

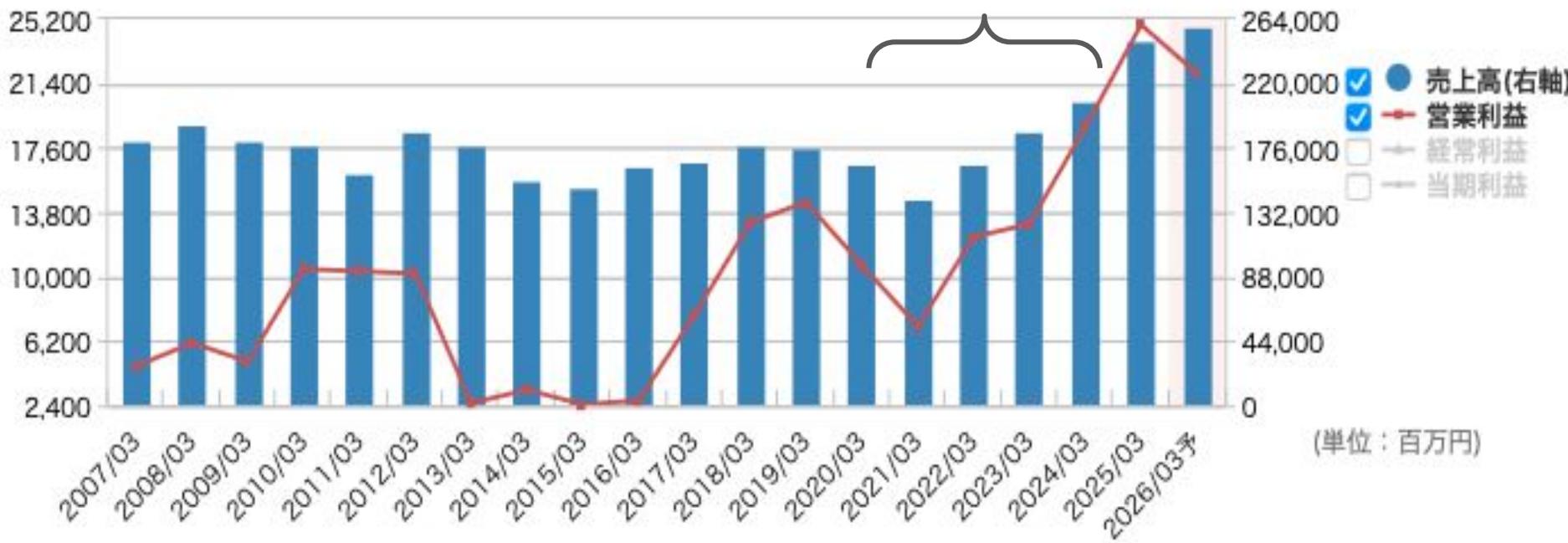
YouTubе

タカラトミー

25/6/10

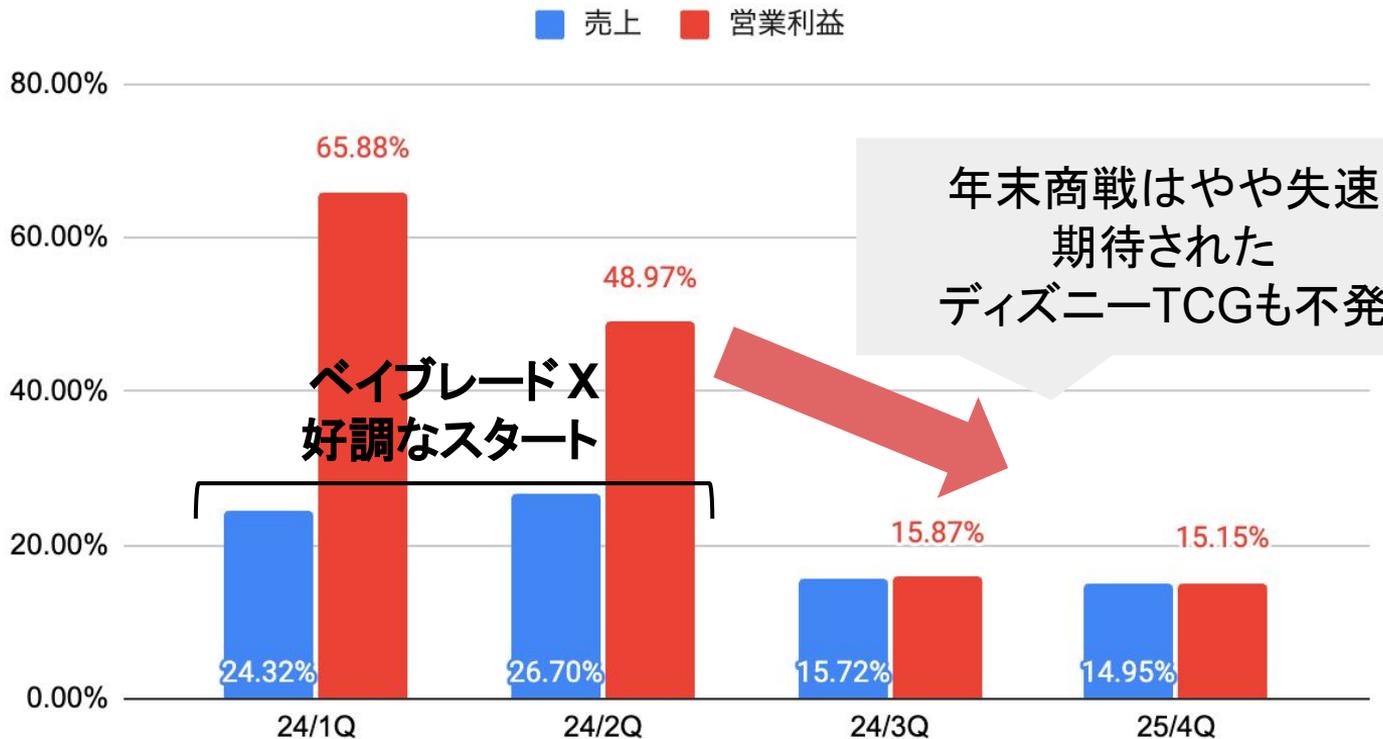
近年は大人向けホビーで業績拡大

Kidult層を
ターゲットに
中期経営計画のテーマ



株価が下落する理由

タカラトミー 25年月期 四半期別 前年比 業績成長率



沿革：黎明期から玩具を海外に輸出していた

トミーは早期に海外展開を行うも、プラザ合意によって業績悪化
市場縮小、人口減少に対抗するためにタカラと合併

沿革

1924年：東京で富山 栄市郎氏がおもちゃ作りのトミーを創業

1955年：佐藤安太氏がタカラの前身である佐藤ビニール工業所を設立

1961年：プラレールを発売(トミー)

1967年：リカちゃんを発売(タカラビニール工業所)

1970年：トミカを発売(トミー)

1999年：ベイブレードを発売(タカラビニール工業所)

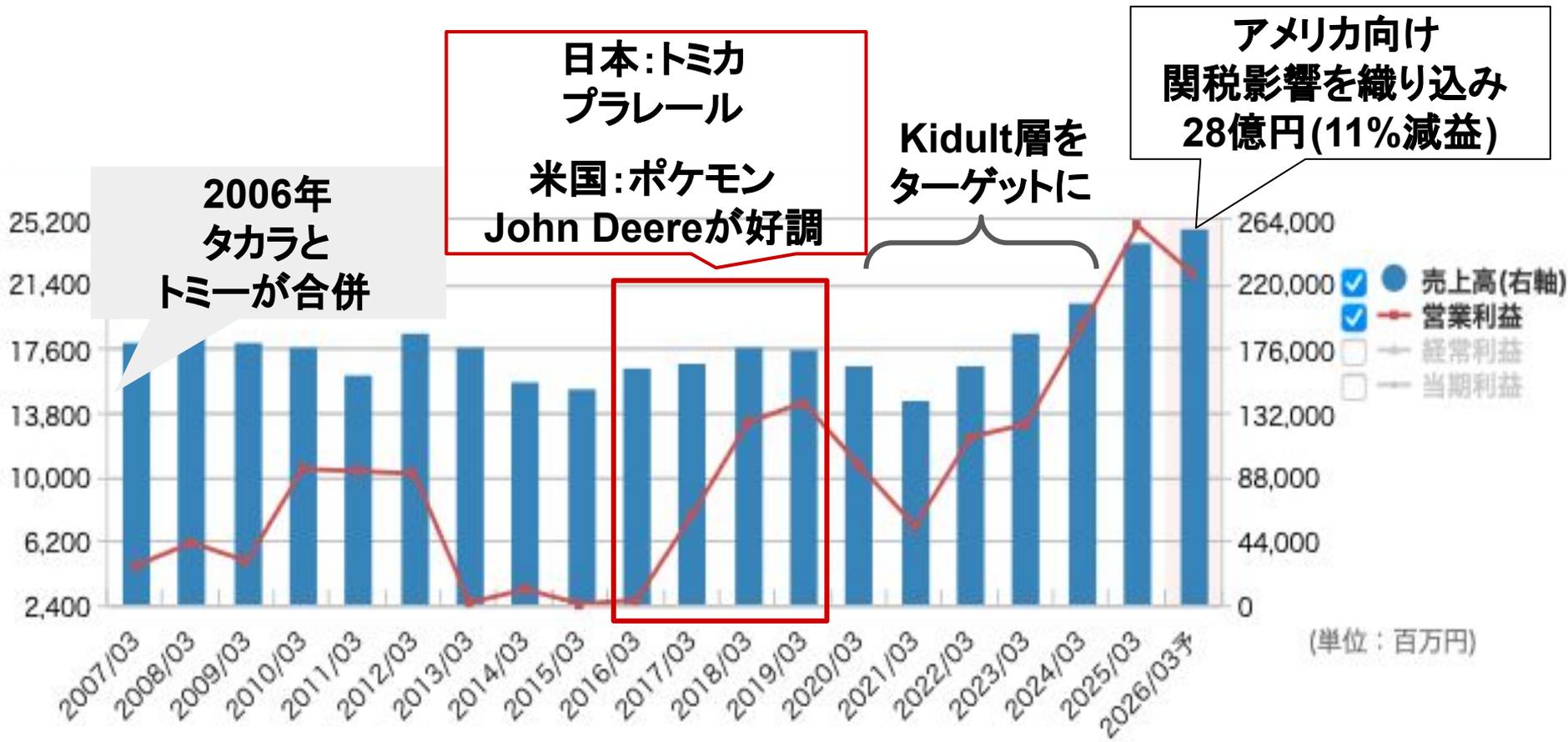
2000年：ウォルトディズニージャパンと国内玩具市場におけるライセンス契約

2006年：タカラと合併しタカラトミーに変更

2007年：キディランドを買収

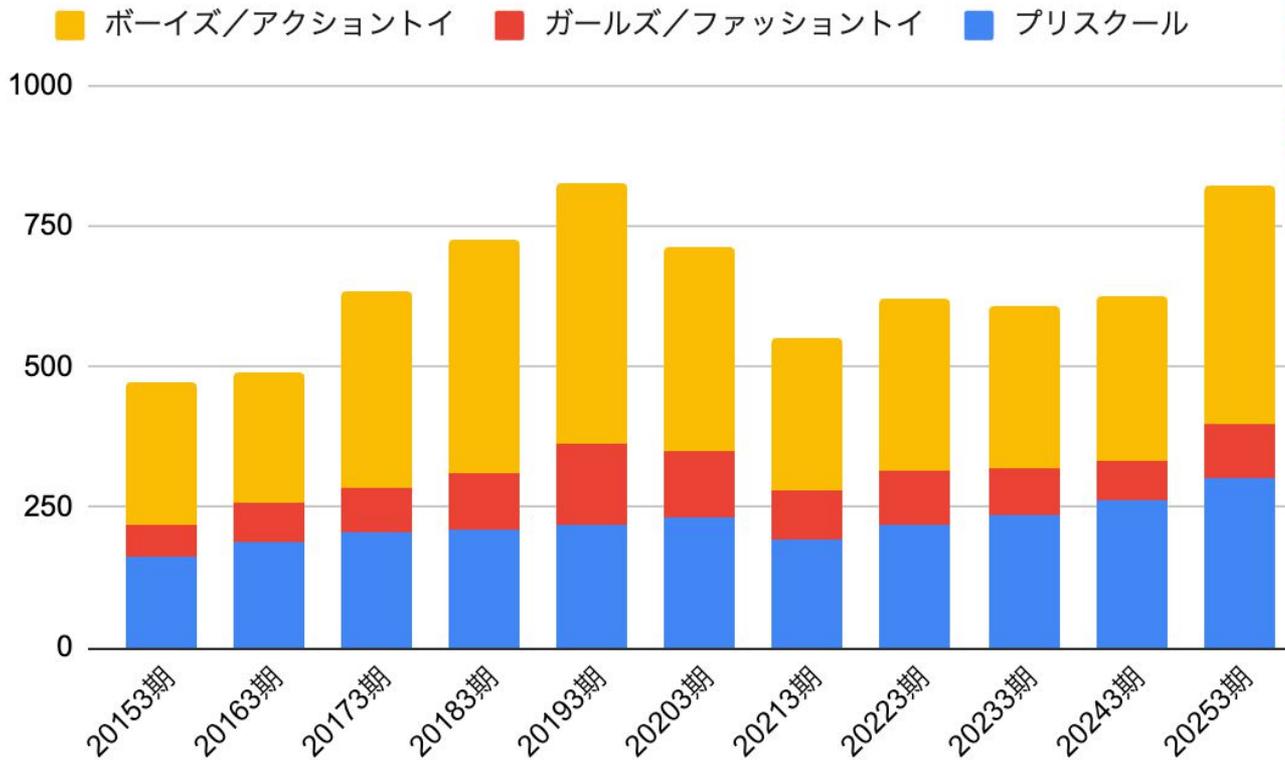
2010年～：アメリカ、アジア各国に現地会社を設立

近年は大人向けホビーで業績拡大



コロナ禍以降売上増加の要因は？

タカラトミー カテゴリ別売上推移



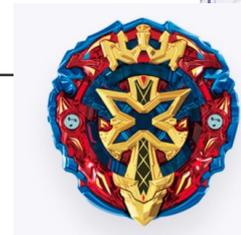
拡張パック

DM24-EX4 デュエル・マスターズ TCG にじさんじコラボ・マスターズ「異次元の超獣使い」

発売日 2025年3月15日 (土)
 希望小売価格 1パック 495円 (税込)
 1BOX 5,940円 (税込)

カードリスト

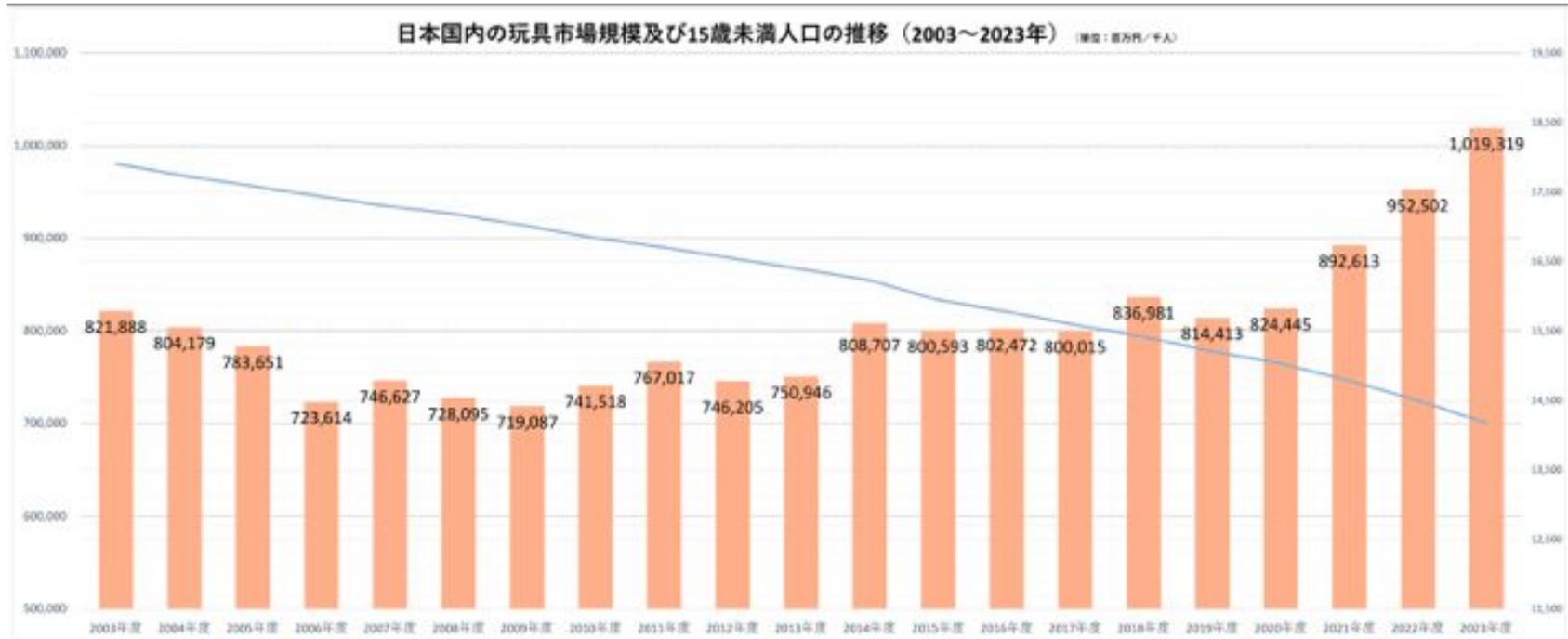
商品詳細



億円

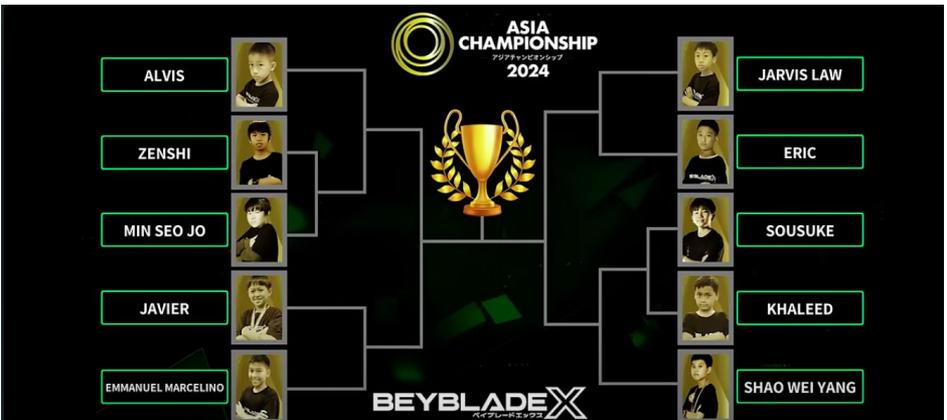
市場：大人が新たな顧客となる

TCGが前年比118%、たまごっちのリメイク、ガンプラなどが好調
トミカも乗り物玩具を牽引し、市場規模は国内初の1兆円を超えた



※本報は上記の通り（メーカー発表の発表ベース）です。2012年度までは発表ベースにともなう四捨五入のため、14桁未満で上り回りに満たない場合があります。
※出典：経済産業省「人口統計」(令和5年10月1日現在)

誰が遊んでいる？

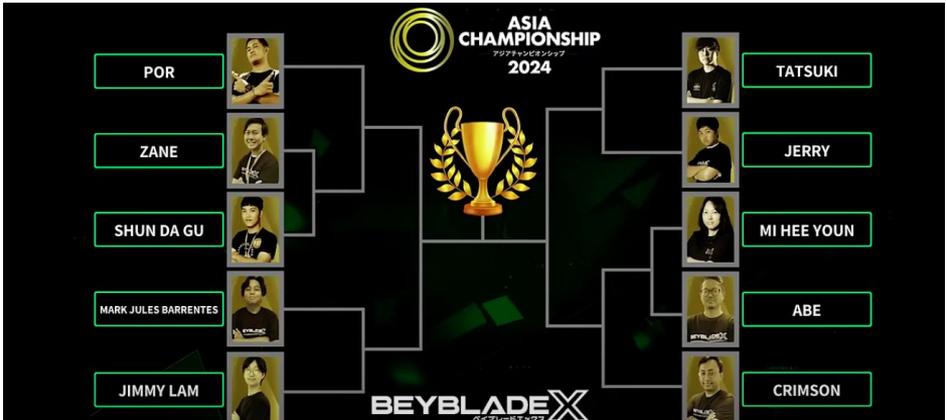


ASIA CHAMPIONSHIP
アジアチャンピオンシップ
2024

BEYBLADE X
ベイブレードエックス

レギュラークラス
6歳～12歳までのブレイダーによる大会

ALVIS, ZENSHI, MIN SEO JO, JAVIER, EMMANUEL MARCELINO, JARVIS LAW, ERIC, SOUSUKE, KHALEED, SHAO WEI YANG



ASIA CHAMPIONSHIP
アジアチャンピオンシップ
2024

BEYBLADE X
ベイブレードエックス

オープンクラス
大人も参加可能な6歳以上のブレイダーによる大会

POR, ZANE, SHUN DA GU, MARK JULES BARRENTES, JIMMY LAM, TATSUKI, JERRY, MI HEE YOUN, ABE, CRIMSON



【本気】 ベイブレードXの大会に出場しました。全員倒します。
122万 回視聴 · 1 年前

 はじめしゃちょー (hajime) 

チャンネル登録よろしくおねがいします！ My name is Hajime! はじめしゃちょーから個別のメッセージが欲しい方は ...

競合比較: 海外売上比率は大きな差はない

主要商品 コンテンツ

主力他社IP

主な市場

海外売上比率



BANDAI NAMCO

玩具、ゲーム
映画など幅広い
ガンダム
アイマス

ドラゴンボール
ワンピース
ウルトラマン

日本59.5%
北米15.8%
アジア12.5%
欧州12.3%

40.5%



TAKARA
TOMY

玩具が中心
トミカ
りかちゃん
ベイブレード

ポケモン
ディズニー
サンリオ
スターウォーズ

日本65%
アジア21.3%
北米9.7%
欧州2.2%

35%

IPのバンナム、玩具のタカラトミー

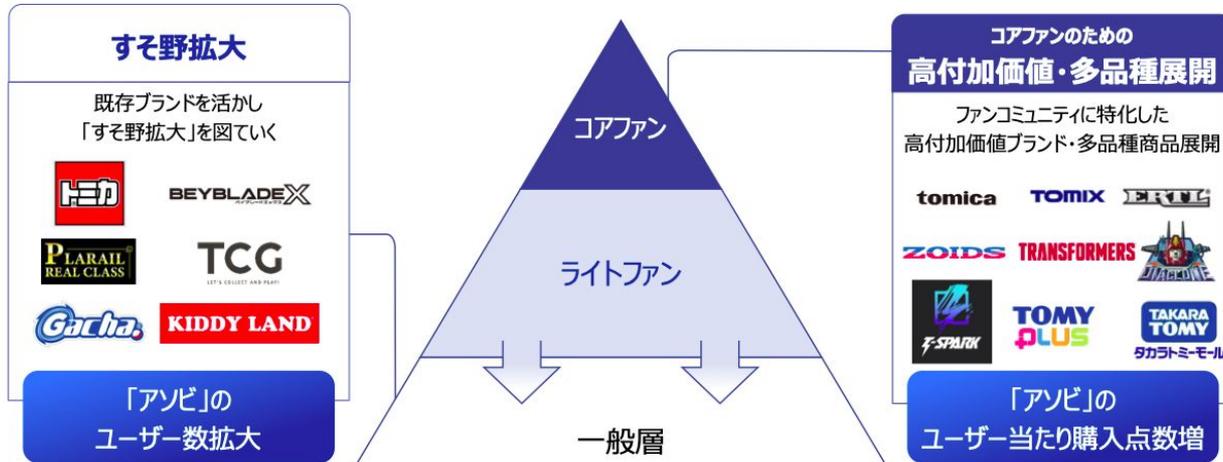
BANDAI NAMCO**TAKARA
TOMY**

主な事業	トイホビー、デジタル アミューズ、IP	玩具が中心 一部ゲームも
売上高	1兆2,415億円	2,502億円
営業利益	1,802億円	248億円
営業利益率	14.52%	9.94%
営業利益 5年CAGR	18.0%	59.74%
連結 従業員数	11,159人	2,423人
PER 25/6/12	29.7倍	20.2倍

オリジナル玩具をコアファンに届ける

年齢軸の拡大：幅広い年代が楽しめるアソビの拡充

ブランド毎に年齢軸戦略を策定



中国・アジア
に向けたアソビの拡大

トミカ・ベイブレードの展開強化



体制整備を活かして他商品も逐次展開



欧米豪圏
に向けたアソビの拡大

ベイブレードの展開強化



Kidults向けジャパンカルチャー商品展開強化



※TI地域間での売上の共通化



11

ルパン三世
ルパン三世 メルセデスベンツ SSK



・価格：1,320円（税込）
・発売年月：2023年2月発売予定
・予約開始予定日：12月27日（火）

表示切れ >

TOMY Company, Ltd. All Rights Reserved

08

エヴァンゲリオン 箱展開
アルビノス ルノー A310（電撃ミサト）

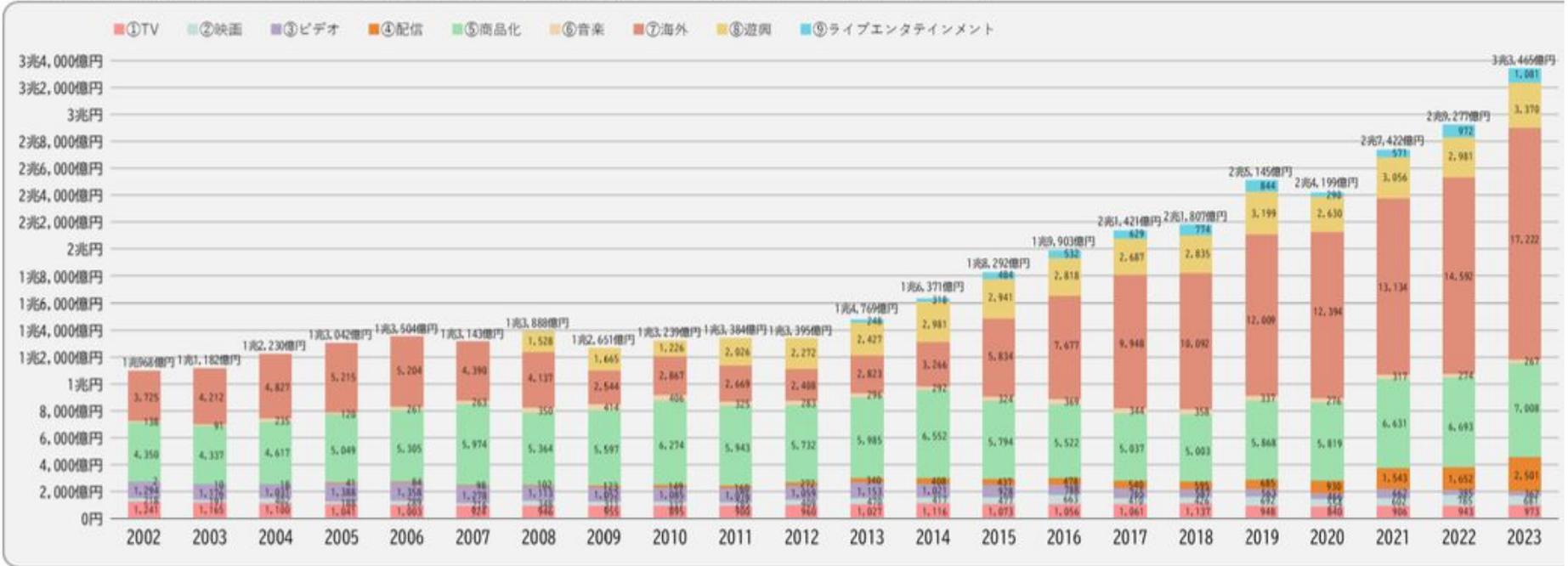


・価格：1,320円（税込）
・発売年月：2025年2月発売予定

市場：アニメ産業の成長性は？

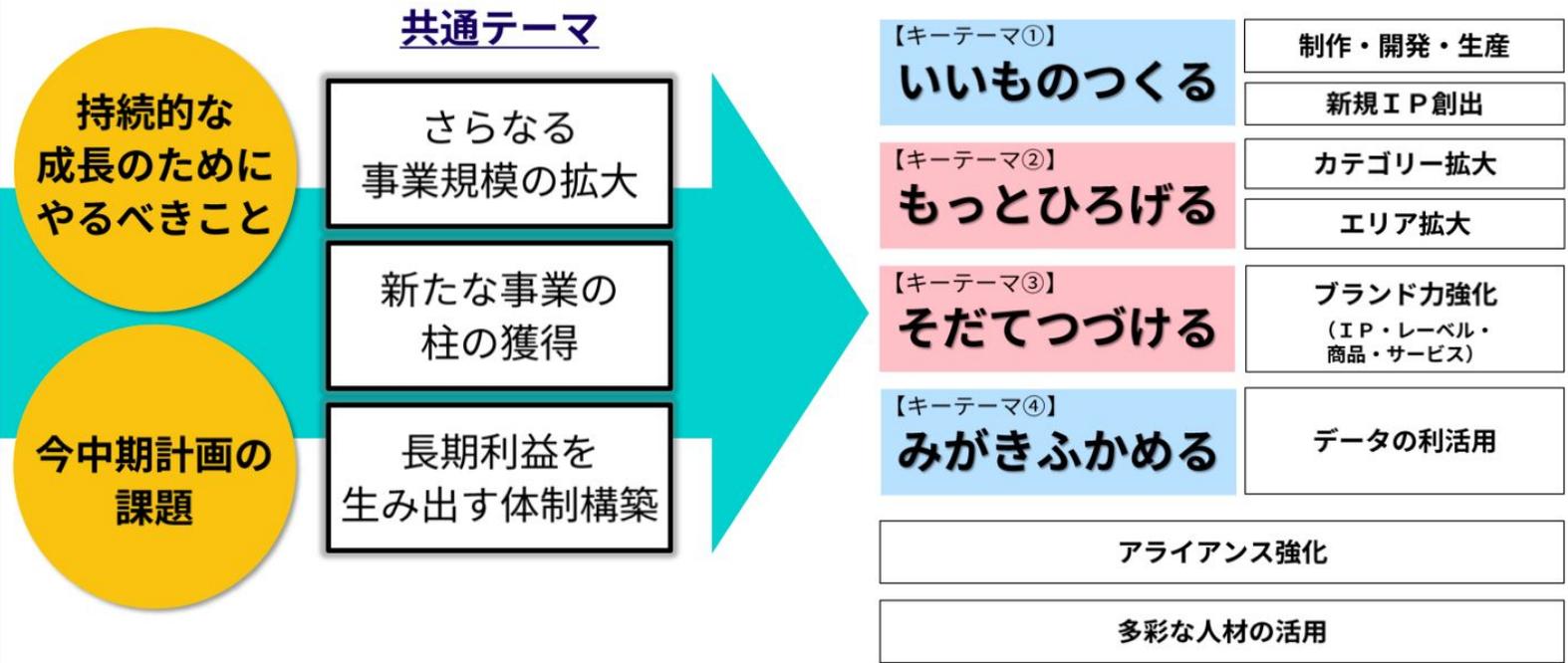
アニメ産業全体では 3兆円を超える。商品化や海外領域が成長している

アニメ産業市場（ユーザーが支払った金額を推定した広義のアニメ市場）の推移[2002~2023]



バンダイナムコ: 全方位戦略

グループ全体のテーマ



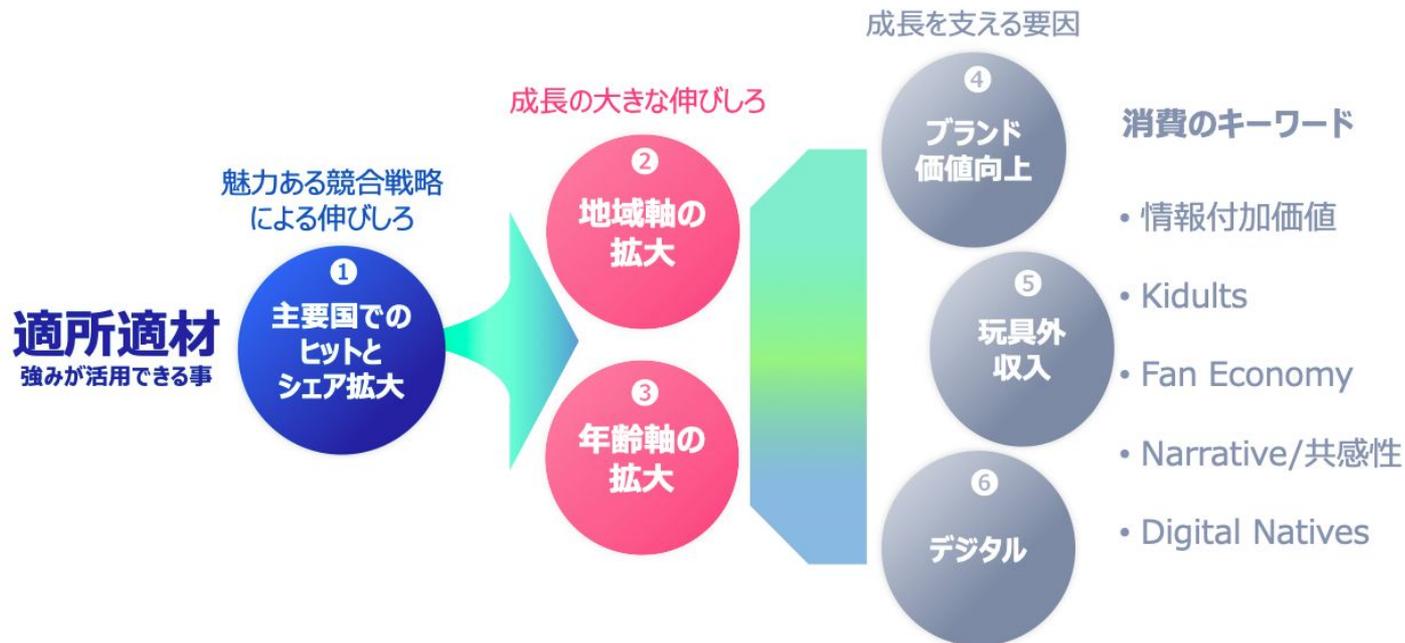
タカラトミー：ランチェスター戦略？



6つの重点戦略

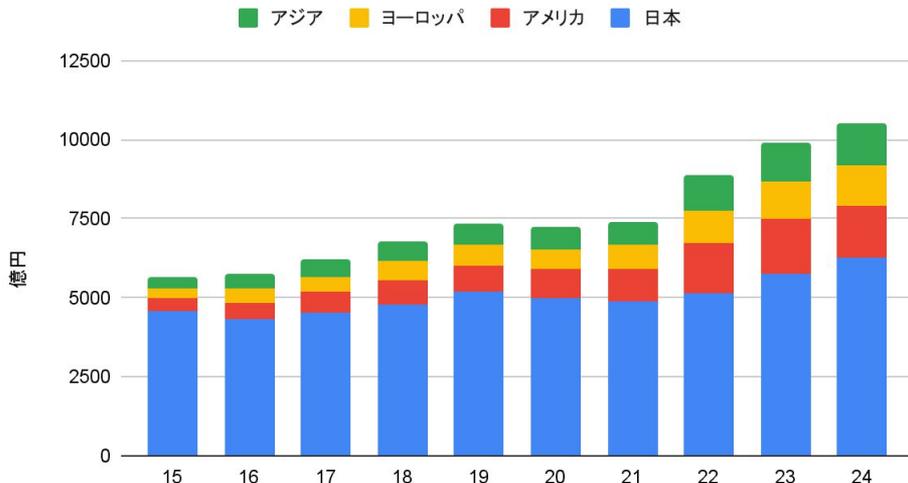


ブランド成長につながる6つの重点戦略

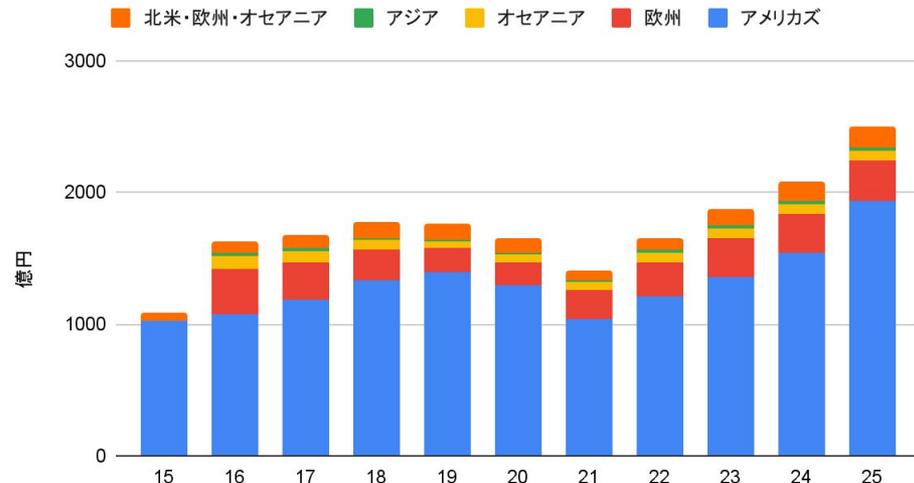


海外の成長力はバンナムが強い

バンダイナムコ 地域別 売上推移



タカラトミー 地域別 売上推移



9年間の
CAGR

日本: 3.91%
アメリカ: 17.56%
ヨーロッパ: 16.58%
アジア: 16.78%

日本: 6.78%
アメリカズ: -1.14%
欧州: -4.28%
オセアニア: 7.36%
アジア: 7.36%