

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
電話 03-3862-2768

第49期（2026年1月期）第1四半期決算ハイライト報告（個人投資家向け）
および書き起こし公開のお知らせ

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、2025 年 6 月 25 日（水）17:00 より「第 49 期（2026 年 1 月期）第 1 四半期決算ハイライト報告」を宝印刷株式会社が運営する『ジャパニーズインベスター』公式 YouTube チャンネル内、及び当社ウェブサイトにて公開いたしますので、お知らせいたします。なお、ご理解いただきやすいよう、一部表現の変更や内容の加筆・修正 を行っております。

記

■ 動画の公開について

講演者

ピープル株式会社 取締役兼代表執行役 桐渕真人

IR 活動報告動画 URL

(宝印刷株式会社が運営する『ジャパニーズインベスター』公式 YouTube チャンネル内)

<https://youtu.be/NfV9UBjBFRo>

【内容】

1. 当社を取り巻く現在の環境
2. 2026 年 1 月期第 1 四半期業績サマリー
3. 2026 年 1 月期第 2 四半期（中間期）予想
4. 2025 年 5 月発売「1curiosity®（ワンキュリオシティ）」の動向
5. 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
6. もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

■書き起こし記事 URL (当社ウェブサイト内)

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

以上

ピープル株式会社（証券コード：7865）

■「第49期（2026年1月期）第1四半期決算ハイライト報告」書き起こし

配信日時：2025年6月25日（水） 17:00～

講演者：取締役兼代表執行役 桐渕真人

証券コード:7865

第5回ピープルIR 会社説明資料

「第49期(2026年1月期)
第1四半期決算ハイライト」

2025年6月25日

ピープル株式会社
取締役兼代表執行役 桐渕 真人

People





桐渕：みなさんこんにちは。

ピープル株式会社 代表の桐渕です。

本日は第49期第1四半期のハイライトと当社の戦略についてお話いたします。

本日のご説明内容

- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People

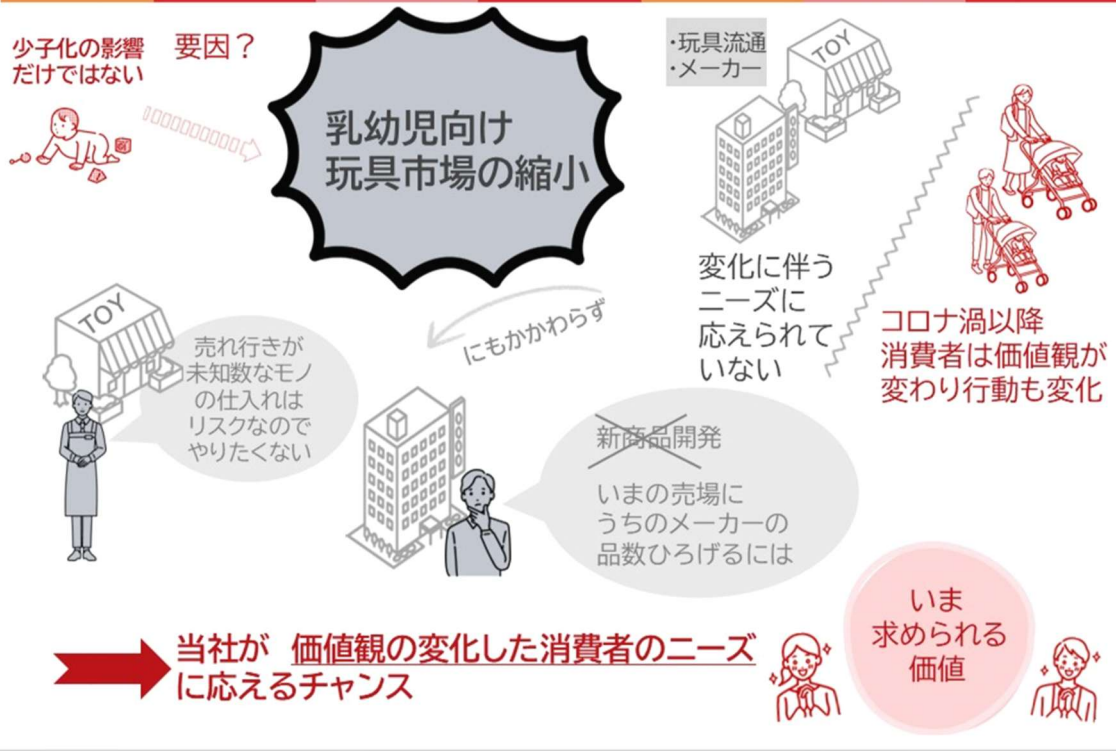
桐渕：本日はこのような流れで、ご説明を進めていきます

本日のご説明内容

- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People

桐渕：最初に当社を取り巻く現在の環境についてご説明いたします



桐淵：乳幼児玩具の市場は、コロナ渦以降縮小しつづけています。それは購入者の行動や価値観が変化しているにも関わらず、それに対して流通は店頭で集客ができない、我々メーカーが新しいニーズに対応した商品を展開できていないことが、少子化よりも深刻な原因と考えています。

市場には「今だからこそほしい！」と思われるような新しい価値をもった商品が必要であるのに、市場縮小の中で流通側は、ヒットするか否かが未知数な新商品を仕入れるリスクを冒したがる、またメーカー側もユーザーに受け入れられるかどうか分からない新商品開発に力を入れるより、それを狭い売場のシェア争いに注力しているという悪循環が起きているのです。

しかし、当社にとって、この状況は新たに生まれたニーズを獲得できるチャンスだと思っています。本質的なニーズとは何か？そのニーズに応えるための戦略についても本日はご説明いたします。

本日のご説明内容

- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People

桐渕：続いて、当第1四半期業績サマリーをご説明します

2026年1月期第1四半期業績サマリー①

People

- 新規事業開発のための先行投資を優先し、業績回復を目指す

売上高 289 百万円(前年同期比:△24.1%)

売上総利益 138 百万円(前年同期比:△26.0%)

経常利益 △83 百万円(前年同期比: -%)

四半期純利益 85 百万円(前年同期比: -%)

●米国の通商政策の影響なし
前期より「Magna-Tiles」米国販売先とはロイヤリティ契約としていたため直接の影響はなかった。

●投資有価証券売却益
2025年3月18日付で公表しました特別利益である投資有価証券売却益1億84百万円を計上し四半期純利益は85百万円となりました。

桐渕：第1四半期の売上高は、前期比24.1%減となり、利益段階では、主に広告宣伝費等の先行投資によりマイナスが続いておりますが、投資有価証券売却による特別利益により、四半期純利益は黒字となりました。

2026年1月期第1四半期業績サマリー②

People

貸借対照表

(単位:百万円)

	前事業年度 (2025年1月20日)	当第1四半期末日 (2025年4月20日)	増減率
流動資産	1,969	1,760	△10.6%
現金及び預金	1,441	1,250	△13.2%
受取手形及び売掛金	212	200	△5.7%
その他資産	316	310	△1.9%
固定資産	331	219	△33.8%
有形固定資産	53	63	18.9%
無形固定資産	36	36	—%
投資その他の資産	242	120	△50.4%
資産合計	2,300	1,980	△13.9%
流動負債	133	139	4.5%
固定負債	39	10	△74.4%
負債合計	172	148	△14.0%
純資産合計	2,128	1,831	△14.0%
負債純資産合計	2,300	1,980	△14.0%
自己資本比率	92.5%	92.5%	—%

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→株主還元を目指す

桐淵：貸借対照表で注目していただきたいのは自己資本比率 92.5%と高い点です。現在の業績こそ低調ですが、業績を成長に転じさせる、新商品の準備の余力をもって、改革に臨んでいます。

本日のご説明内容

- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People

桐淵：続いて、第49期第2四半期予想についてご説明いたします。

2026年1月期第2四半期業績予想

People

- ・2026年1月期第2四半期は「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」シリーズ
英国・台湾ローンチ
- ・7月ベビーシリーズ新商品発売

売上高

586 百万円(前年同四半期増減率: △18.3%)

営業利益

△175 百万円(前年同四半期増減率: ー)

経常利益

△176 百万円(前年同四半期増減率: ー)

四半期純利益

7 百万円(前年同四半期増減率: ー)

桐渕：当 49 期は好奇心事業ローンチ初年度にあたります。5 月より第 1 弾 1curiosity®(ワンキュリオシティ)を日本、英国、台湾で順次発売していきます。その他、やりたい放題、ピタゴラスなどのロングセラーシリーズのリブランディングも実行します。アジア市場でも新規開拓がはじまります。

ただ、この第 2 四半期時点においてはプラスの顕在化には至らず、予想はご覧のとおりです。前述の施策が業績に反映されるのは今年の後半から来年初め頃になると想定しております。

本日のご説明内容

- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People

桐渕：

続きまして、2025 年 5 月に発売した 1curiosity®（ワンキュリオシティ）の初動についてご報告いたします。

2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向 **People**

5/24(土)25(日) 代官山T-SITE
1curiosity®Exhibition



- ・両日で300名
近くの来場者
- ・POPUPショップ
の商品在庫は完売

6/1(日) おのだサンパーク(山口県)
1curiosity®Exhibition



今夏より
1curiosity®
イベントキャラバン
で全国に認知活動展開



桐渕：

1curiosity の初動についてお伝えします。現在、わたくしどもでは予想を超える好調と捉えております。

1curiosity 発売と同時にスタートした自社 EC では、予想を超えるご注文に対して欠品が発生し、慌てて補充するといううれしい悲鳴があがっております。

5月に開催した二子玉川、代官山でのイベントも盛況で、これまで当社では接触できなかった層のユーザーの方に、商品に触れてもらえる機会となり、3種類の商品から、その場で2種類、全種類とお求め頂くお客様が複数いらっしゃいました。

EC 以外の店頭販売のお取り扱いはまだ限定的な段階ですが、その中でもお取り扱い頂いている店舗では設置してある “遊べるサンプル” や販促動画 が好評で、その売れ行きが店舗側の予想を超えているとご報告を頂いております。

これから、全国でのイベントキャラバンを年末に向けて開催していきます。

本日のご説明内容

- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

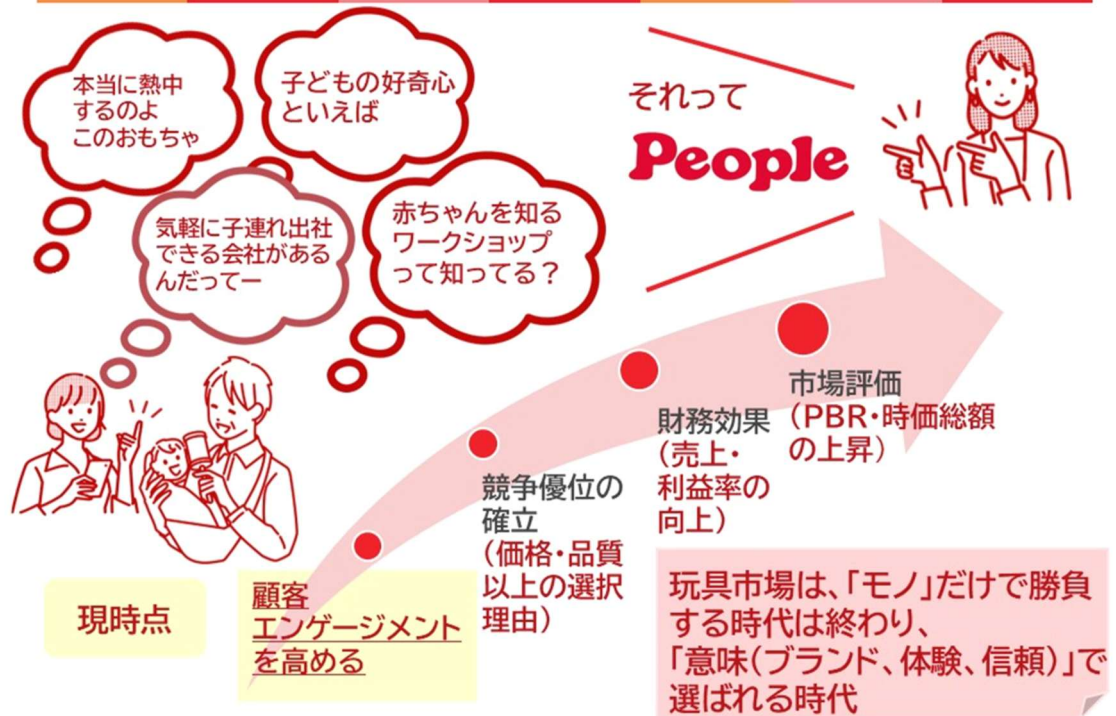
People

桐渕：

つづいて、これまでたびたび発信してきた、当社のブランディング戦略について少しお話をします。

選ばれるための戦略的ブランディング①

People



桐淵：

冒頭にお話しした通り、乳幼児玩具市場が急速に縮小する中、大手も含めてメーカー同士のシェア争いがシビアになっています。

当社は過当競争から脱し、独自市場で、適正利益を得て、ステークホルダーの皆さまに分配できるビジネスモデルをつくりたい。

ピープルの独自性とは「子どもの好奇心」の研究であり、比較にならないほど子どもが良く遊ぶおもちゃ、本質的な価値のあるモノづくりができることです。

当社の課題は、店頭に陳列されているだけでは、この「びっくりするほどよく遊ぶ」が伝わらず、購入者である大人の視点において、デザインや多機能高コスパで選ばれてしまうこと。

そこで、あらかじめ購入者である大人に「ピープルのおもちゃは好奇心の研究にもとづくから、驚くほどよく遊ぶ」と理解して頂くことが成功のカギとなります。



フレキシブルオフィス内での親子向けイベント開催

2025年5月27日
おもちゃメーカー社長がお答えします！
「おもちゃの選び方」トークイベント
in WeWork KANDA SQUARE



赤ちゃん研究所
「好奇心フェスティバル」
全国展開



淡路島での開催の様子

桐渕代表
マスコミ取材/出演
・講演活動

五大全国紙を始めとした
マスメディアからの取材が
今年に入って急増



People



桐渕：

当社では2年前から広報チームを立ち上げ「子どもの好奇心」についてメディアで取り上げていただいています。

また、各種イベントで、これまで接触できていなかった層の方たちに、ピープルという会社に触れて頂く機会をつくり、それが各地で盛況です。赤ちゃん研究所によるプロジェクトもその一環となります。

本日のご説明内容

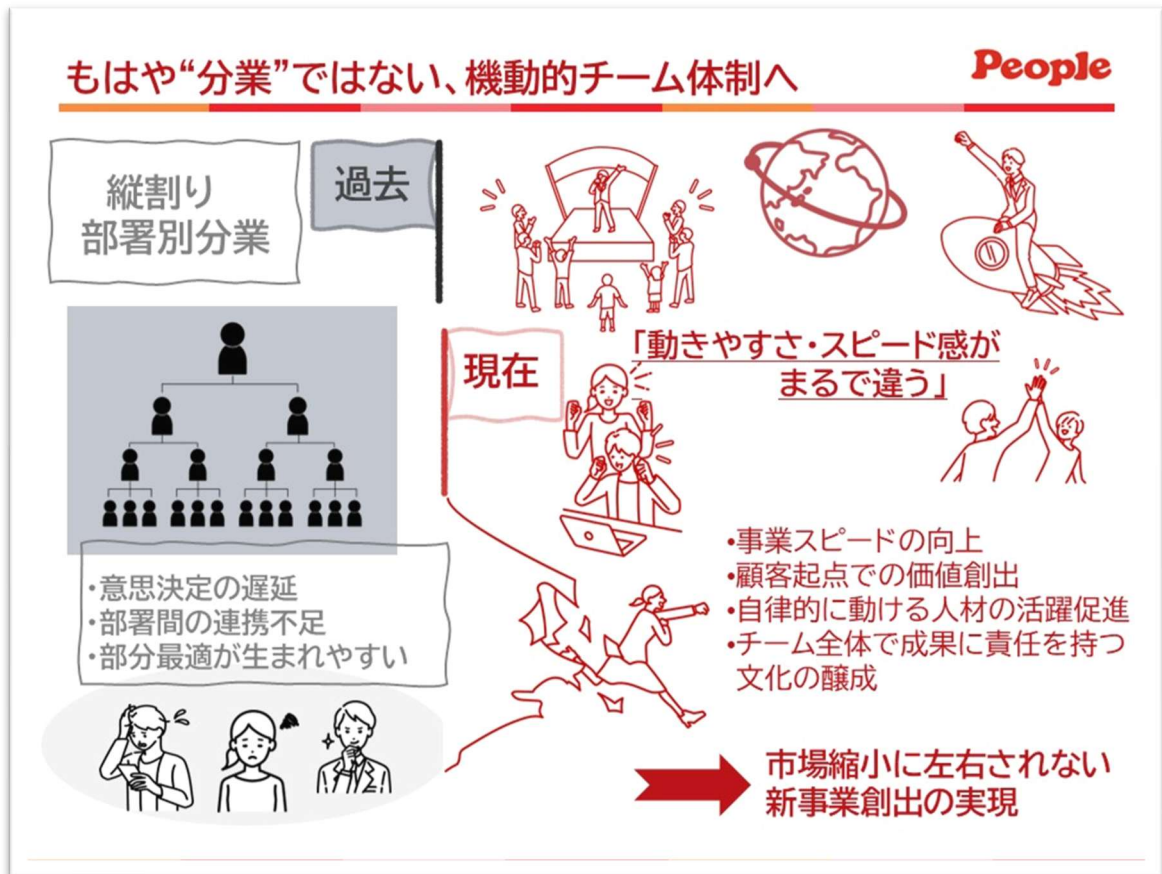
- 1 当社を取り巻く現在の環境
- 2 2026年1月期第1四半期業績サマリー
- 3 2026年1月期第2四半期(中間期)予想
- 4 2025年5月発売「1curiosity®(ワンキュリオシティ)」の動向
- 5 選ばれ続けるための戦略的ブランディング
- 6 もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People

桐渕：最後に、社内で進めている改革についてご説明いたします。

もはや“分業”ではない、機動的チーム体制へ

People



桐淵：ブランディングの取組みを成功させるにあたり、当社はリソースの配分や組織、各チームの KPI についても改革していくべきだと考え、大きな変革に取り組んでおります。経営、事業、財務のレイヤーで一貫して「ブランディング」を軸とした戦略に切り替えるためです。

経営は、ブランディングのための人材と資本のリソースの優先順位をつけられる仕組みづくりを進めています。その中で、組織改革も行いました。

これまでのピラミッド型の組織構造から、各チームがそれぞれの判断でベストパフォーマンスを発揮できるような「プロジェクトチーム制」に変化しました。経営はリソースの強弱をコントロールし、各チームはそれぞれの裁量で戦術を選べる仕組みです。

これにより、判断の精度とスピードをあげ、イノベーションを促していきます。

本日はご視聴いただき
誠にありがとうございました

People

桐渕：本日は以上になります。
最後までご視聴いただきありがとうございました。