

2025年5月30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
電話 03-3862-2768

IR 活動報告動画（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5月30日（金）17:00 より IR 活動報告動画「当社に寄せられたご質問に代表の桐渕がお答えします」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/KbdXPeenEkU>

【内容】

Q1：株式会社バンダイナムコホールディングスとの提携解消に至った経緯とは？

Q2：いわゆる「トランプ関税」の影響はあるか？

Q3：人口減少、少子高齢化の現状にピープルはどう立ち向かうのか？

Q4：円安が進む中での海外での新市場開拓 海外販売比率の見込みは？

Q5：ピープルが定量的な目標数字を外部に明示しないのはなぜ？

Q6：撤退事業の在庫処分による特別損失はなかったのか？

同じ理由で流動資産の在庫に変動がないのはなぜ？

Q7：筆頭株主の異動により、議決要件によっては決議の成立可否に影響があるのでは？

トピックス： 好奇心事業第1弾 「Icuriosity (ワンキュリオシティ)」シリーズの
初動・開催イベントについて

■ 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）

■「IR活動報告 当社に寄せられたご質問に代表の桐渕がお答えします」書き起こし

配信日時：2025年5月30日(金) 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4回ピープルIR 会社説明資料

「IR活動報告 当社に寄せられたご質問に 代表の桐渕がお答えします」

2025年5月30日(金)

ピープル株式会社
取締役兼代表執行役 桐渕 真人



People

桐渕：

皆さま、こんにちは。

ピープル株式会社 取締役兼代表執行役の桐渕です。

日頃より当社の事業活動にご理解とご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

今回は2025年5月までの、ピープル活動報告として、株主の皆さまから寄せられたご質問に、株主総会の録画を交えながら、お答えする会にしたいと思います。

動画の最後に、新事業第1弾「1curiosity（ワンキュリオシティ）」シリーズの最新実績を伝えますので、どうぞ最後までご視聴ください。

Q1

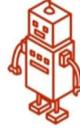
株式会社バンダイナムコホールディングスとの提携解消に至った経緯とは？

A



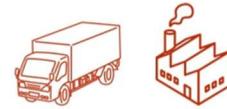
2005年
両社で
共同事業の
創出を目指した

(株)バンダイは (株)ナムコと統合
「IP創出」を積極的に目指す



この20年の間に目指す方向の乖離が大きく

ピープル株は「子どもの好奇心」
をもっとも重視



バンダイナムコホールディングス
グループ会社との取引も継続

解消後も良好な関係は継続



【経営責任をより強く】
売却株の一部を
代表の桐渕が取得

【取得した自己株式】
活用方法については検討すめる

People

桐渕：

1つめのご質問「株式会社バンダイナムコホールディングスとの提携解消に至った経緯とは？」

こちらについては、当社の第48回株主総会でのご説明をご覧ください。

動画

（説明概要）2005年に(株)バンダイが弊社の株式20%を取得し、両社で共同事業の創出を目指してきたが、両社の方向性が一致せず、成果にはつながらなかった。

同年、(株)バンダイが(株)ナムコと統合し「IP創出」を掲げていく中、弊社は「子どもの好奇心」を重視することとなり、20年が経過し、目指す方向が明確に乖離したため、提携関係を見直し、一部株式の売却を決定した。

今後も同社との製造・輸送面での取引は継続する。また、売却株の一部（19万株）は代表の桐渕真人が経営への責任をより強く持つとして取得。尚、取得した自己株式の活用方法についても検討を進める予定である。

まとめますと、「シナジー効果のある共同事業の追及」のみを終了し、現在の取引と良好な関係は引き続き継続します！

Q2 いわゆる「トランプ関税」の影響はあるか？

A

当社のトランプ関税によるリスク

- 調達コストやサプライチェーンへの波及リスク
- 製造委託先の7割が中国、仕入代金がドル建て
→円安が進行すればコスト上昇要因となるため留意



People



対策

- ◆ 輸入コスト削減と価格転嫁
→原価改善を進める
- ◆ 中期的に
 - ・ 製造拠点分散
 - ・ 新市場開拓の推進



為替の急変動や
通商摩擦の激化は
収益をゆさぶる要因

桐淵：

2つめのご質問「いわゆるトランプ関税の影響はあるか？」について結論から申し上げますと、当社では米国向け直接販売を終了しておりますので、直接の影響はほぼなく、今後も間接的な影響について注視してまいります。

2025年4月以降のトランプ大統領の対中関税再導入報道により、米中貿易摩擦の不確実性は再び高まっております。当社の場合、直接の影響はほぼないものの、調達コストやサプライチェーンには為替変動からの波及リスクがあります

弊社の製造委託先は7割が中国で、仕入代金は米ドル建てで取引しております。

円安が進行すればコストが上昇し利益ダウンにつながります。

反対に、円高が進行すればコストが減少し、増益につながります。

ただ、当社は輸入コスト削減と価格転嫁で原価改善を進め、中期的にも製造拠点の分散や新市場開拓の推進と対応策をとっております。

しかし、為替の急変動や通商摩擦の激化は依然として収益を揺さぶる要因であり、今後も注視していく課題でございます。

Q3

人口減少、少子高齢化の現状に
ピープルはどう立ち向かうのか？

A

1人の子どもにかかる
愛情や支出はむしろ増加傾向



子どもが生まれながらに持つ
「成長したい」「好奇心を満たしたい」という本能に
応えるおもちゃが求められている



【量より質の時代】

「本質的なニーズ」を捉えたおもちゃであれば少子化の影響を受けることはない！

当社の新事業プロジェクトには無限の可能性がある

People



桐淵：

3つめのご質問「人口減少、少子高齢化の現状にピープルはどう立ち向かうのか？」
について「子どもの好奇心」という本質的なニーズに無限の可能性を確信しています！

現在、幼児玩具の市場規模が縮小している原因は、少子化よりも、購入者の価値観と行動様式が変化したことに、市場の商品が対応できていないことにあると考えております。他の市場を見ますと、少子化により子どもの数が減っても、親が1人の子どもにかかる愛情や支出はむしろ増加する傾向にあり、「本当に子どもの成長に役立つ」と感じられるおもちゃは今後も選ばれ続けます。

おもちゃにおける、時代が変わっても普遍的なニーズとは、子どもの生まれながらの「成長したい」「好奇心を満たしたい」という本能に応えることと考えています。

当社は「好奇心」を軸とした新事業プロジェクトで無限の可能性を捉えていく計画です。

Q4

円安が進む中での海外での新市場開拓
海外販売比率の見込みは？

A

当社の強み

People

子どもの
「本能的な好奇心」
に基づく独自の
製品開発

People

People

赤ちゃん
研究所

ブランディング戦略

「好奇心に根差したおもちゃ」
という概念を広める

→現在は国内ブランド構築優先

ex.「赤ちゃん研究所」開催の
ワークショップを通じて共感
したファンを増やしている



【当社の価値観を理解する国を選び
長期的な視点での海外展開推進】

現時点では、1~2年で急激に海外比率を
高める計画はないが、着実にブランド力
を上げ、新たな成長を目指す

桐淵：

4つめのご質問「円安が進む中での海外での新市場開拓、海外販売比率の見込みは？」

こちら、現時点で比率を出すことができません。この5月にローンチした新シリーズ1curiosity（ワンキュリオシティ）の実績を確かめ、海外における潜在ニーズをつかみ、今後、海外市場における売上比率を導き出します。

当社は、「子どもの好奇心」という世界共通のニーズを見つけおもちゃにするという、ピープルにしかできないものづくりを世界でブランディングしていく計画を進めています。低価格品など競争の激しい海外市場で生き残るためには、単なる物の販売ではなく、「好奇心に根差したおもちゃ」という概念を広めるブランディング戦略が必要という認識です。

その際、安易に超大型スーパーなど大量販売流通に出荷することがリスクと考え、慎重にパートナーを選んでいくことが必須と考えています。

重要なのが「好奇心」に対するリテラシー人口です。好奇心の価値を理解してくれるエリアを選び、長期的な視点で海外展開を進める方針でございます。

新事業第1弾「1curiosity（ワンキュリオシティ）」シリーズの実績をつくり、当社が健全なビジネスをできる市場の可能性を見極め、目標となる海外販売比率を導き出します。

Q5

ピープルが定量的な目標数字を外部に明示しないのはなぜ？

A

People



挑戦的な新商品開発を重視

既存の枠にとらわれず
子どもの好奇心に応える独自性
ある商品づくりに全力を注ぐ

People



数字を公表すると
社員にノルマ意識が
生じ、無難な商品企画に
偏るというリスクあり



実績については適切に開示し、
取組内容も積極的に情報発信
していく方針です

桐淵：

5つめのご質問「ピープルが定量的な目標数字を外部に明示しないのはなぜ？」について定量的な目標を開示しない理由は、**挑戦的な新商品開発をし続けることが、当社の価値であり、役割であると考えているから**です。

というのも、数字を公表してしまうと、社員に数値的ノルマが生まれ、計画を立てやすい商品、つまり既存品の焼き直しに始終することに、間違いなく陥るからです。

当社にしかできない「子どもの好奇心」を軸に、全く新しい商品・カテゴリー・市場をつくることに挑戦することが、唯一の「**長期的価値の成長**」のための道であり、その姿勢が弊社の強みであると認識しています。

株主の皆さまに対しましては、**未来の数字を開示しない代わりに、今後何をしていくかという定性情報と、定量的な実績は積極的に情報発信していく方針**です。

これは多くの米国企業が入り入れられている考え方だと認識しています。

Q6

撤退事業の在庫処分による特別損失は
なかったのか？同じ理由で流動資産の在庫に
変動がないのはなぜ？

A



自転車は有償の事業譲渡

・商品在庫
・金型

→譲渡益3百万円(47期特別利益として計上)



ぽぽちゃん製造終了

製造終了の報道を受け、購入希望者が殺到。

→早期に在庫消化

People



これらのことから、両事業撤退による特別損失計上や在庫過多は生じませんでした

桐淵：

6つめのご質問「撤退事業の在庫処分による特別損失はなかったのか？同じ理由で流動資産の在庫に変動がないのはなぜ？」について、特別損失の計上はございませんでした。当社はファブレス事業のため、設備投資の比率が低いということが大前提でございます。自転車・お人形など撤退事業の在庫処分がございましたが、**事業投資に関わる損失にはなっておりません**。また撤退事業の在庫処分により在庫量が減るはずであるのに、ここ数年、貸借対照表に計上されている在庫の額が変化していない理由は**撤退確定後、減産し過剰在庫とならぬよう調整したため**でございます。

Q7

筆頭株主の異動により、決議要件によっては
決議の成立可否に影響があるのでは？

株バンダイナムコホールディングスの議決権個数及びその割合

A	議決権の数 及びその割合	
異動前	8,880個 (20.32%)	2025年1月20日現在の株主名簿を 基準とし、発行済株式 総数 4,437,500 株から 同日現在で議決権を有していない 株式 69,452 株を控除した総議決権個数を基準
異動後	1,500個 (3.92%)	異動前の総議決権 個数から上記の自己株式取得 により減少する議決権数 548,000 株を減じた 個数を基準に算出



この4/15開催の株主総会の議案について、当社は定款19条2項において役員選任議案は定足数を1/3以上を有する株主が出席し、その議決権の過半数をもって行うと規定しており、有効に成立。

People

- ・ 好奇心事業の推進による企業価値の向上
 - ・ IR活動の充実による事業の進捗状況の理解浸透
- さらに多くの株主様にご満足頂けるような経営を目指す

桐淵：

7つめのご質問「筆頭株主の異動により、決議要件によっては決議の成立可否に影響があるのでは？」について、ご指摘の通り、**対策が必要と考えております**。企業価値を向上させるとともに、IR活動を充実させ、これまで以上に多くの株主様にご満足頂けるような経営を行ってまいります。

トピックス

桐淵：

ご質問内容は以上になりますが、最後に、最新の実績報告としまして、5月7日に発売した好奇心事業第1弾「1curiosity (ワンキュリオシティ)」シリーズの初動についてお知らせします。



1curiosity
1歳の好奇心がはじけるおもちゃ

好奇心事業第1弾
2025年5月7日発売



モギモギ



フムフム



カラクル

発売と同時に自社初の販売サイトをオープン

想定を超える売れ行き
発売後1週間経たずに一時欠品
追加補充しても続々注文品薄状態

発売早々にSNSで拡散され、販売につながる

フムフム 一番人気
SNSを見てイベント参加
パパ認知も高い

People



1curiosity
1歳の好奇心がはじけるおもちゃ

イベント実績



2025年
5/17(土)・18(日)
二子玉川ライズ

数百人のお子様に
実際に遊んで頂きました。

お子様の夢中な様子に
感心され、商品を2つ
お求めくださった
お客様も！！

People

ビープル出展！

キッズアライズ
フェスティバル

子どもたちのミライが広がる(2日間)

2025 5/17(土) - 18(日)
二子玉川ライズガレリア

こどもの好奇心はじける！1歳から小学生まで楽しめる
3つのブースを用意してお待ちしております。 SWIPE

5月開催第1弾 1curiosity体験

Just Play:
Curious Toys for
Curious Minds



1curiosity
1歳の好奇心がはじめるおもちゃ
イベント実績

2025年
・5/24(土)・25(日)
1curiosityエキシビジョン
@代官山T-SITE
GARDEN GALLERY

・5/24(土)~6/6(金)
@代官山蔦屋書店2F
子どもエリア
1curiosity
ポップアップストア展開

Exhibition 2025. 5.24⑨-25⑩ 10:00-16:00
ワンキュリオシティ エキシビジョン 代官山T-SITE GARDEN GALLERY 入場無料

Toy by **People**
2025. 5. 24(土) - 25(日)

People

今後も多くのお子様たちの好奇心のもとに
1curiosityを拡げていきます

この商品発売に合わせ、当社として初の自社販売サイトを立ち上げ、運用開始しました。同商品は割引なしのメーカー希望小売価格での販売にも関わらず、売れ行きは想定を大きく超えて、発売後1週間経たないうちに欠品となりました。

その後も追加補充をしては次々にご注文を頂き、在庫がギリギリの状態という嬉しい悲鳴が現場から上がっております。

こちらはSNSでも発売当初より話題となっており、そこから販売につながっております。今後もイベントや広報・広告活動に力を入れ、業績へ繋げて参ります。

**本日はご視聴いただき
誠にありがとうございました**

People

来月は
第1四半期決算ハイライト
動画の配信を予定しております。

桐淵：

本日はご視聴いただき誠にありがとうございました。