

# 事業計画及び成長可能性に 関する説明資料

2025年3月

株式会社キッズスター

(証券コード：248A)

- 1** 当社事業の全体像と強み (P3~)
- 2** 業績の状況 (P17~)
- 3** 成長戦略 (P20~)
- 4** リスク情報 (P25~)
- 5** 参考情報 (P28~)

# 当社事業の全体像と強み



## 【ミッション】

### 子どもの夢中を育て 応援する

多くの子どもたちに夢中になるきっかけを創出しそれを応援できる仕組みをつくる



## 【ビジョン】

### 子どもたちと共に ワクワクする未来を つくる

子ども・親世代・社会の  
ワクワクが溢れる未来をつくる



## 【バリュー】

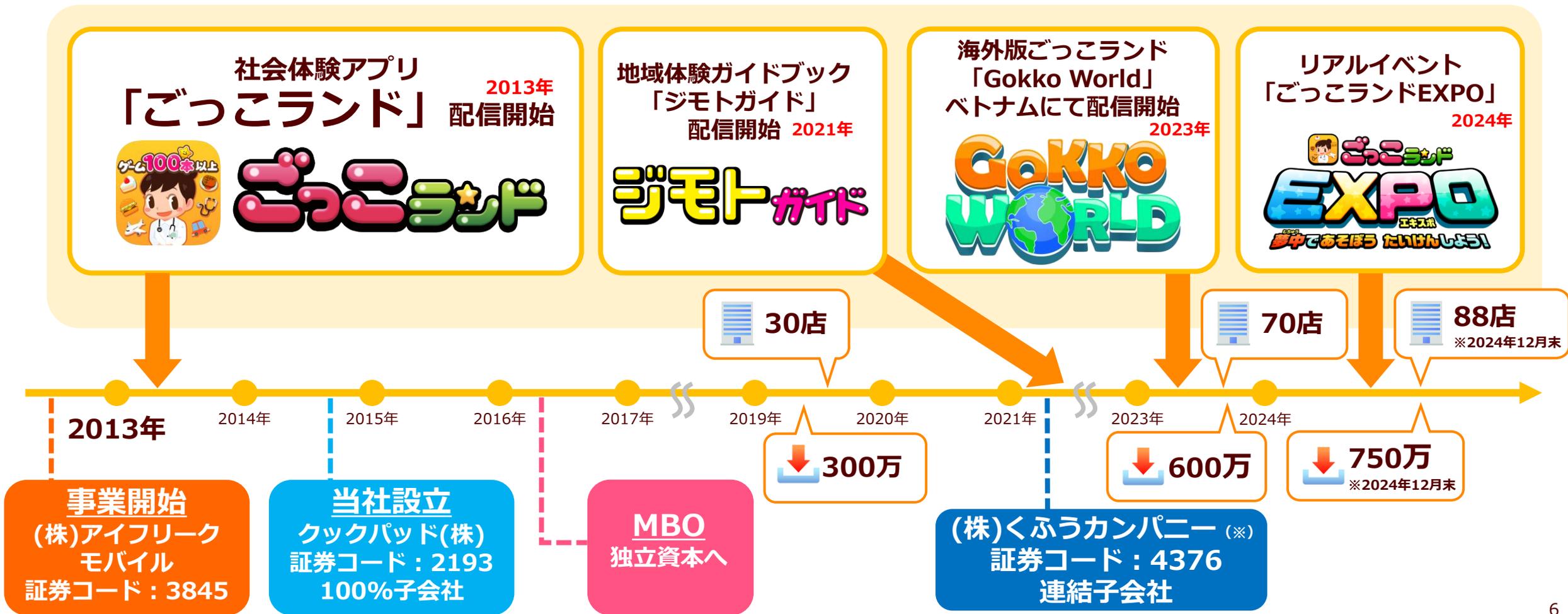
- 日々、子どもファースト
- 日々、ワクワクするためのチャレンジ
- 日々、関わる人の魅力を引き出し笑顔（幸せ）にする
- 日々、オープンなコミュニケーション



# 沿革 ～「ごっこランド」を中心に事業展開～

当社の事業は、(株)アイフリークモバイルにて  
 代表取締役の平田全広が同社の一つの事業として開始いたしました。  
 以来、組織の変遷等を経て、2014年10月に当社を設立し、現在に至ります。

パビリオン出店数  
 ダウンロード数



※ 現 (株)くふうカンパニーホールディングス

# 「ごっこランド」のビジネスモデル

- ✓ 月額定額制の2年間の初回契約（約半数が利用料の前払いを選択）
- ✓ パビリオン出店企業からは継続的な出店料を収受、ユーザーの利用は完全無料

ユーザー



累計750万※1  
ダウンロード

月間平均  
2000万回※2以上  
遊ばれています



無料

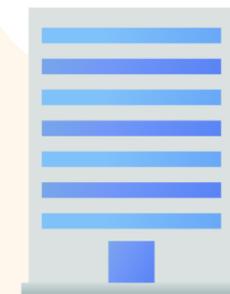
出店料



# ごっこランド

## 「子どもの夢中」を応援する者で作る オンリーワンのファミリープラットフォーム

パビリオン  
出店企業



88出店中※1

企業公式の  
総合社会体験

(職業体験・金融教育・SDGs・地域学習等)

※1：2024年12月末時点  
※2：2024年12月期

# 「ごっこランド」の受注から出店の流れ

- ✓ 受注から新規出店（売上の計上）までのリードタイムは約半年
- ✓ 新規出店後、原則として2年間は月次にて売上の計上が続く

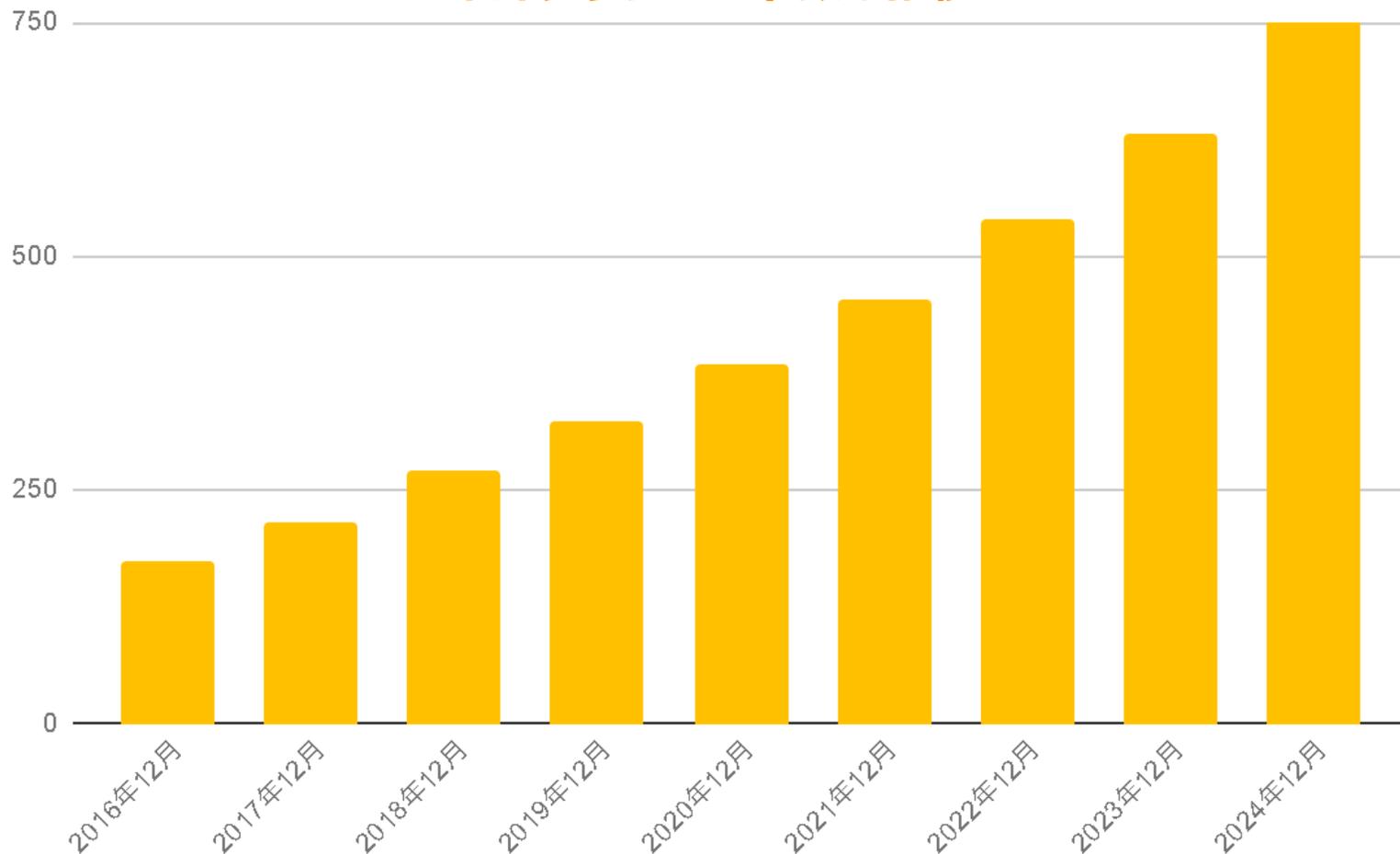


# 累計ダウンロード数は750万端末を突破

- ✓ 近年のダウンロード数が増加傾向
- ✓ 認知度の向上に伴い、口コミ等を経た検索経由の利用者が急増

(単位：万端末)

## 累計ダウンロード数の推移



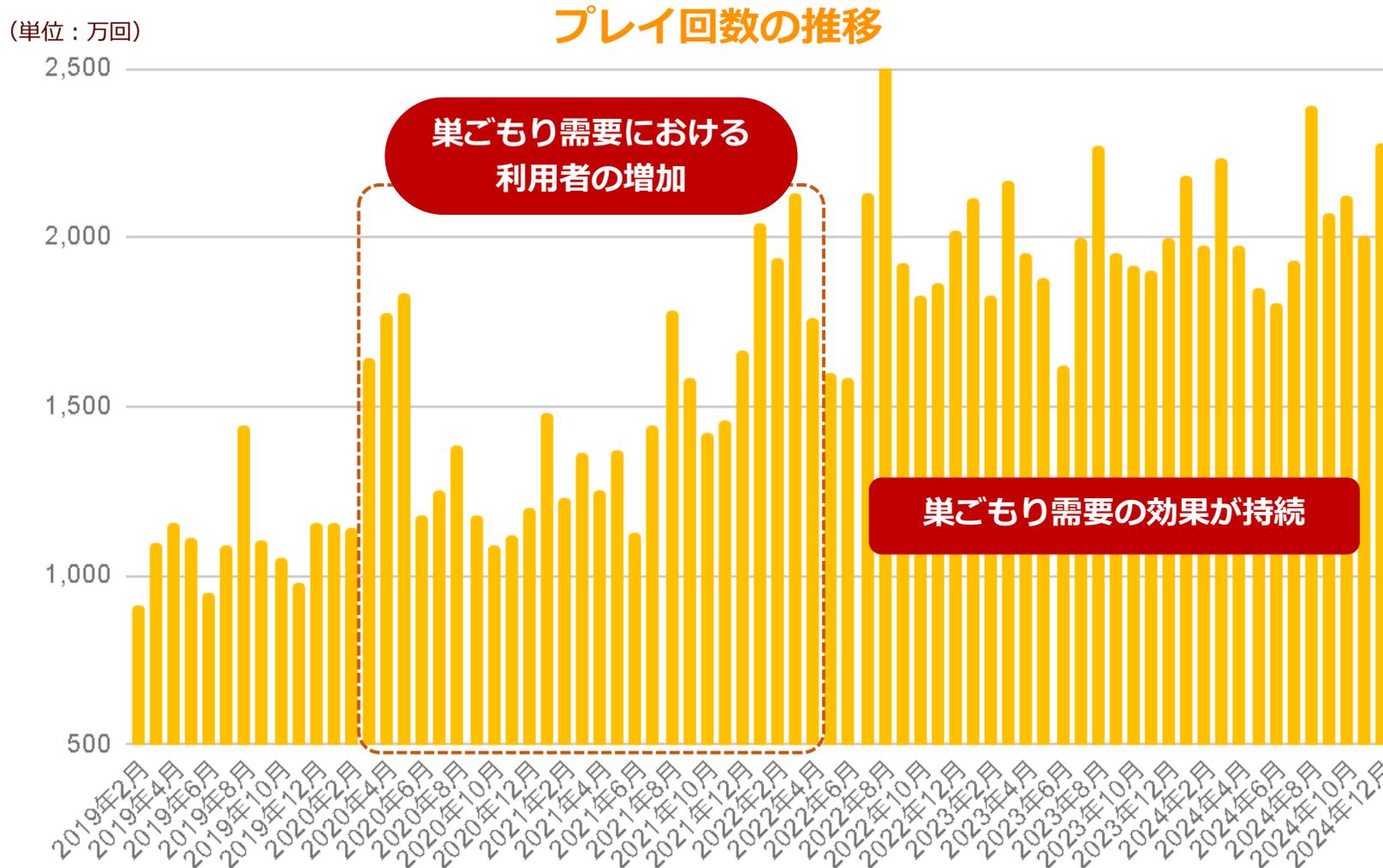
### 3年合計のダウンロード数

- 2016年～2018年：142万
- 2019年～2021年：183万
- 2022年～2024年：297万

※ 特定時期の影響を排除のため、3ヶ年表記としております。  
※ ダウンロード数はクライアントへの媒体価値を示すものとして公表しております。

# プレイ回数は月間平均2000万回<sup>(※)</sup>を突破

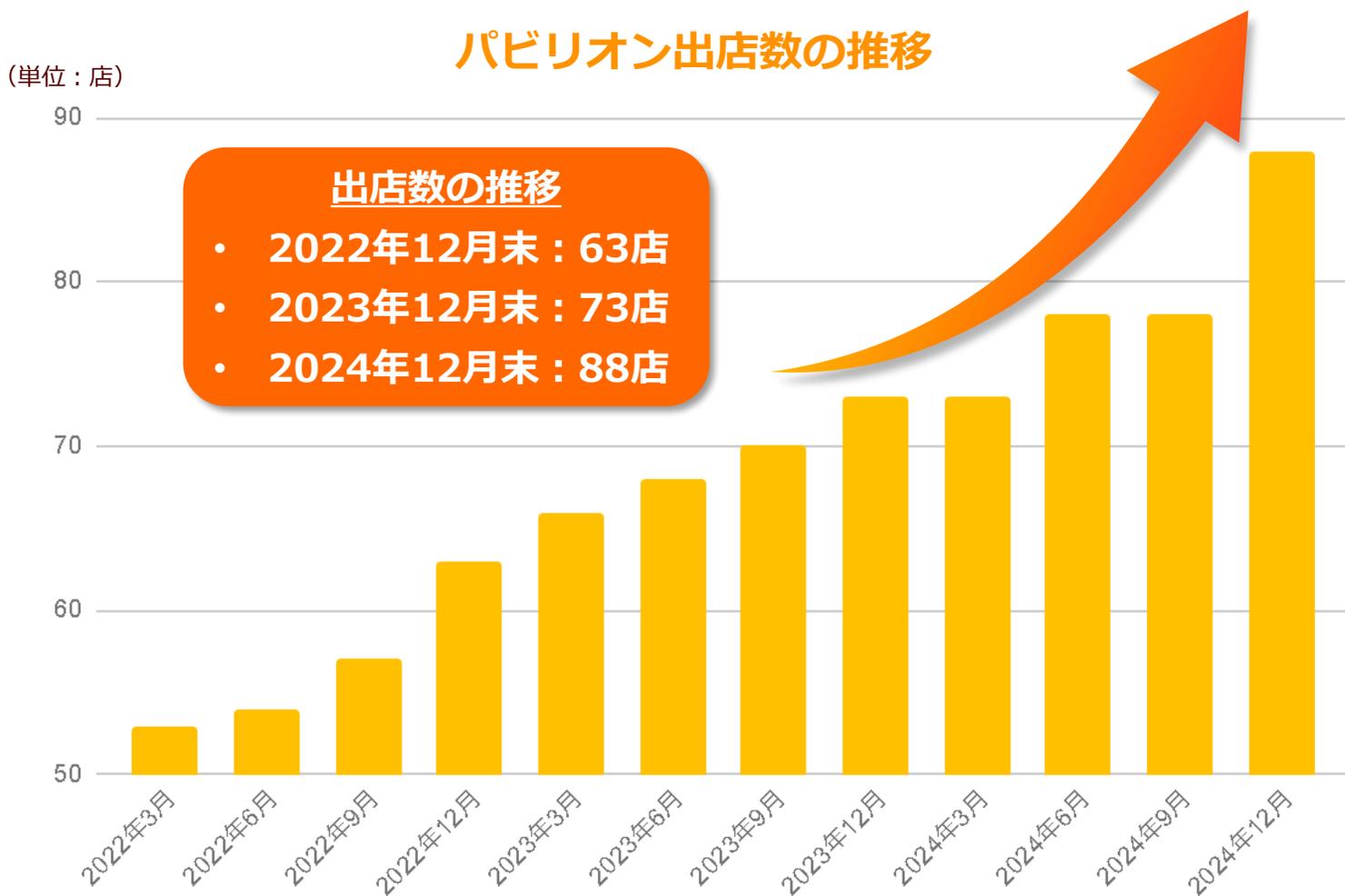
- ✔ コロナ禍の巣ごもり需要で利用者が拡大
- ✔ 2024年後半には横ばい傾向からの脱却がみられ、月間プレイ回数2500万回を目指す



※ 年末年始、ゴールデンウィーク・夏休み等のファミリーで過ごす時間が多い時期に、プレイ回数が増加する傾向にあります。

※ プレイ回数はクライアントへの媒体価値を示すものとして公表しております。

- ✓ 認知の拡大を背景に、更なるパビリオン出店数の増加を見込む
- ✓ 2024年12月末のパビリオン出店数は88店となり、ストック収入は継続的に増加



## 認知の拡大

✓ ユーザー数の増加及びメディアでの露出

## 出店数の増加

✓ 最短2年間の初回契約

## 高い満足度

✓ 利用回数、ユーザーアンケート

## 出店継続

✓ 最長10年の継続出店実績

- ✓ ユーザーは無料で利用、出店企業及び施設から報酬を收受
- ✓ ユーザー・ワークショップ出店企業・施設の3者へのメリットを提供

## 無料体験

①ユーザー  
リアルな体験で  
満足度向上



③モール等の施設  
集客・来場者満足度向上



運営  
委託料



出店料

②ワークショップ  
出店企業  
リアルな原体験創出



# リアル事業「ごっこランドEXPO」のトライアル実施

- ✓ 2024年は5ヶ所・7社の出店で開催
- ✓ 参加者数は1万人を突破
- ✓ 参加者・出店企業・開催施設の全ての満足度が高い



## 来場者アンケート

満足した  
**98%**

また参加したい  
**99%**

当社調べ

エリア	会場	参加者数 (各2日間)
東京	イオンモールむさし村山	1,942名
神奈川	アリオ橋本	2,990名
東京	アリオ亀有	1,966名
兵庫	神戸ハーバーランドumie	2,395名
埼玉	イオンモール浦和美園	1,856名
合計	5ヶ所	11,149名

## 2024年の出店企業 (50音順)

キューピー(株)、クラシエ(株)、サントリー食品インターナショナル(株)、スリーエムジャパン(株)、全薬販売(株)、能美防災(株)、三井住友海上火災保険(株)

- ✔ トライアルの成功を受け、2025年12月期は30ヶ所の開催を目指す

## ワークショップの例

### キューピー株式会社



デコレーションして  
自分だけのマヨネーズスタンドを制作

### 能美防災株式会社



防災グッズを詰め込んだ  
恐竜のたまご型減災ボトルを制作

## 開催施設



## ワークショップ出店企業の感想

- 出来上がった作品を満足気に持ち帰ってくれる子どもたちの笑顔や、ワークショップを手伝いながら親子でのコミュニケーションを直接見ることができるのは、リアルイベントならではの利点で、今年も出店予定です。

## 開催施設の感想

- 初めてのイベントで、これだけ多くの方が来場されたことに驚き。
- 通りがかりや館内のポスターを見て「ごっこランドだ!!!」と言って、イベントに参加されるご家族が多く、「ごっこランド」の知名度の高さを感じた。今年も実施を検討しています。



非常に高い評価を得ており開催数の増加を見込む

- ✓ デジタルとリアル両軸で、子どもとの接点を強化
- ✓ ベトナム版はダウンロード数が順調に増加、営業活動本格化のための現地法人を設立予定

デジタル



リアル



日本から  
アジアへ

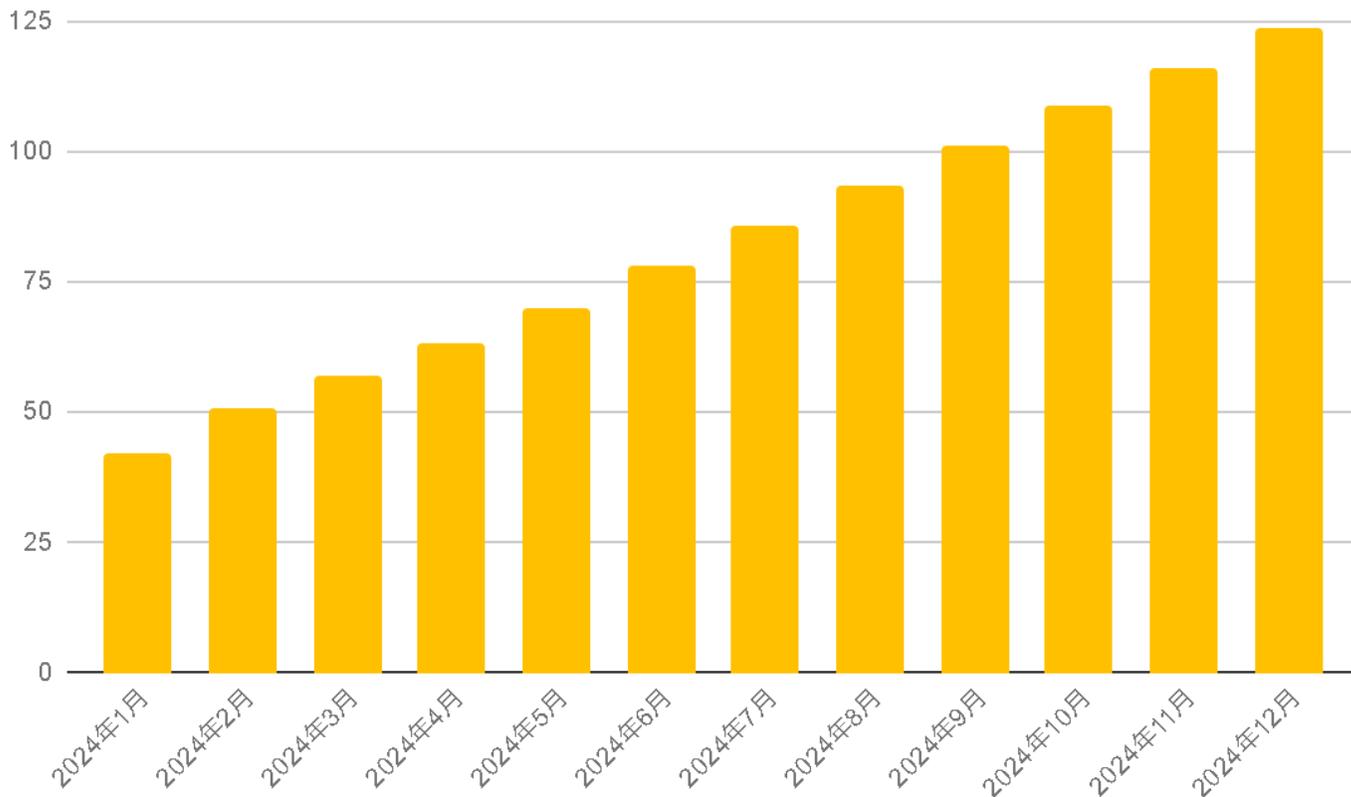
- ▼ 子ども世代が急増する東南アジアにフォーカス
- ▼ 2023年8月ベトナム版「ごっこランド」リリース



- ✓ 2024年12月末に累計ダウンロード数は120万を突破
- ✓ 同年12月には初のパビリオン出店企業が誕生

## 累計ダウンロード数の推移

(単位：万端末)



## 初のパビリオン出店企業

- 日本の「ごっこランド」に出店中のキューピー(株)のグループ会社であるKEWPIE VIETNAM CO., LTD. (キューピーベトナム) が出店



## Gokko Worldへの出店理由

- ✓ ゲームを通して子どもが野菜やサラダを好きになり、元気に育って欲しいという願いを込めて
- ✓ 世界中の子どもに野菜を食べてほしいという想い

# 業績の状況

# 現在の「ごっこランド」を中心とした収益構造

✓ 2018年から7期連続の増収増益



**営業利益**



✓ **事業開発支援・受託開発等**  
これまで培ってきた子ども向けアプリの企画・開発のノウハウを、デジタルを通じて他企業に提供

注) 過去の共同開発事例

- トヨタ自動車(株)
- (株)サンリオ
- (株)スクウェア・エニックス
- (株)学研ホールディングス
- (株)森永乳業

✓ **ユーザー獲得の広告宣伝費等が低水準**

✓ **採用関連コストが低水準**

2025年12月期以降の変化

「ごっこランド」  
成長持続

「ごっこランドEXPO」  
拡大

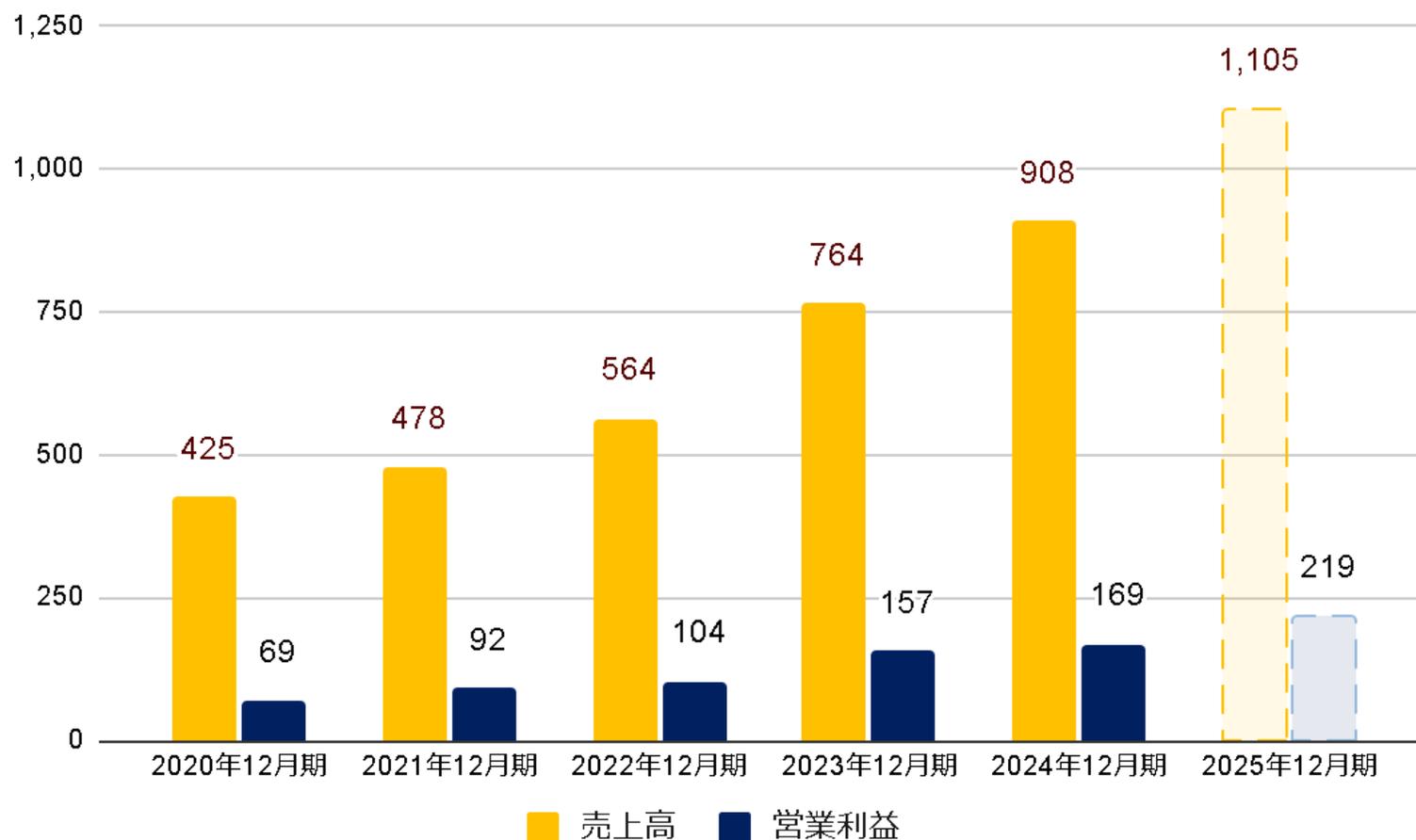
アジア展開加速

※ 構成比：2024年12月期の実績値より

- ✔ 2025年12月期は売上高1,105百万円(前年同期比21%増)、営業利益219百万円(同30%増)
- ✔ リアル展開及びアジア展開に注力しつつも、増収増益により過去最高益を計画

## 売上高及び営業利益の推移

(単位：百万円)



# 成長戰略

【現在】

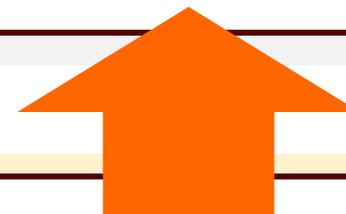
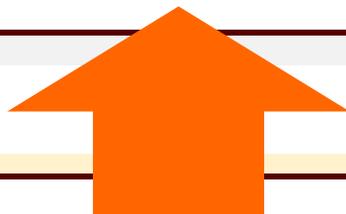
## ■ 顧客数

国内ごっこランド既存出店数



## ■ 顧客単価

月額 × 継続年数



【今後】

### 営業体制の拡充と 海外展開による出店数の増加

- 国内ごっこランド  
+ 出店増加
- 海外ごっこランド  
+ 新規出店増加  
+ 展開国増加

顧客数  
アップ

顧客数  
アップ

### ごっこランドの 価値向上による顧客単価アップ

- リアルでの体験創出  
「ごっこランドEXPO」  
+ イベント売上  
+ ごっこランドの継続年数増加  
+ 海外イベント展開
- ごっこランドの販売価格変更  
月間平均プレイ回数  
2500万回を目処に検討

顧客単価  
アップ

顧客単価  
アップ

## ■ 顧客数

国内ごっこランド既存出店数



### 営業体制の拡充と 海外展開による出店数の増加

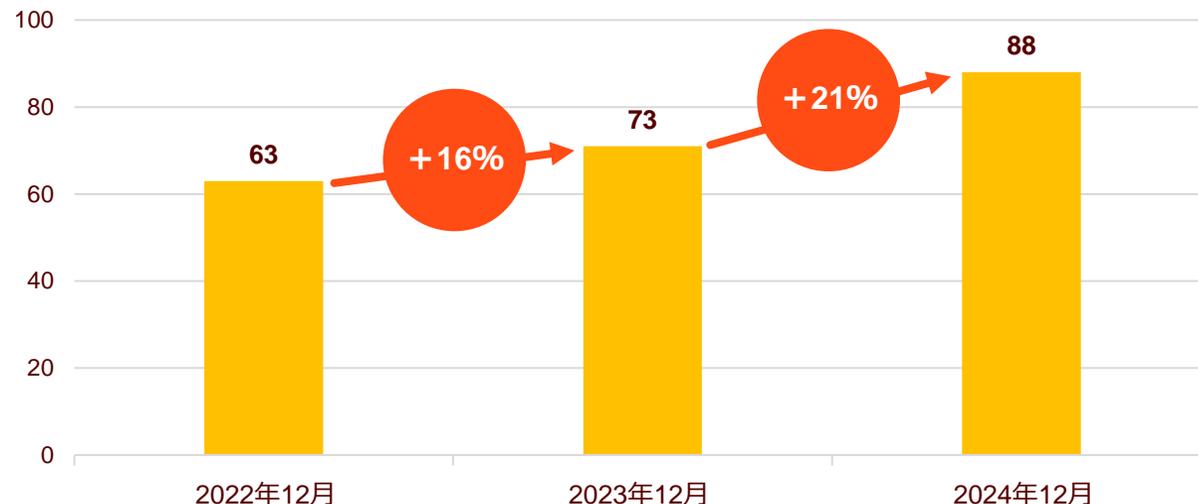
- 国内ごっこランド  
+ 出店増加

顧客数  
アップ

- 海外ごっこランド  
+ 新規出店増加  
+ 展開国増加

顧客数  
アップ

- 国内ごっこランド  
営業体制の拡充によりパビリオン数の増加が加速



- 海外ごっこランド  
ベトナム版に2024年12月に初のパビリオン出店企業が誕生。更なる成長に向けて2025年第2四半期に現地法人を設立予定

## 顧客単価

月額 × 継続年数

### ごっこランドの 価値向上による顧客単価アップ

- リアルでの体験創出「ごっこランドEXPO」  
+ イベント売上  
+ ごっこランドの継続年数増加  
+ 海外イベント展開

顧客単価  
アップ

- ごっこランドの販売価格変更  
月間平均プレイ回数  
2500万回を目処に検討

顧客単価  
アップ

### ● リアルでの体験創出「ごっこランドEXPO」

FY2024  
5ヶ所開催

FY2025  
約30ヶ所開催

- ✓ リアルイベントの取組みで  
ごっこランドのパビリオン  
出店企業との関係性強化
- ✓ 出店パビリオンの契約継続  
& 単価アップに寄与

### ● 月間プレイ回数の増加



- ✓ 2025年1月のプレイ回数は過去最高値を記録し  
価格改定の余地を含む

ファミリー向けビジネスを展開する当社の社会的信用力の向上・サービス認知度の更なる向上、国内における事業成長及びアジアへの本格展開のため、新規株式上場を行い資金を調達いたしました。調達資金の使途は、国内の「ごっこランド」の成長資金、リアル展開「ごっこランドEXPO」事業の拡大資金、アジア展開に関する資金及び新規事業に関する資金等として、下記を予定しております。なお、2024年12月期は、計画通りに充当いたしました。

## 人件費及び手数料等

今後の事業規模のために必要な営業部門、開発部門及びコーポレート部門の人員増加による人件費、採用費、支払報酬及び売上手数料等として、987百万円（2024年12月期に23百万円、2025年12月期に257百万円、2026年12月期以降に706百万円）を予定しております。

## 開発活動に関する外部リソース活用資金

開発活動に関する外部リソースの活用に伴う外注・業務委託費として、478百万円（2024年12月期に45百万円、2025年12月期に160百万円、2026年12月期以降に271百万円）を予定しております。

## 販売促進費、広告宣伝費

事業規模拡大のために必要な販売促進費及びユーザー認知度の更なる獲得のために必要な広告宣伝費として、284百万円（2024年12月期に16百万円、2025年12月期に94百万円、2026年12月期以降に173百万円）を予定しております。

## その他企業運営全般

上記に限らず、オフィス移転等の企業運営全般の費用として、129百万円（2024年12月期に3百万円、2025年12月期に38百万円、2026年12月期以降に87百万円）を予定しております。

# リスク情報

項目	主要なリスク	発生可能性	影響度	対応策
特定のサービスへの依存について	当社の収益は、主要サービスである社会体験アプリ「ごっこランド」の運営によりクライアントから受領する出店料金が収益全体の約8割を占めております。今後新たな法規制の制定、改正、その他予期せぬ要因により、収益構造に重大な変化が生じた場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	高	当社では、事業規模の拡大並びに特定のサービスへの依存度の低減を目的として、新規事業の検討を含めその他主要サービスの拡充は継続していく方針です。
技術革新によるリスク	インターネットサービスの急速な技術革新が行われており、経済及び社会に大きな変化を引き起こしつつある中で、当社として予期しない技術革新による大きな需要等の変化があった場合、また、当該環境変化に適用出来なかった場合は、技術的優位性やサービス競争力が低下し、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	最新のデジタル技術を業務プロセスやサービスに組み込むことは、今後の事業拡大のためには必要不可欠であると捉えており、最新技術に対する調査研究は継続的に実施していく予定です。
プラットフォームへの依存について	ユーザーに対して、他社が運営するアプリストア等のプラットフォームを通じてアプリを提供していること、また、コンテンツの開発においては、他社が提供している開発エンジンを利用していることから、これらを運営する事業者の動向、事業戦略、規約等の変更により、従来のサービスの提供方法が大きく変化した場合、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	リアルイベントの開催等、現在利用しているプラットフォームのみに依存することなく、ファンや収益の獲得等、検討してまいります。
顧客との関係継続に関するリスク	顧客ニーズの変化による予算縮小又は顧客からの要望の変化に対応出来ず、顧客と当社との間の契約に影響を与える場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	顧客との関係を強化し、ブランディング戦略の一環として当社の提供するサービスが活用されることで、顧客の事業上のパートナーとしてあり続けることを目指しております。また、カスタマーサービス等の拡充等により、顧客の需要に応える体制を構築し、関係継続に努めてまいります。
親会社との関係について	株式会社くふうカンパニーホールディングス（以下、「同社」）は、親会社に該当いたします。将来において同社の事業戦略や、当社の位置付け等に著しい変更が生じた場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	現時点において、当社の事業と同社の事業の競合性が想定される事象は発生しておらず、また、役員の兼務、従業員の派遣、出向及び受け入れ出向等の人的関係はなく当社の事業戦略、人事方針等について、何ら制約等も受けていないため、経営の独立性は確保されていると認識しております。今後同社と取引を行う必要性が生じた場合には、少数株主の利益を損なうことのないよう、取引理由及びその必要性、取引条件及びその決定方法の妥当性等について、取締役会において十分に審議した上で意思決定を行うこととしております。

※ その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

## 【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。
- 今後の当資料のアップデートは、2026年3月を目処として公表予定です。

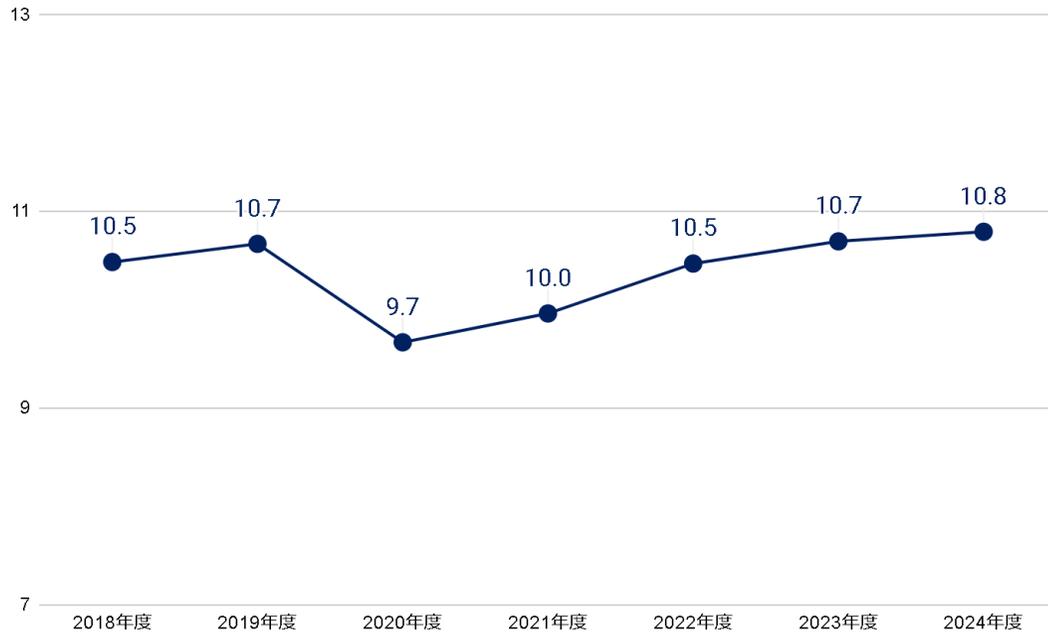
# 参考情報

## ■ 市場環境

- ✔ 子ども関連ビジネス市場は6分野10兆円規模で構成
- ✔ 子ども関連用品・サービス及び娯楽用品・レジャーの2分野を、現時点の該当市場と考え  
教育サービス・学用品、保育関連サービスについて、将来的な成長エリアとして検討
- ✔ 人口は減少しつつも、一人当たり教育費は増加傾向

## 子ども関連ビジネス市場の推移

(単位：兆円)

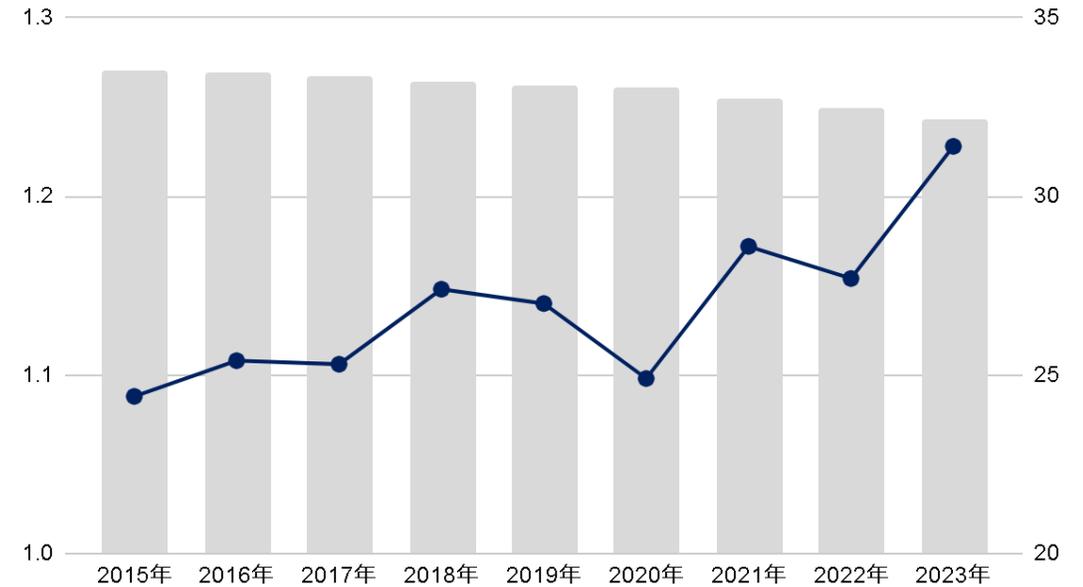


## 国内の人口と一人当たり教育費

(単位：億人)

■ 人口 ● 一人当たり年間教育費

(単位：万円)



※ 株式会社矢野経済研究所の「子ども関連ビジネス市場に関する調査」より  
 ※ 子ども関連ビジネス市場は、①：娯楽用品・レジャー、②：教育サービス・学用品、③：食品  
 ④：衣料品、⑤：こども関連用品・サービス、⑥：保育関連サービスの6分野で構成

※ 日本の人口は総務省統計局の統計表を基に当社集計  
 ※ 一人当たり年間教育費の世帯数は住民基本台帳を基に当社集計  
 ※ 一人当たり年間教育費の教育関連費は総務省家計調査年報を基に当社集計

✓ 国内のサービスでは「ごっこランド」が1番手

サービス名	コンテンツの特徴	パビリオン 出店数	App Storeランキング (子ども向け)	Google Playランキング (ファミリー)
	<b>総合社会体験</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>職業体験</li> <li>金融教育</li> <li>SDGs</li> <li>地域学習等</li> </ul>	88店	2位	3位
<b>A サービス</b> (大手玩具メーカー提供)	職業体験中心	14店	17位	—
<b>B サービス</b> (大手通信キャリア提供)	金融教育中心	16店	—	—

- 「ごっこランド」の強み

## ① 子どもユーザー

- ・夢中になる
- ・家族で遊ぶ
- ・社会との接点



## ① 親世代ユーザー

- ・育児支援
- ・子どもの成長変化
- ・子どもとのコミュニケーション

## ③ メンバー

- ・ごっこランド ユーザー
- ・自分のモチベーション
- ・会社の理念に共感



# ごっこランド

「子どもの夢中」を応援するユーザーで作る  
オンリーワンのファミリープラットフォーム

## ② パビリオン出店企業

- ・企業メッセージの伝達
- ・社内のごっこランド ユーザー
- ・社会貢献



※メンバーとは当社従業員を表しております。

- ①ユーザーにとっての「ごっこランド」

## いくつになっても楽しいゲーム

小さい時親の携帯でめちゃくちゃ遊んでました😊

今、中学生なんです、久々に見たら

めっちゃ進化しててびっくりしました😲

それに、私が好きだったケーキ屋さんごっこが

あって懐かしいと思いました😂😂😂

小さい子には本当におすすめのゲームです🥺

無料とは思えないほどのクオリティと面白さ😊

コロナ禍でどこにも行けないので、このゲームを

一緒にプレイするなんてありですね😊

小さい子の職場体験みたいな感じですから。



## 妹が楽しんでます！

こんにちは。私は妹に4歳の女の子を持っています。

レビューは初めて書かせていただくので、間違いがあっても

少しご了承の程よろしくお願ひします。

私は、今小学5年生です。妹と歳が6歳ほど違いますが、毎日仲良く遊んでいます。

その遊びの中の一環として「ごっこランド」をやっています。

妹が大好きなお店、例えばスシロー、すき家、ほっともっと、マクドナルドなど、

自分がお店の店員になりきれるといい点がいいと思います。

妹も自分で「いらっしゃいませ！」と自分でお店の店員になりきっています。

とても楽しそうでなによりです。

そのごっこランドのゲームの一つとして追加されたら面白だろうなというものを提案します。

例えばCoCo壺番屋やガスト、ジョイフルなどカレー屋やファミリーレストランを追加したら良いと思います。

あと、みんな憧れYouTuberなども良いと思います。妹も毎日欠かさず見ているので、それも入れて欲しいです。

最後に、勉強になる簡単なプログラミングも入れたらいいと思います。

最後まで目を通してくれ、有難うございます。

これからも、面白いアップデート、よろしくおねがひします🙏

## いくつになっても楽しいゲーム

おそらく上の子が2歳くらいの頃からお世話になっています。

何をするにも、てれててててててててて～♪（ゲーム選択時の音楽）やりたい！  
って言うくらいハマってますし、お世話になっています。

先日は、車のボンネットのことについて説明し始めたのでびっくりしました！  
アプリに育児を任せているわけではなく、子どもの好奇心とリアルな仕事、親では  
説明できないことを自ら学んでいるので、たまに親でもわからないことを知ったり  
するのでとても楽しいのだと思います。

もし、子どもさんに何かアプリをやらせたいと思っている人がいたら間違いなくこの  
アプリをおすすめします！

無料なのはきっと企業さんから、と言う大人の事情なのはわかりますが、  
前あったゲームがなくなるのは契約？が切れてしまうからなんですかね？  
大人でもハマるゲームがあったりするので寂しいです。

復刻することがあればして欲しいですね！

また、ガチャ？が出来たので子どもが引くたびに報告しにきます笑  
ほんとにお世話になっています！  
ありがとう～！！笑

## 子どもの行動変容

娘氏いつも夕飯「ぜんぶきれい」って食べないので  
お菓子なんだけど、ごっこランドってアプリの中に  
あるキューピーのミニゲームやって「サラダがたべ  
たーい!!」って言い出して 絶対食べないだろww  
って思って作ったら「おいしー!!」って食べてる  
しかも2日連続で これってもしかして大地震の前兆



## 将来の夢が見つかったこと

将来、どんな仕事にしようかと迷っていて、このゲームを見つけて始めてみました。色々な仕事があり、将来の参考になりました、美容師になろうと思います！  
ゲームの中では、本当の仕事をしているみたいで、とても楽しいです。

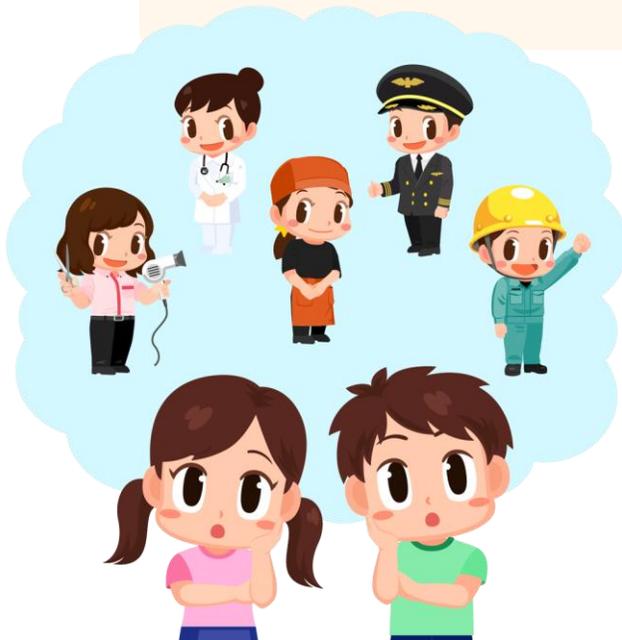
## 教材として活用させて頂いております！

特別支援教育の教材として使える部分があるので、  
利用させていただいています。  
定型発達のお子さんでも十分に活用可能な良い教材であると思います！



## バイト中のミスが無くなりました！

すき家で働いている17歳です。  
このゲームに出会って、バイト中のミスが無くなりました！  
とても感謝しています。  
子ども向けですが、大人でも楽しめるゲームです。



こどもスマイルムーブメント

優秀賞



キッズデザイン賞



BabyTechAward



AppStore

アワード受賞



App

アプリストアレビュー

25万件の評価

4.4



職業を知るキッカケ

将来の夢の探索

他の職業体験への渴望



何年間遊んでも笑顔になる

父母と遊ぶ

兄弟姉妹と遊ぶ



文字・数字の認識向上等の  
知育要素

達成感による  
自己肯定感の醸成

多様な難易度



正確な業務再現性

企業名・サービス・  
製品の認知度向上

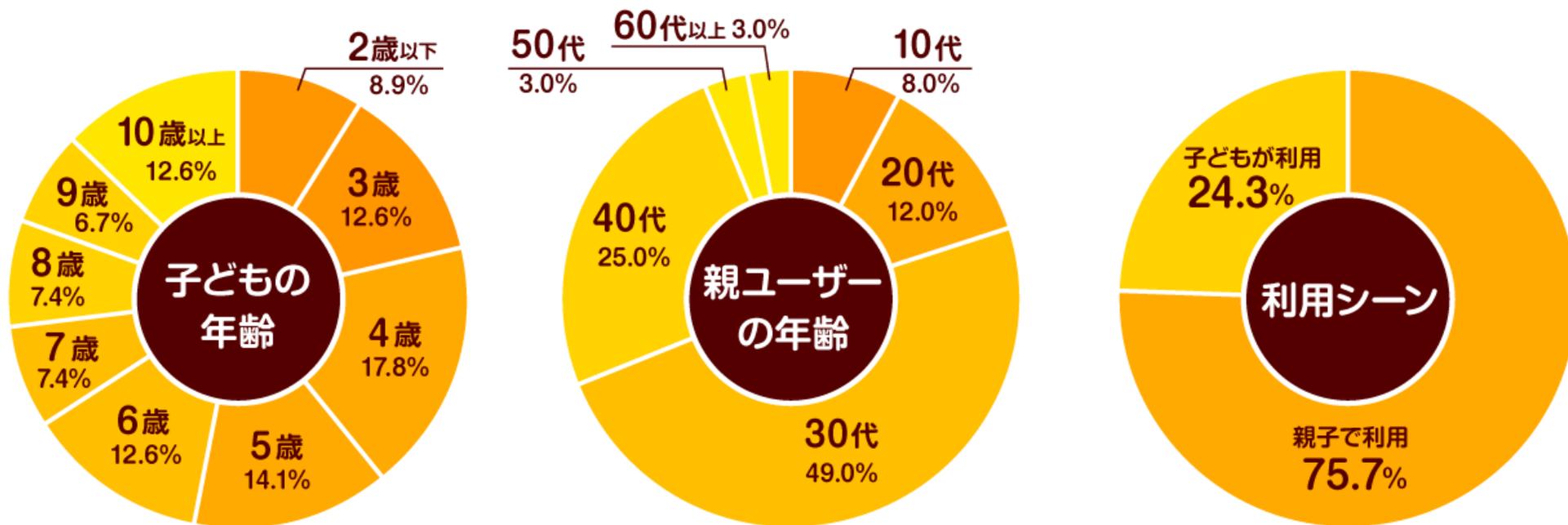


子どもの行動変容

生活必需品

子育ての負担軽減





- ✓ 幼児から小学生低学年まで幅広い層のお子様に使われています。
- ✓ **76%**の親子と一緒に利用しています。
- ✓ 子どもだけでなく親世代への訴求も有効です。

※ 2024年7月に実施のアンケートの結果より

- ②出店企業にとっての「ごっこランド」

# 出店パビリオン一覧 (2024年12月末時点)



(株)銀座コージーコーナー



(株)FOOD & LIFE COMPANIES



(株)スギ薬局



(株)プレナス



マルサンアイ(株)



日本航空(株)



日本生命保険相互会社



(株)サイサン



(株)新学社



チューリッヒ保険会社



ラッキーHD(株)



ロート製薬(株)



サントリー食品  
インターナショナル(株)



ライオン(株)



(株)市進HD



ファイザー(株)



キュービー(株)



(株)すき家



ルートインジャパン(株)



花キューピット(株)



三幸製菓(株)



全国農業協同組合中央会



ファイザー(株)  
(英語版)



ショーワグローブ(株)



中日本高速道路(株)



コベルコ建機(株)



セコム(株)



伊藤ハム(株)



大塚製薬(株)



(株)鎌倉パスタ



YKK AP(株)



公益社団法人ジャパンプロフェッショナルバスケットボールリーグ

# 出店パビリオン一覧 (2024年12月末時点)



(株)エクシング



全薬販売(株)



(株)スタジオアリス



明治HD(株)



(株)チヨダ



(株)豊田自動織機



日清オイリオグループ(株)



日本トイザラス(株)



(株)ココスジャパン



(株)ファイントウデイHD



第一三共ヘルスケア(株)



ビッグロブ(株)



Uber Eats Japan  
合同会社



(株)サンマルクHD



(株)みずほ銀行



(株)プラザクリエイト



(株)みずほ銀行



ファイザー(株)



能美防災(株)



スカパーJSAT(株)



(株)タクマ



シチズン時計(株)  
シチズンマシナリー(株)



(株)セザンヌ化粧品



テーブルマーク(株)



日工(株)



(株)日清製粉ウェルナ



(株)ビームス



(株)日本能率協会  
マネジメントセンター



三井住友海上火災保険(株)



(株)かねふく



岡本(株)



(株)白洋舎

# 出店パビリオン一覧 (2024年12月末時点)



アート引越センター(株)



(株)Yogibo



サントリー食品  
インターナショナル(株)



クラシエ(株)



パナソニック(株)



(株)ヤクルト本社



大和アセット  
マネジメント(株)



はごろもフーズ(株)



スリーエム ジャパン(株)



六甲バター(株)



日本ケロッグ合同会社



東亜建設工業(株)



(株)資さん



雪印メグミルク(株)



(株)浜学園



東洋紡(株)



フランチャイズビジネス  
インキュベーション(株)



(株)ビタブリッドジャパン



(株)キャディアン



アマゾンジャパン  
合同会社



(株)アイ工務店



ポッカサッポロフード  
& ビバレッジ(株)



(株)JTB



大幸薬品(株)



(株)GENDA GiGO  
Entertainment

ファミリー層をターゲットとするB to C企業の  
マーケティング・ブランディングのための出店



日本航空(株)



ライオン(株)



キューピー(株)



B to B企業の広報活動の一環としての  
取組み増加



YKK AP(株)



(株)豊田自動織機



日工(株)



工場見学・出前授業・展示会等の  
DX化の一環としての取組み



全国農業協同組合中央会



コベルコ建機(株)



(株)タクマ



インナーブランディング（社内向け・従業員向け）  
SDGs活動の周知等の出店目的の多様化



日本生命保険相互会社



(株)エクシング



明治HD(株)

## ✓ 同一企業における2つ目の出店

株式会社  
みずほ銀行



ファイザー  
株式会社



サントリー食品  
インターナショナル  
株式会社



## ✓ 同一グループ企業体における2社目の出店

セコム  
株式会社



能美防災  
株式会社



株式会社  
鎌倉パスタ



株式会社  
サンマルクHD



出店  
増加中



## パスタやさんごっこ

(株)鎌倉パスタ

- 社内外に向けたインナーブランディング
- 鎌倉パスタといえば「生パスタ」
- 子どもに楽しんでもらうこと及び食育



## チョコレートのもと カカオのひみつ!

明治ホールディングス(株)

- 「チョコレートを食べる = 健康に良い、現地の人の笑顔に繋がる、それを提供している企業が明治」という認知を浸透したい
- SDGs、サステナビリティ教育の一貫として



## JALのおしごとたいけん

日本航空(株)

- 空のお仕事への理解を高めること
- 安全かつ快適な空の旅の提供に、沢山のスタッフが関与し、そのお仕事を知らせるキッカケ

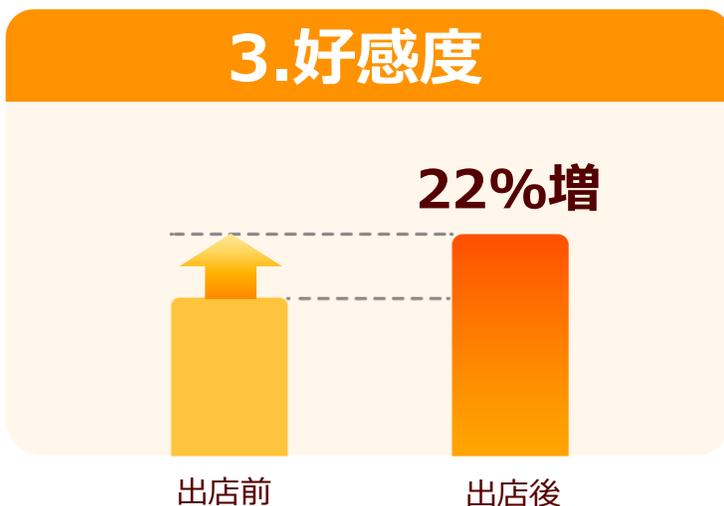
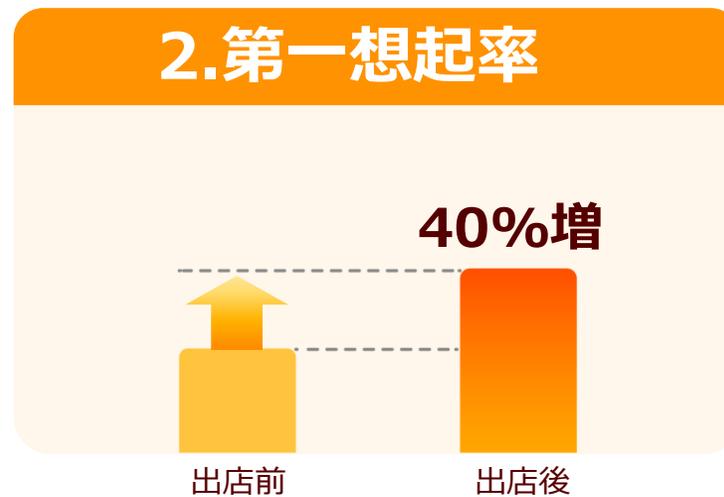
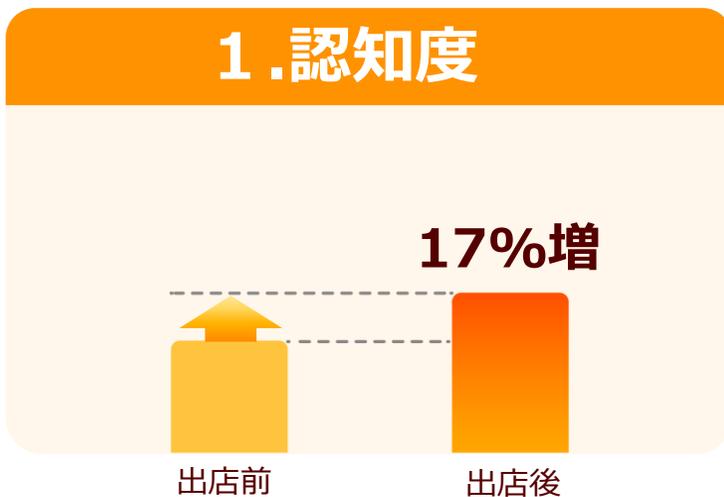


## たのしいまちづくり

コベルコ建機(株)

- 企業名の一般層への認知向上 / ファンの獲得
- 建機 = ブルーグリーン (コーポレートカラー) の認知拡大
- 業界代表で出店することで、従業員のさらなる帰属意識を定着

- ✓ 定期的なユーザーアンケートによる効果の実感（出店前、出店後）
- ✓ プレイを通じて、多くの接触頻度の創出により、下記の効果が発生

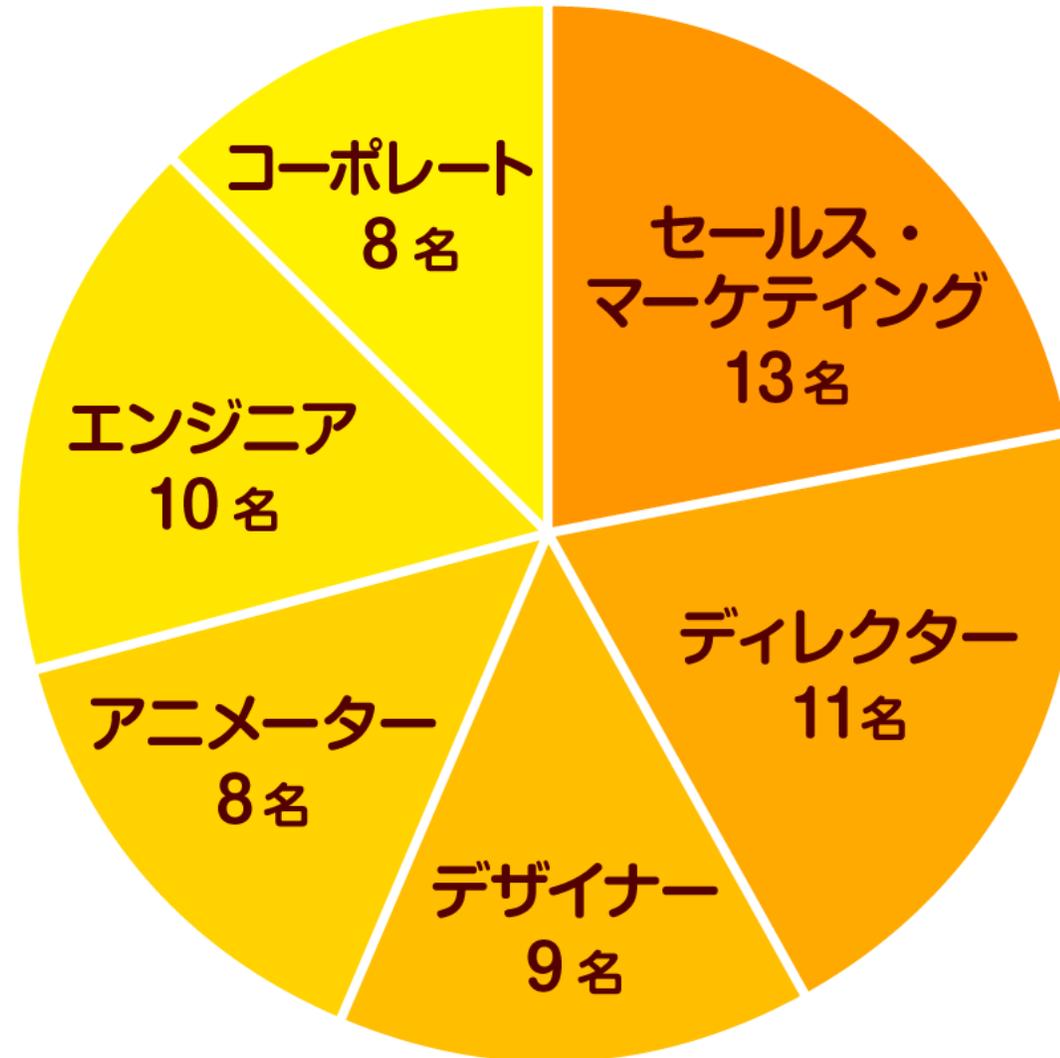


※ 「ごっこランド」出店企業の調査結果の平均値より算出

## ■ ③メンバーが支える「ごっこランド」



▼ 全従業員 59名  
【男性30名・女性29名】



- ✓ 子育て世代が「想い」を持って多数在籍



# 開発における「こだわり」

- ✓ 6ヶ月の開発期間（同仕様の場合4ヶ月）
- ✓ 1ヶ月～2ヶ月の子どもテストを実施

