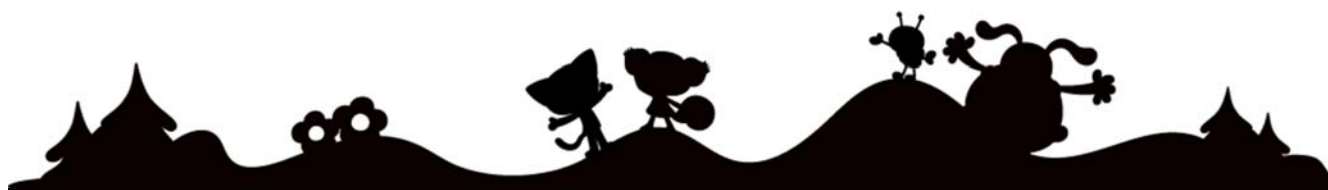


株式会社 イオンファンタジー

中期経営計画

2018年度 ～2020年度



目次



- I. 振り返り
- II. 目指す姿
- III. 中期3カ年方針
- IV. 数値計画

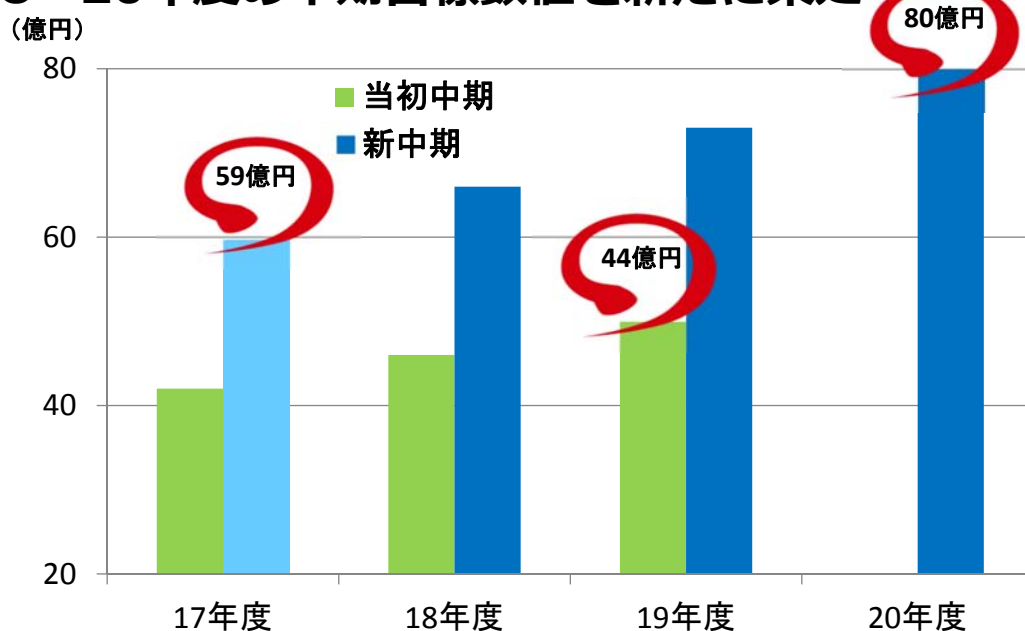
中期目標数値の修正

3

中期目標数値の修正（営業利益）



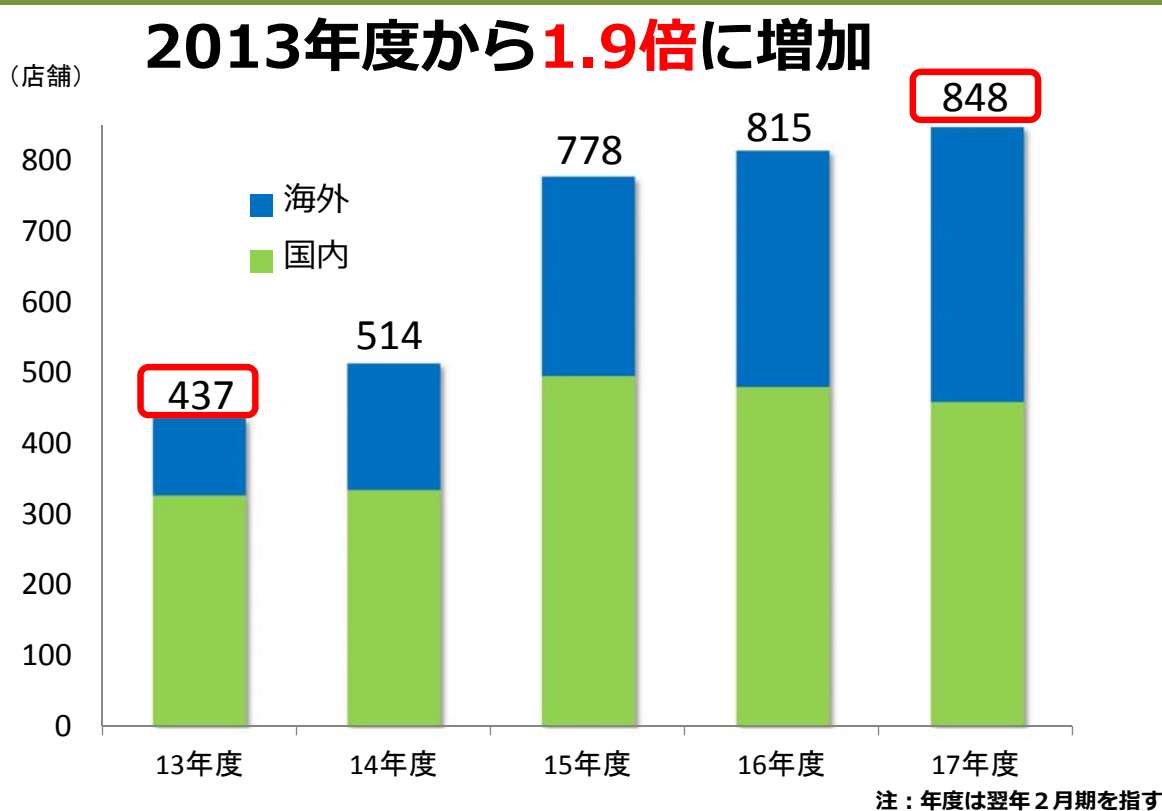
- 17年4月発表の中期経営計画（17～19年度）
3年目の営業利益を初年度（17年度）で達成
- 18～20年度の中期目標数値を新たに策定



4

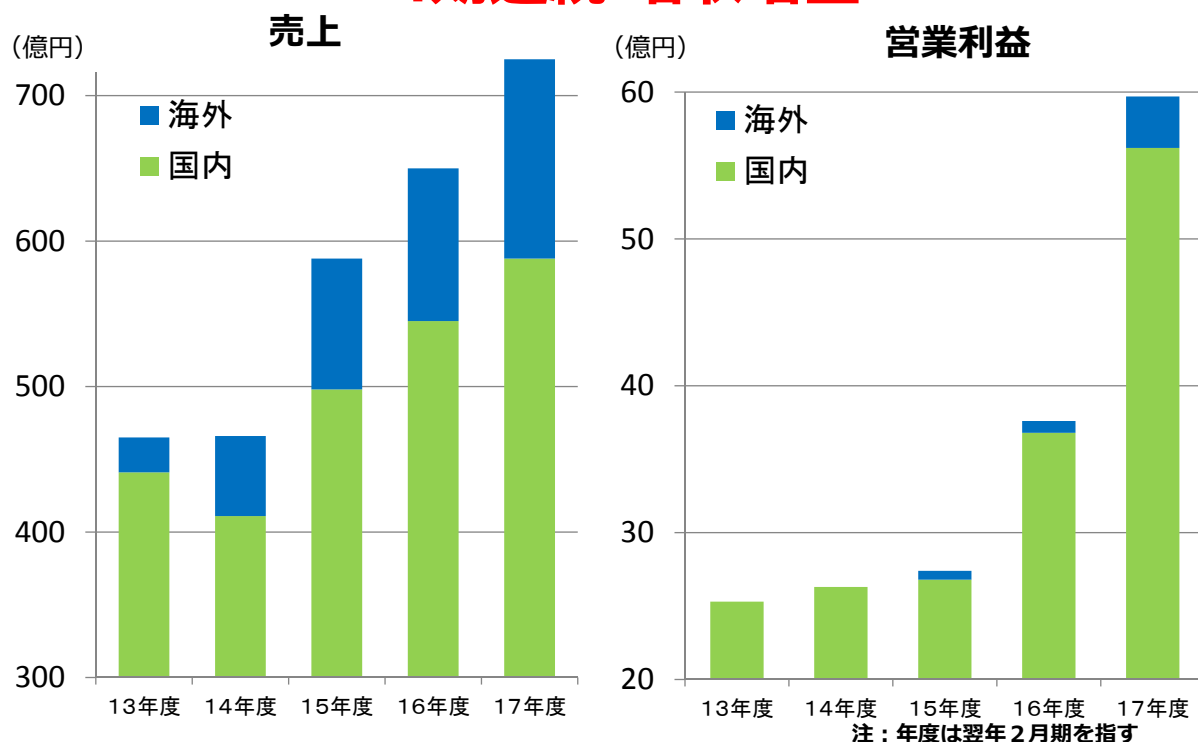
I. 振り返り (2014~17年度)

① 店舗数



②売上と利益

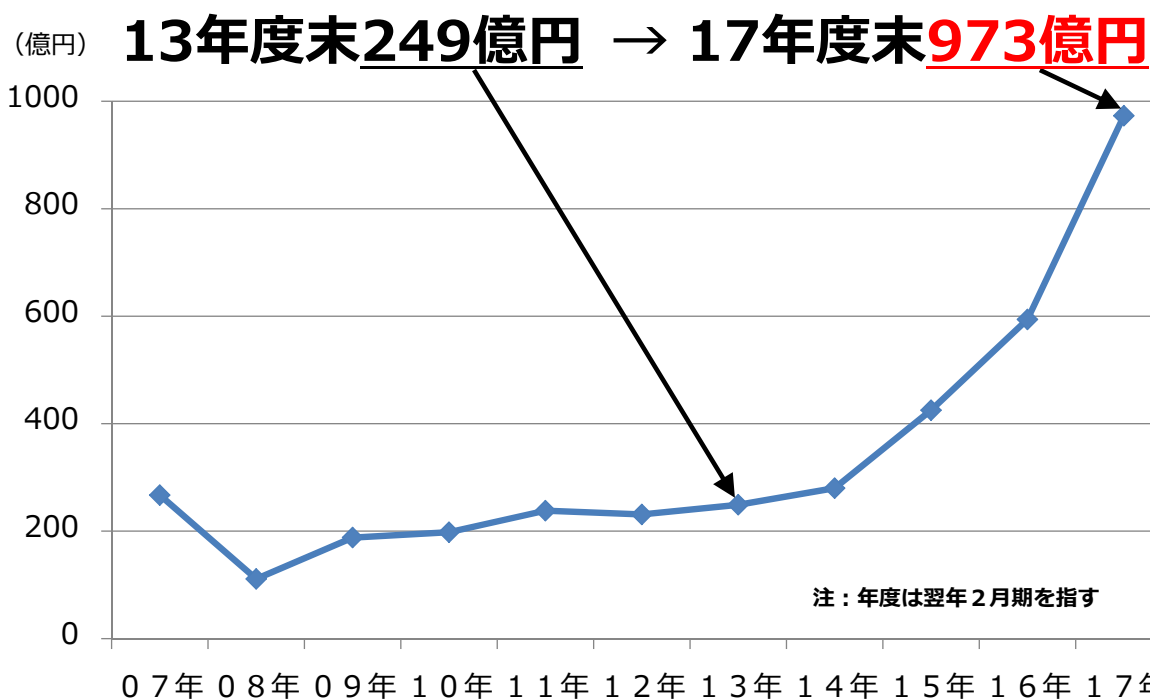
4期連続 增收増益



7

③株式時価総額

3.9倍に増加



8

④ アミューズメント施設運営企業No.1



順位	企業名	売上実績 (2016年度)
1位	イオンファンタジー	650億円
2位	A社	472億円
3位	B社	405億円
4位	C社	372億円
5位	D社	141億円
6位	E社	133億円

※各社の売上高は海外を含めた連結ベースのアミューズメント施設売上額

9

⑤ 海外展開の拡大



エリアの拡大

海外7カ国 389店舗体制へ

14年6月
カンボジア
へ進出



17年12月
ベトナム
直営化完了



14年11月
インドネシア
へ進出



14年5月
フィリピン
へ進出



10

⑥ 新業態の開発

事業領域の拡大



11

⑦ サマリー

	13年度		17年度	13年度比
売上	465億円	➡	721億円	1.6倍
営業利益	25億円		59億円	2.4倍
店舗数	437店舗		848店舗	1.9倍
時価総額	249億円		973億円	3.9倍

12

Ⅱ. 目指す姿

Ⅱ-1 ビジョン

遊びを通じて、
「家族の笑顔」「憩い」そして
「子どもの健やかな成長」を提供する
ファミリーエンターテイメント企業

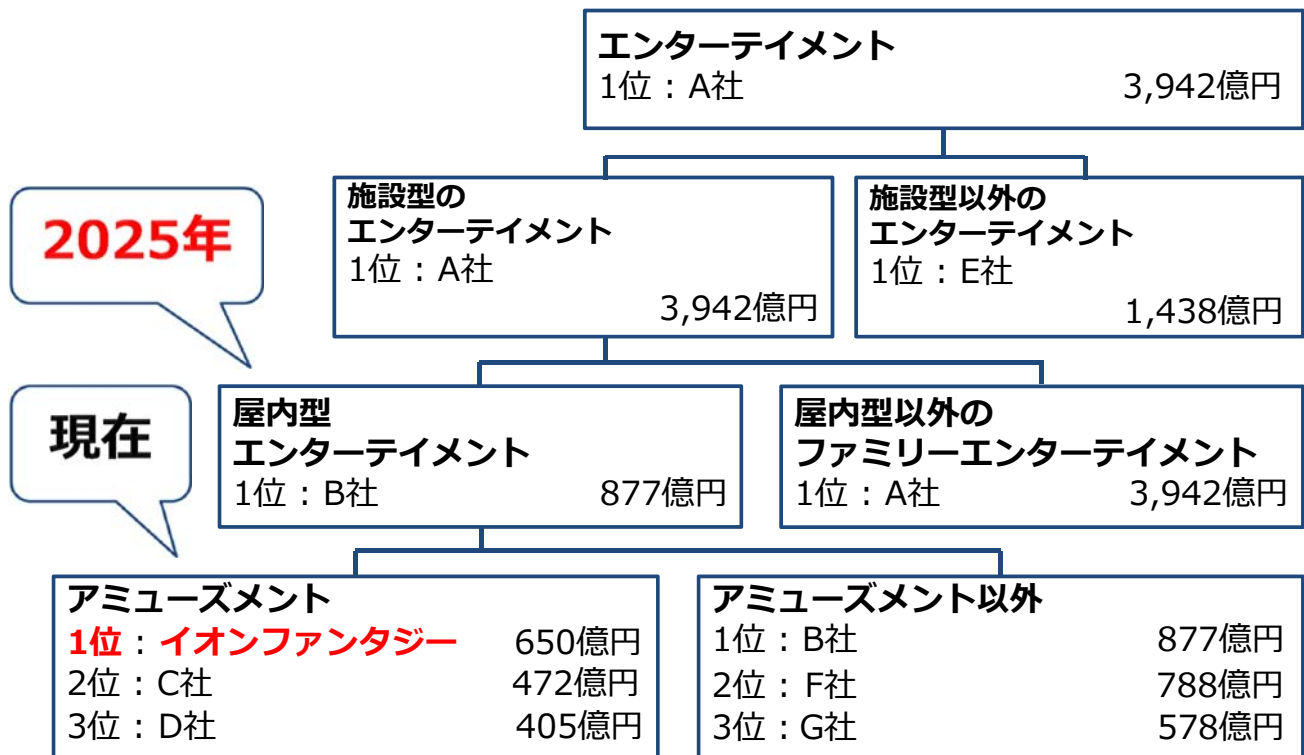
アジアNo.1の
屋内型ファミリーエンターテイメント企業

営業収益：2,500億円

営業利益：200億円

屋内型エンターテイメント分野でアジアNo.1企業となる

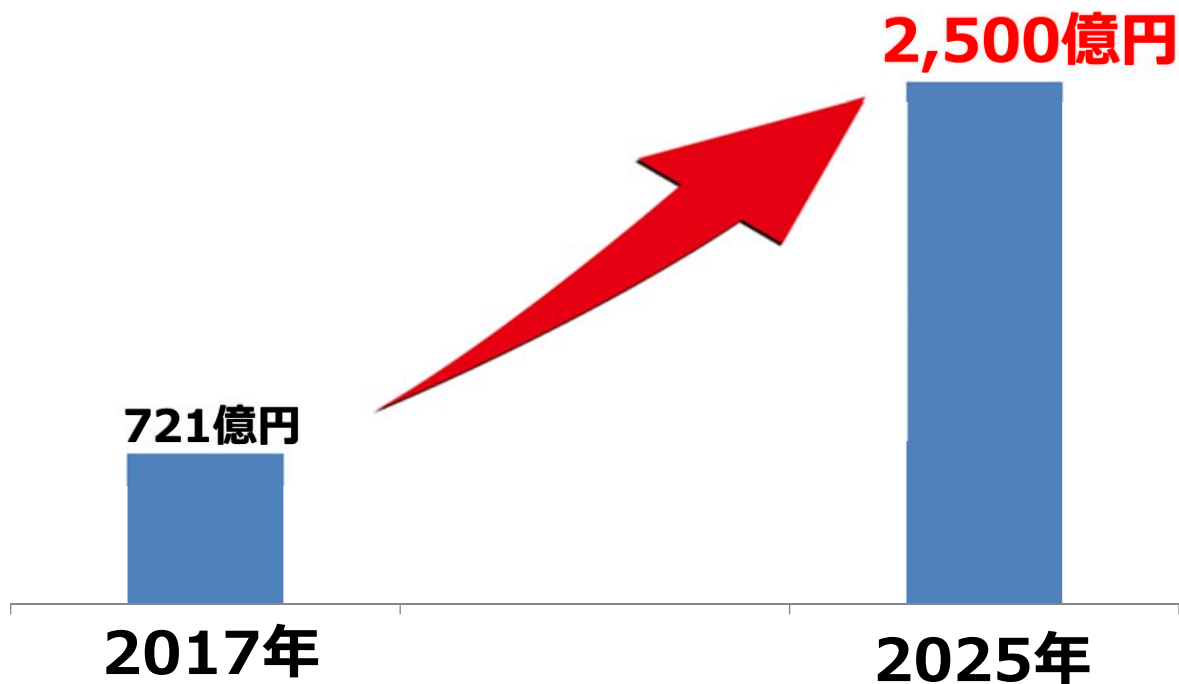
アジアNo.1のエンターテイメント企業を目指す



Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



売上高は**3.5倍**へ

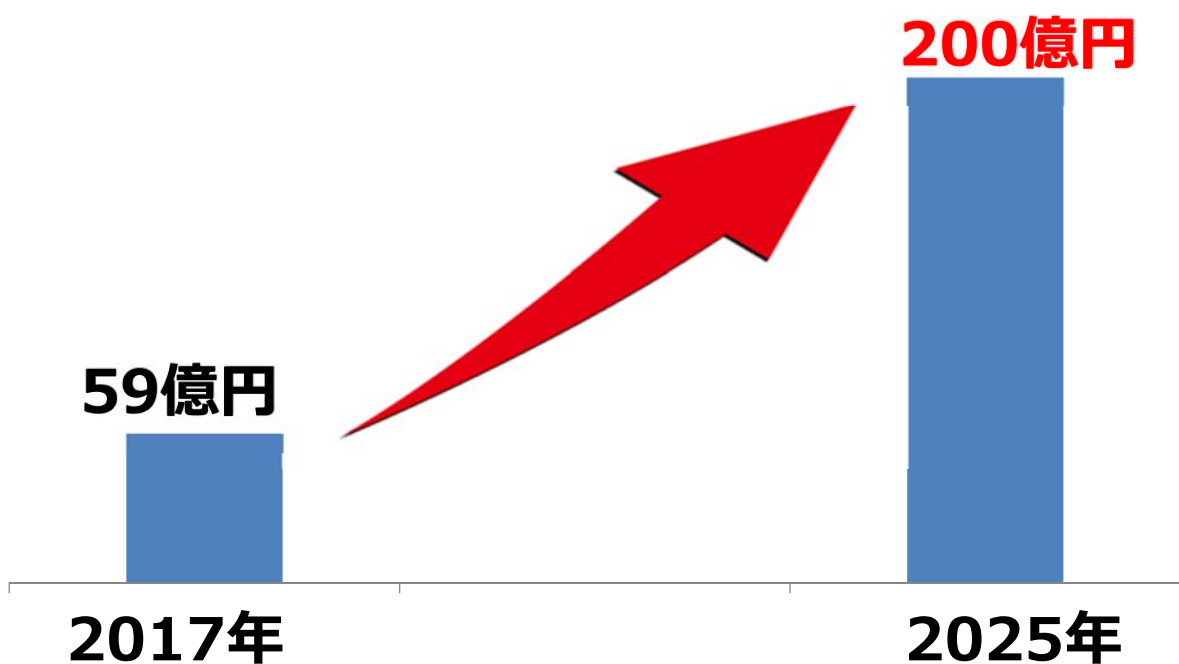


17

Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



営業利益は**3.4倍**へ



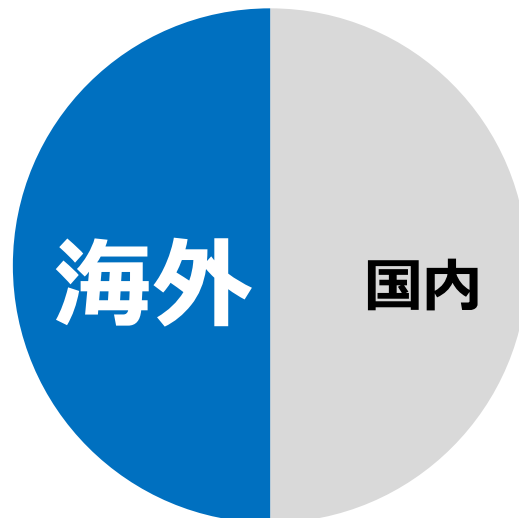
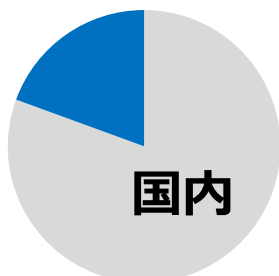
18

Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



海外売上比率を**50%**へ

海外19%



2017年
海外 137億円

2025年
海外 1,250億円

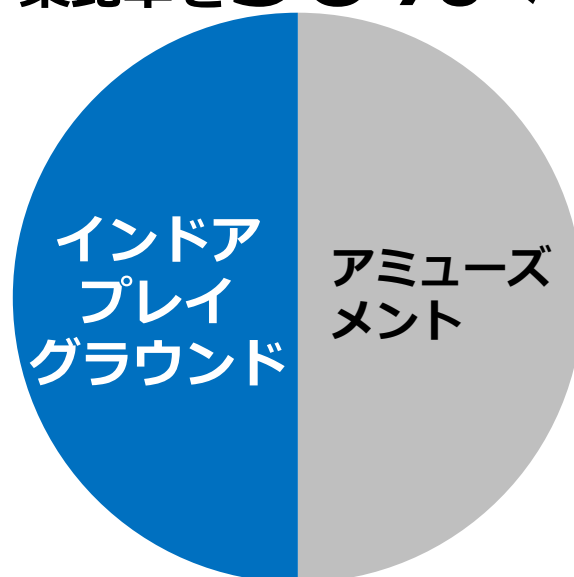
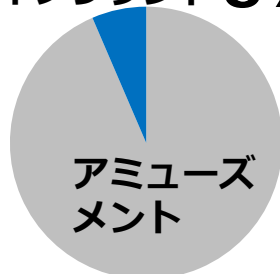
19

Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



インドアプレイグラウンド事業比率を**50%**へ

インドア
プレイグラウンド 8%



2017年
インドアプレイグラウンド
57億円

2025年
インドアプレイグラウンド
1,250億円

20

Ⅲ. 中期3カ年方針

基本戦略

世界中のおもしろい遊びと
自ら創出した新しい遊びを
ブランディングされた
安全安心な空間で
お客さまに提供する

基本戦略の実現例 : フィリピンUptown店

イマジネーションランド(米国製)



ボールプール(タイ製)
当社オリジナル



エアスライダー(中国製)
当社オリジナル



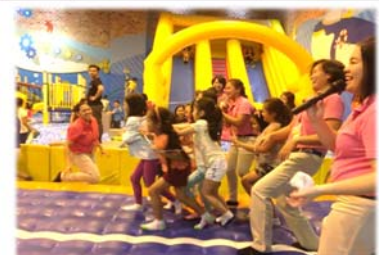
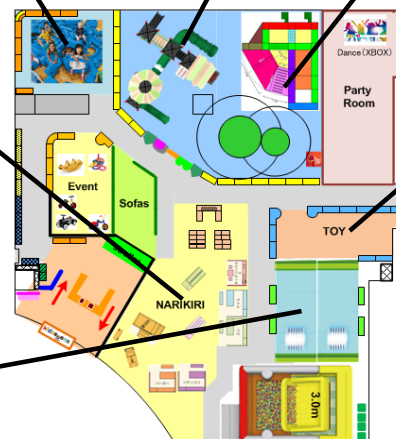
なりきりタウン(フィリピン製)
当社オリジナル



トイコーナー
(デンマーク製・イタリア製)



サイバーホイール(中国製)



1. 他社にマネできない商品の拡大
 2. ブランディングの推進
 3. インドアプレイグラウンド事業の進化と拡大
 4. アジアシフトの加速
 5. 新規取組へのたゆまぬ挑戦
-

改革①

他社にマネできない商品の拡大

改革① 他社にマネできない商品の拡大

「世界中のおもしろい遊び」と「自ら創出した新しい遊び」を圧倒的店舗数を背景に**低価格かつエクスクルーシブ**に導入
 <オリジナル遊具 売上構成比>

	17年度	18年度	19年度	20年度
国内	33%	35%	37%	39%
海外	40%	43%	45%	46%
合計	34%	36%	38%	40%

改革① 他社にマネできない商品の拡大

ゲーム機と景品をエクスクルーシブかつ安価に調達

<ゲーム機>

機械単価 58%OFF



機械単価 21%OFF



機械単価 28%OFF



<プライズ景品>

映画コラボ商材



グループコラボ商材



お菓子メーカーコラボ商材



実現例

改革① 他社にマネできない商品の拡大

実現例

GREE と共同で
世界初の子ども向けVRゲームを開発



3機種を日本200店舗 中国100店舗、900台導入

29

改革① 他社にマネできない商品の拡大

実現例

よくばりパス 200店舗体制へ



30

改革② ブランディングの推進

改革② ブランディングの推進



キャラクターと店舗のブランドを、
店舗とメディアを通じて広げていく



改革② ブランディングの推進

◆ YouTubeプロモーションの拡大

プリンセス姫スイート
視聴回数280万回

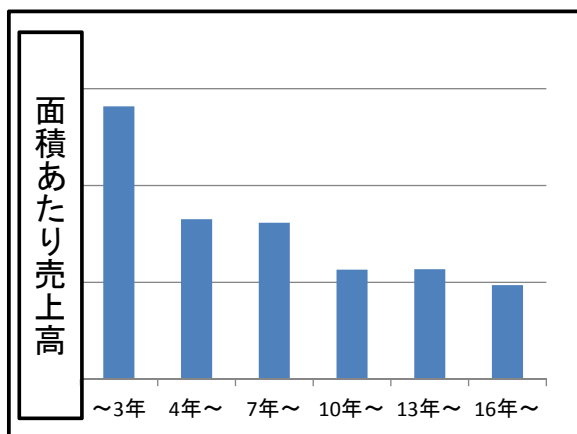
おるたなChannel
視聴回数140万回



17年度 視聴回数 9,000万回超

改革② ブランディングの推進

店舗活性化の推進と店舗年齢の改善



店舗年齢が若いほど売上が高い

17年度は42店舗の活性化を実施

	既存比
実施前	101.8%
実施後	115.0%
差	+13.2ポイントの効果

活性化により売上が確実に改善

**年間36店舗以上を改装し、
店舗鮮度を常に維持・向上する**

改革③ インドアプレイグラウンド事業の 進化と拡大

改革③ インドアプレイグラウンド事業の進化と拡大



創育

「こころとからだの
基礎体力」の向上

テーマ型

テーマ性のある
進化型プレイグラウンド



現在6業態231店舗を展開、さらに進化・拡大する

「進化」の実現例①

テーマ型プレイグラウンド「FANPEKKA」



魔法にかけられたフィンランドの町が
プレイグラウンドになった



現在12店舗、20年には
40店舗へ

FANPEKKA

「進化」の実現例②

有名キャラクターを使用した新業態を構築する

NHKキャラクターと遊ぼう
「にこはぴきっず」



**17年初出店
→多店舗化推進**

新業態店舗



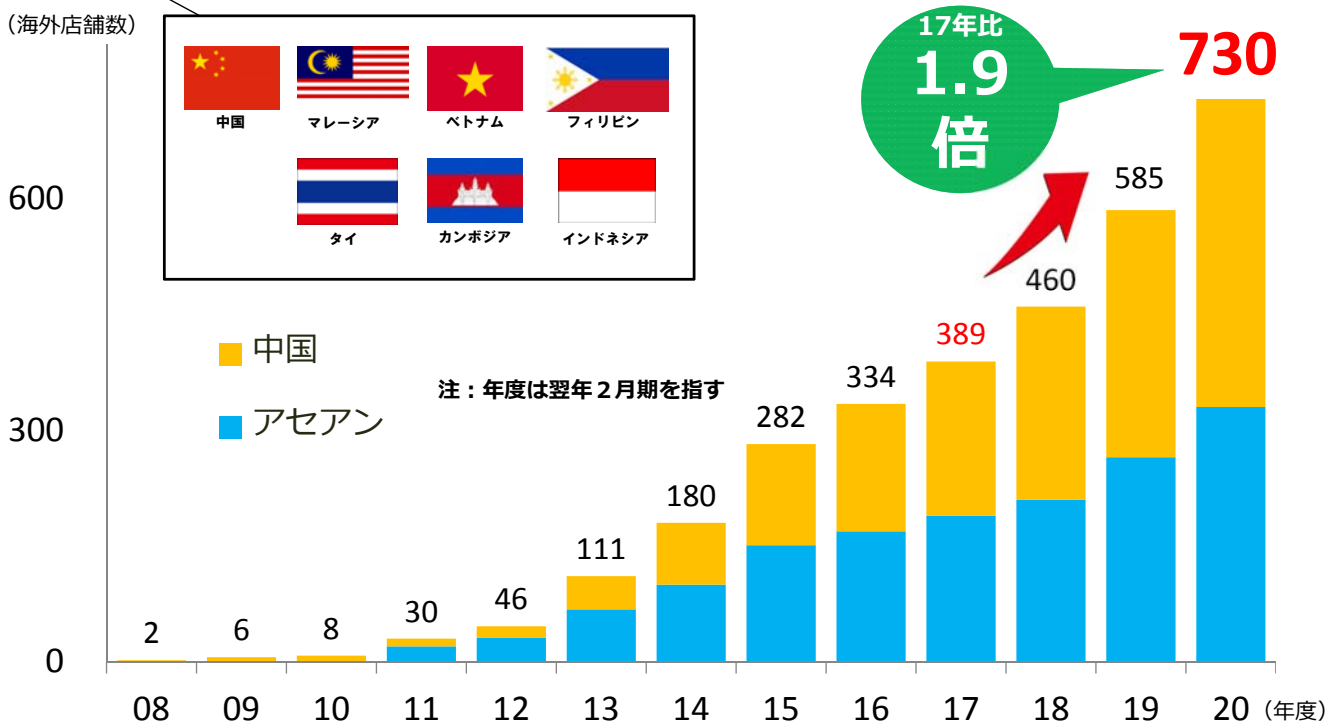
計画進行中

改革④ アジアシフトの加速

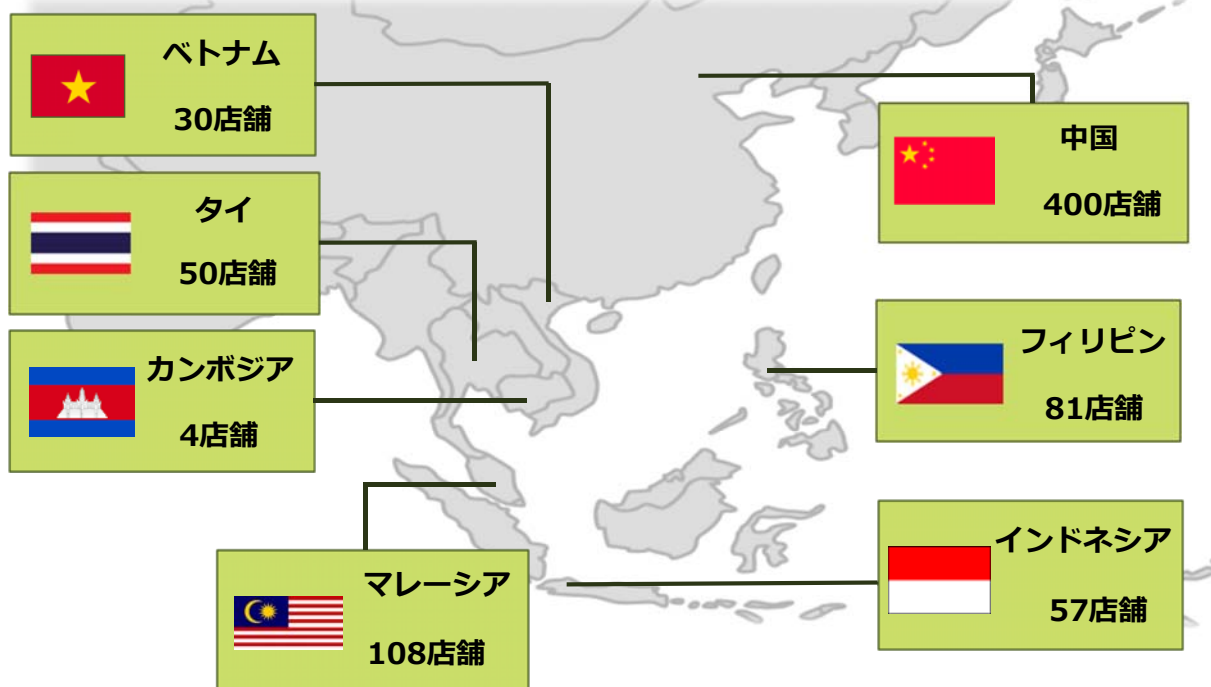
改革④ アジアシフトの加速



既存進出国における圧倒的ドミナント展開と新規進出国への展開



20年度末 海外 **730店舗体制**へ



【高ROIである海外展開の加速】



中期3ヶ年
出店
目標

410店舗
出店

2021年2月期
海外売上高：275億円
海外営業利益：16億円
海外利益構成比：20%

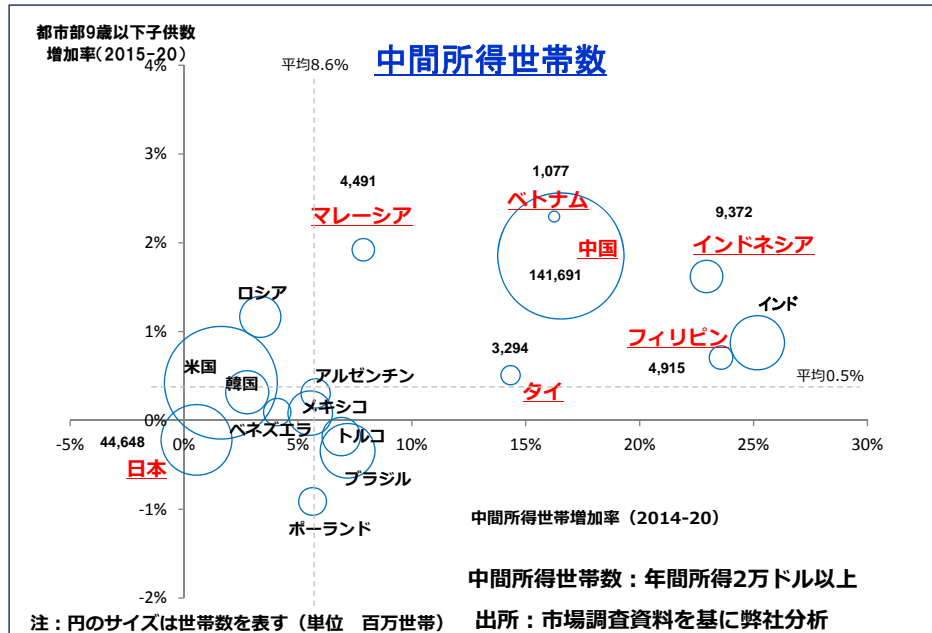
(2018年2月期の海外利益構成比5.8%)

改革④ アジアシフトの加速



【海外潜在市場ポテンシャル分析：中間所得世帯数】

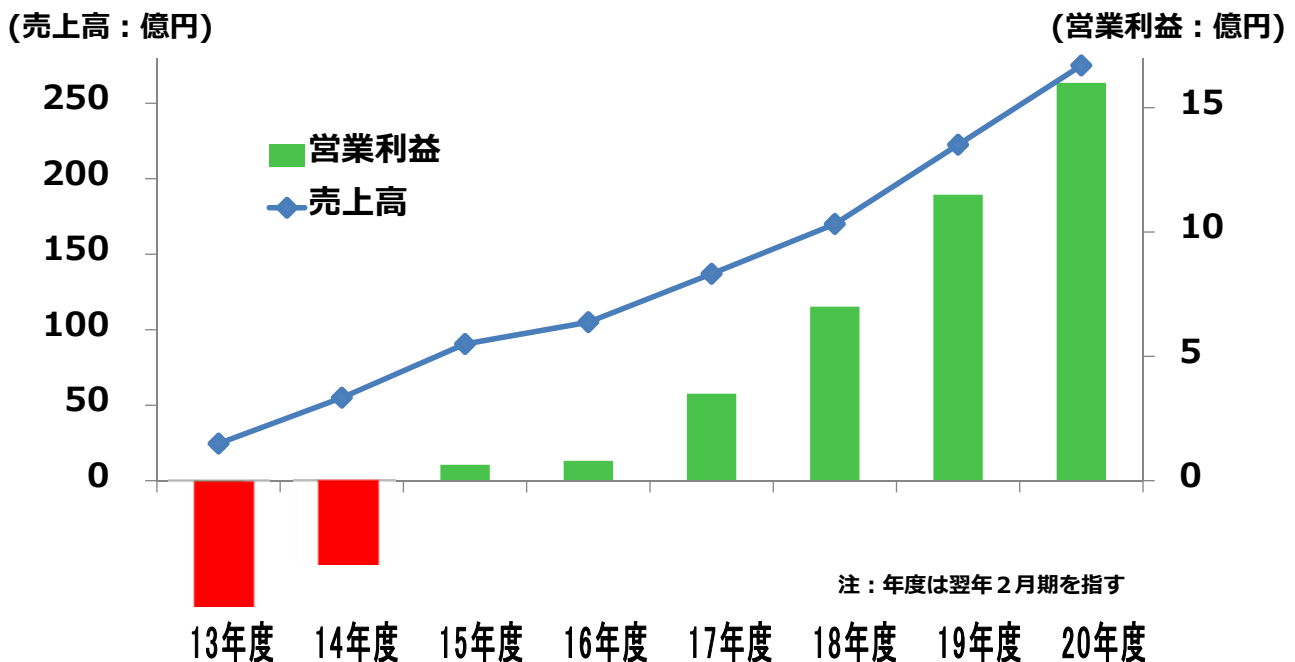
■ 中間所得世帯数及び子どもの数が増大する、潜在市場ポテンシャルが高い国々に進出している。



改革④ アジアシフトの加速



海外で**7期連続の増収増益**を目指す
20年度は売上高275億円、営業利益16億円へ



改革⑤

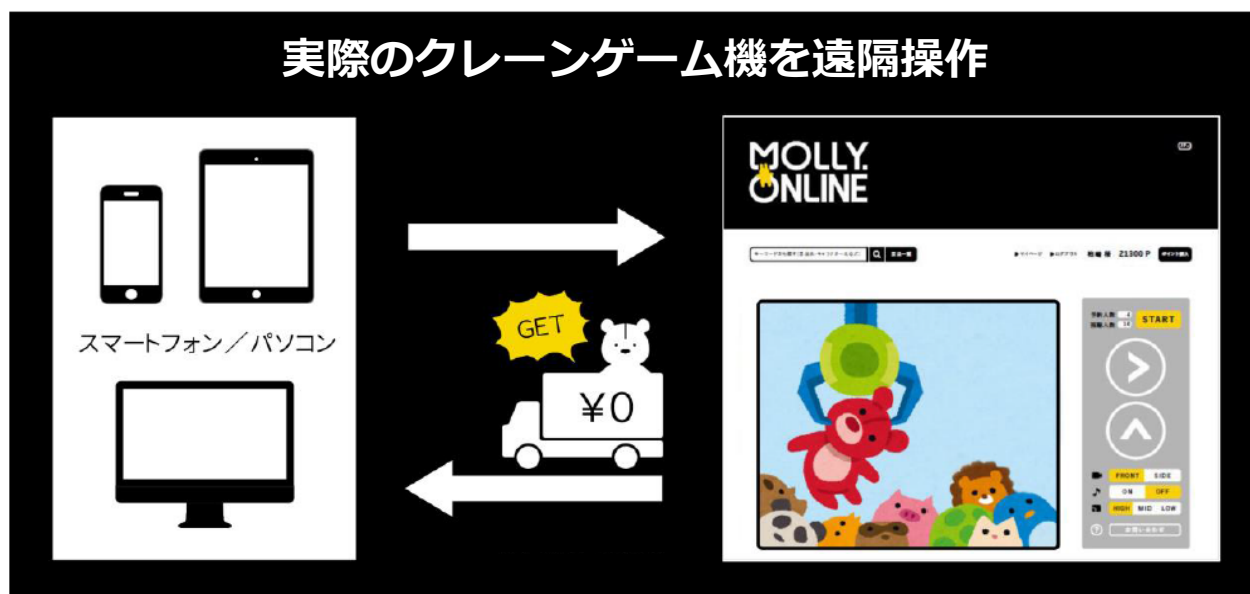
新規取組へのたゆまぬ挑戦

45

改革⑤ 新規取組み①



ネットクレーンゲーム事業へ18年春に参入



46

温浴事業へ18年春に参入
(市場規模3,100億円、業界No.1を狙う)



IV. 数値計画

(単位：百万円)

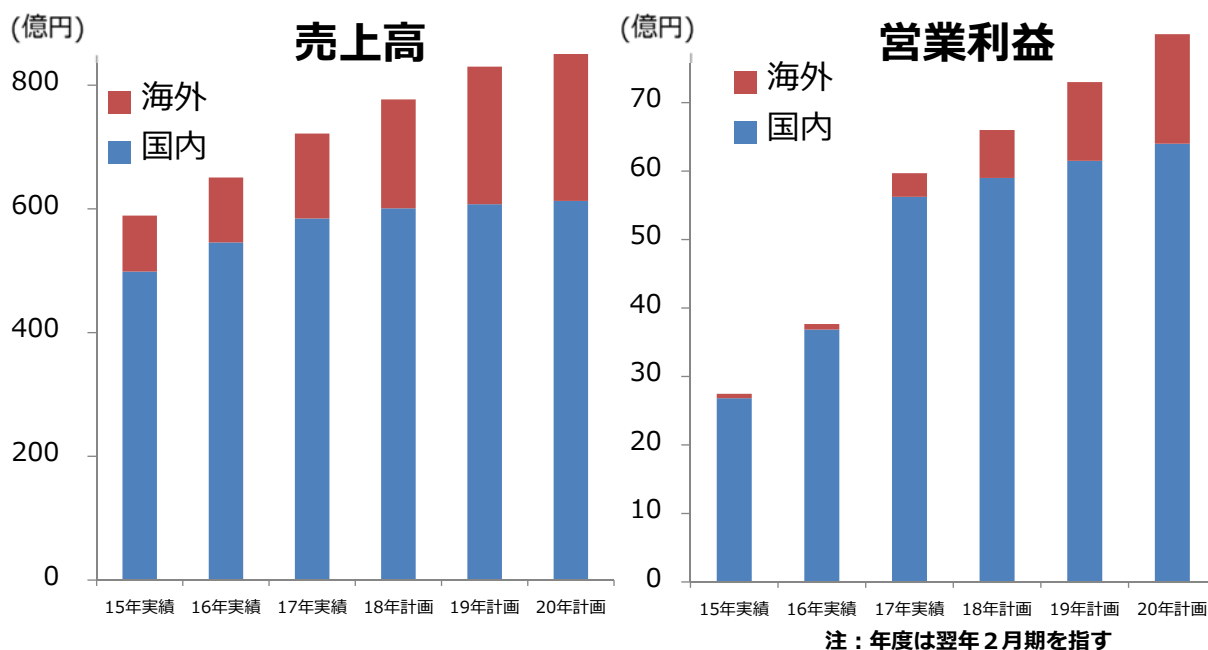
	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2018/2期比
	実績	計画	計画	計画	
売上高	72,174	77,700	83,000	88,800	123.0%
営業利益	5,970	6,600	7,300	8,000	134.0%
経常利益	5,598	6,000	6,600	7,200	128.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,986	3,300	3,700	4,200	140.7%
売上高営業利益率	8.3%	8.5%	8.8%	9.0%	—
ROE	11.1%	11.3%	11.7%	12.2%	—
出店数	86	110	150	180	—
店舗数	848	920	1,050	1,200	141.5%

49

売上高・営業利益推移



2020年度：売上高 **888億円**、営業利益 **80億円**を計画



50

■売上高

(単位：百万円)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2018/2期比
	実績	計画	計画	計画	
国内	58,819	60,600	61,500	62,100	105.6%
海外	13,728	17,600	22,250	27,500	200.3%
連結合計	72,174	77,700	83,000	88,800	123.0%

【既存店前提】：国内100%～102%、海外104%～105%

■営業利益

(単位：百万円)

	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2018/2期比
	実績	計画	計画	計画	
国内	5,628	5,900	6,150	6,400	113.7%
海外	346	700	1,150	1,600	462.4%
連結合計	5,972	6,600	7,300	8,000	134.0%

51

出店計画・店舗数

■出店数

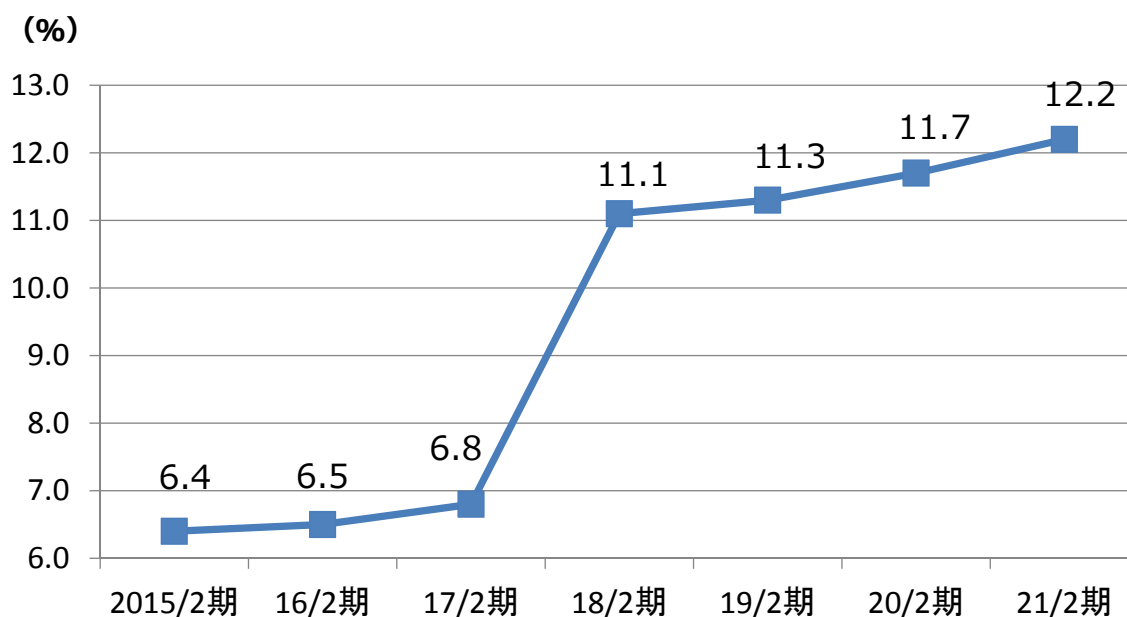
	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2019/2期 ～2021/2期
	実績	計画	計画	計画	合計
国内	8	10	10	10	30
海外	78	100	140	170	410
連結合計	86	110	150	180	440

■店舗数

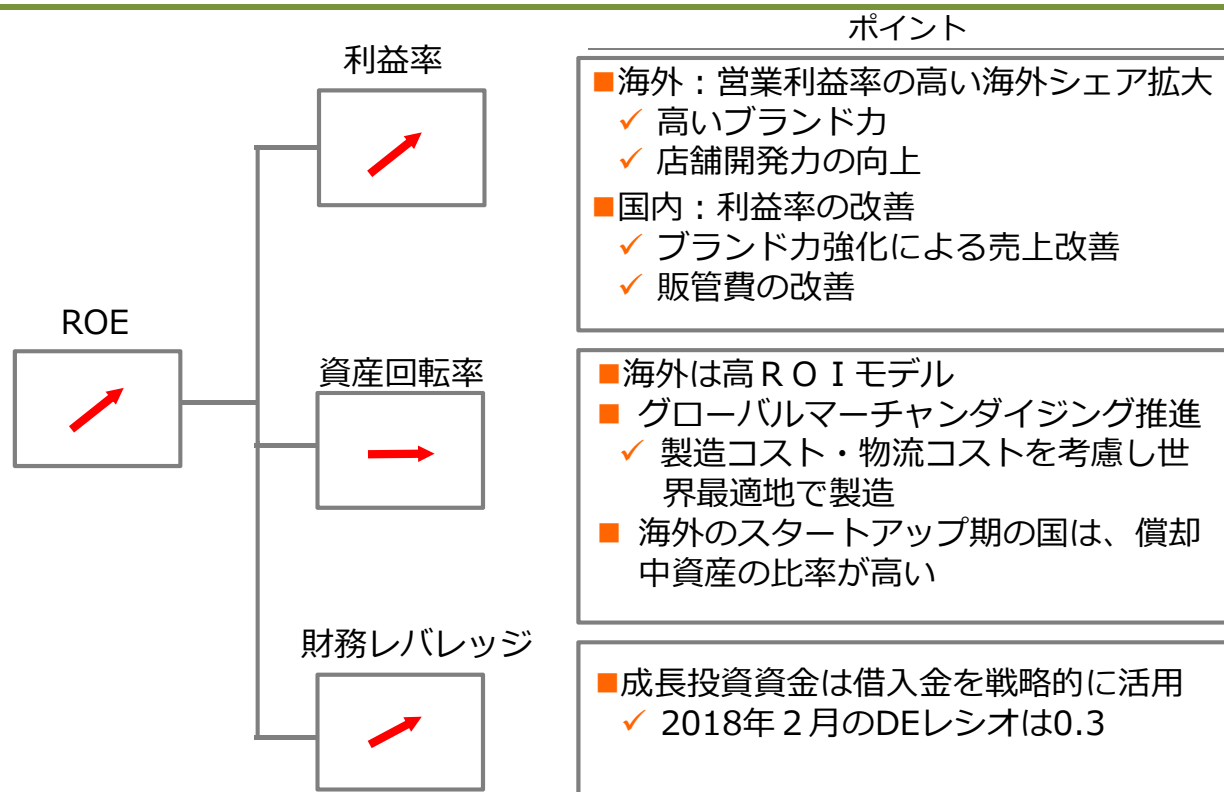
	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2021/2期	2018/2期比
	実績	計画	計画	計画	
国内	459	460	465	470	102.4%
海外	389	460	585	730	187.7%
連結合計	848	920	1,050	1,200	141.5%

52

ROEは2021年2月期に12.2%へ上昇。



成長戦略におけるROE戦略



【配当方針】

株主さまへの安定的利益還元を前提に、内部留保の充実と業績・配当性向等を総合的に勘案し、配当を行います。

(単位：円)

1株当たり配当金

