子育て層によるSNS拡散により認知が広がり、二子玉川や代官山で開催した体験イベントにも大勢のご家族が来場され、その場での購入につながるケースが多く見られました。

実店舗においては、体験型の店頭サンプルは、子どもの好奇心を引き出すと同時に、親が商品の魅力を実感するきっかけとなり、購買行動を後押ししています。

このように **SNS(オンライン)**と**店頭サンプル体験(オフライン)**の相乗的な効果が出ています。

また日本に続きローンチした英国において早くも高い評価を得ており、英国の独立系玩具店が選定する「Independent Toy Awards2025」で金賞を受賞、さらに英国の育児誌「Absolutoly Mama」主催の玩具部門アワードで銅賞を受賞しました。

これらの1curiosityの受賞は「**正解のない自由な遊び**」というオープンエンドなコンセプトが世界共通に受け入れられることを裏付けました。

プロモーション戦略は当中間期に引き続き3Qでは乳幼児向け雑誌への広告出稿、主要なデジタル広告プラットフォームを通じて出稿を計画しており、ターゲットへの認知拡大や購入喚起に努めて参ります。

商品販促活動の一環として、英国アワードの受賞実績を示すシールを国内商品にも貼付し、国内でも商品価値の訴求を強め、販売拡大への貢献を目指しています。

5. 当中間期新商品と3Q投入予定商品トピックス②

2025年7月1日発売商品

「赤ちゃん観察シリーズ」全5品

当社独自の「赤ちゃん観察」から着想したおもちゃシリーズ



ひかりのリング
¥1,430(税込)



一度持ったら…放さない
ディスク ¥1,980(税込)



ぐずびたマラカス
¥1,980(税込)



なめかみボール
¥1,980(税込)



やみつきカミカミ
¥1,980(税込)

「こども専用ICカード P♪siyoca(ピッしよか)」



やってみたかった
“ピッ”体験を思う存分に！
ぐんぐん好奇心を育みます



こども専用ICカード P♪siyoca(ピッしよか)
¥2,200(税込)

一般の玩具流通に加え、
鉄道博物館や鉄道グッズ
専門店などにも
お取り扱い店舗が
広がっております。

People

2025年7月1日にローンチの「赤ちゃん観察シリーズ」(全5品)は、当社創業以来の「赤ちゃん観察」(赤ちゃんの毎日のしぐさや反応をじっくり観察)という独自の視点による乳幼児の成長や好奇心に寄り添った商品開発から生まれました。

赤ちゃんが好きな厚さや重さ、やわらかさ、サイズ感まで、“ちょうどいい”をとことん追求することで、思わず手が伸びて、夢中になる——赤ちゃんに寄り添ってつくったシリーズです。

同日発売の「こども専用 IC カード P♪siyoca(ピッしよか)」は大人が IC カードをタッチする様子を見て、その行為に強い好奇心を持つ1歳半頃をターゲットに開発した商品。

おでかけ先の改札や、お買いものの会計での IC カードの非接触タッチは子どもにとっても日常の光景となり、デジタル体験である“タッチ動作”を思う存分することで、その好奇心をぐんぐん伸ばします。

この商品特性により当社ではこれまで取引のなかった鉄道博物館や鉄道グッズ専門店でも取り扱って頂いております。プロモーション戦略は3Qに育児情報に強いオンラインメディアでのタイアップ広告も計画しており、ターゲットへの認知拡大や購入喚起に努めて参ります。

5. 当中間期新商品と3Q投入予定商品トピックス③

2025年10月よりサービス開始予定

ピープル初のデジタル知育サービス 「さわるTECH(テック)」



- 自動車部品メーカー大手 **(株)東海理化**との共同開発
- 最新の**ハプティクス技術**(※1)を活用した「**感触ペン**」(※2)
- ※1: 触覚を人工的に生み出し、疑似的に再現する技術
※2: 特許出願済
- 専用アプリで楽しめるデジタルサービスを**サブスクリプション形式**で展開

People

既に2025年8月21日に以下プレスリリースで告知しておりますが

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000238.000045493.html>

2025年10月(予定)、当社初のデジタル知育サービス(サブスクリプション形式)
「**さわる TECH(テック)**」開始を計画中です(9月下旬～公式HP内にて予約受付予定)

子どもたちにとってスマートフォンやタブレットといったデジタルデバイスは身近な存在であり、当社としては、子どもたちにこれらとどう関わらせるか？そこから能動的な遊びや学びをどう引き出すにはどうしたらいいか？と、現代の子どもたちの好奇心について研究を続け、生まれたのが「さわるTECH」です。

3歳頃までの幼児期は「感触」が大人よりも敏感であり、**感触の体験を追加することで能動的に考えたり、集中する力が育まれていく**という考えから、(株)東海理化と共同開発を行い、最新のハプティクス技術を活用した「感触ペン」が誕生しました。

日常生活で子どもが興味を抱くけど、なかなかリアルに体験できない「包丁でモノを切る感触」「生き物の感触」「ラケットに当てる感触」など200種類以上の感触が「感触ペン」によって再現され、デジタルだから何の制約もなく楽しめます(発売時はiPad専用で展開)。

※ご家庭のiPadにアプリをダウンロードして遊びます(3か月間のアプリ教材配信)

当該サービス開始後の動向については**第3四半期決算短信にてご報告**申し上げます予定です。

「さわる TECH(テック)」

公式HP: <https://sawarutech.com/>

公式インスタグラム: <https://www.instagram.com/sawarutech/>

6. 海外展開と販路拡大



【英国】
2025年9月26・27日開催
Childcare & Education Expo
Midlands(UK)への出展

現地の幼児教育・保育従事者たちが
来場する保育の展示会
国内で最も長く続く幼児教育イベント

【台湾】
英国に続いてローンチ。現地での既存
販売商品の実績を背景に、新商品の成
長にも期待を込めています。

【タイ】
首都バンコク「サイアム高島屋」におい
て、メーカーが競って獲得を目指す
おもちゃ売場スペースでの当社展開が
スタート。現地での認知拡大に期待

People

英国においては2025年8月に前述の通り、「1curiosity(ワンキュリオシティ)」シリーズ
の受賞実績を追い風に、英国内での販路拡大を図ってまいります。

まず、ローンチ前の今年の2月に大勢の**幼児教育・保育従事者の方々に高評価を受けた「Childcare & Education Expo Midlands(UK)」**に発売後に満を持して再出展し、本格展開に弾みをつけていきます。

台湾においても「1curiosity(ワンキュリオシティ)」シリーズがようやく店頭に陳列され始めました。現地市場に精通したパートナー代理店の協力もあり、当社知育・ベビー商品の現地での実績は高いため、同シリーズの市場浸透にも期待を寄せております。

参入から日が浅いタイの市場においても、現地代理店の積極的な働きかけにより販路開拓が進み、**首都バンコクの高島屋で「お米のおもちゃ」「指先の知育」「ノンキャラ良品」と国内定番3シリーズの取扱いがスタート**しました。これに続き、その他新アイテムも導入されるよう商談を進めて参ります。

これら3つの地域について順調な滑り出しを見せていますが、まだ初期段階であるため慎重に見守るとともに、その他の国への展開も引き続き進めてまいります。

7. 子どもの好奇心を起点とした当社の社会的価値創造



当社の SDGs の具体的な取り組み

1. 創造性と多様性を尊重する社会の育成

当社のおもちゃを通じて、子どもたちが自由に発想し、多様な価値観を理解できる環境を提供します。

2. デジタルとつながる「遊びながら伸びる好奇心」

新商品「さわる TECH」「こども専用 IC カード P♪siyoca(ピッしよか)」などにより、デジタル体験を通して、子どもたちの好奇心や学ぶ意欲を自然に引き出します。同時に保護者の多くのデジタル依存への懸念、デジタルリテラシーへの不安という社会課題を払拭します。

3. 社会全体への好奇心の意義の共有

子どもの好奇心が育つことの社会的価値を広く発信し、教育や家庭はもちろん、社会全体に共感の輪を広げて参ります。

8. 年末商戦を見据えた第3四半期累計期間 業績見通し

2026年1月期第3四半期累計期間業績予想 (2025年1月21日～2025年10月20日)

売上高

1,089百万円(対前年同四半期増減率:△12, 5%)

営業利益

△206百万円(対前年同四半期増減率:―%)

経常利益

△206百万円(対前年同四半期増減率:―%)

当期純利益

△22百万円(対前年同四半期増減率:―%)

People

中期経営計画でご説明いたしました通り、当社の成長戦略に基づく新事業「好奇心事業」ローンチ計画の過渡期であり、**第3四半期累計期間においても費用先行型の業績が継続**する見通しです。

低迷する市場からの脱却のため、「普遍的な子どもの好奇心」をはじけさせるきっかけとなるモノづくりにおいて、当社の強みを活かし業績回復を目指します。

次期累計期間においても全体業績は厳しい状況ですが、クリスマス商戦に向けて国内流通ではポジティブなトピックスもございます。「1curiosity」シリーズから好調アイテムが選定され、主要チェーンでの定番商品として取扱い店舗が大幅拡大することが決まり、安定した販売が期待できます。また、7月下旬に発売した高価格帯ピタゴラスシリーズの新製品も、平月にもかかわらず良好な立ち上がりを示しており当期の年末商材として期待を高めております。

本日は当社の決算ハイライトをご覧いただき、誠にありがとうございました。

私たちは「子どもの好奇心を育む」というパーパスのもと、持続的な成長と企業価値の向上に向けて挑戦を続けてまいります。引き続き、温かいご支援を賜れますようお願い申し上げます。

ピープルのIR情報

当社のIR情報はTDnetでの情報開示に加え以下、IRサイトやX(旧Twitter)より発信しています。

◆ IRサイト



<https://www.people-kk.co.jp/investorrelations/>

◆IR公式 X



<https://x.com/People7865> IR

People

◆IR 情報に関するお問い合わせ先

ピープル株式会社 IR チーム 小岩朋紀 ir@people-kk.co.jp