2026年12月期
第3四半期 決算説明資料

2026年11月11日

株式会社キッズスター

（証券コード：248A）

1 2026年12月期 第3四半期業績 (P3~)

2 2026年12月期 第3四半期トピックス (P11~)

～収益性と成長力の回復に向けた対応～

2026年12月期 第3四半期業績

業績概要 第3四半期

- 「ごっこランド」のストック収入は安定的に推移したものの、前期に計上したスポット案件（受託案件）の反動減とリアルイベントの開催時期ズレにより減収
- 収益性と成長力の回復に向けた人件費、減価償却費及び広告宣伝費等の増加により営業利益・四半期純利益は前年同期比で減少

（単位：百万円）

	2025/12期				2026/12期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	前年同期比
売上高	291	289	304	271	253	251	260	85.6%
営業利益	62	88	70	26	29	25	32	46.2%
四半期純利益	41	55	44	16	21	13	18	41.2%

業績概要 第3四半期累計期間及び通期業績予想

- 進捗ビハインドの最大の要因は大型リアルイベントの開催形態変更による売上計上の縮小。加えて、ごっこランド（デジタル）の新規出店の下期集中、ごっこランドEXPO（リアル）の時期ズレも影響
- 売上は開催形態変更の影響を受けるものの、費用コントロールにより利益は通期業績予想とおおむね同水準で進捗

（単位：百万円）

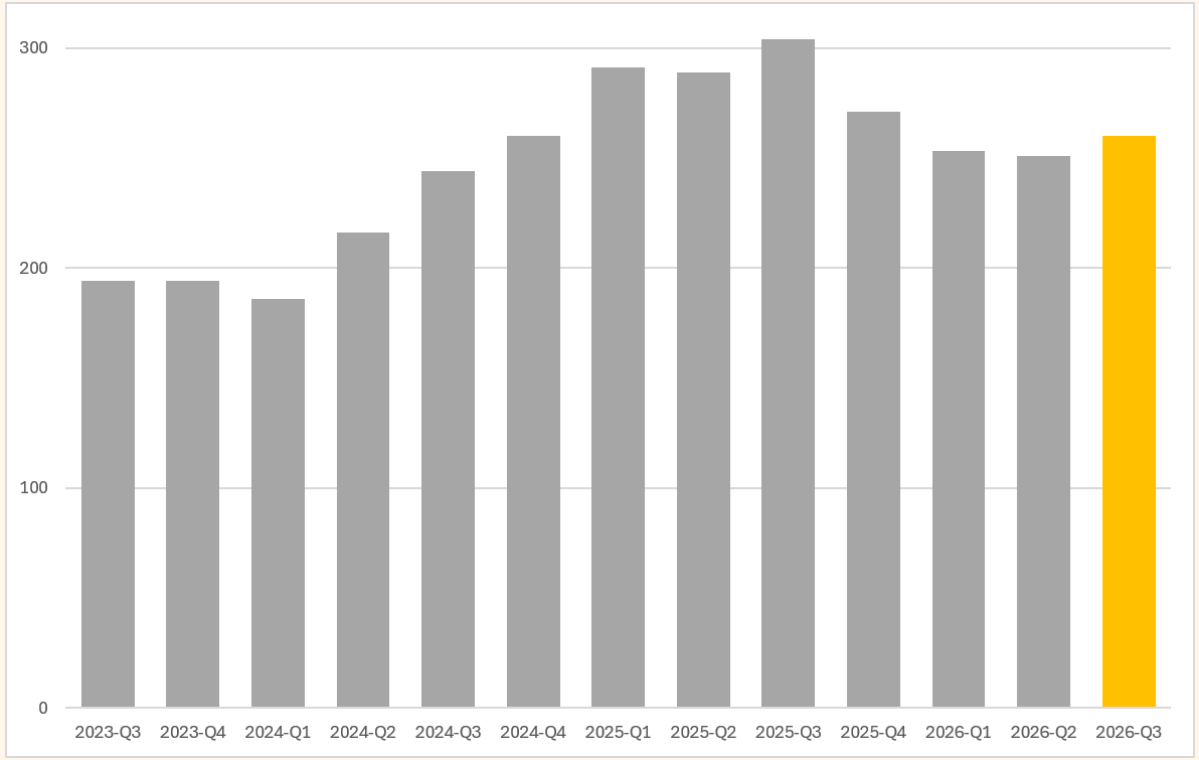
	2025/12期		2026/12期			
	Q3累計	通期実績	Q3累計	前年同期比	通期計画 2月13日公表値	予想 進捗率
売上高	885	1,157	766	86.5%	1,176	65.2%
営業利益	221	248	87	39.7%	119	73.3%
当期(四半期) 純利益	141	157	52	37.3%	71	73.9%

四半期業績推移

- ストック収入である「ごっこランド」は堅調に推移
- 収益性と成長力の回復に向けた戦略的投資（コスト増）を継続する一方、費用はコントロールしており、利益は前四半期を上回る水準で推移

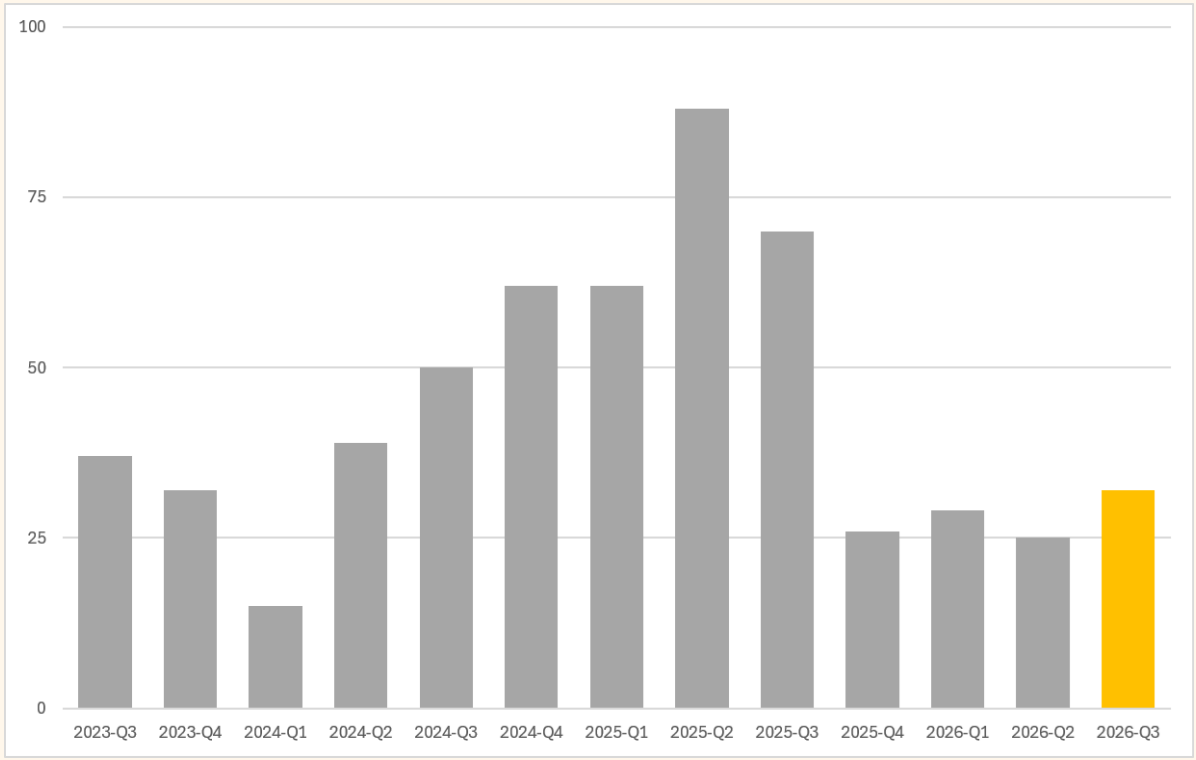
売上高の四半期推移

（単位：百万円）



営業利益の四半期推移

（単位：百万円）

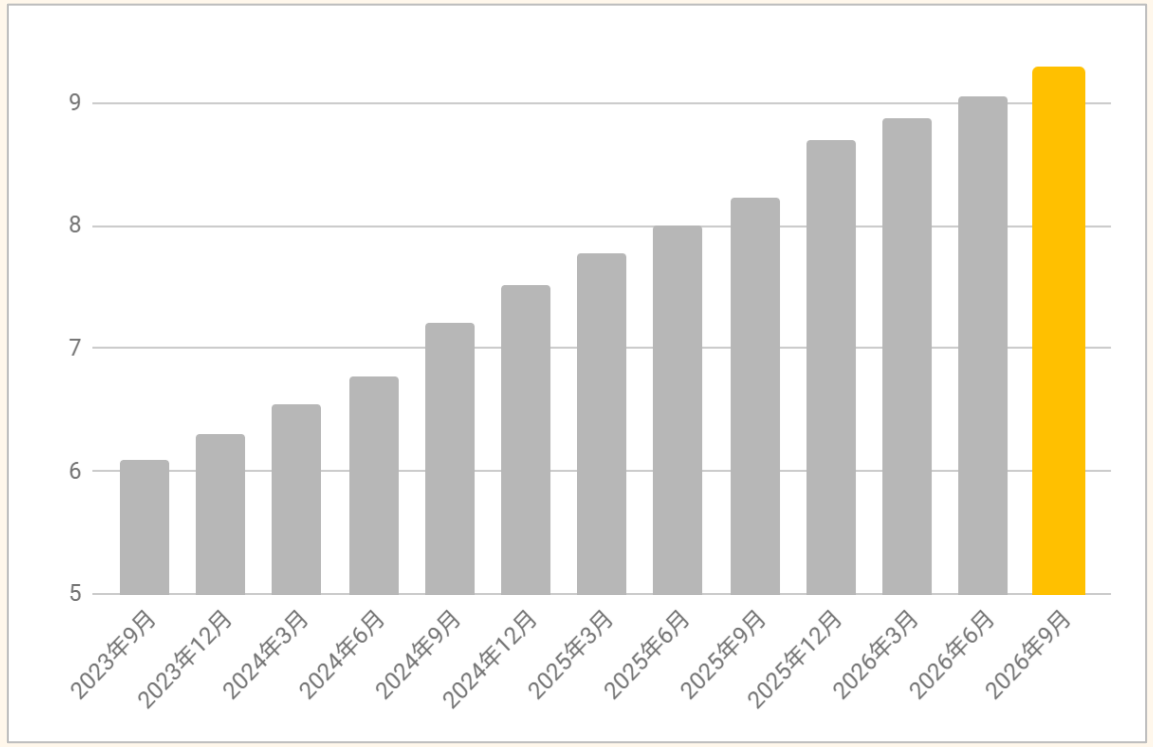


「ごっこランド」の累計ダウンロード数とプレイ回数の推移

- プレイ回数は、5月28日のホーム画面改修および7月以降のパウ・パトロールコラボ等の効果により回復基調
- 第4四半期においても人気IPとのコラボや、アプリ改修を実施し、更なるプレイ回数の回復を図る

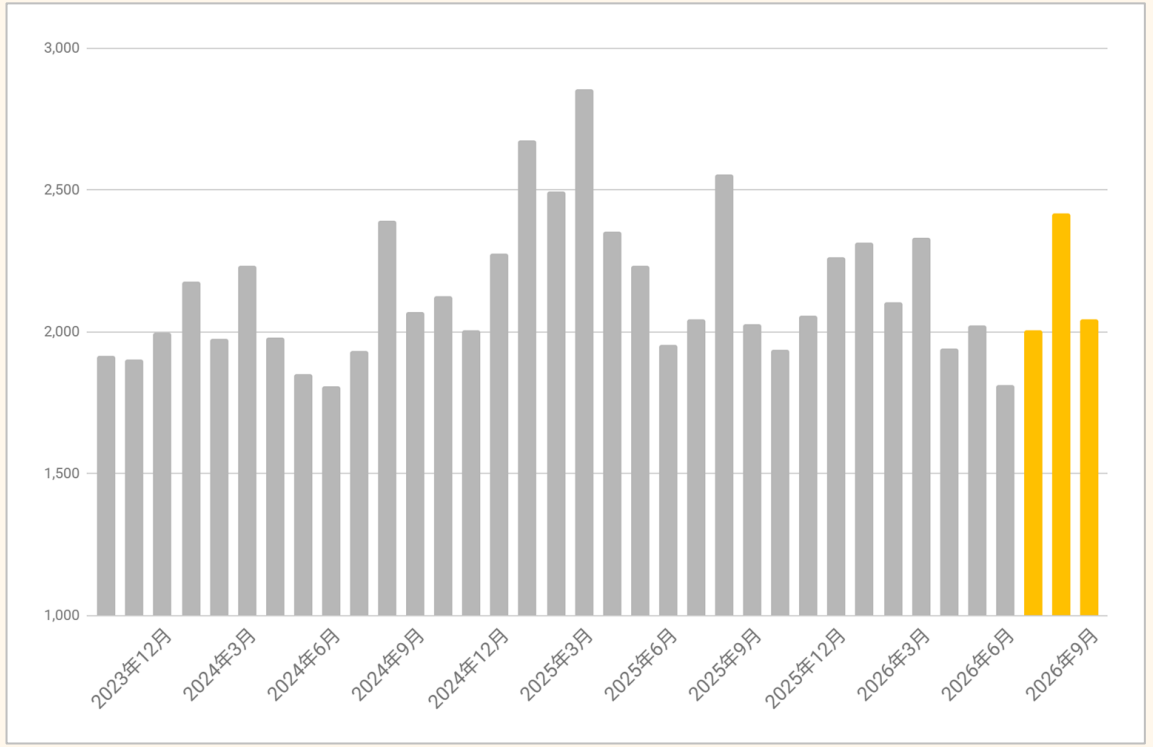
累計ダウンロード数の四半期推移

（単位：百万端末）



プレイ回数の月次推移

（単位：万回）

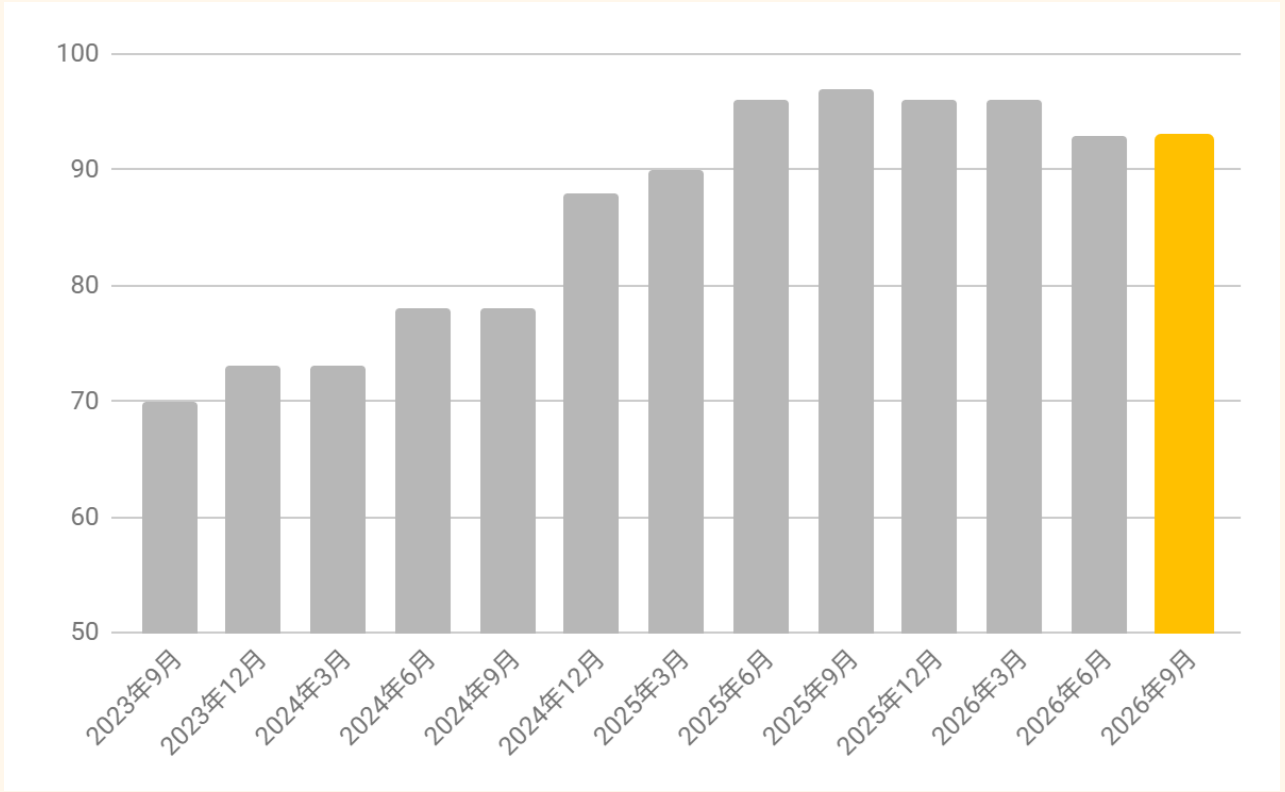


「ごっこランド」のパビリオン数の推移

- 出店数は93店で着地。新規出店数は9店獲得したものの、退店数が12店となり第3四半期末時点で差し引き△3店となった
- 退店については円安や原材料価格高騰などに伴う、クライアント企業の広告方針の見直しの影響

パビリオン数の推移

（単位：店）

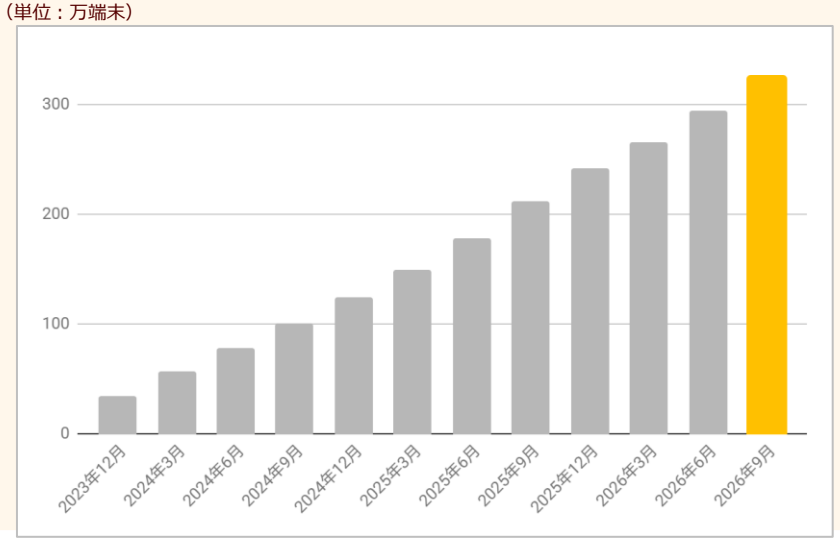


「Gokko World」の累計ダウンロード数とプレイ回数の推移

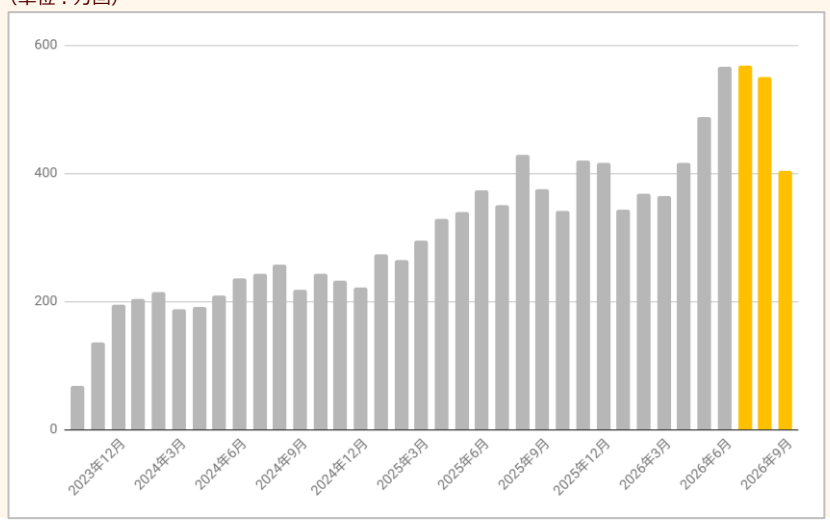
- ベトナム、タイ、インドネシアいずれも、累計ダウンロード数/プレイ回数ともに順調に伸長
- ベトナム版は、5月にリリースしたドラえもんコラボの効果により5月以降のプレイ回数が大きく伸長

ベトナム

累計ダウンロード数の四半期推移



プレイ回数の月次推移



タイ

累計DL **52万**　月間プレイ回数 **170万回**

- リリース直後にAndroidゲーム教育部門でランキング1位を獲得
- 日系・現地大手企業を中心に営業を展開

インドネシア

累計DL **104万**　月間プレイ回数 **223万回**

- 人口ボーナス市場の追い風もあり、想定以上のダウンロード数を獲得
- 提供価値の現地最適化と営業体制構築を加速

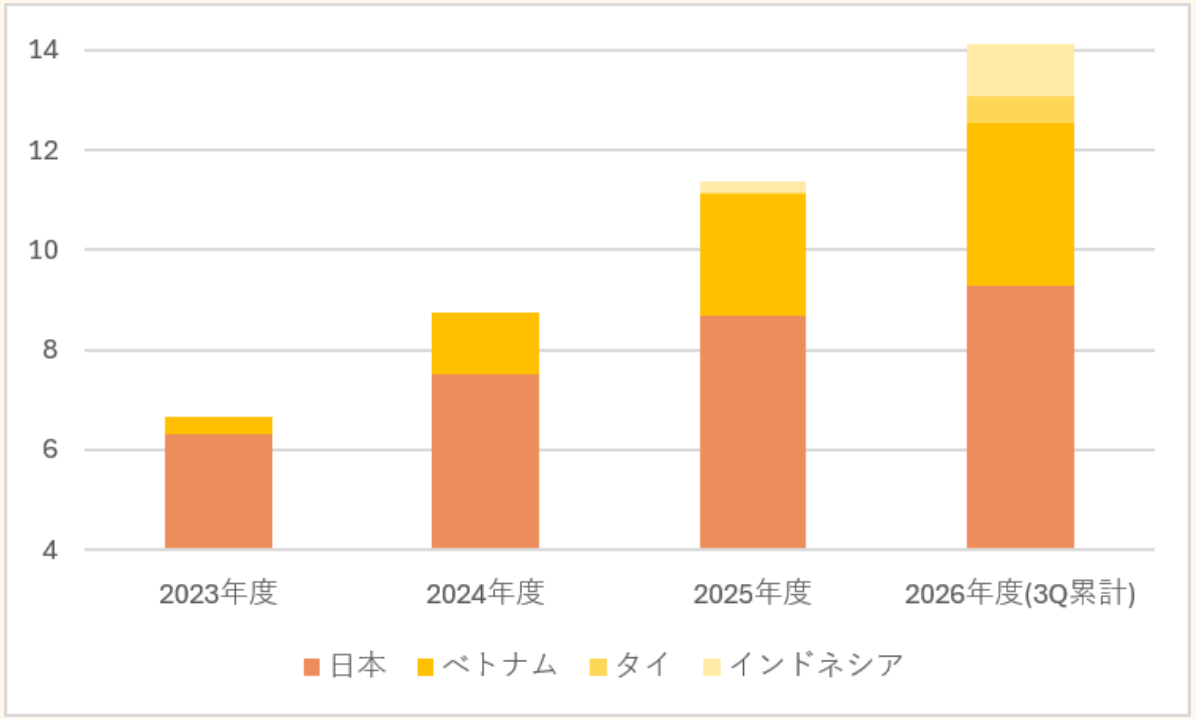
※累計DL:2026年9月末時点、月間プレイ回数:2026年1月～9月の月間平均プレイ回数

全世界の累計ダウンロード数とプレイ回数の推移

- 全世界ベースの累計ダウンロード数・プレイ回数は着実に伸長し、国内市場の成熟を海外が補完
- 一方、海外事業の本格的な収益化（出店獲得）は現地の事業環境・商習慣等により当初想定よりも時間を要しており、今後の展開ペースを慎重に見極める

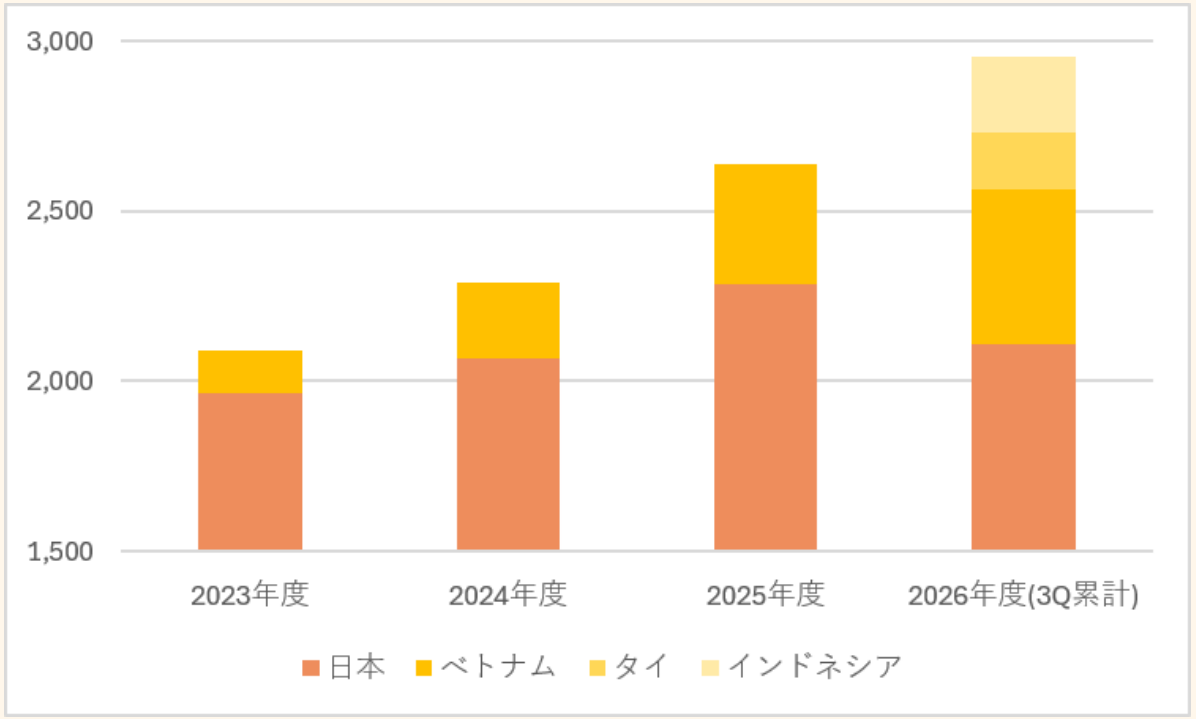
累計ダウンロード数の年度推移

（単位：百万端末）



プレイ回数の推移(月平均プレイ回数)

（単位：万回）



※英語版は上記に含まず

2026年12月期 第3四半期トピックス

～収益性と成長力の回復に向けた対応～

ごっこランド（デジタル）のトピックス｜媒体価値向上に向けた短・中期施策

- 人気IP「パウ・パトロール」とのコラボや自社プレゼントキャンペーンの効果により、第3四半期のプレイ回数は回復基調。第4四半期も同シリーズとのコラボを実施
- 新規ユーザーの定着を促すオンボーディング機能（11/5実装済み）・動画で選べる「どうがでえらぶ」（近日公開）の新機能により、中長期的なプレイ回数の底上げを図る

短期施策：人気IPとのコラボやプレゼント施策

- ✓ **映画公開に合わせ、人気IP「パウ・パトロール」との図鑑くじコラボと自社プレゼントキャンペーンを実施し、プレイ回数は回復基調**
- ✓ **11月5日より「パウ・パトロール」関連作品「ラブル&クルー」とのタイアップを実施し、第4四半期のプレイ回数の押し上げを図る**



※自社プレゼントキャンペーン



※人気IP「パウ・パトロール」とのタイアップ

中期施策：ユーザー定着のための新機能

- ✓ **オンボーディング機能：初めてごっこランドを利用するユーザーに、ホーム画面上で遊び方・楽しみ方を案内し、初期の定着（継続率）を高める**
- ✓ **「どうがでえらぶ」：各パビリオンでどんな遊び・お仕事体験ができるかを短い動画で紹介し、興味を持ったパビリオンに出会いやすくする**



※ オンボーディング画面(11/5実装済み)



※ 「どうがでえらぶ」画面(近日公開予定)

ごっこランド（デジタル）の取り組み｜スポンサー価値向上と継続率強化(2Q資料再掲)

① 背景・課題　FY25に顕在化

- ✓ プレイ回数の減少でスポンサー訴求力に課題
- ✓ 新規獲得に加え、継続率の改善が重要
- ✓ 販促予算の選別が進み、出店判断が厳格化
- ✓ 「ごっこランド」だけでなく複合的な価値提案が必要

② 重点施策　FY26～FY27に施策実施

ユーザー接点強化

- ✓ ホーム画面改修・人気IP連携
- ✓ プレイ回数回復による訴求力向上

クライアント企業の販促支援強化

- ✓ ごっこランドの販促活用の強化（店頭端末・大型タブレット等活用）
- ✓ リアルイベント連動による販促支援

継続率の改善（深耕価値向上）

- ✓ 業種・目的に応じた個社別提案
- ✓ アップセル／クロスセルの推進
- ✓ 他社との協業を通じた新サービスの開発
- ✓ 定期フォローと活用支援
- ✓ 出店後の振り返りと継続提案

リアルイベントのトピックス｜ごっこCOLLECTIONの始動とEXPOの進捗

- 新業態「ごっこCOLLECTION」を9月に初開催し、盛況のうちに終了。受注も想定を上回って進捗
- 「ごっこランドEXPO」は開催の一部が翌期にずれ込む見通しだが、活況な「ごっこCOLLECTION」と合わせ、リアル事業全体で開催機会を最大化
- 当初計画していた大型イベントは運営体制の見直しにより、当社の売上計上が限定的となった

ごっこCOLLECTION｜新ブランド

主要顧客：ごっこランド（デジタル）**未出店**企業
戦略上の役割：顧客層の拡張・新規獲得チャネル

- ✓ 2026年9月22・23日、イーアスつくばにて初開催。「ごっこランド」未出店企業も参画できる新業態として、好評のうちに終了（来場 1,162名）
- ✓ EXPOの好評を受けて開発した新プランで、受注は想定を上回って進捗しており、EXPOとの両輪でリアル事業を拡大

※ 新ブランドロゴ



※イベント当日の様子

ごっこランドEXPO｜3Qの開催実績と見込み

主要顧客：ごっこランド（デジタル）**出店**企業
戦略上の役割：既存企業のリアル接点拡張・営業シナジー創出

- ✓ 開催は下期に集中し、下期の開催数は12ヶ所と上期10ヶ所から増加する見込み
- ✓ 一部開催が翌期にずれ込む影響により、通期では当初の想定開催ヶ所数に対して未達の見込み
- ✓ 一方で、新ブランド「ごっこCOLLECTION」の受注は活況であり、これを含めたリアル事業全体で開催機会を最大化

大型ファミリーイベント｜開催形態変更による売上減少

概要：大型ファミリーイベントに参画（9月開催）

- ✓ 当初は、当社主催での開催を計画していたが、イベント運営体制の見直しにより、当社の関与は運営パートナーとしての位置づけへ変更
- ✓ これに伴い、当イベントからの売上計上は手数料相当額等に限定され、当初想定から売上が縮小

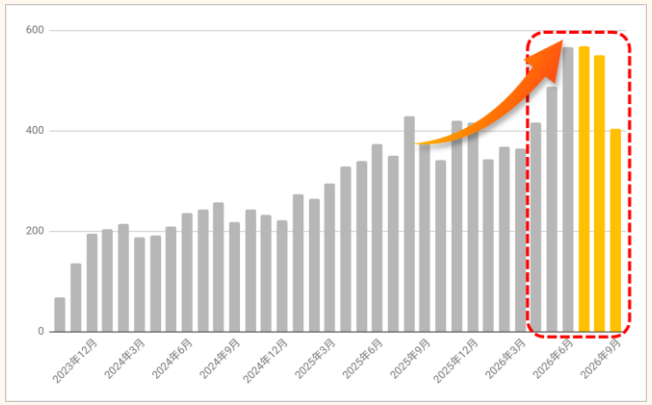
海外（Gokko World）のトピックス｜案件進捗状況/プレイ回数促進施策

- 第3四半期は、現地営業活動の加速により新たにベトナムで1社の出店が決定（当期決定：ベトナム1社・タイ1社）
  クロージングに向けて調整中の案件も増加（ベトナム1社・タイ2社・インドネシア1社）
- 2026年5月の現地パートナー（GIANTY社）との提携以降、商談中の案件も増加傾向

出店獲得の状況と獲得ペース向上に向けた取り組み

- ✓ **ドラえもんコラボ等の効果により、プレイ回数・ダウンロード数は伸長し、媒体価値の積み上げは順調**
- ✓ **現地パートナーとの連携により商談中の案件は増加している一方、現地の事業環境・商習慣の違い等によりクロージングへの移行には当初想定よりも時間を要しており、獲得ペースを慎重に見極めながら推進**
- ✓ **獲得ペースの向上に向け、「商品」と「販売体制」の両面で現地化を推進**
  ①商品：現地の商習慣に合わせたローカライズ（短期・トライアル型プラン等）
  ②販売体制：現地パートナー（販売代理店）との連携を強化し、日系企業に加え現地企業へのアプローチを拡大

プレイ回数の月次推移



Gokko World 出店獲得の状況

国名	商談中	クロージング中	出店決定社数	出店企業
ベトナム	7社	1社	2社	・KEWPIE VIETNAM CO., LTD. ・近日公開
タイ	4社	2社	1社	・近日公開
インドネシア	1社	1社	未定	・ー

※2026年9月末時点

新たな挑戦のトピックス｜中長期の成長に向けた新規取り組み

- 2027年第4四半期、当社主催の大型ファミリーイベントを初開催する予定
  社会体験とエンターテインメントを組み合わせ、リアル事業の新たな柱とすべく準備を進める
- 中高生向け企業共創プログラムの事業化に向け、2026年8月に株式会社キャリアリンクと業務提携
  開催済みの協働セミナーに続き、11月・12月にクライアント企業向けのオンライン出前授業視察会を開催予定

リアルイベント事業｜当社主催の大型ファミリーイベント



参考：当社のリアルイベント「ごっこランドEXPO」の会場の様子

会場のイメージ：社会体験 × エンターテインメントで、家族で一日楽しめる

社会体験	ステージ	ワークショップ	飲食・物販
企業ブースで お仕事体験	タレント・ アーティスト出演	ものづくり・ ゲーム	フード・ 限定グッズ

収益モデル	協賛・出店収入、チケット収入を基盤
ねらい	リアル事業の新たな柱を築き、ブランド価値と親子接点を拡大

中高生向けの事業化｜㈱キャリアリンクとの業務提携



協働セミナーの告知（キッズスター公式サイト）

協働セミナー

ごっこランド出店企業向けに、学校教育を通じたブランド戦略
・採用戦略をテーマに開催
・8/5 オンライン
・8/25 リアル＋懇親会
・モデレーターは当社取締役、パネリストはキャリアリンク専務取締役

2026年8月	2026年8月	2026年11～12月
業務提携	**協働セミナー**	**出前授業の視察会**
教育コンサルの株式会社キャリアリンク（企業の教育支援100社超）と提携	出店企業向けに2回開催（オンライン・リアル）	クライアント企業向けにオンライン出前授業の視察会を開催予定

ごっこランドで築いた幼少期の接点を、学校教育を通じて中高生まで広げる

ごっこランド（デジタル）を起点に、リアル（大型ファミリーイベント）と学校（中高生）へ接点を広げる

ディスクレーマー

【本資料の取扱いについて】

- 本資料の作成に当たり、当社が入手可能な統計等第三者情報についての正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性や完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

- 発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。これらの記述の内容については、経済状況の変化や顧客のニーズ及び嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後の様々な要因によって大きく差異が発生する可能性があります。

お問い合わせ

IR担当

HP：https://ir.kidsstar.co.jp/contact