

アジア地域の玩具事業拡大

- 定番商品販売の強化
- 「三国演義」放送拡大によるプレゼンス向上
- 価格改善：機能、商品仕様見直し
- 流通改善：各国流通事情の情報収集、ルート拡大

ボーイズ商品のグローバル化

- **ボーイズ** :
(男児玩具)
 - ・ **ベイブレード欧米販売**
 - ・ **コンテンツ展開との連動**
 - ・ **ポストベイブレード開発**

定番事業の強化・拡大

- 開発力の強化
- ブランドの強化
- コンセプトを拡大するプレイバリュー商品提案
- 玩具以外へのライセンスアウト

中期経営計画 2010年度アクション



- **ベイブレード コンテンツグローバル展開**
 - (アジア) '10年1月香港、'10年5月台湾
 - (欧米) '10年夏アメリカ、'10年9月イギリス
- **定番商品の強化、拡販**
 - (中国) '10年5月 プラレール中国新幹線「和諧号」発売
 - (欧米) トミカ、プラレール販売開始
 - (トミカ) 40周年記念事業

