

中期経営計画策定の背景

【現状への危機感】



当社のおかれた経営環境は決して楽観視できるものではない。
また、今後の玩具世界市場はメーカー間の競争が激化するとともに、寡占化が一層進むことが想定される。

2009年度は

- ・連結経営の強化
- ・売上伸長に頼らずとも、利益を生み出せる経営への変革
- ・海外展開の強化

の経営課題を強力に推し進め、タカラトミー合併以降、最高益となる営業利益104億円を達成した。

今後、営業利益率8%を達成し、10年後も確実に勝ち残るため、
2009年度から2012年度を「改革の4年」と位置づけ、
新たな成長ステージに向けた改革に取り組み中。

今般、中期経営計画の策定により経営目標の更なる明確化を図る。