

**10th**  
**Anniversary**



株式会社アソビスキー

〒275-0026 千葉県習志野市谷津4丁目3-7 ASOVILL (アソヴィル)

<https://www.asobiski.com/>

[mail:info@asobiski.com](mailto:info@asobiski.com)

# ASOBISKI

こどもがザワつく、未体験のあそびを。



2026-2027 COMPANY BROCHURE

**10th**  
**Anniversary**





**10年前**の12月、縁起良く元旦登記をしようと年末最終日に法務局へ行ったところ、「年末年始は登記出来ませんよ」と出鼻を挫かれ1月4日にしときますねと勝手に登記日を変更されてしまったあの日からあっという間に10年の歳月が過ぎました。

諸説ありますが起業5年後に残る企業は全体の15%、10年となると全体の6%と言われている中で、当社も例に漏れず思った事業が中々軌道に乗らずピボットした末、『こども向け知育イベントの企画+運営事業』というオアシスを発見し、今日まで生き残る事が出来ています。

起業からの数年は御多分に洩れず仕事が全く無く、過去のツテで本業とは関係のない請負業務を続けながら、小さなトライをしては失敗しての繰り返し。そんな挫折の日々が経過する中、あれ?これって行けるかも?という小さな手応えがニョキリと出てきて行けるかも!のエクスクラメーションになった途端にコロナとなり、嗜好品であるイベントは真っ先にカットされるビジネスであるため、苦難の時間が数年続きましたが、コロナの影響があった期間はキッズイベント業界の構造にも変化をもたらし当社が作ってきたコンテンツがよりフィットする環境へと変化していました。

# 10th Anniversary

こどもの未来は “アソビ” が導く。  
10年のアソビ を、その先へ。



振り返ると先輩も同期も大手もライバルもいない、極めてブルーなニッチマーケットであった事が私にとってはものすごく良い環境であったと改めて感じています。こども向け知育体験イベントコンテンツを手がけるにかかる膨大な手間にビジネス的に見合わない、売れるはずがないと大手は軒並み参入せず、かといって新規参入する会社もほぼ無く(たまにあるがとある理由でみんな消えます)本当に自由に青い海を泳がせていただきました。

広告代理店でも無く、コンテンツ制作会社でもない。コウモリのような存在であった当社に対してクライアントからとにかく多かった質問が、『御社みたいな同業の会社ってあるんですか?』という質問。無いんですよ、と答えるとそうですね聞いた事ないですね…という微妙なやり取りが多かった(今も続いています)のはその証左であったんだと思います。

コロナ明け以降は失ったものを取り戻すかの様に飛躍し社員数も増え、昨年は念願の自社ビルも竣工し、自社運営のカフェの運営が始まり前年比150%と大躍進の年となりました。そして迎える2026年、11年目ではなく新1年目という思いで2つの新会社を設立し今までと異なる新業務をスタートする予定です。

皆様におかれましては引き続きアソビスキーの面白い動きを温かい目で見守っていただければ幸いです。

2026年1月1日  
株式会社アソビスキー 代表取締役  
近藤 学



# ASOBISKI HISTORY 2016-2026

**2016** 千葉県習志野市津田沼において、創業者の近藤学が前身の合同会社ネウボラを起業。  
マスコットキャラクター『ビスキィ』誕生。

**2017** キッズデジタルアトラクション『DINOレース&クラフト』を発表。商業施設でのイベント事業の展開を本格化。  
銀座一丁目の商業施設にて30日間の期間限定デジタルアトラクションショップ『PLAYNIAC(プレイニアク)』を開業。

**2018** デジタルイベントが活況。新作『デジタルエアバトル』、『イエティパニック』、『対決!虫バトル』等続々リリース。  
フリースタイルフットボール世界王者のHIRO-Kによる『フリースタイルパーク』をリリース。  
公益社団法人日本女子プロ将棋協会監修による将棋をつかったワークショップ『はじめての将棋』をリリース。

**2019** 株式会社アソビスキーに社名を変更。  
『トレジャーハンター化石発掘体験』運用開始。  
コルグ社のプログラミングトイ【リトルビッツ】を使用したワークショップ『スターウォーズR2D2』を運用開始。  
伊勢丹新宿店玩具売り場にてワークショップを複数開催。(トリミングバタフライ・恐竜ワークショップ・恐竜口ボワガラザウルス等)  
角川書店【角川まんが科学シリーズ・どっちが強い!?】とのコラボレーション企画を受託・開催。  
株式会社三共(SANKYO)のIP【カブ闘士ビートルバトルー】とのコラボレーションイベントを受託・開催。



株式会社アソビスキーに社名を変更(2019)



ワークショップ『スターウォーズR2D2』(2019)



創業時のシェアオフィスにて(2016)



銀座一丁目の期間限定店舗『PLAYNIAC(プレイニアク)』にて(2017)



フリースタイルフットボール世界王者HIRO-Kによる『フリースタイルパーク』(2018)



はじめての将棋(2018)



伊勢丹新宿イベント(ワガラザウルスとあそぼう)(2019)



仙台肉食恐竜展(2020)

**2020** この年はコロナの影響があり3月から3ヶ月間仕事がなくなる。しかし夏以降今までに無い新しい業務が増加傾向。  
ミュージアム型知育恐竜イベントパッケージ『ちいさな恐竜展』を発表、アリオ柏にて実施。  
宮城テレビ主催【肉食恐竜展】を実施。10日間で2万人の来場者を獲得。  
あそびにっくの原型となる保険会社との年間ワークショップ企画『あそらぼ』のプロトタイプを関西地区で運営開始。

羽田空港国際ターミナルキッズスペースにデジタルアトラクション『空港させかえゲーム』を導入。  
その場で採れた野菜をシェフが料理して食べる企画として都心の畑を活用した『畑のレストラン』を足立区にて開催。  
埼玉県の鋳物工場、工房一粒との連動企画『いものせいさくたいけん』運用開始。

**2021** 昨年実施を中止していた商業施設のイベントがGWころから徐々に再開。  
パシフィコ横浜にて実施された【SONY DINO サイエンス・恐竜科学博】のワークショップ運営部門を運営受託。59日間のイベントにおいて約23,000人のお客様に化石発掘体験を中心とした恐竜ワークショップを実施。  
月額固定のサブスクワークショッププラン『あそびにっく』発表。関東及び関西エリアの4拠点にて運営開始。  
オフィスを千葉県習志野市津田沼7丁目へ移転及び専用倉庫(千葉北)開設。  
株式会社ちそうとのコラボレーション企画、標本をさわって体験できるサイエンスイベント『さわれる科学博』の運用開始。

**2022** 『ちいさな恐竜展』全国で実施。(埼玉・東京・千葉・神奈川の7ヶ所)  
【SONY DINO サイエンス・恐竜科学博】のミニパッケージプラン『DINOCAMP』の運営を受託。  
『あそびにっく』の拡大展開。2022年12月現在8拠点で運営。



DINOサイエンス恐竜科学博 恐竜くんと(2021)



オフィス移転(2021)



畑のレストラン(2020)



『いものせいさくたいけん』運用開始(2020)



『さわれる科学博』運用開始(2021)



アソビート子ども食堂(2022)



『SONY DINOサイエンス・恐竜科学博』のワークショップ運営部門を、運営受託(2023)

『レゴx恐竜くん』イベントパッケージ発表。  
子ども食堂との連携事業『ASOBEAT(アソビート)』開始。2022年12月現在、3ヶ所の子ども食堂へ毎月お米を無償提供。  
産学連携企画『TCAダイナソーミュージアム』を開始。日本に唯一の恐竜を学べる専攻がある、専門学校の子生による恐竜ツアーを無償で運営。  
サンシャインB1噴水広場にて『ちいさな恐竜展@サンシャインシティ』を開催。10日間で延べ10,000人を超える来場。  
東京ドームシティにて年に1回のイースタンリーグ試合時に行われるイベントへ『東京ドームフリスビー』を実施。

**2023** 今井だるまNAYAとのコラボ企画『伝統の高崎だるまの絵付け体験』を開始。  
『あそびにっく』の展開が更に拡大。福岡県マークイズ福岡ももちにて実施開始。2023年12月現在11拠点で運営。  
『ちいさな恐竜展』全国で実施。(埼玉・東京・千葉・神奈川の6ヶ所)

東京ミッドタウンにて実施された【SONYDINOサイエンス・恐竜科学博】のワークショップ運営部門を、運営受託。60日間のイベントにおいて、約15,000人のお客様に化石発掘体験を中心とした恐竜ワークショップを実施。

フジテレビ主催のイベント「オダイバ冒険王2023」内ガチャビンムックパークにて『ガチャビンムックのトレジャーハンター発掘体験』の企画及び運営業務を履行。

新作デジタルアトラクション『DINO GP(ディノジーピー)』をリリース及び運営開始。

**2024** 知育体験アプリ【ごっこランド】を運営する株式会社キッズスターとの共同企画『ごっこランドEXPO』を運営開始。全国5箇所の商業施設にて、延べ10,000人の来場及び体験を実施。

フジテレビ主催【オダイバ恐竜博2024】にてワークショップ運営部門を運営受託。48日間で延べ10,000人のお客様に化石発掘体験を中心とした恐竜ワークショップを実施。



あそびにっくパーク開業(南行徳)(2024)



『あそびにっく』の拡大展開。2022年12月現在8拠点で運営中更(2022)



『ちいさな恐竜展@サンシャインシティ』(2022)



新作デジタルアトラクション『DINO GP(ディノジーピー)』をリリース及び運営開始(2023)



今井だるまNAYAを訪問・来年より高崎だるまのWS展開を開始(2023)

無料遊び場を中心としたエデュテインメントストア『あそびにっくパーク』をソコラ南行徳1Fにて営業開始。  
スポーツ団体へのスポンサード開始。(東京ヴェルディ・南葛SC)  
ららぽーと14店舗にて共通イベントを実施(10月開催)  
スーパーストックトーキョーとの連携企画『100本のスプーンのパバシェフによる離乳食教室』開始。

NPO法人キャンパスが主催・運営する「デジタルえほんアワード2024」に弊社のデジタルコンテンツ『DINO GP』が入選。



スーパーストックトーキョーとの連携企画『100本のスプーンのパバシェフによる離乳食教室』開始。



フジテレビ主催「オダイバ恐竜博2024」にてワークショップ運営部門を運営受託(2024)

**2025** 2025年10月、自社ビル『ASOVILL』を竣工。本社機能に加え地域のコミュニティスペースも兼ねたイベントスペース、そして1Fには自社運営のスペシャルティコーヒーストア『ASOBREW COFFEE』を開業。

ごっこランドEXPO、アソビスキー過去最大の単年度単発イベント回数32箇所を記録。商業施設での開催に加え、10月10・11日に大阪万博での開催を含め延べ8万人の親子へ知育体験を実施。

株式会社AQUA様と協業企画『サンサンキッズパーク』を開東エリア5箇所にて初開催。今まで取り扱ってこなかったキッズキャラクターIPを活用したイベントとして実施。

渋谷の福祉施設『景丘の家』を運営する株式会社マザーディクショナリー様との協業企画『アソビのアトリエ』を自社ビル内イベントスペースにて運用開始。毎回異なる専門講師をお呼びし、2時間程度のこどもの自立を促すキッズワークショップ企画を運用開始。



自社ビル『ASOVILL』を竣工。『ASOBREW COFFEE』を開業。(2025)



『ごっこランドEXPO』を運営開始。(2024)



スポーツ団体へのスポンサード開始(東京ヴェルディ・南葛SC)(2024)



デジタルえほんアワード2024に於いて「DINO GP」がキッズ部門入賞(2024)



『サンサンキッズパーク』を開東エリア5箇所にて初開催。(2025)



『アソビのアトリエ』を自社ビル内イベントスペースにて運用開始。(2025)



# 2025年は過去最高の体験人数『28万人』を突破。 引き続き2026年もこどもを『ザワつかせる』知育感動体験を全国へ。

2025年はアソビスキー創業以来の過去最高売上となり、それに連なり体験人数も昨年から大きく増加し2024年の約4割増となる28万人のこどもとその保護者へ弊社コンテンツをご体験いただく事が出来ました。

関係者様並びにご参加頂いたお客様においては改めまして大変感謝申し上げます。

特に夏のイベントが過去最高の実施案件数・参加人数となる前年比228%超えとなり、コロナ直前の高需要にまで完全に戻った感触です。しかし5年前と環境は大きく変わり、コンプライアンスの遵守やジェンダーフリー、SDGs、ダイバーシティなどコロナ禍を経て変化・進化した世の中の状況は、過去のキャラクターを多用したキッズイベント主流に流れは完全に過去の物となり、時代の変化によって出現した様々な学びや技術・専門的情報の取得等、様々な要素を加えた『真・知育体験』とも呼べる様な新しいものを求めて始めており、そんな今の時代に必要とされる新しい知育体験ワークショップのあり方を10年前から他社よりも先んじて模索しつづけていたアソビスキーのオリジナルコンテンツが時代にフィットし求められた結果に他ならないと感じています。



そして昨年より掲げている『5方良し』。ステークホルダーの皆様にかどもの健全な成長を通じて経済を循環させ、社会を応援する仕組みの根幹となるアソビスキーの知育体験コンテンツは『3方良しならぬ5方良しのブランディングワークショップ』という考え方に収斂され、今年は昨年以上にその理解が深まっていると確信しています。

社会の幸せを願う『三方良し』の構造に、中小・ベンチャー企業の持つ技術を使って知育体験ワークショップを作る事でクライアントが求める「企業の認知向上をワークショップが担う」仕組み、【ブランディングワークショップ】という概念は、資本を持つ企業が日本の子どもの成長へ寄与したい、という社会貢献の願いを込めて弊社へ業務を依頼いただいているという、今の時代背景を反映した当社の新しいビジネスモデルです。

ー昨年のキーワードとして提唱していた『生活必需品でないワークショップ』が社会で必要とされるため、どんな活動をする事でキッズイベントの存在意義を示す事が出来るか？についての回答が、この5方良しではないかと改めて強く感じています。

10年の区切りとなる2026年は昨年に続き常に本物感や作り手の意思を尊重し背景（バックボーン）のあるクオリティの高い知育体験に人を楽しませるエンターテインメントの要素を掛け合わせた【エデュテインメント】の追求により深く注力しつつ、5方良しの中核となる【ブランディングワークショップ】という概念の追求についてもより構造的な改善を行い、昨年以上に強力な様々なジャンルの専門家・企業や団体・アーティストの力をお借りして過去最高数の新コンテンツを発表すべく現在鋭意企画を製作中です。

過去や最新の知見から社会とのつながり、現代社会の様々な問題を探るような挑戦的なコンテンツが、子どもはもちろん大人までも喜ばせるデザインコンシャスな作品として仕上り、昨年以上に生活必需品でないワークショップが社会で必要とされるために何が必要かを考えた、アソビスキーのコンテンツ。毎年同じコメントで恐縮ですが、『最新こそ最良のこどもがざわつく、未体験のあそびを。』ぜひ体験してみてください。

会社名：株式会社アソビスキー  
設立：2016年1月  
資本金：300万円  
所在地：千葉県習志野市谷津4丁目3ー7  
ASOVILL (アソヴィル)



07 ミュージアム型知育恐竜イベントパッケージプラン  
・さわれる恐竜展  
・ちいさな恐竜展\*



09 IP活用リアルイベント  
・サンサンキッズパーク  
・うんこドリルフェス



11 キッズデジタルアトラクション  
・DIYVEHICL MISSIONS (ディーアイワイビークルミッションズ)  
・DINO-GP (ディノグランプリ)



13 お仕事体験  
・ごっこランドEXPO



15 サブスクワークショッププラン  
・あそびにつく\*  
・わくらボ  
・あそびにつくパーク



17 知育体験ワークショップ  
・トレジャーハンター・化石発掘体験  
・トレジャーハンター・鉱石発掘体験  
・ジュエルクリエイター・鉱石磨き  
・ペイント・ザ・ダイナソー  
・さわれる科学博  
・開運!高崎だるまの絵付け体験



20 キッズイベント会社だからこそ出来る、子どもの未来への奉仕事業  
・子ども食堂との連携事業『ASOBEAT(アソビート)』  
・産学連携企画『TCAダイナソーミュージアムツアー』  
・日本児童教育専門学校での講師活動

『あそびにつく®』及び『ちいさな恐竜展®』は株式会社アソビスキーの登録商標です。  
©2025 Kyoryu-kun.  
©2025 Think Squares Project.



21 SDGsワークショップ  
・飛沫防止パネルをリサイクルした恐竜アクリルスタンド  
・規格外のスターチスのドライフラワーボックス  
・ライスレジンを活用したエコバイオマスブロックキット  
・ゴムの木の間伐材のトックトックキット  
・大切に読んでボロボロになった図鑑を粉末化したペーパーパッチ  
・デニムの端材をつかったカブトムシキット



23 季節を感じる知育体験ワークショップ  
・1月： なわとびをつくろう!  
・2月： ひのきのオニ箱をつくって節分を楽しもう!  
・3月： イースターエッグぬりぐるみをつくろう!  
・4月： こんべいとうアート〜こいのぼりバージョン〜  
・5月： ママに感謝を伝えるカーネーション専用花瓶をつくろう!  
・6月： フラッシュうちわをつくろう! (ぎょうりゅうバージョン)  
・7月： ライントレースロボを体験しよう!  
・8月： キラキラスライムをつくろう!  
・9月： エコハウスをつくろう!  
・10月： ペーパージョイントフィギュア(ティラノバージョン)  
・11月： ライントレーストレイン  
・12月： シルクスクリーン印刷体験(Tシャツ)



25 知育体験ワークショップ  
・じぶんだけのビーチサンダルをつくろう Havaianas(ハワイアナス)



26 平日ワークショップ  
・親子体験／はじめてのおんがくりズム  
・親子体験／ベビー脳トレ講座



27 スペシャルティコーヒーストア  
・ASOBREW COFFEE(アソブリューコーヒー)

29 2025年ベストバイ&ベストコンテンツ

33 Asobiski Talk Session 2026

37 Editor's Note



**【ちいさな恐竜展】の知見を生かし開発した、さらに深く恐竜の世界に触れる新コンテンツ!**

手で触れてみる  
『真・恐竜の世界』

子どもたちの畏敬の象徴である【恐竜】を今に知る手がかりとして人気の『化石』。化石とは何かを知る手段として今までは【見る】しかなかった情報伝達手段に加え【触れる】という行為を中心に、ワークショップ化石の紹介を促すパネルやクイズ、ワークショップを組み合わせ、楽しみながら太古に繁栄していた恐竜の神秘と歴史を学び、新しい知識を得る、今までに無い新しいエデュケーショナルイベントが【さわれる恐竜展】です。

自社所有する化石標本（レプリカではなく本物）を展示し、実際に子供に触れてもらう事が出来ます。国内では流通しない貴重な実物化石を使用した発掘体験には、スピノサウルスやモササウルス、結晶化したアンモナイトなどを使用。更に学術的な研究で使用する保管器具やカードの作り方など、実際に科学館や博物館で行われているコンテンツを体験する事が出来ます。

## さわれる恐竜展

イラスト：府高航平 (©2026kohei futaka)  
監修：TCA 海洋動物専門学校／恐竜学科  
コンテンツ制作・企画：アソビスキー

対象年齢：6歳以上～大人  
体験時間：10～30分（各コンテンツによって異なる）  
観覧人数想定：800～2000名（1日8H）  
実施場所面積想定：90平米から200平米  
（展示物によって異なる）  
実施日程想定：2日間から30日間

**実際に触れる！本物の恐竜化石展示**

Real Fossils  
本物の  
化石

トリケラトプスの  
後右大腿骨

## モササウルス発掘化石

マンモスの  
毛と牙の化石



カマラサウルスの  
肩の皮膚の化石

## アンモナイト

2026年GW  
リリース  
予定

# 120cmのトリケラトプス 大腿骨化石に触れてみる！

## リニューアルした恐竜ワークショップ

## 恐竜クイズコンテンツ

## フотスポット(動く恐竜オブジェ)



ミュンヘンショーにて**直接買い付けた**  
**本物の恐竜化石**を使用

ミュンヘンショーとは、毎年10月第4週にドイツのミュンヘンで開催される宝石・鉱物・化石の展示販売会で、ツォソン（アメリカ）とサンマリー（フランス）と並び、世界三大ミネラルショーのひとつとしても知られており、世界各国から多くのバイヤーや愛好家たちが足を運んでいます。昨年のミュンヘンショーにて弊社が直接買い付けた化石を今回の企画で使用します。展示する化石は、いずれも日本国内では流通していない、学術的にも貴重且つ重要な化石となっています。

科学館で展示される標本を30坪から  
展開可能。恐竜を楽しみながら学ぶ、  
知育体験科学コンテンツの新基軸。

化石標本展示  
(5点)

トレジャーハンター・化石発掘体験

## ペイント・ザ・ダイナソー

恐竜くんトークショー  
(オプション)

監修  
恐竜くん

科学において、何より大切なことは「観察」と「比較」です。『ちいさな恐竜展<sup>®</sup>』では、さまざまな恐竜や動物たちの骨格を通じて、誰もが自然に比較観察を楽しみながら、新しい「発見」をできるように工夫しています。

普段博物館や図鑑などで何気なく見ていた恐竜の姿も、科学的な視点を意識することで、実に多くのことが見てくるはずですよ。来場者の皆様にも、図鑑やテレビでは得られない「科学的に考える楽しさ」や「発見する喜び」を感じてもらえたら幸いです。

Commentary text Kyoryu-kun

恐竜くん

幼いころに恐竜に魅せられ、16才で単身カナダに留学。恐竜の研究が盛んなアルバータ大学で古生物学を中心に広くサイエンスを学ぶ。恐竜展の企画・監修、トークショーやワークショップなどの体験教室の開催、イラスト制作、ロボットや模型の監修、執筆、翻訳など幅広く手がける。

ちいさな恐竜展®

対象年齢：3歳以上～大人  
体験時間：10～30分

(各コンテンツによって異なる)

観覧人数想定：800～2000名（1日8H）

実施場所面積想定：90平米から200平米(展示物によって異なる)

実施日程想定：3日間から30日間

オプションプラン：恐竜くんトークショー

1日2回、1回50名～200名程度で実施可能

※別途会場スペースが必要

2025年実施箇所 ※敬称略

- ・東急吉祥寺
- ・vivit 南船橋(現らばーと TOKYOBAY)
- ・横浜スカイビル
- ・イオンモールむさし村山
- ・アリオ橋本
- ・ノースポート・モール
- ・サンシャイン60展望台 てんぼうパーク

イラスト: 恐竜くん ©Masashi Tanaka





## お子さまに大人気の Youtubeチャンネル、 「サンサンキッズTV」のIPを 活用したリアルイベント

お子さまに大人気のYoutubeチャンネル、「サンサンキッズTV」のIPを活用したイベントをアソビスキーにてプロデュースしました。現在放送中のユーチューブチャンネル【サンサンキッズTV】のIPを使用したリアルイベントの企画及び運営・ワークショップ他一部のコンテンツをアソビスキーにて監修し、サンサンキッズTVが持つ爆発的な集客力を活用した継続の実施が可能なイベントへ昇華しています。



### サンサンキッズTVとは

「YouTube動画を通じて、お子様の好奇心や冒険精神を育ててほしい！」3～6歳のお子様・ファミリー層向けに、動画で「楽しく学べる」体験の提供を目指しています。

©aquwa



イオンモール浦和美園



ソコラ南行徳

## 登録者数125万人の大人気 YouTube番組がネットを 飛び出してリアル体験できる！

2026年  
リリース  
予定



ニューポートひたちなか「ファッションクルーズ」

### 昨年実施のテストイベントも 各地の会場で大盛況！

昨年実施したテストイベントでは、グリーンディングやワークショップへの参加の延べ人数は1,500名を超え、それに連なる物販の売り上げが100万円を超える結果となりました。サンサンキッズが持つファンのパワーは他のチャンネルに比べ非常に高い事が伺えます。これから数年後、テレビのIPイベントはこの様なネット在来のコンテンツに置き換わる日はそう遠い日でもなさそうです。

Commentary text Kota Ono



### サンサンキッズパーク

対象年齢：2歳以上～大人  
体験時間：10～30分（各コンテンツによって異なる）  
観覧人数想定：800～2000名（1日8H）  
実施場所面積想定：90平米から200平米（展示物によって異なる）  
実施日程想定：1～3日間（応相談）



## うんこドリルの世界を 学びながらリアルに体験、 知って欲しいいろいろな知識を、 「うんこ」でスッキリ学べる リアル啓発コンテンツです。

累計1,100万部」の大人気【知育ドリル】と、子どもたちに大切な知識を伝える【うんこ啓発ドリル（うんこワールド）】、お家学習の【うんこゼミ】と様々なうんこドリルコンテンツとの連動が可能な、全く新しいリアル体験イベントコンテンツです。  
うんこドリルフェスは「学びがあれば、人生はもっと楽しい」NO UNKO, NO HAPPY、うんこを通じて親子を楽しくハッピーにする知育啓発コンテンツです。

## キッズ向け啓発学習イベントの新定番 『うんこドリルフェス』が新登場！

※現在開発中のコンテンツにつき、デザインや企画詳細については変更になる可能性があります。

2026年  
現在鋭意  
開発中

### うんこ啓発ドリルコーナー

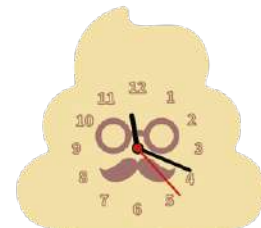
子どもにとって難しかったり、真面目で伝わりにくいテーマなどその悩みを「うんこ」を切り口に解決！！ユーモアと笑いを交えた、他にはない啓発コンテンツを冊子にして配布いたします。



※画像はイメージです。

### うんこドリルワークショップ

このイベントでしか入手出来ないうんこドリル公式ワークショップに参加して自分だけのオリジナルうんこグッズを作ろう！



※画像は開発中の商品です。

### うんこ先生着ぐるみ撮影会

「うんこ」を切り口に、「生きるための学び」を伝える「うんこ先生」がやってくる！着ぐるみグリーンディング撮影会。



※画像はイメージです。

### うんこドリルクイズラリー

SDGsを楽しく学ぶ！「うんこドリルクイズラリー」は、参加者が地球を救う『うんこ勇者』になるべく、クイズをクリアして仲間を集めていくRPG形式のクイズラリー。



※画像はイメージです。



### うんこ啓発ドリルとは

大人や学校の先生にかわって、子どもに伝えるのはうんこ先生。「身を守るために必要なこと」、「サステナブルな社会とその仕組み」など重要な課題の中から優先課題を選定。「うんこ」を切り口に、「生きるための学び」を伝えます。

（文響社 うんこドリル公式サイトより）



### うんこドリルフェス

対象年齢：6歳以上～大人  
体験時間：15分以上（コンテンツによって異なる）  
観覧人数想定：500～1500名（1日8H）  
実施場所面積想定：60平米～  
実施日程想定：2日間～7日間前後を想定



新登場! 「能美防災株式会社」協力のデジタル防災エンターテイメントが新登場!



カスタマイズしたおもちゃのビークルをカメラでスキャンすると画面上にビークルが出現! 自分のビークルを操作して災害に混乱する街を救おう!

「DIYVEHICLE MISSIONS (ディーアイワイビークルミッションズ)」とは、カスタマイズしたおもちゃのビークル(車両)をカメラでスキャンし、そのビークルで災害に混乱する街を救うデジタルアトラクションです。防災の専門企業である「能美防災株式会社」の協力のもと作成され、ゲームやオリジナルカードを通して防災に関する知識を楽しみながら身に付けていただける防災エンターテイメントとなっております。

DIYVEHICLE MISSIONS (ディーアイワイビークルミッションズ)

対象年齢: 3歳以上~大人  
体験時間: ぬりえ含め 10~15分  
レース時間: 2分  
1日(8H) 体験人数想定: 200~400名



1

受付をして、好きなビークルのパーツとネジをそれぞれ選びます。

2

選んだパーツを組み立てて自分だけのビークルにカスタマイズ!

3

ビークルをPCのカメラでスキャンするとゲームにエントリー!

4

エントリーが完了したらゲームスタート! 専用の「ハンドルコントローラー」を振ったり傾けて消火や救助、クイズに挑戦! 最後には災害の元凶となるドラゴンをみんなで倒します。

5

ゲーム終了後に、表面には自分が作った消防車の3Dイラスト、裏面には防災士による防災まめちしきを書かれたカードを進呈。

前作【DINOレース】を最新技術に換装、UIを大幅刷新!

よりスピーディーにダイナミックに、そしてよりスタイリッシュに進化!

ディノグランプリとは、PCやスキャナーを使用し、子どもたちが描くイラスト等を画面上に展開して様々な動作を行うキッズデジタルアトラクションと呼ばれるコンテンツの企画・運営を手掛けるアソビスキーがそのノウハウを駆使し2024年に新たにリリースした最新型のキッズデジタルアトラクションです。大人気の過去作【DINOレース】のゲームシステムを継承しつつ、2Dであったレース画面を最新の3Dモデルへ変更し、UIなども大幅に刷新。よりスピーディーに、ダイナミックに、そしてよりスタイリッシュに変化した最新のアトラクションをご提供いたします。



新機能【ブーストモード】  
一定回数パネルを踏むとブーストゲージが溜まり、自動的にブーストモードが発動します。視覚的に床が光、一瞬ダッシュしてスピードが上がります。

1

専用のぬりえ台紙に好きな色で恐竜をぬっていきます。ぬりえの色によって恐竜のパラメータが変化します。

2

ぬった色によって異なるパラメータにて生成された自分だけの恐竜が画面上に出現します。

3

じぶんの恐竜が、専用のフットパネルを踏む事で走り出し、白熱したレースが。

4

白熱したレースが行われた結果、1位から順にランキングが発表され終了です。

より改良された【ぬりえ台紙】  
各恐竜の最新情報や、未だ解明されていない恐竜の皮膚の色を想像してみようといった問いかけます。

6人同時に走行可能【専用フットパネル】  
パネルの左右の恐竜足跡マークを足で踏むと画面上の恐竜が走ることが出来ます。



新機能【DINO GPトレーディングカード】  
画面ではすぐに消えてしまうぬりえの色を反映したパラメータやカラーをカードへ落とし込みより、より子どもの好奇心が高まる演出をしています。



DINO-GP (ディノグランプリ)

対象年齢: 3歳以上~大人  
体験時間: ぬりえ含め 10~15分  
レース時間: 2分  
1日(8H) 体験人数想定: 200~400名

ミニプログラム型  
知育恐竜イベント  
1P活用  
リアルイベント  
デジタル  
アトラクション  
お仕事体験  
ワークショップ  
ワークショップ  
知育体験  
ワークショップ  
子どもの未来への  
仕事体験  
ワークショップ  
アップサイクル  
ワークショップ  
季節を感じる知育  
体験ワークショップ  
平日  
ワークショップ  
スペシャル  
パーティー





「ゴッコンランドEXPO」は、1200万ダウンロード(2025年12月現在)の実績を持ち、実在する企業や、ブランドの体験型コンテンツを通じて社会の仕組みを学べる【ゴッコンランド】を運営する株式会社キッズスターが企画し、アプリを出展している様々な企業の知育体験ワークショップデザイン及び運営業務を株式会社アソビスキーが行う、新しいお仕事体験イベントコンテンツです。企業・ブランドの「理解」を深め、「好き」を生み、最終的に「ファン」になってもらう取り組みとして、各界のリーディングカンパニーが続々出店します。



ゴッコンランドとは

累計DL1200万以上の大人気アプリ。実在する企業やブランドの体験型コンテンツを通じて「社会のしくみ」を学べる社会体験アプリです。

ゴッコンランド及びゴッコンランドEXPOの商標及び著作権は株式会社キッズスタが所有しています。コンテンツ提供：株式会社キッズスター



## アプリでつながる就業体験をリアル体験へ進化！ 各界のリーディングカンパニーが伝えたい知育情報を ワークショップにしてお届けします！

2025年度実施実績企業

「ゴッコンランドEXPO」のポイント

- 1 ゴッコンランドの世界観をそのままリアルに再現
- 2 実在する企業の体験を通じて社会の仕組みを楽しく学べる！
- 3 成果物は持ち帰れる！  
続きはアプリで遊べる！

2024年にローンチされた「ゴッコンランドEXPO」。2024年の5会場開催からなんと32会場開催へ拡大。来場者も昨年の1万人から6万人突破！多くのファミリーの方々に喜んで頂くことが出来、感謝しありませんでした。  
2026年も昨年以上に数多くの全国の施設で「ゴッコンランドEXPO」を順次展開していく予定です。  
アプリでも、リアルでも、多くのファミリーに楽しいお仕事体験を提供し続けて行きたいと思います！

株式会社キッズスター  
ゴッコンランドEXPO担当 曽根順司

### びっぶるのキーボード キーホルダーをつくろう！

「カチッ！」という音がクセになる自分だけのキーボードのキーホルダーづくり



### スコッティ&クリネックスの ぬいぐるみをぬろう！

スコッティ&クリネックスのキャラクターがぬいぐるみに！どちらか1つを選んで、好きな色にペンで色塗りしよう！



### シーチキンの コースタースタンドをつくろう！

アクリルスタンドの工作をしながら、シーチキンに関する知識が学べるワークショップです！  
缶詰めコースターをおうちで可愛く飾ってみよう！



### きゅうりゅうたまごの 防災ボトルをつくろう！

外出中の災害に備えて携帯する防災ボトルづくり！本物の消防士による災害時に必要な知識を教えてもうおう！



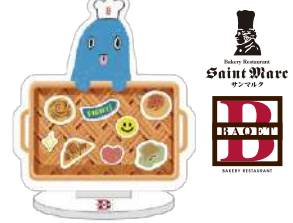
### ジキニンの うがいコップをつくろう！

うがいコップをジキ忍のキャラクターシールでデコレーション！



### おばけっとのアクリル スタンドをつくろう！

サンマルク/バケットのお店で作られているパンのシールを使って、おばけっとのアクリルスタンドをかわいくデコレーションしよう！



### モノクロ写真のフィルム スタンドをつくろう！

カメラに向かってハイ・ポーズ！  
かわいいモノクロ写真でおしゃれに飾れるスタンドづくりのワークショップです。



### キッチンスポンジの ぬいぐるみををつくろう！

スポンジの工場が出る端材を使ったSDGsなワークショップです。



### キューピーのマヨネーズ スタンドをつくろう！

陶器製のマヨネーズスタンドを自由にデコレーションしてお家でつかってみよう！



2025年度全国30会場参加者数合計6万人を突破！



- アリオ札幌(北海道) ● イオンモール秋田(秋田) ● イオンモール幕張新都心(千葉) ● テラスモール松戸(千葉) ● イオンモール津田沼(千葉)
- アリオ市原(千葉) ● アリオ川口(埼玉) ● アリオ深谷(埼玉) ● イオンモール浦和美園(埼玉) ● モリタウン昭島(東京) ● カメイドクロック(東京)
- AKASAKAあそび!学び!フェスタ(東京) ● アリオ葛西(東京) ● アリオ北砂(東京) ● イオンモールむさし村山(東京) ● アリオ亀有(東京)
- アリオ橋本(東京) ● アリオ西新井(東京) ● ノースポートモール(神奈川) ● 港北みなも(神奈川) ● グランツリー武蔵小杉(神奈川)
- ららぽーと沼津(静岡) ● プライムツリー赤池(愛知) ● アリオ八尾(大阪) ● EXPO2025大阪・関西万博(大阪) ● 神戸ハーバーランドumie(兵庫)
- 西宮ガーデンズ(兵庫) ● アリオ倉敷(倉敷) ● イオンモール都城駅前(宮崎) ● イオンモール沖縄ライカム(沖縄) ※敬称略



### おしごとクイズラリー

ゴッコンランドに出展している企業10社(1日5社)が問題を出題！  
企業の事が分かる楽しいクイズ！



### おしごとすごろく

ゴッコンランドEXPOオリジナルのおしごとすごろくキット!!



### フォトスポット

ゴッコンくん&ゴッこちゃんと写真撮影！

創業時に人からのご紹介で出会ったキッズスターさん。「またいつか協業をしたいね」といってから10年の歳月を経て昨年再度タッグを組むことに。  
なんと去年は全国30ヶ所、今年は更に拡大の日本全国で36ヶ所実施を目標にしています！キッズスターさんとは今年、更に新しいコンテンツをローンチ予定!!

commentary text Manabu Kondo



## ゴッコンランドEXPO

対象年齢：3歳から6歳程度の子どもと保護者  
体験時間：10分から30分(コンテンツによって変動)  
実施場所面積想定：90平米から120平米(1日500名体験)  
実施日想定：2日もしくは3日間









# トレジャーハンター 発掘体験!

## 6500万年の時を超え、 恐竜時代の本物の化石に出会える タイムトリップ体験。

このコンテンツは、化石発掘のプロセスの中で重要なプレパレーションと呼ばれる化石のクリーニング工程に限りなく近い形で体験が出来るワークショッププログラムです。  
木製ハンマーとノミ、ハケを使い、石膏プレートに埋められた本物の化石を発掘する事ができる知育体験イベントです。  
新作の化石発掘体験は、従来の発掘体験の内容を大幅に見直し、今まで50個に1個だったモササウルスの歯の化石を大量に投入!その他全て、ドイツのミュンヘンショーにて新たに買付けしたサメ類(エンコダス・オトドゥス・スクアリコラックス)、オパール化したアンモナイト、三葉虫、そして恐竜映画で大人気となったスピノサウルスの歯などの強力なラインナップ。



キットには以下の部材が入っています。  
●化石プレート (50cm×50cm)  
プレートの中には50人分の化石が封入されています。  
●発掘キット (ハンマー、ノミ、ハケ) 5セット  
●持ち帰り用袋 50人分  
●化石パンフレット 50人分

### 知育体験イベント・ トレジャーハンター化石発掘体験



対象年齢: 5歳以上~大人  
体験時間: 5~15分 / 1日(8H) 体験人数想定: 50~1,000名

## 従来の発掘体験の内容を大幅に見直し、今まで50個に 1個だったモササウルスの歯の化石を大量に投入!



1  
キットを開梱しセットします。



2  
こどもにノミ・ハンマーをお渡しして好きな場所へノミを立ててハンマーで打ち込みます。



3  
掘り進めると化石が出てきます。ノミとハケを使って少しづつ掘り出します。

**化石の  
大幅  
リニューアル**

**海外各所(マダガスカル・モロッコ・カナダ等)で  
発掘された大量の化石ラインナップが新登場!**

**NEW**

アンモナイト  
オパール化した化石  
マダガスカル産

**NEW**

モササウルスの  
歯の化石

**NEW**

スクアリコラックスの歯の化石

**NEW**

プレシオ  
サウルスの  
歯の化石

**NEW**

スピノサウルスの歯の化石

**NEW**

大きな三葉虫の化石  
7~8cm

掘り出した化石は一点  
お持ち帰り頂けます。

## 未だ解明されていない 6500万年前の生物の 皮膚の色を探るアートの旅。



恐竜の皮膚の色は未だに解明されていないというロマンをヒントに、自由に恐竜にペイントしお持ち帰りできるようにしたコンテンツ。  
世間では恐竜キャラクターがデフォルメされていく一方で、リアリティにも重きを置いたこだわりの一作。  
子どもイベントといつつ、社内にはスタッフがマジの意気込みで塗った渾身のサンプルもちらほら。

Commentary text  
Yunsuke Yoda



恐竜の皮膚は科学的に未だ解明されていない!?  
ペイント・ザ・ダイナソーはホワイトカラーの素体フィギュアにアクリル絵の具で自分の好きな色を着色して恐竜を再現するワークショップです。筆を使って好きな色にペイントし、オリジナルカラーの恐竜をつくります。  
未だ解明されていない恐竜の色を自由に思い描き恐竜時代に思いを馳せてあなたの手で自分だけのダイナソーワールドをつくります。

### 恐竜の種類

(全6種類)  
ティラノサウルス  
スピノサウルス  
プテラノドン  
ステゴサウルス  
トリケラトプス  
プラキオサウルス



### ペイント・ザ・ダイナソー



対象年齢: 5歳以上~大人  
体験時間: 10~15分(個人差あり)  
1日(8H) 体験人数想定: 50~400名

## 石と鉱石と宝石の違いって? これからブームが始まる鉱石を 知るサイエンスコンテンツ。



地球から採れる天然の鉱物や原石は二つとして同じものがないからこそ、その唯一の「個性」を楽しむ人が増えています。鉱石をテーマとした本イベントは、フローライト(蛍石)の原石を削って磨くという「原石を加工する体験」に加え、100万年前後の鍾石を特殊な破砕機で割って楽しむ「ジオードクラッキング」、その他自分の満足する輝きや形にする自分だけの宝石を作る「アートな体験」を楽しむワークショップです。

天然素材のためひとつひとつの色や形など表情の違う個性豊かな石たちを並べて楽しむコレクション性の高い石を磨く体験が手軽にできる知育体験イベントです。

宝石と鉱石と石(岩石)の違いは何か? 答えとしては岩石や石の中で人の暮らしの役に立つものが鉱石、さらに希少性が高く美しく硬度が高いものを宝石と呼んでいるようですが、琥珀は硬度が低いものにも関わらずその独特な美しさもあいまって宝石に区分されたりと知れば知るほど奥の深いカテゴリーであると言えます。  
とにかく実際に触って見る事そのものがコンテンツであると言える、美しさと体験が組み合わさった面白いジャンルのワークショップです。

Commentary text Manabu Kondo



### ジュエルハンター (鉱石発掘体験)

### ジュエルクリエイター (鉱石みがき体験)



対象年齢: 5歳以上~大人  
体験時間: 発掘体験/5~15分・鉱石磨き/15~20分  
1日(8H) 体験人数想定: 50~400名



## 普段は触っちゃダメな標本を触って いいってどういうこと？

### さわれる科学博 "Feel the Science"Expo

『さわれる科学博』は、科学者が継続的に基礎研究を行える環境づくりを支援する「Think Squares Project」が運営する移動式博物館「ThinkSquares（シンクスクエア）」をベースにした、子どもに科学の体験を与える新しい知育体験型科学コンテンツです。

子どもたちとその周辺の大人達が、普段触る機会のない生き物の骨に「触る」「感じる」「考える」ことが出来る仕掛けを用意する事で、多くの人々の知的好奇心を刺激するとともに、子どもたちが科学分野に興味の翼を広げる手助けが出来ればと考えています。



### さわれる科学博



対象年齢：3歳以上～大人  
体験時間：10～30分（各コンテンツによって異なる）  
観覧人数想定：800～2000名（1日8H）  
実施場所面積想定：90平米から200平米  
（展示物によって異なる）  
実施日程想定：3日間から30日間  
オプションプラン：プレミアムワークショップ各種  
1日2回・1回50名程度で実施可能  
※別途会場スペースが必要

この世界の森羅万象は面白い！なのに、それは世間に提供する場がない。だったら作ってしまおう！というのがこの企画。  
科学者が継続的に基礎研究を行える環境づくりを支援する「Think Squares Project」とのコラボイベントです。  
地球は面白い！それを感じることができるイベントとなっています。

Commentary text  
Kota ono



## 開運！伝統と歴史の**高崎だるま**の**絵付け体験**しよう！ 高崎だるまのご利益のヒミツは、 ヒゲに隠された2匹の神獣にあり

昔ながらの職人による手作りの技法と、環境に優しい材料を用いた高崎だるまの伝統を現在に受け継ぐ今井だるま店の半完成品だるまを使用したワークショップです。職人が技と誇りを込めた手作りのだるまにヒゲともじを描いてオリジナルのだるまを完成させます。



### 開運！高崎だるまの 絵付け体験

対象年齢：3歳以上～大人  
体験時間：10～15分（個人差あり）  
1日（8H）体験人数想定：50～100名



高崎のだるま製造業「今井だるまNAYA」様へ直接ご訪問し、今井社長にお願いをして実現した企画です。もともと今井だるまさんでは絵付け体験ワークショップを工場内のみで実施をされていた、工場以外の外部で実施をした事がなかったのですが、なんとかお願いして弊社コンテンツとしての許可を頂き実施に至りました。  
今井社長は3代続く今井だるまを世界へ広げる為、オリジナルデザインのデザイナーズだるまという商品を作っただるま業界でも革新的な方で、高崎だるまという文化を知っていただく機会になれば、と今井社長の弁。

Commentary text  
Manabu Kondo



## キッズイベント会社だからこそ出来る、 子どもの未来への奉仕事業

2021年より企業の社会貢献活動として、3つの活動を開始しました。  
『TCA ダイナソーミュージアムツアー』と『アソビート』、『講演活動』  
それぞれ対象者は異なりますが、いずれも未来を生きていく子どもに  
いまアソビスキーとして何が出来るかを考え取り組みを開始し、  
2026年で6年目に入ります。  
2026年は更に新たな社会貢献企画も実施予定です。

### 大迫力の12mアクロカントサウルス全身骨格を はじめとした90分の恐竜ツアーを無償で実施 TCAダイナソーミュージアムツアー



日本で唯一、恐竜を学べる専攻がある専門学校【TCA 東京ECO動物海洋専門学校】にて在校生が自ら企画・運営する産学連携企画『TCA ダイナソーミュージアムツアー』を開始。将来科学館や博物館で働くことを希望している学生に対するお客様を迎えての実践の機会創出を目的とし、毎回15組の無料で招待された恐竜大好きな8歳から12歳

くらいの子どもと保護者へ、学生たちが考えた巨大なアクロカントサウルスやティラノやプテラノドンなどの化石標本を使った恐竜ガイドを実施した後、生きた動物から恐竜の進化をたどる生き物体験、そして琥珀の発掘体験ワークショップなど子どもを飽きさせない充実した90分のツアー運営を在校生に委ね監修を行う。

事業開始年月日：2020年11月  
連携協力：学校法人滋慶学園  
TCA東京ECO動物海洋専門学校  
恐竜校舎DINOSAUR MUSEUM



## ワークショップや玩具の売上の一部をお米に変え、 全国の子ども食堂へ届けるプロジェクト ASOBEAT (アソビート)



子ども食堂との連携事業  
『ASOBEAT (アソビート)』  
開始。2024年12月現在、  
7ヶ所の子ども食堂へ毎月  
お米を無償提供。  
事業開始年月日：2020年12月

#### 2026年1月現在の配布箇所

- ・みんなの江戸川台キッチン（千葉県流山市）
- ・キタナラこども食堂（千葉県船橋市）
- ・mamanohibi（広島県福山市）
- ・景丘の家（東京都渋谷区）
- ・STORIA（宮城県仙台市）
- ・エルガーハウス（東京都杉並区）
- ・お寺こども食堂（千葉県船橋市）

## 今のキッズビジネスの現状を伝え、 将来の芽を育てる 講演活動(非常勤講師・臨時講師)



保育士や幼稚園教諭を育成する日本児童教育専門学校にて平成26年度から「絵本専門士」を養成する「絵本専門士養成講座」の資格取得を目的としたカリキュラムに関する講師活動を実施。  
事業開始年月日：2022年10月



# SDGs Sustainable Development Goals

紙 米 布 木 花 アクリル

を体験する。

こども達の体験格差を減らす+再利用による廃棄物の削減



現代社会では、消費と廃棄が加速的に進行し、環境への負荷が増大しています。一方で、持続可能な生活への関心も高まり、新しい価値観が広がっていると感じます。

アソビスキーが提供するアップサイクルワークショップは、この価値観を具体的な体験を通じて伝え、親子でモノの価値を再評価するきっかけ、そしてこども達がつくる未来の社会への一助になればと考えています。

今回は6種類の本来は廃棄されてしまう素材を、様々な手法を用いてアップサイクルした知育体験キットへ仕上げました。それぞれの素材が抱えている社会的な問題にこどもが向き合うきっかけとなる優れたデザイン・ユニークネスを持つ商品となっています。

キットの製造は専門的知識を持つ工場・企業によって特別な手法で作られたアソビスキーオリジナルのワークショップコンテンツとなっています。全国での展開を視野に入れ部材のみでご提供可能なキットになっており、全国でイベントを実施する事が可能です。

こどもの体験格差を減らし、再利用による環境への貢献を目的としたアソビスキーのSDGsワークショップをぜひご体験ください。

## ご利用可能なサービス

### 1 SDGsワークショップイベントの実施・運営業務

実施にあたり必要な部材・機材及び運営スタッフの手配を含めた全ての業務を弊社にて請け負います。

### 2 SDGsワークショップ知育体験イベントパッケージの販売

商品には部材およびマニュアルが含まれます。複数種類を組み合わせでの対応も可能です。

### 3 SDGsワークショップ体験キットのOEM企画立案・生産

ご依頼主様が所有するSDGs部材を使用したワークショップの制作も可能です。

### 飛沫防止パネルをリサイクルした恐竜アクリルスタンド

技術協力: 株式会社スプリング  
<https://aq-sp.com/ja/>

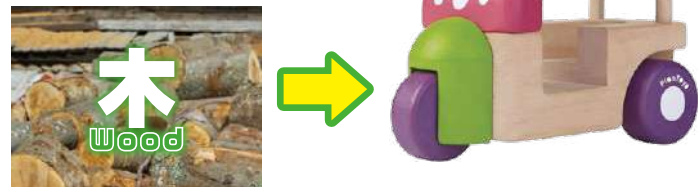


※画像はイメージです。

コロナ禍において大量に生産・使用され現在は利用されることなく廃棄となっている飛沫防止板。これら大量に生産されたアクリル板を回収・クリーニングと研磨を行いアップサイクルした素材で作られたSDGsワークショップ。学研の図鑑LIVEが監修する恐竜シールを使用し自分だけの恐竜アクリルスタンドを製作。恐竜は6種類から、スタンドの土台の部分は、土や岩場など3種類の中から選択が可能。

### ゴムの木の間伐材のトウクトウキット

技術協力: プラントイジャパン株式会社  
<https://planttoysjapan.co.jp/>



※画像はイメージです。

ラテックスを生産できなくなった本来焼却されるゴムの木を再利用したトウクトウキット。本来これらを廃棄する際に生み出される二酸化炭素の排出を防ぐ為、廃材をアップサイクルする事は環境保全に大きく貢献する事が出来ます。今回のキットは、あえて未完成品(未組立・未塗装)を、プラントイ社にご用意いただきました。自由に色を塗って、自分だけのトウクトウを作る事が出来るアイテムとなっています。キットは非売品で、通常の流通では販売していません。

### 規格外のスターチスのドライフラワーボックス

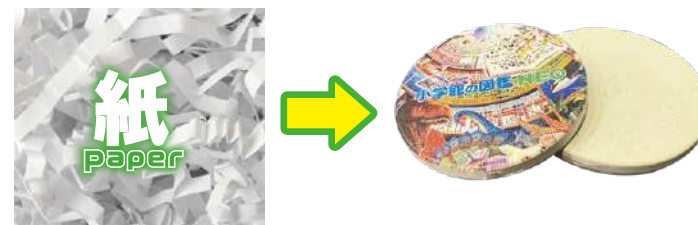
技術協力: 有限会社コアトレーディング  
<https://www.coretrading.co.jp/>



※画像はイメージです。

収穫・選花の際に発生する丈の短いスターチスという種類のドライフラワー。通常であれば廃棄の対象になりますが丈短のボックスに入れるドライフラワーのワークショップキットとして生まれ変わりました。北海道・札幌にてドライフラワーの生産を行うコアトレーディングと、JAのむい小平支所とのコラボレーションコンテンツです。

### 大切に読んでボロボロになった図鑑を粉末化したペーパーバッチ

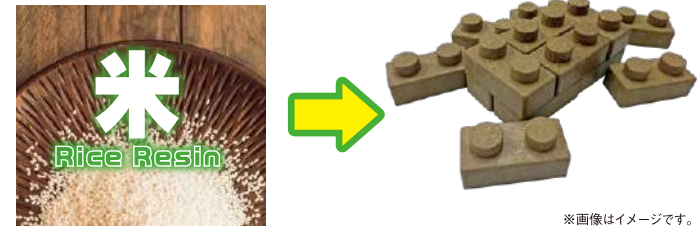


※画像はイメージです。

出版社との新企画で、こどもが大好きな図鑑などの廃盤品・不良品をパウディング(粉末化)し、ペレット状にした特殊な素材を使って作られたワークショップキットです。プラスチックフリーでつくられたこのアイテムを再利用する事で紙素材に対する新たな利用方法を考えるきっかけ作りになればと考えて作られたSDGsアイテムです。

### ライスレジンを活用したエコバイオマスブロックキット

技術協力: 株式会社ライスレジン/有限会社YPC  
<http://ypc.ecnet.jp/>

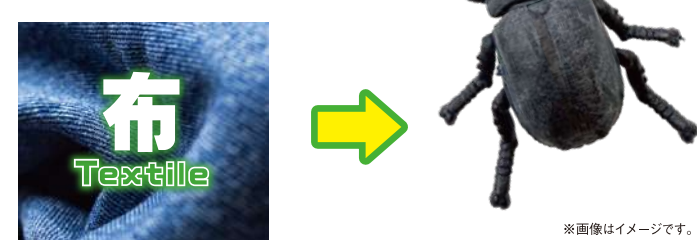


※画像はイメージです。

日本発のお米の環境素材であるライスレジン。日本の技術+日本の主食であるお米をバイオマスプラスチックとしてアップサイクルした素材です。原料の米は政府備蓄米、古米などの、食用として消費されなかったお米を独自の技術でバイオマスプラスチックへと昇華しています。ワークショップを通じて日本の米を取り巻く様々な問題に興味を持つきっかけ作りになればと考えています。

### デニムの端材をつかったカブトムシキット

技術協力: 株有限会社YPC  
<http://ypc.ecnet.jp/>



※画像はイメージです。

古着や廃棄予定のデニムパンツなどの端材・不良品などを再利用し、プラデニムとして新たな商品へとアップデートしました。流行遅れや製造過程における軽微な傷によって簡単に廃棄されてしまう現在の日本のファストファッション事情を課題と考え、廃棄する端材から全く新しい価値を持った製品に生まれ変わらせるというアップサイクルを行っています。



昨年よりスタートしたSDGsをテーマとした知育体験コンテンツですが、今回は既に出来上がったもののアレンジにとどまった昨年のコンテンツを廃番にして全てゼロからやり直しました。原材料の調達から入り込み、SDGsの中でも子どもが社会問題をイメージしやすいマテリアルを決めた上でそこから実際に実現可能かを計算して関係各所へ素材調達から試作まで作り込みました。

こどもが興味を惹きやすいデザインで商品を作りつつ、触ってみたい匂いを嗅いだりという視覚以外の感覚を研ぎ澄ませると見えてくる素材を通じて社会の問題が浮き上がる過程が面白いかな、と思って作っています。

Commentary text  
Manabu Kondo



## SDGsワークショップ



対象年齢: 5歳程度から大人まで  
体験時間: 10分から30分(コンテンツによって変動)  
体験人数想定: 50~150名  
実施場所面積想定: 30平米から60平米  
(1日100名体験)  
実施日想定: 1日~

ミニプログラム型  
知育体験イベント  
リアルイベント  
デジタル  
アートフィクション  
から仕事体験  
ワークショップ  
知育体験  
ワークショップ  
子どもの未来への  
仕事体験  
アップサイクル  
ワークショップ  
季節を感じる知育  
体験ワークショップ  
平日  
ワークショップ  
スペシャルタイ  
ム  
ワークショップ



1  
January

### なわとびをつくろう！

なわとびパフォーマー【なわとび小助 (<https://nawatobikosuke.com/>)】とのコラボ企画。好きな縄と取手部分を組み合わせ、シールでデコって自分だけの縄跳びが作れるワークショップ。冬は小学校の授業等で使用する需要もあり、寒い時期の企画として反応が良く人気のコンテンツへと昇華しました。

対象年齢：5歳以上～大人／体験時間：10～20分

2  
February

### ひのきのオニ箱をつくって節分を楽しもう！

天然木（ヒノキ）を使って日本国内で作られた枡（マス）をつかったワークショップです。節分オニシール&ツノシール付き豆を入れる【鬼箱】をつくりまします。簡単なシールだけで完成するワークショップで、ちいさなお子様もお楽しみ頂けます。

対象年齢：2歳以上～大人／体験時間：5～10分

3  
March

### イースターエッグぬりぐるみをつくろう！

近頃イベントモチーフでも定番化しつつある【イースター（感謝祭）】をテーマにした春の人気イベントです。帆布で作られたタマゴにウサミミをつけたぬりぐるみに、ペンで自由に色を塗って完成する簡単なワークショップです。

対象年齢：3歳以上～大人／体験時間：5～10分

4  
April

### こんぺいとうアート ～こいのぼりバージョン～

端午の節句にぴったりのこどもの日イベントです。京都の老舗和菓子屋【青木光悦堂】の金平糖を使い、ドット絵の要領で並べる事で塗り絵感覚で簡単に楽しくて食べてもおいしいワークショップです。今回はこいのぼりの台紙を使って端午の節句を祝います。

対象年齢：2歳以上～大人／体験時間：10～20分

5  
May

### ママに感謝を伝える カーネーション専用花瓶をつくろう！

母の日の赤いカーネーションを送る時に一緒にママにプレゼントしよう！カーネーション用の花瓶を自分で作るワークショップです。MDFをレーザーカットした素材を使った組み立てで作る花瓶に生花のカーネーションを飾ります。花瓶は再利用が可能です。

対象年齢：3歳以上～大人／体験時間：10～15分

6  
June

### フラッシュうちわをつくろう！（きょうりゅうバージョン）

暑くなる時期にぴったり！こどもに人気のひかるうちわの恐竜バージョンです。うちわに貼ったシールの白い部分がうちわ本体の光を受けて暗間で恐竜が浮かび上がります。

対象年齢：5歳以上～大人／体験時間：5～10分

知育体験ワークショップ、年間サブスクコンテンツ『あそびにっく』で48週間実施しているオリジナルコンテンツの中でも実績のある人気コンテンツを月別にご紹介。

7  
July

### ライトレースロボを体験しよう！

車の自動運転で用いられるセンシングの技術を使ったライトレースロボットを使い、自分の好きな場所へロボットを動かす知育体験です。

ロボットはLEDから発射された光の白黒部分の反射をキャッチして左右のモーターをコントロールします。どんな曲線だとキレイにロボットが走るかを考えながら線を引いてみます。

対象年齢：5歳以上～大人／体験時間：5～10分

8  
August

### キラキラスライムをつくろう！

定番のスライムづくりワークショップのグリッター（ラメ）入りバージョン。専用の溶液2種を混ぜ合わせるだけの簡単仕様で、水とアルギン酸を使用して水分量の調整が都度必要且つ失敗の多い他社スライムコンテンツよりも低年齢且つ短時間での体験が可能です。

対象年齢：2歳以上～大人／体験時間：10～15分

9  
September

### エコハウスをつくろう！

廃材を活用したタイのエコトイメーカープラントイ社 (<https://planttoysjapan.co.jp/>) のSDGs啓蒙を目的としたワークショップキットを使用。リサイクルペーパーを使用し組み立てるだけでドールハウスとして遊ぶ事ができます。

対象年齢：3歳以上～大人／体験時間：15～20分

10  
October

### ペーパージョイントフィギュア（ティラノバージョン）

生物専門のイラストレーターいきものだものさんとのコラボ企画 (<https://ikimonodamono.com/>)。ティラノサウルスの関節の位置ごとに切り取られたパーツを組み立て、可動する紙製フィギュアをつくりまします。フィギュアはイラストを描くツール（ペーパージョイントフィギュア）として使用できます。

対象年齢：5歳以上～大人／体験時間：20～25分

11  
November

### ライトレーストレイン

昨年大人気だったライトレースロボの汽車バージョン。本体に荷台が付きアソビの幅が広がりました。ロボット同様、マジックで引いた線を光センサーが感知して線の通りに汽車が走ります。線の角度やカーブによって走ったり走らなかったり、検証がテーマなのはロボットと同じです。

対象年齢：3歳以上～大人／体験時間：5～10分

12  
December

### シルクスクリーン印刷体験（Tシャツ）

プリントの専門企業、トランパックジャパンとのコラボ企画 (<https://www.tranpacjapan.com/>)。意外にやった事がないTシャツへのシルク印刷の工程を実際に自分の手で印刷ができる体験イベントです。複数のデザインの中から柄を選びヘラで色を落としていきます。テクニック次第で様々なカラーバリエが可能。

対象年齢：3歳以上～大人s／体験時間：5～10分



# Make Your Own

## じぶんだけのハワイアナスビーチサンダルをつくろう

過剰なものが溢れる現代社会において、あえてプリミティブな手法で作られた、あなただけの「ハワイアナス」サンダル作るワークショップです。



### 3つのステップで、オリジナル「ハワイアナス」が簡単に作れます！

1

#### havaianasを選ぶ



2

#### PINSを選ぶ



3

#### havaianasにPINSを取り付ける



havaianas

### じぶんだけの ビーチサンダルをつくろう Havaianas (ハワイアナス)

対象年齢：3歳以上～大人  
体験時間：10～30分（各コンテンツによって異なる）  
観覧人数想定：800～2000名（1日8H）  
実施場所面積想定：90平米から200平米  
（展示物によって異なる）  
実施日程想定：3日間から30日間

シンプルでデザインと豊富なカラーバリエーションで、世界中で愛されているサンダル「ハワイアナス」。今回の企画は自分だけのビーチサンダルをカスタマイズできるMYOH（＝メイクアオウンハワイアナス）のワークショップイベントをハワイアナスブランドを展開するハワイアナスジャパンと組んで企画しました。

ベースと鼻緒のカラーの組み合わせを自由に選べるほか、アレンジの幅が広がるピンズを100種類ご用意致しました。メンズサイズ・レディースサイズに加え、日本初上陸の【キッズサイズのMYOHキット】が追加！ご家族でお揃いのオーダーも可能です。



## havaianas

ハワイアナスとは

ポルトガル語でハワイアンを意味する「Havaianas（ハワイアナス）」。

日本の伝統的な藁草履（わらぞうり）をヒントに、高品質のブラジル産ラバーを使用し、ファッション性の高いデザインに仕上げられたサンダルが1962年に誕生しました。

ハワイアナスが世界中から愛されるのには理由があります。70年代になるとハワイアナスのコピー商品が多く市場に出回りましたが、そこで『本物は型崩れしない、臭くもならない、ストラップも伸びたりしない』とスローガンを掲げ、本物のサンダルだけで得られる快適な履き心地を訴え続けた結果、ハワイアナスの人気は衰えることを知らず、国境を越え世界中に広まっています。正規販売を行っている国は、スペイン、ポルトガル、イタリア、フランス、イギリス、USA、ドミニカ共和国そして日本と100カ国以上に増え、世界中でハワイアナスを履く人々が見られるようになりました。

## ベビーを対象とした平日向けイベントパッケージ

平日に活動可能なこどもの年齢は0～3歳、特に0～1歳のこどもを持つ保護者の活動が活発な反面（平日は保育園含む学校機関が稼働している為）、4歳以上の来店は母数が圧倒的に減ることが判明しており、過去に平日イベント（ワークショップ）を数多く実施しましたが、通常土日に開催する未就学児向けのコンテンツは難易度が高く需要に合っていない事を受け、弊社では昨年より実験的に平日の特にベビーとママを対象とした知育体験イベントパッケージをご用意したところクライアントより高い評価を受けた為、2025年より本格的なパッケージ化を行い展開を開始しました。

1月より既に多数のクライアントより受注をいただき実施の予定しております。



対象年齢  
BABY  
親子で参加



#### 主なコンテンツ

- ・はじめてのおんがくリズム
- ・ベビー脳トレ講座
- ・はじめてのベビーヨガ
- ・はじめての離乳食教室
- ・おひるねアート
- ・手形アートイベント
- ・パイナップルの切り方教室

2025年実施場所  
・ららぽーと東京ベイ  
・イオンモール津田沼  
・ソコラ南行徳（パーク内）  
・テラスモール松戸

### 平日ワークショップ

対象年齢：0歳から3歳（特に0～1歳）  
程度のこどもと保護者  
体験時間：30分（コンテンツによって変動）  
実施場所面積想定：20平米  
実施日程想定：1日3回（1回30分）  
教室形式にて開催

### 親子体験／はじめてのおんがくリズム



#### 2025年度50回実施の実績！平日開催にて根強い人気を誇るベビー＆ママ向けコンテンツ



音楽教諭資格及び保育資格を持つ専門家と劇団四季などに出演経験のあるミュージカル俳優が、歌のおにいさん・おねえさんに扮し、0～3歳くらいまでの幼少期の今だけ身につけられる【聴く力・音感・リズム感】や、表現する力を参加しながら育む音楽教室を実施。毎回参加することでこどもの成長に合わせた表現の変化を保護者が感じることが出来る為、連続での参加を促しやすいコンテンツになっています。

- ・1日30分ステージを1日3回開催
  - ・1回につき最大10組20名の参加
  - ・季節に合わせた生演奏・生歌による音楽教室を毎月定期開催
- ※音が出るイベントになりますので実施場所での事前確認をお願いします。

インストラクター：  
石井駿人  
劇団四季「ノートルダム」／  
音楽劇「天国のクジラ」／松山バレエ団「くるみ割り人形」／月2回親子向け音楽イベント他多数出演  
近藤朝  
市川ウインドオーケストラ所属。  
幼稚園教諭・保育資格・中学校教諭（音楽）の資格を持ち、長年吹奏楽を含めた音楽活動に従事。



アソビスキークのコンテンツとしては実は開業当初から継続している古いコンテンツになりますが、コロナ後の平日集客の需要が徐々に増し、昨年は50回ほどの実施実績となっています。年間で継続いただいている場所が多く、0歳児から1歳児くらいまでの活動エリアが制限されるベビママの需要が多いため昨今の物価高で音楽教室の利用料が上がりなかなかベビーで費用をかけた反応が即見えにくいベビー系音楽教室にお金を払うのはちょっと、という需要にぴったりマッチしていると思われ、現在新規以外の場所では事前予約制としていますが予約サイトをオープンすると数十分で満席となる人気を誇っています。

1回の実施では反響が見えにくいため、3ヶ月～半年くらいの利用で反応を見ていただくと効果が見えやすいと思います。また、季節感を導入しやすく、実施時期の応じた内容を常に実施しますので施設の季節感の演出にも効果的です。

### ベビー脳トレ講座



近年ベビーヨガによる赤ちゃんとのダイナミックなスキンシップが子と親の愛情と信頼関係を深めるプログラムである事が知られつつある中、通常有料開催が多いリアルでの専門講師によるママと赤ちゃんを対象としたトレーニングを定期的に無料開催するプログラム。

毎回参加する事でこどもの成長・表現の変化を保護者が強く感じることが可能な為、リピーターが創出しやすいコンテンツです。

- ・1日30分教室を1日3回開催
- ・1回につき最大5組10名の参加
- ・生後3ヶ月以上～3歳以下のお子様とその保護者様と一緒に参加必須
- ・予防接種24H以内のお子様は安全のため参加不可

インストラクター：  
Shioli  
保育資格／ベビトレヨガ認定講師／子どもヨガ認定講師／産後トレーニングヨガインストラクター／IHTA認定ヨガインストラクター  
保育士／幼稚園教諭／はちまめチャリダー



親子で触れ合いながら、感覚遊び・身体遊び・記憶力遊びなど、五感を通して、楽しく脳のアプローチをしています。





# 遊び心を持った内装やメニューを揃えた、 デイリーユースのスペシャルティコーヒーストア ASOBREW COFFEE(アソブリューコーヒー)オープン。

2025年10月  
New  
Open

『ASOBREW COFFEE(アソブリューコーヒー)』は、あそび(ASOBI)+抽出(BREW)の名前の通り、遊び心を持った内装やメニューを揃えたデイリーユースのスペシャルティコーヒーストアです。

場所は駅から徒歩3分弱の商店街から離れた閑静な住宅街の中で、気軽に普段使いしたくなるお店を目指してつくられました。



## ASOBREW COFFEE ロゴデザイン

現代芸術家の加賀美健さんによる独特の表現がデイリーユースの気軽さを狙ったコンセプトを表現しています。

### 加賀美健(かがみ けん) ※写真向かって左

1974年東京都生まれ。現代美術作家。東京を拠点に制作活動を行う。社会現象や時事問題、カルチャーなどをジョーク的発想に変換し、彫刻、絵画、ドローイング、映像、パフォーマンスなど、メディアを横断して発表している。2010年に代官山にオリジナル商品などを扱う自身のお店(それ自体が作品)ストレンジストアをオープン。今回、ロゴとキャラクター(豆コーヒー君+いい珈琲だな)をデザインいただきました。



新社屋をつくるにあたり、今まで全くしてこなかった地域の方へ何かしたいな、と考える中で漠然と『カフェをやってみよう』という想いが徐々に大きくなり、1年前から何の知見もないまま手探りで調査を進めていくとどうやらやりたい業態は『スペシャルティコーヒーストア』だという結論になりw、いったいどうやって作ればいいのかゼロから様々な方にお世話になりながらなんとか昨年10月7日にOPENの運びとなりました。

普段当たり前の様にお店でコーヒーを飲んでいましたが、やはり奥が深い世界でしたコーヒー。沼ですょコーヒー業界。まだ深淵どこるか穴も見えていません(当たり前です)。

まだ始まったばかりにも関わらずかなり色々大変ですが、まずは継続を第一目標としてゆるゆると続けていければと思っています。



Commentary text  
Manabu Kondo

## メニュー/ コーヒーの監修ついて



PHILOCOFFEEA



メニュー指導・技術指導及び製品の販売については、アジア人初のWORLD BREWERS CUPを制した世界チャンピオン、粕谷哲がオーナーのコーヒーカンパニー『PHILOCOFFEEA』の監修を受けています。店名をなぞったハンドドリップ(抽出)のコーヒーを中心に、毎日食べても飽きのこない気軽に食べれるフードメニューをご用意して地域の皆さまの日々のご利用をお待ちしています。



## 和牛バーガー

ミシュランレストランで使用するステーキ肉の端肉を粗挽きミンチにした肉感あるハンバーグを使用しています。フラ印のアメリカンポテトチップスの付け合わせと一緒に。



## 習志野ドッグ

千葉県習志野市の名産品である「習志野ソーセージ」を使用したボリューム満点の一品です。トマト・オニオン・ザワークラウトで。こちらもフラ印のアメリカンポテトチップスの付け合わせと一緒に。



## 「アソビのアトリエ」

『ASOBREW COFFEE』で開催している、最初の一步を探しているこどもへ『鼓動が高鳴る』知育体験を提供するワークショッププログラムです。こどもたちの「やってみたい」を、「やれる!」に変える体験を、アソビスキー @asobiski とマザーディクショナリー @motherdictionary がプロデュースします。



## ASOBREW COFFEE (アソブリューコーヒー)

設計・施工: MUJI HOUSE(無印良品)  
2フロア内装: アダストリア(Nico and...)  
ロゴデザイン: 加賀美健(現代芸術家)  
アソビのアトリエ: マザーディクショナリー  
カフェ監修: フィロコフィア(<https://philocoffea.com/>)

千葉県習志野市谷津4丁目3-7 ASOVILL(アソヴィル) 1F  
営業時間: 9:00~17:00 (LO16:30)  
定休日: 原則無し店舗Instagramをご確認ください  
駐車場: 無し  
アクセス: 京成谷津駅徒歩3分/  
JR津田沼駅徒歩18分

instagram: @asobrew\_coffee/





## BEST BUY

## VANS「オーセンティック」

超今更感もありますが、気分がローテクになり、昔制服のように履いていたオーセンを改めて履いて、あ！これじゃん！と。ほんととはブーツ、革靴履きたい、けど現場もある。そんな時は大概これを履いてました。推しブランドの洋服含め色々買いましたが、結論やっぱりこれですね。



営業担当 MGR  
小野広太

まだ若手と言いつけるアソビスキー最古参社員。3人の年子女子を育てるパワフル父の一面を持つ。顔が濃いが全く飲めず。

## さわれる恐竜博

今年の新コンテンツのため実施したことのないコンテンツで恐縮なのですが、昨年10月にドイツのミュンヘンショー（世界三大ミネラルショーの一つ）にて買い付けをしました。とてつもない存在感で、見るだけで恐竜時代を回顧できる、そんな化石です。ぜひ多くの方に見てもらいたいので、そこは営業手腕の見せ所だと思ってます。



## BEST CONTENTS

## BEST BUY

## 焙煎キヌア

出張先の旭川から少し足を伸ばして立ち寄った「道の駅 絵本の里 けんぶち」。カレーを食べたレストランに「ご自由にお使いください」と置いてあったのがこの子との出会いでした。ザクザクとした食感がクセになり手放せない1本に。



イベントディレクター  
光田希

元看護師。よく年齢を忘れ詐称しがち。暑さ寒さが苦手。手で過温の閾値が狭い。趣味はカメラと旅行。フットワークが軽い。



## TukTuk

タイのゴムの木をアップサイクルしているこのキット。「ゴムって木から取れるの知らなかったー！」との声を多くいただきます。私も、知らなかったです。こどもたちの「知らない」に出会わせてくれるこのコンテンツが大好きです。

## BEST CONTENTS

## BEST BUY

## anbro(アンブロ) アクセレーター TR WIDE

2025は体重が増え過ぎてしまったので運動しようとフットサルシューズを12月に購入しました。運動して5キロ減目指します！



イベントディレクター  
山田圭祐

保育士・児童スポーツ指導資格を保有。スポーツ、楽器、料理等多趣味のため、全部を極めたいが難しさも感じている。

## サンサンキッズパーク



お気に入りイベントはサンサンキッズパークです！サンサンとのグリーティング、ワークショップ、イベントでしか手に入らないグッズの販売など、お子様たちの目のキラキラした瞬間が一番多くみられるイベントです！

## BEST CONTENTS

## アソビスキー社員が昨年買って良かったモノ、お気に入りのコンテンツ

## 2025年ベストバイ&amp;ベストコンテンツ

## BEST BUY

「いない いない ばあ」  
松谷みよ子

2025年は長女が生まれた年になりました。初めて買った絵本が本作です。月齢もない頃からニコニコ笑って楽しんでくれ、絵本の魅力に気付かされました。



ワークショップ  
ディレクター  
依田竣介

生粋の道産子。教育大学卒業後、函館で「よだっちはかせ」として修行を積む。趣味は旅行と博物館巡り。好きな漫画はドラえもん。

## さわれる科学博



生き物たちの骨格標本を、さわれるかたちで展示する知育コンテンツ。お子様からお年寄りの方まで楽しめるのが魅力で、ご家族や親戚、カップルなどで訪れ、展示の前で感じたことを素朴に伝えあう光景がとても好きです。

## BEST CONTENTS

## BEST BUY

ダーマレーザー スーパーVC100マスク/  
QUALITY 1st

私の2025年ベストバイは「ダーマレーザー スーパーVC100マスク/QUALITY 1st」というシートマスクです。「清潔感は素肌から」という自論でスキンケアにハマり、さまざまなパックを試し、辿り着いた答えがコレでした。シートのひたひた具合と、次の日の肌調子が段違いです。一緒に美肌を目指しましょう！（あと、オススメの美容液教えてください）



イベントディレクター  
阿曾優稀

こども大好き元塾講師。音楽が好きで個人で歌い手活動をしている。成人してもディズニー映画で号泣するディズニーヲタク。



## 鉱石磨き

私のベストコンテンツは「鉱石磨き」です！鉄ヤスリと紙ヤスリを使って鉱石を磨いていくワークショップです。完成までに時間はかかりますが、淡々と無心で鉱石を削っていく工程がたまりませんっ…！（最近、掃除とか皿洗いが趣味になってきてます）お子さまにも人気のコンテンツとなっていますので、ぜひ一度ご体験ください！

## BEST CONTENTS

## BEST BUY

## 厚さ3センチのラグ

冬の寒さに備えるために厚さ3センチのラグを新調しました。手触りも最高で、ついリビングで寝落ちしてしまいます…しかし！厚さ3センチのおかげで身体が全く痛くない！最高です。暖かくなってきたら夏用の最高のラグを探したいと思います。



イベントディレクター  
宮腰清香

原産地は愛媛。動物の仕事がしたくて上京。学ぶうちに自然の生きものに魅了され、環境教育を仕事にする。

## あそびにつくパーク



ソコラ南行徳にある、0～3歳のお子様が必要の方と一緒に楽しめる無料の遊び場です。素敵な玩具をたくさん用意しています。毎日お子様達の笑顔があふれる素敵な空間です。ぜひ一度お越しください！

## BEST CONTENTS



BEST BUY

東横インのご当地ピンバッジ

2025年は全国各地へ出張に行かせていただきました。その出張時のルーティンとして、東横インの「ご当地GENKIバッジ」を集め始めました！中でもお気に入り、北海道のカニのピンバッジ。つい集めなくなる可愛さです。



クリエイティブディレクター  
日比野留花

岐阜県出身。幼い頃から絵を描くことやモノづくりが好き。美術大学を卒業後新卒で入社。学生時代はイルカちゃんと呼ばれていた。

めぐりぐるみ 干支バージョン

真っ白なぬいぐるみに、ペンで自由に色を塗って楽しめる「めぐりぐるみ」。色々な種類がありますが、中でも毎年登場する干支デザインがお気に入りです。2025年の干支・ヘビのめぐりぐるみは、腕に巻きつけられる仕様なのが推しポイントです！（年女だったので、最注目もあります！）

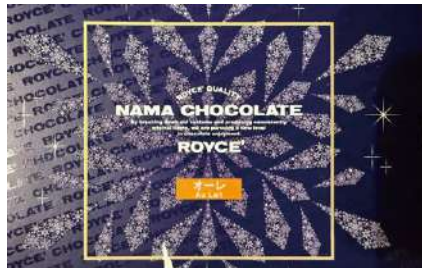


BEST CONTENTS

BEST BUY

ROYCE「生チョコレート」

2025年ベストバイはROYCEの生チョコレート！小さい頃から大好きで引越してから中は々見かけないので、北海道に帰省した時には自分用のお土産として必ず買います！一粒食べると手が止まらなくなります！



イベントディレクター  
羽石美悠

北海道別海町出身で酪農家のむすめ。大自然を走り回って育った。元保育教諭。甘党でデザートは別腹。

ライトレース トレイン

私の推しコンテンツは入社後、初ディレクターとして入った『ライトレーストレイン』です！自分で描いた線の上を SL が走ります！自由に線路を走る仕組みに子ども大人も夢中になるコンテンツです！



BEST CONTENTS

BEST BUY

BROTHERS'「メガバーガー」

美味しいバーガーほどうすぐ食べ終えてしまい、どこか悲しくなることはないでしょうか？このバーガーは8人分のボリュームにも関わらず、香ばしく噛めば肉汁溢れるベーコンとパティ、食欲を唆るジャンキーなソース、そのパンチを受け止めるフレッシュな野菜と全てに妥協がないまさに夢のひと皿。到底上から下



まで顎に収まらない事を理解しつつ、そのままかぶりついた感動は忘れません。



クリエイター  
数家遊磨

元フロントエンジニアのオタク。クレーンゲームが好きで、部屋はぬいぐるみやフィギュアで溢れている。

DIYVEHICL MISSIONS  
(ディーアイワイビークルミッションズ)

自分の手でビークルを組み立てる楽しさに留まらず、スキャンして画面に出てきた時の感動、リモコンを振るだけで自分のビークルが活躍するワクワク感、正解を自慢したくなる防災クイズと、とにかくてんこ盛りなコンテンツ！



BEST CONTENTS

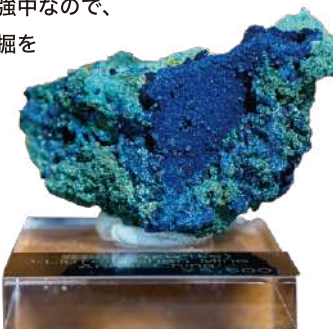
アソビスキー社員が昨年買って良かったモノ、お気に入りのコンテンツ

2025年ベストバイ&ベストコンテンツ

BEST BUY

アズライト

入社してから鉱物に魅了され、池袋のミネラルショーで購入しました。藍銅鉱とも言い、とても鮮やかな藍色で輝く美しい鉱物です。他にも様々な鉱物について勉強中なので、今年は実際に発掘をしに行きたいです。



ワークショップデザイナー  
東元佐穂

三重県四日市市出身。大学の卒制で恐竜のワークショップを作ったことをきっかけに"子供に伝えるものづくり"に興味を持つ。

ごっこランドEXPO  
「牛丼のすきすきキーホルダーをつくらう！」

すき家ならではの豊富なトッピングからインスピレーションを受けたワークショップです。裏にはすき家のロゴ風にお名前を書くスペースがあるので、オリジナリティのある自分好みの牛丼キーホルダーを作ることができます。見た目が可愛らしく、作り方も簡単なのでスタッフの方にも好評なコンテンツでした。



BEST CONTENTS

BEST BUY

スマートリモコン

私の今年のベストバイは「スマートリモコン」です！自宅にある赤外線リモコンで操作できる機械を全てスマートフォンで管理できるツールです！家に帰る前に予めエアコンをつけたりお風呂を沸かしたり、可能性は無限大。アレクサを介して操作も出来るので手を動かさずに家電の操作もできちゃいます！



イベントディレクター  
近藤一真

東京アナウンス学院を卒業後、ナレーションや舞台等フリーで活動。現在はイベント MC から運営までマルチにこなす。

DINO-GP(ディノグランプリ)

私のイチオシコンテンツは「DINO GP」です！自分の塗った恐竜の塗り絵をスキャンして行うデジタルアトラクション。自分が走った分だけ恐竜も加速するのでお子様だけではなく大人も遊びたくなるようなイベントとなっております！（大人の方は筋肉痛にご注意ください…）



BEST CONTENTS

BEST BUY

非常用トイレ

自分の命・家族の命を守る為の1つに「非常用トイレ」の備えは大切です。食べたら必ず出ます！災害はいつくるか分からないのでみなさまご準備下さいね。



イベントディレクター  
饗場敏彦

おいでやす！でお馴染みのこども大好き京都出身の営業一筋なオヤジ。ライフワークは防災レスキュー。

防災！はたらくるま大集合！

昨今の度重なる地震で防災意識が高まっております。1人でも多くの方に防災意識を高める為に防災啓発イベント「防災はたらくるま大集合！！」をご案内致します。地震大国の日本。自分の命は自分で守る！です。



BEST CONTENTS



# 今までの10年と、これからの10年。 ASOBISKI Talk Session 2026

今年で10年目を迎えるアソビスキー。今一度設立当初からのエピソードから、コロナ禍を経て現在の体制へ至るまでのプロセスと、これからの10年について、主要メンバー3人が雑談形式にてトークします。

**近藤:**という事で3年ぶりのトークセッションです。前回と同様の3人です。

**小野・依田:**よろしくお願ひしますー。

**小野:**10年の振り返りという事です。では学さん、なぜ起業したんですって？

**近藤:**まあそこはもうなんか割愛でいいじゃない？(笑)なんか別に苦労したよね、みたいな話してもなんか別にみんな『ふーん』って感じじゃないかね。どんなトークが一番面白いかな？

**小野:**この10年で変わったこととか、逆に言うとなんか良くなった、この10年で会社が変わったこととか？悪くなった事も含めて客観的に。

**近藤:**最近なんか俺、すごくコロナの時、大変でしたよねって言われるけども実はその頃の記憶があまりないw

**小野:**あー確かに記憶無い。だけど別にすごく大変だったか？と言われてもそういう記憶も含めて全体的に

記憶が無い。

**近藤:**(この頃の実績が)薄かったからあんまり記憶に残ってないっていう感じなのかな？

**小野:**いや、なんかまあでもシャカリキでしたよあの頃。

**近藤:**依田くんが入ってきたのってこのコロナの後だよ、そういえば。

**依田:**そうです。僕がよく当時言われたのは『よくこのコロナの真っ只中のイベント業界に飛び込んだし、会社もよく雇ったね』って言われていた事をすごく思い出します。

**近藤:**まあ確かに。そこってどうだったって？ちょっと覚えてない。すごかったって？

**依田:**2020年の12月に僕が入社して、翌年の21年に緊急事態宣言が出ていました。

**小野:**多分ですけど俺が思うにまだその時ってメインでお取引しているクライアントもまだ少なくて、でも新商品の営業の反応がものすごく良くて、まだこれから伸びるよね、みたいなタイミングでコロナになってしまったと俺は記憶していて。そんな中で宮城恐竜展(=宮城テレビ主催の肉食恐竜展)とか、現状の実力に合っていない業務が来ちゃったけどまあ暇だしやっ



初めてのホームページ用の写真撮影にて(2018年)

(左)銀座で期間限定デジタルアトラクションストアを開業(2017年)



初のイベント展示会(イベントEXPO)へ出展(2019年)

ちゃえ、みたいな感じで引き受けて乗り越えちゃって。

**近藤:**あったねえ宮城。あれって2020年の8月だよ？

**小野:**そうそう。やれる規模なのかやりきれない規模なのか？みたいなのが宮城でした。

**近藤:**夜中まで毎日仕事してたあの頃。依田くん入ったのは2021年の12月だけど、多分1年前ぐらいからやりとりはしていたよね。

**依田:**そうです。

**近藤:**ウチに来るかという話になっていたら急に『僕所長になれるかもしれないです』とか言われてw

**依田:**そう、転職しますって当時の会社に言ったら急に条件が良くなって辞めるのを辞めようかな、みたいな発言をした事もありましたw

**近藤:**そうそう、そんな話があった。そこでやめないうという選択肢もあった。

**小野:**まあでも手としては悪手ですけどね。退職をチラつかせたら急にポストが用意されちゃう。今まで何だったのかって。

**依田:**そうですね。結果的に前の会社の株が自分の中で下がっちゃって。

**小野:**下がるよね、それはね。

**依田:**はい、それでもういいかになってりました。

**小野:**責任だけ増やされるのかな、と思っちゃう。

**依田:**そこ(自分が最高責任者になってしま)うから出たかったのがそもその転職の動機でしたから。

**近藤:**コロナで結構時間があった時期だったので依田くんとは結構細かくやり取りを

していたのだけど、その時が実は会社的には一番ババい時期だった。3ヶ月間仕事なかったし。まあウチがどうこうというより世界的にババい時期だったけど、あの頃。

**依田:**僕も確かオンラインで結構やり取りしていた記憶があるんですよね。当時学さん、仕事なくてヒマwみたいな話をしていました。前職で夏の企画展を自分で仕込んでいて、ここで君が辞めたら誰がやるんだ、みたいな話になって1年くらい転職が延びちゃって。その年の夏(2021年)にSONYの恐竜科学博のワークショップをアソビスキーがやっていて、横浜で。

**近藤:**ああバシフィコね。

**依田:**はい、で夏に学さんに会いに行行って見せてもらって、やっぱデカい会社なんだって感じたのを覚えてます。

**近藤:**デカい会社だと思ったのは間違いだねw

**小野:**うんうん、思いっきり間違いw

**依田:**この恐竜科学博は、もうウチの会社で全部作りました、みたいな感じのイメージでw

**小野:**嘘！嘘じゃん。

**近藤:**まあでもあれは図面から入らせてもらってなんかすごい理想的な案件だったからね。

**小野:**まあ、確かにそう。

**依田:**壁にガラスに仕込んで対面から様子が見えるようにしたんだ、みたいな話を聞いて。

**近藤:**そう、あれが通った時、俺ちょっとやった、と思ったもんね。

**依田:**それでその年の12月にアソビスキーに入りました。懐かしい思い出です。



展示会(SCビジネスフェア)にて(2020年)

**近藤:**ウチの営業(スタイル)ってどうなんだろうね？

**小野:**え、どういう意味で？

**近藤:**改めて、今更なんだけど、なんでこんなにいい感じ？に当社はいろんなお客様からお問い合わせをいただけるのかを分析したくて。これについて語るのが今回のトークセッションのテーマの一つだと思ひ出して。

**依田:**当社のいい感じ？の理由ですが、私以降、2024年くらいから急に人が増えて会社の雰囲気良くなってきたような気はしています。僕自身ものすごく働きやすくなったなあって思っています。

**小野:**今までが悪かった、みたいなw

**依田:**違います、違います。自分が田舎(函館)から都会の会社に入ってきて、小野さん学さんがすごく特殊過ぎてw僕もなんかすごく特殊な事をしなければならないのか、都会はすごいなあ、とずっと思っていた。

**小野:**なるほどw

**依田:**そこにこう(普通の)馴染める後輩が増えてきて、今すごいいい雰囲気だ。特に前回の福井の時(2025年6月に福井県に社員旅行へ行きました)に感じました。

**小野:**俺も思うにこの2、3年の変化は大きくて。人も増えて会社の体制が大きく変化する中で俺はまだ権限



宮城県にて開催した恐竜展の準備中に(2020年)



バシフィコ横浜にて恐竜科学博へ参画(2020年)

を部下に渡すのは結構まだイヤですけどw学さんはこの権限を下に降ろすすごくうまいなあと思っています。その辺から結構変わったな、と俺は思う。この十年の中で。

**近藤:**うん。

**小野:**多分人が増えて役割が明確になって会社の形が整って来ているのも要因としてはあると思う。

**近藤:**個人的にはあんまり会社っぽくしたくないんだけどね。

**小野:**まあ、依田くんが会社に入ったことでちゃんと会社の体裁を整えようみたいな雰囲気になったのは依田くんの貢献だと思っています。依田くんが会社を会社っぽくしてくれたみたいな部分も多いにあると思うんでね。あの会社のルールも含めて。

**近藤:**褒めているのかディスっているのかちょっと分かんないwまあ褒めているでしょう。

**小野:**でもやっぱり3人目入ってじゃ4人目、5人目どうする？ってなった時の仕組みづくりというか、じゃあこの仕事を渡したら次入れるね、みたいなこのルーティンが出来て来て。その子が引き継げる、じゃあまた人を入れよう。このサイクルが出来て来てガバッと人を入れよう！みたいな流れだった気がするんですよ。

**小野:**またよく言われるのはやっぱり『スピード感』がすごい。速いっていうのはやっぱりよく言われます。

**近藤:**それってどこの部分の話なのかね？早いって

いうは何処の事なのかね？

**小野:**多分、普通の会社が商談すると持ち帰るんですよ。検討しますみたいな。その検討が無いじゃないですかアソビスキーは。持ち帰ったら怒られるwあと新ネタ作ったらじゃまず1回やってみようって、でダメだったら即やめようみたいな。そこを改善しようっていうのはある程度あるけど、基本ほぼ改善しない。ダメだったらもうネタごと捨ててしまう。このスピードは尋常じゃ無い。

**近藤:**振り返らない。検証しないでまたすぐ作るのが早いということね。確かに1年前に作って営業してもらってお蔵入りにしてしまっって『あれもうやってないっす』っていう回答が結構多いw

**小野:**あと同時に展開する案件数とかビビられます。ゴールデンウィークはこの1件だけでみたいな代理店の担当者さんと話をしている時、俺今日5件同時にやっています、明日も5件ですけどみたいな話をすると恐れられます。この業界の掟とか常識、ルールをアソビスキーは知らないままここまでやって来ちゃったところもあり、代理店さんがやっているいろんな作業を無駄じゃね？と省いたり省略したりして。

**依田:**確かにアソビスキー、無駄な仕事ないですよ。

**近藤:**そう。

**依田:**正確には無駄な仕事がない、というか『無駄な仕事をしない』が正しいんですけど。例えば色んなマニュアル作りを代理店さんが懸命にやっているのを見ていてそれって誰が読むの？みたいな仕事って結構イベント業界多いなって感じていて。そんな無駄をそぎ落としてとにかく現場の完成度に重きを一番置いているからこそ、最後が良ければ次またお客さまから仕事がもらえる、っていうのを繰り返している感じがします。

**小野:**そしてこのシステムは、はまるクライアントにはまらないクライアントがある。

**依田:**そうですね確かに。

**小野:**今まさに、ある施設の販促マネージャーが異動になって、その人から『異動先、アソビスキーの企画やってないから最新の企画書とありえず全部送ってください』っていうメールが来たwまあそういうことだよ。ウチのこと好きな人はとことん好き。だから今後もただそこをひたすらやっていくのが正しい。

**近藤:**なるほど。

**依田:**創業当時のクライアントと今もやり取りと

かってありましたっけ？まあキッズスターとかコンテンツフォルダは別として。

**近藤:**誰だろうな...東〇ドイツ村さん最近やってないw

**小野:**まあでもイベントとしてのクライアントの最古はアリオさんじゃないかなあ。

**近藤:**最初に会社作ってバイトみたいな業務委託の仕事を月50万でやっていて、小野くんと2人で月50万を2人で割って。まあ俺の方ちょっと多めにしてもらったけど。それ以外の仕事をやらないと給料上がんないぞ、みたいな時の話で。

**小野:**そうそう。

**近藤:**とりあえずキッズスターからデジタルのコンテンツを借りて、〇京ドイツ村とかでやっても全然ダメで。これってどうやったらお金になるんだろう、ってなった時に。

**小野:**いやーつらかったあの時w

**近藤:**その時知り合いのイトーヨーカドーの玩具バイヤーが、グランツリーの販促マネージャーにちょっと話してやるよ、って言って繋いでくれて。グランツリーでディノレースを始めたのが多分最初のイベント受注。イベントとしてきちっと成立した仕事だった。40万とかもらって1日やって。

**小野:**ですね。いくらぐらいで売ったらいいんですかねこれってお客様に聞いて値段決めてみたいなw

**近藤:**そうそうそう。金額聞かれて逆にいくらにしたらいいですか？という謎のやり取りwそこが最古で続いているクライアントじゃない？担当さん自体はもう偉くなって別の部署に行っちゃったけど。

**小野:**そうっすね。

**近藤:**もう本当わらしべ長者だよ？

**小野:**ほんとそれ。次々に大きな相手が出てくる感じw



オフィス移転後の撮影(2022年)





展示会(イベントEXPO)にて(2022年)



六本木にて開催した恐竜科学博へ参画(2023年)

**近藤:**まあでも良く十年続いたわほんとにw

**小野:**うんうん。

**近藤:**でも不思議とダメになるかも、みたいに思ったことは1回もないんだよね。

**小野:**そうっすね、俺も。やべえなとかはなかった。

**近藤:**まあ改めてですが、俺はもうこんな千葉の端っこ(千葉県習志野市)の小さな会社によく大手の企業の皆さまが問い合わせに来てるなあ、と毎日思っています。

**小野:**確かに。

**依田:** うんうん。

**近藤:**だって普通にGoogleカレンダー見て、明日午前中上場企業〇〇様、午後はまた有名な〇〇様とか書かれている訳ですけど。

**依田:**そうですね、ありえないですね普通は。

**近藤:**で、年末に誰もが知っている某大手印刷会社からDMが来てさ、自社が保有するIPを活用したリアルイベントを企画して欲しい、みたいな連絡が来ていたり。

**依田:**うんうん。

**近藤:**ようウチ探して来るわと思って。どうやって探しているのか本当に。

**小野:** 確かに。

**近藤:** 他にも絶対あるだろうと思うのだけど。いつもクライアントさんに理由を聞けど『探すぞ御社みたいな会社って意外と無いですよ』って結構言われて。

**小野:**例えば、デジタル特化タイプとかそういう会社は多いですね。しかしウチみたいなキッズのみに特化したリアルイベントの企画+運営が出来ます、みたいな会社は少ない。

**依田:** うんうん。

**近藤:**でも無くはない。〇〇(某キッズイベント企業)もそうだし。

**小野:**見せ方・出し方がニーズにマッチしてない部分があるんじゃないですか？  
**近藤:**その辺と比較すると踏んでる場数の桁の違いでウチが良く見えるんだろうね。  
**依田:**近年のホームページの刷新とかインスタの刷新とかは結構効果的だなんて私は感じます。すごく見やすくてかっこよい。他のキッズイベント会社と比べたときに結構イケてる感があるというかw

**小野:**確かに。多分アソビスキーはキッズイベント業界の人を同業他社としてはあんまり見てないからね。そもそもで言うと。

**近藤:**そうそう。そういう機微をお客様が感じ取っているんだと思うんだよね。小野くんを中心とした営業の力っていう言い方もできるけど、お客様側から来ていただけるアソビスキーの見せ方の誘引力があるのは大きい。

**小野:**だから俺はそれが無理だからパッケージ販売にこだわって。今あるものをちゃんと売る、みたいな。それが一番会社のためにもなるし。

**近藤:**まあそうね。それが正しい。昔は本当に何も無い所からだったから、本当にウチやれるのこれ、みたいな仕事の取り方だった。当たり前だけど俺たちよりゴリゴリの営業をしているイベント会社さんはたくさんいて、いつも競合に合わせて値引きしてヒーヒー言っている。同じ商品で競合するから値引きがキツイなあって。その点ウチは作ったものが全部自社コンテンツでオリジナル。そしてそれらを世の中に出す力が突出して高い。本質的な一番コアなお客さんから求められているものわりと高い打率で提供出来ているような気がする、改めて思うけど。それができる会社はほぼない。

**小野:**まあでもコンテンツが強いですアソビスキーは。やはり他がやってない独自コンテンツがたくさんある、っていうのは圧倒的に強い。

**近藤:**企画と営業の両軸に特徴があるよね。  
**小野:**いやでもね。企画の作り方がウルトラQすぎる正直。社長にしか出来なさすぎ。

**小野:**ここをね、依田さんにやってほしい訳ですよ。  
**依田:**精進します。高すぎますけど学さんが。  
**小野:**昔と比べるとやれることがむちゃくちゃ増えたなっていう中で、俺はこの直近の1〜2年で学さんがむちゃくちゃパワーアップしたと思うんですよ。本当それこそ昔と比べると。

**近藤:**そう？  
**小野:**俺がバツとテーマいったらすぐワークショップ

**小野:**価値至上主義みたいな。

**近藤:**安くしてまで売りたいくない、力になれないならやらないほうがいいと思ってる。

**小野:**この案件って何が目的ですか？みたいな話をちゃんとすることを心がけてるから、多分結果が出るような気がする。

**近藤:**営業力っていうとなんかちょっと違う。下世話な感じがするじゃん。ちょっと引いてる感じがいいんじゃないの？ 共感性？ 合意形成力？なのか、ちょっと営業力とは違うスキルがウチのカスタマーサクセスの人たちにはあるんだろうね。

**小野:** うんうん。

**近藤:** 多分それぞれ個性があって、まあ、小野君は小野くん流があって。他の人は他の人の良さがある。光田さんなんかよう面白い案件とってくるなあと思うもんねだって。

**小野:**その代わり大変そうなのばかりw

**近藤:**でもあれは光田さんじゃ無いとやれない。取れない。もうその共感性に尽きる。

**小野:**そうっすね、確かに。

**依田:** うんまあ、でもこれは小野さんから始まる遺伝子だと思ってますけどね。

**依田:**僕は最初に小野さんの営業を見て『これは自分には出来ない』って思ってしまった。で、自分なりにどうしていくべきなのかなと考えまして。それで今に至ります。

**近藤:**それでいいんじゃない？  
だって俺も小野君の営業できないし、小野くんは俺の営業はできない。

**小野:**うん、できないwだって俺、最初すげえ嫌だったもん学さんの営業についていくの。むっちゃ風呂敷広げるやん、みたいな。今ここにないコンテンツやれますみたいになってそれ作れるの？みたいなw

**小野:**だから俺はそれが無理だからパッケージ販売にこだわって。今あるものをちゃんと売る、みたいな。それが一番会社のためにもなるし。

**近藤:**まあそうね。それが正しい。昔は本当に何も無い所からだったから、本当にウチやれるのこれ、みたいな仕事の取り方だった。当たり前だけど俺たちよりゴリゴリの営業をしているイベント会社さんはたくさんいて、いつも競合に合わせて値引きしてヒーヒー言っている。同じ商品で競合するから値引きがキツイなあって。その点ウチは作ったものが全部自社コンテンツでオリジナル。そしてそれらを世の中に出す力が突出して高い。本質的な一番コアなお客さんから求められているものわりと高い打率で提供出来ているような気がする、改めて思うけど。それができる会社はほぼない。

**小野:**まあでもコンテンツが強いですアソビスキーは。やはり他がやってない独自コンテンツがたくさんある、っていうのは圧倒的に強い。

**近藤:**企画と営業の両軸に特徴があるよね。  
**小野:**いやでもね。企画の作り方がウルトラQすぎる正直。社長にしか出来なさすぎ。

**小野:**ここをね、依田さんにやってほしい訳ですよ。  
**依田:**精進します。高すぎますけど学さんが。  
**小野:**昔と比べるとやれることがむちゃくちゃ増えたなっていう中で、俺はこの直近の1〜2年で学さんがむちゃくちゃパワーアップしたと思うんですよ。本当それこそ昔と比べると。

**近藤:**そう？  
**小野:**俺がバツとテーマいったらすぐワークショップ

**小野:**まあでもコンテンツが強いですアソビスキーは。やはり他がやってない独自コンテンツがたくさんある、っていうのは圧倒的に強い。

**近藤:**企画と営業の両軸に特徴があるよね。  
**小野:**いやでもね。企画の作り方がウルトラQすぎる正直。社長にしか出来なさすぎ。

**小野:**ここをね、依田さんにやってほしい訳ですよ。  
**依田:**精進します。高すぎますけど学さんが。  
**小野:**昔と比べるとやれることがむちゃくちゃ増えたなっていう中で、俺はこの直近の1〜2年で学さんがむちゃくちゃパワーアップしたと思うんですよ。本当それこそ昔と比べると。

**近藤:**そう？  
**小野:**俺がバツとテーマいったらすぐワークショップ

**近藤:**最後の締めです。まあ創業して10年経ちましたが今後も引き続き従来と変わらず同じ考え方で。あまり会社をデカくしようとか、100人営業入れてみたいなのは考えていません。今のポジション、ちょっとマニアックな存在のままでいいなという思いがあります。

**小野:**うんうん。  
**近藤:**日本全国のキッズを等しく喜ばせることはなかなか難しいから、手が



4月入社の新卒社員と(2024年)

のネタが出てくるじゃないですか？ やっぱりごっこランドEXPOでもそうですけど、あのここの辺のプレイクスルーはちょっとあったかなって俺は思っている訳ですよ。

**近藤:**ちょっと修行みたい感じだったからなあ、あれ。大喜利がすごかったのね。

**小野:**うん、そうだから俺も正直パワーアップしなきゃいけないなと思いながら、やっぱ子育てしているのでなんかやっぱりずっともどかしさを最近感じていて。でもまあその中にあってやっぱり人も増えて出来る事も増えてきたし、やれる事も多くなってきたから

ちょっとそういう意味ではなんか案件数も、クオリティも、両方もっと高めたいなと。マジでパワーアップしないと、と思っているんですよ。

**依田:**僕はこの度、産休で3ヶ月間お休みをいただきまして。結構会社を離れることって大事だなんて感じました。

**近藤:**へーそれってどんな感じなの？

**依田:**最初は休みだけけど仕事が気になっていました。けど後半の1ヶ月くらいは社用携帯の充電が切れているのに気が付かないくらいのマインドになっていて。でも会社のことはすごく考えたり、仕事こうしたいなっていう中で結構自分のやりたかったことってなんだろう？みたいな自問自答があったり。今自分の子供と触れ合いながらこういうこともできるかも、とか。商業施



会社内で実施した忘年会にて(2024年)



展示会(SCビジネスフェア)にて(2025年)

設へお客として行って、そこで感じる事とかがたくさんあって。戻った時に全然違う視点で仕事が出来そうだなって思っています。なので今後は新しい領域へ積極的にチャレンジしたいです。

**近藤:** そうなんだ、ちなみにそんなに休んで『もう働きたくない』とかならないの？

**依田:** ならないですねえw逆にもっとこうしたら良かったのにみたいなのが、すごく今クリアに見えてます。こうしたらもっとこういうシステムとかもあるし。それって立ち止まって考えないとわかんないことだったので。

**近藤:** へえ。

**依田:** 大事だなんて思います休みて。改めて高いモチベーションでもっと働けそうだなと思っています休んだことで。

**近藤:** 休みて大事だねえ。

**依田:** 僕はそうでしたね。いや良かったです。やもう感謝です やもう感謝ですこれは。

**近藤:** 最後の締めです。まあ創業して10年経ちましたが今後も引き続き従来と変わらず同じ考え方で。あまり会社をデカくしようとか、100人営業入れてみたいなのは考えていません。今のポジション、ちょっとマニアックな存在のままでいいなという思いがあります。

**小野:** うんうん。  
**近藤:** 日本全国のキッズを等しく喜ばせることはなかなか難しいから、手が

**小野:** うんうん。  
**近藤:** 日本全国のキッズを等しく喜ばせることはなかなか難しいから、手が

**小野:** うんうん。  
**近藤:** 日本全国のキッズを等しく喜ばせることはなかなか難しいから、手が



届く範囲の親子たちを絶叫させるっていう。知る人ぞ知る会社で引き続き良いのではないかなって。

**小野:** うんうん。別にマスじゃないですから弊社。

**近藤:** そうそう、もう変わらずニッチでいたいから。最近ちょっとマスに行きつつありますけど。まあ、それでもね。

**小野:** IPコンテンツの取り扱いも増えるので、それはそれでいいなと思います。

**近藤:** 今更ですが『アソビスキー』っていう看板は素晴らしいよね。今の主力コンテンツが2年後に万が一全部無くなったとしても問題なく会社が成立するってすごい会社だなと思うんだよね。

**小野:** 確かに確かに。

**近藤:** 改めて考えるとすごくない？ だってもうすでに5年前のコンテンツほぼ何もやってないんだもの。

**小野:** 化石はやっているかな？

**近藤:** あ、化石ぐらいかねろうじて。R2D2もエアーバトルもムシバトルもやってない。俺のfacebookに5年前の思い出とか出てくるけどほぼやってない。

**小野:** 確かに。

**近藤:** そこはやっぱりうちのなんか屋号の看板の強さ

だよ。最初に命名したネーミングの強さだと思う。10年経ちますが未だに『名前がイイですね！』ってもう1,000回くらい言われてけどまだ嬉しい。もう飽きたとか言いたいけど飽きてない。

**小野:** 確かに。

**近藤:** 本当俺、この会社って令和版わらしべ長者だと思ってるから。そして今、この令和わらしべ長者の割と後半戦みたいな感じ。

**依田:** へー。

**小野:** 昔の仲間が続々集まっている感じ。キッズスターとかね。

**近藤:** という訳で山あり谷ありの2025年までの10年が過ぎ、体制も整い新たな領域へステップアップする2026年の11年目となります。今まで以上に子どもがザワつく新しいコンテンツをバンバン創ってたくさんのお客様に楽しんで頂ければ、と思います。引き続きアソビスキーとゆかいな仲間たちをよろしく願いいたします。

2026年1月10日

アソビスキー 近藤・小野・依田



## 『アソビ』が、 多くの親子に届いた一年

2025年、私たちは「アソビ」の楽しさを、もっともっと多くの親子に届けるにはどうしたらいいだろう?と考え、新しい挑戦を始めました。それは、全国の商業施設様と一緒に開催しているワークショップの様子を、私たち自身のInstagramでも積極的ににお伝えすることでした。

これまでは、施設様のチラシやポスターでの告知にお任せしていましたが、私たちからも「現場のワクワク感」を発信してみたのです。すると、驚くような反応がありました。夏休みにお知らせを始めたところ、私たちの投稿を見てくれた人の数は、今までの10倍近くにまで増えたのです。

特にお盆休みの時期には、これまでにないほどたくさんの「いいね!」や「行ってみたい」という反応をいただきました。その数字を見ていると、画面の向こう側にいる全国の保護者の方々が、「子どもに楽しい思い出を作ってあげたい」と一生懸命に探していらっしゃる姿が目に見えかけました。こうした反響は、現場の親子のみならずの温かなご理解のおかげです。夢中で遊ぶお子様の姿や、それを見守る保護者様のご協力に、心より感謝申し上げます。

施設様が用意してくださった大切な場所に、私たちの発信がきっかけで一組でも多くの親子が足を運んでくださる。その「架け橋」になれたことが、今年一番の喜びです。フォロワー様から届く「すごく楽しかった!」「以前のワークショップで作った作品は、今も我が家の宝物です」というメッセージは、今では私たちスタッフ全員の宝物になっています。



ASOBISKIの活動は、商業施設の皆様と、楽しみにして下さるご家族、みんなで一緒に作っていくものです。  
2026年も、一つひとつのつながりを大切に、全国に笑顔をお届けしていきたいと思ひます。

株式会社アソビスキー 広報  
根本よう子



ASOBISKI 2026-2027

## Editor's Note

### 真剣に『アソビ』を追求し続け、 あっという間に10年が過ぎました。

年初めの風物詩であるアソビスキー会社案内の制作業務ですが、今年も年末年始に頑張りました。制作とデザイン全般はいつもの片岡好デザイン事務所の片岡さん、今年もありがとうございました。

今年は10周年という事で全面的にリニューアル+おまけページも社員の協力をもらって面白いものになったかな、と思いますがいかがでしたでしょうか。イベント会社の会社案内としては余分な情報ばかり充実しすぎの感もありますが、アソビスキーという変な会社の事を知ってもらう資料としては適切な内容なのではないか、と独りごちております。

また昨年は新社屋の竣工やカフェ事業など、新しめの事に着手してみた年でしたが2026年は昨年以上に新しい事が色々と始まります。大型キャラバン企画が複数同時展開、夏の都心施設での大型興行、私立高校の探究学習講師活動、分社化、あとなんだっけ。この数年でちょこちょここと仕込んでいた事が本格的に動きだす年です。心身ともに健康な今しか出来ない身のこなしで、人体の限界値まで動いてやろうと思っている次第です。

ステークホルダーの皆様においては引き続きご厚意いただきますようお願い申し上げます。

2026年1月12日  
株式会社アソビスキー 代表取締役  
株式会社ASOBREW 代表取締役  
株式会社アソビスキー九州 取締役  
近藤 学

