

株式会社タカラトミー

2007年3月期決算説明会

2007年5月22日
証券コード:7867

2007年3月期決算概要

株式会社タカラトミー
常務取締役 管理統括本部長
三浦俊樹

決算実績 P/L分析

TAKARA
TOMY

【連結】

単位:億円

	07.3			06.3	増減
	実績	年初見通し	修正見通し		
売上高	1,818	1,700	1,700	1,855	▲ 36
営業利益	47	70	39	▲ 4	51
営業利益率	2.6%	4.1%	2.2%	—	—
経常利益	44	65	42	▲ 10	55
経常利益率	2.5%	3.8%	2.4%	—	—
当期純利益	17	50	17	▲ 97	114
当期純利益率	1.0%	2.9%	1.0%	—	—
EPS(単位:円)	18.4	51.9	17.6	—	—

※表示単位未満切捨て

※ 修正見通しは、2007年2月20日発表値

※ 発行済株式総数 96,290,850株(3月31日現在)

連結子会社再編状況

TAKARA
TOMY

	07.3	06.3	05.3
連結子会社数	33社	48社	62社
整理統合 (減少)	日本電熱	Entertainment Farm	
	ジャイブ	フューチャーリスクコンサルティング	
	アステージ	ティーツーアイエンターテインメント	
	東京エンゼル	ブロックリーグループ 3社	
	アトラスグループ 11社	エージー グループ 2社	
	ワコ		
	プラマイゼロ		
	タカラインデックスラボ		
	タカラいわき工業		
	チョロQモーターズ		
	フィールドワイ		
	青林堂ビジュアル		
	グローテックインターナショナル		
子会社化 (増加)	YUJIN HONG KONG	竜の子プロダクション	
	アクロスウェーブ	松山製菓	
	キディランド 07.5子会社化	和興 ティンカーベル	

主要コンテンツ玩具売上高

TAKARA
TOMY

【個別】

単位:億円

	07.3	06.3
トミカ	53	50
トランスフォーマー	48	32
プラレール	35	33
リカちゃん	23	19
チヨロQ	19	18
ポケモン	48	48
ディズニー	40	54
デュエルマスターズ	52	109
きらりんレボリューション	15	—
エアロシリーズ	12	14
ワンタメ	7	—

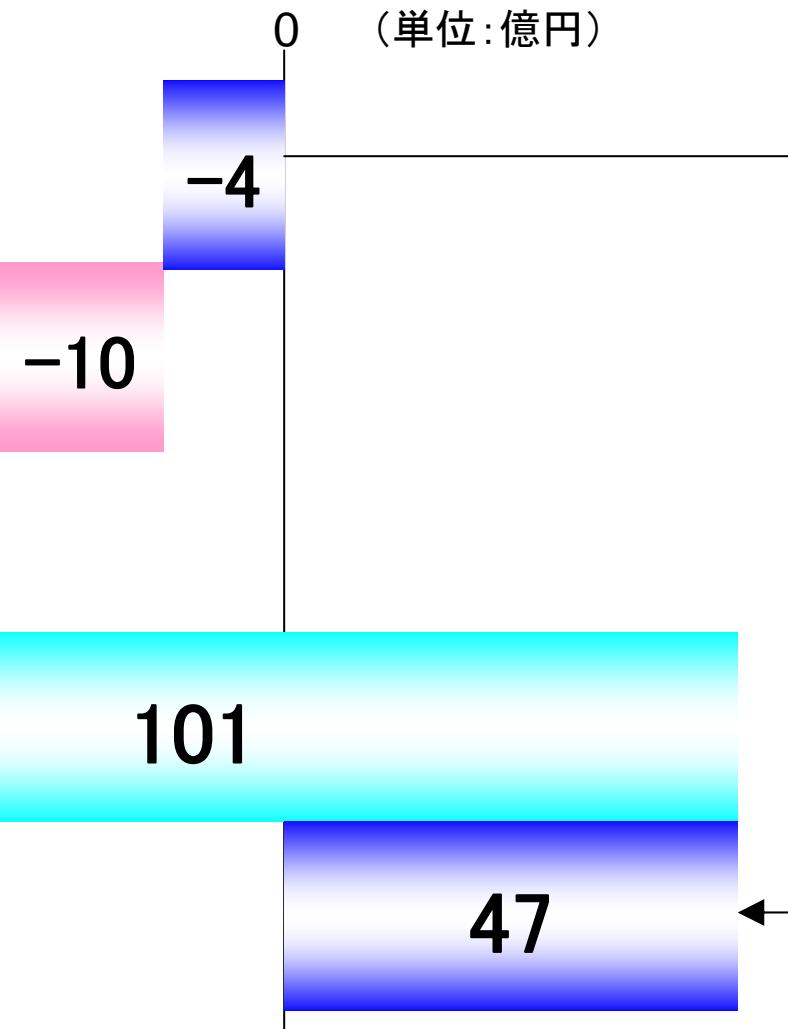
決算実績 営業利益増減要因分析

TAKARA
TOMY

【連結】

2006年3月期
実績

売上減少による粗利減



2007年3月期
実績

※表示単位未満切捨て

合併によるコストシナジー



目標：2005年3月期を起点として、2009年3月までに190億円を削減

単位：億円

	目標	07.3実績	内容
1. 子会社整理	21	21	再編企業の営業損失
2. 間接費削減	6	9	システムコスト、本社スリム化
3. 生産物流	25	9	スケールメリット、BOP
4. 営業流通	20	7	流通・商品ごとの採算管理徹底
5. プロダクトマネジメント	95	120	在庫・経費の削減
6. 広告・宣伝	23	3	流通販促費の見直し
合計	190	169	

コスト構造の変化

【連結】

単位: 億円

	07.3	売上比	06.3	売上比
売上原価	1,343	73.9%	1,330	71.7%
販管費合計	427	23.5%	529	28.5%
人件費	158	8.7%	175	9.5%
広告宣伝費	102	5.6%	123	6.7%
研究開発費	26	1.5%	32	1.8%
物流費	47	2.6%	63	3.4%

【個別】

※ 【個別】におけるトミーの金額は、トミー11ヶ月(05.4~06.2)にタカラトミー1ヶ月(06.3)を加えたものです。
また、タカラの金額は、合併までの11ヶ月分(05.4~06.2)となっています。

単位: 億円

	07.3		06.3						
		売上比	トミー(※)	売上比	タカラ(※)	売上比	単純合算	売上比	
売上原価	426	66.9%	270	66.9%	252	70.2%	522	68.5%	
販管費合計	196	30.9%	126	31.2%	124	34.7%	250	32.8%	
人件費	53	8.5%	30	7.4%	29	8.3%	59	7.9%	
広告宣伝費	64	10.2%	43	10.8%	43	12.1%	87	11.4%	
研究開発費	18	2.9%	12	3.0%	11	3.2%	23	3.1%	
物流費	15	2.5%	14	3.6%	10	3.0%	25	3.3%	

※ 表示単位未満切捨て

決算実績 B/S分析

TAKARA
TOMY

【連結】

単位:億円

	07.3	06.3	増減
流動資産	660	764	-104
たな卸資産	119	140	-21
固定資産	292	404	-112
総資産	953	1,169	-215
流動負債	388	565	-176
固定負債	233	245	-11
有利子負債	390	451	-60
負債合計	622	810	-188
自己資本	313	268	
自己資本比率	32.8%	23.0%	

※表示単位未満切捨て

2008年3月期 経営方針

株式会社タカラトミー
代表取締役社長
富山幹太郎

2007年度経営方針

- ◆ 飛躍の10年のための足固めの年
～ 企業体质強化（世界市場で勝負できる体制づくり）

＜経営目標＞

連結売上高	1,750億円	営業利益69億円	経常利益58億円
個別売上高	700億円	営業利益31億円	経常利益30億円

＜経営方針＞

1. 国内事業基盤の強化

- (1) 既存事業の強化（国内玩具事業／玩具周辺事業）
- (2) オリジナルコンテンツの創造と育成
- (3) 新流通戦略

2. グローバル化への布石

- (1) 全世界対応商品の開発
- (2) 日本発コンテンツの海外移植

3. コーポレートガバナンスの強化

J-SOX法対応等

1—(1) 既存事業の強化

- ・ 事業区分(定番商品、次世代定番商品、戦略商品(事業))の明確化
- ・ 経営資源の選択と集中
- ・ ビジネスプロセスの見直しと改善

□ 国内玩具事業の強化

- ① 定番ライン(トミカ、プラレール、リカちゃん、ポケモン等)の更なる高収益化
- ② 次世代定番商品・ヒット商品の創出
- ③ 年齢軸の拡大(ベビー～大人)

① 定番ラインの更なる高収益化

—リカちゃんのリブランディング—

- ・ 40周年を期に新世界観(ワールドツアード)の構築
- ・ 旅するリカちゃんのファッショングセンスと情操教育を効果的に訴求(ブログ等)
- ・ 更に、トミカのマーチャンダイジングを移植し売場拡大

—ポケットモンスターの徹底拡大—

- ・ 昨年9月発売のポケモンDSソフトにより、ポケモンの盛上りは夏上映の映画で最高潮に
- ・ 映画に連動した「モンスターコレクション」の拡大、新製品投入による「ポケモンアドベンチャー」の活性化

□ 国内玩具事業の強化

- ① 定番ライン(トミカ、プラレール、リカちゃん、ポケモン等)の更なる高収益化
- ② 次世代定番商品・ヒット商品の創出
- ③ 年齢軸の拡大(ベビー～大人)

② ヒット商品の創出

－「トランスフォーマー」の拡大－

- ・ 夏に上映の映画に連動する商品の拡大
- ・ 「ビーストウォーズ」の同時展開により、ファミリー層を取込む
- ・ ハズブロ向け北米輸出も同様に拡大

－「タートルズ」－

- ・ アニメによる世界観の訴求で「ごっこ遊び」の浸透。メディアミックスと流通販促の強化

－「ウズマジン」－

③ 年齢軸の拡大

－「人生銀行」－

- ・ 市場、流通からは高評価(GW実績あり)。簡易版「人生銀行ONE」も加わり商品幅も拡充

－赤外線ミニチュアカー「Qステア」「カウル」－

- ・ 「Qステア」で創出したマーケットを圧倒的低価格な「カウル」で裾野を拡大し、売上拡大へ

－「イエソバ」－

□ 玩具周辺事業の強化

- ④ CS事業の拡大
- ⑤ AM筐体の拡大

※CS:TVゲームソフト、AM:アミューズメント

④ CS事業の拡大

- ・「NARUTO」「家庭教師ヒットマンREBORN」のヒットコンテンツと、「人生ゲーム」「チョロQ」等の定番によりラインナップの拡充。好調なプラットホーム任天堂DS、Wiiに傾斜配分。

⑤ AM筐体の拡大

- ・新たな筐体による展開…「ポケモンバトリオ」
- ・強力なオリジナルコンテンツの移植…「トミカドライブ」
- ・コラボレーション…「ワンタメ」「きらきらアイドルリカちゃん」

1-(2) エンターテイメントコンテンツ事業への進化

～オリジナルコンテンツの創造と育成～ インデックス・グループとのシナジー

① タツノココンテンツのブラッシュアップ

- ・ '07. 4月 「TCC有限事業組合(LLP)」を設立
→ 戰略的に新規映像化のプランニング、許諾業務を進める
- ・ インデックスグループの日活による「ガッチャマン」「ヤッターマン」のリメイク決定
- ・ 既存コンテンツのブランド力強化
新ブランド「tatsunoko style」の立上げ。タカラトミーグループで取組む

② T2iEとの連携

- ・ タカラトミーの玩具をベースとしたコンテンツ配信、広告・メディア事業などを展開
- ・ 「三菱商事」に第三者割当増資を実施(出資比率5%)し、グローバル展開を加速
→ 同社との成功事例「ベイブレード」モデルを追求
- ・ 玩具×デジタルによりリーディングキャラクタープロバイダーを目指す

1-(3) 新流通戦略

～消費者アプローチの変革～

① 既存流通との新たな取組み ～新流通戦略～

- ・陳列する売り場からわくわくどきどきする売り場へと変革するために、タカラトミー販売グループが業界内にて主導的役割を担う。
- ・タカラトミーオリジナルコンテンツを玩具から玩具周辺まで最大限活用し、総合的なライフスタイル売り場を提案
- ・最適な小売り物流の構築

② ブランドショップの展開(トミカ、リカちゃん)

- ・トミカショップの成功(玩具小売業としては、異例の坪効率の高さ)による売り方、マーチャンダイジングのノウハウを蓄積。店舗拡充と他コンテンツへの展開

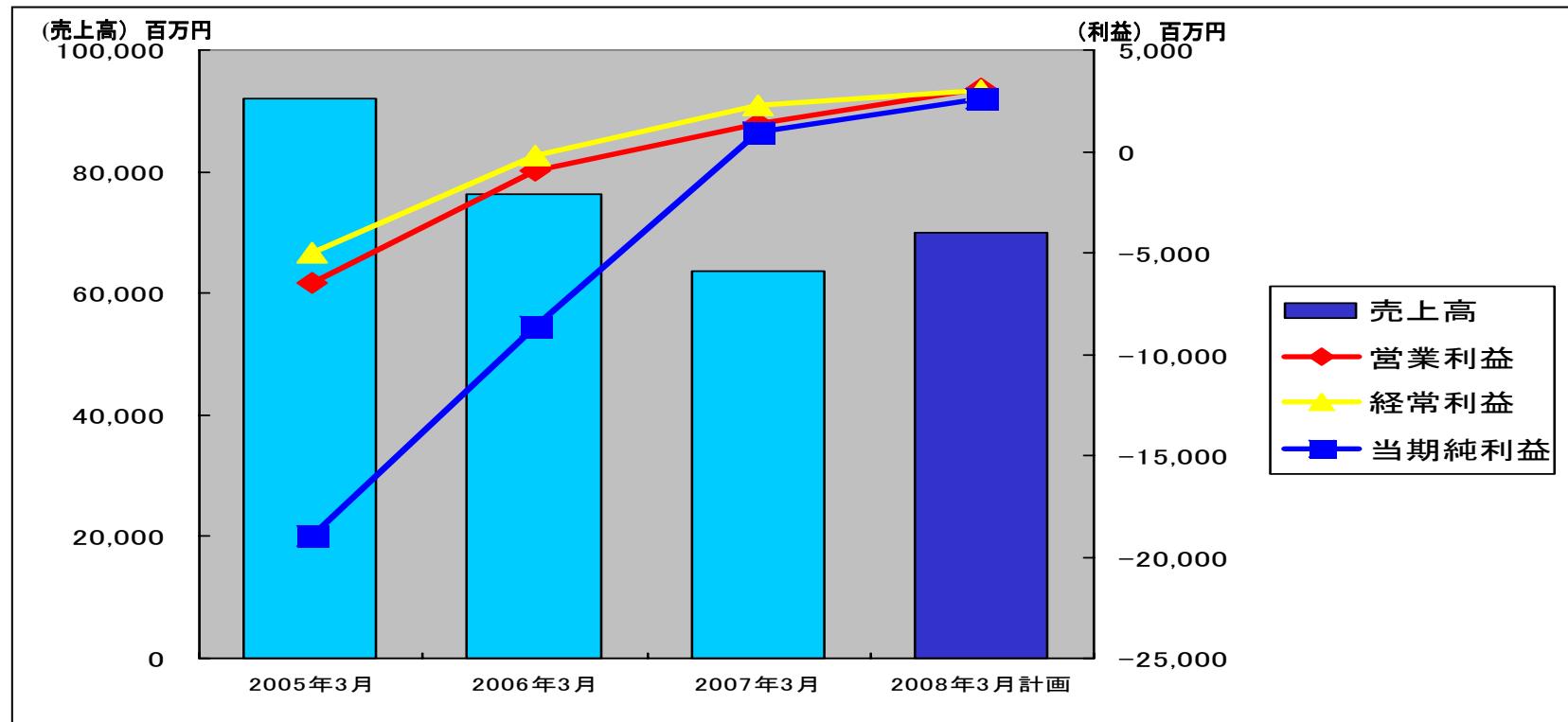
③ キデイランドの子会社化

- ・情報発信拠点としての有効活用、シナジー効果の追及。小売りノウハウのグループ内蓄積と他グループ企業とのコラボレーション

④ e-コマース

- ・既存流通ではフォローし切れない層(大人、ホビー層等)への有効なアプローチ

経営目標(個別)



	2005年3月	2006年3月	2007年3月	2008年3月計画
売上高	91,911	76,343	63,692	70,000
営業利益	-6,493	-983	1,397	3,100
経常利益	-5,016	-229	2,242	3,000
当期純利益	-18,978	-8,677	966	2,600

(単位:百万円) 04年度、05年度数値は、タカラとトミーの個別業績を単純合算した参考値です。

2007年度セグメント別経営戦略 I

TAKARA
TOMY

1. 玩具事業

単位:億円

	2007年3月実績	2008年3月計画
連結売上高	945	1,011
連結営業利益	57	74

※表示単位未満切捨て

・トミーテック

トミックス事業(鉄道模型) : 営業強化

ニューホビー事業 : 1/150スケール(ジオコレ)の拡大

・ハートランドとオムニクルが、2007年3月30日付けにて合併

今後も事業領域の見直しとグループ再編を継続検討。規模の拡大とスケールメリットを追求

国内

・トミーコーポレーション(北米)

トーマスの不在により一旦は規模縮小するものの、当社海外事業部と連動し、「i-SOBOT」、デジタルガジェットに注力・新市場を創出。また、TVゲームソフト「NARUTO」は引き続き好調「トランسفォーマー」の当社輸出が大幅に伸長する見込み

・トミーUK(欧州)

引き続き、ベビー・インファントが好調・注力

・アジアブランチ

韓国にて「リュウケンドー」がヒット。他地域への移植を追求

海外

2007年度セグメント別経営戦略 Ⅱ

TAKARA
TOMY

2. 玩具周辺事業

単位: 億円

	2007年3月実績	2008年3月計画
連結売上高	847	781
連結営業利益	15	20

※表示単位未満切捨て



国内

・ユージン

ユージン香港による安定供給とコスト削減の継続

新形態ガチャ(菓子)による新市場創出と規模の拡大

・トイズユニオン

任天堂DS・Wiiが引き続き好調に推移する見込み。また、タッチペン等のDS周辺商品の開発も継続



海外

・ユージン(海外)

北米にて、「きせかえパー」がヒットの芽。メキシコ、東欧、ロシア等未開拓地への導入促進

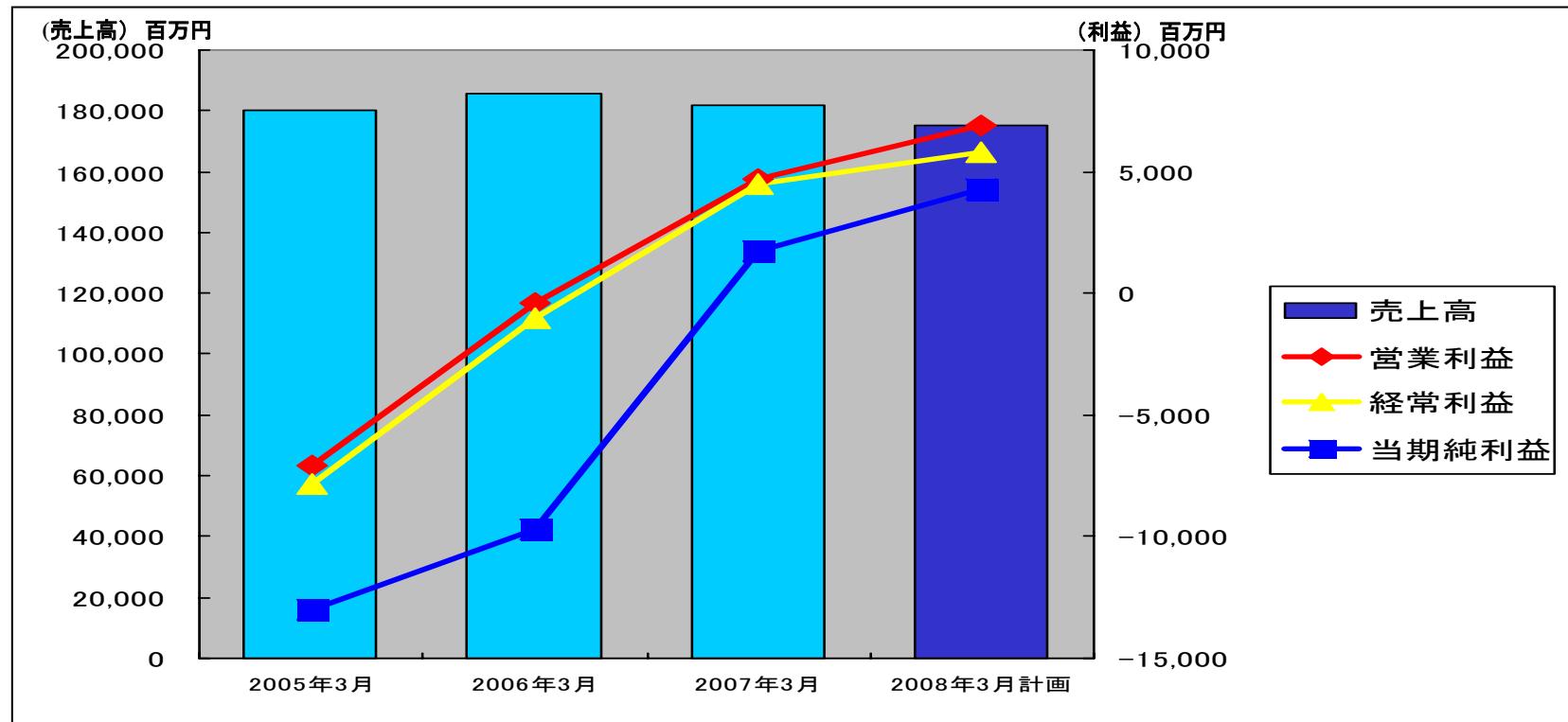
・竜の子

「スピードレーサー(マッハGOGOGO)」の米国映画がワーナーと進行中。

・タカラトミー

欧州向けCS事業を計画

経営目標(連結)



	2005年3月	2006年3月	2007年3月	2008年3月計画
売上高	180,432	185,581	181,881	175,000
営業利益	-7,078	-418	4,706	6,900
経常利益	-7,815	-1,044	4,461	5,800
当期純利益	-13,007	-9,712	1,752	4,300

(単位:百万円) 04年度、05年度数値は、タカラとトミーの連結業績を単純合算した参考値です。

TPGとの資本・業務提携

1. 資本提携

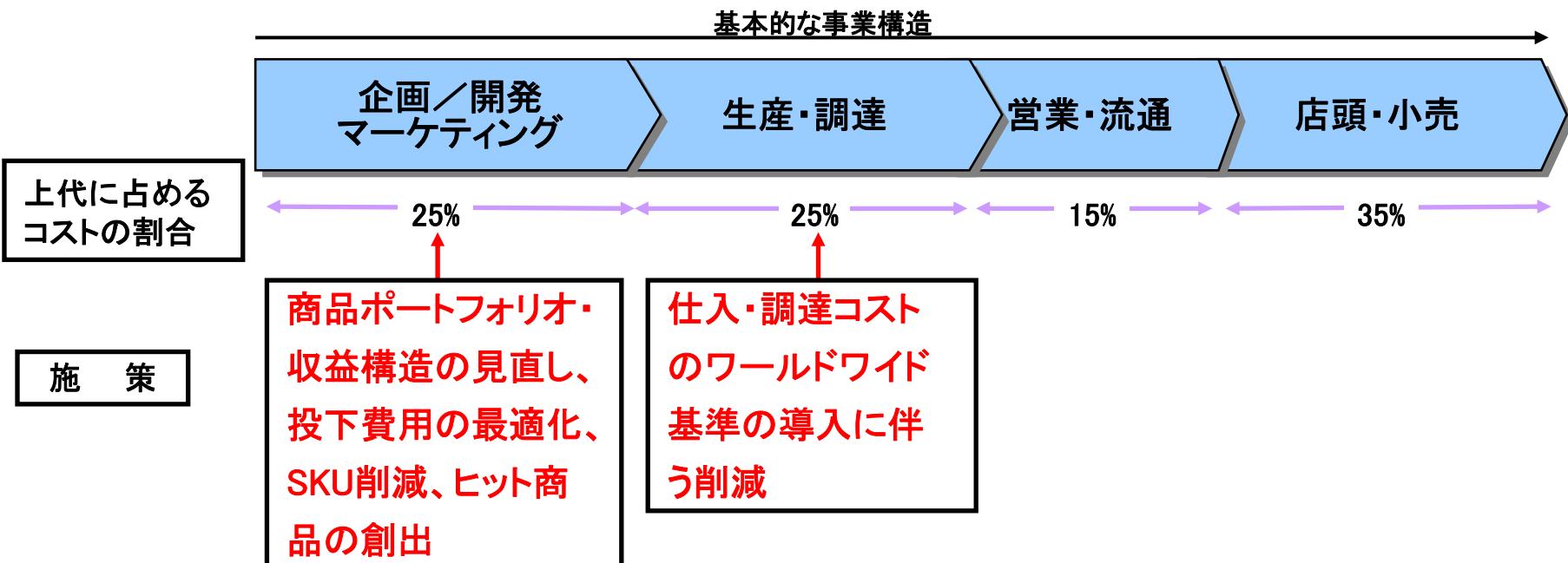
持ち株比率 14.07%

潜在株式 8.63% (CB70億円を当初転換価格770円で権利行使の場合)

2. 業務提携(当社×TPGプロジェクトチーム4月発足)

まずは、2つのプロジェクトにフォーカスし、確実な成果を挙げることに注力。

- ① 新製品開発業務改革PT
 - ② 調達業務改革PT



□ 新たな筐体展開

ポケモンバトリア

7月から展開
(1PLAY 100円)





40周年を期に、リカちゃんのイメージを一新

『おしゃれ』『知育』『情操』をキーワードに

リカちゃんをRE BRANDING

旅をフックに…

「おしゃれ」「マナー」「コミュニケーション」
「文化」「道徳」

“時代にあったリアルな国際感覚”
現代に生きるリカをイメージ付け



□ 最重点アイテム

トランسفォーマー映画関連



6月2日 世界同時発売
(定価6,500円~)

スピードスタックスシリーズ



7月発売
(定価6,500円~)

人生銀行シリーズ



発売中
(定価4,987円/999円)

カウル



8月発売
(定価600円)



本資料には、タカラトミーの現在の見通し、目標、計画、戦略など将来に関する記述が含まれておりますが、これらは現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいており、将来における当社の実際の業績または事業展開を確約したり、保障するものではありません。