

**TAKARA
TOMY**

CORPORATE PROFILE

株式会社 タカラトミー 会社案内

Founding Philosophy

創業理念

- ＞ われらの優良な商品で世界の市場をにぎわせよう
- ＞ 誠意と努力は他を益し自己の幸福の基となる

Corporate Mission

企業理念

すべての「夢」の実現のために

- ＞ こどもたちの「夢」の実現のために
- ＞ わたしたちの「夢」の実現のために
- ＞ 株主の「夢」の実現のために
- ＞ パートナーの「夢」の実現のために
- ＞ 社会の「夢」の実現のために

わたしたちは、
新しい遊びの価値を創造します。

代表取締役社長
富山 幹太郎
Kantaro Tomiyama

代表取締役副社長
ハロルド・ジョージ・メイ
Harold George Meij

子どもたちとともに 成長し続ける企業として

子どもたちを取り巻く環境はめまぐるしく変化し、スマートフォンやタブレットの普及、SNSの発達などによって、おもちゃのあり方や遊び方にも大きな変化が生まれています。

こうした時代の中で、私たちもまた、90年という歴史の中で培ってきた普遍的なおもちゃの意義、大切に育ててきたブランドの価値を、時代の変化に即応させることで進化させていかなければなりません。

それは待たなしに進化し続ける現代において、アナログに最先端のデジタルを融合させたNEWテクノロジー玩具へのチャレンジであり、まさに時代を生きる子どもたちとともに成長していく企業でありたいと願うことです。

タカラトミーは今年、創業90周年を迎えました。振り返ればこの90年の間には30年ごとに大きな転機が訪れています。小さな作業場から会社を興し、ブリキ玩具で世界の市場を席卷した第一創業期は、素材革命によりプラスチック玩具が主流の第二創業期へとバトンをつなぎ、その後、マスメディアの成長に呼応し情報付加価値の高い玩具を提供する第三創業期へと大きく転換してまいりました。時代を捉えて進化を繰り返してきた私たちが、常に変わらず守り続けてきたこと、それは日本をはじめ世界中の子どもたちの笑顔がすべてにおいて優先されるべきであるということ、安心・安全な品質と細部にまでこだわる職人魂を持ち続けること、そして柔軟な発想力が私たちのおもちゃづくりの原点であり、時代を超えて受け継いでいくべきものであるという想いの強さでした。

そして今、私たちは第四の創業に向けて新たな扉を開きました。

玩具のリーディングカンパニーとして、「笑顔のグローバルネットワークを拡げたい」という強い想いを胸に、社員一人ひとりの情熱を力に変えて、夢を紡ぎ、時代を拓く挑戦者であり続けたいと願っています。

それは「ワクワク!」の連係プレー

商品開発のプロ、製造・物流のプロ、マーケティング・営業、そしてお客さまの声に日々耳を傾けるプロ——私たちのモノづくりは、多彩なプロフェッショナルが連係しながら“ワクワクの環”を形づくっています。売場で目をキラキラさせた子どもたちの表情から新商品のアイデアが生まれたり、お客さまの一言によって生産体制がより良いものへ進化していったりと、その緊密なチームプレーが、タカラトミーを明日へと牽引していく原動力になります。

「夢」をカタチにする



おもちゃづくりは、子どもたちが手に取り遊ぶ姿を思い浮かべ、小さなアイデアの種を生み出すことから始まります。そこに世の中のトレンドや最新テクノロジーなどを取り入れ、夢いっぱいの商品を創り出す。無から有を創出するクリエイティビティは、タカラトミー創業以来の強みです。

安心と安全をつくる



安心・安全はタカラトミーの生命線。おもちゃの品質、形状、強度から有害物質の検査まで、製品の安全性を第一としたモノづくりを進める私たち。国ごとの安全基準に加え、子ども向けの商品だからその厳しい安全基準を独自に設定し、徹底した品質管理を行っています。

その魅力を伝える



生まれてくる商品を、より多くの人に知ってもらうためのマーケティング活動。メディアの活用や店頭施策、イベントなどのさまざまなアプローチで情報を発信します。同時に、常に高くアンテナを張ってお客さまの声を素早くキャッチし、新たなモノづくりへ反映させていきます。

出合いの“場”を拓く



私たちのおもちゃと、お客さまが出合う売場。「楽しい売場を提案できているか?」「買いやすい売場はどこか?」を常に問い直しながら、既存の販売チャネルに加え、お客さまの手に届きやすい売場へ販路を拡げ、その業態ならではの特徴を活かした売場づくりを提案していきます。

お客さまに寄りそう



〈タカラトミーお客様相談室〉では、製品についての質問や修理のご相談から、さまざまなご要望・苦情なども「有益で大切な情報」として記録され、すべての声を社内にフィードバック。ここから、新たな商品開発のアイデアや、より良い製造、物流、販売体制へと改革していくヒントが生まれます。



「夢」をカタチにするために

子どもから大人まで笑顔になる、世界中で愛されるおもちゃ。そんな夢をカタチにするために、タカラトミーは日々新たなアイデアと創意工夫の心で新商品開発に取り組んでいます。それはロングセラー商品でも同じこと。変わらない遊びの本質を大切にしながら、時代の変化を取り入れ、子どもたちと一緒に時代を生きることがロングセラーのヒミツです。

Tomica



トミカ
1970年、「日本の子どもたちに国産車のミニカーを届けたい」という思いから誕生しました。現在までに累計5億台以上を出荷、親子3世代にわたり愛され続けています。

ブランド展開

玩具から飛び出して進化するトミカのブランド

守るべきところ、大切にしなければならぬところは決して変えることなく、子どもたちの生活すべてに関わりながらとも成長するために、長く愛されてきたブランドの魅力をさらに磨き上げ、新たな価値を発信しています。
タカラトミーのブランド<トミカ>シリーズは、7歳以下の男の子の86.5%以上*が所有しているほどポピュラーなミニ
カー。現在は、おもちゃ以外にもアパレル・服飾雑貨、菓子・食品、文具、家庭用品、書籍など、おもちゃの枠を超えてさまざまな企業と協力し、多種多様なアイテムが生まれています。また、トミカ博といったイベントの実施や専門店の展開などモノだけでなくコトを楽しむ場も広がっています。
(※タカラトミー調べ)

1967年
初代リカちゃん

当時の少女たちを夢中にさせた初代リカちゃん。少女まんがから飛び出してきたような瞳の輝く顔立ち、ほっそりとした手脚。日本人のルックスをしたお人形(リカちゃん)は、女の子たちから熱烈な支持を得て、人気を確立していきま

1967

定番商品

変わらない、けれど時代とともに進化するブランドたち

1967年のデビュー以来、女の子たちの夢をカタチにしてきた(リカちゃん)ブランド。誰に向けて創り、どうやって子どもたちの手に届けるのか。まだマーケティングという言葉が無かった当時、女の子の趣味・嗜好を徹底的に調べることから生まれたロングセラー商品です。その後も、遊びの本質は変えることなく、常に時代ごとのトレンドを取り入れながら子どもから大人まで幅広い世代に愛されています。

もう一つのロングセラー商品(プラレール)もまた、レールの規格やそのレールを走らせる車両など発売以来50余年、基本スペックが変わらないことを大切にしてきました。新しいものを取り入れながら、50年前に遊ばれたおもちゃとも一緒に遊ぶことができる“時代を超えてつながる”ブランドです。

1982

Licca

2014

2014年
リッチウェーブ×LICCA

現代の女の子たちが憧れるアイドルをテーマにした「原宿ガールズスクール」シリーズが登場。アイドルユニットを結成するという設定や、ステージ衣装のような洋服など、「今」の流行を取り入れています。

1982年
3代目リカちゃん

1982年に登場した3代目リカちゃんは、顔が少し小さくなり微笑んだ表情に。ストレートのロングヘアや、小物のピアスで、おしゃれの幅が広がりました。

2014

2014年
E6系新幹線こまち

発売以来、企画が統一されている青いレール。その上を走らせる車両は常に時代のトレンドを取り入れ、日本の鉄道文化の発達とともに進化し続けています。

1959年
初代プラレール

1959年に発売された「プラスチック汽車・レールセット」はプラレールの原型となったもので、手で転がして遊ぶタイプでした。

1959

Plarail

JR東日本商品化許諾済

Pokémon



Hello Kitty



Disney



他社コンテンツ

ヒットの相乗効果でさらなる市場拡大へ

タカラトミーのモノづくりと、時代を彩る人気のキャラクターやコンテンツが出合うとき、そこに思いもかけないような化学反応が起こり、これまでになかった新しい商品が生まれます。

例えば、幅広い世代に愛されている〈ディズニー〉。当社の商品開発力を活かして、赤ちゃんから大人まで楽しめる商品を数々生み出してきました。また、〈ハローキティ〉とのコラボレーション

では、〈トミカ〉や〈リカちゃん〉など当社のロングセラーブランドが、相乗効果によって新たなマーケットを開拓しました。グローバルライセンスを取得した〈ポケットモンスター〉シリーズでは、当社の販売網を活かし、グローバル市場での拡大が実現しています。

そして、世界中の子どもたちに「夢」を届けるという目標に向け、パートナーの輪をこれからも広げていきます。

©Disney
©Disney. Based on the "Winnie the Pooh" works by A.A.Milne and E.H.Shepard.
©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon
©1976,2014 SANRIO CO.,LTD. APPROVAL NO.5552134

ムーブメント

社会的ムーブメントを巻き起こすおもちゃのチカラ

「そういえばあの時、あのおもちゃで遊んだよね」「わたしはこのおもちゃだった!」など、人々の共通の体験として語られ、時代を象徴するようなおもちゃが、数多く生み出されてきました。

男の子たちを夢中にさせた現代版ベーゴマ玩具〈ベイブレード〉は、国内外で人気を博し、店頭の競技大会は多く

の子どもたちを夢中にさせ、アジアチャンピオンシップやワールドチャンピオンシップでは各国の代表者が頂点をめざして競い合うなど、国を超えた一大ムーブメントを巻き起こしました。

言葉が違っても、一緒に遊び体験を共有できるおもちゃの魅力を、今後も世界に向けて発信してまいります。



Beyblade



〈ベイブレード〉は、伝承玩具の持つ普遍的な楽しさを追求し、日本だけでなくアジア・欧米・中東など世界80以上の国と地域で販売、2012年のワールドチャンピオンシップでは過去最大の25の国と地域の代表が頂点を競い合いました。

©Takafumi Adachi, MFBProject, TV Tokyo

「笑顔」のネットワークで地球を包もう

おもちゃのグローバル市場は2020年に向けて年平均3%の成長が見込まれています。
当社は、企画開発力、安心・安全に配慮したモノづくり、広がる販売網といった強みを活かし、それぞれを関係させることで、世界の市場に向けて力強く商品を展開していきます。
また、世界で活躍するパートナー企業との取り組みを強化し、さらなる市場拡大をめざします。



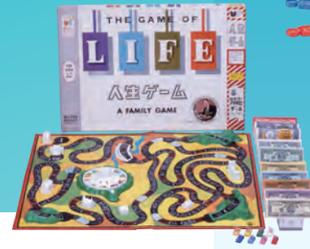
コンテンツのグローバル展開 「ポケモンコンテンツ」で世界をつなぐ

タカラトミーは、強みであるモノづくりの技術や、アジア・欧米・オセアニアでの販売網をもとに、〈ポケモン〉玩具におけるグローバルライセンス契約を結びました。これにより、各拠点での連動した商品化やプロモーションの一括管理など、より機動的なマーケティング戦略を推進しています。

事業と商品の歩み

まだ誰も「見たことがない」玩具への挑戦

関東大震災の翌年となる1924(大正13)年に創業した富山玩具製作所は、戦前、戦後を通じ、変わらぬ技術力と斬新なアイデアで、世界に誇る日本の金属玩具をリードし続けていきました。1955(昭和30)年にはタカラの前身である佐藤ビニール工業所が設立、〈ダッコちゃん〉〈リカちゃん〉といった大ヒット作によって、一躍総合玩具メーカーへと発展していきました。ともに日本の玩具業界を力強く牽引してきた両社は、2006(平成18)年、「合併」という強いパートナーシップにより、グローバル市場におけるリーディングカンパニーをめざし、新たな道を歩き始めました。



人生ゲーム(1968年)



黒ひげ危機一発(1975年)



せんせい(1977年)



トミカ(1970年)



フラワーロック(1988年)



ベイブレード(1999年)



ポケットモンスターシリーズ(1997年)



のほほん族(2002年)



人生銀行(2006年)

1920

1950

1960

1970

1980

1990

2000

2010

タカラトミーの前身となるトミー(富山玩具製作所)創設

1924年創業者富山栄市郎がトミー(現タカラトミー)の前身となる富山玩具製作所を創設。数多くの飛行機玩具を製作し、「飛行機の富山」の名声を確立した。その後、玩具業界初となる流れ作業方式の工場の設立や玩具研究部門の設置など、次々と業界に先駆けた取り組みで事業の拡大を図る。また、玩具製造業者の地位向上に向けて尽力し、玩具業界の近代化に大きく貢献した。

- 1924年 AERO PLANE BREGUET
- 1930年 LOOPING PLANE
- 1935年 AIR MAN
- 1937年 TANK



AERO PLANE BREGUET(1924年)



スカイピンポン(1959年)



プラスチック汽車・レールセット(1959年)



プラスチック汽車・レールセット(1959年)

- 1951年 B-29
- 1953年 スピードレーサー No.3
- 1957年 シャボン玉を吹く象
- 1959年 ビギンコック
- スカイピンポン
- プラスチック汽車・レールセット



プラスチック汽車・レールセット(1959年)

輸出ブームの下、いち早く海外進出を果たす

トミーは、生産高の半分を輸出が占める状況下、いち早くニューヨーク、ヨーロッパに駐在員事務所を開設し直接進出をめざした。国内についても相次いで製造拠点を設置し、業界に例を見ない開発センターを開設するなど、モノづくりに対して妥協を許さない体制を構築した。タカラはビニール加工技術を活かしたヒット商品が事業拡大の原動力となり、総合玩具メーカーへと発展していった。

- 1960年 ダッコちゃん
- 1964年 おはなしミコちゃん
- 1967年 リカちゃん
- 1968年 人生ゲーム
- 1969年 ロボット大回転



リカちゃん(1967年)



こえだちゃん(1977年)



ウォーターゲーム(1976年)

- 1970年 トミカ
- 1974年 ミクロマン
- 1975年 黒ひげ危機一発
- ポケットメイト
- 1976年 ウォーターゲーム
- 1977年 せんせい
- こえだちゃん

海外拠点での生産に着手

トミーは、委託生産の香港に続き、シンガポールに初の自社工場を開設。海外での生産にもいち早く着手した。創業50周年を迎えた1974年、二代目富山允就が社長に就任。両社ともに、現在まで続くロングセラー商品を数多く世の中に送り出した。

改革の続行と販路拡大

トミーは、1980年にハンディキャップトイ研究室を設置。共遊玩具への取り組みを業界に普及させていった。1985年のプラザ合意により急速な経営危機に陥り、国内生産工場の閉鎖など抜本的な改革を実行。翌年、経営体制の刷新により三代目富山幹太郎が社長に就任。タカラは、1984年の店頭公開、1986年の二部上場と順調に成長を続け、1988年には玩具本業経営から複合多角経営へと転換を図り、幅広い層に向けた商品展開を行っていった。

- 1980年 チョロQ
- 1983年 ZOIDS
- 1984年 トランスフォーマー
- 1986年 ジェニー
- 1987年 手のひらビビ
- 1988年 フラワーロック



チョロQ(1980年)



ZOIDS(1983年)



トランスフォーマー(1984年)

プロダクトアウトからマーケットインへ

トミーは新体制で再生への足固めを行い、玩具・雑貨・マルチメディアの3本柱に注力する「事業の多角化戦略」を発表。キャラクタービジネスへの挑戦や米国ハスブロ社との業務提携など、次々と新たな施策を展開。1997年には店頭公開、1999年には二部上場を果たした。タカラは1980年代後半から続く、生活を豊かにするハッピーシリーズの拡大やTVキャラクター商品のヒットなど、積極的な商品展開で1991年には一部上場を果たした。

- 1990年 ミュージカン
- 1991年 愛鳥倶楽部
- 1993年 ビーダマン
- 1994年 わたしはまんが家スララ
- 1997年 ポケットモンスターシリーズ
- ファーパー
- 1999年 ベイブレード



ミュージカン(1990年)



ファーパー(1999年)

玩具業界の新たな幕開け

2000年トミーは一部指定を果たし、ウォルトディズニー・インターナショナル・ジャパンと包括的ライセンス契約を締結。さらなる成長に向けて、開発子会社の設立やぬいぐるみの企画販売会社、新技術活用のための新会社など、グループとして進化をめざす。タカラは2000年、拡玩具路線を提唱し、玩具の枠を超えた商品展開を積極的に進め、その企画・マーケティング力を活かし、次々と話題商品を提供。2006年、タカラとトミーは互いの強みを最大限に発揮すべく世界一の玩具メーカーをめざして合併し、「タカラトミー」が誕生した。

- 2000年 e-kara
- 新生だっちゃん
- 2002年 バウリンガル
- のほほん族
- デュエル・マスターズ
- 2005年 ユメル
- 2006年 人生銀行
- 2007年 Omnibot 17μ i-SOBOT



Omnibot 17μ i-SOBOT(2007年)



- 2010年 プリティーリズム
- 2011年 バトロボーグ
- 2013年 アニア

明日のヒット商品に向かって

2010年より、海外展開を加速。欧州、北米において海外版TOMICAを投入、メタルファイト ベイブレードは、TVアニメの放送とともに全世界での展開も開始し、夏には韓国において国際大会が実施されるほどの盛り上がりを見せた。そして2011年には米国玩具メーカー RC 2を買収し、グローバル展開へのプラットフォームを確立。真のグローバルトイカンパニーをめざして、タカラトミーグループ丸となって動き出した。

To the Next Stage!



1
タカラトミートリア
〈黒ひげ危機一発〉

黒ひげは飛び出したら
勝ちだった!?

ゲームの設定は「タルの中で縛られた黒ひげくんのロープを切り救出する」というもの。そのため当初のルールは「飛び出させた人が勝ち」でした。しかし「罰ゲームする人を決めるのに使う」や「驚いた人が勝ちというのはおかしい」などの声が多く寄せられ、3年後のリニューアル時に「飛び出したら負け」とルールも変更しました。



2
タカラトミートリア
〈人生ゲーム〉

発売以来お札(ドル紙幣)の
デザインが
変わっていない



Original
Design!

お札(ドル紙幣)には、人生ゲームの誕生に携わった人物がデザインされており、発売以来変わっていません。例えば\$50,000札は人生ゲームの元となった“THE CHECKERD GAME OF LIFE”の考案者、ミルトン・ブラッドレー氏が描かれています。

3
タカラトミートリア
〈トミカ〉

トミカにサイドミラーが
ない理由

限りなく実際の車に近く見えるようデザインされているトミカ。しかし、「子どもたちを傷つける恐れのある突起物は排除する」という考えのもと、トミカにはサイドミラーがありません。

Hello,
I'm Licca



4
タカラトミートリア
〈リカちゃん〉

「リカちゃん電話」は
一人の少女の電話から
生まれた

リカちゃんの発売後まもない頃、会社に「もしもしリカちゃんいますか?」と一本の電話が。機転をきかせた女性社員がとっさに「こんにちは、わたしリカよ」と答えたことが、現在も大人気の「リカちゃん電話」が誕生するきっかけとなりました。

社会の「夢」の実現のために 私たちにできること

「誰もが楽しめるおもちゃづくり」で「世の中のためになる企業経営」を。創業者・富山栄市郎が遺した言葉は、今なお私たちのCSR活動における原点となっています。おもちゃのユニバーサル化や、モノづくりの省資源・省エネ化、リサイクル実験への参画、社会見学対応などを通じて、人々に夢を提供していくこと。豊かな未来づくりに貢献していくこと。今できること、今やらなければならないことをひとつずつ着実に実現していくことが、私たちタカラトミーの社会的使命です。

共遊玩具

「専用」から「共遊」へ。
誰もが一緒に遊べるおもちゃの開発を推進。

目や耳が不自由な子どもたちと、そうでない子どもたちが一緒に楽しく遊べるおもちゃ…それが「共遊玩具(きょうゆうがんぐ)」です。

1980年、当社では障がいのある子ども向けのおもちゃを開発する(ハンディキャプトイ研究室)を設立しました。当初、研究室では障がい者専用のおもちゃをつくっていましたが、そこにひとりの社員から、「ふつうのおもちゃにちよとした工夫をすればコストも抑えられて、より多くの子どもたちが分け隔てなく遊べるのでは」と、アドバイスが。その発想がきっかけとなり共遊玩具は誕生しました。例えば、スイッチの「ON側」に点字のように「小さな凸」を付けることで、

触って区別がつくため目の不自由な子どもたちも遊びやすくなります。

誰もが共に遊べる「共遊玩具」のコンセプトは賛同を集め、おもちゃ業界の横断的な組織「小さな凸実行委員会」(現在の「共遊玩具推進部会」)に発展しました。さらには国際活動や他業界を巻き込んだ活動へと広がっています。

こうした普及への功績等から、当社は2009年、「バリアフリーデザイン・ユニバーサルデザイン内閣府特命担当大臣表彰 優良賞」を受賞。さらに2013年、2014年には日本おもちゃ大賞の共遊玩具部門において2年連続で大賞を受賞するなど、共遊玩具への取り組みに高い評価をいただいています。



耳の不自由な子どもと遊べるおもちゃ



目の不自由な子どもと遊べるおもちゃ



ハロー!ズーマー
2014年 日本おもちゃ大賞
共遊玩具部門大賞



アニア 単品シリーズ
2013年 日本おもちゃ大賞
共遊玩具部門大賞

エコトイ

遊びを通じて育んでいく、環境を大切に作る心。



子どもたちの健やかな成長に欠くことができないおもちゃ。「エコトイ」活動は、おもちゃに環境配慮の工夫をすることで、未来を担う子どもたちが遊びの中でエコに興味を持ち、自ら行動するきっかけを創造することを目的に2011年からスタートしました。

「エコトイ」は、おもちゃをつくる時、遊ぶときなど、おもちゃのライフサイクルの各シーンで考えた環境配慮のタカラトミー基準をクリアしたおもちゃです。基準は、発電、再生材料の使用、長く遊べる設計、環境配慮の心を育むおもちゃ等、第三者機関のアドバイスを得ながら、

グループ横断のメンバーから成るエコトイ委員会で作成しています。

再生材料を使用したプラレールの商品では、おもちゃではじめて「エコマーク」認定を取得しました。

店頭や各種イベント、出張授業等のコミュニケーションを通して、子どもたちへおもちゃのエコへの関心や理解を深める取り組みに、業界に先駆けて着手している姿勢から、「第13回グリーン購入大賞優秀賞」や「エコマークアワード2012金賞」などを受賞しています。



リカちゃん
おしゃべりスマートハウス ゆったりさん



エコ直線レール・エコ曲線レール
原材料に再生材料を50%以上配合したプラレール。おもちゃではじめてエコマーク認定を取得。



環境省と連動した2つのリサイクル実験

地球環境と子どもたちのために、
資源循環型社会の未来への一歩。

使われなくなったプラスチック製品(遊び終わったおもちゃ等)の多くは、ゴミとして焼却等により処分されています。これらをリサイクルへつなげるための社会実験「PLA-PLUS(プラプラ)プロジェクト」に、当社は2011年のスタート当初から玩具業界で唯一参加し継続しています。

また、家庭ゴミのうち50%以上を占めるといわれるパッケージ等の容器包装ゴミ(環境省調査)を、資源として有効利用する実験にも取り組んでいます。この実験では実際におもちゃを成形し、課題の洗い出しを行っています。



社会見学

モノづくりを通して伝える
自由な発想力、
想像力の大切さ。

当社では、小学校から高等学校の生徒を対象に、社会見学の受け入れを行っています。社会見学ではおもちゃの歴史や製造方法、環境への取り組みなどを幅広く紹介します。常に新しい技術を取り入れながら進化し続けているおもちゃの歴史や、企画、開発、生産といった、おもちゃが作られる一つひとつの工程に理解を深めてもらうと同時に、モノづくりの楽しさや、自由な発想力、創造力の大切さを感じてもらいたいと考えています。



社会見学の様子(歴代商品展示室にて)

ステークホルダーとともに

すべての「夢」の実現のために

子どもたち、株主、消費者、販売店、提携企業、サプライヤー。そして社会。
私たちを取り巻くステークホルダーの皆さまが思い描く「夢」を、着実に実現していくことが私たちの目標です。
例えば、「こんな商品があったらいいな」という夢。「子や孫の笑顔をもっと見たい」という夢。
すべてのステークホルダーの「夢」の実現のために、タカラトミーは今後も新しいアイデアを生み出し続けます。



新しい扉のその先へ

関東大震災の爪痕も癒えぬ1924年2月、
創業者は、“おもちゃ”を生業に東京下町に小さな作業場を興しました
食べることにまとうこと、そしてなにより生きること
人々が一生懸命だった頃のことです

“おもちゃ”は人を笑顔にする
笑顔は時代を拓く力になる

90年という年月の中で、私たちは確かに
創業者が“おもちゃ”に託した想い、
おもちゃ産業に関わる者の誇りと責務を受け継いできました

そしていま、新たな時代が始まろうとしています
開け放たれた扉の向こうに、
私たちは確かな一歩を踏み出します

夢



