

# 株式会社タカラトミー 2019年3月期 決算説明会

2019年5月15日  
証券コード：7867

# 2019年3月期 決算概要

2019年5月15日

株式会社タカラトミー  
取締役 専務執行役員 兼 C F O 兼 連結管理本部長  
沓澤 浩也

## 連結損益計算書

単位：億円

	2019年3月期			2018年3月期	増減
	実績	2018年10月26日修正	期初見通し	実績	
売上高	1,768	1,785	1,720	1,773	-5
売上原価	1,033	-	-	1,051	-18
売上総利益	734	-	-	722	+12
営業利益	144	135	100	131	+13
営業利益率	8.1%	7.6%	5.8%	7.4%	+0.7%
EBITDA	224	-	-	223	+1
経常利益	143	135	95	124	+19
親会社株主に帰属する当期純利益	93	85	60	79	+14

※ 金額は表示単位未満切捨て

- ◆ 売上高  
国内の定番商品や今期市場投入した新規商品ラインなどの販売が好調に推移するとともに、「バイブルードバースト」の海外向け輸出などが増加
- ◆ 営業利益  
売上高が前期並みに推移したことや、プロダクトミックスの改善による売上総利益増により増加
- ◆ 経常利益  
営業利益の増加および為替差損が減少したことにより増加
- ◆ 親会社株主に帰属する当期純利益  
経常利益が増えたことにより増加

※ TOMY International (以下、「T I」) 買収に伴うれん償却、及び無形固定資産償却の合計 当期20億円、前年20億円

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 ※ ドル換算レート：当期 110.90円、前期 110.85円

## 販管費明細

単位：億円

	2019年3月期	2018年3月期	増減
販管費合計	590	590	—
人件費	194	197	-3
広告宣伝費	157	152	+5
研究開発費	38	33	+5
物流費	66	69	-3
T I 買収に伴う のれん等償却費	20	20	—
	\$ 18百万米ドル	\$ 18百万米ドル	—

※金額は表示単位未満切捨て

## ◆ 販管費合計

売上拡大に向けて、マーケティングおよび新商品開発を強化したことにより、  
広告宣伝費および研究開発費が増加

# 地域別売上高

単位：億円

地域	2019年3月期	2018年3月期	増減
日本	1,173	1,126	+47
北米	304	325	-21
欧州	80	111	-31
オセアニア	25	28	-3
アジア	171	161	+10
その他	13	20	-7
合計	1,768	1,773	-5
海外売上比率	33.7%	36.5%	-2.8%

※売上高は顧客の所在地を基礎とし、国または地域に分類しています

※金額は表示単位未満切捨て

- ◆ 日本  
定番商品の「プラレール」や「リカちゃん」関連商品に加え「デュエル・マスターズ」や「L.O.L. サプライズ！」などの販売が好調
- ◆ 北米  
「ベイブレードバースト」の販売が伸長したものの、キャラクター玩具の販売が減少
- ◆ 欧州  
農耕車両玩具やベビー用品が堅調に推移したものの、キャラクター玩具の販売が減少
- ◆ オセアニア  
農耕車両玩具が堅調に推移したものの、キャラクター玩具の販売が減少
- ◆ アジア  
「ベイブレードバースト」の販売が伸長したことに加え、「トミカ」が堅調に推移

# 特別損失のポイント

## ■ 主要変動項目

単位：億円

	2019年3月期	2018年3月期	増減
特別損失	9	26	-17
減損損失	9	13	-4
貸倒引当金繰入	—	5	-5

※金額は表示単位未満切捨て

### ◆ 減損損失

将来の回収可能性を検討した結果、TOMY Internationalグループの  
アメリカズ（北米・中南米）における無形固定資産の一部の減損損失（526百万円）等を計上

# 連結貸借対照表のポイント

## ■ 主要変動項目

単位：億円

科目	2019年3月期	2018年3月期	増減
たな卸資産	141	143	-2
日本	86	79	+7
海外	66	75	-9
未実現利益消去	-11	-11	—

有利子負債合計	354	427	-73
借入金	354	327	+27
社債	0	100	-100

※金額は表示単位未満切捨て

<ドル換算レート>当期末 110.99円 前期末 106.24円

		2019年3月期	2018年3月期	増減
TOMY International のれん残高	外貨（\$百万米ドル）	156	169	-13
	円貨（億円）	173	180	-7
TOMY International 無形固定資産残高	外貨（\$百万米ドル）	78	88	-10
	円貨（億円）	86	93	-7

# 2019年3月期 ビジネスレビュー

2019年5月15日  
代表取締役社長 兼 COO 小島一洋

# 1.中期経営計画 (再掲 2018年5月16日公表)

## 2020年度 経営目標について

中期経営計画 (2018-2020年度)

新たな成長へ、挑戦

中期事業戦略

中期コスト削減・投資拡大策

中期財務戦略

2018年度  
計画

売上高	<b>1,720</b>	億円
営業利益	<b>100</b>	億円
EBITDA	<b>180</b>	億円
自己資本比率	<b>42</b>	%



2020年度  
目標

売上高	<b>1,900</b>	億円
営業利益	<b>140</b>	億円
EBITDA	<b>230</b>	億円
自己資本比率	<b>50</b>	%

## 2.業績

	FY2016	FY2017	FY2018
売上高 (百万円)	167,661	177,366	176,853
営業利益 (百万円)	7,744	13,199	14,407
営業利益率 (%)	4.6	7.4	8.1
経常利益 (百万円)	7,823	12,420	14,303
親会社株主に帰属する 当期純利益 (百万円)	5,372	7,962	9,302
1株当たり当期純利益 (円)	61.88	84.74	97.85
配当性向 (連結) (%)	16.2	16.5	*24.5
ROE (%)	12.2	14.9	15.2
自己資本比率 (%)	32.4	40.0	46.5

※期末配当は、普通配当7円に記念配当10円を加えた合計17円として、6月の株主総会に上程予定

### 3.中期経営計画

①自社オリジナルグローバルブランド戦略の推進

②日本、アジア オリジナルブランドの創出

③カテゴリーNo.1戦略

④ハイターゲット及び高齢者向けビジネスの拡大

⑤アジア市場の拡大

⑥欧米の完全立て直し

順調な進捗を受けセカンドステージへ

## 4.中期経営計画 (上方修正)

### セカンドステージ (FY2019～FY2020)

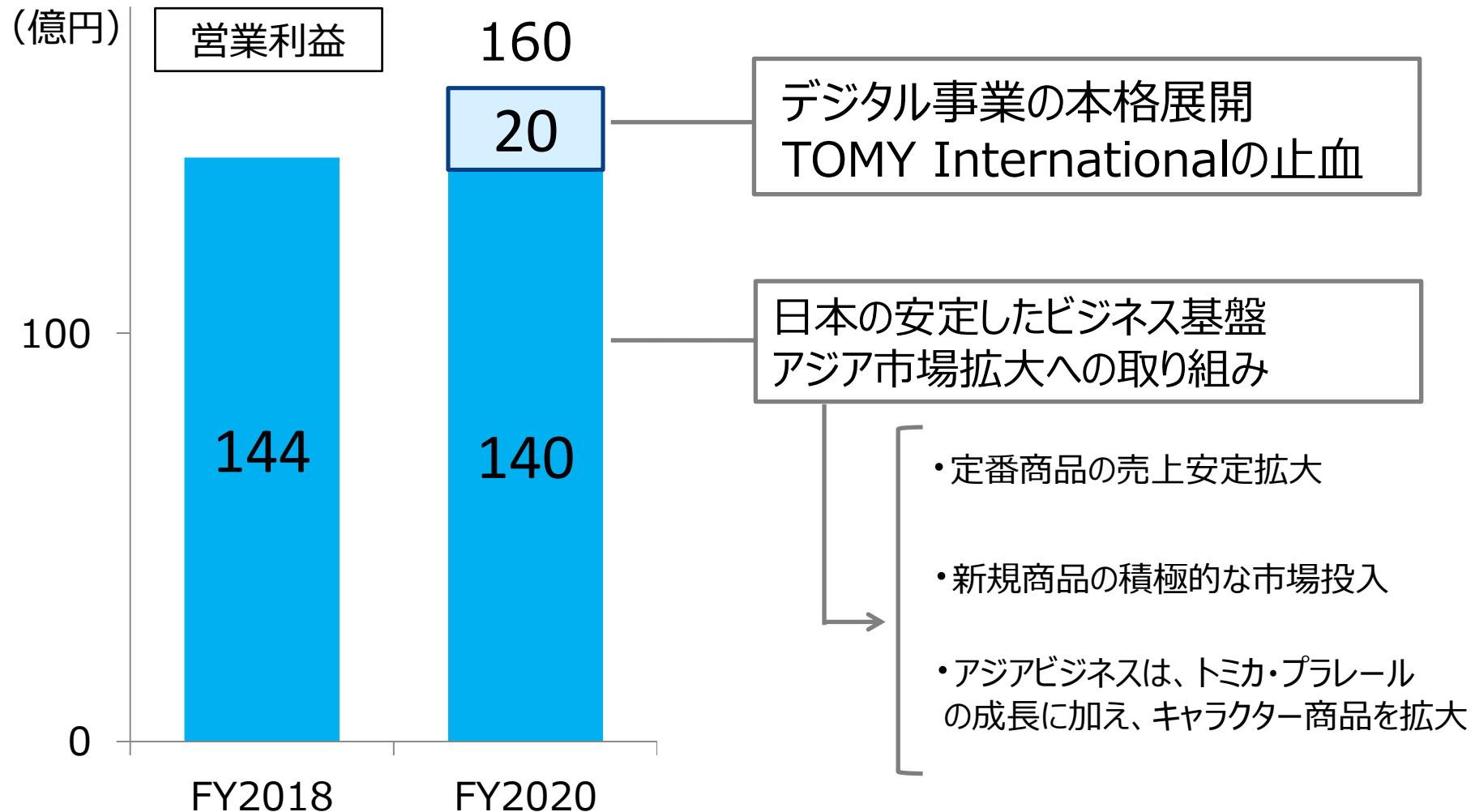
#### 中期経営計画 最終年度 (FY2020) 目標数値

売上高	営業利益	EBITDA	自己資本比率
1,900億円	140億円	230億円	50%

上方修正

売上高	営業利益	EBITDA	自己資本比率
1,900億円	160億円	250億円	55%

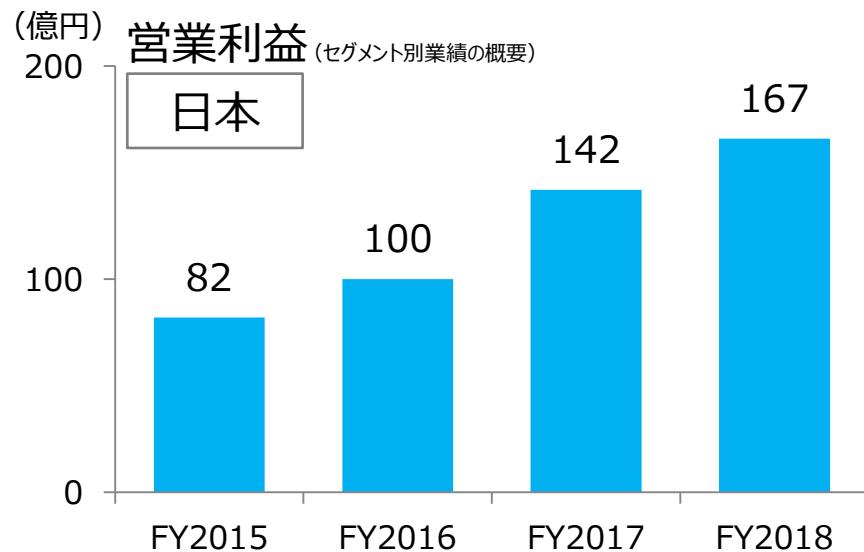
## 4.中期経営計画 (上方修正)



TOMY Internationalは、FY2020連結業績への貢献を目指す

## 4.中期経営計画 (1年目の取り組み)

### 日本の安定したビジネス基盤



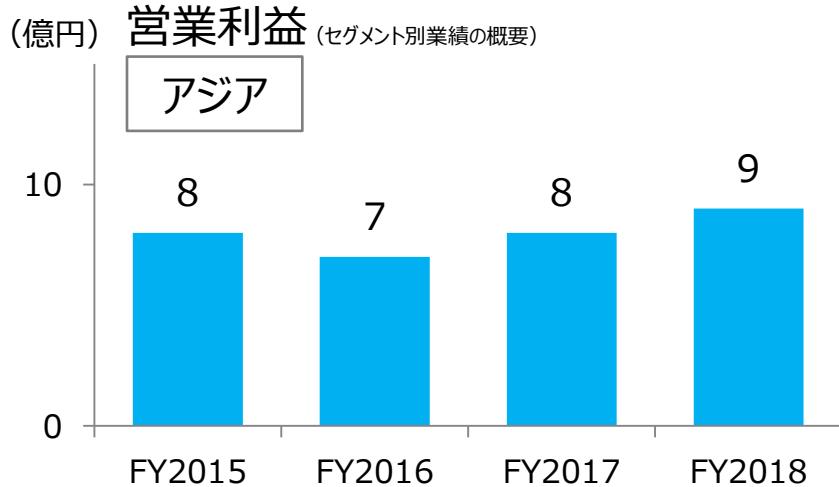
#### ✓ 定番商品

- ①主要定番は周年をフックにマーケティング強化  
FY2017：リカちゃん50周年  
50周年企画を終えたFY2018も人気継続  
FY2019：プラレール60周年  
FY2020：トミカ50周年
- ②トミカ・プラレールのメディアコンテンツ展開継続（テレビ、映画、Web）

#### ✓ 企画・開発力強化による新商品の投入 (2018年7月 企画開発本部新設)

#### ✓ ベイブレード・トランسفォーマーの波 →「ゾイド」の育成 + 新規コンテンツ創出 →グローバル商品開発

### アジア市場拡大への取り組み



#### ✓ トミカ・プラレールの定番商品に加え、キャラクター商品を拡大

#### ✓ 日本、アジア オリジナルブランドの創出

#### ✓ 中国市場へ再度本格参入

## 4.中期経営計画 (2年目、3年目への取り組み①)

### デジタル事業の本格展開

- ✓ 2018年7月 組織変更 ⇒ デジタル企画本部新設  
→新しいビジネスの核とするために4本部の1つとして新設

- ✓ 2019年2月 ゾイドワイルド キングオブブラスト 発売

Nintendo Switch™用ソフト



- ✓ 今期中に新規アプリ ローンチ予定
  - ◆ビジネススターゲットの規模感 100万人超を目指す  
詳細は今後リリース予定

## 4.中期経営計画 (2年目、3年目への取り組み②)

# TOMY International の止血

アメリカズ

今期下期より

- ✓ 新規ラインを複数立ち上げ
- ✓ グローバル商品の展開  
→トップライン向上

欧州

- ✓ 経済状況、市場環境の状況踏まえ、北米より1年半程度業績回復に時間がかかる想定
- ✓ 老舗TOYゲームブランドのUK・アイルランドにおける販売権の獲得による収益の安定化

今後2年間で営業利益10億円程度の改善を目指す (FY2018比)

FY2019 黒字化

FY2020 連結業績への貢献

# 中期経営計画の進捗 (6つの中期事業戦略)

## 5.中期経営計画の進捗

(①自社オリジナルグローバルブランド戦略の推進)

# 「ゾイド」を第3の柱に育成



ベイブレード

・世界80以上の国と地域で展開

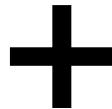
©Hiro Morita, BBBProject, TV TOKYO ©TOMY



トランスフォーマー

・これまで世界130以上の国と地域で展開

© 2018 Paramount Pictures. All Rights Reserved. HASBRO, TRANSFORMERS, and all related characters are trademarks of Hasbro. © 2018 Hasbro. All Rights Reserved.



ゾイドワイルド

・日本

玩具：2018年6月スタート

アニメ：2018年7月スタート

・海外

アニメ 2018年7月より展開開始

7つの国と地域にて展開

（中国、韓国、香港、タイ、台湾、フィリピン、ベトナム）

© TOMY / ZW製作委員会・MBS



## さらに新たなコンテンツへの投資を進める

# 5.中期経営計画の進捗 (①自社オリジナルグローバルブランド戦略の推進)

## コンテンツ展開 拡大推進



# 5.中期経営計画の進捗

(②日本、アジア オリジナルブランドの創出)



## Drive Head

トミカを題材とした「レスキュー」が  
テーマとなっているオリジナルアニメ

## シンカリオン

実在する新幹線がロボットに  
変形するキャラクターコンテンツ

## ミラクルちゅーんず！

ガールズ×戦士シリーズ  
(第1弾)

## マジマジョピュアーズ！

ガールズ×戦士シリーズ  
(第2弾)

※ガールズ×戦士シリーズは、2017年から 新しくスタートした  
特撮テレビドラマシリーズ

# 5.中期経営計画の進捗 (②日本、アジア オリジナルブランドの創出)

## 親和性の高いアジアに展開

### マジマジョピュアーズ！

アジア 4つの国と地域にて放送

2018年4月

中国、台湾、香港、マカオ



### ドライブヘッド



アジア9つの国と地域にてアニメ展開

2017年 中国（10月）韓国（10月）

2018年 香港（2月）ブルネイ（3月）  
台湾（4月）マレーシア（3月）  
マカオ（9月）タイ（9月）  
ベトナム（10月）

### ミラクルちゅーんず！

アジア 3ヶ国にて放送

2017年 中国（4月）タイ（5月）

2018年 韓国（3月）

イタリアにてローカライズ版を放送

2018年 イタリア（10月）



### ゾイドワイルド



アジア 7つの国と地域にてアニメ展開

2018年 中国（7月）韓国（10月）

香港（11月）タイ（11月）

台湾（12月）

2019年 フィリピン（3月）ベトナム（3月）

### シンカリオン

香港・台湾にてアニメ展開

2018年 香港（11月）

2019年 台湾（3月）



©TOMY/ZW製作委員会・MBS

©プロジェクトシンカリオン・JR-HECWK/超進化研究所・TBS

©TOMY/ドライブヘッド・TBS

©TOMY・OLM/ミラクルちゅーんず！製作委員会・テレビ東京

©TOMY・OLM/マジマジョピュアーズ！製作委員会・テレビ東京

## 5.中期経営計画の進捗 (③カテゴリーNo.1戦略)

### 玩具各カテゴリーにおいてシェアNo.1



トミカ (ミニカー)



プラレール (レールトイ)



リカちゃん (人形)



ベイブレード (男児ホビー)



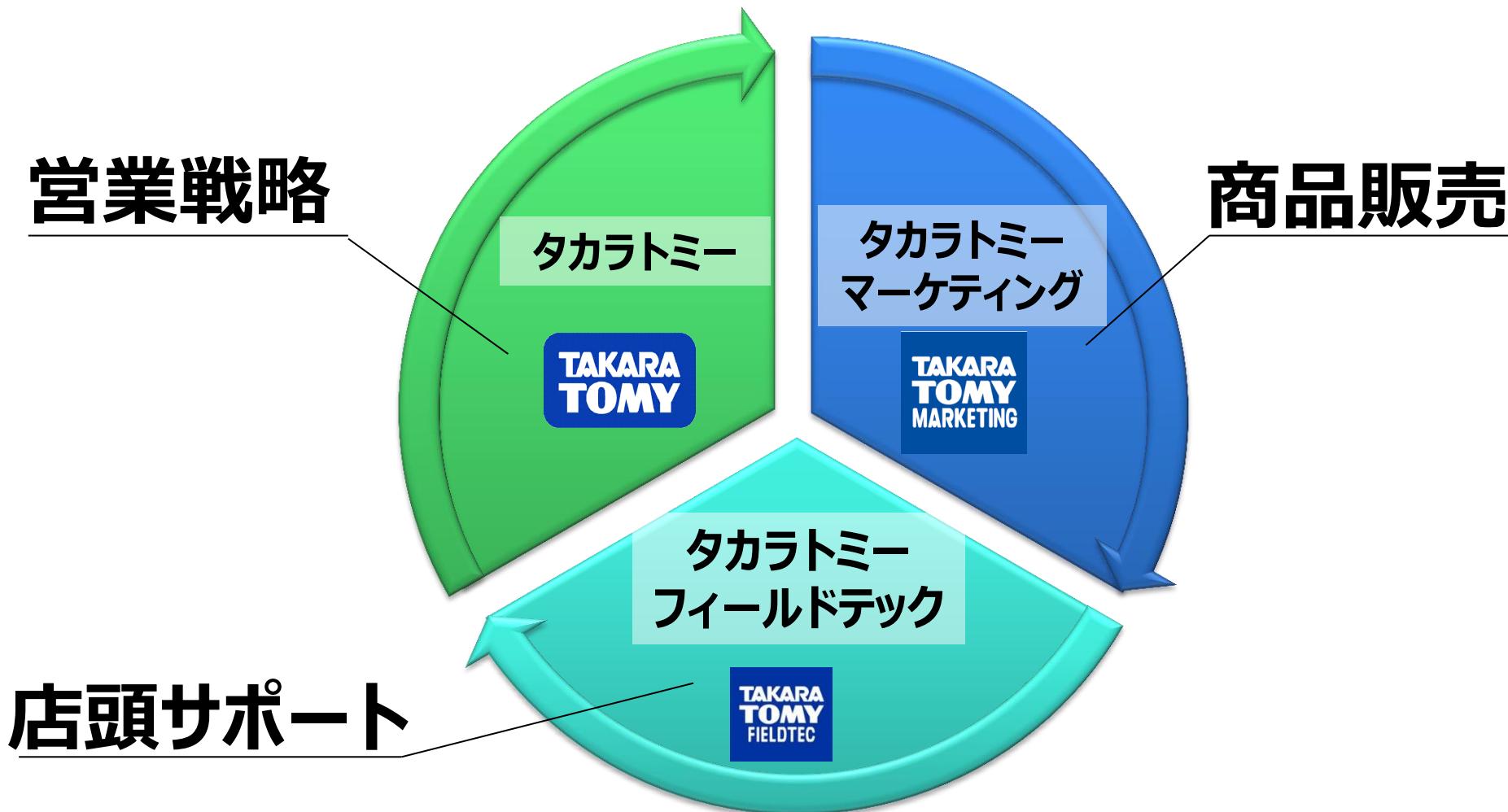
デュエル・マスターズ (TCG)



※ 出所：当社調べ

## 5.中期経営計画の進捗 (③カテゴリーNo.1戦略)

### カテゴリーNo.1を作り出す 営業三位一体の体制



## 5.中期経営計画の進捗 (③カテゴリーNo.1戦略)

### カテゴリーNO.1を目指す！



#### 爆丸 (男児ホビー)



- 過去、売上10億ドルを超えたグローバルブランド ※2006年～2012年
- 日本・アジアで玩具販売開始 (2019年4月)
- 日本 テレビアニメ放送開始 (2019年4月)



#### L.O.L. サプライズ！(女児ホビー)など

- 2017年に全米で最も売れたオモチャ (世界累計販売数5億体以上)



# 5.中期経営計画の進捗 (④ハイターゲット及び高齢者向けビジネスの拡大)

## タカラトミーグループ横断での展開



トレーディング  
カードゲーム

ハイターゲット  
高齢者向け  
ビジネス

デジタル

鉄道  
模型

ガチャ

トイ  
ホビー

バラエティ  
雑貨



©T-ARTS 成田国際空港株式会社



JR東日本商品化許諾済



JR東海承認申請中、JR東日本商品化許諾申請中、  
JR西日本商品化許諾申請中



© DeAGOSTINI



© TOMY



©T-ARTS 25

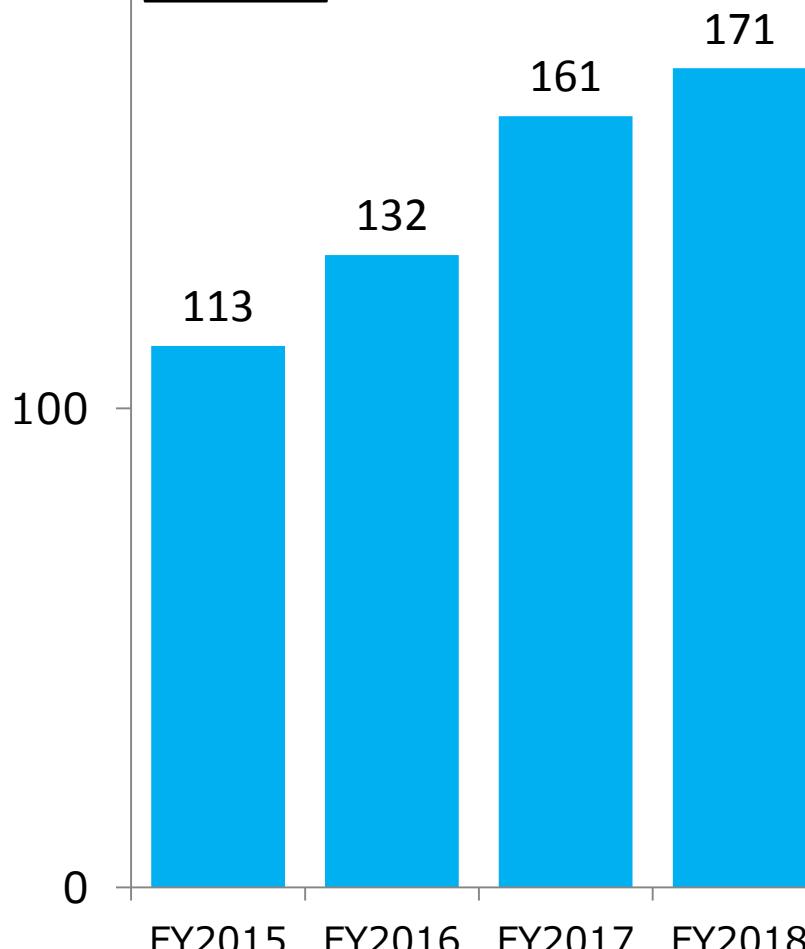
## 5.中期経営計画の進捗 (⑤アジア市場の拡大)

### 定番商品に加え「ゾイド」「爆丸」など積極展開

(億円)

200

アジア



※売上高は顧客の所在地を基礎としています。

2019年4月

日本、アジアでの玩具販売開始！



# 5.中期経営計画の進捗 (⑥欧米の完全立て直し)

## 現状認識

- ✓ キャラクター商材販売終了
- ✓ ベビー用品を主として売上未達



売上高減少

## 新商品投入による売上拡大を目指す

新規商品の展開

日本開発グローバル商品の展開

新規ラインの展開

コアブランドの強化



JOHN DEERE



農耕車両玩具

John Deere products under license with Deere & Company



ベビー用品

© TOMEY

## 5.中期経営計画の進捗 (⑥欧米の完全立て直し)

### 新商品投入による売上拡大を目指す

#### 新規商品の展開



#### コアブランドの強化



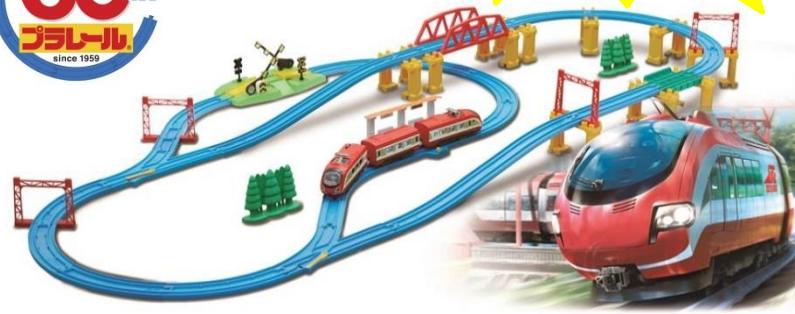
# 6. 今後のトピックス



2019年4月  
TV放送  
玩具シリーズ展開開始



2019年4月  
TVアニメ放送開始  
玩具シリーズ展開開始



PLARAIL 60周年

2019年4月  
TVアニメ放送開始  
2019年5月  
玩具シリーズ展開開始



世界160以上の国と地域で放送の大人気アニメ

# 6. 今後のトピックス (プラレール60周年)

## <60周年イベント情報>



### 60周年記念商品

「プラレール「レールも！車両も！情景も！60周年ベストセレクションセット」 (2019年7月発売)



「両国プラレール駅」が  
JR両国駅前に登場  
(2019年2月9日~4月7日)

### 「京都鉄道博物館：60周年企画展と“巨大な青いレール”」

2019年3月23日~5月7日



「リゾート21“赤いプラレール号”を期間限定で運行  
(コラボ期間は2019年3月31日~6月30日まで)

### 「プラレール博 in TOKYO」

2019年4月26日~5月6日



JR九州:子どもたちの夢を叶える  
九州全土で「ドリームスタンプラリー」実施

【前期】2019年4月27日~6月30日

【後期】2019年7月1日~9月1日



## <プラレールの進化>

### これまでの主な変遷

#### 初の電動車両

「電動プラ汽車セット」(1961年)



#### 初の実在する車両

「プラ電動夢の超特急ひかり号レールセット」(1964年)



#### 初のライト付き車両

「ライト付ひかり号」(1979年)



#### 初のサウンド搭載車両

「おしゃべりトーマスセット」(2000年)



### 現在展開中の商品例



初のホームドア搭載駅  
スマホ連動でA R機能が楽しめる！

「今日からぼくが駅長さん！ガチャッ！アクションステーション」

ロボットに変形&合体！  
「デラックスシンカリオン」シリーズ



1歳半から遊べる入門アイテム  
「はじめてのプラレール」シリーズ



英語が学べる機能を搭載

「OT-01 おしゃべりトーマスえいごプラス」



# 6.今後のトピックス



‘19年ディズニー、ピクサー、マーベル、スター・ウォーズ映画  
玩具化ライセンス取得

## 7.取締役会の充実

### コーポレートガバナンスを強化

2018年度

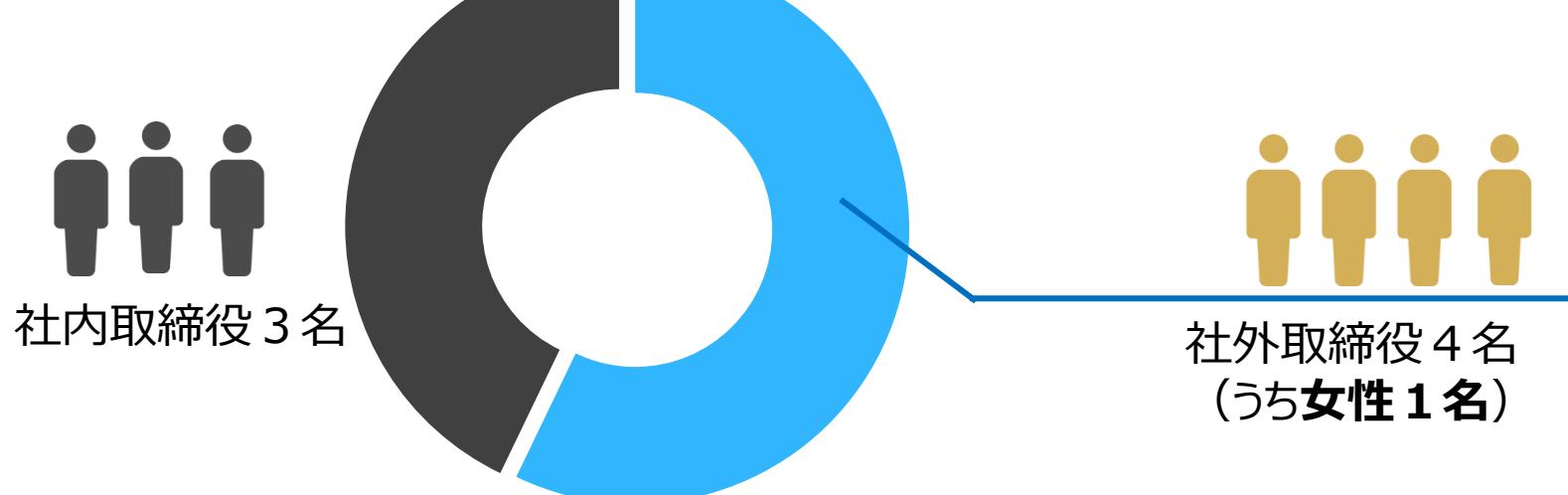
#### 女性取締役 選任

- ✓ ダイバーシティの推進

2019年度

#### 社外取締役 過半数へ (2019年6月の株主総会後)

- ✓ 取締役会の透明性の確保



# 8. C S R

## 1次PJT

タカラトミーの取り組みを整理  
(過去～現在のC S R)

体系的に整理し、ホームページに  
開示



「社会的責任の国際ガイドライン  
I S O 26000」を活用

## 2次PJT

骨子とるべき姿の策定  
(現在～未来のC S R)

タカラトミーグループC S Rの“るべき姿”  
「世界中の子どもたちと友だちになる」こと

私たちの事業を通じた社会貢献  
6項目の特定



S D G s すべての目標  
の達成に対して、直接的、間接的に貢献

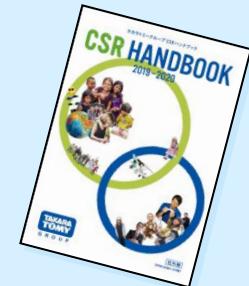
## 3次PJT

重要課題（マテリアリティ）  
の特定を進める

重要課題特定後、課題解決に  
向けた取り組み開始

日々の業務の中にC S R的な考え方  
を取り入れて、具体的な行動に反映  
できる環境づくりが必要

全社員にC S Rハンドブックを配布



現在



G R O U P

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。