

Toys and Hobby Unit

トイホビーユニット

MESSAGE

子どもから大人まで楽しめる
多彩な商品・サービスで世界中のファンとつながる未来へ。

2025年3月期のトイホビーユニットは、7期連続で売上高、営業利益ともに過去最高業績を更新しました。前中期計画で推進してきた戦略が奏功し、主力IPや、カードやプラモデルなどの各カテゴリーが好調に推移しました。展開IP数は年間で500を超えてバリエーションが多彩になり、また重点地域の北米と中国内地の拡大もあって、海外売上高は大きく伸長しました。これは、日本発IPの人氣が世界中に拡大する中、国内で培ったビジネスモデルを適切にローカライズしながらワールドワイド展開を進めたことによるものです。

今中期計画では、前中期計画で掲げた3つの重点戦略を引き続き推進し、さらに進化・深化をさせることでワールドワイド展開

を加速させていきます。加えて、4つ目の重点戦略としてサステナブル活動のプロジェクト「未来・クリエイション」を立ち上げました。プラスチック代替素材の活用やリサイクル商品の展開、モノづくりの体験価値などの取り組みにより、サステナブル活動の輪をファンとともに広げていきます。

トイホビーユニットでは将来的に海外売上高比率50%を目指しています。そのためにも様々な変化に向き合いながら、「多様なIP」「幅広い事業・カテゴリー」、そして「タッチポイント」という、トイホビーユニットの強みを伸ばし、掛け合わせることが重要です。

重点地域の北米・中国内地においては、まだ大きな伸びしろがあります。ガンブラや

トレーディングカードゲームなどの事業カテゴリー拡大やIPポートフォリオの拡充、販路の拡大、EC販売強化などの取り組みで、中長期的な成長を目指していきます。またワールドワイド展開に伴う、各国の法令や関税の影響を軽減するため、自社の生産拠点の増強や生産地域の分散をはかるほか、グローバル人材の育成を強化していきます。

ガンブラやトレーディングカードゲームにおいては、拡大する需要に対応するために、引き続き生産設備を強化していきます。すでに、プラモデルについては、より安定的な生産体制を構築することを目的に、新工場が2025年夏から順次稼働を開始しています。この新工場は、地球環境との共生や、地域社会との取り組みにおいて、バンダイナムコのサステナブル活動の在り方も示す工場となります。

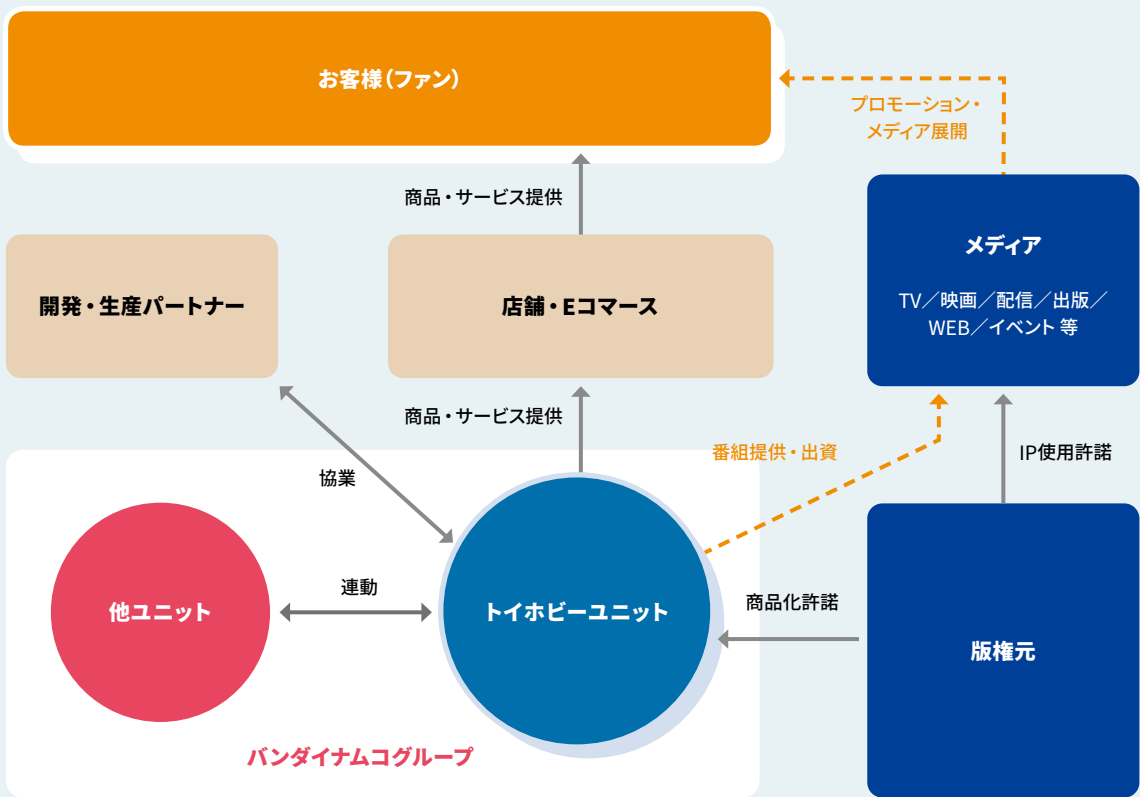
中長期ビジョンの「Connect with Fans」とは、全方位の人々と、広く、深くつながり、商品やサービスを通じて喜ぶ人や、仕事における「仲間」を増やすことだと思います。「仲間」と協力し合い、私たちだけでは想像もできなかったモノや感動を生み出すことが、Fansとつながる最大の喜びであり、トイホビーユニットの成長にもつながっていくと確信しています。

竹中 一博

株式会社バンダイナムコホールディングス
取締役(非常勤)
トイホビーユニット担当
株式会社バンダイ 代表取締役社長



トイホビーユニットにおけるビジネスモデルの一例(他社IPを活用する場合)



トイホビーユニット重点戦略

- IPのワールドワイドMD最大化
- 北米・中国エリア強化
- ダイレクトマーケティング強化
- 未来・クリエイション推進

2026年3月期計数目標

売上高 **6,000**億円
セグメント利益 **1,050**億円

2025年3月期業績関連データ

IP商品・サービス売上高(国内トイホビー)

「それいけ!アンパンマン」	「ガンダムシリーズ」	「プリキュア」シリーズ
102 億円	757 億円	78 億円
「ウルトラマン」シリーズ	「スーパー戦隊」シリーズ	「ポケモン」
67 億円	54 億円	122 億円
「仮面ライダー」シリーズ	「DRAGON BALL」シリーズ	「ONE PIECE」
225 億円	299 億円	942 億円

注：2025年5月時点の業績予想を記載