

COMPASS

活動指針となる羅針盤

創業理念・企業理念 >P.04

「創業理念・企業理念」は羅針盤であるとともに、あらゆる時代、場面で私たちの判断基準となり、活動指針となります。

CHARTS

方向性を示す航海図

新中期経営計画とその進捗 >P.10

新中期経営計画は成長へ向かうために必要な「航海図」であり、想定されるリスクや機会を明確化し、私たちを確実に目標達成に導きます。



ENGINE

価値を生み出すエンジン

ビジネスモデル >P.06

「ビジネスモデル」は日々の営みから価値を生み出す動力源、つまり将来成長のためのエンジンです。

Crew

価値を共創する乗組員

ステークホルダーとの価値共創 >P.08

「乗組員」は当社グループの社員と
ステークホルダーの皆様です。
同じ船に乗り、成長に向けて
価値を共創していきます。

夢の実現に向けていざ出航

タカラトミーグループでは、昨年発表した新中期経営計画における3つの改革をスピード感をもって推進しています。その一つの「意識改革」では創業理念の価値観を共有しつつ、リスクに果敢に挑むマインドセットを醸成しました。「ビジネスの構造改革」においては、組織のスリム化と若返りなどを図りました。そして「商品改革」ではアナログとデジタルを融合した「おもちゃ4.0」の商品開発を進めるとともに、従来の定番商品のプランディングなど、新たな商品の投入に向けた取り組みを行いました。

当社グループは、この1年間で成長のための基盤整備を積極的に進め、成長という大きな目標を掲げながら競争市場という荒波へ出航するときを迎えてます。

Treasure

成長を加速する宝物

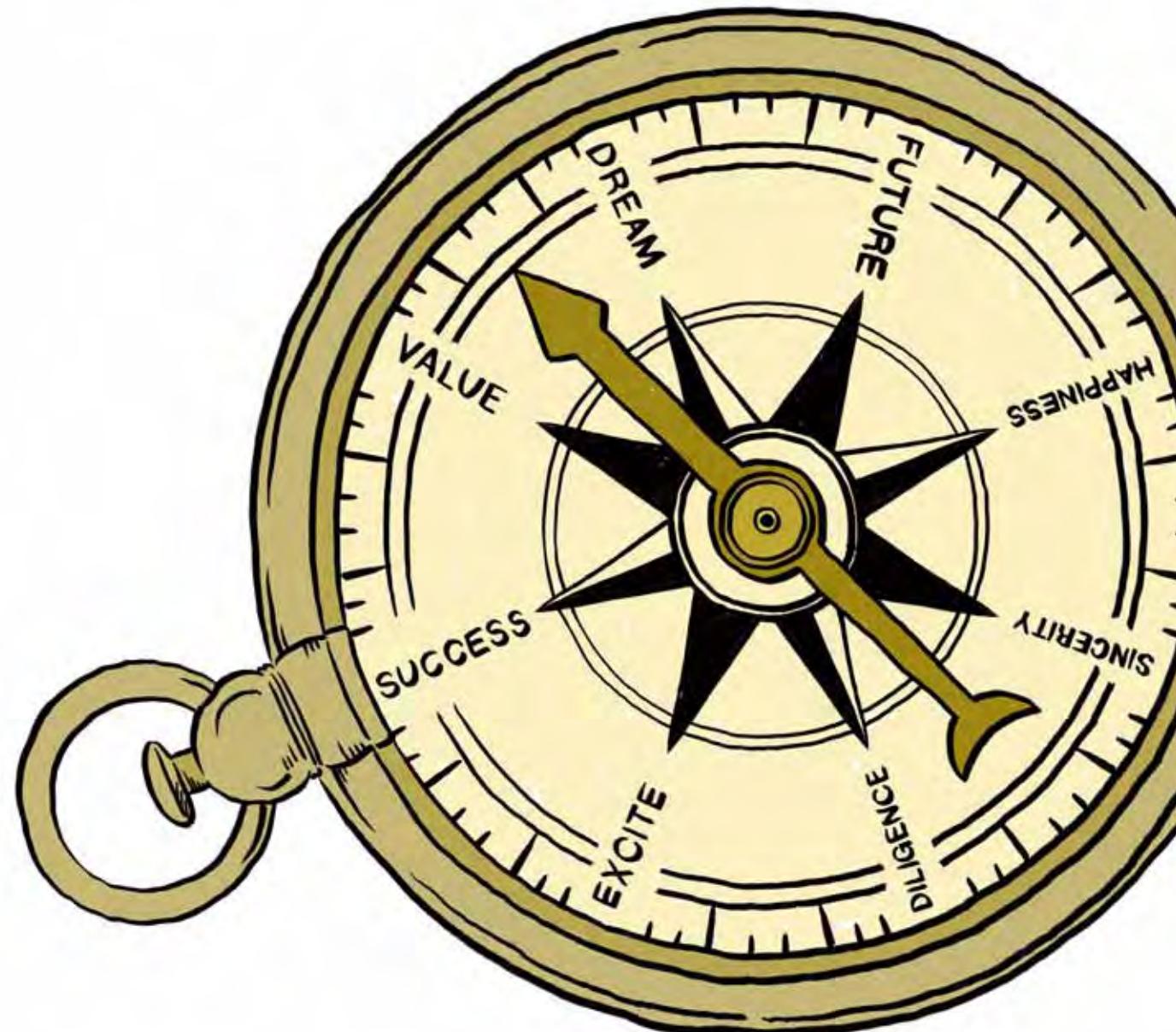
競争優位性 >P.12

「宝物」はこれまでに育成した商品、
ブランド、経験、ノウハウのすべてです。
私たちの成長に不可欠な要素です。



COMPASS

活動指針となる羅針盤



—— 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

———— 企業理念 ——

すべての「夢」の実現のために

こどもたちの「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

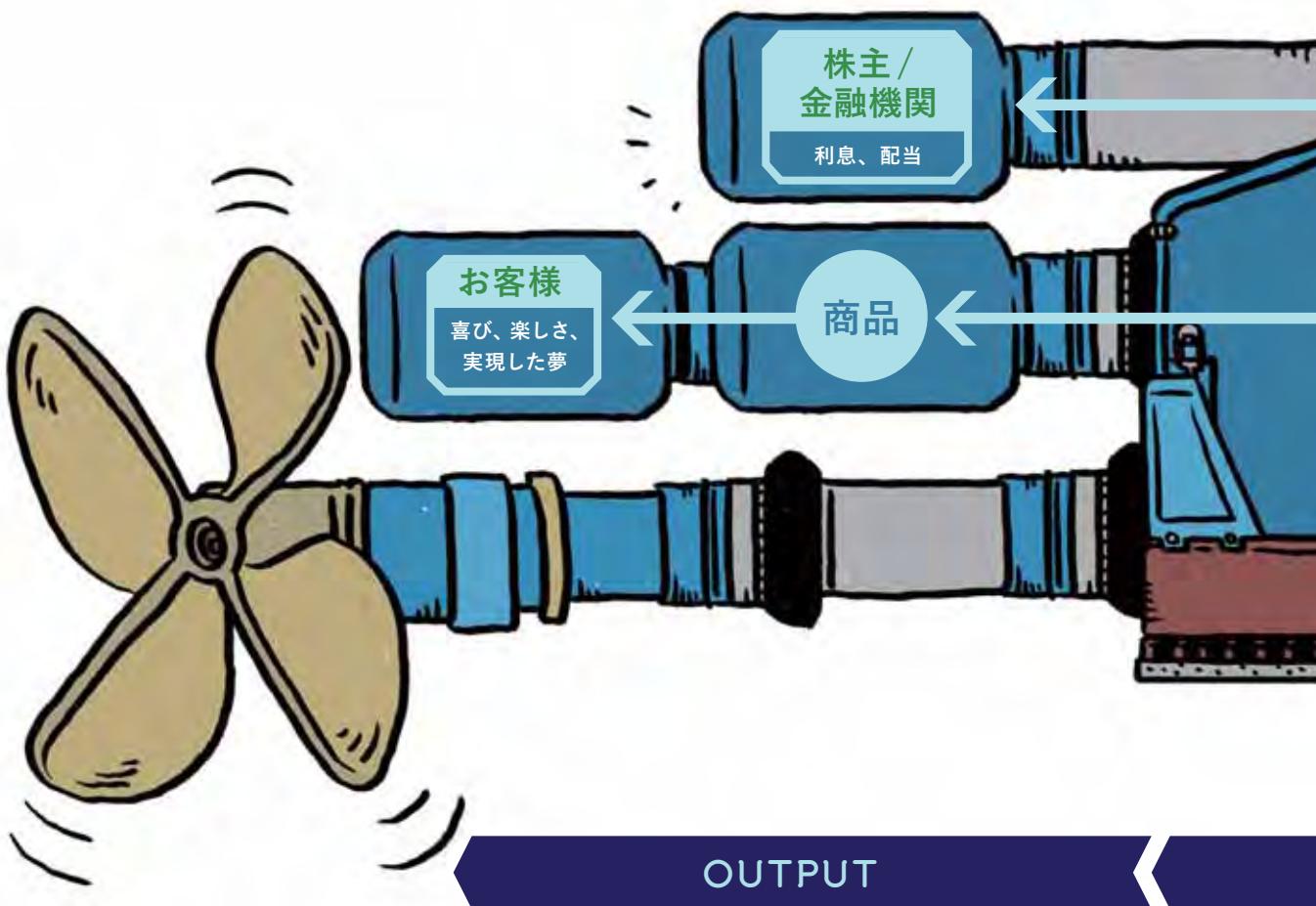
わたしたちは、新しい遊びの
価値を創造します。

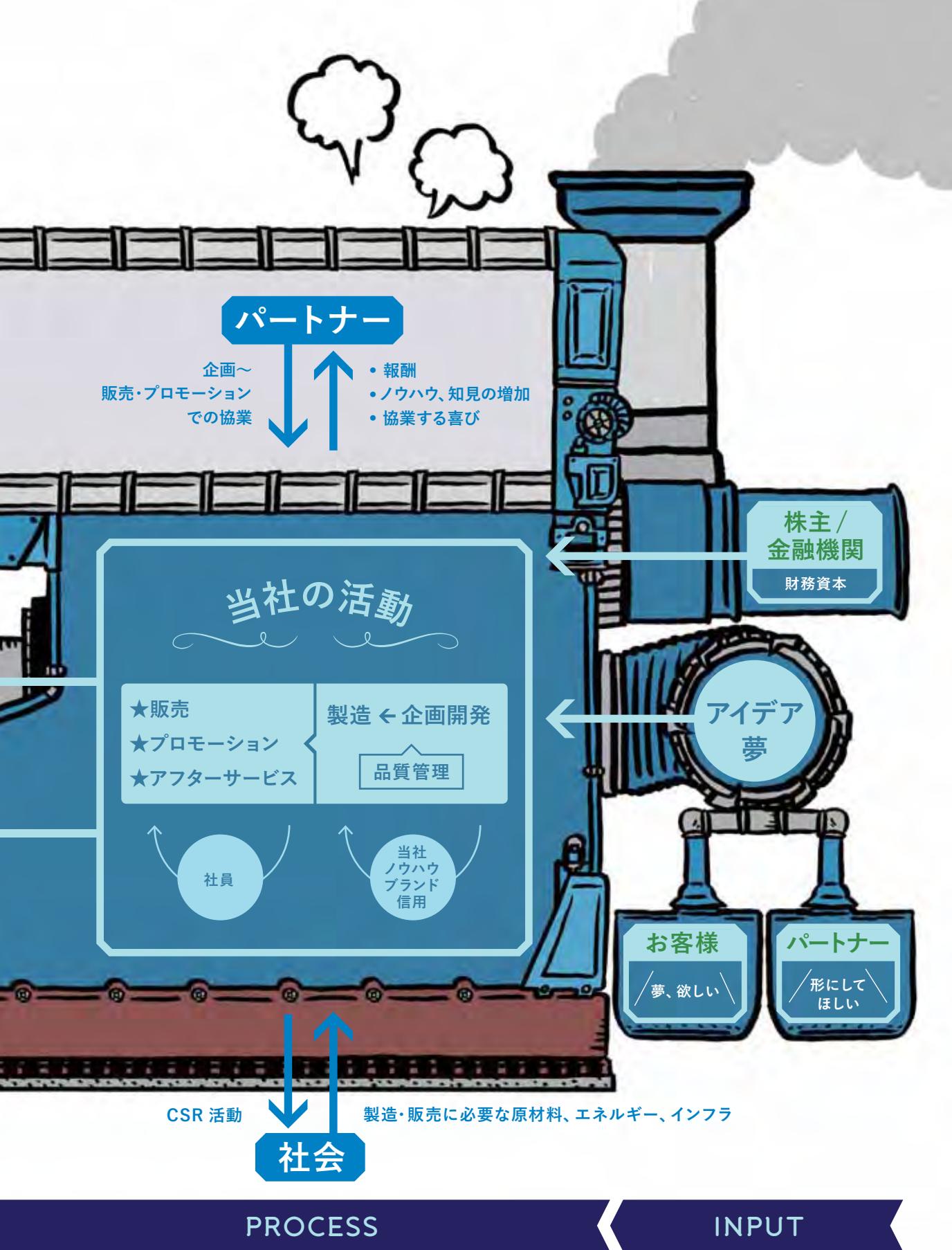
タカラトミーグループは、激しい競争や変化に立ち向かい、新たな時代を切り拓こうとしていますが、その羅針盤となるのが創業理念・企業理念です。「優良な商品で世界の子どもたちに笑顔をもたらす」という基本理念は、いかなる時代、場面においても私たち一人一人の判断基準となり、行動指針となります。これからもタカラトミーグループとして、共通の価値観をもって様々な時代や環境に対応していきます。

ENGINE

価値を生み出すエンジン

タカラトミーグループにとって、企画・開発から生産、販売、アフターサービスに至るサプライチェーンは、価値を生み出すための「エンジン」です。アイデアの数と斬新さに代表される開発力、安全性や量産技術によって、付加価値の高い商品が誕生します。これらの商品を始めとして、私たちは「エンジン」から生み出された価値を、各ステークホルダーの皆様にお届けします。





ステークホルダーとの価値共創



Crew

価値を共創する乗組員



タカラトミーグループにとって、ステークホルダーは同じ船に乗り、ともに成長を目指し、その果実を分け合う運命共同体であると考えます。私たちは、持続的成長をもたらすステークホルダーとの価値共創の姿勢を「企業指針」とし、全社的に共有しています。

価値共創

企業指針

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。

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。

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。

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。

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。



CHARTS

方向性を示す航海図

INPUT

開発人員の増強、自社コンテンツ增加、ディズニーの3大コンテンツ取得など、成長に向けたアイデアやコンテンツを強化。

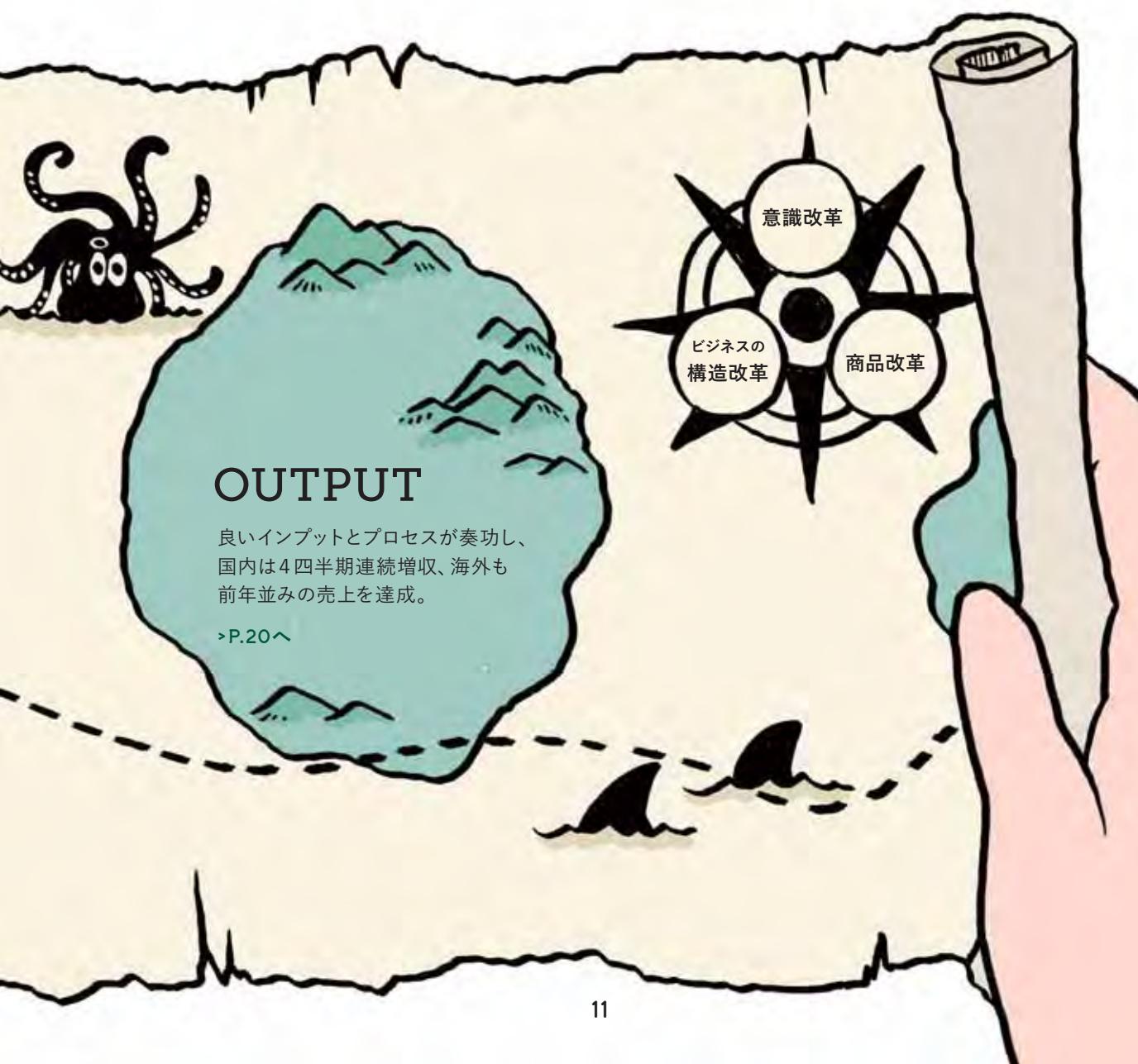
>P.20へ

PROCESS

組織の統廃合・再整理や人材の若返り・適正評価など業務プロセスの改革で組織を活性化。

>P.20へ

2014年5月に発表した新中期経営計画では、「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くことを掲げました。改革の推進にあたっては、開発部門の人員倍増、大人向けやウェブなどの市場を開拓する専門の部門を新設し、組織改革や様々なメディアを活用した次世代マーケティングの採用など事業プロセスも抜本的に見直しました。その結果、自社コンテンツの増加や3つの大型コンテンツの獲得に成功し、4四半期連続(トイズユニオン(株)および(株)タツノコプロを除いた連結売上高)の増収を達成しました。





競争優位性

Treasure

成長を加速する宝物—競争優位性

タカラトミーグループがこれまでに育成した商品、ブランドや、その開発の過程で蓄積した経験・ノウハウは、次の成長を加速するための「宝物」です。売上の4分の1、利益の8割を生み出す定番商品は、ブランディングによって新たな価値をもつ商品へと進化する大きなポテンシャルを秘めています。私たちがこれまでに培った有形・無形の資産を糧に、さらに新たな時代のおもちゃづくりを目指します。



業界トップレベル
のIP出願数

トミカ：



億個以上

累計

{ ロングセラー商品の累計出荷数 }

880

種以上

60
を超える
ブランド

デュエル・
マスターズ：
約

50

億枚

プラレール：

15,000
万個以上

玩具 16
カテゴリー中

累計 1200
種

15
カテゴリーで
展開

トランス
フォーマー：
世界

130

以上の国と地域で展開

5
億個以上
販売

