

TAKARA
TOMY



Annual Report 2021

株式会社タカラトミー アニュアルレポート
(2021年3月期)

目次

- 一之巻**
 - 1頁 **タカラトミーグループの歴史・企業価値・ビジョン
どこからきて、どこにいるのか？**
 - 2頁 タカラトミーグループの理念
 - 3頁 会長メッセージ
 - 4頁 タカラトミーグループの価値観
 - 6頁 タカラトミーグループの事業と価値創造のプロセス
 - 8頁 パフォーマンスハイライト
 - 9頁 2020年度（2021年3月期）のレビュー
- 二之巻**
 - 12頁 **タカラトミーグループの成長戦略
どこを目指し、どう経営するのか？**
 - 13頁 社長メッセージ
- 三之巻**
 - 19頁 **タカラトミーグループのサステナビリティ
どう持続するのか？**
 - 20頁 特集 | タカラトミーグループのサステナビリティ
 - 28頁 8つのサステナビリティ重要課題への取り組み
 - 44頁 マネジメント
- 四之巻**
 - 47頁 **データセクション**
 - 48頁 6年間の財務・非財務サマリー（連結）
 - 50頁 商品の歴史
 - 54頁 わたしたちの商品
 - 60頁 会社情報・株式情報

2021年アニュアルレポート編集方針

タカラトミーグループでは、ステークホルダーの皆様にご覧いただく中長期的な価値創造についてより一層の理解を深めていただくことを目的に、アニュアルレポートを発行しています。本レポートでは、新型コロナウイルス感染症を発端とした生活様式や社会の変化に対応し、中長期的な価値創造を実現する体制づくりに向けた新中期経営計画の概要を社長メッセージで解説しています。また、サステナビリティページでは、事業活動を通じて社会課題を解決し、サステナブルな社会の実現に向けて歩みを進めるタカラトミーグループの取り組みを紹介しています。それらを通じて、当社グループの今後の展開について、ご理解いただければと願っています。さらに詳しい情報については、当社公式サイトもあわせてご参照ください。（www.takaratomy.co.jp）

見直しに関する注意事項

本レポートには、タカラトミーの現在の見直し、目標、計画、戦略など将来に関する記述が含まれています。これらは現在入手している情報に基づく判断及び仮定に基づいており、将来における当社の実績や事業展開を確約したり、保証するものではありません。

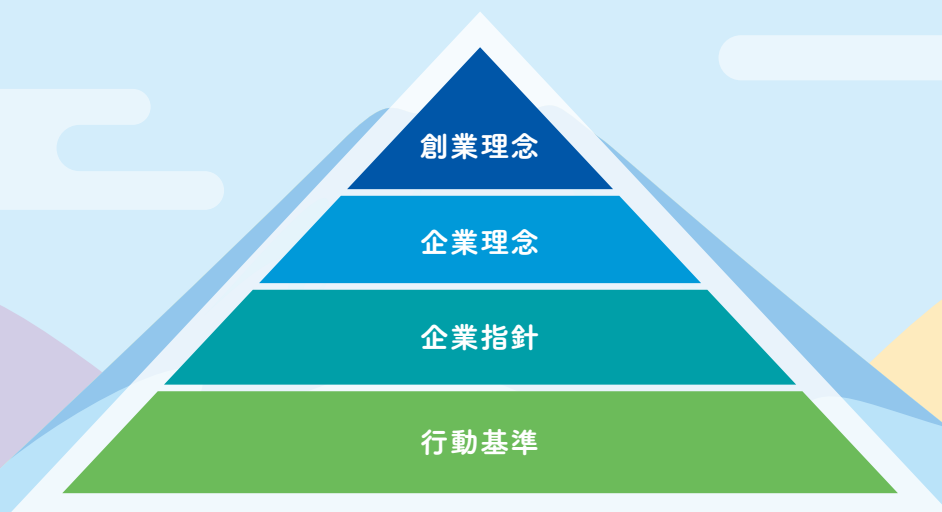
一之巻

タカラトミーグループの
歴史・企業価値・ビジョン

どこからきて、 今どこにいるのか？

1924年に富山栄市郎がタカラトミーの前身となる富山玩具製作所を創設して以来、その創業理念は、脈々とグループ内に引き継がれてきました。タカラトミーグループは子どもたちの「夢」をはじめとするすべての「夢」の実現のために、新しい遊びの価値を創造し続けています。本章では、1世紀近く日本の玩具業界を牽引してきたタカラトミーグループがどこからきて、今どこにいるのか、その歴史やそこに流れる理念やビジョン、現在の事業内容や価値創造プロセスについてご紹介します。





創業者・富山栄市郎は、「未来への無限の可能性をもつ子どもたちのために、真に品質の優れた、価値ある商品を創り出す」という信念をもって、当社を創業しました。このおもちゃづくりの哲学を謳った当社の「創業理念」は、会社の根幹をなすものとして、脈々と受け継がれてきました。この「創業理念」とともに、タカラトミーが永続的に目指すべき使命である「企業理念」は常にグループ全体で共有されています。これら理念を礎にした事業展開の軌跡はタカラトミーの歴史となり、その歴史にはタカラトミーの価値観が表れています。

創業理念

われらの優良な商品で
世界の市場をにぎわせよう

誠意と努力は他を益し
自己の幸福の基となる

「創業理念」は会社の根幹をなすものであり、
タカラトミーグループに脈々と引き継がれ、拠り所とするものです。

企業理念

すべての「夢」の実現のために

子どもたちの「夢」の実現のために

わたしたちの「夢」の実現のために

株主の「夢」の実現のために

パートナーの「夢」の実現のために

社会の「夢」の実現のために

わたしたちは、新しい遊びの価値を創造します。

「企業理念」とは、タカラトミーグループが
永続的に目指すべき企業集団の使命をいいます。

会長メッセージ

私たちを取り巻く環境は大きく変化し続けています。新型コロナウイルス感染症では、私たちの生活様式や働き方、そして価値観が一変しました。この非常事態だからこそ、お客様の視点も、遊びの原点がしっかりしたものを選ぶように変化し、なにかもっと面白い、“本当の遊び”が求められていると感じています。また、気候変動や脱プラスチック、人権問題への対応など、社会からの要請はますます強くなっています。目前の課題にだけ対処するのではなく、デジタルトランスフォーメーションなども活用した抜本的な改革を行うことで、これらの課題を解決していかなければなりません。そのため、私たち一人ひとりがこれまでの延長線上ではない変化への覚悟を持って行動し、その先にあるわくわくするような未来を自ら描いていきたいと思っています。

タカラトミーグループは、脈々と受け継がれてきた創業理念を変わらぬ軸として、子どもたちを第一に考えた安心・安全なおもちゃづくりに従事してきました。世の中が時代と共に変化するなかで、私がおもちゃの持つ不変の力を実感したのが、10年前の東日本大震災の時のことです。避難所で不安な日々を過ごす被災者の方々におもちゃをお届けした時、子どもたちがワッと駆け寄って集まり、笑顔になっておもちゃで遊び始めました。そして、その楽しそうな様子を見ておられた周りの大人までもが、安堵の表情とともに笑顔を見せられました。私たちの生み出すおもちゃが多くの子どもたちやご家族に、心の癒やしや笑顔を与え、子どもたちが心身ともに健やかに成長する上で大切な役割を果たしていることを、今も、改めて感じています。

SDGsが誓う「誰一人取り残さない」を世界中の人々が目指す中で、タカラトミーグループはどのような役割を果たすのか。私たちは、おもちゃの持つ不変の力と、社会の変化への覚悟を胸に「世界中の子どもたちと友だちになる」を2030年に目指すサステナビリティビジョンとして掲げ、歩み続けてまいりました。そして本年からは、今まで以上に危機感を持って社会課題に対応していくための「タカラトミーグループ サステナビリティフレームワーク」の取り組みを開始しました。このフレームワークの中では、中期で達成する目標を具体的に設定しており、タカラトミーグループ一体となり取り組みを推し進めてまいります。

私たちは、新しい遊びの価値を生み出し、持続可能な社会とタカラトミーグループの成長との両立を実現することで、世界中の子どもたちと友だちになってまいります。

代表取締役会長 CEO

富山 幹太郎

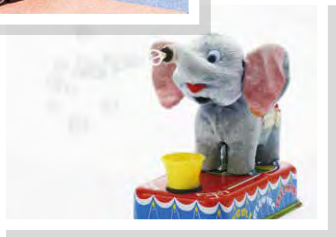


おもちゃづくりへの情熱

きみはおもちゃが好きか？

丁稚奉公先で目にした外国雑誌の美しいドイツ玩具に魅了された少年は、いつか世界中の子どもたちを夢中にさせる素晴らしいおもちゃを自分の手で作り出したいと、わずか11歳にしておもちゃづくりを志しました。途方もない夢だと驚き、呆れ、嘲笑する同業者を尻目に、少年は自らの夢の実現に向けて踏み出します。少年の名は富山栄市郎。21歳でタカラトミーの前身である富山玩具製作所を設立しました。

好きだからこそのいいアイデアが生まれる、いいデザインが生まれる。「おもちゃが好きだ」という気持ちは、なににもまして私たちに力を与えてくれるものです。「世の中になくあるものを創造し、社会に貢献することこそがおもちゃ屋の使命であり、未来への無限の可能性をもつ世界中の子どもたちのために、真に品質の優れた、価値ある商品を創り出さねばならない」という栄市郎の玩具哲学は、私たちタカラトミーグループ一人ひとりの心に深く刻み込まれています。



© TOMY

すべては子どもたちの笑顔のために
写真下:世界中で人気となった「シャボン玉を吹く象」(1957年)

ステークホルダーとの共存共栄

吾人の理想は共存共栄にあり

創業者富山栄市郎の75年の人生の大半は、日本の玩具産業の近代化と共にありました。

昭和初期には、前時代的な経営方法を続ける当時の玩具業界にあって、製造業者の意識改革、業界の構造改革こそが日本の玩具産業の発展につながるものであると、同じ志をもつ仲間たちと東京玩具工業同志会を結成し、その崇高な理想を起草文にまとめています。

そこには、同業者が似たようなものを作りあって競争することは無益であること、ましてや模造品を作るなどは最も恥すべきものであること、常に商品の改良に努め、新規考案に励むべきこと、玩具は子どもたちにとって大切なものであるということをしかりと心に刻み、「確信ある優良品」をつくること、そしてただ売れるからと言って生産し、投げ売りをしたり、暴利を貪ったりするような真似は決してしないこと、おもちゃに係わる者すべてが自らの仕事の意義を重く受け止め、切磋琢磨しながら共存共栄していくことこそが、日本の玩具産業の発展と自らの成長につながっていくのだという想いが込められていたのです。

栄市郎が理想とする共存共栄という想いは、創業理念としていまなお息づいています。



東京玩具工業同志会 東京玩具共同販売部のメンバー(前列中央が創業者富山栄市郎)と彼らの理想を記した起草文「産業指導精神」の冒頭「経営者座右の銘」



世界に通用する品質へのこだわり

品質が世界市場を制す

戦後まもなく、日本の玩具業界は粗悪品の横行により、世界市場からの信頼を失いつつありました。当時、大型フリクション玩具「B-29」でアメリカ市場を席巻していた当社は、その品質の高さで世界でも一目置かれる存在ではあったものの、日本製品全体に向けられる信用低下は決して他人事ではありませんでした。

昭和30年、初めて渡米した二代目富山允就があるミュージカルを観賞した時のこと、回した瞬間ドアノブが外れるシーンで飛び出した「Oh! Made in Japan!!」という一言に頭を殴られたような衝撃を受けます。そして、いつかきっと自分が作ったおもちゃで「日本の商品は最高の品質だ!」と言わせてみせる、そう強く心に誓ったのでした。

「品質が世界市場を制す」という創業者の信念により、当社では業界他社に先んじて社内に独自の商品検査課を設置し、各生産現場では積極的なQC（品質管理）活動が展開され、全社・全社員挙げて品質向上に取り組んでいきました。そしてその努力は、昭和46年、当時世界最大の小売りチェーン シアーズ・ローバック社が「優れた企画の商品を優れた品質で、決められた納期内に」提供する企業を世界中から選定し授与する、シンボル・オブ・エクセレンス賞を日本の玩具メーカーとして初めて受賞することに結びついたのです。

受賞にあたってのシアーズ社のコメントである「この賞は会社に与えるのではなく、優れた商品を作ってくれた社員一人ひとりに授与したい」は、いつの時代にあっても、品質に対する誇りと責任を私たち一人ひとりに改めて思い起こさせてくれるものです。



1971年、シンボル・オブ・エクセレンス賞の伝達式でシアーズ・ローバック社玩具部門責任者ワーデル氏（写真左）と富山栄市郎（写真右）
写真右上：メダルは1976年の受賞時のもの



1963年、社内に商品検査課を発足させ、1974年には品質管理規程を制作して品質向上に努めた
（写真は1986年の製品検査マニュアル）

時代を超えて、私たちが大切に守り続けているものは、

とてもシンプルなものであるように思います。

優良な商品を生み出し、世界中の子どもたちに届ける。

それは私たちが過去・現在・未来にわたって享受するすべての恩恵に報いる方途であり、

私たちはおもちゃを通して社会に貢献する集団であり続けるということなのです。

当社グループの活動



ステークホルダー

創業

当社グループが創造する価値

Life Time Valueを上げる

セグメントの
拡大

ロングセラー
商品

国内・海外
グループ
商品

▶ P54

財務パフォーマンス

2020年度(2021年3月期)連結業績

▶ P8

売上高 1,412 億円

営業利益 70 億円

EBITDA 142 億円

サステナブルな事業活動の推進 ▶ P19

サステナビリティ重要課題

- ① 安心・安全・品質の確保
- ② 新たな製品・サービス・IPの創出
- ③ ユニバーサルデザインの推進
- ④ 組織統治とステークホルダーとの対話
- ⑤ 多様な人財の活躍
- ⑥ CSR調達
- ⑦ 環境マネジメント
- ⑧ 事業を通じた教育・文化への貢献

実現したい夢

Outstanding
Global Company

— 真の国際優良企業 —

サステナビリティビジョン

世界中の子どもたちと
友だちになる

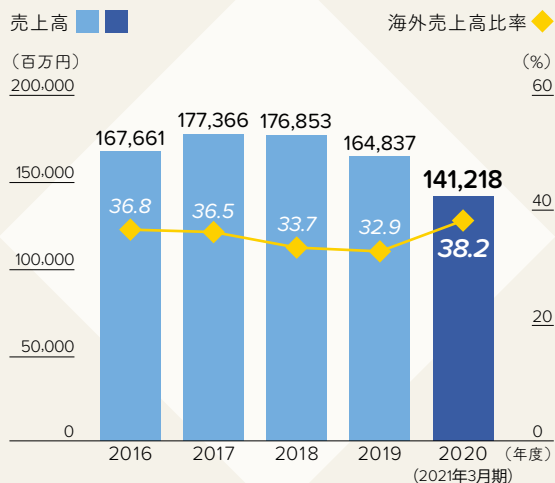
(お客様、社員、株主、パートナー、社会)

理念

パフォーマンスハイライト

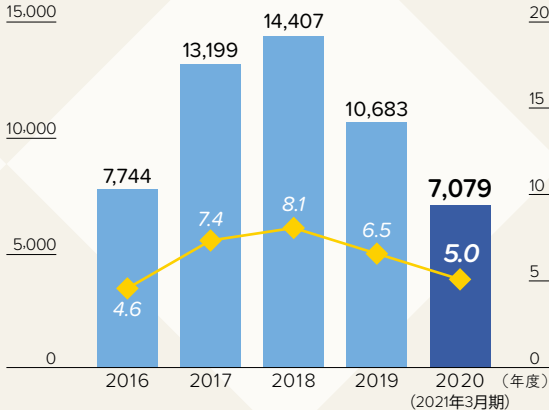
2020年度(2021年3月期)連結業績

売上高
1,412
億円



営業利益

(百万円)
15,000



営業利益率

(%)
20

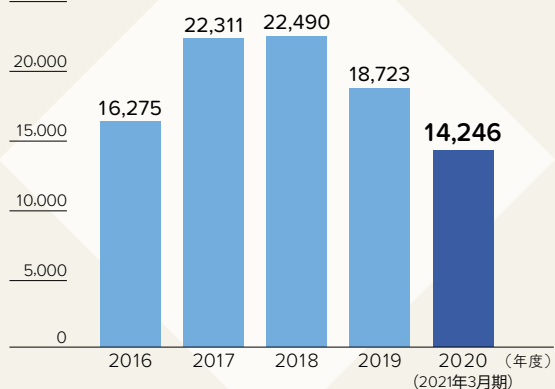
営業利益
70
億円

EBITDA[※]
142
億円

※ EBITDA=営業利益+減価償却費
+のれん償却費

EBITDA

(百万円)
25,000



2020年度（2021年3月期）のレビュー

玩具市場

2020年度の日本国内における玩具市場規模は、上代価格（希望小売価格）ベースで8,268億円、前年度比101.5%でした。この数字は過去20年間の調査で3番目に大きく、コロナ禍という非常事態と、近年

ますます顕著になっている少子化トレンドの中でも、玩具需要が底堅く、また今後さらに成長していく可能性が大いにあることを示していると考えます。

（参考元：一般社団法人日本玩具協会HP）

業績ハイライト

小売事業・イベント事業の回復に遅れが見られるも、営業利益、経常利益、当期純利益は当初見通しを上回る。

新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない状況が続いたことから、映画公開の延期や各種イベントも中止・延期及び縮小等となり、当社グループでは小売事業、イベント事業は想定より回復に遅れがみられたとともに、一部定番商品では行楽地や交通機関等での販売機会低下等が生じました。一方、玩具事業では、巣ごもり需要に対応する商品が人気となるとともにeコマース購買がさらに高まりました。

2020年に発売50周年を迎えた「トミカ」では、同年4月よりテレビアニメ『トミカ絆合体 アースグランナー』の放送をスタートさせ、関連商品を市場投入するとともに、「トミカ50周年自動車メーカーコラボプロジェクト」などを進めました。「ベイブレードバースト」は国内販売が減少傾向にあるものの、北米におけるテレビアニメ放送の継続などにより海外向け輸出が堅調に推移いたしました。「人生ゲーム」や「黒ひげ危機一発」などのファミリーゲームがコロナ禍による巣ごもり需要の高まりにより好調に推移いたしました。また、年末商戦では、「ダブルアクショントミカビル」「フェルティミシヨ すみっこぐらし」「人生ゲーム ジャンボドリーム」など多くの商品を市場投入いたしました。さらに、新規事業領域拡大を図るためティーンから大人をターゲットとしたネイルチップ専用プリント機「ネルチップ」を2021年3月から一部店舗で先行稼

働いたしました。一方、小売事業、イベント事業等の売上においては想定より回復に遅れがみられました。以上により、売上高は当初会社見通し145,000百万円に対し141,218百万円（前期比14.3%減）となりました。なお、10月に米国の独立系玩具会社ファット・ブレイン・グループがTOMY International, Inc.の子会社となり、連結業績に加わりました。

売上高が減少したものの、第3四半期における高粗利率の玩具事業の伸長が小売事業、イベント事業の低迷をカバーしたことに加え、コロナ禍における費用抑制を継続したこと等の影響により、営業利益は当初会社見通し5,500百万円に対し7,079百万円（前期比33.7%減）、経常利益は為替差益の計上もあり当初会社見通し5,500百万円に対し7,170百万円（前期比29.7%減）となりました。また、緊急事態宣言を受け臨時休業を実施した小売店等で発生した固定費（人件費・減価償却費）等729百万円を新型コロナウイルス感染症による損失として特別損失を計上する一方、政策保有株式の売却益等、特別利益1,619百万円を計上したことなどから、親会社株主に帰属する当期純利益は当初会社見通し3,000百万円に対し5,374百万円（前期比19.2%増）となりました。

地域セグメント別概況

日本

新型コロナウイルス感染症の影響や一部商品のプロダクトライフサイクルが一巡したこともあり、前期比減。

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、年間を通じて、映画公開の延期や各種イベントの中止・延期及び縮小に加え、インバウンド消費の大幅な落ち込み等が生じました。2015年夏に発売した「ベイブレードバースト」は国内販売が減少傾向にあるものの、海外向け輸出は北米におけるテレビアニメ放送の継続などにより堅調に推移し、1999年の第1弾発売以降、第3弾までの全世界累計出荷数が5億個となりました。7月には、液晶玩具「すみっこぐらし すみっこキャッチ」を発売し人気を集めるとともに、「ゆめいろリカちゃん カラフルチェンジ」などのドールが人気となり堅調に推移いたしました。一方、サプライズトイについては、勢いに落ち着きがみられました。世界で高い人気のテレビアニメ『パウ・パトロール』は関連商品が好調に推移いたしました。また、外出自粛により家の中で楽しめる「人生ゲーム」や「黒ひげ危機一発」など、ファミリーゲームの販売が伸びました。「ポケットモ

ンスター」においては液晶玩具「スマホロトム」をはじめとした関連商品が好調に推移するとともに、9月から新たなアミューズメントマシン「ポケモンメザスタ」を展開し人気を博しました。

2019年12月に配信を開始したカードゲームアプリ「DUEL MASTERS PLAY'S (デュエル・マスターズ プレイス)」は定期的に新しいカードパックを配信するとともに、プロモーションの強化を図るなど継続展開いたしました。さらに、国内外で話題となっているテレビアニメ『鬼滅の刃』のコラボレーション商品としてリカちゃん、トミカの先行予約が人気を博するとともに、タカラトミーアーツが展開するぬいぐるみ、ガチャ、玩具菓子関連商品販売も好調に推移しました。

以上の結果、売上高は113,328百万円（前期比18.4%減）、営業利益は9,048百万円（同33.5%減）になり、一部商品のプロダクトライフサイクルの一巡や新型コロナウイルス感染症拡大による影響を受けました。

(百万円)

	2020年3月期	2021年3月期	増減	増減率(%)
売上高	164,837	141,218	△23,619	△14.3
日本	138,948	113,328	△25,619	△18.4
アメリカズ	17,214	21,845	4,631	26.9
欧州	5,507	5,998	490	8.9
オセアニア	1,442	1,917	474	32.9
アジア	51,491	41,458	△10,032	△19.5
消去又は全社	△49,767	△43,330	6,436	-
営業利益又は営業損失(△)	10,683	7,079	△3,603	△33.7
日本	13,615	9,048	△4,566	△33.5
アメリカズ	△23	222	245	-
欧州	△916	△75	841	-
オセアニア	△166	113	279	-
アジア	1,248	724	△524	△42.0
消去又は全社	△3,074	△2,953	120	-

海外

各国で巣ごもり需要やeコマース購買が高まる。家で過ごす時間が増えたことに伴い、ベビー用品やプリスクール関連商品、庭で遊べる農耕車両玩具などが好調に推移。

■ アメリカズ ■

新型コロナウイルスの感染拡大により、家で過ごす時間が長くなったことから、ベビー用品が好調を継続いたしました。農耕車両玩具においては、自宅の庭でも遊べる乗用玩具が人気を集めるなど好調に推移いたしました。さらに、10月にファット・ブレイン・グループがTOMY International, Inc.の子会社となったことも貢献し、売上高は21,845百万円（前期比26.9%増）、営業利益は222百万円（前期営業損失23百万円）となりました。

■ 欧州 ■

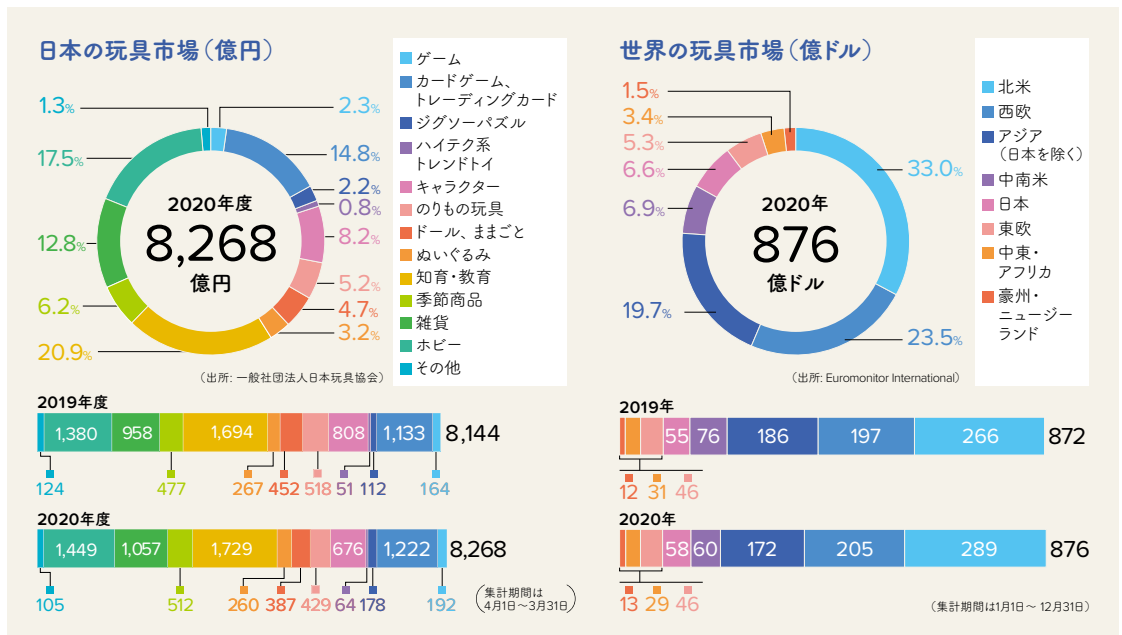
コロナ禍によりファミリーゲームに注目が集まり、「Drumond Parkブランド商品」などが好調に推移いたしました。また、「Toomies」などのプリスクール関連商品が堅調に推移するとともに、コアブランドである農耕車両玩具が堅調に推移したことなどから、売上高は5,998百万円（前期比8.9%増）、営業損失は75百万円（前期営業損失916百万円）となりました。

■ オセアニア ■

生活必需品に準じたベビー用品に加え、プリスクール関連商品が好調に推移いたしました。また、農耕車両玩具においては、「Animal Sounds Hay Ride」などのプリスクール商品が人気となるなど好調に推移したことなどから、売上高は1,917百万円（前期比32.9%増）、営業利益は113百万円（前期営業損失166百万円）となりました。

■ アジア ■

生産面では、中国・ベトナム・タイにおいて通常通り操業いたしました。需要面では国や地域により外出制限が実施されるなど、購買動向に大きな影響をもたらしました。一方、新型コロナウイルスの感染者数が少ない台湾においては、海外で初めての「トミカ博」となる「トミカ博 in TAIWAN」を開催いたしました。売上高は41,458百万円（前期比19.5%減）となり、営業利益は724百万円（同42.0%減）となりました。



二之巻

タカラトミーグループの 成長戦略

どこを目指し、 どう経営するのか？

時代・世代を超えて愛され続けた数々のロングセラー商品や時代を反映したヒット商品など、タカラトミーグループはいつの時代も子どもたちに愛され続ける商品を生み出してきました。その一方で、この1世紀近くの間、技術の進歩はめざましく、お客様のニーズも大きく変化し続けています。さらに今、世界はパンデミックに直面し、時代の変化がさらに加速しています。そのような中、タカラトミーグループはどこを目指し、どう経営するのか。本章では、社長の描く成長戦略をご紹介します。

子どもから大人まで、 「ワクワク・驚き・感動・笑顔」があふれる「アソビ」の力で、 より良い世界、より良い未来を、創っていきます

2021年3月期を振り返って

コロナ禍において、私たちの生活様式はこれまでとは全く違うスタイルへと転換を余儀なくされました。この未曾有の危機の中、従業員やその家族、お客様やお取引先様などの健康と安全を守るため、従業員の外出や出社を大幅に抑制し、テレワークを推進するなど、感染拡大の防止に努めてきました。このような急激な環境変化の中でも、従業員一人ひとりが自主的に創意工夫に努め、ステークホルダーの皆様のご協力をいただきながら事業運営を続けられたことに、深く感謝しています。

2021年3月期を振り返ると、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、期初には一部商品が発売延期となるなど販売機会の損失が生じましたが、中国・ベトナム・タイにおける生産活動は、年度を通じて通常どおりの操業を続けることができ、サプライチェーンへの影響を限定的にとどめることができました。

その一方で、感染拡大防止のために、各国でのロックダウン、国内での度重なる緊急事態宣言の発出など、新型コロナウイルス感染症の収束が見通せない

状況が続いたことから、映画公開の延期や各種イベントも中止・延期及び縮小となりました。タカラトミーグループでは、「キデイランド」「トミカ・プラレールショップ」などの小売事業や、「トミカ博・プラレール博」などのイベント事業では想定より回復に遅れが見られたとともに、一部定番商品では行楽地や交通機関等で

代表取締役社長 COO

小島 一洋



の販売機会低下等が生じました。その一方で、巣ごもり需要に対応する商品が人気となるとともに、eコマース購買がさらに高まりました。

アメリカズ、欧州、オセアニアでは、コロナ禍での巣ごもり需要の増加とeコマースを通じた購買の急伸を背景に、生活必需品に準じたベビー用品を中心に販売が堅調に推移しました。さらに、2020年10月には、TOMY International, Inc.が米国の独立系玩具会社ファット・ブレイン・グループを子会社化し連結業績に加わりました。2002年に創業した同グループは玩具・ゲームの小売業と玩具製造・卸売業を世界33ヶ国で展開しており、自社物流による高い効率性と拡張性を有する消費者直販（D2C）プラットフォームを通じ、全米の消費者に直接玩具を販売しています。D2Cビジネスの強みをシェア拡大ならびに消費者の声を直接反映した商品開発に活かし、成長ドライバーとしてさらなるシナジー創出を図っていく考えです。

2020年は「トミカ」の発売50周年という節目の年でもありました。2020年4月にテレビアニメ放送がスタートした『トミカ絆合体アースグランナー』関連商品

を展開するとともに、「トミカ50周年自動車メーカーコラボプロジェクト」などを推進しました。また、新型コロナウイルスの感染が抑制されていた台湾においては、海外で初めての「トミカ博」となる「トミカ博 in TAIWAN」を開催いたしました。

こうした取り組みの結果、新型コロナウイルス感染拡大の影響もある中、売上高は当初見通し1,450億円に対し1,412億円（前期比14.3%減）となりましたが、利益面では、高粗利率の玩具事業が伸長したことや、コロナ禍の中で費用の抑制を継続したことなどから、営業利益は当初会社見通し55億円に対し70億円（前期比33.7%減）、経常利益は当初会社見通し55億円に対し71億円（前期比29.7%減）と、前期比では減益となったものの当初会社見通しを上回りました。また、親会社株主に帰属する当期純利益は、政策保有株式の売却益等の特別利益を計上したことなどから当初会社見通し30億円に対し53億円（前期比19.2%増）となりました。なお、海外売上高比率は前期から5.3ポイント上昇の38.2%となりました。



©TOMY

利益体質を着実に強化した前中期経営計画

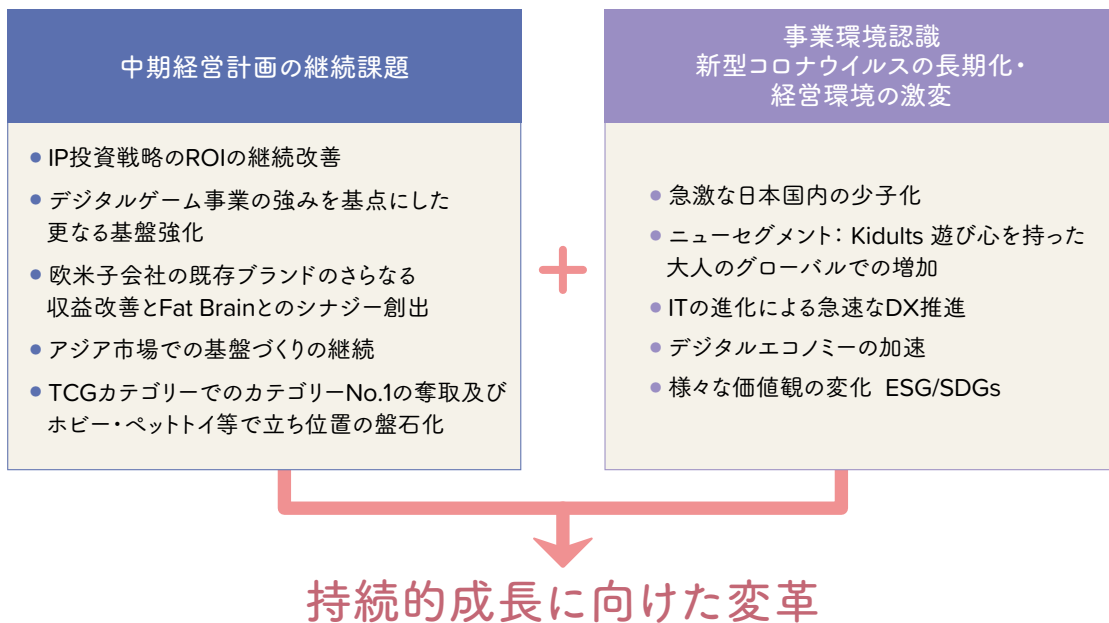
2021年3月期は2019年3月期からスタートした中期経営計画の最終年でもありました。初年度の2019年3月期において日本及びアジア事業が順調に進捗したことに加え、収益性の高いデジタル事業の本格展開なども2020年3月期に予定していたことから、営業利益目標を160億円に上方修正しました。しかしながら、2021年3月期においては、誰もが予期しなかった新型コロナウイルス感染症の拡大影響に伴い、イベントや行楽地、交通機関等における一部定番商品の

販売機会低下、そして小売事業、イベント事業等の苦戦が続いたこと等により、残念ながら目標を達成することはできませんでした。

コロナ禍で国内及びアジアで売上を落としたことが主要因ですが、その一方で、これまで減収基調にあったアメリカズ、欧州、オセアニアが増収に上向くなど、復調傾向を示していることは良い兆候です。

玩具業界の特性として、単年の業績にはアップダウンがあることが常ですので、2013年3月期、2016年3

前中期経営計画の継続課題



月期、2019年3月期にそれぞれスタートした中期経営計画での合計数値で当社の各種施策を振り返りますと、3カ年累計での売上高は、この9年間でほぼ横ばいとなっているものの、累計営業利益は、25%程度の年平均成長率で着実に増加しており、当社グループは継続的に利益体質に向けた改善ができていますと評価しています。

事業戦略の進捗としては、価値創造に向けた全社的な計画においては目標未達の部分があるものの、ゲームや映像コンテンツの新規ブランド・IPの開発を通じ、次期の成長につながる機会の獲得に向けて前進したと捉えています。顧客層についても、大人向けハイディテールコレクションモデル「トミカプレミアム」が好調に推移するなど、コアターゲット層以外にも「刺さる」事業機会を確認することができました。

一方で継続的な課題も認識しています。コロナ禍が完全に収束するまでは、2022年3月期以降も「外出自粛」「店舗の臨時休業、営業時間の短縮」「各種イベントの中止・延期」等が断続的に起こることを想定したうえで、経営環境の変化に迅速かつ柔軟に対応していくことが必要です。IP投資戦略においてもROIを継続的に改善させ、当社の強みを生かしたデジタルゲーム事業の基盤強化も図っていかねばなりません。2020年10月に買収したファット・ブレイン・グループとのシナジー創出に加え、欧米子会社では既存ブランドの収益をさらに改善させながら、成長するアジア市場での基盤づくりも進めていきます。また、コロナ禍による事業環境の変化として、日本国内では少子化が急速に進む一方で、遊び方や価値観が変化し、「Kidults」と呼ばれる遊び心を持った大人がグローバルに醸成されています。昨今の消費者の価値観についても、環境・社会意識の高い企業の商品を嗜好する等の変化も見られるなど、当社グループにおいても従来のESGの取り組みや、SDGsに資する活動をより強化し広く発信していくことで、持続的成長に向けた変革を推し進めていく必要があります。



タカラトミーの目指す姿

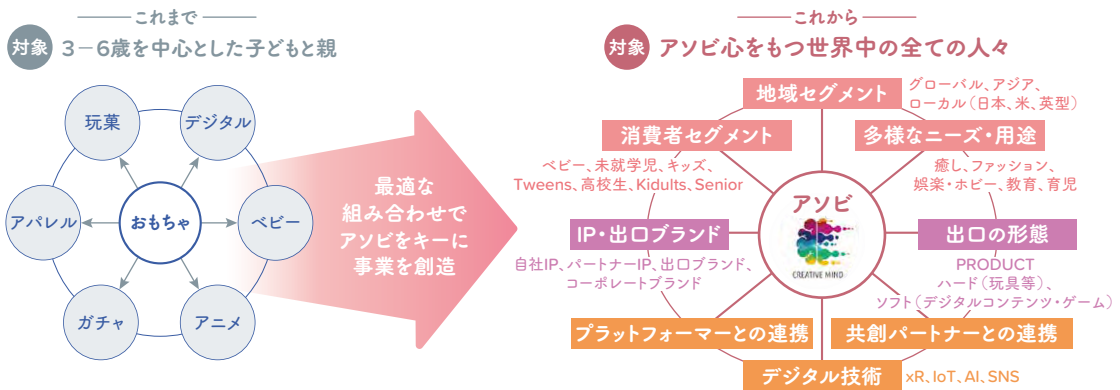
遊び方や価値観が大きく変わり、コロナ禍を受けて事業環境も変化する中で、当社グループの指針である創業理念のもと、私たちは子どもたちのために「安心・安全・品質」を追求し続けてきました。この「ものづくりへのこだわり」は今後もずっと変わらないものです。一方で、私たちが提供する商品やサービスは常に変化させていく必要があります。急速な日本国内の少子化をはじめとした経営環境の変化を受け、私たちが持続的な成長に向けて創造する価値の新たなキーワードは「ワクワク・驚き・感動・笑顔」です。これらは子どもたちだけに限ったものではありません。今後、当社グループはセグメントを拡大し、子どもからシニアまですべての人たちのLife Time Valueを向上させていきます。

対象顧客をこれまでの「主として3歳から6歳を中心とした子どもと親」から「アソビ心を持つ世界中の全ての人々」に広げ、年代・地域やニーズ・用途ごとに異なるお客様に対し、当社グループが提供する「モノ」や

「コト」を、玩具、筐体などのハードからデジタルコンテンツ、ゲームといったソフトまでさまざまな出口形態を通じて広げていきます。デジタル技術の活用はもとより、プラットフォーマーや共創パートナーなどの外部リソースとの連携も組み合わせることで、マネタイズの機会を拡大していきます。

当社グループでは、持続的な成長の原動力を「おもちゃ」から「アソビ」に進化させ、「アソビで、世界はもっとよくなる。だから、アソビで、未来のグローバル社会に大きくこたえます」をビジョンに掲げ、子どもに限らずアソビ心をもつ世界中の全ての人々を対象とした市場をにぎわせるべく、最先端技術や異業種とのコラボを通じて情報付加価値の高い事業や商材を創造し、事業領域を拡大していきます。そしてこれまでの延長線上で物事を考えない、イノベーションと創意工夫の力を存分に発揮していきます。

持続的な成長の原動力を「おもちゃ」から「アソビ」へ



新中期経営計画では、グローバルで持続的に成長するための基盤を整備する

前中期経営計画からの継続課題や昨今の経営環境の変化を踏まえ、2022年3月期から、創立100周年を迎える2024年3月期までの新たな中期経営計画を策定しました。新中期経営計画では、「グローバ

ルで強みを活かしたSustainable Growth（持続的成長）実現に向けた基盤整備を行うこと」を基本方針に、以下の6つの戦略を推し進めていきます。

「適所適材」をキーとした 出口・年齢・地域のさらなる攻略

私たちの大きな強みは、定番商品をはじめとした多様なブランドとIPです。日本でも日本以外でも通用する豊富な自社・パートナーブランドパレットを持っています。この強みを最大限に活用し、年齢層、市場地域を広げ、グローバルに対象市場を拡大します。

対象市場を細かくセグメンテーションした「適所」に対し、多様な「アソビ」心に訴求する「適材」を適切に投入することで収益の拡大を図ります。

例えば「トミカ」という玩具はそのままに、大人向けハイディテールコレクションモデルの「トミカプレミアム」という形で年齢層を広げています。また、小学生がメインターゲットのトレーディングカードゲーム「デュエル・マスターズ」では、かつて子どもの頃に遊んだ記憶を呼び起こすようなプレイシーンを再現し、デジタルゲームというソフトで訴求することで、大人向けにも展開を拡大しています。前中期経営計画で検証できた「アソビ」基軸での潜在市場に向けて、タカラトミーの持つ強みを、地域を広げ、出口を広げ、年齢層を広げて売上成長の源としていきます。

日本を基点としたヒット商品の創出

もう一つの私たちの強みは、長年、組織DNAとして培ってきた企画開発力です。これまでのおもちゃ開発に限らず、先ほどキーワードとして掲げた「ワクワク・驚き・感動・笑顔」を提供する新たな「アソビ」の開発に向けてもこの力を発揮していきます。

ヒット商品の創出につながる、パートナーとの強固なパイプラインは構築できており、新商品として継続的に市場投入を行っていくとともに、ヒットする芽を見逃さず、グローバル展開を行っていきます。

IP投資の継続でグローバル成長に備える

定番商品やメガヒットを生むIPについては、既存IPの活用にとどまらず、新たなIP創造に向けて自社及びパートナーの双方で投資と開発を継続していきます。2022年3月期は、2015年から「プラレール シンカリオン」シリーズとして玩具展開を行ってきた「新幹線変形ロボ シンカリオン」が、2021年4月より約1年半ぶりにテレビアニメシリーズ第2弾「新幹線変形ロボ シンカリオンZ」としてスタートさせたほか、2017年春のスタートから5年経過した今もなお高い人気を誇る特撮テレビドラマ『ガールズ×戦士シリーズ』では、第4弾である「ポリス×戦士 ラブパトリーナ!」の映画化及び第5弾となる新シリーズ「ピッ友×戦士 キラメキパワーズ!」を7月より放送開始するなど展開を拡大していきます。続く2023年3月期には、新たなビッグパートナーの映画コンテンツも計画しており、IP投資を継続することでグローバル成長に備えていきます。

アソビをキーとした新規事業の立ち上げ

「ワクワク・驚き・感動・笑顔」を提供する新たな「アソビ」を希求する新規事業をインキュベートする組織を構築し、人財を投入することで、これまでに考え及ばなかった「アソビ」を創出していきます。

例えば、ティーンから大人をターゲットに2021年3月から一部店舗で先行稼働したネイルチップ専用プリント機「ネルチップ」の展開やGoogle Maps Platformの地図情報を活用した新しい「アソビ」の提案、またAI画像認識チップを活用し顔認識機能を搭載した高齢者向けライフロボットは、「アソビ」の視点から生まれる社会課題の新しい解決策としての展開を考えています。

その他、GIGAスクール構想周辺ビジネスとして、プログラミングアプリで動かすことができるダンボールロボットキット「embot (エムボット)」など、これまでの玩具事業における強みを活かしたビジネス展開に取り組んでいきます。

バリューチェーンへのDX活用による 新しい価値創造

デジタルを活用した消費者直販プラットフォーム（D2C）を追求してだけでなく、マーケティングや企画開発、生産調達、物流、営業活動、スタッフ部門など、あらゆる業務の質と効率をDX（デジタルトランスフォーメーション）活用により向上させることで、戦略実行の量と質を増大し、企業価値の更なる向上につなげます。

例えば営業活動では、お客様の商品・ブランドに対する嗜好をもとにセグメントを分け、デジタルを活用しながら丁寧にアプローチすることで、新たなファン層の拡大を図ります。また、研究開発においては、玩具開発へのAI活用を研究してまいります。

サステナビリティ・CSRの取組み

当社グループは、持続可能な社会と当社グループの成長の両方の実現に向けたサステナビリティビジョン「世界中の子どもたちと友だちになる」を設定し、ものづくりへのこだわり、健全な経営の実行、社会・地球環境との共存の3つを主題としてサステナビリティ・CSRの取組みを進めてきました。そして中期サステナビリ

ティ目標・KPI（2021～2023年度）を設定し、3年間で達成すべく指標にむかって更なる取り組みの深化を推し進めてまいります。グローバル社会からのSDGsへの関心の高まりに見られるように、お客様はエシカルな商品・サービスにより高い付加価値を見出しています。そのため、環境に配慮した素材を用いた商品の提供や、事業活動におけるCO₂排出などの環境負荷低減、責任ある調達といったサステナビリティへの取り組みを全社を挙げて能動的、積極的に実行していきます。同時に、多様なお客様に魅力的な商品・サービスを届けるため、多様な人財が活躍し、イノベーションが生まれるような、より活気ある職場環境の構築を目指します。

これら戦略の遂行を通じて、最終年度の2024年3月期には、売上高1,850億円、営業利益150億円、自己資本当期純利益率（ROE）12%超の達成を目指します。新中期経営計画の3カ年累計でも、前中期経営計画からは、売上高・利益ともに持続的に成長していく計画となっています。

この目標達成へ向けた強いコミットメントをお示しするものとして、2022年3月期には、役職員に対する業績連動型報酬制度を導入します。取締役や管理職の報酬と当社グループの業績及び株式価値との連動性をより明確にし、その利益とリスクとを株主の皆様とも共有することで、中長期の業績向上、企業価値の向上をさらに強力に推し進めていきます。

株主還元施策

2021年3月期は、コロナ禍にもかかわらず計画以上の利益を達成したことから、株主の皆様への期末配当金を、当初予想から2円50銭上方修正し、1株当たり10円としました。中間配当金の7円50銭と合わせて、年間で1株当たり17円50銭の配当還元となります。また、50万株、5億円を上限とした自己株式の取得についても発表しているほか、2022年3月期の1株当たりの年間配当金は、再び増配し、1株当たり20円（うち中間配当金10円）を予定しています。

株主の皆様への安定的な利益還元は、経営の重要

課題の一つであり、配当金額については、安定的な配当の継続を基本的に業績及び配当性向などを勘案したうえ、決定しています。コロナ禍の長期化といった外部環境の不安定要素への備えはしつつ、グローバル展開など中長期成長分野への事業投資等も積極的に行っていきます。そして、「ワクワク・驚き・感動・笑顔」をキーワードに世界中の人々に「アソビ」を基点とした商品やサービスを届け、より良い世界へ貢献していけるよう今後も尽力していきますので、引き続きご支援いただきますようよろしくお願い申し上げます。

三之巻

タカラトミーグループの サステナビリティ

どう持続するのか？

子どもたちをはじめとする、すべての「夢」を実現し続けていくためには、持続可能な事業活動を進めていく必要があります。それは、サステナブルな社会と当社グループの成長を両立させることに他なりません。「世界中の子どもたちと友だちになる」ことをサステナビリティビジョンとして掲げ、そのビジョンの実現に向けて環境・社会・ガバナンス面で進めている取り組みについてご紹介します。



タカラトミーグループのサステナビリティ

ステークホルダーとの共創を通じたサステナブルな社会の実現

世界中の子どもたちと友だちになる



SDGsが誓う「誰一人取り残さない」世界に貢献するために
タカラトミーグループのサステナビリティビジョン「世界中の子どもたちと友だちになる」を定めました。
サステナビリティビジョンの実現に向け、創業から受け継がれる「共存共栄」の精神のもと
事業活動を通じた豊かな社会の形成と、
新しいアソビの価値の創出に取り組んでまいります。

ステークホルダーとの共創価値



	ステークホルダーからの期待・ニーズ	バリューチェーンにおける価値創出に向けた取り組み	タカラトミーの創出価値
お客様 	期待・ニーズ <ul style="list-style-type: none"> 子どもたちの健やかな成長に資する商品・サービスの開発 ブランドの持つ世界観の共有 子どもから大人まで楽しめる魅力ある商品 安心・安全・品質を確保した商品・サービスの提供 ニーズに合わせた販売チャネルへの対応 信頼のおけるアフターサービス エンゲージメントチャネル <ul style="list-style-type: none"> Webサイト等様々な媒体を活用した情報の提供 店頭コミュニケーション イベント及び商品封入アンケート集計 お客様相談室：2020年度の相談件数…約23万件 	企画・開発 <ul style="list-style-type: none"> 獨創性のある新たな商品の開発 共遊玩具など、「誰もが楽しめる」ことを目指したユニバーサルデザインの商品の開発 生産・調達 <ul style="list-style-type: none"> 安全確保に向けた品質チェック マーケティング・営業 <ul style="list-style-type: none"> お客様の意見、要望の把握 お客様の利便性に資する販売チャネルの拡大 販売・店頭サポート <ul style="list-style-type: none"> ブランドや世界観を体験していただけるようなイベントの提供 お客様相談室・情報資産の管理 <ul style="list-style-type: none"> お客様のご意見の吸い上げ 	「夢」を形にする新しいアソビの価値の提供
従業員 	期待・ニーズ <ul style="list-style-type: none"> 多様な人財の活躍 イノベーションの生まれやすい職場環境 ダイバーシティ&インクルージョンの推進 エンゲージメントチャネル <ul style="list-style-type: none"> 労働組合など従業員と経営との対話 タカラトミーグループホットラインの運営 こころの相談窓口 TOYシステム(商品企画や事業活動の改善提案などのアイデア箱)の実施 	事業活動サポート <ul style="list-style-type: none"> スキルアップや成長を支援する研修の実施 サステナビリティ・CSRや企業倫理研修の実施 多様な人財がいそいそと働ける仕組みの整備 従業員エンゲージメント調査の開始 	社員の自主性と創造性が最大限発揮される職場環境の提供
株主 	期待・ニーズ <ul style="list-style-type: none"> 企業価値向上に向けた対話の場の提供 株価向上や配当金による利益提供 持続可能な社会と経済性の両立 エンゲージメントチャネル <ul style="list-style-type: none"> 株主総会の実施 決算説明会の実施 アナニュアルレポートの発行 Webサイトを通じた情報の発信 	事業活動サポート <ul style="list-style-type: none"> 株主との適切なエンゲージメントの実施 実効性・透明性のある経営体制の構築 Sustainable Growth(持続的成長)の基盤構築 	質の高い成長と健全な経営 持続可能な社会への貢献
パートナー(お取引先) 	期待・ニーズ <ul style="list-style-type: none"> 信頼のある取引の継続 ブランド力のある商品の開発 サステナブルなサプライチェーン 効率化された物流システムの構築 魅力ある売り場づくりのノウハウの提供 各販売店に合わせた売り場提案 エンゲージメントチャネル <ul style="list-style-type: none"> お取引先説明会の実施 取引ガイドラインの策定 	企画・開発 <ul style="list-style-type: none"> パートナー会社との共創による新たな商品の開発 生産・調達 <ul style="list-style-type: none"> 公正な取引の実施 CSR調達 物流・倉庫管理と排出 <ul style="list-style-type: none"> ニーズに合わせた物流システムの効率化 マーケティング・営業 <ul style="list-style-type: none"> お客様のニーズを満たすマーケティング活動の提案 販売・店頭サポート <ul style="list-style-type: none"> ブランドの世界観を前面に打ち出したイベントなど「場」の提供 	公正・公平な取引を通じた強固な信頼関係の構築
社会・地球環境 	期待・ニーズ <ul style="list-style-type: none"> 環境に配慮した商品・サービスの提供 イベントやコラボレーションなどによる地域活性化 人権に配慮した事業活動 事業所や生産拠点等の地域社会への雇用の創出 環境マネジメントシステムの構築 腐敗防止施策の実施 次世代教育支援 エンゲージメントチャネル <ul style="list-style-type: none"> SDGs人生ゲームを活用したオンライン授業の提供 お客様アンケートの実施 意見交換会の開催 交流会の実施 	企画・開発 <ul style="list-style-type: none"> 地域の経済・文化の発展に寄与する商品・サービスの開発 環境に配慮した素材の研究 エコトイ(環境配慮の自社基準をクリアした玩具)の創出 生産・調達 <ul style="list-style-type: none"> 各地域での雇用促進 生産・調達における環境負荷の削減 人権を尊重したサプライチェーンの確立 コンプライアンス研修の実施 生産工程における環境負荷の低減 物流・倉庫管理と排出 <ul style="list-style-type: none"> 物流システムの効率化による環境負荷の軽減 事業活動サポート <ul style="list-style-type: none"> 次世代教育支援活動 	持続可能な社会の実現 地域社会における経済の活性化 教育・文化への貢献 持続可能な地球環境への貢献

サステナビリティビジョンの実現に向けた タカラトミーグループのアプローチ

タカラトミーグループは、日々の事業活動そのものを通じて社会課題に対応することをCSRとして、取り組みを進めてまいりました。そして、2024年に迎える創業100周年、さらにはその先の社会を見据えて私たちが目指すサステナビリティビジョンを「世界中の子どもたちと友だちになる」とし、その実現に向けた取り組みへと歩みを進めています。

当社グループのサステナビリティは、事業活動を通じて社会課題の解決に取り組むことで人々への「ワクワク・驚き・感動・笑顔」の提供とSDGsへの貢献を両立し、サステナブルな社会を実現することです。

どのような道筋でステークホルダーからの期待やニーズに応えながらサステナビリティビジョンを達成していくか。

この特集では、当社グループの方向性を示す指針となるサステナビリティ重要課題（マテリアリティ）の特定プロセスと目標への進捗を評価する指標（KPI）についてご紹介します。

サステナビリティ
重要課題（マテリアリティ）
の特定

▶ P24

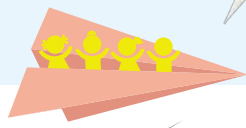
サステナビリティ

サステナビリティ
ビジョンの設定

▶ P20

CSR

すべてのステークホルダーに信頼される誠実な企業活動の推進



タカラトミーグループの
サステナビリティビジョン
世界中の子どもたちと
友だちになる

マテリアリティに沿った
中期目標と評価指標 (KPI) の
策定

▶ P26



事業を通じた社会課題の解決

持続可能な
社会の実現

社会の変化を取り込んだ新たな事業機会の獲得

タカラトミー
グループの成長

ステークホルダーとの
信頼関係の構築



サステナビリティ重要課題（マテリアリティ）の特定

1

社会課題の把握・整理

サステナビリティに関する課題を網羅的に把握し、重要課題の分析対象とする課題群の整理を行った上で、約400項目の社会課題を洗い出しました。
その中から、当社グループと関連性の低い課題や類似課題を整理・統合し、37項目の社会課題を抽出しました。

2

サステナビリティに関する取り組み状況の調査と分析

抽出した37項目について、方針の有無、マネジメント体制、取り組み状況、実績値などの調査を行いました。調査は、販売拠点や生産拠点を含む国内・海外グループ会社合計15社を対象に行いました。

3

サステナビリティ重要課題候補の抽出

調査データを、客観的な視点から専門家に仮評価していただいた後、グループ横断のプロジェクトメンバーでさらに議論を重ね、サステナビリティ重要課題として14項目に絞りました。

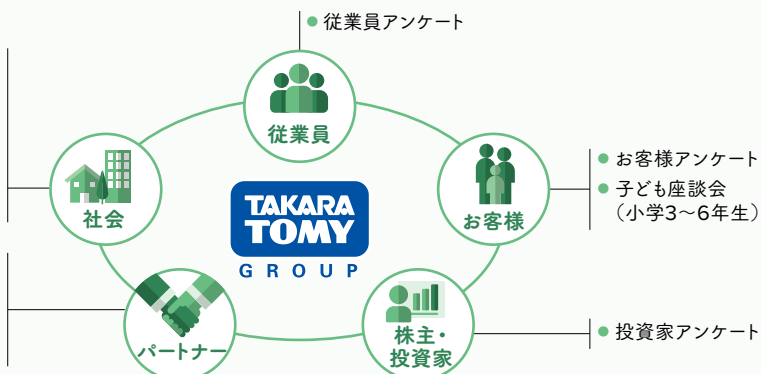
4

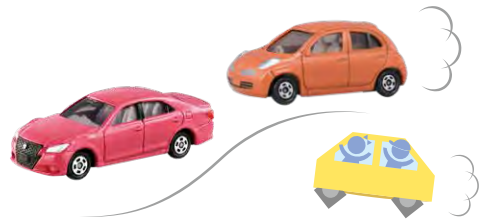
ステークホルダーとの対話

絞り込んだ14項目のサステナビリティ重要課題について、お客様や従業員、投資家を対象にアンケートを実施。従業員と子どもたちが対等な立場で意見交換する場として「子ども座談会」を設け、当社グループだからこそできる貢献のヒントを探りました。

- 大和総研グループ 研究主幹
河口真理子氏
- 社会情報大学院大学客員教授、
CSR/SDGsコンサルタント
笹谷秀光氏
- 日本経営倫理学会 会長
梅津光弘氏
- 月刊トイジャーナル 編集長
伊吹文昭氏
- 共用品推進機構 専務理事
星川安之氏

※役職は2018年12月時点

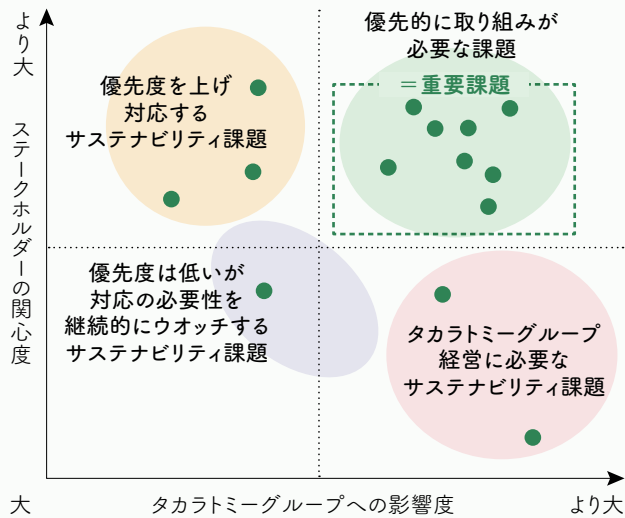




5

サステナビリティ重要課題の特定

ステークホルダーの関心度と、タカラミーグループへの影響度についてプロジェクトメンバーで議論を行い、経営との整合を経て、最終的にサステナビリティ重要課題を8項目に絞り込みました。



サステナビリティ重要課題

- ① 安心・安全・品質の確保
- ② 新たな製品・サービス・IPの創出
- ③ ユニバーサルデザインの推進
- ④ 組織統治とステークホルダーとの対話
- ⑤ 多様な人財の活躍
- ⑥ CSR調達
- ⑦ 環境マネジメント
- ⑧ 事業を通じた教育・文化への貢献



サステナビリティ重要課題に沿った 中期目標と評価指標（KPI）の策定

本年、タカラトミーグループは8つのサステナビリティ重要課題（マテリアリティ）に沿った中期サステナビリティ目標・KPI（2021-2023年度）を新たに設定。

事業活動を通じたサステナビリティビジョン実現への道筋

「タカラトミーグループ サステナビリティフレームワーク」への取り組みを開始いたしました。

今後も、事業活動を通じて今まで以上に社会に価値を創出し、ステークホルダーの期待に応えていけるよう努めてまいります。

タカラトミーグループ サステナビリティフレームワーク

3つの主題	サステナビリティ重要課題	
<p>主題① ものづくりへのこだわり</p> <hr/> <p>「誰もが楽しめる」遊びを広げます。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① 安心・安全・品質の確保 ② 新たな製品・サービス・IPの創出 ③ ユニバーサルデザインの推進 	
<p>主題② 健全な経営の実行</p> <hr/> <p>胸を張れる大人として行動します。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ④ 組織統治とステークホルダーとの対話 ⑤ 多様な人財の活躍 ⑥ CSR調達 	
<p>主題③ 社会・地球環境との共存</p> <hr/> <p>100年先も子どもたちが “笑顔”で遊べる環境を守ります。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ⑦ 環境マネジメント ⑧ 事業を通じた教育・文化への貢献 	



世界中の子どもたちと友だちになる

中期サステナビリティ目標・KPI
FY2021-FY2023

事業を通じて直接的に貢献

- 製造時も含めた、有害化学物質管理手法・体制の再整備
- エシカル製品・サービスの創出として、SDGsの社内研修 2024年3月末までに従業員100%

- サステナビリティ経営を目指した委員会の設立と運営
- 企業倫理の社内研修 2024年3月末までに従業員100%

- ダイバーシティに関する社内研修 2024年3月末までに従業員100%
- 女性管理職比率20%※
※女性活躍推進法に基づく行動計画に沿い、期限は2026年3月期までとする
- タカラトミーの法定障害者雇用率2.3%クリアとその継続的維持
- 従業員エンゲージメント調査の実施と「働きがい」における課題の特定

● 3つの実施

- ① CSR調達方針の周知
- ② CSR調達管理の仕組み化
- ③ 特にCSR関連リスクの高い課題および拠点の特定

- パッケージ・製品の石油由来プラスチックの削減やリサイクルを目指し、実証実験開始と進捗の開示
- 2024年3月までに、CO₂削減長期目標の策定
- グループ廃棄物管理体制の再整備



全てのSDGs目標に対し、
直接的・間接的に貢献



タカラトミーのサステナビリティをもっと知りたい方に >>

社外取締役インタビュー、子ども座談会などの特集記事から環境を守る取り組み、社会貢献活動まで、様々な取り組みを紹介しています。タカラトミーグループのサステナビリティ活動に興味のある方はぜひアクセスしてください。

<https://www.takaratomy.co.jp/company/csr/>



8つのサステナビリティ重要課題への取り組み

安心・安全・品質の確保

業界の安全基準より厳格な 独自の品質基準設定

商品のグローバル展開に合わせ、STマーク※に代表されるような玩具業界の安全基準より厳格な独自の安全基準に照らした検査を実施するほか、「商品安全品質管理規程」を策定し、企画から生産まで一連の流れを仕組み化することで、安全の確保と問題の未然防止に取り組んでいます。

また、重金属・フタル酸エステル類などの混入を防ぐため、外部検査機関と社内にて検査を実施しています。特に欧米へ出荷する製品に対し、規制される有害物質を削減・排除するため、「タカラトミー品質規程」の中に製造過程における化学物質の管理方法について定め、商品の製造に関わる協力会社・工場を対象に、部品や原材料に対してアセスメント（CSA/ Chemical Safety Assessment）を行っています。万一、商品に混入した場合でも、当該商品の市場への流出を防止できる体制を整え、商品の継続的な安全品質の確保、管理の徹底に取り組んでいます。おもちゃの安全配慮は新たな遊びの登場やテクノロジーの進化とともに変化するため、「タカラトミー品質規程」に定める基準や検査内容は、時代に応じたアップデートを重ね、2021年8月には「タカラトミー品質規程」2021年版となる改訂版を発行いたしました。さらに、楽しく安全に遊んでいただくために、商品パッケージや取扱説明書、自社ウェブサイトでは子どもの行動を予測した上での警告・注意喚起表示をするなど、子ども目線での安全対策にも注力しています。

※ STマークは、第三者検査機関によるST基準適合検査に合格したおもちゃに付けることができます。安全面について注意深く作られたおもちゃであると業界が推奨するマークです。



引張強度試験



落下試験

安全品質に対する従業員への 教育・啓発

国内外グループの全従業員を対象に年1回、安全品質の大切さを考える「安全の日」を実施し、安全への意識をグローバルで確認しています。加えて開発、品質管理、営業、お客様相談室などのあらゆる部署と各グループ会社から1人ずつ「安全リーダー」を任命し、1年の任期中、安全なおもちゃづくりを推進するなど、安全品質に対する全社の教育・啓発に努めています。

お客様の声を吸い上げ、次の製品へ (アフターサービス)

当社グループのお客様相談室に寄せられるご相談やお問い合わせは、年間23万件超（2020年度）に上ります。その内容を正しく記録して分析し、有益で大切な情報としてすべて社内にフィードバックしています。なかでも怪我や事故につながる可能性のあるヒヤリハット事例はお客様相談室で詳しく検証した後、社内でも共有し、次のものづくりに活かしています。またお客様相談室へのご相談が増大するクリスマスシーズン前には、電池を使う商品について事前に動作テストをしていただくことを推奨する呼びかけをウェブサイトやTwitterなどで行い、全国のサンタ（お客様）や販売店様からも評価をいただいています。

新たな製品・サービス・IPの創出

IPビジネスによる事業領域の拡大

当社グループでは新たな顧客層へのアプローチとなる、魅力的なオリジナルコンテンツを軸としたIPの創出に意欲的に取り組んでいます。

「ピッ友×戦士 キラメキパワーズ!」「新幹線変形ロボ シンカリオンZ」「ベイブレードバースト」については、原作者としてIPの創出に取り組み、また、玩具を自社で開発、商品化するほか、玩具以外の商品、サービスへのIPのライセンスを通じて、IPビジネスの拡大を進めております。



© TOMY・OLM/キラメキパワーズ製作委員会・テレビ東京



タカラトミーブランドの確立・向上

独自のブランドや商品については積極的に知的財産権を取得しており、出願数は業界トップクラスとなっています。知的財産権の取得によって、技術や遊びも含めたブランド価値の確立とその持続的な成長につなげています。

また、模倣品の製造・販売やSNSへの著作物の無断掲載など、当社の知的財産権を侵害する行為は、ブランド価値を損なうとともに、お客様に模倣品被害をもたらす恐れがあることから、国内外のECサイトを定期的に監視し、知的財産権の行使による適切な措置を講じています。

ユニバーサルデザインの推進

「誰もが楽しめる」を目指した共遊玩具

当社グループでは1980年に障害のある方専用の玩具の開発を開始し、その後、目や耳に障害のある子どもたちも一緒に遊べるユニバーサルデザインのおもちゃ「共遊玩具」として展開され、現在ではその活動が玩具業界全体の取り組みへと広がっています。

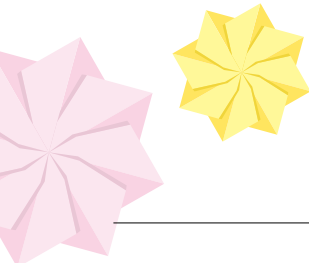
「共遊玩具」では、視覚障害を考慮してスイッチのON側に凸印をつけたり動きや状態を音でも知らせるなどの工夫がなされ、また聴覚障害を考慮して音に加え、光、振動、文字、動き、絵などの要素でも遊びを盛り上げるなどの工夫がなされています。「共遊玩具」は、(一社)日本玩具協会「共遊玩具推進部会」のモニター審査を経て認定されます。一般の玩具売場で販売されるので、「共遊玩具」であることを識別しやすいように、パッケージに、視覚障害に配慮した玩具には「盲導犬マーク」、聴覚障害に配慮した玩具に

は「うさぎマーク」を表示しています。さらに、「共遊玩具」の普及や障害への理解(心のバリアフリー)促進に向けて、オンラインでの大学等の講演や小学校での授業などにも取り組んでいます。



リカちゃん「もくもくジュージュウ にぎやかパーベキュー」
目の不自由な子どもたちも一緒に楽しめる共遊玩具。付属の小物類がさわって識別できるように配慮され、必要な操作をリカちゃんの声でガイドします。

© TOMY



多様な人財の活躍

安心して働き続けられる職場環境の整備

2014年から育児・介護などによって時間に制約のある従業員を対象に週1回の「在宅勤務制度」を正式導入しています。また、従業員が安心して職場復帰できるよう、産休取得前及び育休復帰時には、社内カウンセラーによる相談を含む面談を実施するなど、充実したサポート体制を敷いています。ワークライフバランスの支援を目指したこうした取り組みの結果、タカラトミーにおいては女性の育休取得率、復帰率ともほぼ100%となっています。

さらに、社員が仕事と家庭を両立し、すべての社員

が能力を十分に発揮できるよう、働きやすい環境を作るための行動計画を新しく策定しました。2026年3月末までに男性の育児休業取得率を30%以上とすることなどを目標に掲げ、取り組みを進めています。



ダイバーシティ&インクルージョンの実現を目指して

当社グループでは、多様な人財が活躍できる職場づくりの一環として、ジェンダーの多様性の視点から女性の活躍を推進しており、2019年にはMSCI日本株女性活躍指数(WIN)構成銘柄に初めて選定されました。さらに、女性が管理職として活躍できる雇用環境の整備に向けた行動計画を策定。2026年3月

末までに管理職に占める女性比率を20%以上にすることを目標に掲げています。

人事部及び女性管理職メンバーから成る社内検討会を実施し、今後も女性活躍推進をさらに強化してまいります。

column

インデックス選定入り

環境や多様性確保に向けた経営課題へのタカラトミーグループの取り組みを評価いただき、各種インデックス銘柄に選定されています。今後も引き続き、持続可能な社会づくりに貢献していきます。

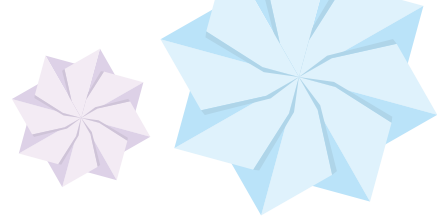
S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数
(2021年3月選定)



MSCI日本株女性活躍指数
(2021年6月選定)

2021 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

※ 株式会社タカラトミーのMSCIインデックスの組み入れおよびMSCIロゴ、商標、サービスマーク、またはインデックス名の使用は、MSCIまたはその関連会社による株式会社タカラトミーの後援、推薦またはプロモーションを意味するものではありません。MSCIインデックスはMSCIの独占的財産であり、その名称とロゴは、MSCIまたはその関連会社の商標またはサービスマークです。



競争力強化に向けた人財育成

2024年に迎える創業100周年に向けて、当社グループがより強靱な企業へ進化していくために、「人・組織を強化する」基盤作りとして教育体系を整え、研修を実施しています。義務研修としては、次世代リーダー育成研修、マネジメント研修、階層別研修等がありますが、その他、各種スキルアップ研修等の希望者対象の研修、TOEIC受験や通信教育の補助などでも従業員の能力開発を支援しています。加えて、当社グループでは玩具の構造検討や金型に関する技術などの暗黙知になりやすい技術やノウハウを次世

代に伝えていく体制を整えています。

2018年度は企画開発・技術開発・生産技術・品質管理の若手従業員を対象に約8ヶ月間の「玩具技術講習会」を実施しました。2019年度からは技術系総合職社員を対象に3ヶ月間の技術研修を実施し、「座学」「現場体験」「振り返り」で玩具づくりの基礎知識を身に付けています。また、社内では技術に関する用語集やチェックリストの多言語化、生産拠点立ち上げ時のノウハウなどを取りまとめた「タカラトミー玩具技術シンクタンク」(冊子)を作成し、共有・活用しています。

TOMY Internationalグループ DEI活動について

海外事業を担うTOMY Internationalグループでは、2020年末に従業員の取り組みとして「DEI委員会」を設立しました。DEIとは、Diversity（多様性）、Equity（公平性）、Inclusion（包括性）の頭文字をとったもので、さまざまなオフィス拠点の多様なメンバーで構成されています。

DEI委員会は組織内の行動の下記4つの柱を特定しました。

- ① コミュニケーション
- ② 従業員の研修とエンゲージメント
- ③ 人員の採用、雇用維持とメンターシップ
- ④ 慈善活動とスポンサーシップ

すべての従業員がDEI精神を醸成し、素性或経歴を問わず他者を尊重し、受け入れることを推奨しています。DEIの取り組みを通して、すべての従業員に生活、仕事、繁栄、成長の機会を平等に与える、より良い職場として認識されることを目指しています。



CSR調達

社会への影響に配慮したサプライチェーンの構築

当社グループは、安全で優良な品質の商品の提供はもとより、その商品の製造過程における工場での人権の尊重、環境への配慮、社会貢献に努めています。これまで、製造委託先様には環境や社会に関する項目が含まれる「タカラトミー製造会社行動規範」の遵守の要請や、お取引の際の契約書に盛り込むなどの取り組みを進めてきました。しかしながら近年、国際社会からの人権や環境などの様々な要請が今まで以上に高まりつつあります。このような背景から、当社グループでは取り組むべき8つのサステナビリティ重要課題の1つ

に「CSR調達」を特定し、2019年度に「タカラトミー製造会社行動規範」の見直しに取り組み、2020年5月に「タカラトミーグループCSR調達ガイドライン」を制定しました。

今後は、当社グループ全体の周知徹底とともに、お取引先様に対しては説明会等でご案内を通じて「タカラトミーグループCSR調達ガイドライン」をご理解いただき、ご協力をいただきながら取り組みを推進してまいります。

TOMY Hong Kongの取り組み

TOMY Hong Kongでは、行動規範に対して特に厳しい基準のある取引先（ライセンサー）商品や米国、欧州向け商品の生産管理を行っており、タカラトミーCOC（Code of Conduct: 行動規範）プログラムに基づき、工場での人権の擁護、従業員の健康と安全の確保、環境の持続可能性などについてお取引

先様とともに製造現場の管理・運営が継続されるようサポートしています。実際に監査を実施する場合、タカラトミーCOCプログラムに基づき、キックオフミーティング、施設視察、従業員面談、書類調査、終了ミーティングといったプロセスを経ています。

column

国連グローバル・コンパクト概要

タカラトミーグループは2021年5月、国際社会が持続可能な成長を実現するための世界的な枠組みである「国連グローバル・コンパクト」への支持を表明しました。サプライチェーン全体を通じ、グローバル・コンパクトが掲げる「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」からなる10原則の実現に向け、取り組みを推進していきます。



国連グローバル・コンパクト10原則

人権	原則1: 人権擁護の支持と尊重 原則2: 人権侵害への非加担
労働	原則3: 結社の自由と団体交渉権の承認 原則4: 強制労働の排除 原則5: 児童労働の実効的な廃止 原則6: 雇用と職業の差別撤廃
環境	原則7: 環境問題の予防的アプローチ 原則8: 環境に対する責任のイニシアティブ 原則9: 環境にやさしい技術の開発と普及
腐敗防止	原則10: 強要や贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗防止の取組み

環境マネジメント

事業を通じた環境負荷低減への取り組み

当社グループでは、事業活動における環境負荷の低減に向けて、事業活動に伴って発生した排出物を、法令を守って適切に処理することはもちろん、可能な限り資源として活用されるよう努めています。例えば国内に工場を所有する(株)トミーテックでは、プラスチック成形時に排出される廃材を粉碎しリサイクルしています。また、物流においては、段ボール・緩衝材の使用量削減や、緩衝材への100%古紙利用、繰り返し使える折りたたみコンテナの利用、異業種間共同輸送の実施などを通じて、環境負荷の低減に努めています。



- ①(株)トミーテック(栃木)
- ②TOMIXの車輪を作る機械
- ③車輪を切削する際に排出される金属くずをリサイクル
- ④プラスチック成型時に排出されるランナー

環境配慮商品の開発(エコトイ)

当社グループは、資源の有効活用と、環境に配慮したおもちゃ「エコトイ」の開発に取り組んでいます。「エコトイ」は、グループ横断組織「エコトイ委員会」が第三者機関からの助言を得て定めた9つの環境配慮基準「エコトイ基準」を1つ以上クリアした商品です。パッケージに「エコトイ」マークを表示してお客様に環境配慮の工夫を分かりやすく伝えるとともに、おもちゃ市場におけるグリーン購入の普及に努めています。

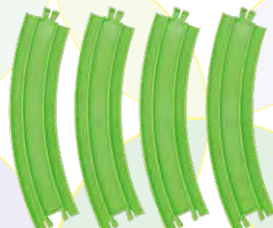


エコトイマーク



「キャップ革命 ボトルマン」シリーズボトルは「的」に、キャップは「弾」に、身近なペットボトルを分別して遊びます。分別や遊び終わったあとのリサイクルについて商品パッケージや取扱説明書で子どもたちに伝えています。

エコマーク
当社は業界他社に先駆けて、“おもちゃではじめて”エコマークを取得いたしました。エコマークは、環境保全に役立つと(公財)日本環境協会エコマーク事務局によって認定された商品につけられるマークです。環境にやさしく暮らしたいと願うお客様が、商品を選択しやすいようにすることを目的としています。



プラレール 「エコ曲線レール」

© TOMY

「ダブルアクショントミカビル(50周年記念特別仕様)」
かんたん変形!2つのモードが楽しめる!トミカの大きなパーキングビル!
エレベーターは電動と手動が切り替え可能な設計になっており、電池がなくても遊べます。



事業を通じた教育・文化への貢献

次世代教育支援活動

当社グループでは、小・中・高校生を対象とした社会見学の受け入れや、小学生向け出張授業、大学での講演など、次世代教育支援の取り組みを行っています。これらは、子どもたちの環境や共生社会に対する意識や職業観を育む機会として、学校現場からも高く評価されています。これらの体験に参加した子どもたちは累計約74,000人にのぼります（2021年3月時点）。

また、2017年から学校や企業、自治体などと協働して地域活性化に貢献する「みんなで作る人生

ゲームプロジェクト」を進めています。2020年から義務教育の教育指導要領に「持続可能な開発目標（SDGs）」が新しく盛り込まれたことを受け、人生ゲームをSDGs教材として活用し、SDGsの担い手を育む活動へと進化させました。コロナ禍においてもプログラム内容を工夫し、同時双方向型のオンライン授業を日本全国で実施しています。SDGs目標の「4.質の高い教育をみんなに」と「17.パートナーシップで目標を達成しよう」に貢献し、おもちゃを通じてSDGsの担い手育成に寄与できるよう努めてまいります。



新入社員と担当社員が講師となりオンライン授業を実施



海外での地域支援活動

海外事業を担うTOMY Internationalグループは、米国、欧州で、地域に根ざした多様な活動を行っています。

英国では、貧困で支援が必要な子どもたちや障害のある子どもたちの支援を目的に、慈善団体を通じて玩具の寄付や募金イベントに参加をしています。また、乳がん研究支援団体への寄付も行っています。

米国では、子どもたちに遊びの楽しさを届けるため、支援の必要なお家族や子どもたちに玩具を寄付するなど、様々な地域活動に努めています。



「スポーツリリーフ」の募金活動に貢献

「スポーツ／コミックリリーフ」の募金活動に貢献しています。集められたお金は、メンタルヘルスサービスの支援、貧困の防止、家庭内暴力の危険にさらされている人々の支援に使われます。

※画像は2019年のイベントの様子です。

リスクマネジメント／各社の取り組み

タカラトミーグループ

当社グループでは、大地震や台風・集中豪雨に伴う洪水被害、ウイルス性感染症の大流行などの大規模災害を想定した「事業継続計画（BCP）」の整備に取り組んでいます。

当社グループは有事の際、安全の確保、人命救助を最優先とし、従業員の安否を確認したうえで、会社施設の保全、システムの早期回復を図り、速やかに事業を再開・継続することでお客様からの信頼と従業員の雇用を維持するなど、迅速・適切に対応できるよう管理体制を整えています。また、地域社会の協調・連

携、復旧・復興支援など、当社グループができる社会貢献に努めています。

情報システム面では、事業の継続性の向上のため、当社グループの基幹システムは社外のクラウド環境、データセンターを活用し国内外で運用しているシステムの全体最適化を進めています。また、安否確認システムの導入により、従業員や家族の安否状況を早急に確認できるよう体制を整えるとともに、防災訓練の実施、防災備蓄品の配布など、有事の際に従業員一人ひとりが適切に行動できるよう努めています。

タカラトミーマーケティング

大規模災害時のみならず平時から物流機能の継続性をいかに確保するかは、事業の継続において重要な課題です。

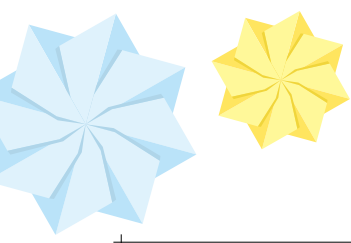
商品の仕分けや梱包、入在庫業務、輸送、在庫の保管などを行っている（株）タカラトミーマーケティングでは、機械による運搬や荷役作業を行うマテハン（マテリアルハンドリング）の機能強化や修繕による出荷停止リスクの低減に努めています。また、物流や

営業、経営管理などのメンバーから成る社内横断プロジェクトを発足し、コロナ禍にも対応した「事業継続計画（BCP）」のさらなる見直しを進めております。具体的には、コロナ禍での出社人数制限における災害発生に備え、出社パターンごとのメンバーの災害対応体制を整備いたしました。これにより避難誘導担当、消火担当などが在宅勤務で不在という状況を解消しております。

キデイランド

おもちゃ、ファンシー雑貨、キャラクターグッズ、書籍などの商品の販売を展開している（株）キデイランドでは、お客様がワクワクするような遊び心満載の店頭演出を行っています。（株）キデイランドは日本全国に拠点があり、店舗スタッフも多いことから、大規模災害

に加え交通機関のマヒなど様々な状況を想定した「事業継続計画（BCP）」を策定しています。従業員とお客様の安全確保や被害確認の手順、情報伝達フローを明確にするなど、日頃から従業員の啓発や訓練に努めています。



新型コロナウイルスへの対応

当社グループでは、お客様、お取引先様及び当社グループ従業員の健康・安全面を第一に考慮し、日本政府による緊急事態宣言の発令以前より、当社グループ従業員に対して、衛生面での対策はもちろん、出勤人員を絞り込むための輪番、交代制の勤務と在宅勤務の推進、感染リスク軽減を目的とした時差勤務の実施などの対策を講じてきました。

政府による緊急事態宣言後も、引き続き在宅勤務及び時差出勤の実施を継続し、従業員の出勤率を削減しております。また、新型コロナウイルス感染症対策として、職域接種を2021年7月より実施し、ワクチン接種の加速化に貢献しております。

トミカショップ、プラレールショップ、キデイランド等店舗においても、店舗スタッフの出勤時の検温やマスク着用の義務化、店頭の出入りに際してのアルコール除菌、レジ周りのアクリル板や透明シート設置による飛沫感染防止措置などの取り組みを実施しています。



トミカショップ レジ待列用ソーシャルディスタンスシート

コンプライアンスの推進

タカラトミーグループビジネス行動指針

当社グループでは、創業理念・企業理念・企業指針・行動基準に基づき、より適切に行動できるよう「タカラトミーグループビジネス行動指針」を制定し、創業理念等の遵守はもとより《一番大切なおお客様である子どもたちにあこがられる存在であり続けるために「大人の醜いところを見せる」ような行動は絶対にしてはいけない》との基本精神を伝えています。「タカラトミーグループビジネス行動指針」は、全グループ会社の役員・従業員が正確に内容を理解できるよう7つの言語で教材を作成し、オフライン及びeラーニングで研修を実施しています。加えて、法令や社内規程だけでなく、「タカラトミーグループビジネス行動指針」に違反する行為または違反するおそれのある行為に対しても、上司及び関連部門への相談やタカラトミーグループホットラインの利用を促進するよう啓発を行っています。

コンプライアンス教育の実施

当社グループでは、「コンプライアンスを考える日」を制定し、全役員・従業員に向けた啓発活動を行っています。国内グループの役員・従業員がコンプライアンスの重要性を確認するとともに、万が一問題が発生した場合には内容や原因、対策を共有することを目的に実施しており、2019年度からは新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、映像配信とeラーニングで実施しています。

加えて、コンプライアンス意識のさらなる強化、コンプライアンス体制の確立等を目的として、コンプライアンスリーダー制度を導入しています。国内グループの各部門役職上位者をコンプライアンス推進責任者に任命し、各推進責任者により選出されたコンプライアンス推進リーダーに対して、遵守すべき法令や知識等に関する研修を実施しています。2020年度は、2020年6月に施行された「パワハラ防止法」の研修を実施し、受講したコンプライアンス推進リーダーより、各職場にて同法の周知・啓発を推進しました。



コーポレート・ガバナンスコードへの対応状況について

コーポレート・ガバナンス報告書において開示を求められる項目への対応状況（概要）については当社公式サイトに掲載しております報告書をご参照ください。

📄 最新版: www.takaratomy.co.jp/company/pdf/gov_report.pdf

経営監視の仕組み

① 取締役指名委員会、報酬委員会

取締役会の諮問機関として、社外取締役・社外監査役などで構成される「取締役指名委員会」及び「報酬委員会」を設置して、各取締役の評価・選任及び報酬額等の内容に係る方針につき助言・提言を求めています。

なお、両委員会とも、独立役員4名、社内取締役1名で構成されています。また、報酬委員会は社外取締役が議長を務めております。

② アドバイザリーコミッティ/フィナンシャルアドバイザリーコミッティ

社外取締役・監査役などで構成される、代表取締役の諮問機関としての「アドバイザリーコミッティ」及び、最高財務責任者の諮問機関としての「フィナン

シャルアドバイザリーコミッティ」を設置して、当社及びグループの業務執行の有効性、財務の信頼性等に関する幅広い助言を求めています。

③ 執行役員評価委員会

代表取締役の諮問機関として、常勤取締役などで構成されており、当社執行役員の評価等に関する幅広い助言を求めています。

📄 各委員会の活動詳細につきましては、以下の当社公式サイトをご参照ください。

www.takaratomy.co.jp/company/csr/organizational_governance/system1.html

社外取締役（社外監査役）サポート体制

社外取締役及び社外監査役に対して、経営企画室のスタッフが取締役会の開催に際しての案内や、議案の概要に関する可能な範囲での事前説明、その他必要情報の提供等を行っています。当社は監査役の職務を専任で補助する従業員1名を置いていま

す。加えて、グループ管理の担当部署を置き、社内規程に基づき各グループの特性、状況に応じて必要な管理・指導を行うなど、監督と業務遂行をサポートする体制を整えています。



取締役会による経営陣幹部の選解任と取締役・監査役候補の指名

取締役の資格及び指名手続き

- 1) 当社の取締役は、社内外から優れた人格、見識、能力及び豊富な経験とともに、高い倫理観を有している者を複数人選任します。
- 2) 取締役の選任については、取締役会の諮問機関として、社外取締役・社外監査役などで構成される「取締役指名委員会」を設置して、各取締役の評価・選任の内容に係る方針につき提言・助言します。
- 3) 当社のすべての取締役は、毎年、株主総会決議による選任の対象とし、新任取締役の候補者は「取締役指名委員会」における公正、透明な審査を経た上で、取締役会で決議され、株主総会に付議します。
- 4) 当社の取締役は当社の事業のよき理解者であるために、当社の創業理念及び企業理念について共感していただける人を選任します。
- 5) 取締役の職務執行に不正または重大な法令違反があった場合その他職務を適切に遂行することが困難と認められる場合には、「取締役指名委員会」において解任理由の説明を行い、これについての審議・助言を受けた上で、取締役会にて決議し、株主総会に付議することとしています。

監査役の資格及び指名手続き

- 1) 監査役については、社内及び社外から、監査に必要となる豊富な経験と高度な専門性を有する者を複数人選任します。
- 2) 監査役候補者の選任案に関しては、監査役会の同意を得た後、取締役会で決議し、株主総会に付議します。

取締役会の実効性評価とプロセス

当社は年1回以上、取締役会の構成メンバーに取締役会全体の実効性に関する質問票を配布して自己評価を行っています。その回答結果を基に取締役会の諮問機関であるリスク/コンプライアンス委員会にて議論がなされ、さらにその後の取締役会にてその評価結果及び課題が共有され、取締役会の実効性を高めるための改善につなげています。また、当社は、取締役会の実効性について構成員の多様性が確保され、取締役及び監査役それぞれが積極的に議論を行っており、経営上の重要な事項の承認と業務執行の監督を適切に行うための体制が構築されていることを確認しました。さらに、企業価値向上に資する中期経営計画の策定と進捗管理がなされていると共に、情報開示を積極的に行い、内部統制システムの体制整備がな

されていると評価しました。一方で、中長期の経営戦略やリスク管理等の課題に関する議論の充実を図りモニタリング機能を強化すること、DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進、経営幹部の育成計画立案が課題として挙げられました。当社は、これらの課題を踏まえてさらなる取締役会の実効性の確保に向けた取り組みを進めてまいります。

2020年12月～ 2021年1月	質問票の配布
2021年3月	質問票の回答を回収 リスク/コンプライアンス委員会にて討議
2021年5月	取締役会で報告

報酬

役員報酬の基本方針

役員報酬の基本方針は、業績や中長期的な企業価値の向上に連動し、株主と価値を共有できる報酬体系であること、他社水準を総合的に勘案して決定している報酬水準であること、ステークホルダーに対して、客観性と透明性を持ったプロセスを経て決定すること、としています。また、個人別の報酬額、内容については、

報酬委員会にて審議・答申し、取締役会にて決議するものとしています。報酬委員会は、社外取締役を議長とし、構成員は議長含め計5名となりますが、ガバナンス担当の社内取締役1名を除き、全員が独立役員である社外取締役及び社外監査役であり、役員報酬決定の客観性と透明性を確保しています。

報酬構成とその水準

社外取締役を除く業務執行取締役の報酬は、固定報酬としての基本報酬と業績連動報酬としての役員賞与及び非金銭報酬としての株式報酬から構成されています。株式報酬については、2021年6月23日に開催された第70回定時株主総会にて決議されたとおり「株式報酬型ストック・オプション」の制度は廃止し、取締役の報酬と当社の業績及び株式価値との連動性をより明確にし、取締役が株価の変動による利益・リスクを株主の皆様と共有することで、中長期的な業績の向上と企業価値の増大に貢献する意識を高めることを目的に業績連動型株式報酬制度を導入いたしました。

各報酬の内容は、次のとおりです。

1 固定報酬

基本報酬は、役位及び職責に基づき報酬額を定め、月額固定報酬として金銭で支給します。

2 業績連動報酬

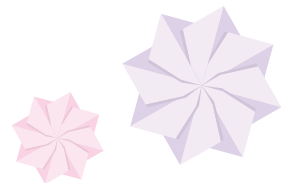
役員賞与は、事業年度ごとの業績向上に対する意識を高めるために業績指標（KPI）を反映した業績連動型の現金報酬としています。各事業年度の連結損益計算書における親会社株主に帰属する当期純利益に一定の料率を乗じ、連結経常利益の達成度合いに応じて算出された額を現金賞与として、当該事業年度終了後の一定の時期に支給します。当事業年度における役員賞与に係る業績指標、目標及び実績（いずれも連結ベース）は、次のとおりです。

業績指標	2021年3月期	
	目標	実績
連結経常利益	55億円	71億円
親会社株主に帰属する当期純利益	30億円	53億円

3 株式報酬

当社グループ会社は2021年度より、取締役（社外取締役及び非常勤取締役を除く）に対し、業績連動型株式報酬制度を導入いたしました。本制度は、取締役の報酬と当社の業績及び株式価値との連動性をより明確にし、取締役が株価の変動による利益・リスクを株主の皆様と共有することで、中長期的な業績の向上と企業価値の増大に貢献する意識を高めることを目的としております。なお、本制度における当初の対象期間（2022年3月31日で終了する事業年度から2024年3月31日で終了する事業年度までの3事業年度）において採用する業績連動指標は、中期経営計画において目標を掲げております連結の自己資本利益率とします。

社外取締役の報酬は、その役割と独立性の観点から、基本報酬のみを支給としています。監査役の報酬は、経営に対する独立性、客観性を重視する視点から基本報酬のみで構成され、各監査役の報酬額は、監査役の協議によって決定しています。また、報酬水準については、外部専門機関による客観的な報酬市場調査データ等を参考に、適切な報酬水準を設定しています。



役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数（2021年3月期）

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)				対象となる 役員の員数 (人)
		固定報酬	業績連動報酬	業績非連動報酬	左記のうち、 非金銭報酬等	
		基本報酬	役員賞与	ストック・オプション		
取締役 (社外取締役を除く)	201	148	32	21	21	5
監査役 (社外監査役を除く)	15	15	—	0	0	1
社外取締役	48	48	—	—	—	7
社外監査役	26	26	—	—	—	3
計	291	238	32	21	21	16

役員の報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針の決定権限

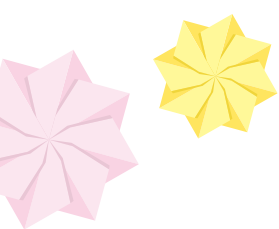
個人別の報酬額、内容については、報酬委員会にて審議・答申し、取締役会にて決議するものとしています。報酬委員会は、社外取締役を議長とし、構成員は議長含め計5名となりますが、ガバナンス担当の社内取締役1名を除き、全員が独立役員である社外取締役及び社外監査役であり、役員報酬決定の客観性と透明性を確保しています。2020年度は、報酬委員会を3回開催しました。主な審議内容は、次のとおりです。

開催年月	審議内容
2020年4月	2019年度の業績に基づく役員賞与の金額等
2020年4月	2020年度報酬型ストックオプション付与可否
2020年6月	2020年度役員月例報酬の金額等

株主・投資家との対話

当社は、株主・投資家に対して当社グループに対する理解を促進し、適正な評価に資するため、金融商品取引法及び東京証券取引所の定める「上場有価証券の発行者の会社情報の適時開示等に関する規則」（以下「適時開示規則」という）に沿って、情報開示を行っております。当社は金融商品取引法及び東京証券取引所の定める適時開示規則に沿った情報その

他重要な情報について、東京証券取引所の提供するTDnet（適時開示情報伝達システム）に迅速に登録いたします。登録した情報は、情報開示の「適時性」「公平性」の観点から、当社公式サイト上でも迅速に公開いたします。さらに、株主の皆様には株主通信を通じて、事業の概況や商品、サステナビリティ・CSRなどについてお知らせしています。



リスク管理

当社グループの経営成績及び財政状態等に影響を及ぼしうるリスクは主に下記のとおりです。リスク発生の可能性を認識したうえで、発生の回避、顕在化した場合の対応を含むリスク管理体制の強化を図ってまいります。

—— 特に重要なリスク ——

- | | |
|----------------|--------------------|
| 1 ヒット商品の影響について | 3 災害等のリスクについて |
| 2 商品の安全性について | 4 新型コロナウイルス感染症について |

—— 重要なリスク ——

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1 四半期業績の変動について | 5 経営上の重要な契約について |
| 2 為替相場の変動について | 6 情報の流出について |
| 3 海外事業展開について | 7 無形固定資産の評価及び減損について |
| 4 原材料価格変動の影響について | |

各リスクの詳細につきましては、以下の当社公式サイトをご参照ください。 www.takaratomy.co.jp/ir/risk/

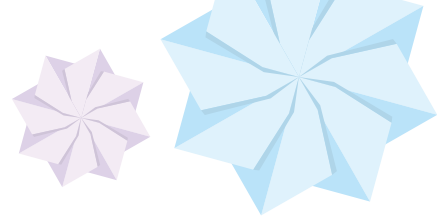
リスク管理体制

当社では、リスク/コンプライアンス委員会及び内部統制担当部門により、内部統制と一体化した全社的なリスク管理体制を構築しています。

リスク/コンプライアンス委員会では、コンプライアンス体制及びリスク管理体制の充実、徹底を図るため、代表取締役を委員長とし、社外取締役・監査役など（独立役員比率は1/2以上）で構成される「リスク/コンプライアンス委員会」を設置して、リスク/コンプライアンス上の重要な問題を審議し、その結果を取締役に報告する体制を採っています。さらに、代表取締役の直轄組織である内部統制担当部門及び内部監査担当部門が、当社及びグループのコンプライアンスの状況を監査し、随時、代表取締役及び監査役会に報告しています。コンプライアンス・リスク管理・情報

管理等に関しては、グループ共通の関連諸規程を整備するとともに、「リスク/コンプライアンス委員会」及び内部統制担当部門が中心となって、グループ全体のコンプライアンス意識の醸成、全社的視点からのリスクマネジメント体制の確立を図っております。

また、不測の事態が発生した場合には、速やかに「危機管理対策本部」を設置し、迅速かつ適正な対応を行い、損失・被害を最小限に止めるとともに、再発防止策を講じます。製品の安全性に関しては「安全品質統括部」を中心に、安心できる優良な商品を提供するプロセスの強化に取り組んでいます。サステナビリティに関連する社会課題及び企業倫理に関しては、「CSR推進室」を中心に対応しております。



買収防衛策の継続

当社は、2019年6月21日開催の当社第68回定時株主総会において株主の皆様の承認を受け、「当社株式の大規模買付行為等への対応方針」（以下「本対応方針」といいます）を継続いたしました。本対応

方針は、有事の際に新株予約権の無償割当て（以下「対抗措置」といいます）を行うことができる事前警告型ライツプランであり、具体的内容は以下のとおりです。

本対応方針の概要

本対応方針の概要は以下に記載するとおりですが、本対応方針の詳細については、当社公式サイト掲載の2019年5月10日付けプレスリリース「当社株式の大規模買付行為等への対応方針（買収防衛策）の継続に関するお知らせ」をご覧ください。

 www.takaratomy.co.jp/release/pdf/190510_03.pdf

- ①当社が発行者である株券等の保有割合が20%以上となる買付け等（以下「大規模買付行為等」といいます）を行おうとする者（以下「買付者」といいます）は、事前に当該大規模買付行為等に関する情報を当社に対して提供していただきます。
- ②当社取締役会は、有事に際し、特別委員会を設置します。特別委員会は、当社取締役会に対し、企図されている大規模買付行為等の内容に対する意見や根拠資料、これに対する代替案等を提出するよう求めることがあります。
- ③特別委員会は、買付者や当社取締役会から情報を受領した後、当社取締役会からの付議を受けて、当社取締役会が当該大規模買付行為等にかかる買付内容を検討するに必要な情報のすべてが記載された書面による提案を受領した時から起算して、原則として最長90日以内（但し、特別委員会が合理的に必要と認めた場合は特別委員会の決議により30日を上限に延長可能）に、買付内容の評価・検討を行い、買付者に対して対抗措置を発動すべきか否かを判断し、当社取締役会に対し勧告を行います（なお、特別委員会は、その勧告において対抗措置の発動に関して当社株主総会の承認決議を経るべき旨の留保を付することができます）。特

別委員会は、必要と判断する場合には、独立した外部専門家等の助言を得ることができます。また、当社取締役会は、買付者との交渉、株主に対する情報開示等を行います。

- ④当社取締役会は、特別委員会の勧告を最大限尊重し、最終的に対抗措置を発動するか否かの決議を行うものとします。なお、当社取締役会は、特別委員会がその勧告において対抗措置の発動に関して当社株主総会の承認決議を経るべき旨の留保を付した場合、原則として、実務上可能な限り速やかに当社株主総会を招集し、対抗措置の発動に関する議案を付議するものとします。この場合、当社取締役会は、当該株主総会の決議に従い、対抗措置の発動・不発動に関する決議を行うものとします。
- ⑤買付者が、本対応方針に定める手続を遵守しない場合や当社の企業価値・株主共同の利益を明白に侵害すると認められる場合で、かつ、対抗措置を発動することが相当と認められる場合には、当社は、特別委員会の判断を経た上、対抗措置の発動を決定することができます。
- ⑥対抗措置を発動する場合に株主の皆様割り当てられる新株予約権には、買付者等一定の者（以下「非適格者」といいます）による権利行使は認められない旨の行使条件、及び当社が非適格者以外の者から当社株式と引換えに新株予約権を取得することができる旨の取得条項を付することができます。これにより、非適格者以外の株主に対して当社株式が交付された場合には、当該非適格者の有する当社株式の議決権割合は希釈化されることとなります。





水戸 重之
社外取締役



三村 まり子
社外取締役



佐藤 文俊
社外取締役



殿村 真一
社外取締役



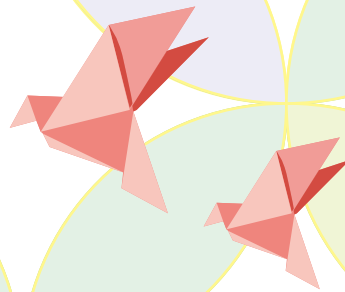
伊能 美和子
社外取締役



安江 令子
社外取締役



松木 元
常勤監査役



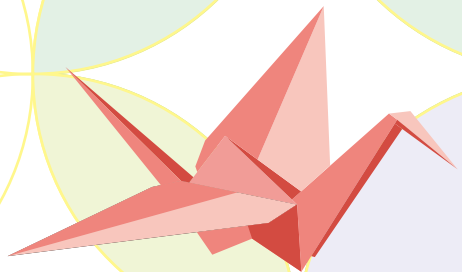
梅田 常和
社外監査役



吉成 外史
社外監査役



渡邊 浩一郎
社外監査役





四之卷

データセクション

6年間の財務・非財務サマリー（連結）

（百万円）

	2021年 3月期	2020年 3月期	2019年 3月期	2018年 3月期	2017年 3月期	2016年 3月期
売上高	141,218	164,837	176,853	177,366	167,661	163,067
売上総利益	55,256	66,364	73,478	72,217	63,736	57,339
販売費及び一般管理費	48,177	55,681	59,071	59,018	55,992	54,641
営業利益	7,079	10,683	14,407	13,199	7,744	2,698
経常利益	7,170	10,204	14,303	12,420	7,823	1,459
税金等調整前当期純利益 （△純損失）	7,462	7,601	13,784	9,967	7,127	△6,711
親会社株主に帰属する当期純利益 （△純損失）	5,374	4,507	9,302	7,962	5,372	△6,703
EBITDA ¹	14,246	18,723	22,490	22,311	16,275	11,692
研究開発費	4,066	4,666	3,963	3,533	3,225	3,144
減価償却費＋のれん償却費	7,166	8,040	8,082	9,111	8,531	8,994
営業活動によるキャッシュ・フロー	18,064	9,006	21,492	16,346	24,896	8,675
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,606	△3,381	△4,038	△3,692	△3,793	△3,974
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,817	△12,274	△10,057	△24,670	△1,927	△6,014
（期末）						
総資産	147,614	129,253	143,364	139,456	157,693	145,652
純資産	69,928	67,410	67,315	56,322	51,611	37,824
有利子負債	42,363	29,655	35,465	42,793	64,748	71,776
1株当たり情報（円）						
当期純利益（△純損失）	57.07	47.30	97.85	84.74	61.88	△78.74
年間配当金	17.50	30.00	24.00	14.00	10.00	10.00
純資産	742.45	703.07	700.26	591.00	548.45	432.87

	2021年 3月期	2020年 3月期	2019年 3月期	2018年 3月期	2017年 3月期	2016年 3月期
主要指標						
売上高営業利益率(%)	5.0	6.5	8.1	7.4	4.6	1.7
海外売上高比率(%)	38.2	32.9	33.7	36.5	36.8	41.6
自己資本当期純利益率(ROE) (%) ²	7.9	6.8	15.2	14.9	12.2	△15.7
総資産経常利益率(ROA)(%) ³	5.2	7.5	10.1	8.4	5.2	1.0
自己資本比率(%) ⁴	47.1	51.6	46.5	40.0	32.4	25.5
配当性向(%) ⁵	30.7	63.4	24.5	16.5	16.2	—
株式指標						
期末株価(円)	1,005	762	1,142	1,092	1,113	822
株価収益率(PER)(倍)	17.6	16.1	11.7	12.9	18.0	—
発行済株式総数(千株) ⁶	93,656	94,797	95,239	94,343	93,103	85,814
会社データ						
子会社数(社)	34	32	33	34	35	34
従業員数(連結)(人)	2,379	2,568	2,665	2,199	1,951	2,042
従業員数(単体)(人)	547	541	509	504	495	491
従業員平均年齢(単体)(歳)	43.2	42.3	41.5	41.8	41.3	40.9

注:

1 EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

2 自己資本当期純利益率=親会社株主に帰属する当期純利益÷期首期末平均自己資本×100 *自己資本=純資産-新株予約権-非支配株主持分

3 総資産経常利益率=経常利益÷期首期末平均総資産×100

4 自己資本比率=自己資本÷総資産×100

5 配当性向=当該事業年度に基準日が属する普通株式に係る1株当たり個別配当金(合計)÷1株当たり当期純利益×100

6 自己株式を除く

1st 第一創業1924～

TOMY'S FOCUS 職人魂/戦中・戦後
INDUSTRY TREND 金属・動力

1920

タカラトミーの前身となる トミー（富山玩具製作所）創設

1924年創業者 富山栄市郎がトミー（現タカラトミー）の前身となる富山玩具製作所を創設。数多くの飛行機玩具を製作し、「飛行機の富山」の名声確立した。その後、玩具業界初となる流れ作業方式の工場の設立や玩具研究部門の設置など、次々と業界に先駆けた取り組みで事業の拡大を図る。また、玩具製造業者の地位向上に向けて尽力し、玩具業界の近代化に大きく貢献した。

- 1924年 AERO PLANE BREGUET
- 1930年 LOOPING PLANE
- 1935年 AIR MAN
- 1937年 TANK
- 1946年 JOHN DEERE



AERO PLANE BREGUET



JOHN DEERE*



B-29



スカイピンポン

1950

金属から プラスチックの時代へ

フリクション玩具「B-29」は国内外で大ヒットし、大型玩具輸出の先鞭をつけた。1953年には株式会社として近代企業への道を歩きはじめ、1959年、創業時からの悲願であった販売会社も設立した。このころ、玩具業界にも素材・技術革新の波が押し寄せ、金属からプラスチックへ、フリクション玩具から電動玩具へと大きな転換期を迎える。

1955年、タカラの前身である佐藤ビニール工業所設立。

- 1951年 B-29
- 1953年 スピードレーサーNo.3
- 1957年 シャボン玉を吹く象
- 1959年 ビギーコック
スカイピンポン
プラスチック汽車・レールセット



プラスチック汽車・レールセット



リカちゃん

2nd 第二創業1954～

1960

輸出ブームの下、 いち早く海外進出を果たす

トミーは、生産高の半分を輸出が占める状況下、いち早くニューヨーク、ヨーロッパに駐在員事務所を開設し直接進出を目指した。国内についても相次いで製造拠点を設置し、業界に例を見ない開発センターを開発するなど、ものづくりに対して妥協を許さない体制を構築した。

タカラはビニール加工技術を活かしたヒット商品が事業拡大の原動力となり、総合玩具メーカーへと発展していった。

- 1960年 ダッコちゃん
- 1964年 おはなしミコちゃん
- 1967年 リカちゃん
- 1968年 人生ゲーム
マジックスカイレール
- 1969年 ロボット大回転



人生ゲーム



トミカ



ウォーターゲーム



黒ひげ危機一発

1970

海外拠点での生産に着手

トミーは、委託生産の香港に続き、シンガポールに初の自社工場を開設。海外での生産にもいち早く着手した。創業50周年を迎えた1974年、二代目富山允就が社長に就任。

トミー、タカラとともに、現在まで続くロングセラー商品を数多く世の中に送り出した。

- 1970年 トミカ
GIジョー
- 1972年 変身サイボーグ
- 1974年 ミクロマン
- 1975年 黒ひげ危機一発
ポケットメイト
メロディポッポ
鋼鉄ジューグ
- 1976年 ウォーターゲーム
あみっこ
ボーンフリー
TOMIX
- 1977年 せんせい
こえだちゃん
- 1978年 ブラックレーサー



TOMIX
JR東日本商品化許諾済



こえだちゃん



せんせい



チョコQ



チョコQ



ZOIDS

1980

改革の続行と販路拡大

トミーは、1980年にハンディキャップトイ研究室を設置。共遊玩具への取り組みを業界に普及させていった。1985年のプラザ合意により急速に経営危機に陥り、国内生産工場の閉鎖など抜本的な改革を実行。翌年、経営体制の刷新により三代目富山幹太郎が社長に就任。

タカラは、1984年の店頭公開、1986年の東証二部上場と順調に成長を続け、1988年には玩具本業経営から複合多角経営へと転換を図り、幅広い層に向けた商品展開を行っていった。

- 1980年 チョロQ
ダイアクロン
バックマン
- 1981年 UNO
- 1982年 和製「バービー」(のちの「ジュニー」)
TVゲーム機能付パソコン「びゅう太」
織機「おりひめ」/編機「あむあむ」
メカボニカ
- 1983年 ZOIDS
- 1984年 トランスフォーマー
オムニポット
ジュニー
- 1986年 ふわふわわたあめ
- 1987年 手のひらビビ
のらくろロック
- 1988年 フラワーロック
魔神英雄伝ワタルのキャラクター商品発売
ガチャ
ジュンガ
拳闘士
「少年アシベ」のキャラクター
「ゴマちゃんのぬいぐるみ」
モノポリー
- 1989年



トランスフォーマー



フラワーロック

1990

プロダクトアウトからマーケットインへ

トミーは新体制で再生への足固めを行い、玩具・雑貨・マルチメディアの3本柱に注力する「事業の多角化戦略」を発表。キャラクタービジネスへの挑戦や米国ハスブロ社との業務提携など、次々と新たな施策を展開。1997年には店頭公開、1999年には東証二部上場を果たした。

タカラは1980年代後半から続く、生活を豊かにするハーティーシリーズの拡大やTVキャラクター商品のヒットなど、積極的な商品展開で1991年には東証一部上場を果たした。

- 1990年 ミュージカン
子ども向け本格ワープロ「Dear」
ちびまるこちゃんの
キャラクター商品発売
- 1991年 愛鳥倶楽部
- 1992年 プラレール「きかんしゃトーマス」
スーパーファミコンソフト「餓狼伝説」
- 1993年 ビーダマン
ピンキッシュ
わたしはまんが家スララ
- 1994年 関神伝
- 1995年 LAMAZE
- 1996年 シールメーカーセラ
おやすみホームシアター
ポケットモンスターシリーズ
ピースウォーズ
- 1997年 ポラロイドポケット シャオ
ファービー
ペイブレード
ツイスター
- 1998年
- 1999年



ミュージカン



LAMAZE*



ガチャ*

ペイブレード



ポケットモンスターシリーズ

*写真は発売当時のものではございません。

2000

玩具業界の新たな幕開け

2000年トミーは東証一部上場を果たした。さらなる成長に向けて、開発子会社の設立やぬいぐるみの企画販売会社、新技術活用のための新会社など、グループとして進化を目指す。

タカラは2000年、拡玩具路線を提唱し、玩具の枠を超えた商品展開を積極的に進め、その企画・マーケティング力を活かし、次々と話題商品を提供。2006年、タカラとトミーは互いの強みを最大限に発揮すべく世界一の玩具メーカーを目指して合併し、「タカラトミー」が誕生した。

- 2000年 e-kara
新生だっこちゃん
なんちゃってホン
アクアロイド
- 2001年 ビットチャー-G
スイートバンビーニ
DREAM FORCE 01
- 2002年 パウリンガル
のほほん族
デュエル・マスターズ
マイクロペット
Qi(キューノ)
チョコQ
- 2003年 ミャウリンガル
- 2004年 エアロアルシー
夢見工房
THE FIRST YEARS

- 2005年 ユメル
TVゲームソフト
「NARUTO-ナルト-」
ウォーキービッツ
- 2006年 人生銀行
エアロアラ
赤ちゃんけろっとスイッチ
- 2007年 Omnibot17μ
i-SOBOT(アイソボット)
いえそば
エアギター
ポケモンパトリオ
トミカヒーロー
- 2008年 メタルファイト ベイブレード
- 2009年 生キャラメルポッド
クロックマン



のほほん族



デュエル・マスターズ



人生銀行



THE FIRST YEARS

2010

明日のヒット商品に向かって

2010年より、海外展開を加速。欧州、北米において海外版 TOMICAを投入、「メタルファイト ベイブレード」は、TVアニメの放送とともに全世界での展開も開始し、夏には韓国において国際大会が実施されるほどの盛り上がりを見せた。そして2011年には米国玩具メーカーRC 2(現TOMY International)を買収し、グローバル展開へのプラットフォームを確立。真のグローバルトイカンパニーを目指して、タカラトミーグループ一丸となって動き出した。

- 2010年 プリティーリズム
フルキャラアイス
ポテチの手
- 2011年 バトロボーグ 20
ミニクリーベット
- 2012年 ポケモンレッタ
- 2013年 アニア



Omnibot17μ i-SOBOT(アイソボット)



バトロボーグ 20



ミニクリーベット



アニア

4th 第四創業2014~

TOMY'S FOCUS Newテクノロジー/アナログ玩具+デジタル要素
INDUSTRY TREND パーソナル革命

2014

- 2014年 ブリバラ
- WIXOSS
- 2015年 ベイブレードバースト
- シンカリオン
- OHaNAS(オハナス)
- リニアライナー
- LiccA Stylish Doll collections
- 2016年 リカビジュースシリーズ
- ポケモンメザスタ
- うまれて!ウーモ
- 2017年 トミカハイパーレスキュードライブヘッド
- ミラクルちゅーんず!
- プリントス
- 2018年 ゾイドワイルド
- L.O.L. サプライズ!
- すみっこあつめ
- 2019年 リズモ (Rizmo)
- DUEL MASTERS PLAY'S
- (デュエル・マスターズ プレイス)
- 2020年 トミカ絆合体 アースグランナー
- ポケモンメザスタ



リカビジュースシリーズ



ミラクルちゅーんず!



ゾイドワイルド



トミカ絆合体 アースグランナー



DUEL MASTERS PLAY'S
(デュエル・マスターズ プレイス)



ブリバラ



すみっこあつめ



L.O.L. サプライズ!



うまれて!ウーモ



ベイブレードバースト



ポケモンメザスタ



リズモ (Rizmo)



OHaNAS



プリントス



シンカリオン



リニアライナー
JR東海承認済

© TOMY © T-ARTS / syn Sophia / テレビ東京 / PP製作委員会 ©2021 Pokémon. ©1995-2021 Nintendo/Creatures Inc. /GAME FREAK inc. Developed by T-ARTS and MARV ©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon TM & © Wizards of the Coast/Shogakukan/Mitsui-Kids © T-ARTS ©プロジェクト シンカリオン JR東日本商品化許諾済 ©1968,2019 Hasbro. All Rights Reserved. ©TOMY ©Hu/T・BP・TX ©Hiro Morita, BBB Project, TV TOKYO ©TOMY John Deere's products under license with Deere & Company. Lamaze® is a registered trademark of Lamaze International, Inc. © TOMY /アースグランナー・テレビ大阪 © TOMY・OLM /ミラクルちゅーんず!製作委員会・テレビ東京 ©2020 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved. ©MGA ©TOMY ©TOMY /ZW製作委員会・MBS ©2019 Wizards of the Coast/Shogakukan/Mitsui-Kids ©TOMY ©DeNA

わたしたちの商品

タカラトミーグループの成長を支える定番商品、「トミカ」「プラレール」「リカちゃん」——。
多くの子どもたちに受け入れられる遊び本来の楽しさはそのままで、
時代に合わせて進化させてきたことで、常に新鮮さをともなった
ロングセラー商品として時代を超えて愛され続けています。



ありがとう、そしてこれからも



いつだって、 カッコイイ。

トミカはクルマが大好きだ。
トミカはこれからも、
時代を走るクルマたちを
手のひらサイズに変えて、
その魅力を伝えていきたい。
わたしたちトミカの使命です。

「日本の子どもたちに、もっと身近な国産車のミニカーで遊んでもらいたい」という熱い想いのもと日本初の手のひらサイズの国産車ダイキャスト製ミニカーシリーズとして1970年に誕生した「トミカ」は、2020年に発売50周年を迎え、今では親子3世代にわたって愛されています。現在までに累計1,080種以上の車種が発売され、累計販売台数は6億9,000万台を超えています（2021年4月時点）。

近年では定番商品に加え、人気キャラクターやコンテンツとコラボレーションした「ドリームトミカ」シリーズ、ハイディテールコレクションモデル「トミカプレミアム」シリーズなど、ラインナップを拡大しています。また、2016年から大人向けブランド「tomica」のライセンス展開を本格始動させました。年齢・性別にかかわらず幅広い方に興味を持っていただけるようアパレル、文房具、日用品などへのライセンス展開を実施し、さらなるブランドの強化を目指していきます。



プラレール®

© TOMY

「プラレール」は、2019年に発売60周年を迎えたロングセラーの鉄道玩具で、3世代にわたって愛されているブランドです。「プラレール」の原型は、金属や木の玩具が主流であった1959年に、当時の最新素材であったプラスチックの玩具として発売された「プラスチック汽車・レールセット」です。象徴的な青いレールは、当時家族が団らんの時を過ごした「ちゃぶ台」の上で遊べるサイズで設計されました。この規格は60年経った今でも変わっておらず、当時のレールと最新のレールを繋げて遊ぶこともできます。今後も、身近であり憧れでもある“鉄道”をテーマに、子どもたちが社会を学び、創造力等の子どもたちの成長を促し、また親子のコミュニケーションを育むブランドとして展開していきます。日本国内ではこれまでに、累計約1,800種類、1億7,700万個以上を販売しています(2021年3月末現在)。

リカちゃん®

1967年の誕生から50年以上愛され続けている「リカちゃん」は、常に時代や流行を反映しながら、子どもたちの憧れや夢を形にした商品を発売してきました。近年では「リカちゃん」とともに時代を歩んできた大人にも愛されるブランドを目指した展開や、タレントとしても活躍の場を広げているほか、「リカちゃん」自身のツイッターやインスタグラムも大きな話題となっています。

※ 2021年6月時点のフォロワー数: 合計約22万人



© TOMY

タカラトミーグループが保有するブランドは、子ども向けから大人向けまで60以上にのびます。また、玩具15カテゴリ中14カテゴリを網羅する幅広いラインナップを展開しています。



© TOMY © TOMY・OLM/キラメキパワーズ製作委員会・テレビ東京 TM & © Wizards of the Coast/Shogakukan/Mitsui-Kids © T-ARTS John Deere's products under license with Deere & Company. Lamaze® is a registered trademark of Lamaze International, Inc. © TOMY



トランスフォーマー

1984年にアメリカで、翌1985年に日本でも玩具とアニメがスタートし、大ヒットしたグローバルな変形合体ロボットシリーズです。2019年に35周年を迎えてなお、世界130以上の国と地域で親子2世代にわたり愛されています。



ビッ友×戦士
キラメキパワーズ!

『ガールズ×戦士シリーズ』第5弾となる特撮テレビドラマシリーズです。映像制作会社のOLMと共同で原作を担当するとともに、劇中のシーンが再現できるアイテムなどを商品化しています。



ネルチップ

ネイルチップ専用プリント機『ネルチップ』は、タッチパネル操作で簡単に自分好みのネイルチップを作ることができます。新規事業領域拡大のため「Hitsビジネス本部 ファッションエンターテインメント事業室」を2020年11月に新設しました。「ネルチップ」はその第一弾の施策として、ティーンから大人をターゲットとして展開しています。



ベイブレードバースト

世界80以上の国と地域で、シリーズ累計出荷数5億個以上を記録する、対戦型の次世代ベージュマです。2015年夏から、第3世代「ベイブレードバースト」の販売を開始しました。



デュエル・マスターズ

本格的でありながら遊びやすい子ども向けトレーディングカードゲームとして、2002年に発売しました。出荷数が67億枚を超える人気シリーズで、2019年末には本格的なカードゲームアプリの配信を開始しました。



アニア

2013年から発売されている手のひらサイズの1ギミック付き動物フィギュアシリーズです。「動物の特徴や種類を知りたい」という子どもの知的好奇心を刺激する“立体動物図鑑”として親子で一緒に楽しめる商品です。

**TAKARA
TOMY
A.R.T.S**

株式会社タカラトミーアーツ

アミューズメント筐体、カプセルトイ、雑貨、ぬいぐるみなどを幅広く展開しています。



TOMYTEC

株式会社トミーテック

「鉄道模型」国内シェアNo.1を誇る、商品の企画開発、生産、販売、サービスまで担う総合ホビーメーカーです。

KIDDY LAND®

株式会社キディランド

玩具、ファンシーグッズ、キャラクターグッズ、書籍の専門店です。総合カルチャー産業のリーダーとして、時代を敏感にキャッチし、常に新しい情報やトレンドを発信し続けています。



ザ・ファースト・イヤーズ

哺乳瓶や食器類、ベビーカーなど子育てをサポートするベビー用品です。



ファット・ブレイン

子どもたちに「より賢い 遊び方 “A Smarter Way to Play”」を提供するという理念の下、斬新且つ近代的なデザイン、流行にとらわれずに長く遊べる玩具を展開しています。



JOHN DEERE

ジョンディア

世界的な農耕車両を玩具化しました。プリスクール向け商品から精巧なレプリカまで幅広くラインナップしています。



ラマーズ

発育、月齢に合わせた乳幼児向け知育玩具です。幼児発達の専門家のアドバイスを得て開発しています。



ブーン

育児の不便を解消しながら、育児世代のおしゃれ欲求もかなえるシンプルで気の利いたデザインの商品です。



会社情報

商号	株式会社タカラトミー
本社所在地	〒124-8511 東京都葛飾区立石7-9-10
設立	1953(昭和28)年1月17日
資本金	34億5,953万円
主な事業内容	玩具・雑貨・カードゲーム・乳幼児関連商品等の企画、製造及び販売
従業員数 (2021年3月31日現在)	2,379人(連結) 547人(単体)
子会社数	34社

主要グループ会社

国内	株式会社タカラトミーアーツ 株式会社トミーテック 株式会社タカラトミーマーケティング 株式会社キディランド 株式会社ベニイ 株式会社タカラトミーフィールドテック 株式会社タカラトミーアイビス
海外	TOMY International, Inc. TOMY Asia Limited. TOMY SOUTHEAST ASIA PTE. LTD. TOMY (Shanghai) Ltd. T-ARTS Korea Co., Ltd. TOMY (Hong Kong) Ltd. TOMY (Shenzhen) Ltd. TOMY (Thailand) Ltd. TOMY (Vietnam) Co., Ltd.

株式情報 (2021年3月31日現在)

発行可能株式総数: 384,000,000株
発行済株式の総数: 96,290,850株
単元株式数: 100株
株主数: 150,375人

所有者別株式数比率

個人・その他	45.94%
金融機関	22.89%
外国法人等	18.38%
その他法人	10.00%
自己株式	2.74%

大株主

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
司不動産株式会社	7,565,312	8.08
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	6,284,200	6.71
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	4,102,000	4.38
富山幹太郎	2,688,334	2.87
株式会社日本カストディ銀行(信託口5)	1,374,200	1.47
JP MORGAN CHASE BANK 385781(常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	1,234,785	1.32
株式会社日本カストディ銀行(信託口6)	1,219,000	1.30
管理信託(富山章江口)受託者 株式会社SMBC信託銀行	1,183,101	1.26
株式会社日本カストディ銀行(信託口1)	1,099,000	1.17
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	1,083,400	1.16

注:当社は、自己株式を2,634,292株 保有していますが、上記大株主からは除外しています。なお、持株比率は自己株式を控除して計算しています。

当社のアニュアルレポートは、米国における2大アニュアルレポートコンペティションである「LACP Vision Awards」と「International ARC Awards」において、数々の賞を受賞し、内容面、表現面ともに海外において高い評価を得ています。今後もステークホルダーとの対話をあらゆる企業活動の基盤と位置づけるとともに、株主や投資家の皆様に向けて、企業情報をわかりやすくお伝えできるように努めてまいります。

2020



International ARC Awards
サマリー・アニュアルレポート
レビュー部門/Honors受賞



LACP「2019/2020 Vision Awards」
世界トップ100社ランキング14位
コンシューマー部門 プラチナ賞(1位)
モストクリエイティブレポート賞

2019



International ARC Awards
サマリー・アニュアルレポート
レビュー部門/玩具セクター金賞受賞



LACP「2018/2019 Vision Awards」
世界トップ100社ランキング14位
コンシューマー部門 プラチナ賞(1位)
ベストレポートカバー賞

2018



LACP「2017/18 Vision Awards」
世界トップ100社ランキング18位
コンシューマー部門 プラチナ賞(1位)

2017



International ARC Awards
サマリー・アニュアルレポート
レビュー部門/玩具セクター銀賞受賞



LACP「2016/17 Vision Awards」
世界トップ100社ランキング83位
コンシューマー部門 金賞

2016



International ARC Awards
サマリー・アニュアルレポート
レビュー部門/玩具セクター銅賞受賞



LACP「2015/16 Vision Awards」
世界トップ50社ランキング7位
コンシューマー部門 プラチナ賞(1位)

2015



International ARC Awards
サマリー・アニュアルレビュー部門大賞(1位)受賞
同部門/玩具セクター金賞(1位)受賞



LACP「2014/15 Vision Awards」
世界トップ50社ランキング5位
コンシューマー部門 プラチナ賞(1位)

表紙コンセプト

一枚の紙を折って様々な形を生み出す日本の伝統的な遊び、折り紙。その「遊び」の原点にあるモノの手触りを楽しむ喜び、そして子どもたちの豊かな想像力を育むことを私たちは大事にしたいと思っています。時代が移りゆく現代においても常に変わることのない楽しみ・喜びを通じて、タカラトミーは子どもたちや人々の夢を実現していきます。



株式会社タカラトミー

〒124-8511 東京都葛飾区立石 7-9-10

www.takaratomy.co.jp

© TOMY