

創業理念：新たな改革に挑戦するための原動力

ENGAGING THE HITMAKERS

ヒットメーカーを突き動かす理念

初代
リカちゃん

タカラトミーグループは、優良な商品で世界の子どもたちに笑顔をもたらし、その笑顔の世界へと広げる取り組みを重ねた結果が収益となり、当社に還元されと考えています。創業理念のもと当社グループは、「ヒットの仕掛人（ヒットメーカー）」として数多くのロングセラー商品を生み出し、玩具における素材革命や、いち早い海外進出など、国内の玩具業界における大きな変革を実現してきました。

時代の推移とともに「遊び」が変化する中、今年創業90周年を迎えたタカラトミーグループは、創業の精神を忘れることなく、これからの時代を乗り切るための大いなる変革に挑戦し、玩具業界におけるグローバルカンパニーへと飛躍します。



4代目
リカちゃん

変革の歴史

タカトミーはこれからも時代の要請に合わせて変革していきます。

1ST

第一創業
1924～

職人魂／
戦中・戦後

金属・動力

「ブリキ」の玩具を数多く製作し、特に飛行機玩具では高い評価を集め「飛行機の富山」の名声を獲得。戦後、フリクション玩具「B-29」が国内外で大ヒットし、大型玩具輸出の先鞭をつけた。

2ND

第二創業
1954～

大量開発・生産／
経済成長

素材革命

戦後の経済成長とともに玩具業界にも素材・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、多品種開発・大量生産の時代へ突入。

3RD

第三創業
1984～

マーケティング／
マスメディア成長

大衆情報革命

電子ゲーム機など情報付加価値商品が登場し、TVや雑誌を中心としたマスメディアによるマーケティングが玩具の売上を左右する時代へ。プラザ合意による急激な円高により、国内生産工場の閉鎖など国内事業の抜本的な改革を実行。
2006年には業界大手2社の「タカラ」と「トミー」の経営統合で事業規模を拡大。
また、2011年においては米国玩具メーカーの買収により海外展開を加速。

4TH

第四創業
2014～

Newテクノロジー／
アナログ玩具＋
デジタル要素

パーソナル革命

玩具業界はアナログ玩具にデジタル要素が融合する「ニューテクノロジー」の時代へ。商品も遊び方も「個」の時代に突入し、「個々の商品」の訴求から「ブランド価値」の向上へと舵を切る。

ビジネスモデル：収益を生み出す仕組み

HITMAKERS

DELIVER

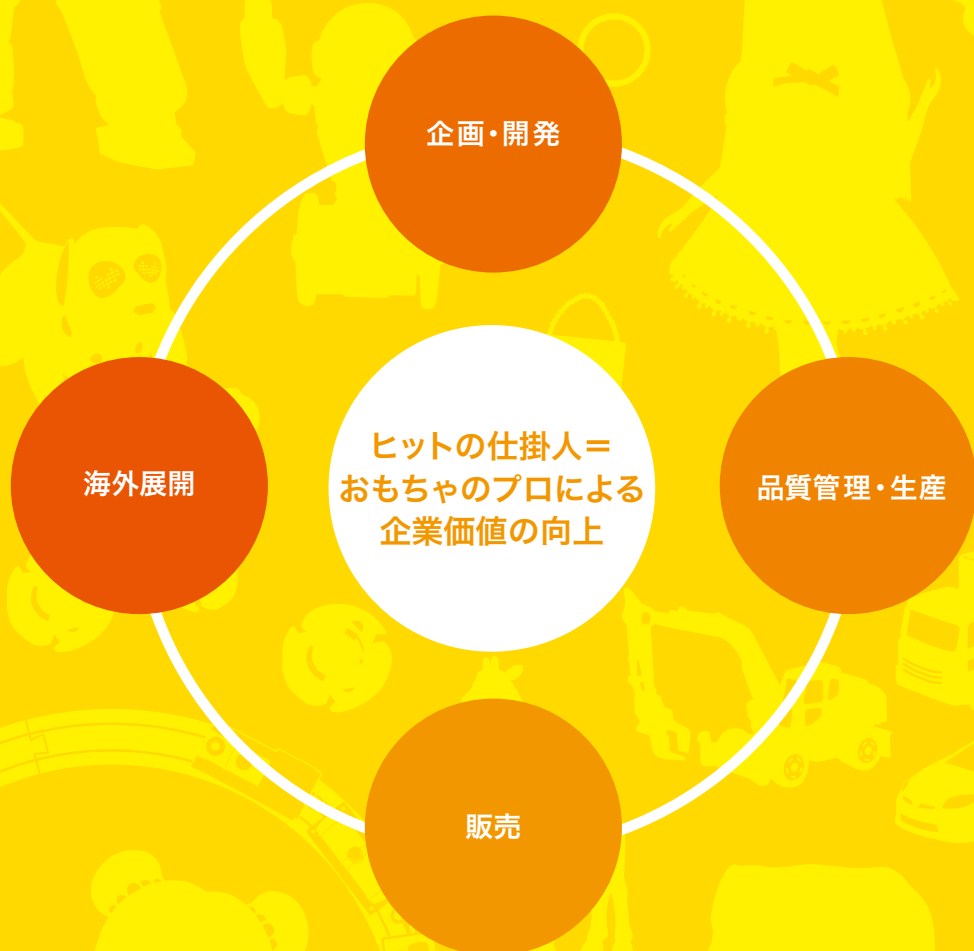
VALUE

価値創造を実現するヒットメーカーの連携プレー

タカラトミーグループでは、企画・開発から生産、販売まで、個々のプロセスにおける部分最適を実現しつつ、全体最適として効率的なサプライチェーンを構築しています。

「企画・開発」においては、製品素材や製造技術など幅広い分野におけるトレンドを把握するための徹底した情報収集を行っています。「生産」では、外部の専門機関と独自検査による迅速かつ確実なチェック体制を確立、安心・安全な品質を追求しています。「マーケティング」では、お客様からのフィードバックを商品開発に活かす仕組みの導入やプロモーションを展開しています。そして「販売」では、販路拡大と各チャネルの特徴を活かした売場づくりを提案しています。企画・開発から販売に至る各プロセスにおけるこうしたヒットの仕掛人たちの“こだわり”が、当社グループの知見・ノウハウ・技術力など重要な知的資産として蓄積され、付加価値の高い商品をお客様に提供するバックボーンとなっています。

詳細は特集「パトロボーグを生み出したヒットの仕掛人たち」(P29へ)



ステークホルダーとの価値共創

VALUE BRINGS SOLUTIONS

ともに課題解決に挑む

タカラトミーグループは、玩具事業を生業とすること
に誇りと責任を持ちつつ、常にステークホルダー
にとっての価値とは何かを考え、行動することで成
長を目指してきました。

私たちは、ステークホルダーに対する価値共創の
姿勢を「企業指針」として全社的に共有しています。



価値共創

企業指針

1

お客様

タカラトミーグループは、あらゆる人々の「夢」を形にし、
「新しい遊びの価値」を提供します。

2

社員

タカラトミーグループは、社員の自主性と創造性が
最大限に発揮される職場環境を提供し、
いきいきと働くことができる企業を目指します。

3

株主

タカラトミーグループは、質の高い成長と健全な経営を通じて、
株主の期待・信頼に応えます。

4

パートナー

タカラトミーグループは、公正・公平な取引を行うと共に、
パートナーとの共存共栄を目指します。

5

社会

タカラトミーグループは、誠実な企業活動を持続することで、
21世紀の社会に信頼される企業市民を目指します。



SOLUTIONS LEAD TO FUTURE GROWTH

目の前にある課題を乗り越え成長を果たす

タカラトミーグループは、海外事業における業績の向上、国内玩具事業の生産改善のためには、経営の意思決定のスピードを高め、グループ事業の管理機能を充実させることが重要と考え、2013年3月に「再生計画」を発表しました。3つの基本方針に基づく同計画では、収益力の回復とさらなる経営効率化を推し進めました。

2014年度からは、経営課題を明確化し、新中期経営方針として「意識改革」「ビジネスの構造改革」「商品改革」の3つの改革を短期、中期、長期的スパンで推進していきます。

再生計画における 3つの基本方針と施策

基本方針

NO. 1

国内玩具事業における安定的収益基盤づくり

- ・人気キャラクターと連動した商品展開
- ・定番商品の拡大
- ・玩具周辺事業の強化
- ・人件費の抑制及び広告費の削減と変動費化
- ・コア事業に集中するためのグループ再編

基本方針

NO. 2

投資原資を欧米に集中投下し、グローバル化促進

- ・クロスセリングによる販売シナジーの拡大

基本方針

NO. 3

成長するアジアでの事業トライアルによる次世代事業形成

- ・インドネシアにおける事業トライアル開始
- ・中国における事業再構築
- ・香港の生産子会社統合によるグローバル生産調達体制の構築

2014年以降の成長戦略

意識改革

積極的な姿勢
リスクをとり、次世代の遊び方を築く

商品改革

White spaceへの展開
商品からブランド戦略へ

ビジネスの構造改革

POA(Point of Availabilityー子ども・その親がいる場所)の少なさを解消
本社の複数の組織体を改善、グループ再編

詳細は「メッセージ」セクション(P16へ)

FUTURE GROWTH ENHANCES OUR STRENGTHS

成長を遂げ、さらに競争力を強化する

タカラトミーグループは、変わらぬ企業思想のもと、市場の変化に合わせてドラスティックに経営改革を成し遂げてきました。その改革を経て獲得した競争優位性は、さらなる成長への経営基盤を形成してきました。

私たちはこれまでにご紹介したビジネスモデルや、さらなる成長を目指した新中期経営方針のもとに、ロングセラー商品を実現する数々の「自社ブランド」やヒットを支えてきた「商品力」、事業領域の拡大を可能とする「グローバル展開力」、そして全社員が持つ「玩具づくりに対する情熱」など当社グループの強みにさらに磨きをかけ、持続的な成長を実現してまいります。



業界No.1

のIP出願数

2012年商標登録件数 当社調べ

ロングセラー商品の累計出荷数

トミカ:

5億8,700万個以上

ブラレール:

1億5,000万個以上

デュエル・マスターズ:

約50億枚

世界130以上の 国と地域で展開

トランスフォーマーの展開地域数

60を超える ブランド

トミカ、ブラレール、リカちゃん、こえだちゃん、
トランスフォーマー、他

玩具16カテゴリー中、15カテゴリー で商品展開