



Purpose
(存在意義)

「アソビへ懸ける品質は、世界を健やかに、賑やかにできる。」

中長期経営戦略 2030

2024年5月14日

代表取締役社長 CEO 小島一洋
取締役副社長 COO 富山彰夫

I. 前中期経営計画のレビュー

II. タカラトミーグループの方向性

III. アソビと社会価値

IV. 新経営体制

I. 前中期経営計画のレビュー

II. タカラトミーグループの方向性

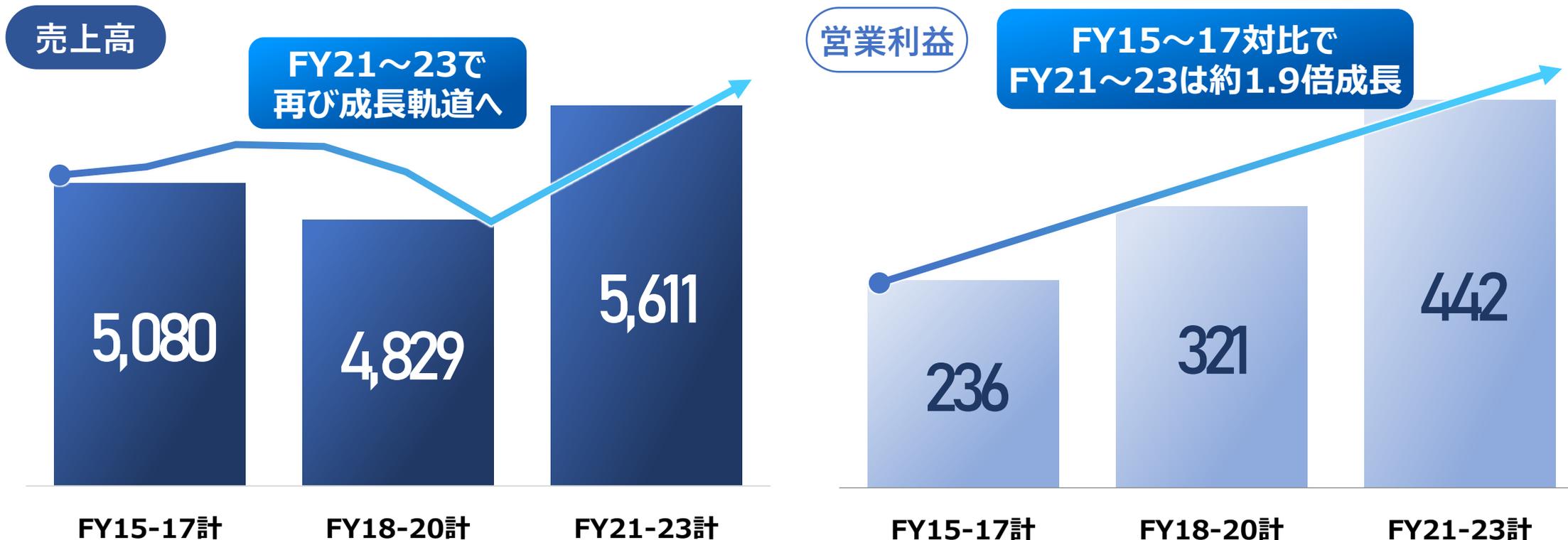
III. アソビと社会価値

IV. 新経営体制

FY2015~FY2023 3カ年毎の合計推移 (売上高、利益)

■ 利益体質の継続的な改善

FY2015~FY2023・3カ年毎の合計推移(単位:億円)



(単位:億円)	FY2015	FY2016	FY2017	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY15-17計	FY18-20計	FY21-23計
売上高	1,630	1,676	1,773	1,768	1,648	1,412	1,655	1,873	2,083	5,080	4,829	5,611
営業利益	26	77	132	144	106	70	123	131	188	236	321	442
経常利益	14	78	124	143	102	71	127	120	178	217	316	425
当期純利益	-67	53	79	93	45	53	91	83	98	66	191	272

前中期経営計画の内容と結果

■ 所在地セグメント別 売上高推移

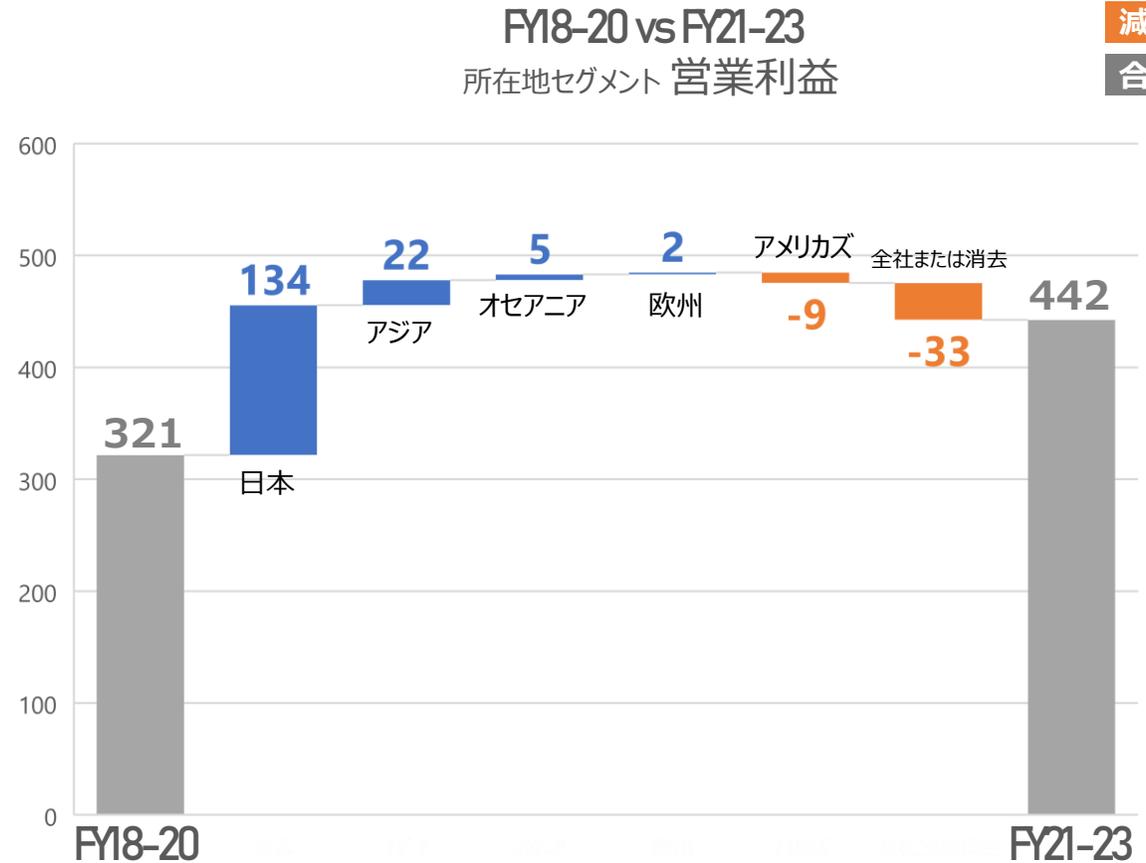
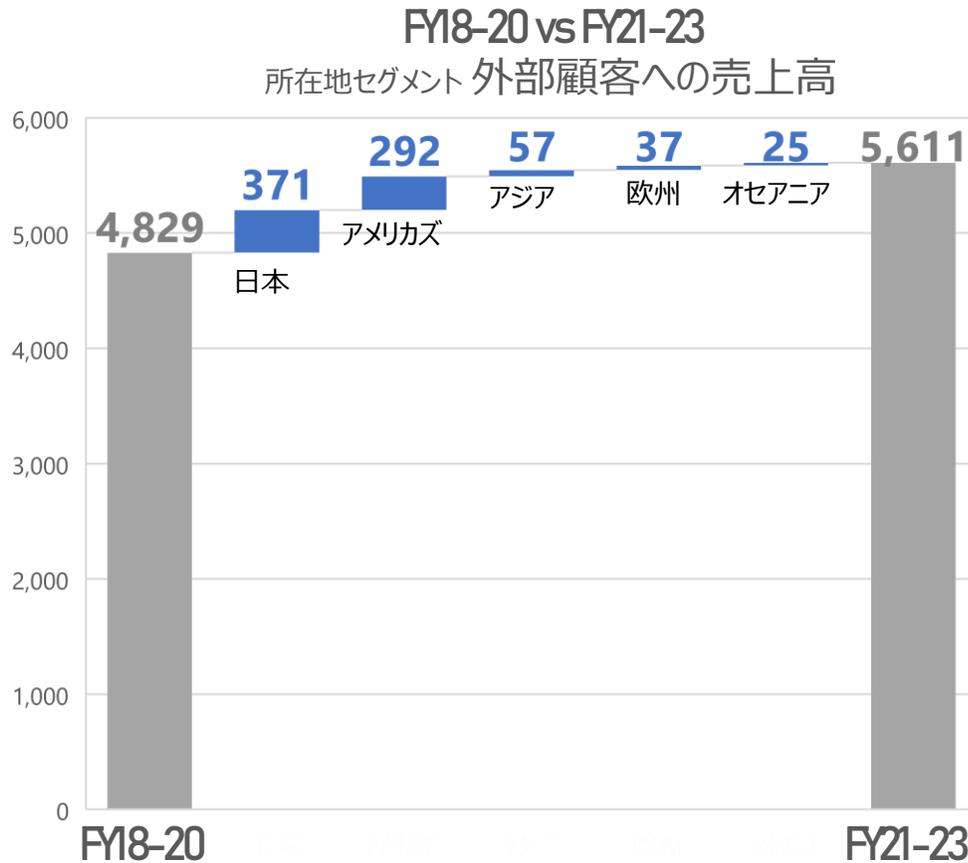
売上高は、全てのセグメントで改善
 アメリカズは、売上高が堅調に増加
 アジア・欧州・オセアニアは、売上高・営業利益ともに改善

単位：億円

増加

減少

合計



1 「適所適材」をキーとした出口・年齢・地域のさらなる攻略

幅広い年齢層にアプローチすることで、 新たな売上を創出

- ブランドパレットを出口・年齢・地域の最適な組み合わせを駆使することで展開
- 「トミカ」「ZOIDS」「デジタル筐体」「アプリゲーム」等を通じてLife Time Valueを向上

2 日本を基点としたヒット商品の創出

ヒット商品の創出と海外展開を推進

- 戦略カテゴリへの集中投資とパートナー企業との連携により日本発のヒット商品を生み出す
- 新触感液晶トイ「ぷにるんず」や「BEYBLADE X」は日本から海外に向けて展開を推進

3 IP投資の継続でグローバル成長に備える

コアブランド×IP投資で 事業規模拡大を実現

- 「トミカヒーローズ ジョブレイバー 特装合体ロボ」「新幹線変形ロボ シンカリオンZ」「冒険大陸 アニアキングダム」といったアニメシリーズにより、定番商品が拡大

4 アソビをキーとした新規事業の立ち上げ

新たな中期経営計画に向けて 多くの経験を蓄積

- より幅広い年齢層のお客様に向けた様々な商品を展開
- 小型月着陸実証機「SLIM」のピンポイント着陸ミッションにおいて、「LEV-2（愛称：SORA-Q）」は月面に着陸、撮影した日本初のロボットとなり話題となる

5 バリューチェーンへのDX活用による新しい価値創造

メタバース空間の活用、きめ細やかな サービスの提供、AIの活用を推進

- 公式メタバースワールド「BEYBLADE PARK」を通じたファンとのコミュニケーション
- タカラトミーモールをはじめとしたECを通じ、お客様の嗜好に応じたサービスの提供
- 日常業務や商品開発におけるAI活用

6 サステナビリティ・CSRの取組み

中期サステナビリティ目標・KPIを 設定し活動を推進

- 横断的な取り組みが必要なテーマには、タスクフォースを設置し、取り組みの実行・推進・新たな提案を実施
- 「くるみん」（子育てサポート企業）取得
- 「えるぼし認定（3つ星）」
（女性の活躍推進の取組が優良な企業）取得

地域軸

日本・アジア・オセアニアは好調、アメリカズは回復傾向、欧州は事業再構築中

年齢軸

Kidultsを始めとした幅広い年齢層に響く事業機会の提供

売上高・利益 過去最高を達成

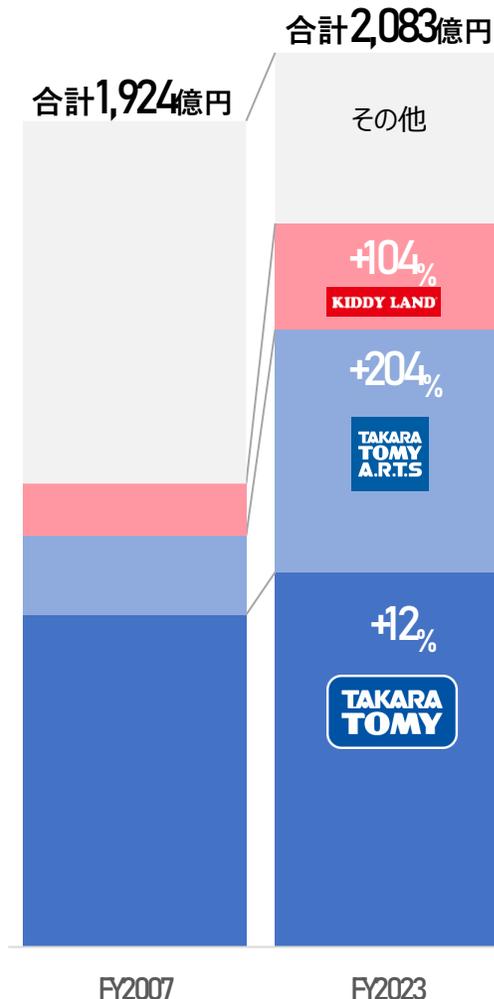
売上高

FY2023 **2,083**億円
 FY2007 **1,924**億円
+159億円

営業利益

FY2023 **188**億円
 FY2007 **60**億円
+128億円

売上高比較



タカトミー

- ・ 「定番商品」「BEYBLADE」等の人気拡大
- ・ デジタル事業の好調
 「デュエル・マスターズ プレイス」
 「人生ゲーム for Nintendo Switch™」が好評

タカトミーアーツグループ*

- ・ 年齢軸拡大によるビジネス伸長 (ガチャ 等)
- ・ アミューズメントマシンの人気拡大 (国内・アジア)

*タカトミーアーツ、ペニイ、T-ARTS Korea

キデイランド

- ・ 訪日外国人観光客を含めた人流の増加
- ・ 人気キャラクター商品の販売好調

中長期経営戦略への継続課題

- **地域軸の拡大**
北米・中国市場へのローカライズによる展開拡大
- **年齢軸の拡大**
Kidultsに向けた強みの活用（定番IP・技術力）
- **資本コストを意識した経営への転換**
経営の効率化と事業価値の向上を両立

+

事業環境認識

- **日本国内の少子化**
地域軸・年齢軸の拡大を主軸として
成長市場である海外への展開を加速
- **デジタル技術の進化**
技術の進化に適合した積極的な取り組みを推進
- **円安による仕入価格の上昇**
効率的な調達戦略、為替予約によるリスク低減

グループシナジーによる成長の加速

I. 前中期経営計画のレビュー

II. タカラトミーグループの方向性

III. アソビと社会価値

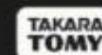
IV. 新経営体制

タカラトミー 創業100周年



TOMY

TOMY





Purpose/存在意義

アソビへ懸ける品質は、世界を健やかに、賑やかにできる。



昔も、今も、
そしてこれからも。
情熱はかわらない。





Business Vision 2030

アソビ心をもつ全ての人に

©ShoPro

外部環境変化への対応力 (少子化・グローバル化)



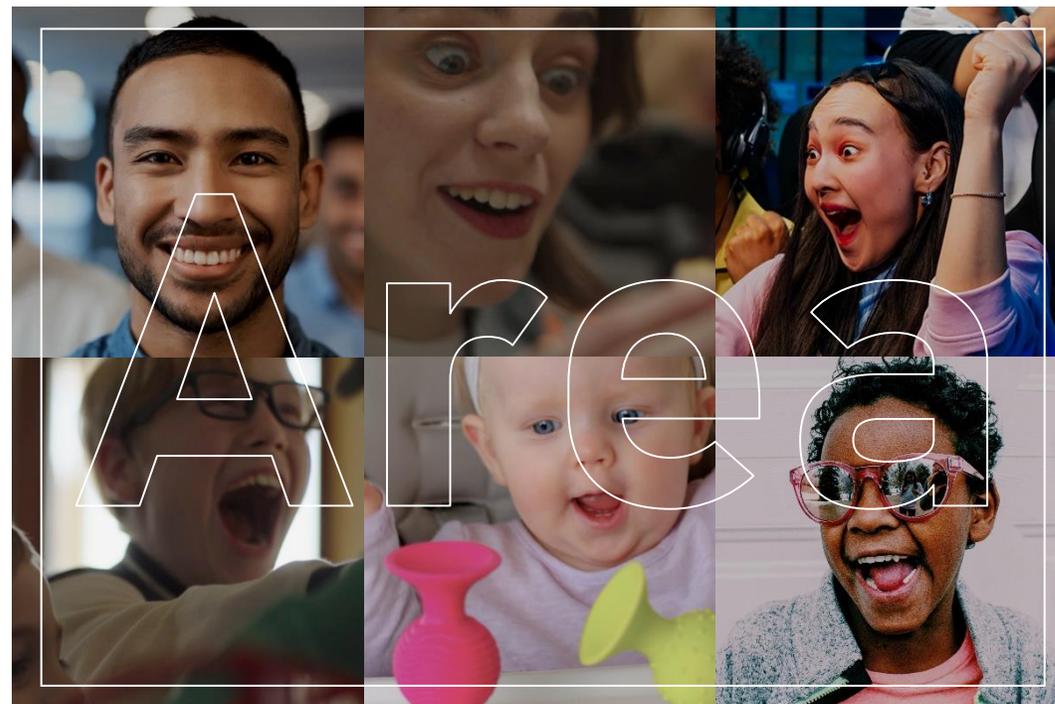
© TOMY © ShoPro



成長の大きな伸びしろ アソビは成長産業へ



年齢軸



地域軸





Business Vision 2030

高い品質とクリエイティブ性を持ち、世界中で愛される 総合アソビメーカーに成長する

2030年3月期

売上高

3,000億円

営業利益

300億円

営業利益率

10%
目標

一株当たり純利益
(EPS) 成長率

継続
10%
以上

自己資本利益率
(ROE)

継続
11%
以上

自己資本比率

50%
程度

総還元性向

原則
50%

株価純資産倍率
(PBR)

3倍
目標



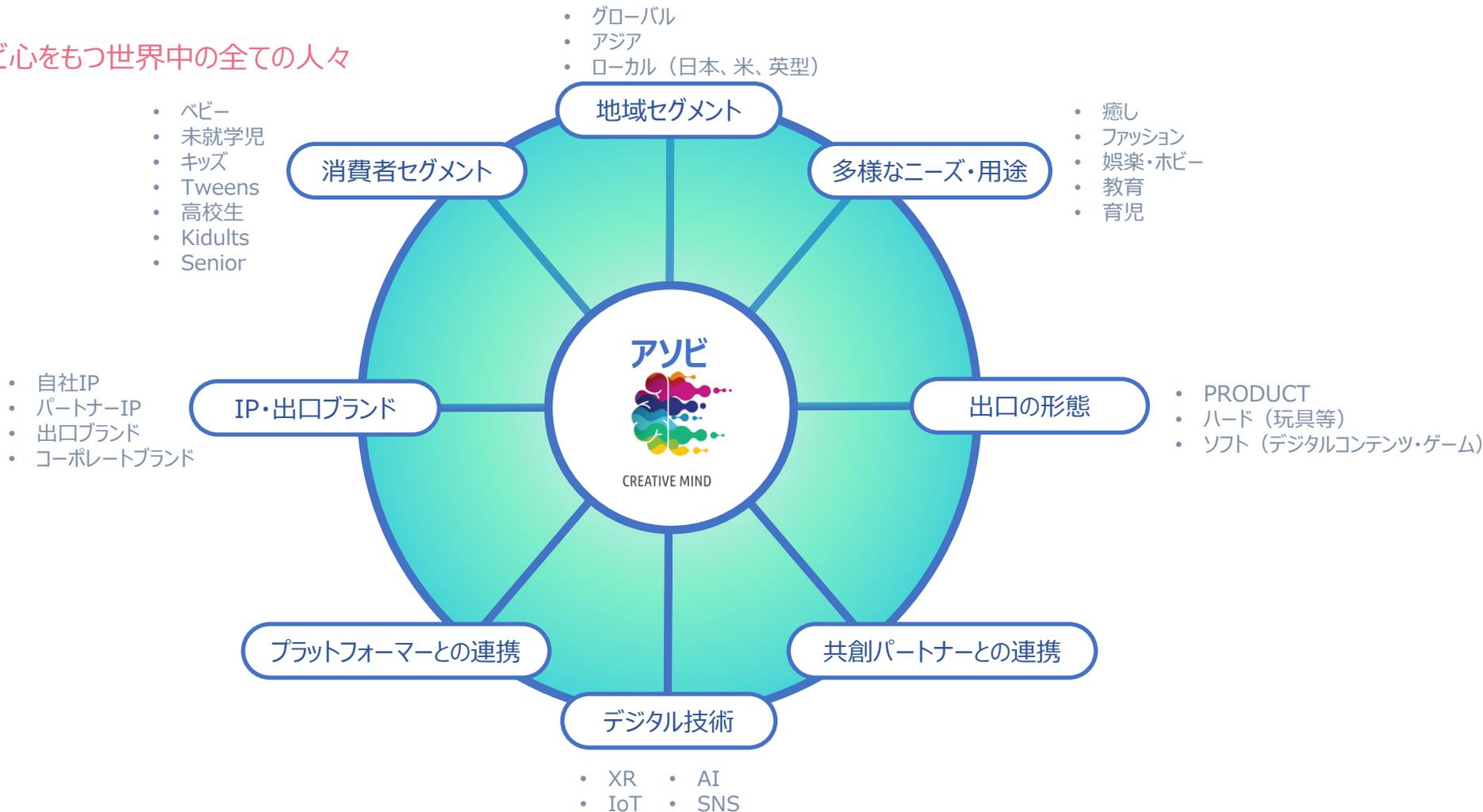
Ⅱ. タカラトミーグループの方向性

1. 成長戦略



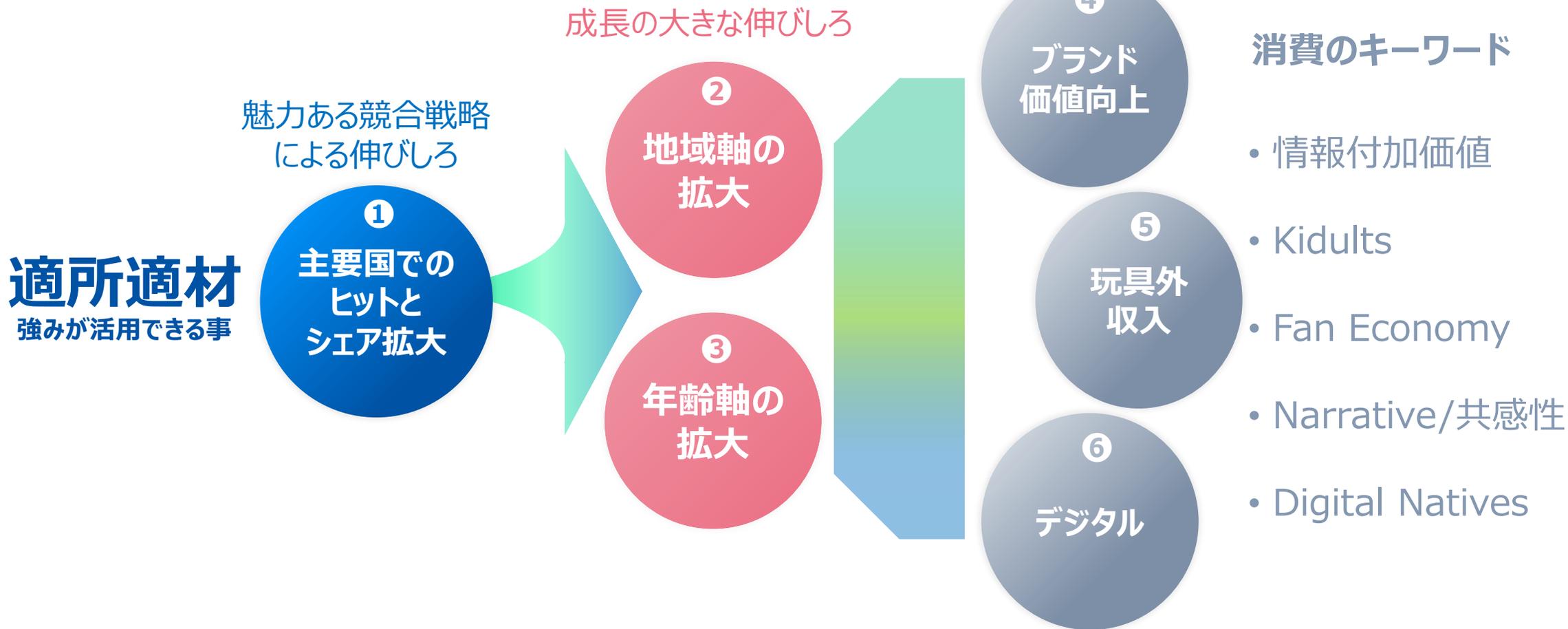
アソビへの移行は、深化と洗練を経て次のステージへ

対象 アソビ心をもつ世界中の全ての人々

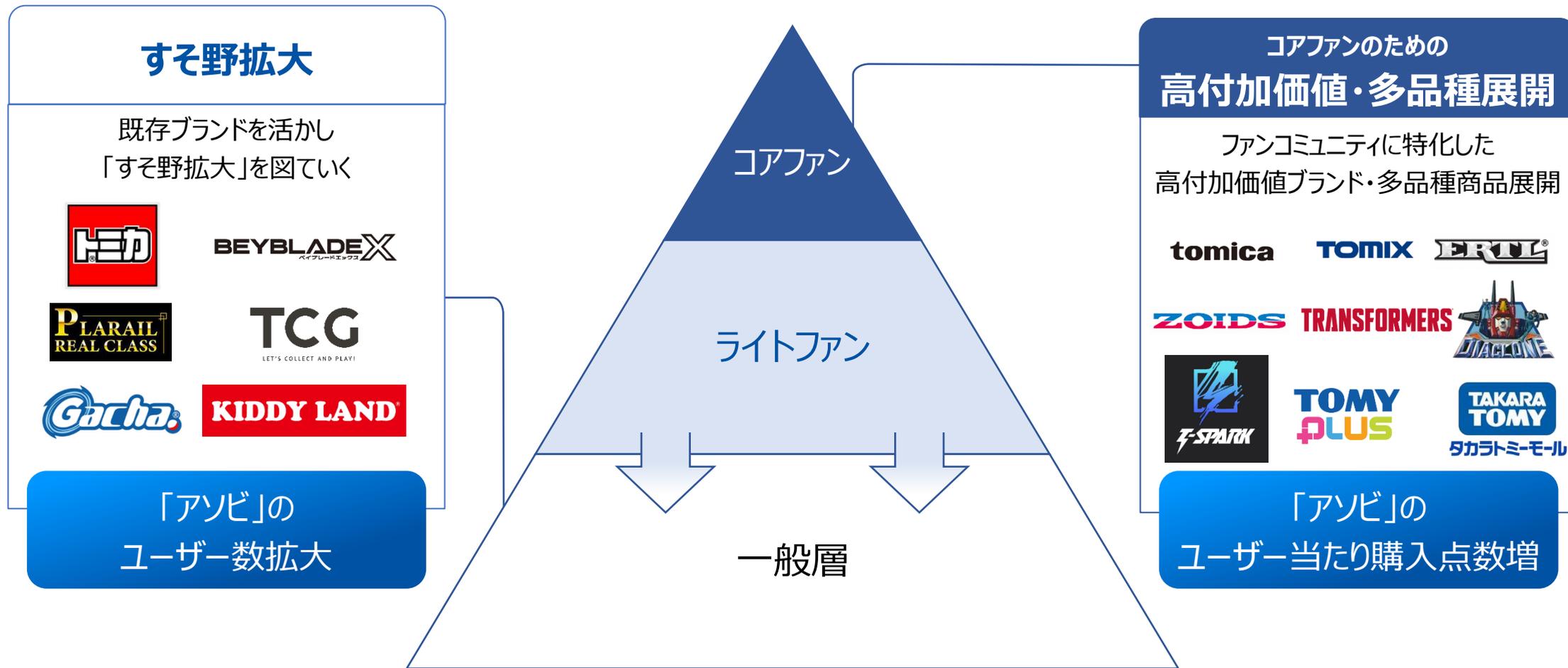


ブランド成長につながる6つの重点戦略

成長を支える要因



ブランド毎に年齢軸戦略を策定



年齢軸の拡大：幅広い年代が楽しめるアソビの拡充



TCGラインナップをKidultsターゲットで横展開



※TCG（トレーディングカードゲーム）

©TOMY ©LRIG/Project WDA
TM & © Wizards of the Coast/Shogakukan/WHC
©青山剛昌／小学館 © TOMY



F-SPARK

すべてのホビーファンへ
最高のエクスペリエンスを提供する

© TOMY / © TOMY © ShoPro / © TOMY © サンライズ



適所適材を基にブランドの地域戦略の策定

中国・アジア
に向けたアソビの拡大

欧米豪圏
に向けたアソビの拡大

トミカ・ベイブレードの展開強化



BEYBLADE X
ベイブレードエックス

ベイブレードの展開強化

BEYBLADE X
ベイブレードエックス

体制整備を活かして他商品も逐次展開



POKÉMON

TCG
LET'S COLLECT AND PLAY!



Kidults向けジャパンカルチャー商品展開強化



※TI地域間での売上の共通化



JOHN DEERE



TOMY games

※TI：TOMY International, Inc.

John Deere's products under license with Deere & Company.

グループシナジーの創出



■ 「BEYBLADE」の ライセンス機能の強化

- ◆ 「BEYBLADE」のさらなる海外市場拡大
- ◆ パートナー企業との連携を通じて、
自社IPをさらに不動の地位に

■ アーツ連携での売上拡大

- ◆ めいぐるみ・フィギュアを軸にした展開
- ◆ 日本IP・アーツ商品をフックにした
※TIによる北米Kidults流通の開拓

※TI (TOMY International, Inc.)

ブランド価値の向上

ファンや親・子どもへの魅せ方・伝え方

企業側が期待を超えた感動体験を提供し、
顧客がその感動体験を生む背景にまでに賛同してくれる。

ブランドメッセージ



ベイブレードは、性別、年齢、国籍を超越した存在へ

ゴーシューしようよ。

そのかけ声は、勝負のはじまり。
そのかけ声は、友情のはじまり。
そのかけ声は、成長のはじまり。
そのかけ声は、青春のはじまり。
そのかけ声は、世界への挑戦のはじまり。

3・2・1

さあ、想像以上の明日へ。

GEAR SPORTS
BEYBLADE X
ベイブレードエックス



40TH ANNIVERSARY
大ZOIDS博
2023

自社・パートナーIPアニメの展開によるファン拡大



© T - A R T S / syn Sophia / テレビ東京 / AP製作委員会



©プロジェクト シンカリオン・JR-HECWK/ERDA



© TOMY



©Homura Kawamoto, Hikaru Muno, Posuka Demizu, BBXProject, TV TOKYO



© TOMY / ふにるんずふにじゅくと・テレビ大阪

流動的で局所的な経済圏に対応した売場構築力

イベント

テーマパーク商圈

ブランドショップ

地方インバウンド観光地域

キャラクターショップ

幅広く、高いBrand Engagementの構築



Life Styleのどこかに常にいる



強みを活かしたデジタルゲーム事業の拡大

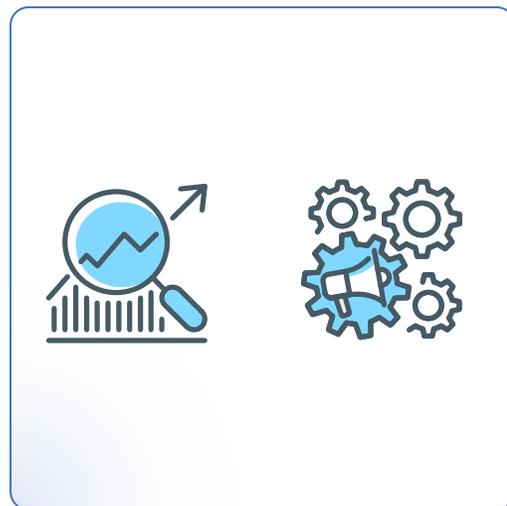


© 2023 Wizards of the Coast/Shogakukan/WHC © TOMY © DeNA
© T O M Y © 1968,2023 Hasbro. All Rights Reserved.

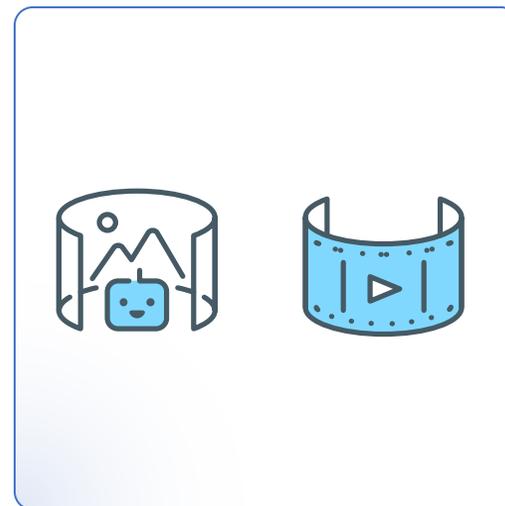
バリューチェーンのDX推進



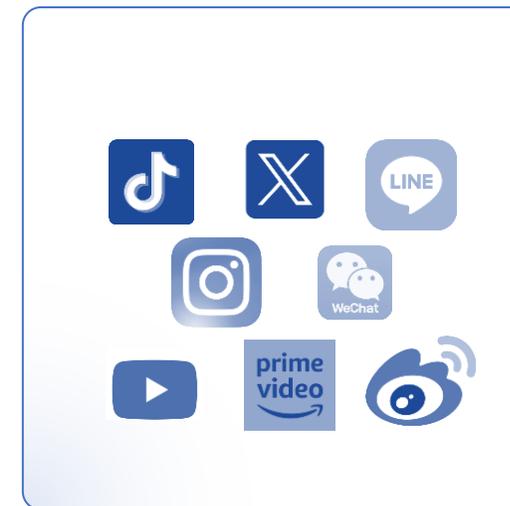
EC/Game



データ分析&
マーケティングオートメーション



ビジュアルマーケティング
共感ができる画像・映像



デジタルコミュニケーション



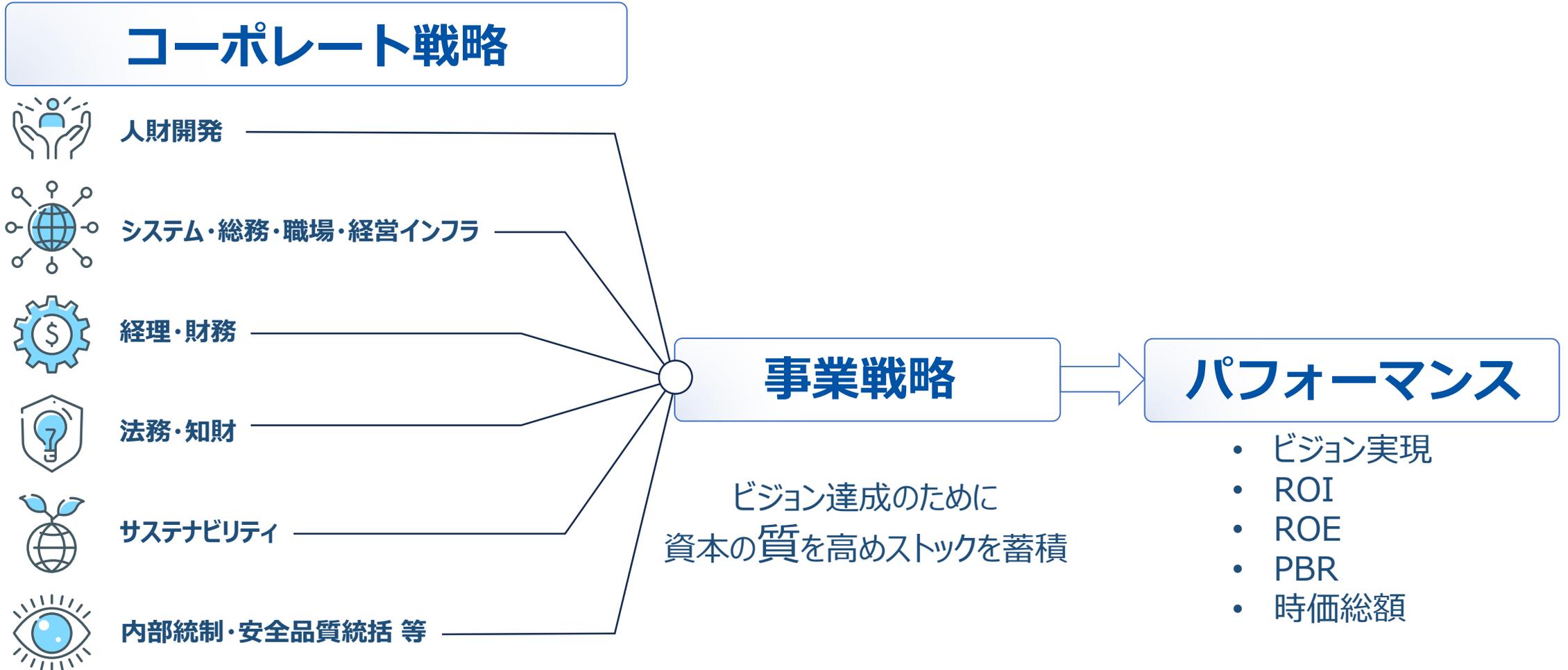
Ⅱ. タカラトミーグループの方向性

2. コーポレート戦略

コンセプト

自走的にVisionに向かい、適所適材を活かして
持続的な成長を可能にする組織体へ

機能別の戦略を事業戦略に有機的に接続させる。



自走的に持続的な成長ができる組織として、 「アソビ」づくりに夢中になれる環境を構築する。

- エンゲージメント調査の継続と改善
- グローバルマーケティング人財の強化
- 次世代経営人財の育成
- Vision実現につながる人事制度の継続的な見直し



Values/価値観

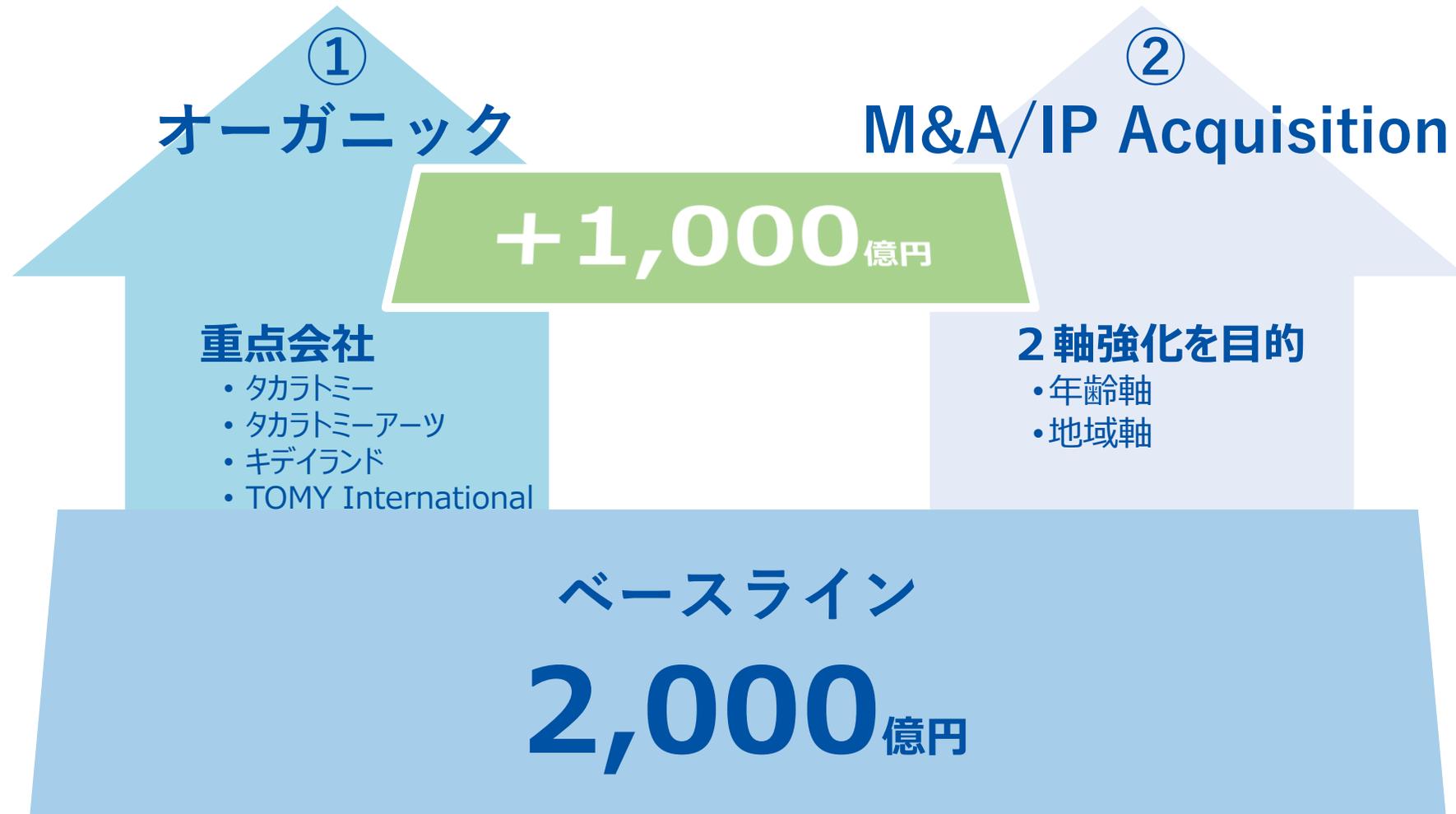
世界をのぞこう。
志考しよう。
冒険しよう。
夢にあがこう。



Promise/心得

誠意と努力は他を益し、
自己の幸福の基となる

2030年3月期 売上高 3,000億円超への道のり



I.前中期経営計画のレビュー

II.タカラトミーグループの方向性

III.アソビと社会価値

IV.新経営体制



Sustainability Vision 2030

アソビへ懸ける品質は、持続可能な ウェルビーイング向上にグローバルで貢献できる



ビジネスとサステナビリティ、双方のビジョン両立を通じた企業価値の向上を目指す



我々の情熱



アソビを通じて“健やか”で夢のある
社会づくりへの貢献



世界中で注目され愛されるアソビを作り出す
仕事に夢中になれる職場





我々の責任



高い品質の確保



地球環境との共存



健全な経営

CO2削減：2030年50%
→2050年ネットゼロ

再生可能エネルギー比率
：2030年40%

廃棄物の削減

パッケージ・商品の
エコデザインの推進

I. 前中期経営計画のレビュー

II. タカラトミーグループの方向性

III. アソビと社会価値

IV. 新経営体制

新経営体制（2024年6月26日開催当社株主総会以降）



※ 表記の役職は、2024年6月26日開催予定の当社第73回定時株主総会の決議により取締役が選任されることを条件とし、その後の当社取締役会にて正式に決定される予定です。
なお、現代表取締役会長 CEOの富山幹太郎は、同日をもって名誉会長に就任予定です。

事業部門

TOMY Company, Ltd. All Rights Reserved

コーポレート部門



100th
anniversary

アソビを世界へ、アソビを全世代へ！



Purpose
(存在意義)

「アソビへ懸ける品質は、世界を健やかに、賑やかにできる。」