

2025年12月24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) 第3四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) 第3四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 第3四半期累計期間 業績概要
2. 当期の業績と事業の状況について
3. 中期経営計画における現在のフェーズ
4. 第3四半期 商品トピックス
5. 子どもの好奇心を起点とした当社の社会的価値創造
6. 第 49 期通期業績見通し

■第3四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6回ピープルIR 会社説明資料

第49期(2026年1月期) 第3四半期 決算ハイライト

2025年12月24日

ピープル株式会社
取締役兼代表執行役 桐淵真人

People



目次

1. 2026年1月期 第3四半期累計期間 業績概要
2. 当期の業績と事業の状況について
3. 中期経営計画における現在のフェーズ
4. 第3四半期 商品トピックス
5. 子どもの好奇心を起点とした当社の社会的価値創造
6. 第49期通期業績見通し

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月期第3四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 第3四半期累計期間 業績概要①

短期は減収減益だが、収益構造改革は進展し、健全な財務基盤

売上高 1,048 百万円(前年同期比:△15.8%)

売上総利益 475 百万円(前年同期比:△20.3%)

経常利益 △211 百万円(前年同期比: -%)

四半期純利益
(累計) △27 百万円(前年同期比: -%)

自己資金で挑む「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 第3四半期累計期間 業績概要②

(単位:百万円)

貸借対照表

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

	前事業年度末 (2025年1月20日)	当第3四半期末 (2025年10月20日)	増減率
流動資産	1,969	1,643	△16.6%
現金及び預金	1,441	1,058	△26.6%
売掛金	212	181	△14.6%
その他資産	316	404	27.8%
固定資産	331	190	△42.6%
有形固定資産	53	39	△26.4%
無形固定資産	36	33	△8.3%
投資その他の資産	242	118	△51.2%
資産合計	2,300	1,834	△20.3%
流動負債	133	110	△17.3%
固定負債	39	6	△84.6%
負債合計	172	116	△32.6%
純資産合計	2,128	1,717	△19.3%
負債純資産合計	2,300	1,834	△20.3%
自己資本比率	92.5%	93.7%	1.2%

People

前期および当中間会計期間に引き続き、第3四半期累計期間においても経常損失となっております。これは、当社の成長戦略に基づく新事業「好奇心事業」の立ち上げに伴い、研究開発費や広告宣伝費等の先行投資を継続していることが主な要因です。

当社は、短期的な利益確保よりも将来の成長基盤構築を優先する方針のもと、計画的かつ自己資金による投資を行っており、この方針に変更はありません。

第3四半期末における財政状態につきましては、自己株式の取得や研究開発等の先行投資の実施により、現金及び預金が減少したほか、保有株式の売却に伴い固定資産も減少しております。

一方、負債については、買掛金や繰延税金負債の減少などにより、財務面は健全な状態を維持しています。

以上のとおり、第3四半期末においても自己資本比率は高水準を維持しており、財務基盤の健全性に大きな変化はございません。

当社は、外部借入に依存することなく、短期的な業績変動に左右されない安定した財務体質のもとで、中長期的な成長に向けた投資を継続できる状況にあります。

2. 当期の業績と事業の状況について

減益は、新規事業の立ち上げに伴う先行投資によるもの 定番商品は安定して推移



当社のビジネスは、継続的な検証と改善を重ねながら育てていくモデルです



健全な財務体質で、成長投資を支えています



市場評価に対する当社の認識



People

つづいて、当期の業績と事業の状況を4つのポイントでご説明いたします。

■ 減益は先行投資によるもの。定番商品は安定して推移

前期に引き続き、当期も減益となりましたが、主力となる定番商品は引き続き安定して売れており、事業の土台そのものが崩れている状況ではありません。

減益の主な理由は、将来の売上につながる新商品の開発や市場調査などに、あらかじめコストをかけているためです。いわば「今は準備期間」という位置づけになります。

■ 当社のビジネスは継続的な検証と改善を重ねながら、中長期で育てていくものです。

当社はこれまでも仮説に基づく検証と改善を重ねながら、時間をかけて定番化を目指してきました。

当社にしか見つけられない価値と、子どもの成長や好奇心に通じる、時代を超えて通用する要素を形にしていきます。このように長く売れ続ける商品・サービスとして育てていくことが、私たちの事業の考え方です。

■ 健全な財務体質で、成長投資を支えています

新しい取り組みにはコストがかかりますが、当社は自己資本や現預金を十分に確保しており、仮に新商品の立ち上がりが見込めず遅れた場合でも、会社の経営や財務に大きな影響が出る状況ではありません。無理な拡大や借入に頼らず、身の丈に合った形で成長への準備を進めています。

■ PBR1 倍割れは、成長投資局面における一時的な評価と捉えています

当社の株価は PBR1 倍をやや下回る水準にあります。これは会社の価値そのものが毀損しているというよりも、将来の成長が一時的に見えにくくなっていることが要因だと考えています。

当社は、長年にわたり安定して売れ続ける定番商品を育てることで事業を成長させてきました。現在も、その定番商品群が収益の土台として機能しております。

一方で、将来に向けた新商品の開発や市場開拓を進めているため、足下では利益が抑えられています。

この結果、ROEが一時的に低下し、PBRが1倍を下回る形になっています。

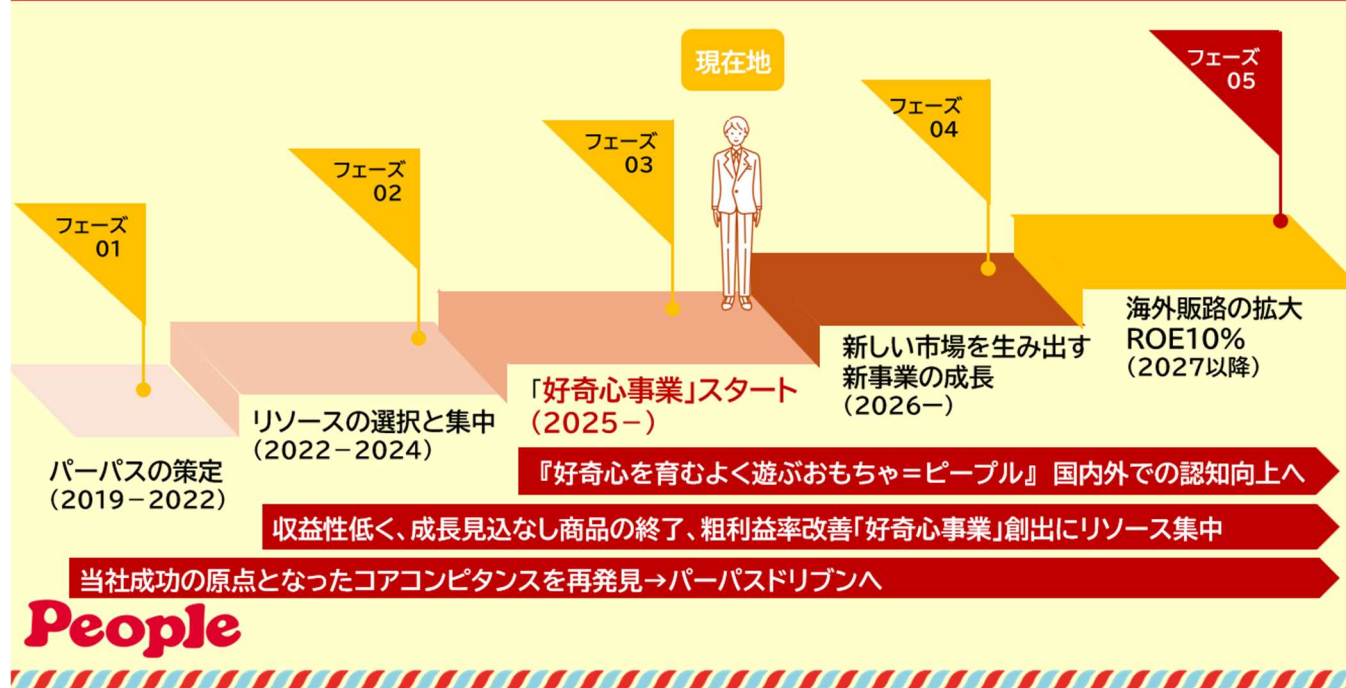
ただし、これは無理な投資や失敗によるものではなく、当社がこれまで商品を定番化させるためにしてきた先行投資と変わりません。

したがって、業績の下振れリスクは限定的であり、将来的に新たな定番商品が育てば、利益水準の回復とともに企業価値の評価も見直されていく可能性があります。

当社としては、短期的な数字だけではなく、中長期での事業価値向上を重視しており、現在の PBR 水準はその過程にある一局面だと捉えています。

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



- ①「1curiosity(ワンキュリオシティ)」シリーズ
(1歳の好奇心)への好奇心展 ～本当によく遊ぶおもちゃの作り方～ 開催、販路拡大
- ②ピープル初のデジタル知育サービス
「さわるTECH(テック)」アーリーアクセスコース ローンチと受賞
- ③海外展開と販路拡大(英国・アジア等)

People

4. 第3四半期商品トピックス①

8日間で600名が体験、展示会を通じた「好奇心」のブランドイメージ確立



「1歳の好奇心」への好奇心展
～本当によく遊ぶおもちゃの作り方～

2025年10月19日(日)～26日(日)

開催時間 11:15～17:00 (入場は16:30まで)
会場 HOME/WORK VILLAGE
入場料 1,000円 (高校生以下無料)

「好奇心事業」
第1弾ローンチ



People

10/19(日)～26(日) 池尻 HOME/WORK VILLAGE にて開催いたしました「(1歳の好奇心)への好奇心」展は、好奇心事業第1弾「1curiosity」のコンセプトへの共感獲得を目的に実施した企画展であり、わずか8日間の開催で約600名のお客様が来場してくださいました。

本企画に関するPR TIMESでのリリースは、限定的な企画であるにもかかわらず、約1か月で1,900ビューを記録しました。また、インフルエンサーによるXでの自発的な発信が見られるなど、オンライン上での自然拡散が確認されています。

加えて、会場最寄り沿線で実施したOOH施策も来場喚起に寄与し、オンラインとオフラインを連動させた情報接触が効果的に機能したと捉えています。

今回、商品化に約3年をかけた好奇心事業「1curiosity」を題材に、ピープルのおもちゃ開発の裏側を初めて公開しました。その結果、子育て中のご家族のほかにも、プロダクトデザインや新事業開発に携わっている方、保育教育関係者、学生など、普段のイベントでは接触できない新しい層にもピープルブランドの認知/私たちの商品開発における想いをお届けできる機会となりました。

https://note.com/people_pr/n/ncdf9f93d2d62?sub_rt=share_sb

4. 第3四半期商品トピックス①



モギ・モギ
¥7,700(税込)



フム・フム
¥5,500(税込)



カラ・クル
¥4,400(税込)

導入店舗での実績を受けて、徐々に取扱い拡大



評価の高い商品の展開や売場づくりを工夫することから、改めて取扱い拡大に向けた動き



自社EC以外にも取扱い拡大



専用什器での取扱店舗増

複数チャネルで進む販売展開と認知拡大



クリスマス商戦に合わせて百貨店カタログや人気セレクトショップのPOPUP展開など、リアル・オンライン双方で販路が拡大



People

「1curiosity」シリーズの国内ローンチ当初は、各店舗が市場の反応を慎重に見極めていたため導入は限定的でしたが、他店舗での展開状況や実績を受け、徐々に取扱いが拡大しています。

クリスマスシーズンに百貨店共通カタログへの掲載が決定したほか、乳幼児用品を扱う人気セレクトショップのPOPUP ショップでも取り扱われるなど、オフラインでの露出が広がっています。加えて、これまで自社ECに限定していたオンライン販売についても、他ECプラットフォームでの展開を開始し、販路の裾野が拡大しました。一方で、ECチャネルの拡大に伴う価格コントロールの重要性については認識しており、ブランド価値を毀損しない形での運用を重視していきます。

プロモーション戦略は引き続き3Qでも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。

4. 第3四半期商品トピックス②

2025年10月24日～ アーリーアクセス(※)コース(EC販売) スタート

※一般販売よりも早く、限定的に商品を使っていただく先行体験



<https://sawarutech.com/>

People

ピープル初のデジタル知育サービス 「さわるTECH(テック)」

2歳前後でサブスクリプションサービス(習い事)に出費意欲のある父母がSNSで見つけて、感触遊びで好奇心が育つこと(リアルな体験・プロの教え)に惹かれ初めてのデジタル遊びとして購入



アーリーアクセスコースは好評につき
完売しております。本発売に向けて準備中です

4. 第3四半期商品トピックス②

外部評価が示す「さわるTECH」の可能性



日本e-Learning大賞2025
大賞(最優秀賞)



デジタルえほんアワード第11回
「いしかわこうじ賞」



第6回 AES GLOBAL AWARD
「Platinum賞」

3つのアワードはいずれも、世界中の幅広いデジタルコンテンツを対象とした評価です。
「さわるTECH」が選出された背景には、触覚を取り入れるなど、新しいデジタル体験への
世界的なニーズの高まりがあると考えています。

People

2025年10月24日～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)」アーリーアクセスコース(EC販売)をスタートしました(完売、本発売に向けて準備中)

「さわるTECH(テック)」

公式HP: <https://sawarutech.com/>

公式Instagram: <https://www.instagram.com/sawarutech/>

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、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)

冒頭でも申し上げました通り、アーリーアクセスコースの予約がカートオープンから 13 分で即完売したことから「さわる TECH」は、従来の当社おもちゃでは接点を持ちにくかった、サブスクリプション型の購買に親和性の高い消費者との新たな接点を生み出せたことが分かります。

実際にアーリーアクセスコース利用中のユーザーの半数以上からは、子どもが熱中してよく遊ぶと評価を頂き、子どもたちが降園後の夕方の忙しい時間の遊び相手として重宝されていることも分かりました。ただ一方で遊びの新しさから他のデジタル教材と比べて遊び勝手が分からないというご意見も頂いたことから、次の開発に向けた課題としたいと考えております。

また、今回受賞した 3 つのアワードはいずれも、国内外を問わず、子ども向けから大人向けまで幅広いデジタルコンテンツを対象とした国際的な評価です。

その中で当社の「さわる TECH」が選出されたことは、**触覚を活用したデジタル体験が、年齢や国境を超えて求められていることの表れ**であると受け止めています。

世界的にデジタルコンテンツ需要が拡大する中、当社の取り組みはその潮流と合致していると考えています。

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000246.000045493.html>

4. 海外展開と販路拡大

【英国】

オンライン販売が中心。
SNS広告経由で販売増。
ロンドン近郊では体験イベントを開催中
<https://www.instagram.com/p/DRvBUmrjbUB/>

【リトアニア】

インフルエンサーとのインスタライブ配信や
展示会でのお披露目など、積極的なプロモーションを展開中
<https://www.instagram.com/japoko.lt/>

【マレーシア】

クアラルンプールの高級ショッピングモール「The Garden Mall」内のToy8 Playground(※)にて、1curiosity「フムフム」「カラクル」、ピタゴラス、ねじハピ販売スタート。遊び場にもピタゴラス、全身でブロックを置いて頂いています

People

※マレーシアで唯一、臨床発達心理士が常駐している日本語で発達相談ができるプレイグラウンド



【ベトナム】

オンライン販売開始。ライブコマースも準備中

【タイ】

純国産 お米のおもちゃ

前回中間ハイライトでお知らせした首都バンコク「サイアム高島屋」でのピープルコーナー「お米のおもちゃ」が好評！さらにピタゴラスの導入についても商談中



当社の好奇心事業「1curiosity(ワンキュリオシティ)」は、国・地域ごとの市場特性に応じた展開を進めており、オンライン販売、体験機会の創出、現地パートナーとの協業など、多様な形で認知拡大が進んでいます。

英国では、8月の受賞実績を追い風に、オンライン販売を中心に展開しており、SNS広告を起点とした販売が伸びています。あわせて、ロンドン近郊において体験イベントを開催するなど、デジタルとリアルを組み合わせたアプローチを進めています。

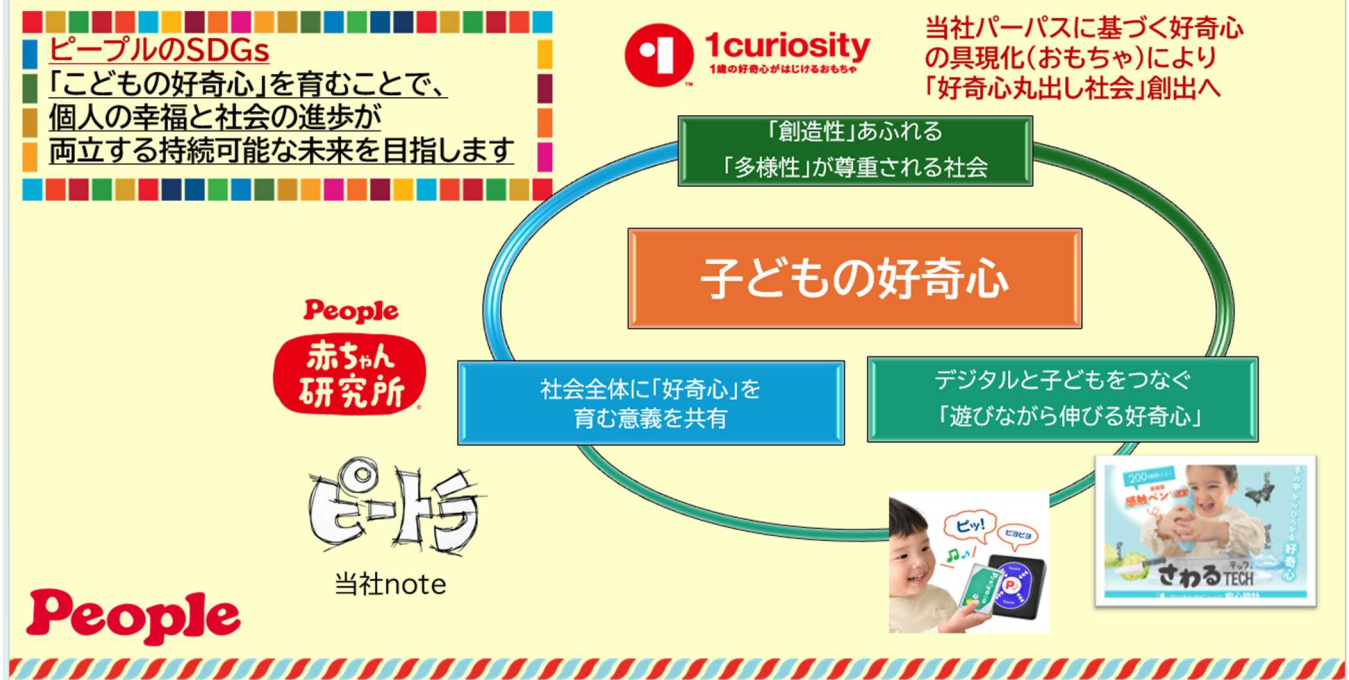
リトアニアでは、現地インフルエンサーとのInstagramライブ配信や展示会でのお披露目など、プロモーション主導での市場開拓を積極的に行っており、ブランド認知の向上を図っています。

ベトナムでは、オンライン販売を開始しており、今後はライブコマースの活用も視野に入れるなど、現地の購買行動に即した販売手法の検証を進めています。

マレーシアでは、クアラルンプールの高級ショッピングモールであるThe Gardens Mall内のToy8 Playgroundにおいて、「1curiosity」の複数商品に加え、ピタゴラス、ねじハピの販売を開始しました。あわせて、遊び場内にピタゴラスを導入し、実体験を通じた価値訴求を行っています。同施設は、マレーシアで唯一、臨床発達心理士が常駐し、日本語で発達相談が可能なプレイグラウンドであり、当社の思想との親和性が高い拠点となっています。

なお、タイにおいては、前回中間期ハイライトでお知らせした通り、バンコクのサイアム高島屋内ピープルコーナーにて「お米のおもちゃ」が好評を得ており、さらにピタゴラスの導入についても商談を進めています。

5. 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(ピツしよか)」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。

6. 第49期通期(2025年1月21日～2026年1月20日)業績見通し

2026年1月期通期業績予想(2025年12月1日公表)

売上高	1,630百万円(対前年同期増減率:△14.9%)
営業利益	△189百万円(対前年同期増減率:―%)
経常利益	△189百万円(対前年同四半期増減率:―%)
当期純利益	△4百万円(対前年同四半期増減率:―%)

People

当社は現在、事業改革の途上にあり、成長基盤の構築を優先した先行投資を継続していることから、通期では営業損失、経常損失、当期純損失を見込んでおります。

このため、当期の利益還元につきましては財務基盤の安定維持を優先し、無配とする予定です。

一方で、当社は抜本的な事業改革を通じて、高採算商品の比率向上と損益分岐点の低下に継続して取り組んでおり、新商品のヒットが業績改善に直結する、利益の出やすい収益構造への転換を進めております。短期的には市場環境の影響を受けるものの、収益構造の改善が進むことで、将来的な業績回復余地は拡大すると考えています。

また、中長期的な成長の源泉として、研究開発費を中心とした投資を継続しており、デジタル知育サービスである「さわる TECH」や、来春ローンチ予定の好奇心事業新シリーズを通じて、新たな収益機会の創出を確実なものとし、当社は、「新商品のヒットを通じて、長期的に安定した利益構造を確立する」という戦略のもと、目標達成に向けて着実に取り組んでまいります。

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「子どもの好奇心がはじける瞬間をつくりたい」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/People7865IR>

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