

会社名 ピープル株式会社

コード番号 7865

(https://www.people-kk.co.jp/)

上場取引所 東スタンダード

代表者 取締役兼代表執行役 桐渕真人

問い合わせ先: IRチーム 小岩朋紀

TEL:03-3862-2768

◆売上高(単月) 前年対比

(金額単位:千円)

12月度(単月)	前期: 2025年1月期	当期: 2026年1月期	前年同月比
乳児・知育・構成玩具カテゴリー	273,020	259,895	95.2%
メイキングトイカテゴリー (注1)	15,785	3,492	22.1%
その他(遊具・乗り物・育児等)	17,062	3,311	19.4%
海外販売・ロイヤリティ収入	11,028	12,317	111.7%
合計	316,895	279,015	88.0%

2～12月度(累積)	前期: 2025年1月期	当期: 2026年1月期	前年同期間比
乳児・知育・構成玩具カテゴリー	1,429,823	1,338,400	93.6%
メイキングトイカテゴリー	46,855	10,702	22.8%
その他(遊具・乗り物・育児等)	137,828	40,873	29.7%
海外販売・ロイヤリティ収入	204,553	156,823	76.7%
合計	1,819,058	1,546,798	85.0%

(注1) ドリーミーDIYトイ「ねじハビ」シリーズは2026年1月期に製造終了いたしました。

※一部商品の製造終了に伴い、商品カテゴリーの区分を見直す予定です。新たな区分は次期2027年1月期より適用いたします。

◆12月度発売新商品・リニューアル商品

商品カテゴリー名	商品名	標準小売価格(税込)
当月は新商品およびリニューアル商品の発売はありません。		

年末の最需要期を迎えた12月度は構成玩具シリーズに限ると1万円台の高額品(「ピタゴラスLARGE」、「ピタゴラススーパーDX」、「お米のどうぶつみき」)が前年同月比で100%を上回る結果となり、同カテゴリーの商品が苦戦する市場環境を踏まえると、相対的な強さが確認できる結果がありました。

また、本来クリスマス需要の中心ではない商品であるものの、当社のノンキャラ良品シリーズで20年以上のロングセラー「泣く子もケロリ魔法のラトル」が、年末にユーザーの方によるSNS投稿の拡散が話題化し、店頭欠品が発生するほどの反響がございました。こちらは当社ベビー商品の潜在的な訴求力と、共感を起点とした拡散力を改めて示す事例となりました。この動きを一過性で終わらせることなく、来期に向けて販促・施策を連動させることで、ピープルブランドを定着させ、継続的な需要創出につなげていきたいと考えております。

●直近のPR/IR情報



「泣く子もケロリ!
魔法のラトル」



当社代表 桐渕出演の「経営者たちのラジオ」がABCラジオ公式YouTubeチャンネルでご覧いただけます

12月21日放送分

「無限的好奇心にハマるおもちゃを」

https://youtu.be/gfIAFKID_I8?si=05ITnBipADZB4nyR

12月28日放送分

「ロングセラーばばちゃん撤退の決断」

<https://youtu.be/dulCcNp7XQs?si=NIMLAkXXbtflx6g0>

<https://www.people-kk.co.jp/toys/baby/mahounorattle.html>

■ピープルIR公式 X(旧Twitter)を開設しました。▶https://x.com/People7865_IR

■note連載「あるIRピープルIR担当の試行錯誤」▶https://note.com/people_pr/m/m48d1b60a398c

IR note連載「あるIR」第2回を公開しました。テーマは「減収減益は種まき期」。



昨年および昨年度、事業終了など抜本的な改革により収益改善を図りました。事業終了により確保したリソースを新事業開発チームに最も多く割り当てつつ、新事業をスマートに、スピーディに創出する新たな仕組みづくりを、中期的な視点に立ち実施しています。直近ではバーバスのキーワード「子どもの好奇心」を軸に8つの新事業チームが進行しており、その「好奇心事業」第1弾が2025年春(2026年1月期)に、続いて第2弾を2025年10月24日(2026年1月期)にローンチしました。

一方、このローンチに向けて、当社の取り組みを広く認知していただくことが、商品ブランド育成に重要と考え、広報活動を積極的に行っております。

また、2022年より活動を開始した当社「ピープル赤ちゃん研究所」は当社のコアコンピタンスである「赤ちゃん観察視点」を社内外に伝えることを目的とした活動を展開しております。

これら中期を見据えた施策を行いつつ、短期的な収益性改善策として、以下のような活動を継続的に行っております。

- ①既存ロングセラー商品のリブランディングによる、販売数の底上げ
 - ・シリーズ内の新商品の発売キャンペーン
 - ・周年イベントの開催(2026年1月期: やりたい放題40周年、ピタゴラス33周年、お米のおもちゃ15周年)
- ②PR、IR活動にリソースを割き、情報発信力を強化

(ご参考) 業績予想 (2025年12月1日公表)

2026年1月期通期 (2025年1月21日～2026年1月20日) 業績予想

	2026年1月期通期 業績予想 (百万円)	前期比 (%)
売上高	1,630	85.1
営業利益	△189	-
経常利益	△189	-
当期純利益	△4	-