

決算概要

2005年3月期 中間期

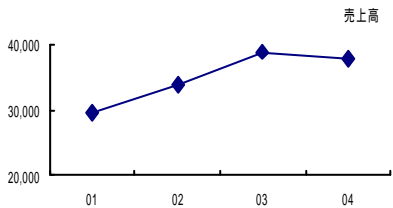
株式会社 トミー
常務取締役
三浦 俊樹



中間決算実績

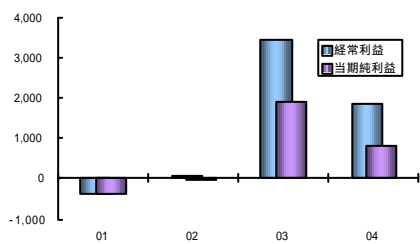
2004年度中間期連結業績

単位：百万円



《2004年度中間期 決算サマリー》

- ～国内で計画を上回り、海外の苦戦をカバー
- 連結ベースでは売上、利益ともほぼ計画通り
- ・定番商品群では、安定的な収益を確保
- ・国内グループ会社を中心にトイ周辺事業拡大
- ・海外グループ会社の収益悪化
- ・事業成長のための戦略投資増加



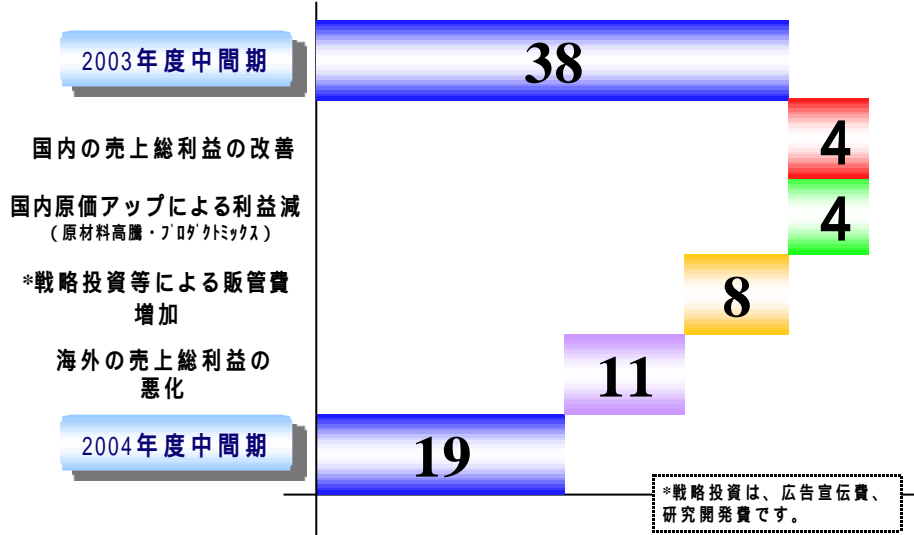
	《連結》		(単位:百万円)	
	2004年度 中間期	2003年度 中間期	対前年増減額(率)	
売上高	37,850	38,741	891	(-2.3%)
営業利益	1,850	3,840	1,990	(-51.8%)
営業利益率	4.9%	9.9%		
経常利益	1,836	3,463	1,627	(-47.0%)
経常利益率	4.9%	8.9%		
当期純利益	836	1,894	1,058	(-55.9%)
当期純利益率	2.2%	4.9%		

中間決算実績



連結営業利益増減要因分析 (前年同期比)

(単位: 億円)

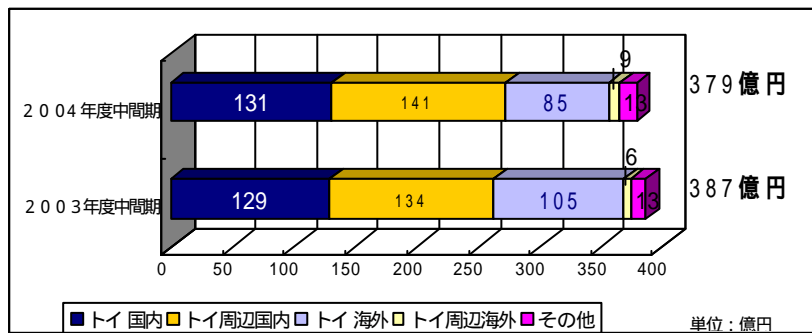


中間決算実績



連結売上高明細のポイント

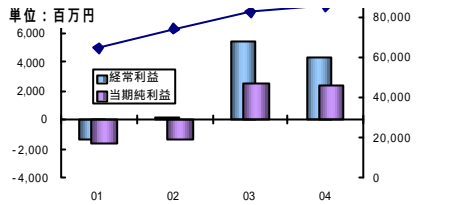
- ・国内は、定番商品群等のトイ事業が安定的な売上を確保
- ・ポケモン、ディズニーのコンテンツを軸にトイ周辺事業を拡大
- ・海外は、欧州カプセルトイ事業が売上を拡大したものの、北米販社の業績不振から海外全体の売上が減少



通期業績予想



2004年度通期連結業績予想



売上、利益は当初予想通り

2004年度経営方針を実施

- ・ 安定的な収益基盤の確立
- ・ 中期経営計画に沿った事業成長のための戦略投資
- ・ 品質、安全面およびコンプライアンス体制の強化

《連結》 (単位：百万円)

	2004年度 予想	2003年度 実績	対前年増減額(率)
売上高	85,500	82,520	2,980 (3.6%)
売上原価	53,600	50,939	2,661 (5.2%)
販売費および一般管理費	27,000	25,543	1,457 (5.7%)
営業利益	4,900	6,036	1,136 (-18.8%)
営業利益率	5.7%	7.3%	
経常利益	4,300	5,426	1,126 (-20.8%)
経常利益率	5.0%	6.6%	
当期純利益	2,400	2,501	101 (-4.0%)
当期純利益率	2.8%	3.0%	

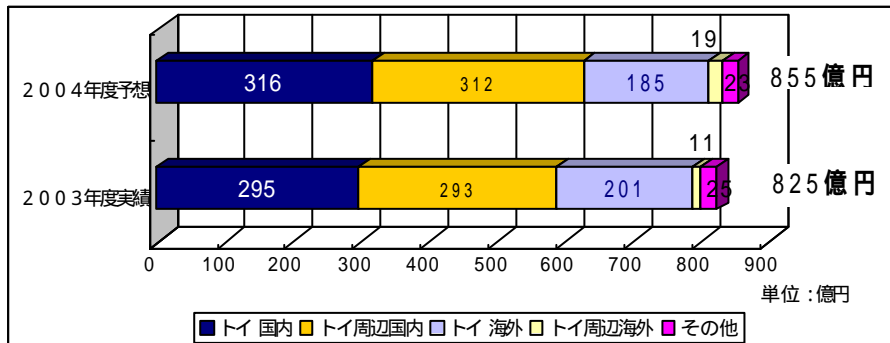
- ・ 広告宣伝投資 7億円増加
83.90億円
- ・ 研究開発投資 8億円増加
17.25億円
- ・ 品質安全費用 2億円増加

通期業績予想



連結売上高明細のポイント

- ・ 国内は、定番商品群で安定的な売上を確保し、ポケモン、ディズニー事業やトイ周辺事業を拡大
- ・ 海外は、カプセルトイ拡大、欧州安定、北米減少し、海外売上全体で減少



中期経営計画進捗状況
～課題および対策～

株式会社トミー
代表取締役社長
富山 幹太郎



トミーグループ中期経営計画

「21世紀のおもちゃや」となるために
2004年度は「成長」に向けて投資を行う
＝ グループ成長の基盤固め

2004年～2006年度中期計画

～「経営創造10年（原点回帰＋トイ周辺強化）締め括り3ヶ年」

中期経営方針 利益ある成長

中期経営目標 2006年度 連結売上高1,000億円、経常利益80億円

中期経営方針の進捗



事業ユニットの創造

- ✓ ラナHD社とのJVによる雑貨事業会社の設立およびアパレル事業部門の設置
オリジナルコンテンツ、ポケモン、ディズニーなどの優良なコンテンツを活用して
雑貨およびアパレル領域においてブランドビジネスを構築
- ✓ トミーデジタルギア事業部の設置
デジタル技術とトミーエンターテインメントノウハウを融合し、高品質・高機能で
実用性の高い遊び心をもったデジタル商品を開発し市場に投入

コンテンツ事業の成功

- ✓ トミカ、プラレールのブランドアイデンティティを確立し、ライセンスビジネスを充実・
拡販
ブランドコンセプトショップとして「トミカ・プラレールショップ」をスタート
- ✓ ポケモン事業を独立部門化
- ✓ 「ソイド・フューザーズ」TV放映開始 / ライセンスビジネス確立
- ✓ 「TOMITECH」ブランドの構築と商品展開

© 2004 TOMY 不可複製、禁無断転載

8

中期経営方針の進捗



ディズニー事業の成功

- ✓ 包括ライセンス締結後、3期連続増収
売上高前年同期比 107% (中間実績)
- ✓ ディズニーコンテンツを広くグループで事業展開
- ✓ 東京ディズニーランドとの連携を図り、商品ラインを拡充
- ✓ アジア地域での拡販 売上高前年同期比 167% (中間実績)

年齢に関係ない事業群創出

- ✓ ハイ・エイジをターゲットとした商品の企画開発に加え、販売体制の構築
「おやすみユメル」、「チャッタ」など女性や家族をターゲットとした商品
の開発

© 2004 TOMY 不可複製、禁無断転載

9

中期経営方針の進捗



北米拡販と中国本格参入

✓北米成長に向けた経営基盤の確立

マーケティング/マネジメントを強化するために人材を補強
グローバルコンテンツのトーマスをコアとして収益拡大を図る

✓中国現地法人の設立

現地代理店とのパートナーシップによりトミーブランドの中国市場認知向上
取扱店 300店舗を目指す

主要課題及び対応策



商品の安全性に関する課題

信頼の回復

消費者に対して常に高品質で安全性の高い商品を提供



・社内意識改革 ~ お客様視点で安全性を考える

・安全予防システムの再構築 ~ 独自基準および工場監査の強化

・リスクマネジメント ~ 社内システムの強化

～ 海外戦略課題 ～

共通課題

- ・経営基盤の確立
- ・定番事業の創出
- ・グローバル展開による販売ロットとコストダウンの最大化

個別課題

	課題	対応策
北米	・需給予測精度の向上	・小売POSデータに基づく、需給予測システムの再構築とマネジメント強化
欧州	・欧州の販売拡大	・ベルギーに続く、ドイツ、イタリア、スペインへの拡販
アジア	・アジア市場販売拡大 ・中国市場でのブランド定着	・各国市場分析によるマーケティングのローカライズ ・代理店との協働によるセールスマーケティング強化

TOMY

Dream Energy

