

ペロズレポート
統合報告書 2022

PERO'S REPORT 2022

東映アニメーション株式会社



世界の子どもたちに 「夢」と「希望」を提供する “創発企業”となる。

※“創発企業”とは、「想像力と工夫を持って、新たな作品やビジネスを創造・発信していく企業」を意味します。



東映アニメーショングループでは、「IP※を戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。日本最大・世界有数の作品数を有するアニメーション製作会社としての競争優位性を基盤に、魅力的でインパクトのある新たな作品を創作し、世界に届けることを根子に、収益化の機会を限りなく広げていくことを最重要課題として掲げています。

※ IP (Intellectual Property) : 映像・キャラクターの著作権や商標権などの知的財産権



新規IP創出数の増強と
IPライフサイクルの
長期化

新規IP創出を加速するとともに、産み出した作品を自ら育成・発展させ、IPライフサイクルを長期化することで、作品ファンの親子二世代化・三世代化(エバークリーン化)を目指します。



顧客接点の拡大と
IP当たり収益規模の
伸張

これまでに当社が獲得してきた作品製作や権利運用のノウハウを活かし、既存ライセンス事業に加えて、IPの育成・発展に寄与する自社事業にも注力し、IP当たりの収益規模の最大化を目指します。



日本発IPの増強と
海外発IPの強化

国内市場から海外市場へとビジネスフィールドを一層拡大し、従来からの日本発IPの海外輸出をより強化するとともに、海外においては、ハリウッド・ビジネスへの参入、メジャースタジオとの連携によるグローバル・ビジネスを展開します。また欧州・中国市場では、現地製作の推進に取り組み、文化・規制などの事業障壁を乗り越え、世界に冠たる「東映アニメーションブランド」の確立を目指します。



IP別に目的特化した
製作体制構築と
2D/3D先端技術の統合

IP・顧客セグメント別の訴求ポイントを明確化するとともに、国内外の提携スタジオのノウハウ・人材ネットワークの有効化と最適化により、子どもから大人まで幅広いファンを魅了する作品を創作していきます。また、独自の演出・作画技法をはじめとする当社の伝統技術とCG・AIなどの革新技術を融合し、全く新たな映像表現を産み出す製作スタジオを目指します。

CONTENTS

- 01 経営理念 / 中長期戦略
- 03 成長の足跡と培ってきた力
- 05 時代をリードした主な作品
- 07 価値創造プロセス
- 09 ビジネスモデル
- 13 トップメッセージ

- 15 外部環境認識と中長期戦略進捗
- 17 財務戦略
- 19 デジタル戦略
- 21 グローバル戦略
- 23 アニメーション製作のプロセス
- 25 事業紹介

- 29 ガバナンス / 主要なリスク
- 31 環境への取組み
- 33 社会への取組み
- 35 業績ハイライト / 会社・投資家情報

将来見通しに関する注意事項

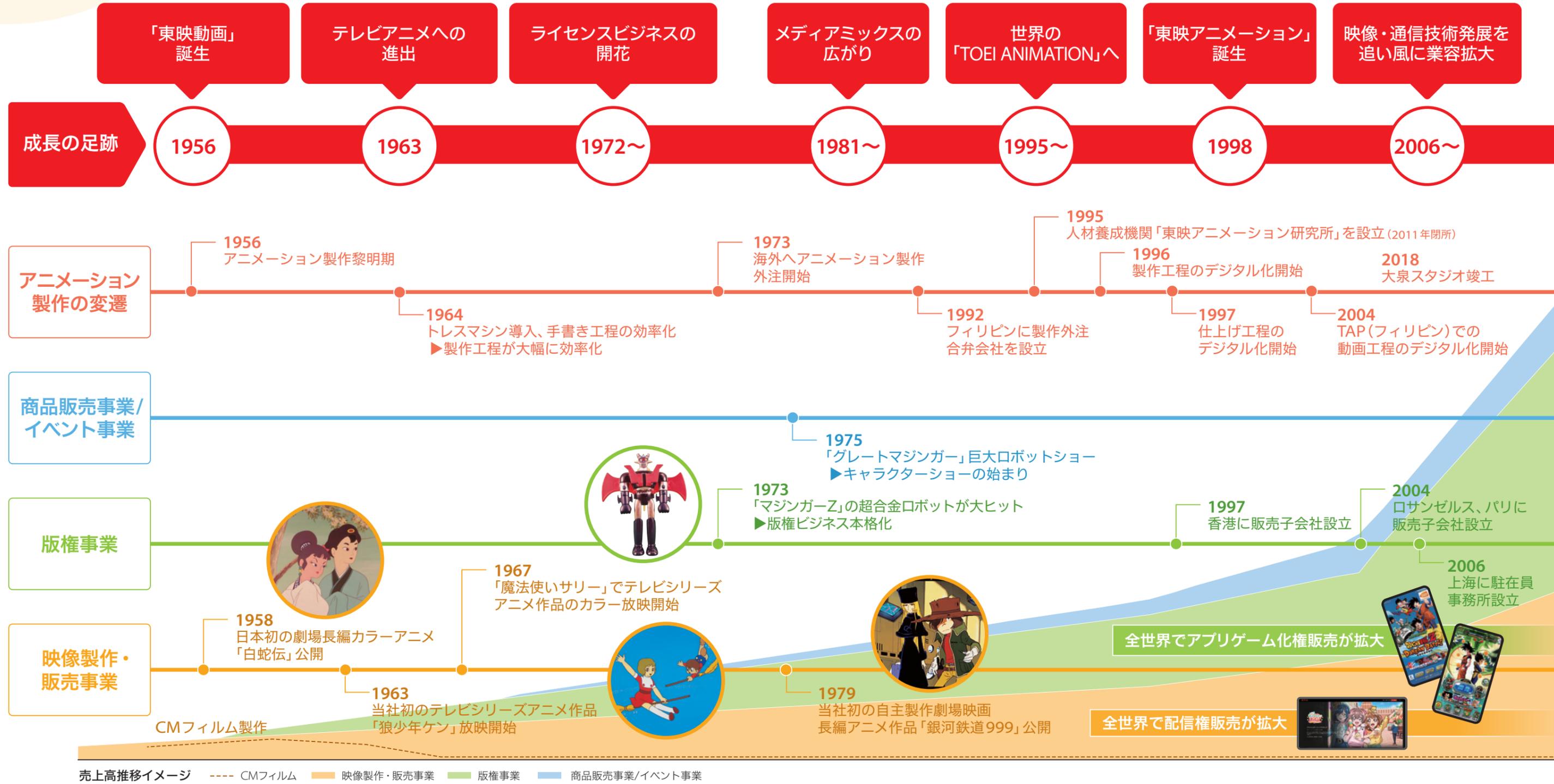
当資料に記載されている内容は、現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいており、記載された将来の計画数値、戦略、施策の実現を確約、保証するものではありません。

成長の足跡と培ってきた力

東映アニメーションは、アニメーションの製作をはじめ、時代の変化と視聴者のニーズをとらえた事業展開でアニメビジネスのトップランナーとして成長してきました。

培ってきた力

- 世界に誇る企画製作力** ヒットメーカーとして魅力あるコンテンツを創造
- 比類なき営業力・展開力** 保有する豊富なコンテンツを多方面で積極展開
- 世界を翔けるアニメーション** 世界に誇る日本の代表作品を世界規模で展開する力



時代をリードした主な作品

東映アニメーションは、1956年の創立以来、さまざまなヒット作品を生み出し、世界に届けてきました。



白蛇伝
日本初のフルカラー長編アニメ映画



狼少年ケン
当社初のテレビシリーズアニメ

1958

1963

1966

1972

1975

1986

1992

1999

1999~

2004~



UFOロボ グレンダイザー
海外市場初の大ヒット
(フランス・イタリアなど)



魔法使いサリー
日本初の女の子向けアニメ



マジンガーZ
巨大ロボットアニメの金字塔
玩具などアニメビジネスの元祖



美少女戦士セーラームーン

ドラゴンボール



デジモンアドベンチャー
全世界60カ国以上で放映されメカヒット



プリキュア
女の子向けの大人気シリーズ



ワンピース

価値創造プロセス

東映アニメーションは、半世紀以上にわたる歴史により蓄積された製作ノウハウを有しています。誕生当時から、「東洋のディズニーを目指す」というスローガンのもとアニメーション製作を開始し、世界の人々を魅了する数多くのコンテンツを創出してきました。その結果、当社は、「子ども向け漫画原作×テレビ×玩具」を強みに持つワンソース・マルチユースのアニメーション製作のリーダーとなりました。成長の基盤となったのは、企画、製作、営業の三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作です。当社は、アニメーション製作に必要な全てのファンクションを自社内に持っています。

今、私たちは、少子化やテレビ視聴率の低下、消費者ニーズの多様化といった事業環境の大きな変化に直面しています。こうした大きな変化にあっても、ワンストップのアニメーション製作は、スピード感あるポートフォリオ変革を可能とします。今後は、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。

培ってきた力

1 世界に誇る企画製作力

ヒットメーカーとして 魅力あるコンテンツを創造

- 半世紀以上にわたる歴史に蓄積された製作ノウハウ
- フルデジタル対応可能な製作工程
- 2D/3D技術融合による先進的な映像表現

2 比類なき営業力・展開力

保有する豊富なコンテンツを 多方面で積極展開

- 日本最大・世界有数の作品数
- キャラクタービジネスのトップランナー
- 保有する世界有数のコンテンツ全てをデジタル化

3 世界を翔けるアニメーション

世界に誇る日本の代表作品を 世界規模で展開する力

- アメリカ、フランス、香港、上海に現地法人、フィリピンに製作拠点を設置し、日本を含めた6拠点体制を確立
- 豊富な経験と実績に裏付けられた海外事業ノウハウ
- よりグローバルな作品展開を実現する海外企業との共同製作体制

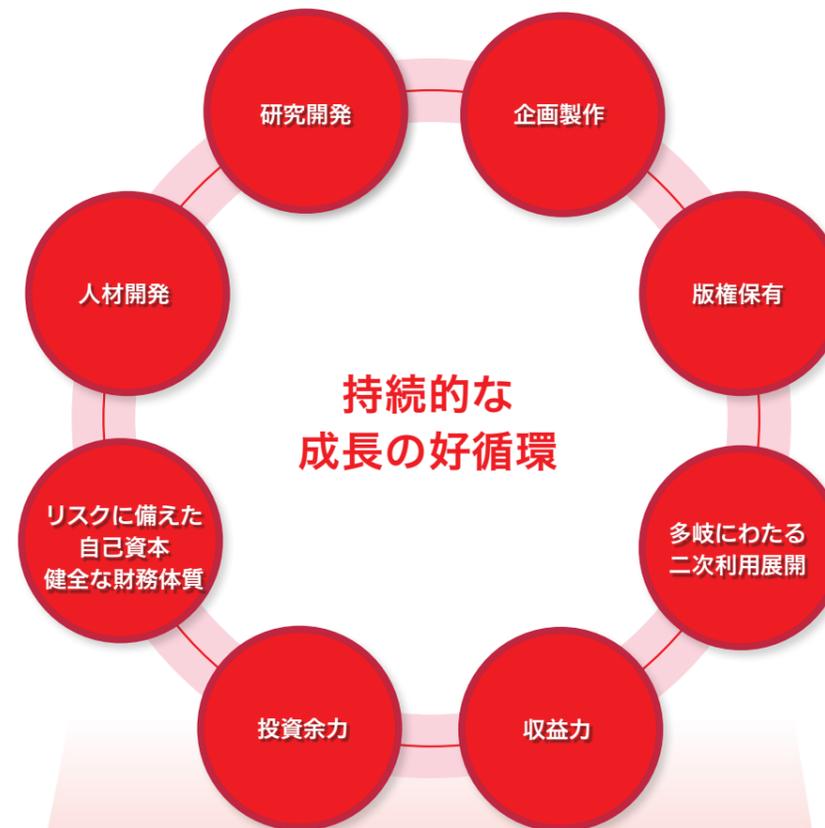
ビジネスモデル

- 企画、製作、営業の三位一体運営によるワンストップ型総合アニメーション製作
- IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開

貢献するSDGs



インプット



持続的な
成長の好循環

大切な価値観
「世界の子どもたちに
夢と希望を与える」

ガバナンス

生み出している価値

貢献するSDGs



世界の人々を魅了するコンテンツ

- 映画 **258**本
- テレビ作品 **231**作品
- 総話数 約 **13,300**話



アニメーションを通じた国際交流

- 放映国 **100**カ国以上
- 世界拠点数 **5**カ所
(アメリカ、フランス、香港、上海、フィリピン)



アニメーション製作の プロフェッショナル人材

- クリエイター 約 **750**名



健全な財務体質・高い収益性

- 売上高 **57,020**百万円
- 自己資本比率 **75.7**%
- ROE **14.2**%
- EPS **313.46**円

ビジネスモデル

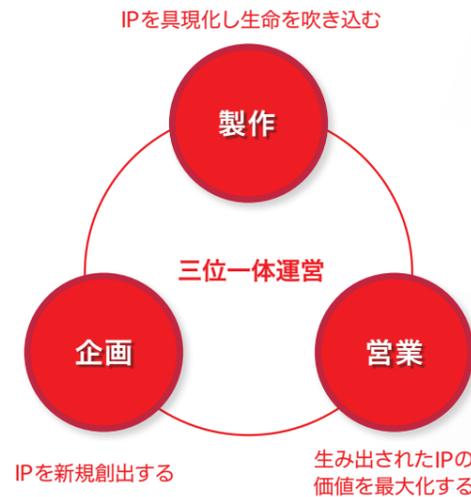
企画、製作、営業の三位一体運営による ワンストップ型総合アニメーション製作

東映アニメーションは、企画・製作から二次利用まで幅広い展開を行っている、ワンストップ型総合アニメーション製作会社です。アニメーション製作に必要な全てのファンクションはもちろんのこと、著作権ビジネスのノウハウ、二次利用展開力、収益性と投資管理、そして健全な財務体質といった、ビジネス全般の力も備わっています。

当社ビジネスの特徴は、企画、製作、営業の三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作です。クリエイターには作りたい映像があり、スポンサーであるクライアントには、視聴者の思いを取り込み、二次利用などで作品の幅を広げたいという目的があります。私たちの三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作は、こうしたステークホルダーの多様なニーズを企画の段階から取り込むことを可能とし、製作、営業との連携プレーで、アニメーション作品をビジネスとして収益化します。

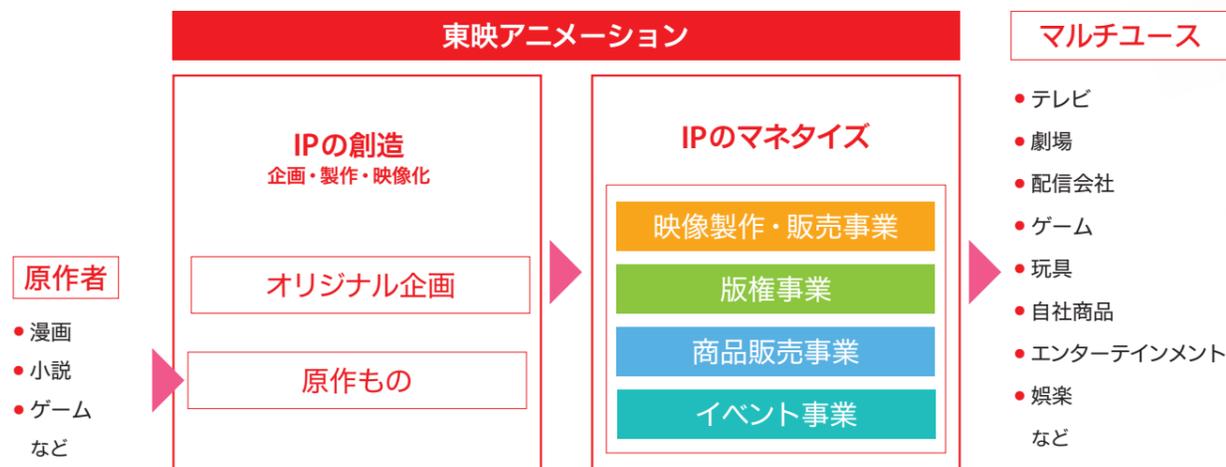
また、当社が有するこの総合力は、多様なニーズを考慮した作品づくりだけでなく、著作権から二次利用展開（マルチ

ユース)を図り、作品を成長させて収益を拡大させることを可能とします。この収益力は、新規作品の企画製作、研究開発、そして、その担い手である人材への投資に直結する重要な要素です。



映像製作力を有するIPホルダー

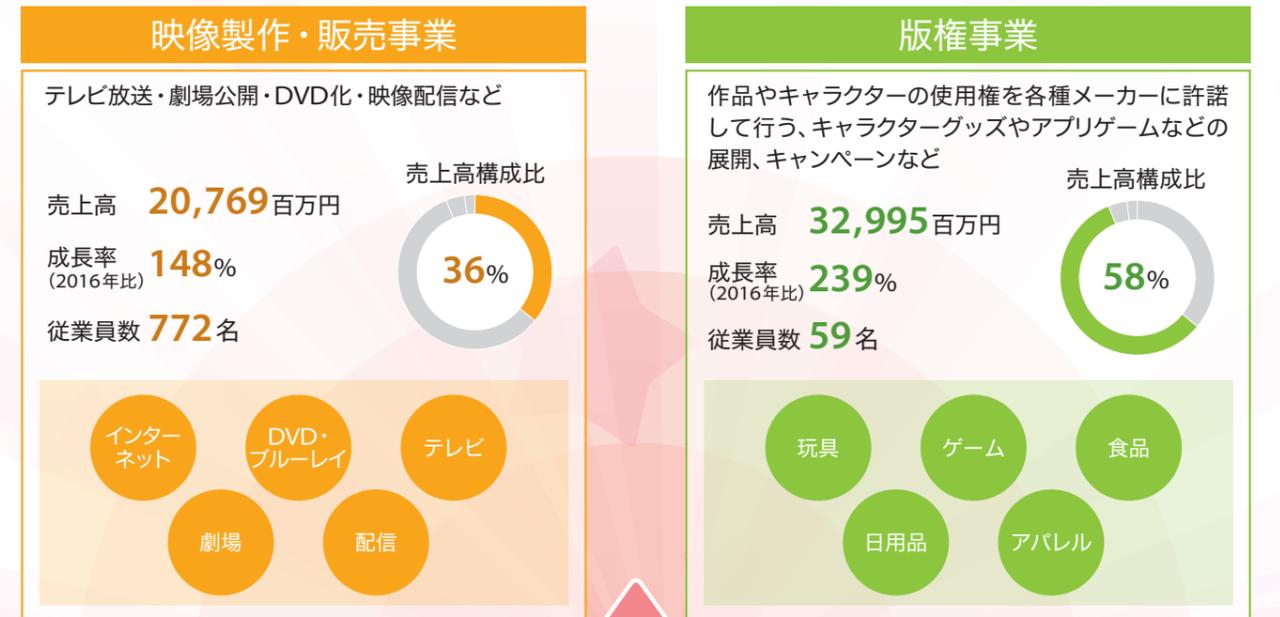
当社は、自ら作品を生み出すだけでなく、マネタイズ(収益化)することでIPの価値を最大化するIPホルダーです。



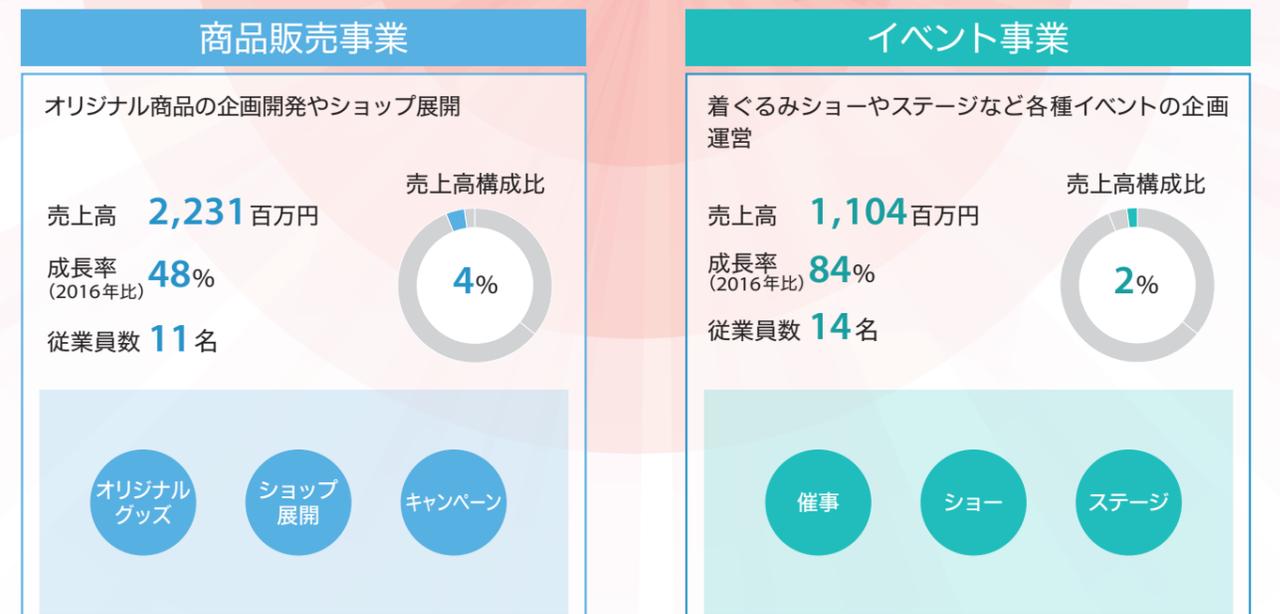
ワンソース・マルチユースの事業展開

東映アニメーションの営業部門は、映像製作・販売事業、著作権事業、商品販売事業、イベント事業に分けられます。ワンソース・マルチユースを基本とし、企画・製作から二次利用展開まで一気通貫したビジネス展開を行うことで作品を成長させ、人気を高め、収益力を向上させることを可能としています。

実績：2022年3月期

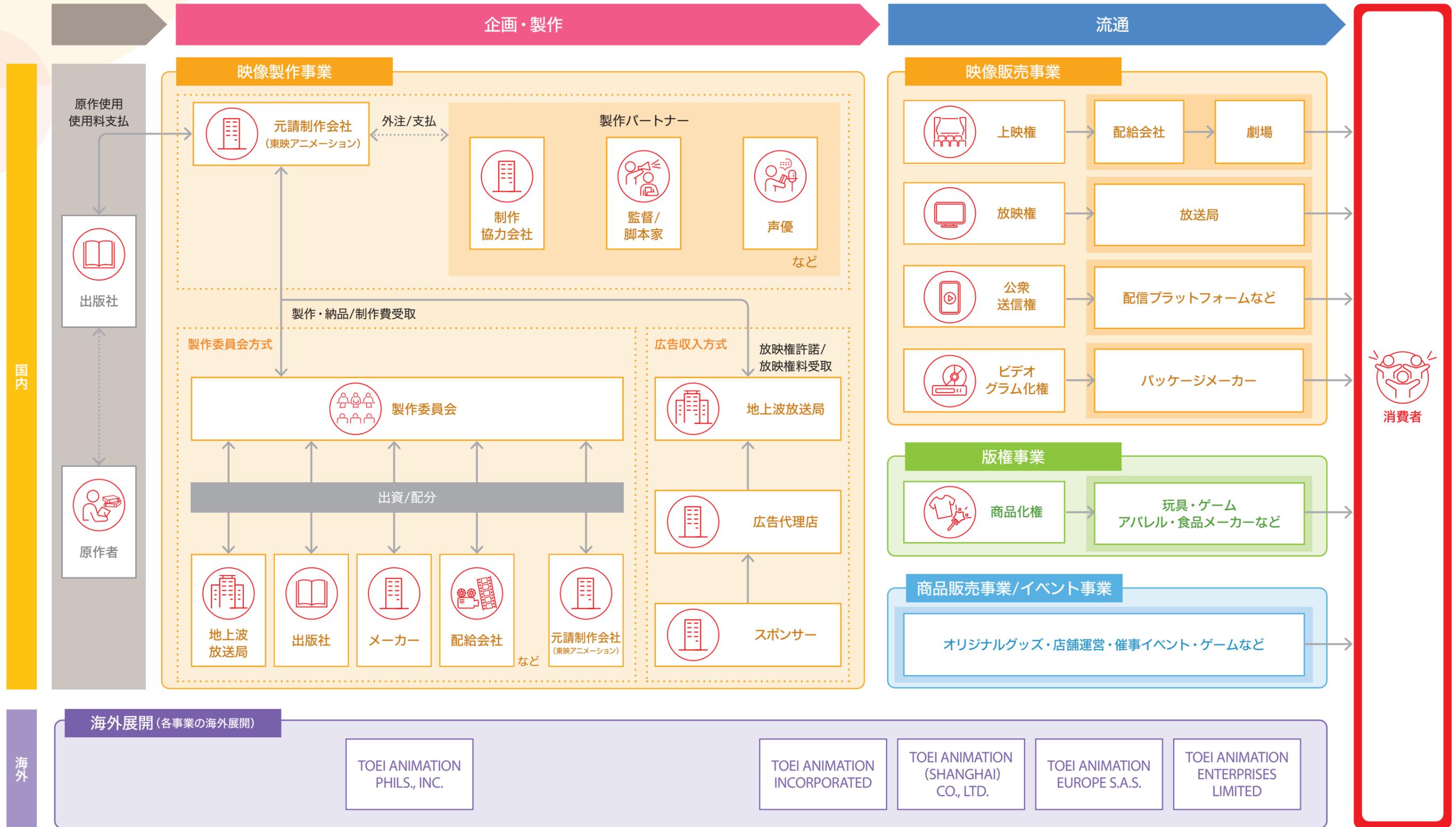


ワンソース アニメーション作品 マルチユース



事業別ビジネスモデル

東映アニメーションは、アニメーション製作で創出した作品 (IP) の流通、海外展開まで一貫して担っています。



トップメッセージ

海外戦略の三本柱で 文化・価値観の違いを乗り越え、 世界に作品を届けます

代表取締役社長

高不 勝裕



海外事業の売上高比率が通期過去最高、 売上高・各利益とも過去最高を記録

2022年3月期は、海外版權事業においてゲーム化権・商品化権販売が好調に推移したことや、国内外で映像配信事業が好調だったことから、前期比で増収増益となりました。収益性の高い海外事業の売上高比率が通期過去最高を記録し、売上高・各利益とも、過去最高を記録しました。

中長期の海外戦略について

2020年時点でのグローバルのアニメ市場規模は30兆円※1

を超えています。それに対して当社の売上高はこの本決算で570億円に過ぎません。世界市場はさらに拡大中であり、当社の事業の拡大余地は非常に大きいと考えています（図1 グローバルのアニメ市場規模と当社シェア）。

その海外市場を開拓していく当社の海外戦略を表したのが図2 海外戦略の三本柱です。

「海外輸出型ビジネス」は、これまで当社がメインに取り組んできた海外事業です。日本で作ったIPを、それが受け入れられやすい海外の国・地域を狙って展開し、利益を得るモデルで、特に近年の当社の業績をよく支え、大きく伸ばしてくれました。一方で、文化や価値観の違う国には受け入れられにくく、さまざまな規制に阻まれるなど、当社

図1 グローバルのアニメ市場規模と当社シェア

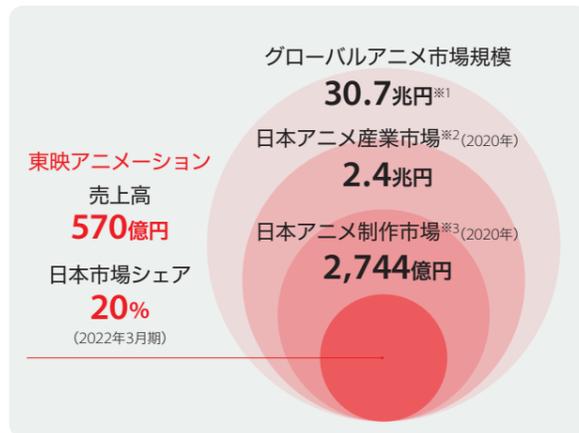
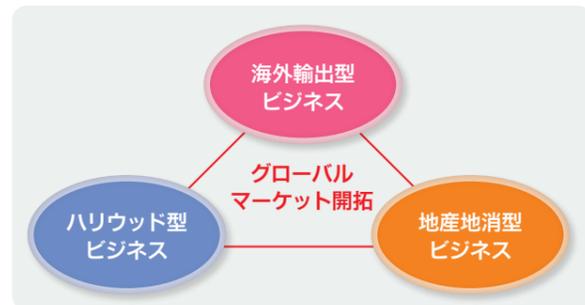


図2 海外戦略の三本柱



※1 2020年度予想値は\$270bn 為替レートは1米ドル=113.71円を使用 出所: Statista『Animation market size worldwide 2020』
 ※2 ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ産業市場規模 出所: 日本動画協会『アニメ産業レポート2021』
 ※3 商業アニメ制作企業の売上高を推定した狭義のアニメ市場 出所: 日本動画協会『アニメ産業レポート2021』

の力を100%出し切ることが難しいモデルでもあります。

そこで、2本目の柱となる「ハリウッド型ビジネス」に注力を始めています。日本のアニメとしての流通網ではなく、世界の映画市場のメインストリームに乗せることで、アニメのコアファンだけでなく、世界に広く作品を届けるモデルです。

3本目の柱が、「地産地消型ビジネス」です。特定の国・地域に入り込み、現地のクリエイターとともにIPを作り上げ、浸透させるモデルです。「日本という外国のアニメーション」ではなく、「その国で生まれた作品」にすることで、文化・価値観の違いや対外規制による障壁を乗り越えて作品を届けられると考えています。

この3本のビジネスモデルで、「世界で『東映アニメーションブランド』を確立する」という目標に向け、映像製作・事業会社としての立場を世界的に強めていきます。具体的な作品と本数については、性質（横軸）とターゲット（縦軸）をもとに図3 中長期のIPポートフォリオの4象限のとおり準備しています。

▶ 第1象限(右上) 世界向けオリジナルIP

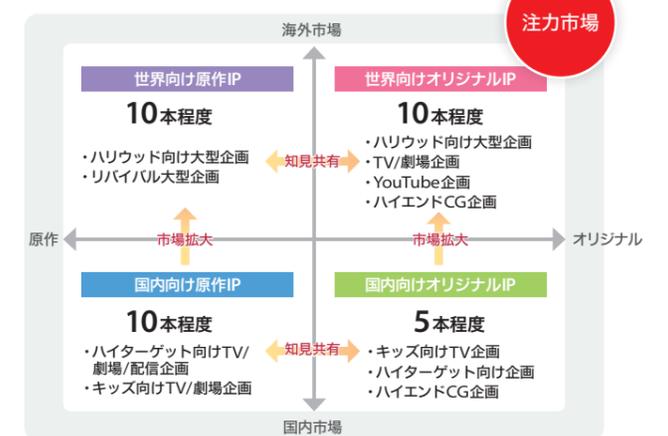
現在最も注力している象限です。東映アニメーションの名前をより周知し、外部の状況に左右されない確固たる地位を確立するため、自社IPを強化していきます。

公表されている作品では、数年前から準備を進めている日中米共同製作のアニメーション映画「The Monkey Prince(仮)」や円谷プロダクションと共同製作のCGアニメーション「KAIJU DECODE 怪獣デコード」がここに位置します。世界的にも有名な韓国の総合エンターテインメント企業・CJ ENMとの業務提携協定による、グローバル市場向けのIP創出も進めています。世界向けオリジナルIPの新規作品はもちろん、第2象限にあたる世界向け原作IPにおいても、両社の持つ作品のアニメ化・実写化を含め、2023年からの順次展開を目指します。

▶ 第2象限(左上) 世界向け原作IP

次に準備している作品数が多い象限です。魅力的なストーリーやキャラクターがすでに構築され、ファンがついている原作を、世界的に展開することで大規模な収益化を狙います。新規IPの発掘だけでなく、ライブラリー作品の定期的な映像化や続編・リポート展開により、大きなムーブメントを全世界で起こしたいと考えています。

図3 中長期のIPポートフォリオ



現在公表されている作品では、映画「ドラゴンボール超スーパーヒーロー」、劇場版「ONE PIECE FILM RED」、映画「THE FIRST SLAM DUNK」、ハリウッド実写映画版「Knights of the Zodiac(聖闘士星矢)」が挙げられます。今後も映像の形態や媒体にとらわれず、IPを多様に活用して世界的に価値を高められるよう、注力していく方針です。

▶ 第3象限(左下) 国内向け原作IP

▶ 第4象限(右下) 国内向けオリジナルIP

当社がこれまで最も活発に展開してきた得意分野ですが、国内は少子化などの要因で成長性が低いと見込まれています。国内が主なターゲットであっても、最終的には国内に留まらず世界でヒットし収益を上げられるIPとなるよう、意識して構築していく方針です。

以上のように、左の2象限で既存のファン層を活かして安定的にヒット作品を作り、そこで生まれた利益を原資として右の2象限の取組みを行います。これまで培ってきた海外ビジネスのノウハウやネットワークを最大限に活かして新たな市場を開拓するとともに、そこで得た知見を全体の展開の活性化につなげ、良いサイクルを生み出すことを目指します。

海外向け作品の準備はようやく整ってきたところですが、作品本数や展開時期などは、今後随時アップデートしていく所存です。

ステークホルダーの皆さまにおかれましては、今後ともより一層のご支援とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

外部環境認識と中長期戦略進捗

外部環境認識

- コンテンツ世界市場の拡大予測 (2018年128兆円→2023年141兆円)
※ METI「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」令和2年2月
- デジタル技術の急速な発展
- 少子化、テレビ視聴率の低下、消費者ニーズの多様化
- 長期的な企業価値向上に不可欠なサステナビリティ戦略の推進

中長期IPポートフォリオ

東映アニメーションは、魅力的な作品を中長期的に展開していくことで、グローバルマーケットを開拓していきます。



	見込み					
	2023年		2024年		2025年	
	映画	シリーズ等	映画	シリーズ等	映画	シリーズ等
世界向けオリジナルIP	1本	2本	1本	1本	0本	2本
世界向け原作IP	4本	3本	1本	2本	2本	1本
国内向け原作IP	2本	6本	2本	3本	0本	1本
国内向けオリジナルIP	2本	4本	2本	3本	1本	0本

(注) 作品ラインナップ数は、2022年9月30日時点のものです。今後、作品本数は変動します。

2023年までの展開スケジュール

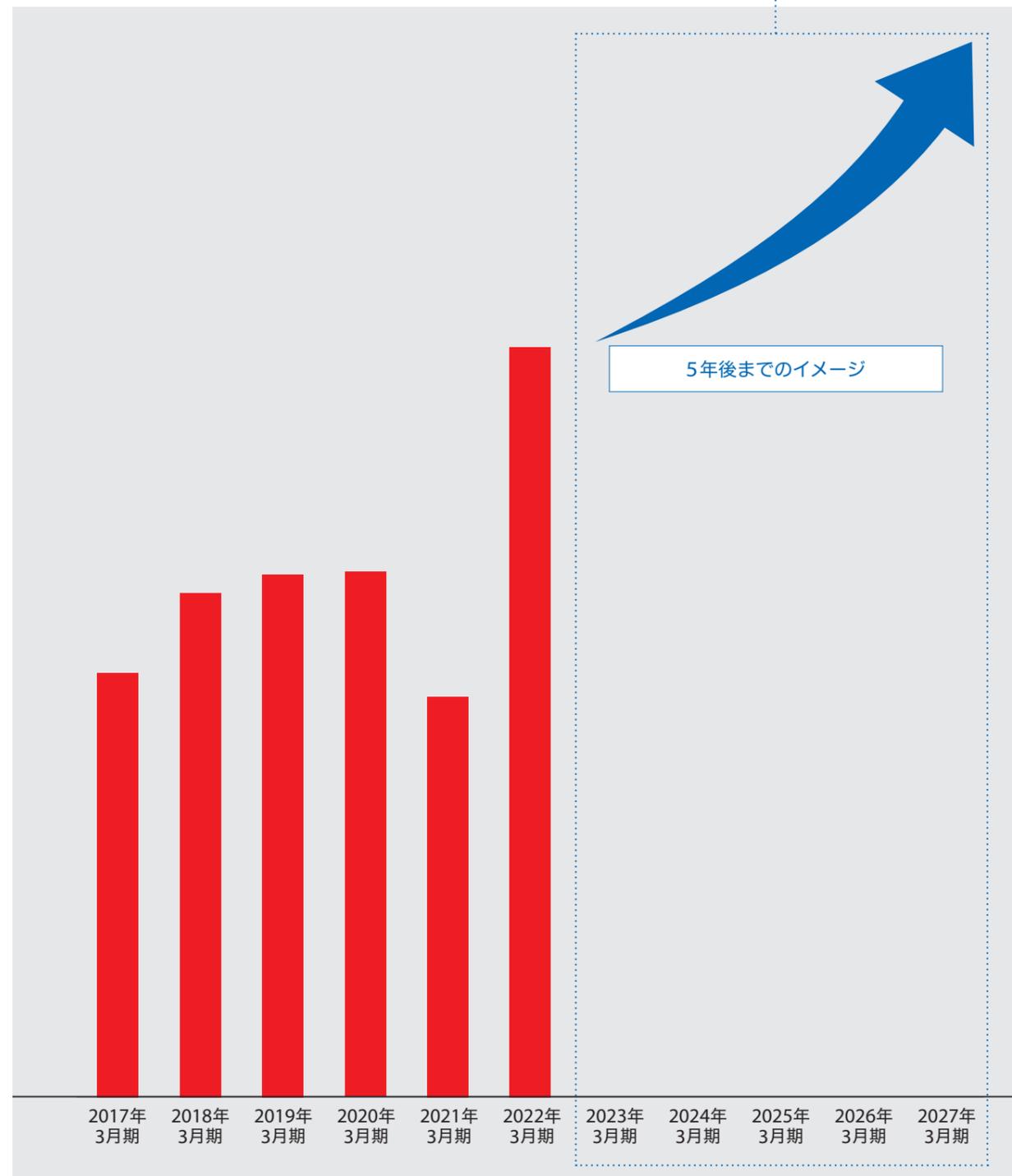
展開時期	作品	分類
2022年 2月	「デリシャスパーティ♡プリキュア」	国内向け原作IP
3月	「映画おしりたんていシリーズ」	国内向け原作IP
4月	「ミラキュラス レディバグ&シャノワール」	世界向け原作IP
6月	映画「ドラゴンボール超 スーパーヒーロー」	世界向け原作IP
8月	劇場版「ONE PIECE FILM RED」	世界向け原作IP
12月	映画「THE FIRST SLAM DUNK」	世界向け原作IP
2023年 初夏	劇場版「美少女戦士セーラームーンCosmos」前編・後編	国内向け原作IP
秋	映画「鬼太郎誕生 ゲゲゲの謎」	国内向け原作IP
未定	「悪魔くん」Netflixシリーズ	世界向け原作IP
未定	ハリウッド実写映画版「Knights of the Zodiac(聖闘士星矢)」	世界向け原作IP
未定	映画「The Monkey Prince(仮)」	世界向けオリジナルIP



財務戦略

東映アニメーションは、キャッシュフローを重視し、中長期的な視点で成長投資と株主還元のバランスをとった経営を推進する方針です。

営業キャッシュフローの推移

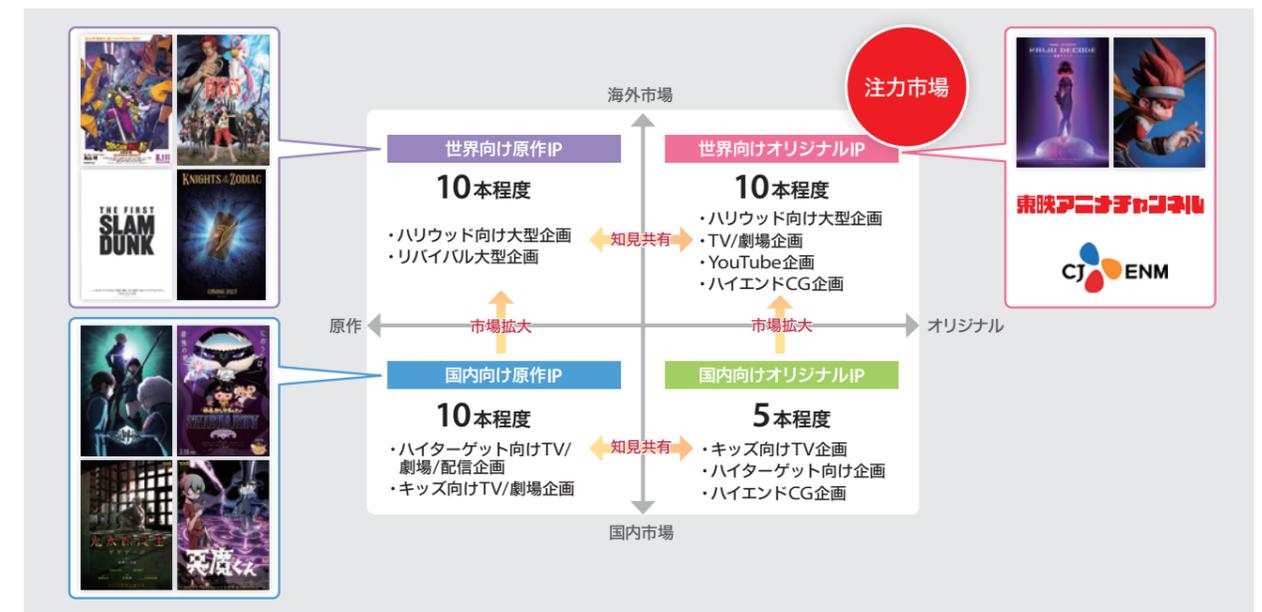


キャッシュアロケーション

作品づくりを中心とした成長投資

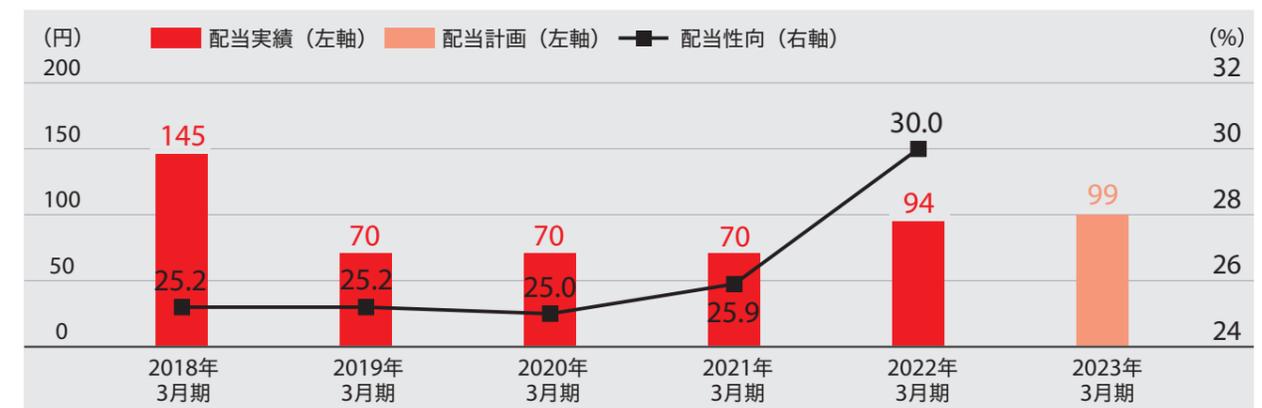
当社は、アニメーション業界のグローバル・リーディングカンパニーになるべく、作品製作、製作体制の充実を図るとともに、成長が期待されるビジネスに積極的に投資します。

2026年3月期までのポートフォリオ



安定的な株主還元

当社は、株主の皆さまの利益確保を重要な経営目標の一つと考えており、中長期的な事業計画に基づく積極的な事業展開のための内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続的に実施していくことを基本方針としています。



デジタル戦略

東映アニメーションの製作における課題として、アニメーターの人手不足があります。当社では、この課題に対し、① デジタル戦略、② 人材戦略の2方面から解決に向けた取り組みを行っています。

解決策 1 **デジタル戦略**
3DCGによる背景製作

解決策 2 **人材戦略**
東映アニメーション作画アカデミーの設立 [P33 社会への取り組み](#)

デジタル戦略 3DCGによる背景製作

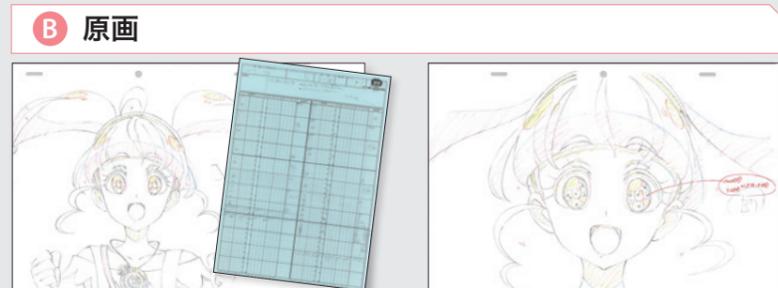
アニメーションのクオリティを担保するため、原画マンが描いた背景原図を社内の作画監督や美術担当が書き直す作業が発生しており、この工程が製作の下流工程の遅延につながっています。その課題を解決するため、当社は、CG・XR・AIなどの技術開発に取り組む製作部テクノロジー開発推進室を中心に、既存の3DCGソフトに当社独自の3DLO用の

アドオンを開発、2021年10月に公開した「映画トロピカル〜ジュ!プリキュア 雪のプリンセスと奇跡の指輪!」に導入しました。3DCGで背景モデルを作成することでクオリティの高い背景原図の描画が可能となり、修正作業の軽減が実現しました。当社は、デジタル技術の開発・活用により、ハイクオリティかつハイスピードの製作の研究開発を行っています。

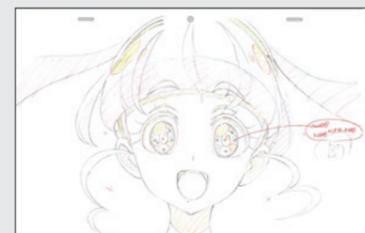
従来の製作工程と3DCG原図の比較



シナリオをもとに、演出方法などを各スタッフに伝えるために、作品の設計図ともいえる説明用の絵を描きます。



絵コンテをもとに場面ごとに構図を決め、キャラクターの芝居やアクションの要となる絵を描きます。

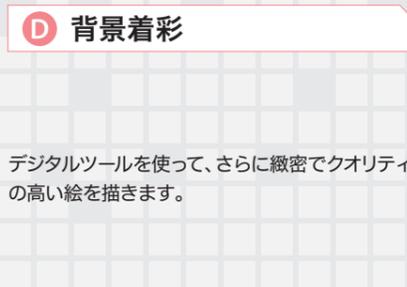


キャラクターやアイテムなどの基準となる色を決めます。



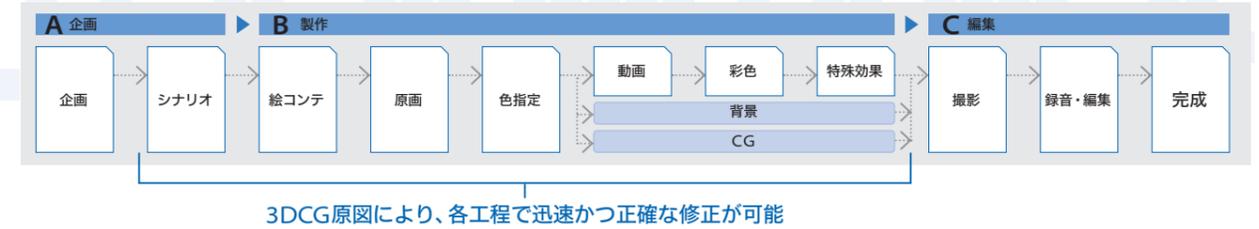
キャラクターの後ろにある背景を描きます。

この段階で作画監督、美術担当が原画を修正する手間が発生し、作業スピードの遅延につながっています。



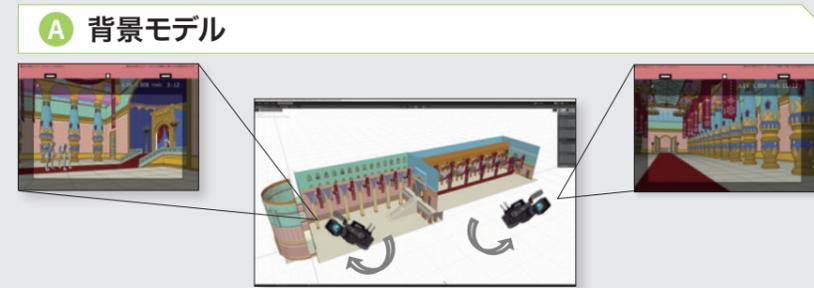
デジタルツールを使って、さらに緻密でクオリティの高い絵を描きます。

3DCG原図がアプローチする作業工程



3DCG原図のメリットとデメリット

- | メリット | デメリット |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 背景原図のクオリティが上がる ● 原図完成までのスピードが速い ● 背景美術作業時の加筆修正が少ない | <ul style="list-style-type: none"> ● 背景モデルの準備が必要 ● 原画マンに難しいレイアウトが要求されることがある ● CGの操作を覚える必要がある |

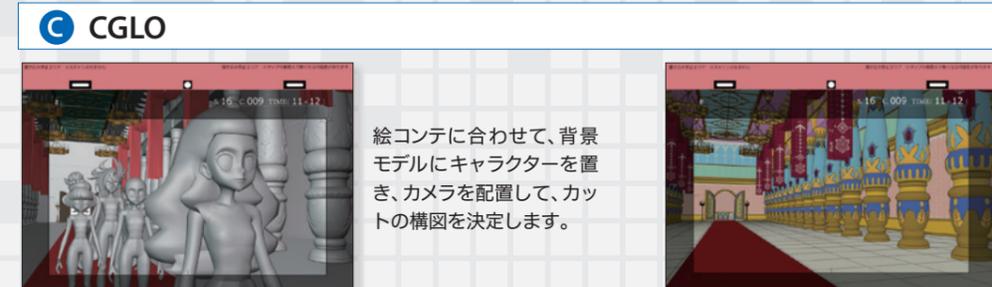


背景モデルを作成します。作成後は、背景モデル内で実写映画のカメラマンのようにカメラの角度を切り替えるだけで背景を設定することができます。

背景原図のクオリティが高いため、作画監督、美術担当による加筆修正が少ないです。



シナリオをもとに、演出方法などを各スタッフに伝えるために、作品の設計図ともいえる説明用の絵を描きます。



絵コンテに合わせて、背景モデルにキャラクターを置き、カメラを配置して、カットの構図を決定します。

地塗り背景を出力します。

グローバル戦略

東映アニメーションは、創業した1950年代より、アニメ作品を海外市場に展開してきました。国内を主なターゲットとする作品も、最終的には世界で収益を生み出すIPとなるよう構築していく方針です。

海外市場開拓の三本柱

グローバルのアニメ市場は拡大傾向にあります。当社は、映像製作会社として国内で培ってきた企画開発、出資、製作、宣伝、配給の機能とノウハウ、長年にわたる海外展開の経験を有しており、海外においてもIPビジネスをコントロールすることが可能です。

この強みを活かし、当社は、「世界で『東映アニメーションブランド』を確立する」という目標達成のため、「海外輸出型ビジネス」、「ハリウッド型ビジネス」、「地産地消型ビジネス」の三本柱で、映像製作・事業会社としての立場を世界的に強めていきます。



各ビジネスモデルの概要

海外輸出型ビジネス

日本で作ったIPを、それが受け入れられやすい海外の国・地域に展開する

- 配信、テレビ放映を積極的に展開し、ファン層を獲得
- ゲーム化、商品化などを多面的に展開し、顧客接点を増加



海外輸出の実績

- 海外配信販売の拡大に伴い、海外ゲーム化権の売上が増加（市場成長）
- 各市場にイベントやストア展開、ソーシャルマーケティングを活用し、ファン拡大
- 認知拡大に伴い、ブランドとのコラボ含む商品化権の売上も増加

ハリウッド型ビジネス

日本アニメとしての流通網ではなく、世界の映画市場のメインストリームに乗せる

- 多くの日本企業はハリウッドへの原作使用許諾、一部出資のみで収益が小さい
- 東映アニメーションは、ワンストップのアニメビジネス機能を持つ優位性を活かし、ハリウッドスタジオと対等の関係で収益拡大を目指す



日中米共同合作作品
「The Monkey Prince (仮)」



ハリウッド実写映画版
「Knights of the Zodiac (聖闘士星矢)」

複数企画進行中

地産地消型ビジネス

特定の国・地域に入り込み、現地のクリエイターとともにIPを作り上げ浸透させる

- グローバルでの収益伸長に向け、ニッチ市場からマス市場へのビジネス拡大を目指す
- 企画・製作キャパシティの拡大、各国でのマーケティング機能充足のため、現地パートナーと協業

北米・欧州・アジアに拠点を展開



アジア市場は上海に設立した合弁会社を中心に開拓

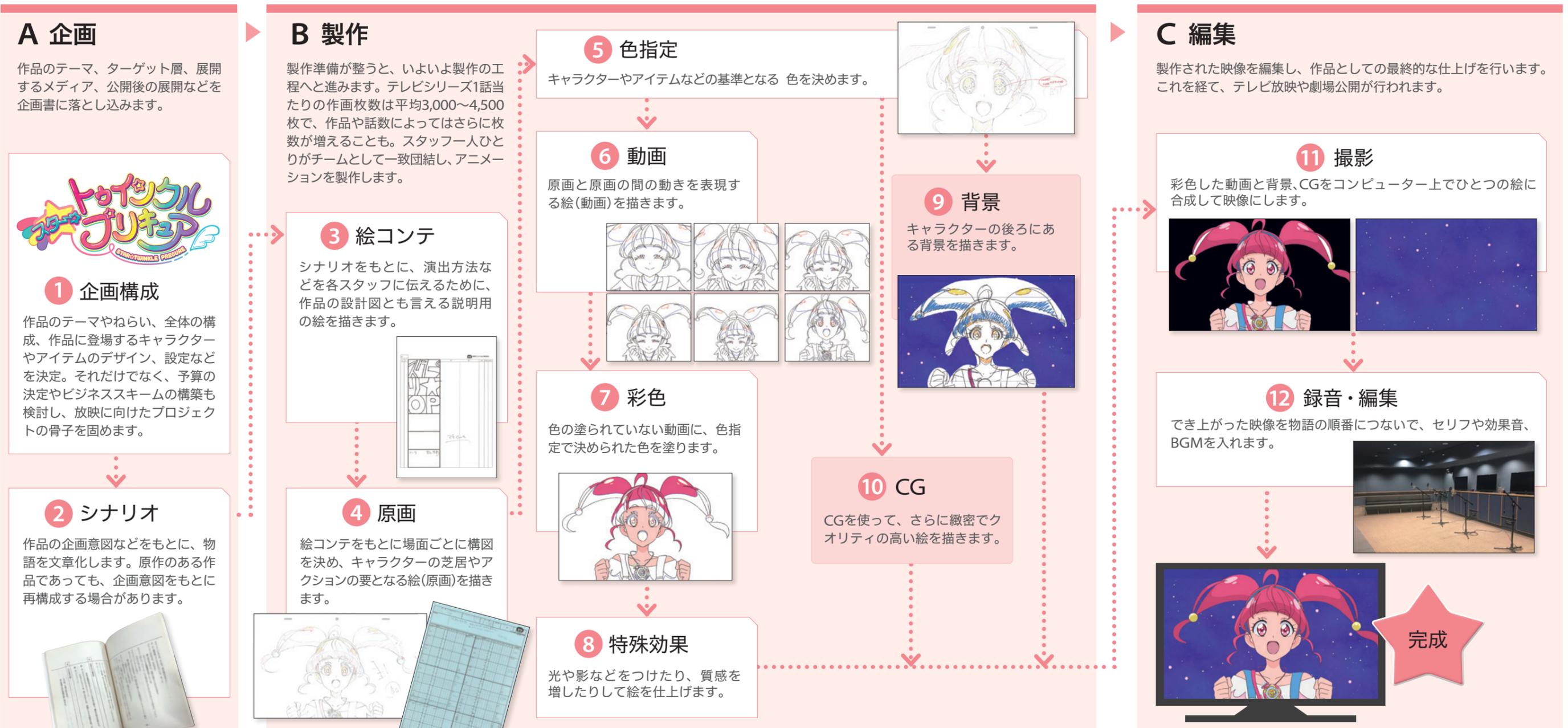


アジア市場開拓

- 海外コンテンツ規制が強化傾向にある中国市場においては現地に根差した展開が重要
- 中国およびアジア市場開拓を一層推し進めるため、中国のパートナー企業と合弁会社「東映動漫」を設立
- 中国をはじめとする中華圏向けコンテンツ開発を推進

アニメーション制作のプロセス

東映アニメーションは年間約250本もの作品を制作しています。それはスタッフ一人ひとりに作品に対するアツい思いがなければ決して叶えることはできません。ここでは、当社の誇る制作工程をご紹介します。



映像製作・販売事業

世界に誇る企画製作力

テレビアニメや劇場アニメなどを企画・製作し、テレビや劇場、ブルーレイ、DVD、配信プラットフォーム、スマートフォンなど、さまざまなメディアで展開しています。アニメーションの製作は東映アニメーションの原点です。当社は1956年の創立以来、時代を彩る数々の名作、ヒット作を製作してきました。ブルーレイ、DVDを中心とする当社アニメ作品のパッケージソフト化権の販売に加えて、配信プラットフォーム向けにも積極的に作品展開を行っています。

テレビアニメ

テレビでアニメーションの放送が始まった1963年、当社は日本初のテレビ用オリジナルアニメーション「狼少年ケン」でテレビ向けの作品製作を開始しました。テレビの隆盛とともに製作本数も飛躍的に伸び、時代を超え、親子2代で親しんでいただいている作品も数多くあります。

劇場アニメ

1958年、当社が製作した日本初の劇場用フルカラー長編アニメーション「白蛇伝」とともに、当社の今日に至る歴史が始まりました。以後、長編オリジナル、テレビ作品の-spinオフなど200本以上の劇場作品を製作しており、昔も今もこれからも、当社のアニメーション製作の原点です。



2021年
10月～

「デジモンゴーストゲーム」



2022年
6月11日
公開

映画「ドラゴンボール超
スーパーヒーロー」



「デリシャスパーティ♡プリキュア」



2022年
8月6日
公開

劇場版
「ONE PIECE FILM RED」

広がるメディア、広がる感動

映像供給メディアが急速に多様化し続ける現在、アニメーションという映像エンターテインメントが持つ面白さや素晴らしさを、より多くの皆さまにお届けするため、当社は各事業部が密接に協力・連動して、展開しています。膨大なフィルム原版をデジタル化、あるいは各種メディア向けに新たにコンテンツを企画し、ブルーレイ・DVDなどのパッケージ、BS・CSなどの放送メディア、スマートフォンをはじめ携帯端末向けの映像配信、アプリ・オンラインゲーム事業などに活用するなど、広がり続けるあらゆるニーズにフレキシブルに対応していきます。

映像パッケージ(ブルーレイ・DVD)

大好きな作品を手元に置いて、いつでも好きな時にご視聴いただける映像パッケージ事業。創立間もない頃の作品から最新作まで、当社の膨大なライブラリーを次々とブルーレイやDVDなどで商品化しています。



Blu-ray
「ドラゴンクエスト ダイの大冒険」

映像配信

配信プラットフォーム向けの配信権販売も積極的に取り組んでいます。また、配信向けの作品も製作しています。映像配信市場は飛躍的に伸長しており、映像配信事業の可能性は、ますます大きくなっています。



映像配信サイト
『Netflix』



映像配信サイト
『Amazonプライム・ビデオ』

アプリ・オンラインゲーム

急速な市場拡大を続けるアプリ・オンラインゲームを自社で企画しています。人気作品の国内でのアプリ・オンラインゲーム展開のみならず、海外での展開や、ゲームとして展開した後のコンテンツのマルチ展開を視野に入れたゲーム開発などにも挑戦しています。



スマートフォンアプリ
『ゆる〜いゲゲの鬼太郎 妖怪ドタバタ大戦争』

著作権事業

キャラクターといつでも、どこでも

東映アニメーションは日本におけるライセンスビジネスの草分け的存在です。数多くの人気キャラクターを玩具、ゲーム、文房具、食品、アパレルなどあらゆる分野で商品化し、大好きなキャラクターと一緒にいたいという消費者のニーズにお応えしています。時代に即した作品のキャラクターたちは、テレビ放送中はもちろん、放送終了後も根強い人気を獲得し、世代を超えて一大ブームを巻き起こしています。当社は、今後もテレビシリーズを中心に、劇場作品、配信向け作品などにおけるライセンスビジネスの新たな可能性を探り、さらに大きく飛躍していきます。

国内展開商品



「ドラゴンボール」シリーズ、「ワールドトリガー」、「聖闘士星矢」シリーズ

海外展開商品



「ドラゴンボール」シリーズ、「ワンピース」、「おしりたんてい」

世代を超えて愛されるキャラクター

誰もが大切にしている子ども時代の思い出。今や、時代の記憶はキャラクターと切り離せないものとなっています。かつて好きだったキャラクターを大人になって再発見！そして、自分の子どもとともにその世界を楽しむという繰り返されるキャラクターブーム。魅力あふれるキャラクターは時の流れの中で輝き続けます。

キャンペーンを印象付けるキャラクター

具体的な商品化だけでなく、キャンペーン、販売促進、企業PR、官公庁広報活動などにも身近なキャラクターが活躍します。

商品販売事業

キャラクター商品の企画・販売や、人気作品の商品をファンに提供する場として、キャラクターショップおよびオンラインショップ展開を行っています。

商品販売

キャンペーン向け販促物の制作や、イベント向け、書店・小売店向けのオリジナル商品の企画・販売を行っています。

キャラクターショップ

「ワンピース 麦わらストア」、「プリキュアプリティストア」、「セーラームーンストア」などを展開しています。

オンラインショップ

当社のオンラインショップでは、アニメ黎明期の作品から放映中の人気作品まで、ブルーレイ・DVDやキャラクター商品を販売しています。限定商品やオリジナル商品、購入特典などもあり、当社ならではの商品ラインナップとなっています。 <https://store.toei-anim.co.jp>



『セーラームーンおてだま』シリーズ 「ワンピース」アニメ放送1000話記念ビジュアル缶バッジ



『プリキュアプリティストア』東京店



『東映アニメーション オフィシャルストア』

イベント事業

子どもたちが人気キャラクターと直接触れ合えるイベントを実施し、子どもたちの笑顔を作り出します。

スペース催事

人気キャラクターを中心とした催事やアニメーションの歴史を網羅した文化催事など、ファミリーからアニメファンまで幅広い層に満足いただけるイベントを展開しています。

キャラクターショー

テレビの人気者たちと直接触れ合えるキャラクターショーは、子どもたちにとって最高のエンターテインメントとして大好評を博しています。

ステージ

当社の作品を題材とした舞台をお届けしています。これからは子どもたちに夢や希望を与えることのできる質の高い舞台を目指します。



『TVアニメ ワールドトリガー 境界防衛機関 ポーダ・ミュージアム』



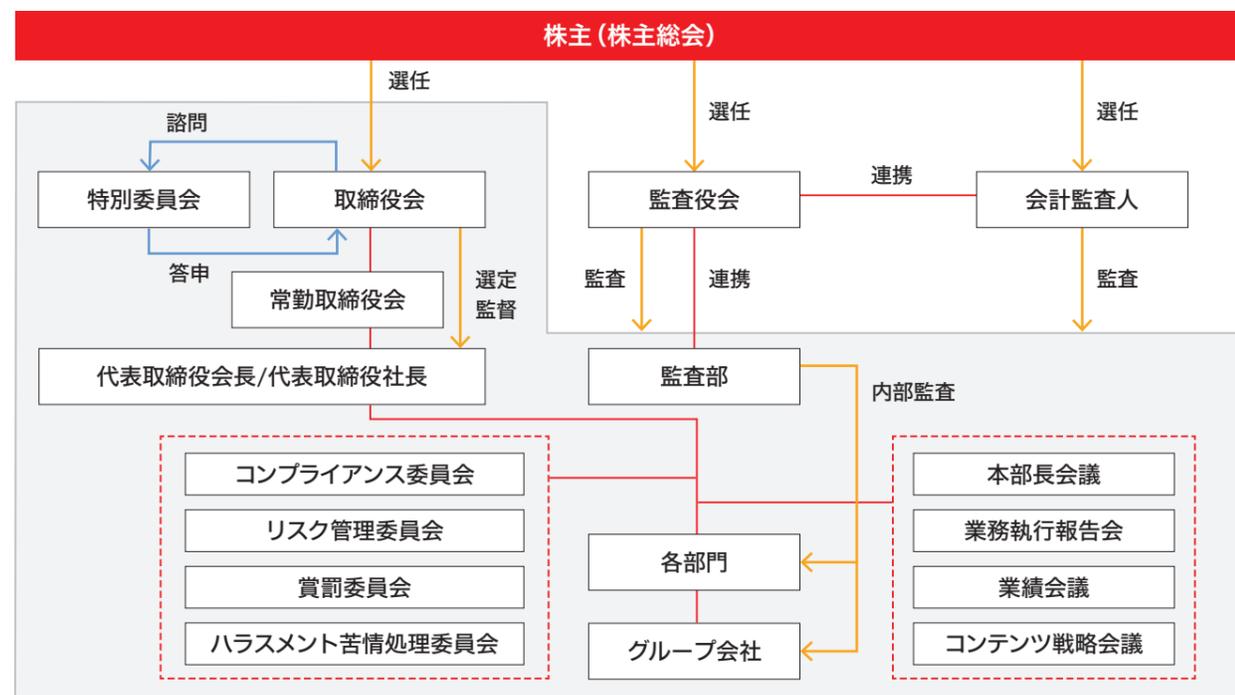
#ME ACT LIVE 「おジャ魔女どれみ ドッカ〜ン！」

コーポレートガバナンスの基本的な考え方

東映アニメーショングループでは、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。日本最多・世界有数の作品数を有するアニメーション製作会社としての競争優位性を基盤に、魅力的でインパクトのある新たな作品を創作し、世界に届けることを梃子に、収益化の機会を限りなく広げていくことを最重要課題として掲げています。

この実現のため、経営の健全性、透明性、効率性を確保する基盤として、コーポレートガバナンスの継続的強化を経営上の最重要課題とし、実効性のあるコーポレートガバナンス体制の構築に努めています。

コーポレートガバナンス体制図 (2022年6月27日現在)



TOPIC 特別委員会を設置

東映アニメーションは、コーポレートガバナンスのさらなる強化を目指し、2022年6月24日、取締役会の諮問機関として特別委員会を設置しました。委員会は、取締役会が選定した3名以上の支配株主から独立した取締役、監査役、および外部有識者で構成します。

設置の目的

- 親会社およびそのグループ会社と他の一般株主の間における潜在的な利益相反問題を認識し、一般株主の利益を適切に保護するため、その公正性・客観性・合理性を検証する。
- 取締役、監査役の指名・報酬等に関する手続の公正性・透明性・客観性を強化し、当社コーポレートガバナンスの充実に図る。
- 取締役会の助言・監督機能を強化するため、コーポレートガバナンスに関する取組みについて審議・提言を行う。

委員会の役割

- 取締役会から諮問を受けた次に掲げる事項等の審議、取締役会への答申の実施。
- 親会社およびそのグループ会社との重要な取引等に関する事項
 - 取締役、監査役の指名・報酬等に関する事項
 - その他、取締役会または特別委員会が必要と判断した事項

当社グループが認識している主要なリスクは、以下のとおりです。

アニメーションビジネス

当社グループは、アニメーションを主軸として各事業を展開しています。当社では常に高品質なアニメーションを企画・製作することを心がけていますが、アニメーションの人気は作品により差異が大きく、当社の製作する作品が全てヒットするとは限りません。そのため、複数の新規投入作品が一定の成績に達しない場合、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

企業間競争

アニメーション業界においては、メディアの多様化やターゲットの拡大などにより展開されるコンテンツ数が増える一方、厳しい市場環境により、企業間での競争が激しくなっています。また、海外においては韓国や中国企業などが力をつけてきています。当社は、長年の経験と実績に裏付けされた、優れた企画力・製作力・展開力を擁して成長戦略を推進していますが、競合企業が急速に成長した場合は、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

著作権の侵害

当社グループは、保有するアニメーションの著作権をもとにビジネスを展開していますが、海賊版や模倣品、違法配信などの権利侵害が確認されています。それらについてはケースごとに適切な対応をとるよう努めていますが、著作権保護を十分に受けられない場合もあります。著作権侵害により、正規商品やサービスの売上が阻害されるのはもちろんのこと、将来における機会逸失が見込まれ、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

為替変動

当社グループの事業には、海外におけるアニメーションの製作と販売が含まれており、海外企業(海外子会社を含む)との外貨建取引において、急激な為替の変動などにより、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

情報セキュリティ

当社グループでは、情報管理を徹底し、適切なセキュリティ対策を行い、関連する各種規程を整備しています。しかしながら、予測の範囲を超えたサイバー攻撃、不正なアクセス、コンピュータウイルスへの感染などにより、情報システムや情報通信ネットワークに重大な障害が発生した場合には、当社グループの社会的信用やブランドイメージが毀損される可能性があります。

自然災害・感染症など

当社グループは、日本をはじめ世界各国で事業を展開していますが、地震などの大規模な自然災害、新型インフルエンザや新型コロナウイルス感染症などの世界的流行(パンデミック)が発生した場合には、当社グループの事業活動の一部または全体に大きな支障をきたすことが考えられ、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

環境への取組み

東映アニメーションは、長期的な企業価値向上に不可欠なサステナビリティ戦略の推進の必要性を認識し、本社や製作スタジオにおけるCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

消費電力に伴うCO₂排出量 (2021年4月～2022年3月)



環境に配慮した大泉スタジオ

当社のアニメ製作を行う大泉スタジオ本館は、2018年に新しく生まれ変わりました。建て替えに伴い、環境に配慮した造り(サステナブルデザイン)を採用しています。



建築外装

建築外装は、共用部を除きダブルスキン(アウトースキンとインナースキン)を採用しています。

ダブルスキンにより、夏季は執務室への日射を抑制し、屋上にある換気窓にてダブルスキン内の熱を排気することで室内に侵入する熱負荷を低減しています。冬季は、日射熱を蓄え断熱効果をもたらします。中間期(春・秋)はインナーサッシュを開けると、展望用エレベーターシャフトが煙突効果の役割となり、設備機器を稼働させることなく、自然換気で外部の冷涼な空気を室内に誘引しま



大泉スタジオ本館外装のダブルスキン

す。これらは冷房など設備機器を稼働させることを抑制し、省エネルギー効果をもたらします。

また、ダブルスキンは、静寂な執務空間のための外部騒音の軽減にも寄与します。ダブルスキンを採用するにあたり、環境シミュレーション(どのような機構、設備を設けるのが良いかの検討および評価)を行いました。その内容と評価手法は特許を取得しています。

インナーサッシュのガラスはLow-Eガラスという外部からの熱日射を抑制するガラスを採用しています。

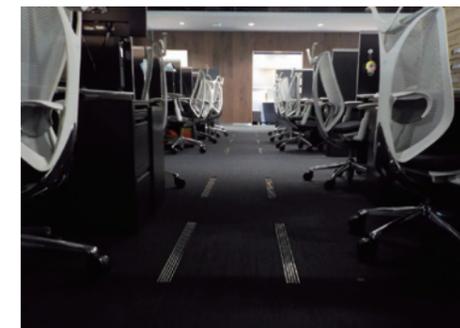


大泉スタジオ本館インナーサッシュ(Low-Eガラス)

建築電気・設備

電気・設備は、作業領域とそれ以外の領域を別々に制御する「タスク&アンビエント」という考え方と、個人が設備機器を調整できる「パーソナル&アンビエント」の考え方で設計されています。

空調設備は、室内全体では、夏場の温度設定をやや高くしています。個人の領域に床吹出口を設置しており、必要に応じて吹出口から冷涼な空気を供給できるため、省エネルギーと快適な作業環境の両立を実現しています。



大泉スタジオ本館空調の床吹出口

中間期は外気を利用して空調し、空調機器の稼働を抑えています。ゾーニングを設定することで、使用する部屋は稼働、使用しない部屋は稼働させないなど、細やかな発停による省エネルギーが可能です。

照明設備についても、個人で照度設定と配光が可能です。使用する照明と照度を抑えることで、熱負荷の発生と空調設備の利用の抑制につながり、省エネルギー効果をもたらします。



大泉スタジオ本館照明



短期集中・実践型アニメーター養成プログラム



アニメーション業界の課題 高まり続けるアニメーターへのニーズ

現在、アニメ業界全体でアニメーターが不足している一方、アニメーションの品質に係る要求水準の上昇やアニメーション市場の拡大など、アニメーターへのニーズは質・量ともに高まり続けています。東映アニメーションにおいてもアニメーターの人材確保は大きな課題です。

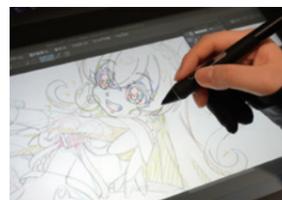
東映アニメーションの取組み 即戦力の人材の養成を目指す

そこで、当社は、未来のアニメーションづくりを担う優秀なアニメーターを養成するため、短期集中・実践型アニメーター養成プログラム「東映アニメーション作画アカデミー」を設立し、2023年4月より開講^{※1}します。

当社は、1995年から2011年まで人材養成機関として「東映アニメーション研究所」を設置し、1,230名の人材を育成・輩出しました。その技術継承の実績と当社のアニメーション作画のノウハウ、社外のトップアニメーターの技術を融合した指導を行い、アニメーターが世代交代してもクオリティを維持できる即戦力の人材の養成を目指します。 ※1 2023年4月開講生の募集は終了しています。

東映アニメーション作画アカデミーの特徴

- 第一線で活躍するトップアニメーターが、1年間の短期集中・実践的な指導を実施
- 原画コース・動画コースを併設し、受講者の志望・適正に合わせたカリキュラムを受講可能
- 受講料全額免除、毎月の奨励金の支給など、作画技術の勉強に集中できる環境を整備 (条件あり)
- 最終審査の合格者は、東映アニメーションの契約社員アニメーターとして入社



カリキュラム



4月～6月 3ヶ月の動画研修でアニメーターとしての基礎を学びます。
7月～3月 受講者それぞれの志望・適性に合わせて、原画コースと動画コースに分かれます。9ヶ月の実践的な研修でさらに技術を高めていきます。

※2 スタジオ・ライブ: アニメーションの作画を主に行う会社として1976年に設立。所属するアニメーターは原画・動画などのほか監督・作画監督・演出・脚本・キャラクターデザインなど各方面で活躍中。

所長・講師陣プロフィール

★総作画監督 ★作画監督 ★監督 ★キャラクターデザイン ★原画

東映アニメーション

所長

うめざわ あつとし
梅澤 淳稔

1981年4月東映動画(現・東映アニメーション)の第1期研修生として入社。演出家として「GS美神」、「ご近所物語」、「神風怪盗ジャンヌ」などのタイトルでシリーズディレクターを務める。
2003年プロデューサー転身。
2007年「映画 Yes!プリキュア5 鏡の国のミラクル大冒険!」にて観客応援アイテム・ミラクルライトを、2009年「フレッシュプリキュア!」にてエンディング3DCGダンス映像を発案。
以降、ミラクルライト、エンディング3DCGダンスは「プリキュア」シリーズに定着している。
その後、製作管理部長、製作部長を経て、現在は執行役員 製作本部 製作部 スーパーバイザー 兼 IP・人材開発室長。新規 IP研究開発チーム「PEROs」を統括するプロデューサーであり、「江戸×アイドル」の大娯楽活劇「洒落どる」をプロデュース、2022年5月公開の実写映画「ハケンアニメ」では、アニメーション監修を担当。

スタジオ・ライブ

いで たけお
井手 武生

1981年4月東映動画(現・東映アニメーション)の第1期研修生として入社
主な作品
「ドラゴンボールZ」★ 「ドラゴンボールGT」★ 「ドクターランプ」★ 「ONE PIECE」★ 「ドラゴンボール超」★ 「おしりたんてい」★ 「スーパードラゴンボールヒーローズ」★

スタジオ・ライブ

こうじ なひろし
神志那 弘志

アニメクリエイター集団 株式会社スタジオ・ライブ 代表取締役 兼 アニメクリエイター
主な作品
「シティーハンター'91」★ 「空想科学世界ガリバーボーイ」★ ★
「冒険遊記プラスターワールド」★ ★ 「牙-KIBA-」★ 「HUNTER×HUNTER」★
「リョーマ! 新生劇場版テニスの王子様」★ 「魔神英雄伝ワタル-七魂の龍神丸-」★
「吸血鬼すぐ死ぬ」★ 他、専門学校での講師を務め若手養成に力を入れている。

スタジオ・ライブ

いたおかにしき
板岡 錦

スタジオ・ライブ所属アニメーター(東映アニメーション研究所出身)
主な作品
「スマイルプリキュア!」★
以降全てのプリキュアシリーズに原画あるいは作画監督として参加。
「ドキドキ!プリキュア」以降はBANKの作画でも注目される。
「映画プリキュアミラクルリブ みんなとの不思議な1日」★ ★

スタジオ・ライブ

いしい まい
石井 舞

スタジオ・ライブ所属アニメーター(東映アニメーション研究所出身)
主な作品
「HUNTER×HUNTER」★ ★ 「うしおととら」★ ★
「バック・アロウ」★ ★ 「吸血鬼すぐ死ぬ」★ ★ ★
「映画プリキュアミラクルリブ みんなとの不思議な1日」★

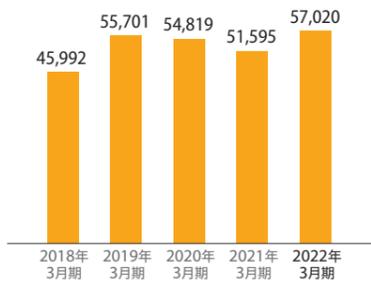
スタジオ・ライブ

なかの まゆこ
中野 繭子

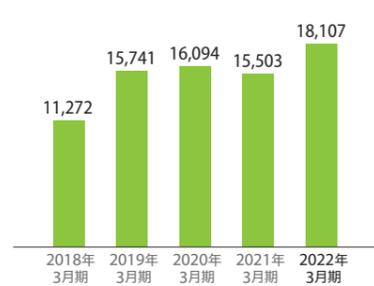
スタジオ・ライブ所属アニメーター
主な作品
「WWW.WORKING!!」★ ★
「イナズマイレブン アレスの天秤/オリオンの刻印」★ ★
「吸血鬼すぐ死ぬ」★ ★

業績ハイライト (連結/2022年3月31日現在)

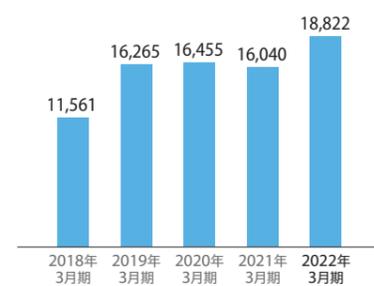
売上高 (単位: 百万円)



営業利益 (単位: 百万円)



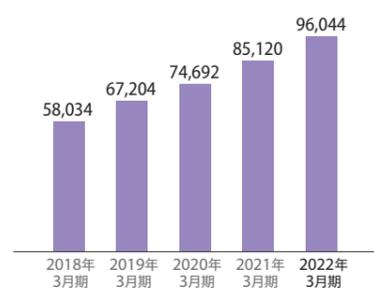
経常利益 (単位: 百万円)



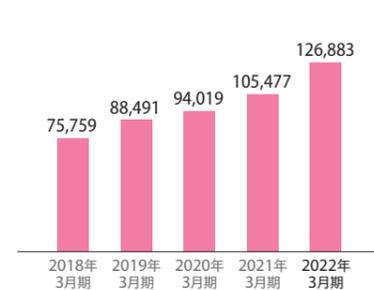
親会社株主に帰属する当期純利益 (単位: 百万円)



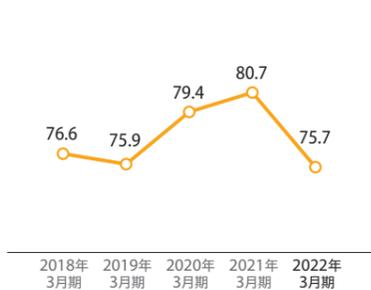
純資産 (単位: 百万円)



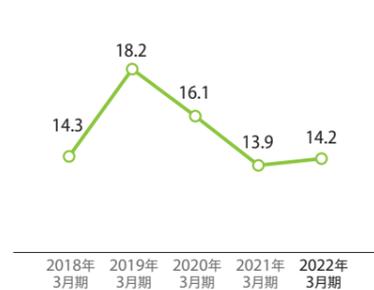
総資産 (単位: 百万円)



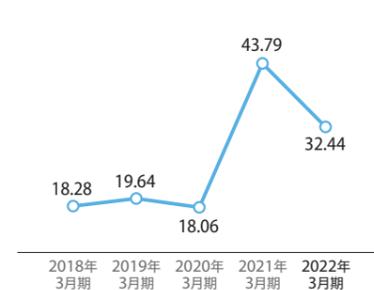
自己資本比率 (単位: %)



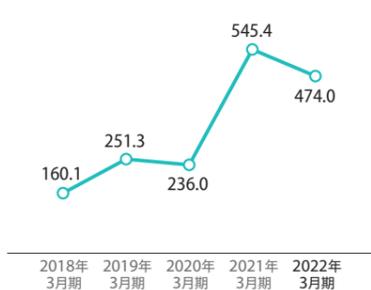
自己資本利益率 (単位: %)



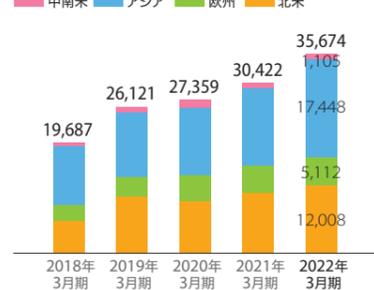
株価収益率 (単位: 倍)



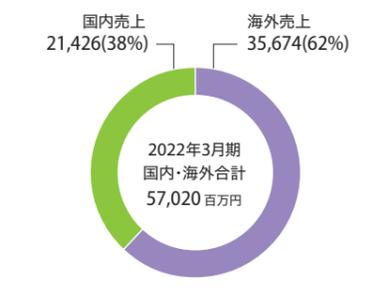
株主総利回り (単位: %)



海外地域別売上高推移 (単位: 百万円)



国内・海外売上高構成比 (単位: 百万円)



会社・投資家情報 (2022年3月31日現在)

会社概要

商号	東映アニメーション株式会社 (TOEI ANIMATION CO., LTD.)
設立	1948年1月23日
創立	1956年7月31日
本社所在地	東京都中野区中野四丁目10番1号 中野セントラルパーク イースト5階
スタジオ所在地	東京都練馬区東大泉二丁目10番5号
事業内容	アニメーションの製作および各種メディアへの販売、アニメーションの著作権をもとにした著作権事業、イベント事業など

上場市場	JASDAQ (2022年4月以降は東証スタンダード)
コード	4816
上場/公開日	2000年12月8日
資本金	2,867百万円
決算期	毎年3月31日
従業員数	[連結] 840名 [単体] 559名

海外拠点



- ① TOEI ANIMATION INCORPORATED (アメリカ)
- ② TOEI ANIMATION EUROPE S.A.S. (フランス)
- ③ TOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITED (香港)
- ④ TOEI ANIMATION (SHANGHAI) CO., LTD. (上海)
- ⑤ TOEI ANIMATION PHILS., INC. (フィリピン)

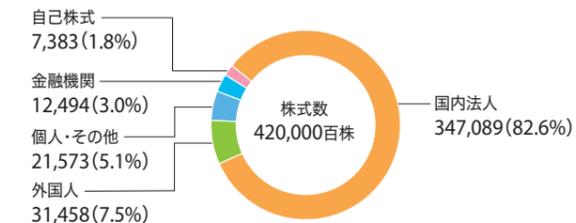
株式情報

発行済み株式総数	42,000,000株
株主数	7,661名

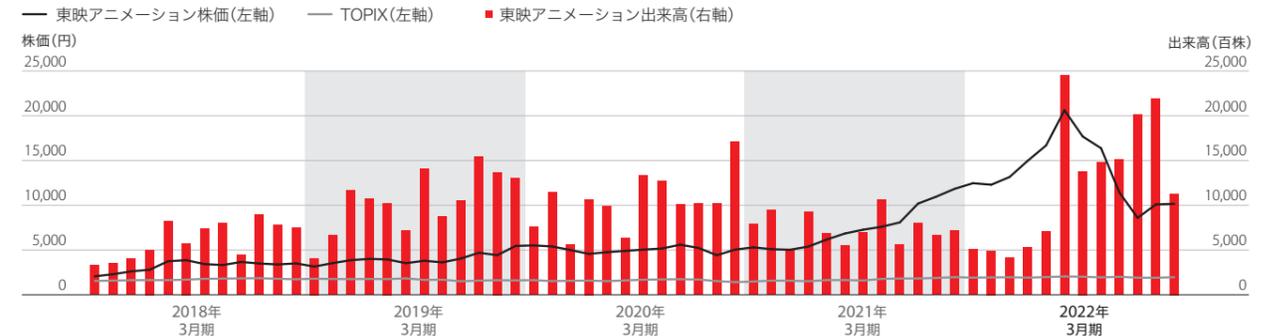
大株主 (上位10社およびその状況)

株主名	持株数 (百株)	持株比率 (%)
東映株式会社	141,000	33.6
株式会社テレビ朝日	82,509	19.6
株式会社バンダイナムコホールディングス	45,372	10.8
株式会社フジ・メディア・ホールディングス	42,300	10.1
JP MORGAN CHASE BANK 380815	20,200	4.8
東映ビデオ株式会社	13,647	3.2
東映ラボ・テック株式会社	10,500	2.5
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 ソニー株003口 再信託受託者 株式会社日本カस्टディ銀行	7,800	1.9
株式会社ソニー・ピクチャーズエンタテインメント	7,800	1.9
東映アニメーション株式会社	7,383	1.8

所有者別株式分布状況 (単位: 百株)



株価・出来高推移



※ 2018年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施。株価、出来高は株式分割後ベースの数値。

©本郷あきよし・フジテレビ・トロール・ポプラ社/おしりたんでい製作委員会・三条陸、稲田浩司・集英社・ダイの大冒険製作委員会・テレビ東京・SQUARE ENIX CO., LTD.・ABC-A・東映・光プロダクション・ダイナミック企画・松本零士・車田正美・バードスタジオ・武内直子・P.N.P.・尾田栄一郎・2022「映画おしりたんでい」製作委員会・2022 ZAGTOON- METHOD - TOEI ANIMATION.・「2022ドラゴンボール超」製作委員会・2022「ワンピース」製作委員会・I.T.PLANNING, INC.・2022 THE FIRST SLAM DUNK Film Partners・劇場版「美少女戦士セーラームーンCosmos」製作委員会・映画「鬼太郎誕生ゲゲゲの謎」製作委員会・水木プロ・Masami Kurumada / Toei Animation・2021 映画トロピカル〜ジュ!プリキュア製作委員会・Monkey Prince Kingdom・TSUBURAYA PRODUCTIONS, TOEI ANIMATION・PONOS Corp.・ゆるぐ大戦争製作委員会・Bandai Namco Entertainment Inc.・葦原大介・テレビ朝日・#ME ACT LIVE「おジャ魔女どれみドッカ〜ン!」製作委員会・TOEI ANIMATION CO.,LTD. All rights reserved. 東映アニメーション