

東宝株式会社

IP・アニメ事業

アニメ、ゲーム、ゴジラ、海外戦略、TOHO-ONE(デジタル施策)

機関投資家向け説明資料

2025年12月10日

東宝株式会社

証券コード:9602

目次

1. 中期経営計画2028	p.2
2. アニメ	p.9
3. ゲーム	p.20
4. ゴジラ	p.24
5. 海外戦略	p.28
6. TOHO-ONE(デジタル施策)	p.33
Appendix 1. IP・アニメ事業セグメント	p.38
Appendix 2. アニメ	p.46
Appendix 4. ゴジラ	p.59
Appendix 5. 海外戦略	p.64

GROUP SLOGAN

1. 中期経営計画2028

Moments for Life

その時間が、人生の力になる。



東宝におけるIP・アニメ事業の位置付け

映画事業

- ・映画営業:映画作品の製作・国内配給
及び映像配信をはじめとする権利活用
- ・映画興行:全国に展開するシネマコンプレックス「TOHOシネマズ」の経営
- ・映像関連事業:その他の映像制作、美術製作、広告事業



IP・アニメ事業

- ・ゴジラやTOHO animation作品等の企画・製作・権利活用



演劇事業

- ・演劇の製作・興行、芸能プロダクション



不動産事業

- ・不動産賃貸、道路、不動産保守・管理

IP・アニメ事業：中期経営計画2028

(2025年4月「中期経営計画2028」の再掲(Point 1の一部記載を除く))

- ・ 良質なコンテンツ・IPを数多く製作し、世界へ展開するために、人員増による体制の拡充と制作スタジオ機能の強化を図る
- ・ 成長領域である海外とゲームの収益をさらに伸長させ、IP・アニメ事業の営業利益を200%^{*1}以上にする

^{*1} 2025年2月期対比

Point
1

製作の強化

- ・ TOHO animationの企画・製作・宣伝体制と東宝グループの制作スタジオ機能の増強により、良質なコンテンツ・IPの増産

TOHO animation 2032年目標



- ・ 2029年2月期に約20クールの見込み
(※放送変更の場合により変更の可能性あり)
 - ・ 人員数は現在、約70名
(※2025年11月末時点)
- ^{*2} 年間放送本数、1クール=3ヶ月と換算 ^{*3} 東宝株式会社を対象としたもの

Point
2

海外の強化

- ・ 海外拠点を拡充し、各地域のライセンス機能を強化することで、海外でのコンテンツ・IP運用の内製化を図る

Point
3

ファンビジネスの追求

- ・ ECプラットフォームの拡充、新会員サービスとの連携、コラボカフェの展開等、お客様と直接つながるファンビジネスを推進

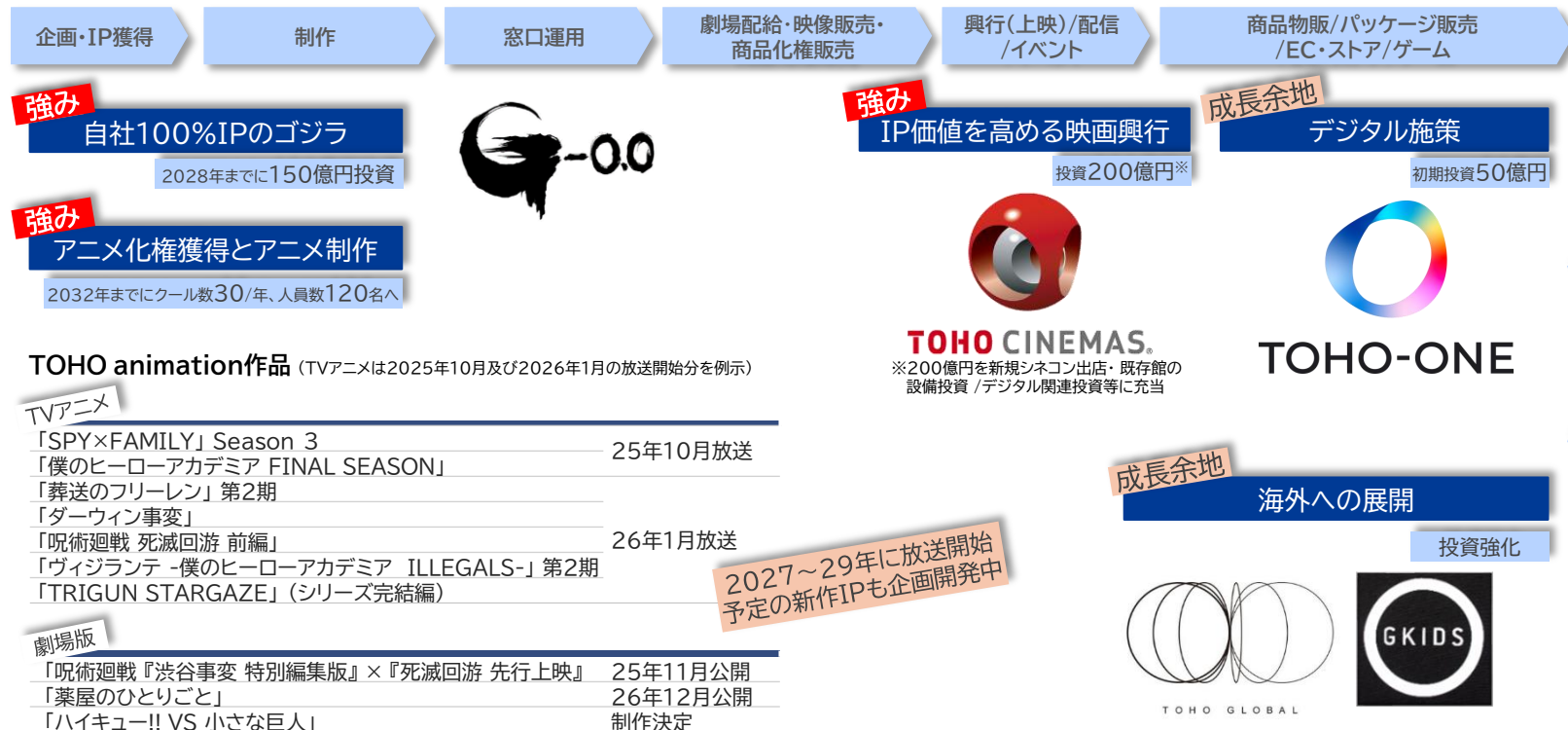
Point
4

ゲーム開発の促進

- ・ ゴジラや自社アニメのヒットIPに狙いを絞ってゲーム開発・展開を促進

IP・アニメ事業の商流:強みと成長余地

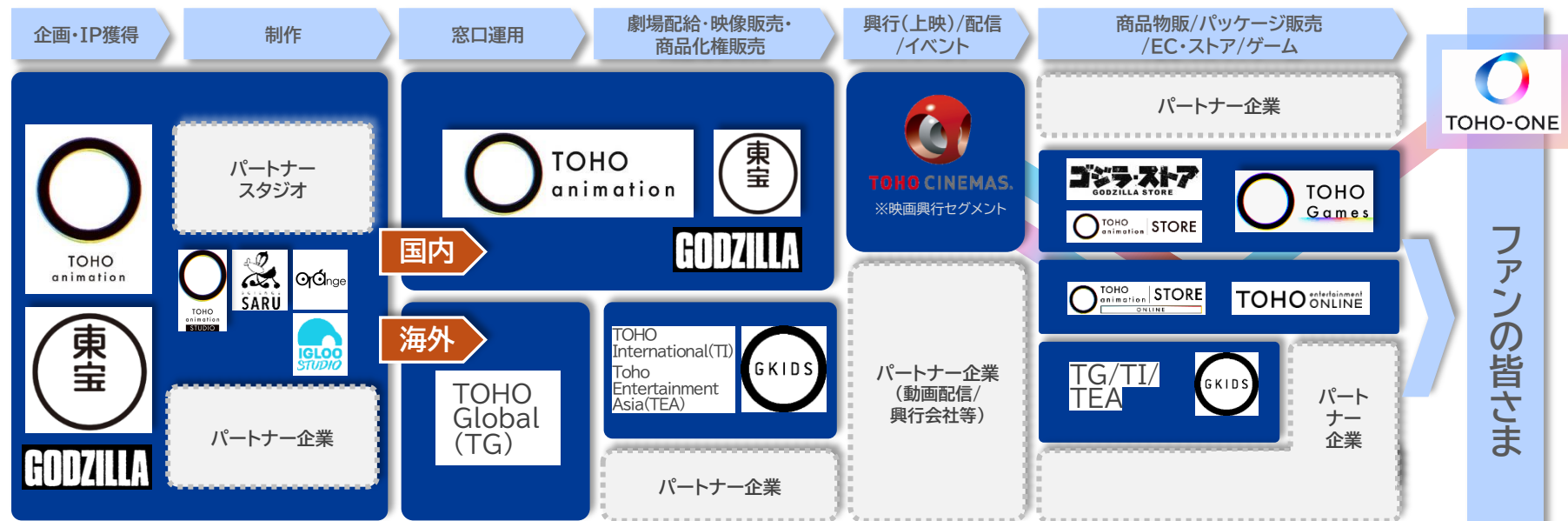
強み(IP獲得・映画興行)を活かしつつ、**成長余地**(デジタル施策・海外展開)へ投資を強化



IP・アニメ事業の商流：詳細

東宝グループ、パートナー企業と共に、各領域でIP価値を最大化する

■ 当社グループが担う領域



2026/2期2Q(中間期、3～8月) IP・アニメ事業の収益分解情報 (2026年2月期第2四半期(中間期)決算短信p.16より)

	金額(百万円)	構成要素
映像の利用・許諾	15,649	映像販売、製作出資収入、Toho InternationalやGKIDSの収入
商品化権等の利用・許諾	8,092	商品化権収入
商品の販売	9,646	パッケージ(DVD)、グッズ、パンフレット、ゴジラ・ストア、ECサイトの収入
その他	3,925	アニメ制作収入(サイエンスSARU等)、ゲーム、音楽
合計(外部顧客への売上)	37,313	

※TOHO-ONEからの収益はIP・アニメ事業に含まれない。

海外市場への展開

ゴジラ、アニメ、ゲーム、映画を海外市場にも展開

日本市場

海外市場

映画



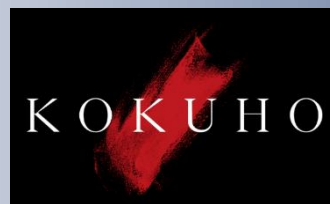
2023年11月公開



2025年6月公開



2023年12月公開



2026年北米公開

ゴジラ



2025年4月渋谷オープン



2025年7月発売開始



2025年9月台北オープン



2025年7月発売開始

アニメ
・ゲーム



ゲーム「呪術廻戦 ファントムパレード」
2023年11月リリース



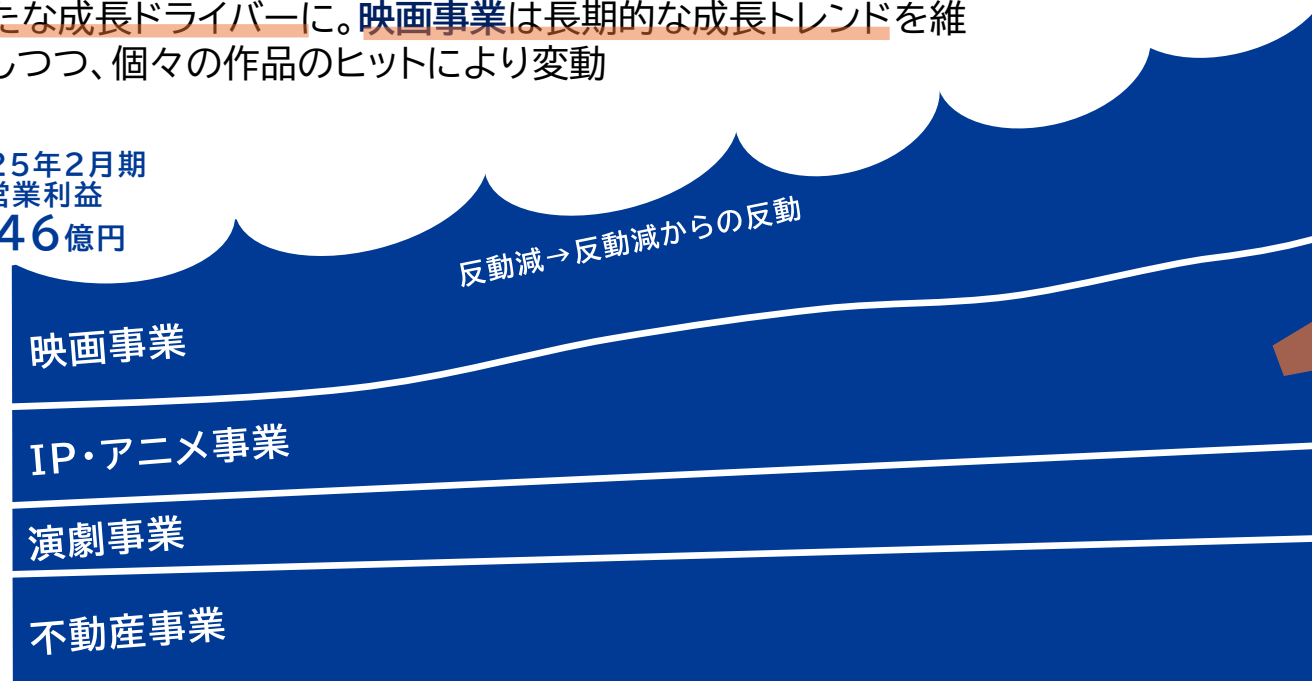
同2024年11月グローバル版リリース

※掲載画像は説明を目的とした例示であり、各事業を代表するものではありません。

2032年の営業利益目標：成長イメージ

- 2032年までにIP・アニメ事業の営業利益**200%以上**を目指す
- 海外、ゲームやゴジラの成長に向け投資強化
- 全社的には、**不動産・演劇事業**の土台に加え、**IP・アニメ事業**が新たな成長ドライバーに。**映画事業**は長期的な成長トレンドを維持しつつ、個々の作品のヒットにより変動

2025年2月期
営業利益
646億円



2032年(創立100周年)
営業利益目標
750~1,000億円

IP・アニメ事業
営業利益内訳
(2032年、イメージ)



2. アニメ



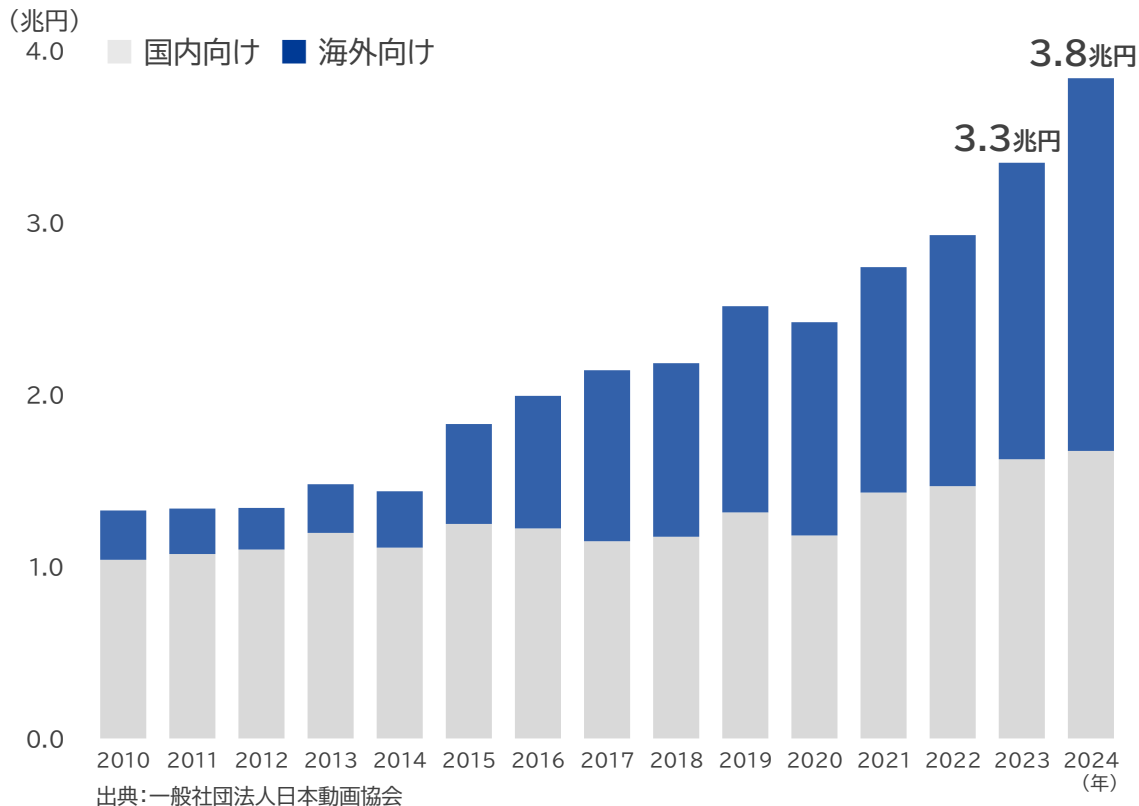


- 2012年にアニメ事業室が発足、翌年、新レーベル「TOHO animation」でアニメ事業を本格スタート
- 2022年にレーベルを部門化
- これまで138作(TVアニメ:87作、映画:51作)をお届け
(2025年11月末時点)



最良の作品を
広くお客様に届ける

国内アニメ産業の市場規模:実績



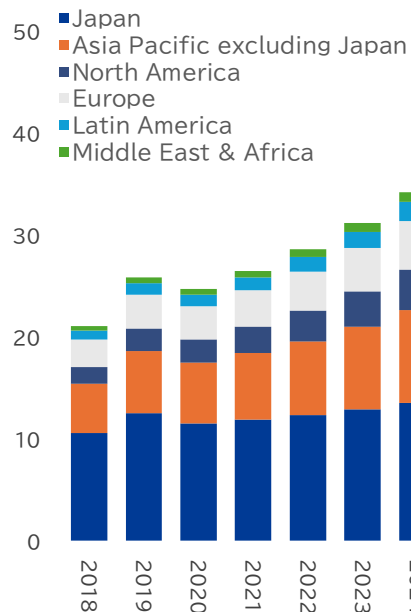
- 2010年代半ばから大きく成長し、2024年に3.8兆円市場に
- 特に海外向け[■]の伸びが加速

世界のアニメ市場の規模：実績＋見通し

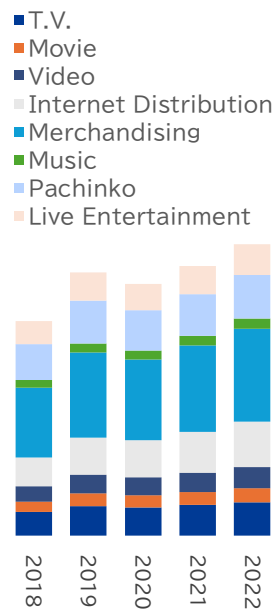
- 世界のアニメ市場は2024年の343億米ドル(約5兆円)から2030年に603億米ドル(約9兆円)へCAGR9.8%成長の見込み
- 北米のCAGRは同期間で16.3%と最大。APAC(日本除く)の市場規模は2030年に日本を超えて180億米ドルの見込み

(十億米ドル)
60

地域別



ジャンル別



出典: GRAND VIEW RESEARCH "Anime MARKET ANALYSIS AND SEGMENT FORECASTS TO 2030" 2025年以降は同社の予想値。各ジャンルの定義は巻末ページ参照

強み:IP価値を最大化できる「総合力」

(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲(展開力の下線部分を除く))

プロデュース力

- 原作の持ち味を活かし、優秀なスタッフ、スタジオと連携しながら、クオリティの高いアニメ制作を行う「企画プロデュース力」
- 作品の良さを届けられるよう映画配給会社として培った「宣伝力」

展開力

- テレビ、映画、配信、商品化、舞台化、パッケージ、ゲーム、イベント、音楽、海外展開など全方位でビジネスを自社グループ内で最大化させる「展開力」
- 中核となる強みは国内劇場配給
- 成長余地の大きい海外展開を強化中



IP価値を最大化できる総合力

- 海外でも人気が高い有力IP群を保有
- コンテンツの長寿化によりIPポートフォリオに厚み

成長戦略: 4つのキーワード

(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲)

Global
世界中のお客さまへ

Original
新たな感動と

More
より多くの良作を

Connect
直接届ける

- アニメ事業の成長に向けたキーワード
Global、Original、More、Connect
- 世界中のお客様に、新たな感動を与えられるようなオリジナル作、より多くの良作を直接届けていきたい

成長戦略:アニメ制作体制の強化

(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲(一部数値を除く))

当社グループの制作スタジオとパートナースタジオとの連携で制作能力を確保

当社グループ制作スタジオとパートナースタジオ



(株)TOHO animation STUDIO
従業員数:32名(2025年11月)



(株)サイエンスSARU
2024年6月に当社グループへ
従業員数:66名(2025年11月時点)



有限会社オレンジ
2025年1月に19.7%を出資
従業員数:174名(2025年11月)



イグルー・スタジオ(タイ)
(持分法適用関連会社)
2023年11月に32%を出資
従業員数:172名(2025年8月)



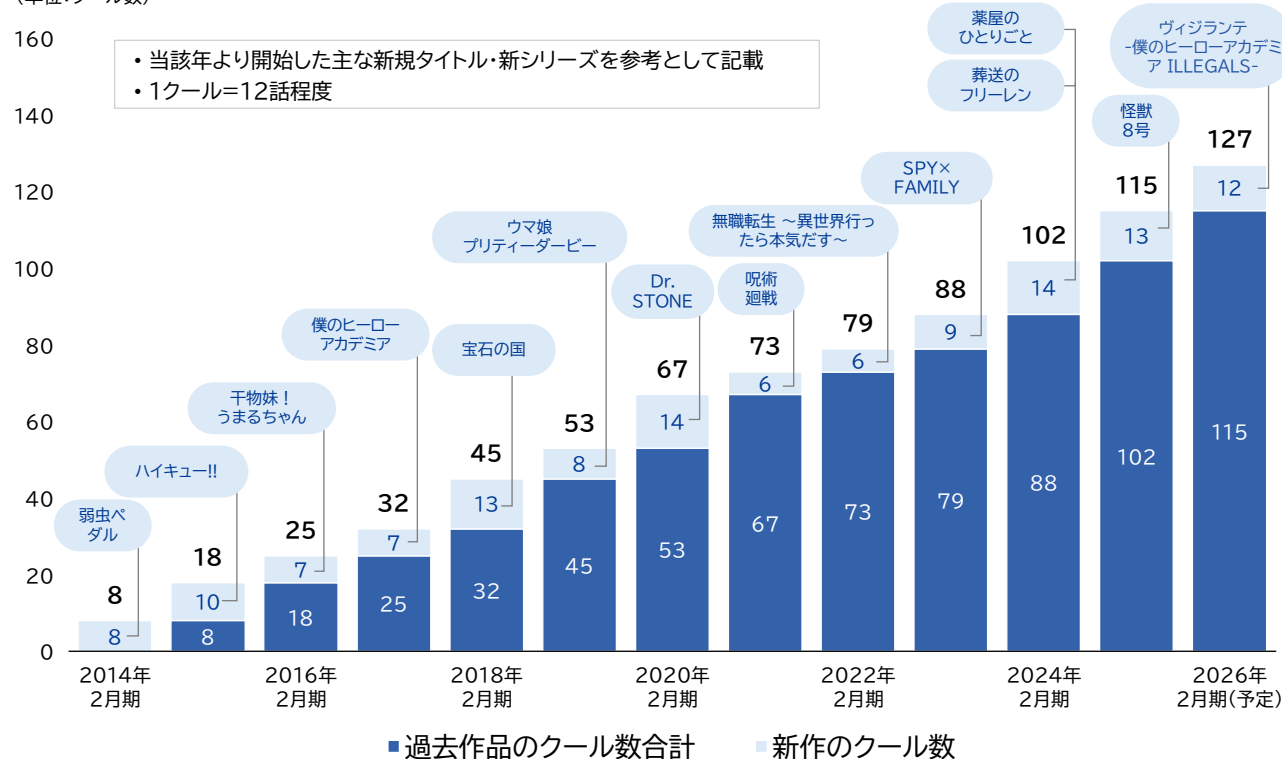
(株)コミックス・ウェーブ・フィルム
(2024年10月に当社が株式6.09%を取得し資本関係を構築)

パートナースタジオ
(過去3年間では18社と共に制作)

TOHO animation クール数の積み上がり

(2025年10月「決算説明資料」の再掲)

(単位:クール数)



- 新規テレビアニメや新シリーズを追加
- 収益源となるIP数を積み上げるとともにコンテンツの長寿化を図る
- 継続的かつ安定的なビジネスモデルを構築

2025年、2026年～アニメラインナップ

青＝劇場版

橙＝2026年

(2025年12月10日時点。放送変更の場合により変更の可能性あり)

TOHO animation作品

作品名	公開・放送予定	制作会社
アニメ「葉屋のひとりごと」第2期	25年1月～6月放送	TOHO animation STUDIO×OLM
アニメ「怪獣8号」第1期総集編／同時上映「保科の休日」	25年3月28日劇場公開(3週間限定)	Production I.G
アニメ「ヴィジランテ-僕のヒーローアカデミア ILLEGALS-」	25年4月～6月放送	ボンズフィルム
アニメ「怪獣8号」第2期	25年7月～9月放送	Production I.G
アニメ「Dr.STONE SCIENCE FUTURE」第2クール	25年7月～9月放送	トムス・エンタテインメント
アニメ「ぱにるはかわいいスライム」第2期	25年7月～9月放送	TOHO animation STUDIO
アニメ「SPY×FAMILY」Season 3	25年10月放送	WITSTUDIO×CloverWorks
アニメ「僕のヒーローアカデミア FINAL SEASON」	25年10月放送	ボンズフィルム
劇場版「呪術廻戦『渋谷事変 特別編集版』×『死滅回游 先行上映』」	25年11月公開	MAPPA
アニメ「葬送のフリーレン」第2期	26年1月放送	マッドハウス
アニメ「ダーウィン事変」	26年1月放送	ベルノックスフィルムズ
アニメ「呪術廻戦 死滅回游 前編」	26年1月放送	MAPPA
アニメ「ヴィジランテ-僕のヒーローアカデミア ILLEGALS-」第2期	26年1月放送	ボンズフィルム
アニメ「TRIGUN STARGAZE」(シリーズ完結編)	26年1月放送	オレンジ
アニメ「お隣の天使様いくつかの間にか駄目人間にされていた件」2期	26年4月放送	Project No.9
アニメ「ドロヘドロ」新シーズン	26年春配信	MAPPA
アニメ「葉屋のひとりごと」第3期 第1クール	2026年10月放送	OLM
劇場版「葉屋のひとりごと」	2026年12月公開	TOHO animation STUDIO

ラインナップ:<https://tohoanimation.jp/portal/>

作品名	公開・放送予定	制作会社
アニメ「無職転生Ⅲ ～異世界行ったら本気だす～」	2026年放送	スタジオバインド
アニメ「BEASTARS FINAL SEASON」Part2	2026年配信	オレンジ
アニメ「スノウボールアース」	2026年放送決定	スタジオKAI
アニメ「Dr. STONE SCIENCE FUTURE」第3クール	2026年放送決定	トムス・エンタテインメント
アニメ「ふつつかな悪女ではございますが～雛宮蝶鼠とりかえ伝～」	2026年放送予定	動画工房
アニメ「葉屋のひとりごと」第3期 第2クール	2027年4月放送	OLM
スペシャルアニメ「ハイキュー!! バケモノたちの行くところ」	テレビ放送決定	Production I.G
アニメ「狼と香辛料 MERCHANT MEETS THE WISE WOLF」2期	制作決定	パッションネ
劇場版「ハイキュー!! VS 小さな巨人」	制作決定	Production I.G
「ゴジラ」新作アニメシリーズ	制作決定	オレンジ/Igloo Studio

- ・2027～2029年に公開・放送予定の新作IPも企画開発中
- ・2029年2月期は約20クール/年の見込み

サイエンスSARU作品

ラインナップ:<https://sciencesaru.com/works>

作品名	公開・放送予定
アニメ「ダンダダン」第2期	25年7月～9月放送
アニメ「SANDA」	25年10月～12月放送
アニメ「攻殻機動隊 THE GHOST IN THE SHELL」	2026年放送
アニメ「天幕のジャードウガル」	2026年放送
アニメ「ダンダダン」第3期	制作決定

薬屋のひとりごと:TVアニメ第3期&劇場版制作決定



- 2026年10月 TVアニメ第3期 第1クール放送開始
- 2026年12月 劇場版公開
- 2027年4月 TVアニメ第3期 第2クール放送開始

- TVアニメ制作:OLM
- 劇場版制作:TOHO animation STUDIO
- 劇場版は、原作者による完全新作ストーリー
- 第2期は2025年1月から放送し、国内外で人気
 - ✓ ABEMA2025年アニメ上半期ランキング:アニメ全体再生数、新作再生数、年代別(10代・20代・30代以上)で全て第1位
 - ✓ 北米Crunchyrollの2025年4月期ランキングで第1位を獲得

アニメ:2025年の振り返りと今後の見通し

アニメ人気拡大とパイプライン増強

- 2025年:劇場版アニメが市場全体でヒット。アニメ人気の拡大が継続
- 2026年:豊富な当社アニメラインナップ
- 2027~2029年:公開・放送予定の新作IPも企画開発中、2029年2月期に約20クールの見込み (※放送変更の場合により変更の可能性あり)

2026年のアニメラインナップ

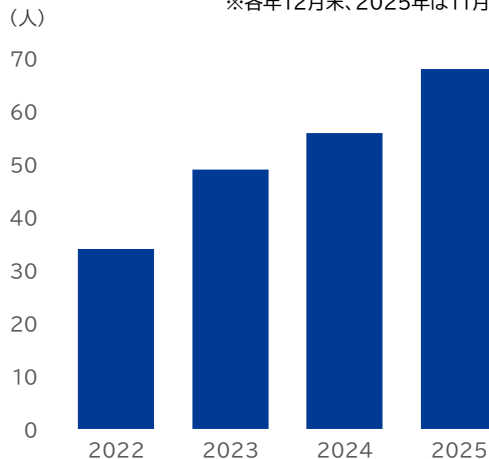
作品名	時期
アニメ「葬送のフリーレン」第2期	1月放送
アニメ「ダーウィン事変」	1月放送
アニメ「呪術廻戦 死滅回遊 前編」	1月放送
アニメ「ヴィジランテ-僕のヒーローアカデミア ILLEGALS-」第2期	1月放送
アニメ「TRIGUN STARGAZE」(シリーズ完結編)	1月放送
アニメ「お隣の天使様にいつの間にか駄目人間にされていた件」2期	4月放送
アニメ「ドロヘドロ」新シーズン	春配信
アニメ「薬屋のひとりごと」第3期 第1クール	10月放送
劇場版「薬屋のひとりごと」	12月公開
アニメ「無職転生Ⅲ ～異世界行ったら本気だす～」	放送予定
アニメ「BEASTARS FINAL SEASON」Part2	配信予定
アニメ「スノウボールアース」	放送決定
アニメ「Dr. STONE SCIENCE FUTURE」第3クール	放送決定
アニメ「ふつつかな悪女ではございますが～雛宮蝶鼠としかえ伝～」	放送予定

社内での取り組みに変化

- 作品あたりの利益最大化に向けた施策を強化(例:商品物販の強化)
- パイプライン増強に向け人員を拡充:
現在約70名
- TOHO-ONEとの連携

IP・アニメ本部 TOHO animationの人員数

※各年12月末、2025年は11月末時点



3. ゲーム



ゲーム事業の概要

東宝(株)のゲーム事業

- 2021年にゲームレーベル「TOHO Games」をスタート。今年で5年目
- 映画やアニメで培ったIPを、ゲームでもファンにお届けする
- ゴジラ・TOHO animationタイトルのゲームでさらに盛り上げる



推進体制

- ゲーム事業室(16名)が、ゴジラ部やTOHO animationと密接に連携
 - ✓ 企画グループ:企画・開発・運営
 - ✓ デジタルマーケティンググループ:マーケティング・プロモーション
- 企画内容に応じて、適したパートナーと座組を構築し、開発・運営を行う
- IPを軸に、IPファンに向けた企画立案・プラットフォーム・マネタイズなどを検討、推進する

ゲーム事業の戦略・強み・狙い

戦略

- ゴジラやアニメのヒットIPの拡大を狙いながら、企画精度を高める戦略
- ゲームのパブリッシング(販売・配信・運営)強化
- TOHO-ONEとの連携

強み

- ゴジラ部やTOHO animationとの密接な連携により、IP軸での企画・宣伝
- IP理解に基づく高精度なゲーム製作
- TOHO Globalはじめとした海外拠点と連携した宣伝力

狙い

- ヒット確率の高いタイトルをリリース、キャラクターゲームブランドとしての確立
- ゲームがタッチポイントの一つとなり、IP全体の盛り上がりへの貢献

配信中の主なゲーム

(2025年12月10日時点)

ラインナップ:<https://www.toho.co.jp/anime/lineup-games>

作品名	ゲームビジュアル	配信開始	備考
「ゴジラバトルライン」		<ul style="list-style-type: none"> ・2021年6月(スマートフォン) ・2022年8月(PC) 	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォン向け ・企画・制作・開発・運営: 東宝 ・累計450万DL突破
「呪術廻戦 ファントムパレード」		<ul style="list-style-type: none"> ・国内版: 2023年11月(スマートフォン)、2024年4月(PC) ・グローバル版: 2024年11月(スマートフォン) 	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォン・PC向け ・企画・制作: サムザップ、東宝 ・開発・運営: サムザップ ・全世界のプレイヤー数が2,500万人を突破
「怪獣8号 THE GAME」		<ul style="list-style-type: none"> ・国内版・グローバル版: 2025年8月(スマートフォン) ・2025年10月(PC) 	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォン・PC向け ・企画・制作: アカツキゲームス、東宝、プロダクション・アイジー ・開発・運営: アカツキゲームス ・宣伝協力: 東宝、プロダクション・アイジー ・全世界500万ダウンロード突破

……上記以外にも、ゴジラやアニメのヒットIPのゲームを企画・製作中！

4. ゴジラ



2025年12月下旬完成予定の「HANEDA GODZILLA GLOBAL PROJECT」
 羽田空港第3ターミナル出発ロビーにて、訪日外国人をお見送りする超巨大ゴジラモニュメント
 モニュメントの最大サイズ: 横幅約40m×高さ約9m

ゴジラシリーズ：営業収入の推移(1/2)

(2025年10月「決算説明資料」の再掲)

IPビジネスに向けマルチユース展開を進める。TOHO-ONEとの連携でファンともっとつながる

(単位:百万円)

上から順番に

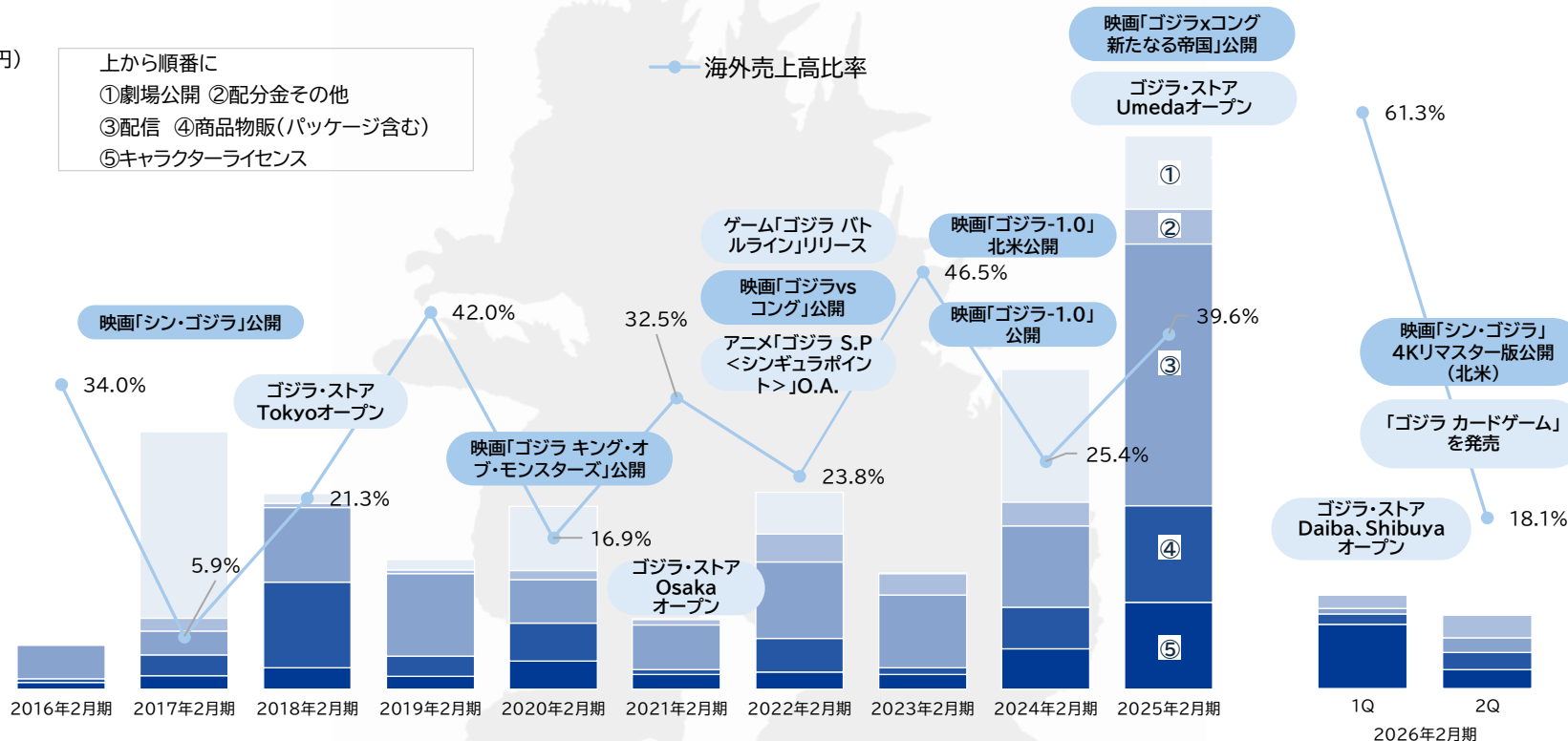
- ①劇場公開 ②配分金その他
- ③配信 ④商品物販(パッケージ含む)
- ⑤キャラクターライセンス

— 海外売上高比率

12,000

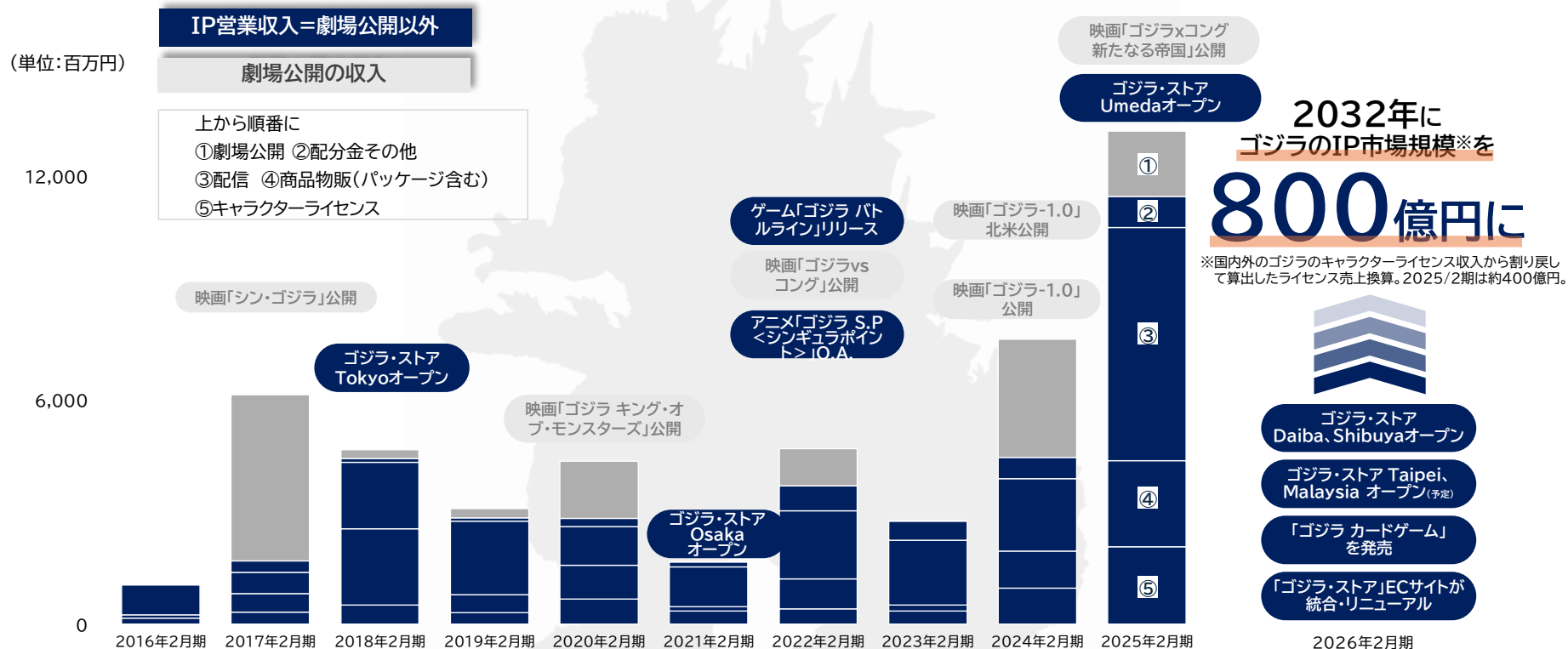
6,000

0



ゴジラシリーズ：営業収入の推移(2/2)

劇場公開以外のIP営業収入を増やし、安定したIPビジネスに



中計2028:ゴジラ戦略の現在と今後

2028年までの3年間で約150億円を投下し、施策を強化

	中期経営計画2028	進捗	2026年以降の取り組み
商品 イベント	ライセンスの拡大、自社商品開発の拡大	未展開だった総合スーパーや家電量販店、コンビニ、ドラッグストアで売場を拡大	ゴジラグッズの取扱店を国内の全都道府県に拡大する。海外の取扱店を拡大する
	アトラクション展開 <small>より幅広い層へゴジラを体感させるアトラクション</small>	山崎貴監督の「新・ゴジラ・ザ・ライド」を製作開始	台湾を皮切りに、アジア圏や米国等でのアトラクション展開を模索する
店 舗	「ゴジラ・ストア」拡大 <small>Tokyo, Osakaに続き、DaibaとShibuyaに新店舗オープン</small>	来年2026年の国内新規出店が決定、海外でも新規出店を並行して交渉中	国内は郊外店、海外はアジア圏を拡大する
ゲーム	ゲーム開発 <small>全世界のゲームファンを取り込むコンソール/ライトファンを取り込むモバイル開発</small>	鋭意開発中	
映 像	映像コンテンツ開発 <small>テレビ、配信等プラットフォームに拘らないコンテンツ開発</small>	プラットフォームにこだわらないゴジラのコンテンツを開発中	
	劇場用映画 <small>ゴジラ新作映画が監督・脚本・VFX 山崎貴で製作決定！</small>	2025年11月3日、最新作のタイトル『ゴジラ-0.0』を発表	

5. 海外戦略

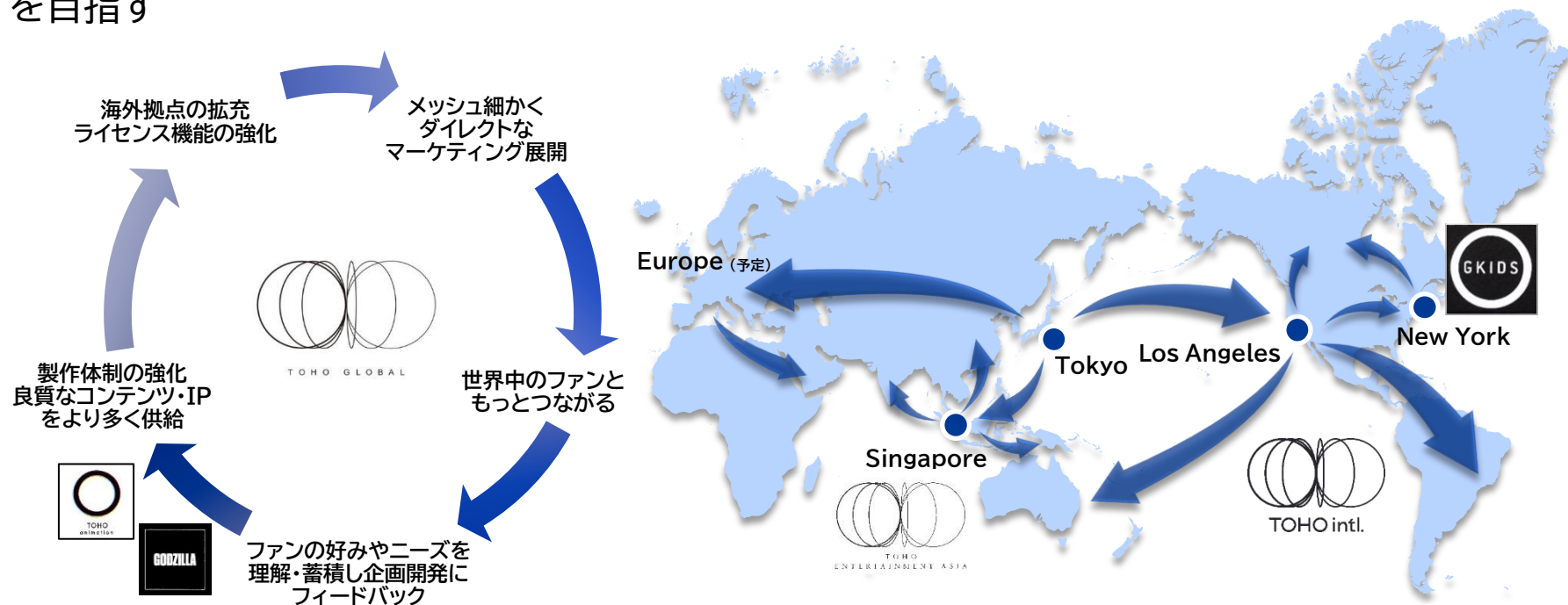


TOHO Global、Toho International (TI)、GKID、TOHO Entertainment Asia (TEA)のメンバー

中計2028:海外戦略

(2025年4月「中期経営計画2028」の再掲)

海外拠点を拡充し、世界中のお客様により多くの良質なコンテンツ・IPを広く届け、世界中のファンとダイレクトにつながる——2032年には海外売上高比率を30%まで引き上げることを目指す



IP価値最大化に向けた海外戦略

ビジネスや地域の特性に応じてアプローチを調整

世界共通

IP・作品の価値・魅力の共通理解を持ち
ブランドの一貫性を担保

- IP・作品の価値を捉え各パートナーとの共通理解を構築
- IP・作品としてのグローバル戦略の構築
- できるだけタイムラグを排除し、日本から情報提供



各地域での展開

メッシュ細かくダイレクトにマーケティング展開、
ライセンス活動

- 各地のファンニーズを理解したマーケティング
- 各地でのIP・作品に適したライセンス展開、商品展開



etc.



- 世界共通の知見や戦略、各地域での展開を組み合わせることで、ファンベースを拡大・深化
- 各地で得たファンの好みやニーズを理解・蓄積し、企画開発にフィードバック

各地域のアニメ市場と当社拠点

Europe

(十億米ドル)

2024年:47.7億米ドル
2030年:90.5億米ドル
(CAGR11.2%)

- インターネット普及率の高さ、複数のアニメ配信サービスの存在により成長
- SF・ファンタジー系アニメが市場拡大を牽引
- 欧州でもアニメ関連グッズの需要拡大が市場成長を後押し

2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 (年) (予定)

Asia Pacific ex. Japan

(十億米ドル)

2024年:90.8億米ドル
2030年:180.9億米ドル
(CAGR12.1%)

- 多様な人気ジャンルがあり、地域全体で4,500万人以上の視聴者層がいる市場
- 人気作品が多く、幅広いジャンルのファン層に支えられた堅調な市場成長
- 中国:2030年に46.0億米ドル。SNS等でファン文化拡大
- インド:2030年に17.5億米ドル。日本のファッション・音楽・エンタメと連動したファン文化の拡大

2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 (年)

North America

(十億米ドル)

2024年:40.1億米ドル
2030年:99.5億米ドル
(CAGR16.3%)

- 地域別で最大の伸び。動画配信の普及や商品物販(グッズ販売)の浸透で成長
- アニメが北米のポップカルチャーの一部として定着し、新作・人気作への需要が増加
- 北米各都市でアニメ関連グッズの小売店が増加し、市場拡大を後押し

2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 (年)

Middle East & Africa

(十億米ドル)

2024年:11.1億米ドル
2030年:21.1億米ドル
(CAGR13.6%)

- エンタメ消費が増加。配信サービスの浸透により視聴者数が増加
- イベント・商品・メディアが一体となり市場の成長を後押し
- 若年層を中心とした熱狂的なファンベースあり

2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 (年)

New York

Los Angeles

Latin America

(十億米ドル)

2024年:18.5億米ドル
2030年:41.3億米ドル
(CAGR14.1%)

- SF・ファンタジー系アニメが市場拡大を牽引
- ストーリー重視の作品が視聴者を引きつけ、アニメ文化が定着済
- ブラジル:2030年に6.7億米ドル。インターネット普及と拡大、現地TV局によるアニメ作品のライセンス・配信開始で市場参入・成長の追い風に

2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028 2029 2030 (年)

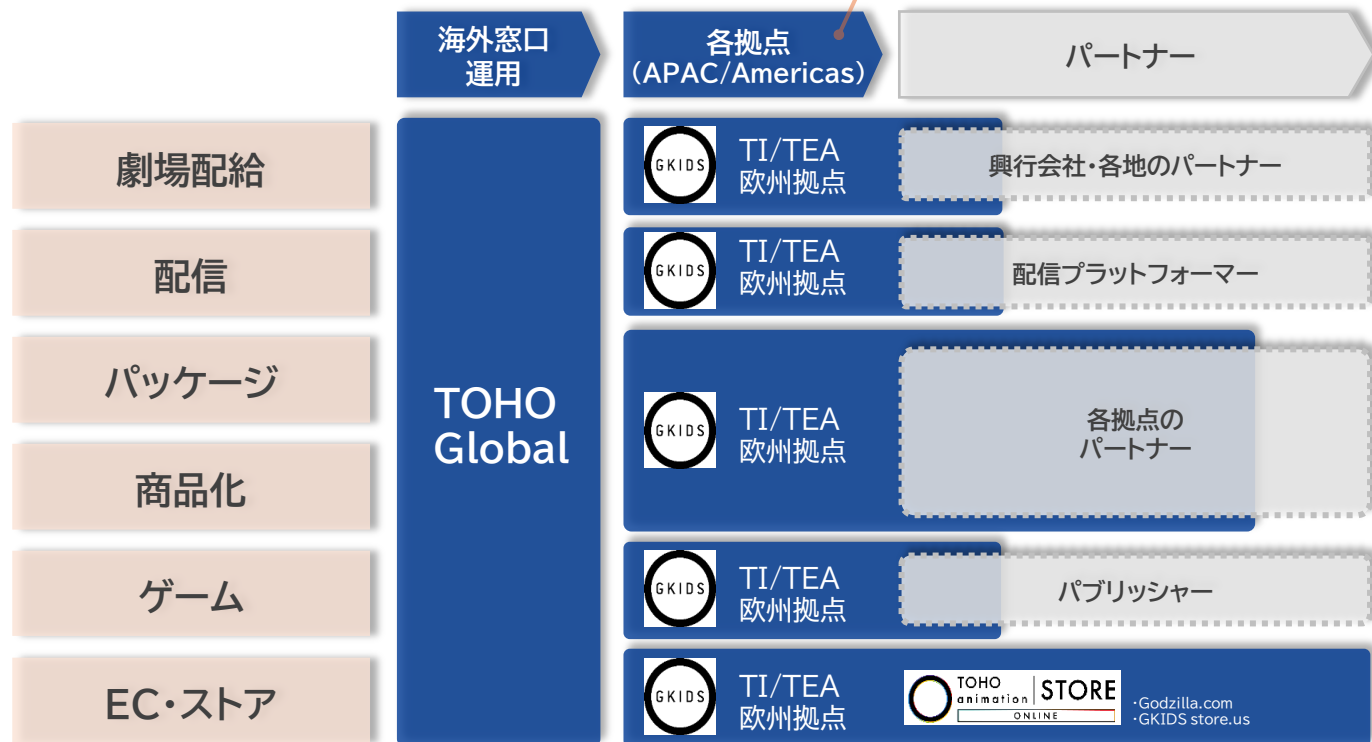
■T.V. ■Movie ■Video ■Internet Distribution ■Merchandising ■Music ■Pachinko ■Live Entertainment

出典: GRAND VIEW RESEARCH "Anime MARKET ANALYSIS AND SEGMENT FORECASTS TO 2030" 2025年以降は同社の予想値。本ページでは日本の市場データを除く。各ジャンルの定義は巻末ページ参照 ©TOHO CO., LTD. All Rights Reserved.

海外事業の商流構造図

各拠点から、パートナーと共にメッシュ細かく対応

欧州拠点の設立準備中



世界のファンの皆さま

6. TOHO-ONE



TOHO-ONE

中期経営計画2028:TOHO-ONEのコンセプト

(2025年4月「中期経営計画2028」の再掲)

継続的にお客様とつながる「顧客基盤プラットフォーム」として、2026年3月ローンチ予定



中計2028期間中に予定している体験例

無料

- TOHOシネマズ
無料映画鑑賞



特別

- TOHOスタジオ
特別ツアー



限定

- アニメの限定グッズ
- 映画・演劇の限定イベント
- ゲームとの連携による
限定インセンティブ



ファンのニーズを知り、進化するTOHO-ONE

- 顧客体験の進化
- データ活用により、多様な“好き”を見える化、次のヒットへつなげる
- 顧客起点のデータを活かして事業間シナジーを創出

統合基盤プラットフォーム

TOHO-ONEの概要

2026年3月、国内サービスローンチ予定

- ・「顧客基盤プラットフォーム」: 分断されていたデータを統合し、IPを軸としたシームレスな体験を実現
- ・「劇場」というリアル接点の活用: 体験価値をTOHO-ONEで拡張
- ・将来の「オープンプラットフォーム化」: IPホルダーや配給会社等へTOHO-ONEを開放。サービスの拡張やコンテンツの共創を目指す

会員数: 現在400万人→2032年1,000万人

- ・TOHOシネマズの「シネマイレージ」会員、東宝演劇の会員、各種ECサイト等の個別保有の会員組織を統合

3つのプランと利用金額に応じたポイント還元

- ・映画チケットとの交換、座席アップグレード、グッズ
- ・「TOHOスタジオツアー」招待など、当社ならではのリアル体験が可能



プラン	プレミアム	スタンダード	ライト
年会費	3,000円	500円	無料
ポイント付与率	2%	2%	1%
ポイント支払い	○	○	○
ポイントリワード(交換) (例: 映画鑑賞券)	○	○	—
映画特典 (例: 割引料金での映画鑑賞)	○	○	—
演劇特典 (例: 先行抽選、貸切公演)	○	—	—
オンラインストア特典 (例: 先行販売など)	○	—	—
日比谷シャンテ特典	○	○	—

※一人一アカウント制を採用し、メールやSMS認証を導入することで、本人確認とセキュリティの強化を図り、不正購入を抑止し、転売対策を強化する予定。

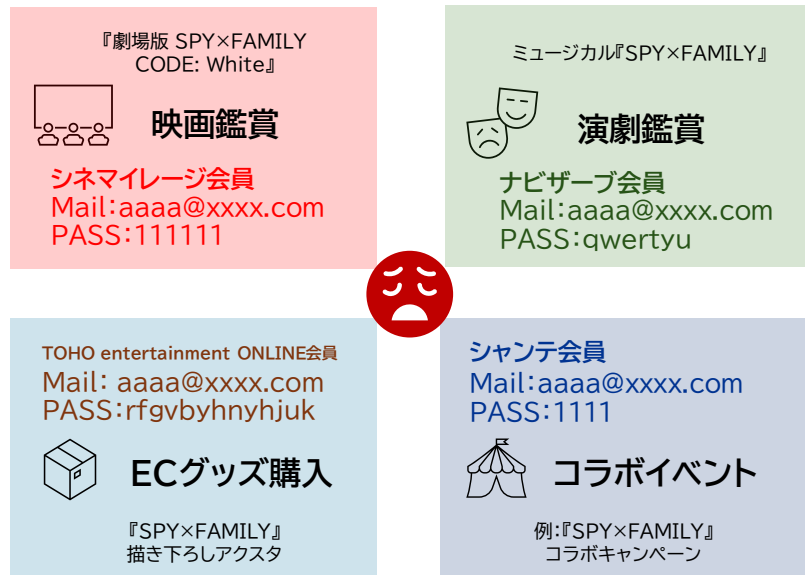
詳細は<https://www.toho.co.jp/toho-one>ご参照

顧客基盤プラットフォームとしてあるべき姿へ進化

サービスが分断された現在のIDを統合し、ファンに楽しんでいただける会員制度へ進化

as-is

個別に分断された会員制度・顧客体験



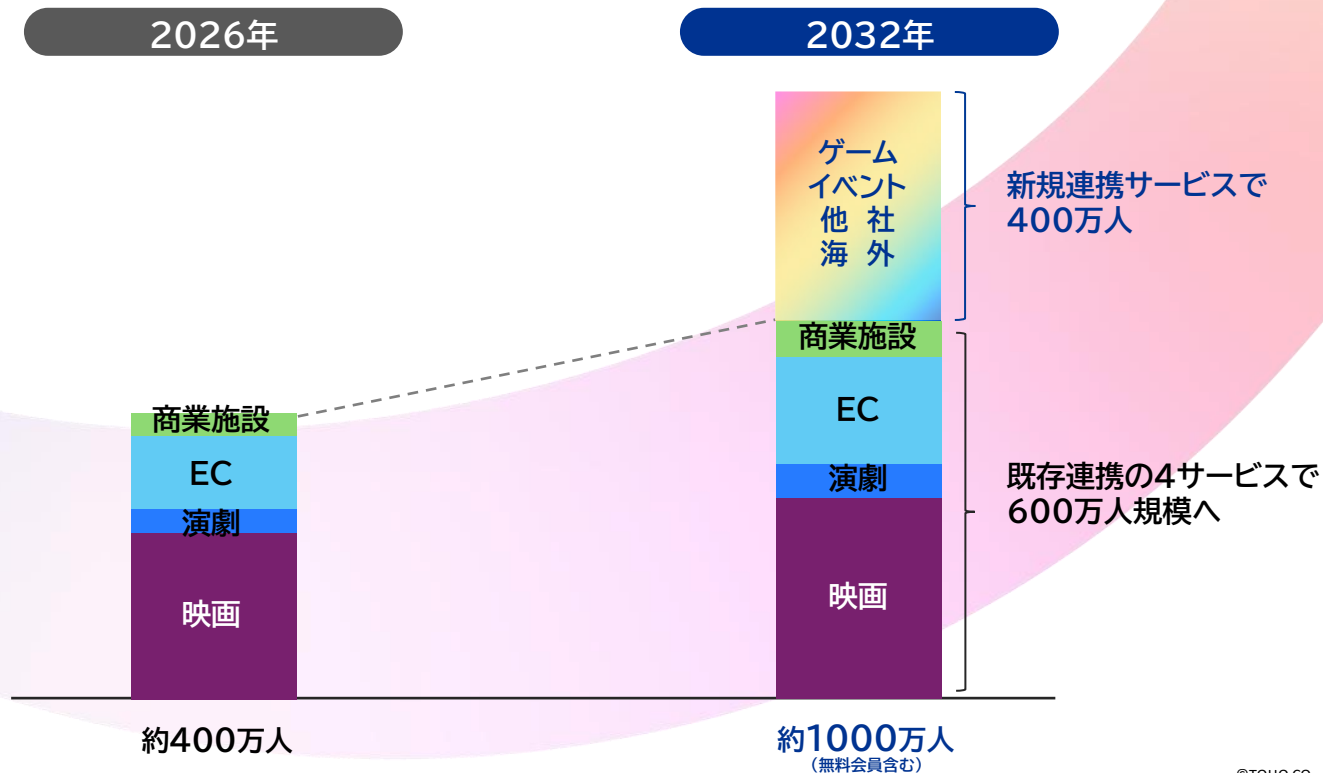
to-be

IPを楽しむための全てを繋げる会員制度・顧客体験



2032年に会員数1,000万人を目指す

2026年度中にゲーム連携を開始。その後も新規連携サービスで2032年に1,000万人を目指す



Appendix 1. IP・アニメ事業セグメント

中期経営計画2028の重点ポイント:IP・アニメ事業、TOHO-ONE

(2025年4月「中計2028」の再掲)

人材

- 少数精鋭から**精鋭多数**への転換
——成長の源泉である“人”を3年間で約**200**名採用*1、人への投資とエンゲージメント向上に注力

*1 東宝株式会社を対象としたもの

コンテンツ
IP

- 約**200**タイトルの豊富で良質なエンタテインメントを提供、世界中のお客様に感動を届ける
- 映画・アニメ・演劇・ゲーム等のコンテンツの企画・製作、IP創出に対し、3年間で約**700**億円を投下
- ゴジラIPの開発・展開に対し、3年間で約**150**億円を投下、IPビジネスを本格的に強化する
- コンテンツ・IP領域のM&Aやシネコン出店等の成長投資として3年間で**1,200**億円程度を設定
- 2032年までにTOHO animationの人員を倍増、IP・アニメ事業の営業利益**200%***2以上を目指す

*2 新セグメントにおける営業利益(2025年2月期対比)

デジタル

- 東宝グループの顧客データ基盤を整備する **TOHO-ONE** プロジェクトに対し、約**50**億円を投資
——2026年春、お客様と一つにつながる“新しい会員サービス”ローンチ予定

海外

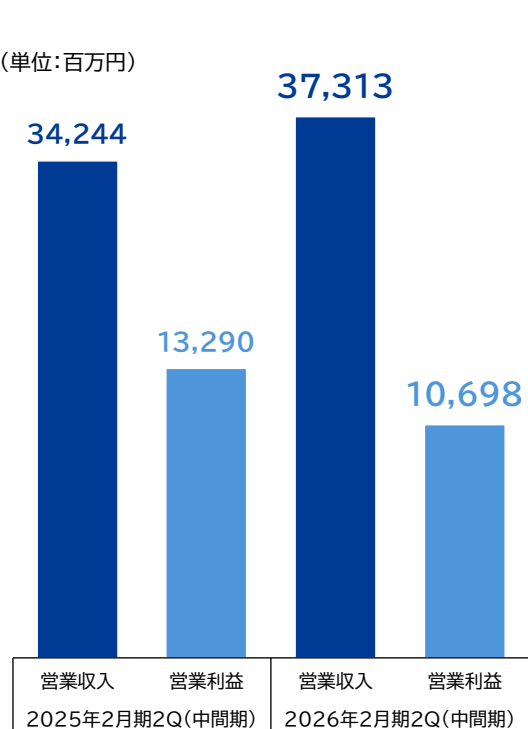
- 海外拠点の拡充を加速するとともに、新たにグループインした企業とのシナジーを創出
- 2032年に向けて海外売上高比率を現状の10%程度から**30**%まで引き上げる

2026年2月期中間期(3～8月) IP・アニメ事業セグメントの業績

(2025年10月「決算説明資料」に増減要因を加筆)

サイエンスSARU、GKIDSの貢献やゴジラの商品化権収入等により前年同期と比べ増収となったが、のれんの償却額の発生やパッケージ・商品物販等の減少に伴い減益

(単位:百万円)



		2025年2月期				2026年2月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
IP・アニメ	営業収入	17,063	17,181			18,999	18,314		
	営業利益	7,289	6,000			6,335	4,363		
	営業利益率	42.7%	34.9%			33.3%	23.8%		
分解 情報	映像の利用・許諾	7,232	5,857			9,065	6,584		
	商品化権の 利用・許諾	2,933	3,445			4,286	3,805		
	商品の販売	5,943	6,374			3,973	5,673		

1 ゴジラ-1.0の海外劇場配給 (+)
TOHO animation作品の劇場版ヒットに伴う製作
出資収入の増加 (+)

2 パッケージ、TOHO animation作品物販好調 (+)

3 のれん・無形資産の償却開始 (-)
販管費の増加(海外子会社の連結、成長投資) (-)

4 TOHO animation作品の配信権利用伸長 (+)

5 ゴジラの海外の商品化権収入 (+)

6 劇場パンフ/グッズ販売好調、カードゲーム等 (+)

業績分析(増減要因)

サイエンスSARU、GKIDSの貢献に加え、「ゴジラ」をはじめとする東宝怪獣キャラクターの商品化権収入や、「薬屋のひとりごと」「呪術廻戦」「ハイキュー!!」等のTOHO animation作品の国内外の配信権利用が伸長

YoY

また、劇場用パンフレット、キャラクターグッズにおいては「劇場版『鬼滅の刃』無限城編第一章猊窩座再来」「名探偵コナン 隻眼の残像」をはじめとする当社配給作品の販売が好調に推移した他、カードゲーム等の「ゴジラ」商品の販売が好調

一方、のれんの償却額の発生や、前年同期に好調だった「ゴジラ-1.0」「葬送のフリーレン」等のパッケージ販売やTOHO animation作品の商品物販が減少したこと等により減益

IP・アニメ事業セグメント：子会社別の変更前・後

(2025年4月「決算説明資料」の再掲)

連結子会社を会社単位で切り分け、一部の「映画事業」の組織・子会社を「IP・アニメ事業」へ



(注)

- ・上記子会社の傘下にある子会社を含む。表示スペースの都合上、複数の会社をまとめて記載しているが、特定の基準や意図に基づくものではない
- ・2025年2月期の映画事業セグメントの営業収入の約3割、セグメント利益の約4割がそれぞれ「IP・アニメ事業」に移行
- ・「IP・アニメ事業」に占めるゴジラ関係の営業収入は1割強(2025年2月期実績からの試算値で、主にIPや商品販売、北米での劇場配給。なお、映像配信の営業収入は映画営業事業に計上される)

*1: TOHO Global㈱, Toho International, Inc., TOHO Entertainment Asia Pte. Ltd., GKIDS, INC.

*2: ㈱東宝映像美術、㈱東宝コスチューム、東宝舞台㈱、TOHOマーケティング㈱、㈱エイド・ディーシーシー、㈱ガイエ

IP・アニメ事業セグメントに含まれる東宝(株)の組織・子会社と事業内容

(2025年10月「決算説明資料」の再掲)

IP・アニメ事業セグメントに含まれる組織・子会社名	決算期	地域※1		主な事業内容	留意点※2
		国内	海外		
東宝(株) TOHO animation	2月	✓	✓	TOHO animation作品の配信権・海外商品化権の販売、ゲーム、製作出資	-
東宝(株) ライツ事業部	2月	✓	✓	商品化権やパッケージの販売、グッズ・パンフレットの制作、ゴジラ・ストアの店舗運営等	実写映画作品の商品化権やパッケージの販売、グッズ・パンフレットの制作も行う
TOHO Global (株)	12月	-	✓	配信権・商品化権の販売	実写映画の海外向け配信権・商品化権の販売も行う※3
Toho International, Inc.	12月	-	✓	ゴジラの配信権・商品化権の販売、ECサイト(ゴジラ・ストア、TOHO animation STORE)の運営等、及びTOHO animationから許諾を受けたアニメ作品の商品化権の販売	実写映画の製作・出資も行う
TOHO Entertainment Asia Pte. Ltd.	12月	-	✓	配信権・商品化権の販売	実写映画の海外向け配信権・商品化権の販売も行う※3
GKIDS, INC.	12月	-	✓	アニメ映画の北米配給、配信権・パッケージ化権等の販売	TOHO animation・ゴジラ作品以外の作品の北米配給、配信権・パッケージ化権等の販売も行う
(株)TOHO animation Studio	2月	✓	✓	アニメ制作	-
(株)サイエンスSARU	1月	✓	✓	アニメ制作、製作出資	TOHO animation作品を除くアニメ作品の制作、製作出資も行う
(株)東宝ステラ	2月	✓	-	ECサイト(TOHO animation STORE、ゴジラ・ストア)の運営	実写映画のグッズも扱うECサイト(例:TOHO theater STORE)も運営する
東宝ミュージック(株)	2月	✓	✓	映画やアニメの劇伴音楽(サウンドトラック)の制作・著作権管理	舞台音楽制作や実写映画音楽の制作・著作権利用も行う

※1: 2025年2月期における営業収入の計上実績 ※2:留意点に記載の内容もIP・アニメ事業セグメントの外部顧客への営業収入に計上される(但し、※3を除く) ※3:東宝(株)からの手数料収入を計上しているため、外部顧客への営業収入は無い

作品の商流別計上先①

(2025年10月「決算説明資料」の再掲)

主な作品の商流別計上先は以下の通り。ゴジラとアニメ関係の一部営業収入は引き続き映画事業セグメント(映画営業/映画興行)に計上する

①「ゴジラ」映画シリーズ※1

映画「ゴジラ-1.0」の配信権収入は「映画営業」に計上

	作品製作(出資配分金)	劇場への配給	劇場での売上	映像配信	ライセンス・物販等※2
国内売上	映画営業	映画営業	映画興行	映画営業	IP・アニメ
海外売上		IP・アニメ※3	—※4	IP・アニメ※3	

②TOHO animation作品・サイエンスSARU出資作品

	作品製作(出資配分金)	劇場への配給	劇場での売上	映像配信	ライセンス・物販等※2
国内売上	IP・アニメ	映画営業	映画興行	IP・アニメ※3	IP・アニメ
海外売上		IP・アニメ※3	—※4		

③当社配給のアニメ映画作品(例:映画「名探偵コナン」シリーズ、映画「ドラえもん」シリーズ)

	作品製作(出資配分金)	劇場への配給	劇場での売上	映像配信	ライセンス・物販等※2
国内売上	—※5	映画営業	映画興行	—※6	IP・アニメ
海外売上		—※3,※7	—※5	—※3	

注:表において、営業収入が寡少、または無いものは「—(バー)」としている

※1: ①は「ゴジラ」シリーズを含む東宝大怪獣シリーズ作品 ※2: ゴジラキャラクターのIP利用や、ゲーム、音楽、パッケージ、パンフレット等を含む ※3: Toho International, Inc.及びGKIDS, INC.に許諾する作品は「IP・アニメ」に計上する。但し、TOHO Global㈱、TOHO Entertainment Asia Pte. Ltd.に業務委託したものは「映画営業」に計上する ※4: ①～③いずれも海外における興行・ストアの売上収益は無い。

※5: ③において、東宝㈱映画営業部が一部のアニメ映画作品に出資をしており、その関連収支は「映画営業」に計上する ※6: ③において国内で映像配信をする作品は多くないが、営業収入が発生した場合は「映画営業」に計上する ※7: ③において一部のアニメ映画作品を海外向けに配給しており、その営業収入は原則として「※3」に基づき計上する

作品の商流別計上先②

(2025年10月「決算説明資料」の再掲)

「劇場版『鬼滅の刃』無限城編 第一章 猗窩座再来」と「国宝」の商流別計上先は以下の通り

①「劇場版『鬼滅の刃』無限城編 第一章 猗窩座再来」

	作品製作(出資配分金)	劇場への配給	劇場での売上	映像配信	物販等※3
国内売上	—	映画営業※1	映画興行	—	IP・アニメ
海外売上		—	—	—	

②「国宝」

	作品製作(出資配分金)	劇場への配給	劇場での売上	映像配信	物販等※3
国内売上	映画営業	映画営業	映画興行	—	IP・アニメ
海外売上		IP・アニメ※2	—	IP・アニメ※2	

注:表において無いものは「—(バー)」としている

※1: 株式会社アニプレックスとの共同配給 ※2: GKIDS, INC.が北米配給・配信を担う分はIP・アニメ事業に計上 ※3: パンフレット等の売上

ライツ事業部の取り組み(商品物販・グッズ/パンフレット・パッケージ)

商品物販

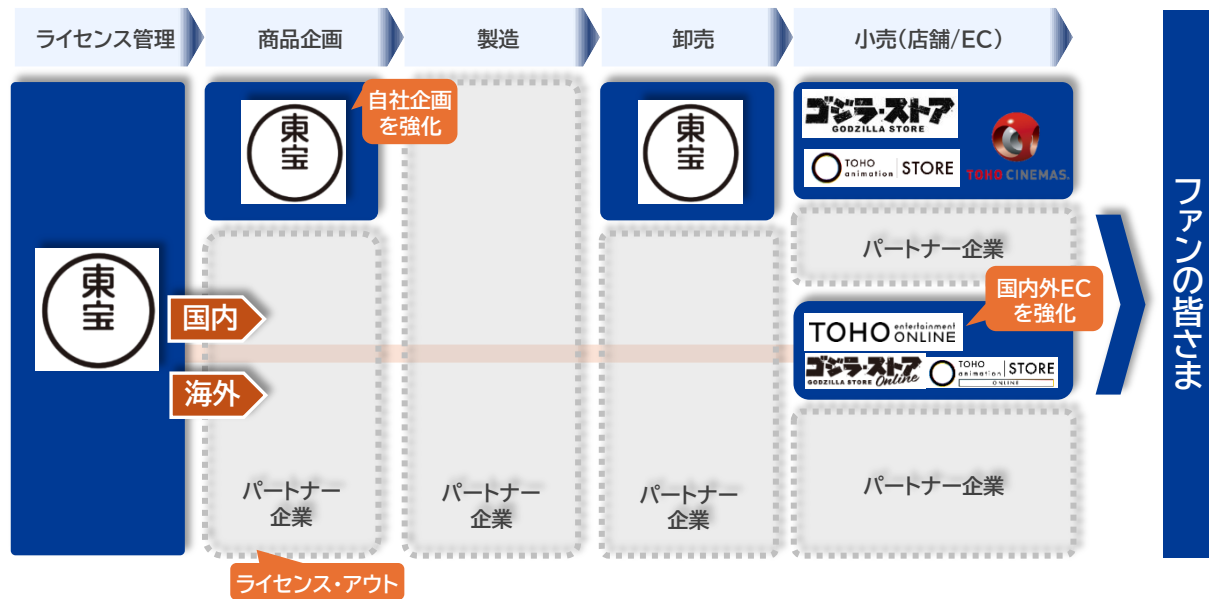
- ・自社企画の商品物販、国内外ECを強化
- ・ファンビジネス追求のためのマルチ展開
- ・販路拡大や企画点数の増加
- ・TOHO-ONEとの連携

劇場販売(グッズ/パンフ)

- ・映画館のチケット外収入として売上を伸長させる
- ・アニメ関係のグッズ・パンフレットの売上好調

パッケージ(DVD/Blu-ray等)

- ・国内映画配給作品(実写・アニメ)を中心に年間100タイトル程度を発売
- ・市場は縮小傾向も、強力作品のラインナップと自社売場の強化でシェア拡大を目指す



Appendix 2. アニメ





© 山田鐘人・アベツカサ/小学館/「葬送のフリーレン」製作委員会



©日向夏・イマジカインフォス/「薬屋のひとりごと」製作委員会



©米スタジオ・Boichi／集英社・Dr.STONE製作委員会



©「ハイキュー!!」製作委員会 ©古館春一／集英社

「ゴジラ」アニメシリーズ最新作の制作決定

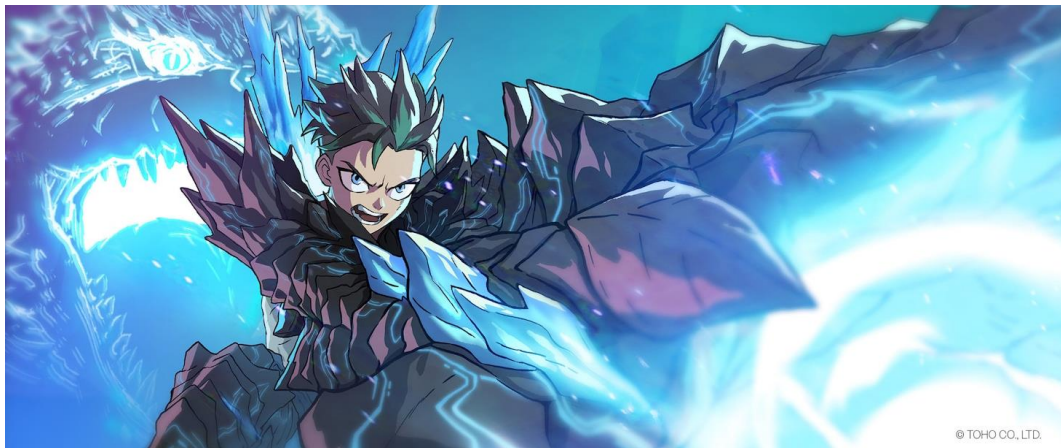
“ゴジラの力を宿す”少年の物語

- TOHO animation作品
- シリーズ70年以上の歴史で初のチャレンジ作



オレンジ × Igloo Studio の共同制作

- 『ゴジラ S.P<シンギュラポイント>』を制作したオレンジ、タイの気鋭のアニメーションスタジオIgloo Studioが共同制作
- 制作スケールと海外市場での拡散力を強化



© TOHO CO., LTD.

アニメビジネスの特徴

(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲)

映画(実写)とアニメのビジネスの違い

- ・映画(実写):一次利用(劇場上映)から収入が見込め、公開期間中の収益が中心(=フロー型)
- ・アニメ:一次利用(TV放送)から収入は見込めないが、継続的な二次利用の収益が中心(=ストック型)

海外収入の伸長

- ・世界的に配信プラットフォームの加入者拡大により、日本のアニメも視聴数が増加
- ・海外の配信収入が増加。作品のファンの皆さまでも増えることで関連商品収入も増加傾向



「僕のヒーローアカデミア」TVシリーズ 1期～Final Season



「僕のヒーローアカデミア」劇場版

強み：国内興行(TOHOシネマズ)

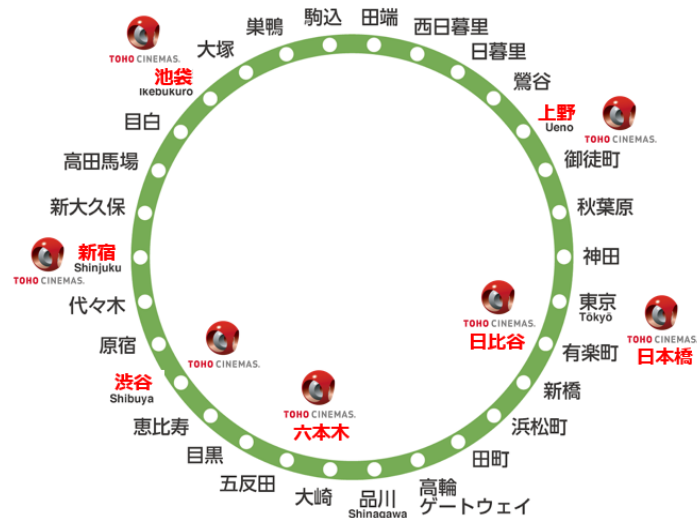
(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲)

- ・都心部や大都市に717スクリーン※を保有し、劇場版アニメを広く上映可能
- ・国内興行収入シェア約27% (2024年)



※2025年8月末時点

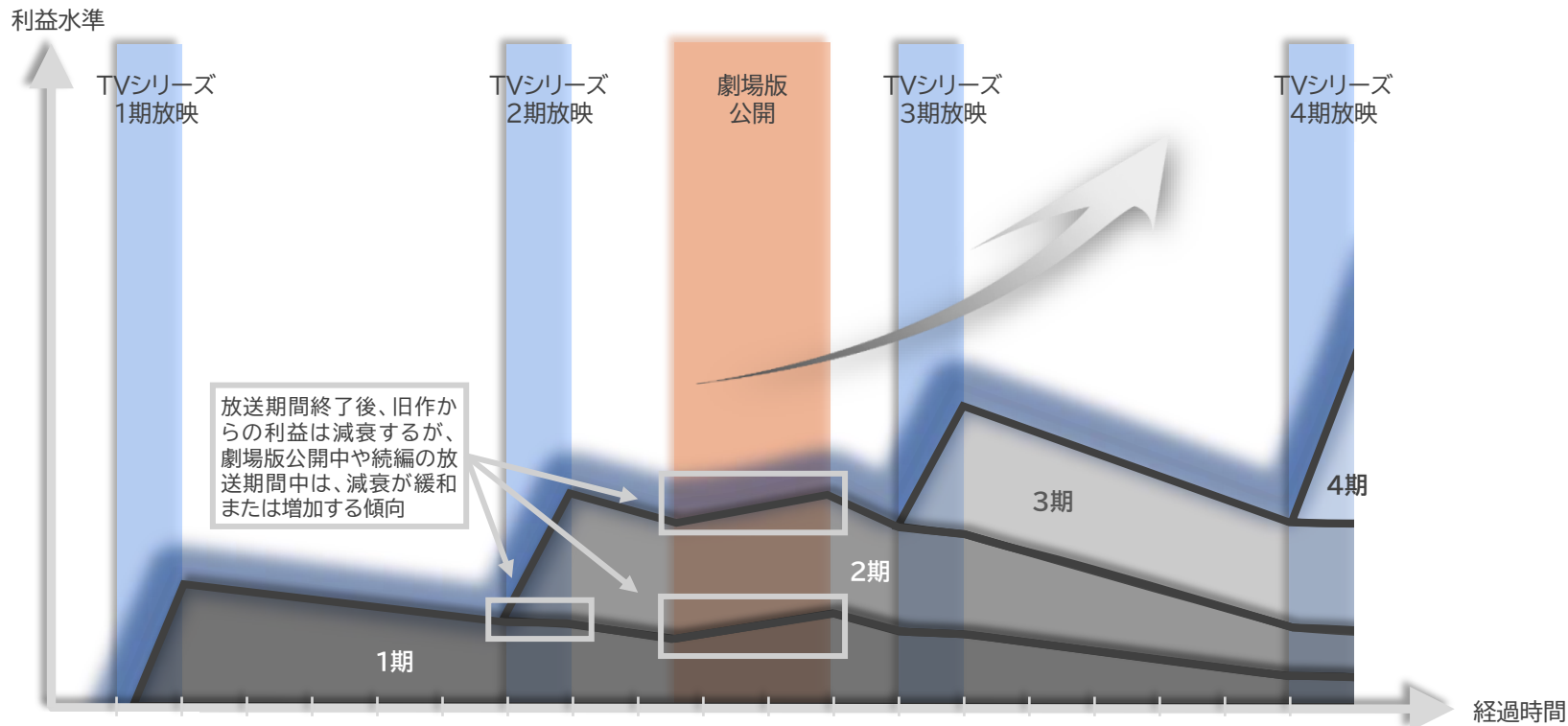
- ・ TOHOシネマズのブランド
- ・ お客様とつながるプラットフォーム
- ・ 高集客立地への出店(都心部・大都市)



アニメ・シリーズ作品の利益推移(※イメージ)

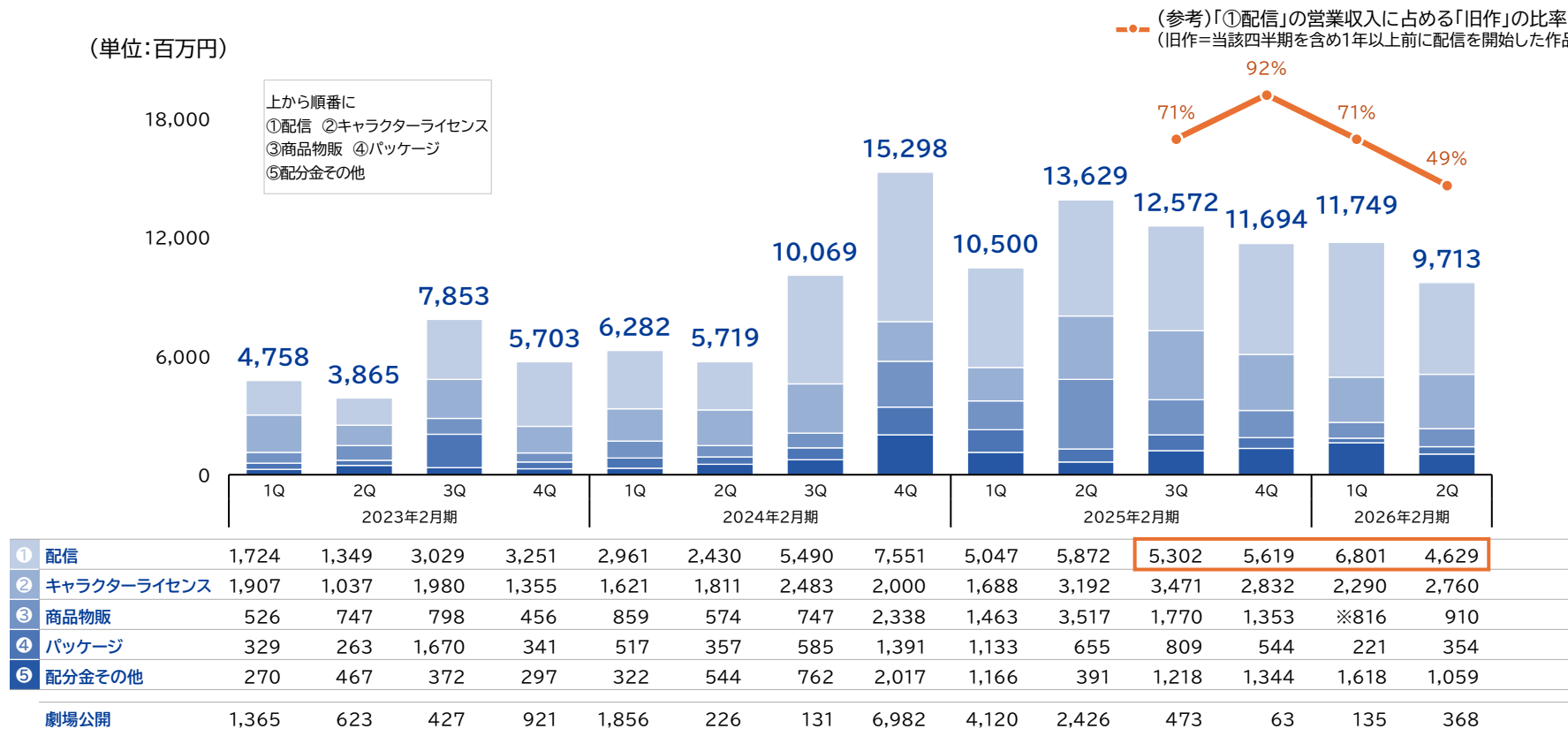
(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲)

- TVシリーズ放映後、動画配信、海外販売、商品物販等で利益を伸ばす
- 長期シリーズ化により安定した利益の土台を作る



TOHO animationのソース別営業収入の推移(四半期)

(2025年10月「決算説明資料」の再掲(グラフの(参考)部分は新規追加))



※2026年2月期1Qの商品物販について数値を遡及修正

(注)2026年2月期より管理会計システムが変更となったため、過去の数値の集計方法とは異なる

(注)海外売上高は「配信」と「キャラクターライセンス」のみ

国内アニメ制作スタジオ

TOHO animation STUDIO

- ・I&Aとして2017年8月にイルカとアニメの2社により設立
- ・2019年10月にTIAに商号変更
- ・2020年1月にTIAへ出資し、2022年9月に子会社化/商号変更
- ・従業員数32名(2025年11月時点)



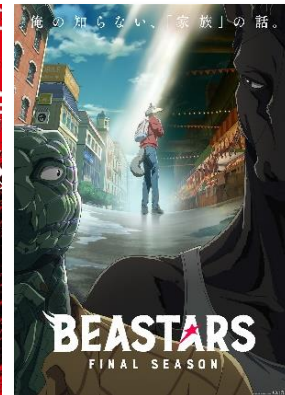
サイエンスSARU

- ・2013年設立
- ・従業員数66名(2025年11月時点)
- ・卓越した制作能力が強みで、日本のみならず海外からも高い評価を獲得
- ・2024年6月にグループイン(東宝により全株式を取得)



有限会社オレンジ

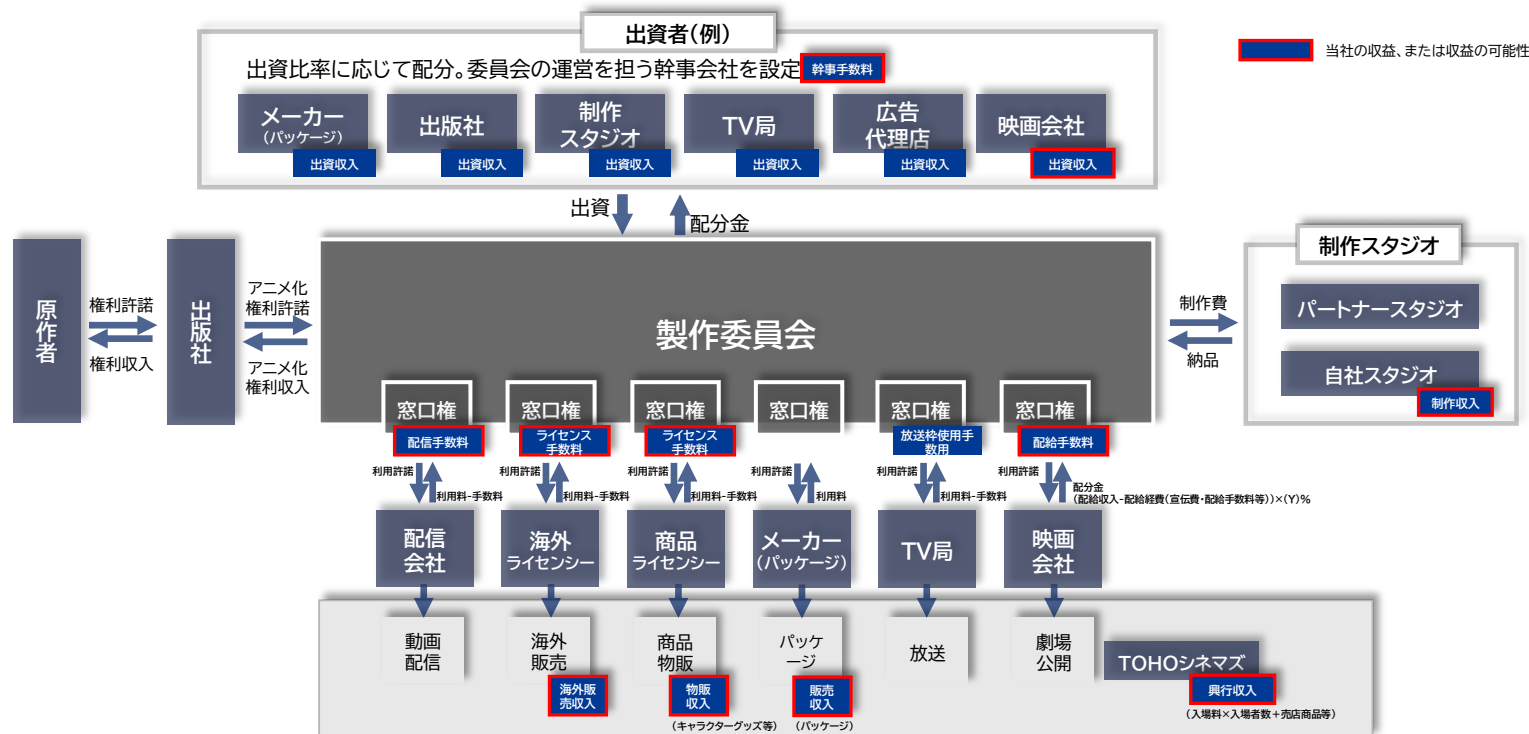
- ・2004年に設立
- ・従業員数174名(2025年11月時点)
- ・日本最高峰のセルルックフル3DCGスタジオとして確かな存在感
- ・2025年1月に東宝が19.7%を出資



アニメ製作委員会の仕組みと当社の関わり

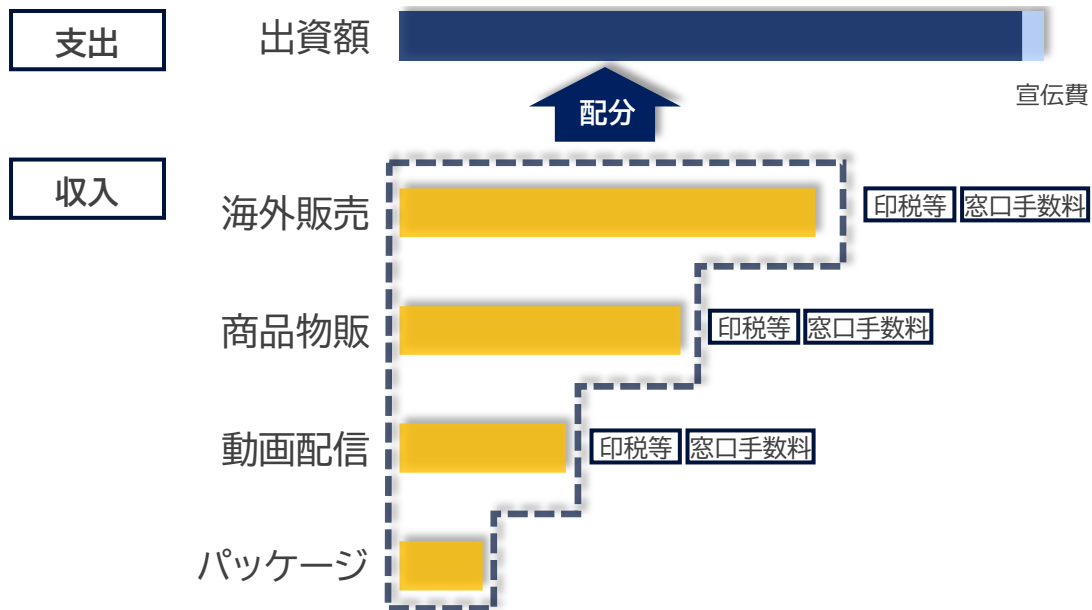
(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲)

- ・製作委員会:各領域で二次利用展開を進め、ファンの皆さまへ作品を多面的・重層的・長期的に届ける
- ・当社:映画化・商品販売・海外展開などファンの皆さまへ広く価値提供が可能。各領域でIP価値を最大化できる



アニメ製作委員会の収支構造(イメージ)

(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲)



- ・製作委員会は二次利用展開が重要。各窓口収入の委員会戻し分[■]を積み上げ、委員会として出資額の回収を目指す
- ・出資会社が窓口を持つ場合は、窓口手数料を得ることができる

TOHO animationチャンネル:YouTube登録者数 400万人

(2024年12月「アニメ事業説明会」資料の再掲(一部内容を更新))

- TOHO animationが手掛ける最新アニメ作品の映像や情報を配信
- 登録者数 400万人、動画 5,800本 (2025年11月末時点。なお、2024年11月末時点では登録者数340万人、動画4,500本)



<https://www.youtube.com/user/tohoanimation>

Appendix 4. ゴジラ

ゴジラ・ストア:ブランド価値向上のリアル店舗

地域		店舗名	開業	面積(坪)
国内	東京	ゴジラ・ストア Tokyo	2017年10月	22.7
		ゴジラ・ストア Daiba	2025年3月	36.5
		ゴジラ・ストア Shibuya	2025年4月	21.1
	大阪	ゴジラ・ストア Osaka	2020年11月	27.1
		ゴジラ・ストア Umeda	2024年9月	24.8
海外	アジア	ゴジラ・ストア Taipei	2025年9月	15.0
		ゴジラ・ストア Malaysia (予定)	2025年12月	47.6

2025年の振り返り

- ・国内外4店舗を新規出店:映像だけでなく「ゴジラ」というIPブランド価値向上のために、リアル店舗の国内外展開を加速
- ・国内で月坪(1坪当り月平均の売上高)100万円を超える店舗もあり
- ・国内店舗の外国人(インバウンド)売上比率は約6割:アジア圏出身者が3割弱、それ以外の地域出身者が3割強を占め、欧米出身のお客様が增加

……今後、国内は郊外店を、海外ではアジア圏での出店を拡大予定



ゴジラ・ストア Daiba



ゴジラ・ストア Osaka



ゴジラ・ストア Shibuya

ゴジラ・ザ・ライド:ゴジラが登場するライドアトラクション



SCLA:中国本土における「ゴジラ」シリーズのライセンス事業・ブランディング

(2025年10月「決算説明資料」資料の再掲)

2025年7月15日、中国本土における「ゴジラ」IPライセンス事業推進に向けて、上海新創華文化発展有限公司(SCLA)と戦略的パートナーシップを締結



左:SCLA会社外観、 右:ゴジラブランドロゴ(中国語版)

- 本提携により、SCLAは中国本土市場において「ゴジラ」シリーズのキャラクター認知拡大、商品化、展示イベント、マーケティングキャンペーン等、幅広いライセンス関連事業を担う
- 今後、アジア戦略拠点であるTOHO Entertainment Asia Pte. Ltd.(シンガポール)は、東宝とSCLA間の戦略連携のハブとして、IPの中国本土市場におけるローカライズと円滑な事業推進を担う

IP・アニメ本部への改称とゴジラ部の新設(2025年10月組織改定)

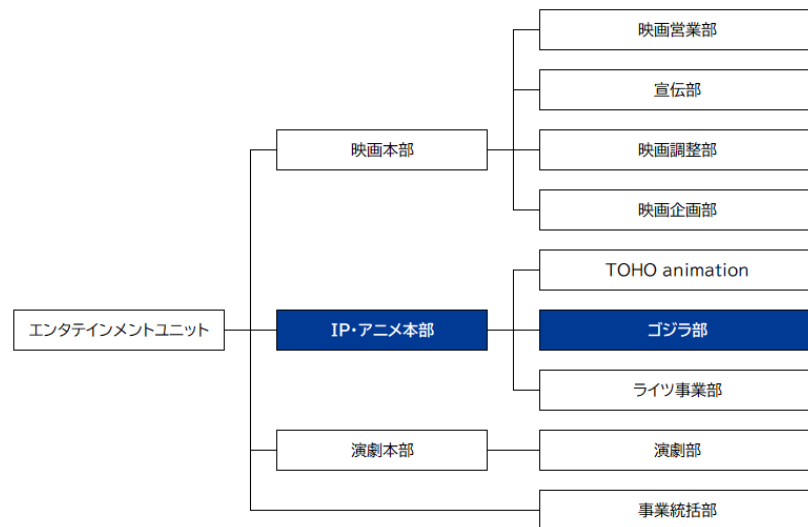
(2025年10月「決算説明資料」の再掲)

- ・2026年2月期より新設した「IP・アニメ事業セグメント」に合わせ、「アニメ本部」の名称を「IP・アニメ本部」に変更
- ・「IP・アニメ本部」に「ゴジラ部」を新設
IP・アニメ事業の中核的IPである「ゴジラ」の価値を最大化するため、従来の「ゴジラルーム」を「ゴジラ部」に格上げ
- ・「ゴジラ部」はブランディング強化、事業領域の多角化、グローバル展開の加速を通じた、新たなファン層の獲得と業績への貢献に努める

エンタテインメントユニットの組織図(変更前)

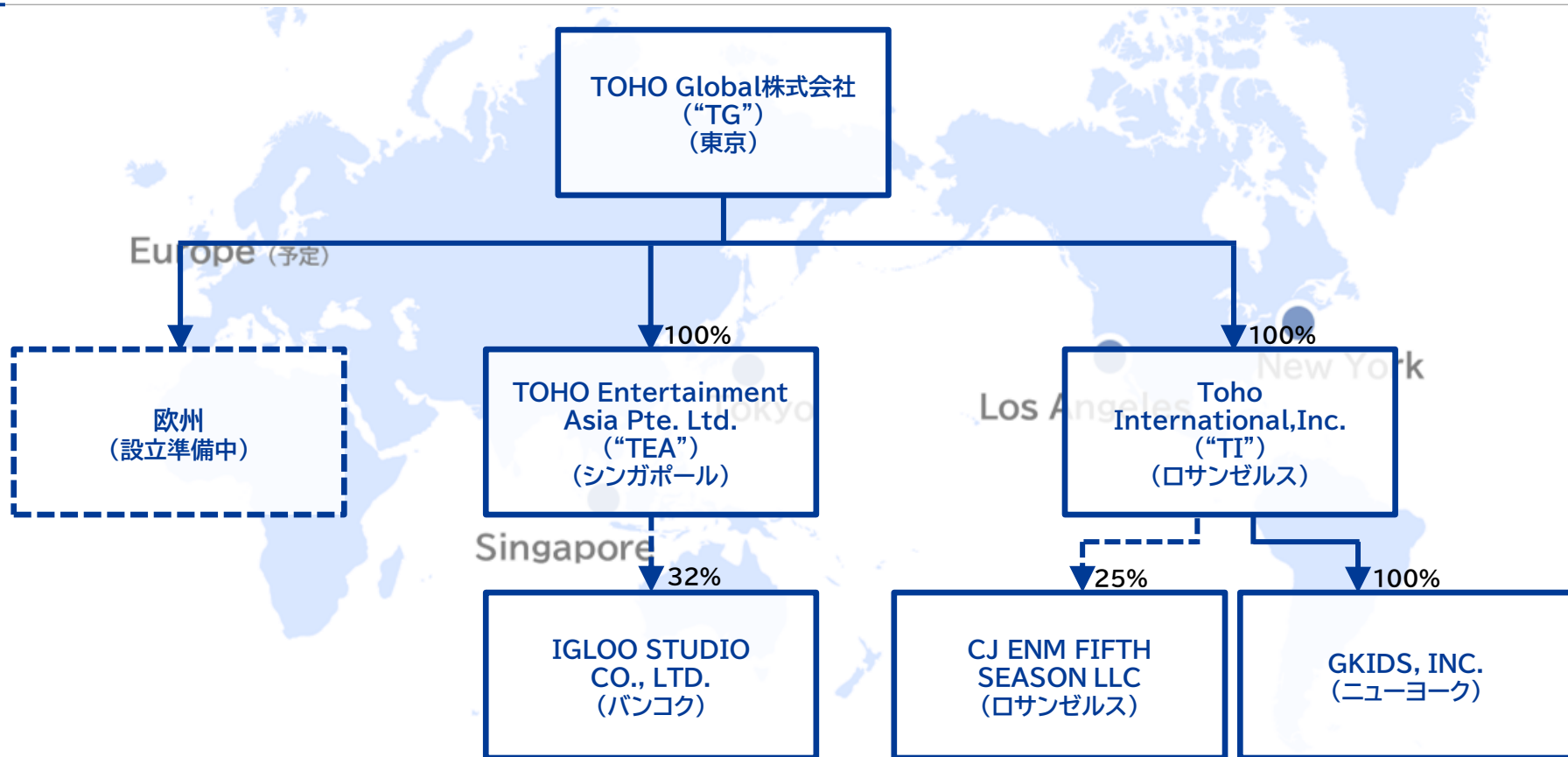


エンタテインメントユニットの組織図(変更後)



Appendix 5. 海外戦略

海外の主なグループ会社



TOHO Global (TG) / TOHO Entertainment Asia (TEA)

TG

- 海外事業統括会社
- 北米エリアを皮切りにアジアを含め全世界に、アニメ・実写作品等の配給・配信・商品化のライセンスを行う
- 海外事業の強化を進めており、今後は欧州に拠点を設ける計画
- 従業員数46名(2025年8月)



TEA

- シンガポールを拠点とし、中国からASEAN、中東、インドまでと広範な地域を担当
- アジア地域における当社グループの拠点として、IP・映像作品のライセンス事業、商品事業、マーケティング等を広く展開
- 従業員数16名(2025年11月)



Toho International, Inc. (TI) / GKIDS

TI

- 米州の地域統括会社
- 米国におけるライセンスを管理し、トップブランドと提携してコレクターズアイテムやアパレル等を制作
- 米国のゴジラ公式ショップGodzilla.comや、TOHO animationのプレミアムグッズを取り扱うTOHO animation STOREを運営
- 従業員数29名(2025年8月)



GKIDS

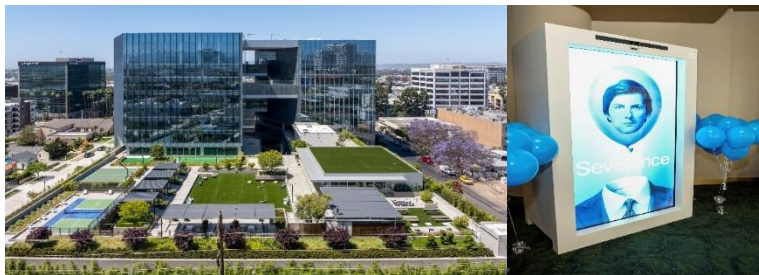
- 北米を代表するアニメ作品の配給会社
- 日本をはじめとする様々な国のアニメ作品等の劇場公開に向けたマーケティング、ブランディング、配給、並びに配信プラットフォームへのライセンスを自社で行っている。日本のアニメーション作品の商品等を取り扱うECサイト「GKIDS Store」も運営
- 従業員数38名(2025年8月)



CJ ENM FIFTH SEASON / IGLOO STUDIO

FIFTH SEASON

- テレビシリーズ、映画、ドキュメンタリーの企画・製作、販売を行うエンタテインメント企業
- 「The lost daughter」(Netflix)や「Severance」(Apple)「Tokyo Vice」(Max)「McCartney 3,2,1」(Hulu)等、国際的な賞の受賞歴のあるシリーズを製作
- 従業員数185名(2025年8月)



IGLOO

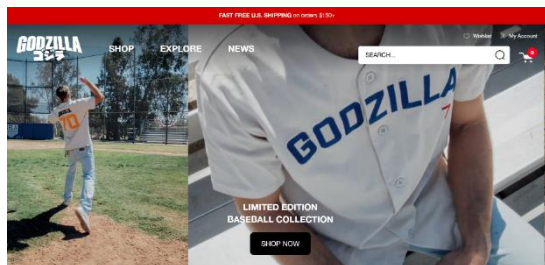
- バンコクにあるCGアニメーション制作のスタジオ
- 18カ国で上映されたタイのファンタジーアニメ映画「The Legend of Muay Thai: 9 Satra」や、Netflixオリジナルアニメシリーズ「My Daemon」等を制作
- 従業員数172名(2025年8月)



海外ECサイト

Godzilla.com

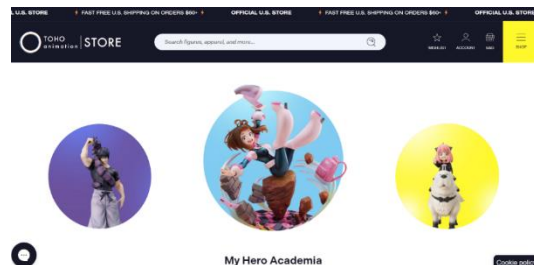
- ・ゴジラなど東宝怪獣IPの米国公式サイト
- ・最新ニュースや怪獣情報に加え、厳選されたコレクターズアイテム等を扱う独占ECショップであり、米国限定版アイテムも取り扱う
- ・取扱IP:ゴジラ及びその他の主な東宝怪獣IP
- ・商品カテゴリー:フィギュア、ぬいぐるみ、アパレル(Tシャツ、アウター、アクセサリー等)、ホーム用品、パズル、アート等、厳選のコレクターズアイテム
- ・展開地域:米国のみ
- ・サービス開始時期:2023年8月



<https://godzilla.com/>

TOHO animation Store

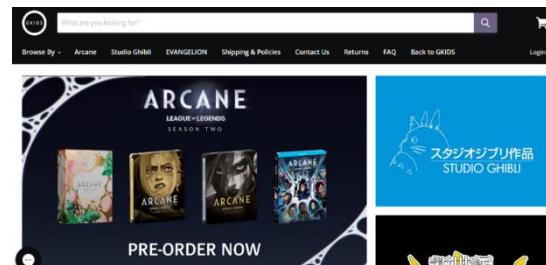
- ・TOHO animationの米国公式サイト
- ・TOHO animation制作の人気作品の公式グッズを販売している
- ・取扱IP:呪術廻戦/怪獣8号/僕のヒーローアカデミア/スパイ×ファミリー/ハイキュー!!/葬送のフリーレン/薬屋のひとりごと等
- ・商品カテゴリー:フィギュア、アパレル(Tシャツ等)、アクセサリー／ホームグッズ、メディア(Blu-ray等)
- ・展開地域:米国のみ
- ・サービス開始時期:2025年6月



<https://tohoanimationstore.us/>

GKIDS store.us

- ・スタジオジブリ作品や新海誠監督作品、その他国内外のアニメーション作品のブルーレイ、DVD、限定版スチールブック、コレクターズエディション等を販売
- ・取扱IP:スタジオジブリ作品、エヴァンゲリオン、GKIDS配給の各種アニメーション作品(THE FIRST SLAM DUNK、パーフェクトブルー、BLUE GIANT等)
- ・商品カテゴリー:DVD、Blu-ray、スチールブック、GKIDSオリジナル商品等
- ・展開地域:米国・カナダ(一部作品のみ)
- ・サービス開始時期:2016年5月



<https://store.gkids.com/>



p12、p31のアニメ市場データにおけるジャンル別の定義

- T.V.: アニメ制作およびアニメ製作会社による放送から得られる収益を含みます。テレビ番組の供給者には、広告代理店の制作部門、放送局、ネットワーク、独立系制作会社、大手映画製作会社などが含まれます。ネットワーク運営者は、配給会社に対して固定の現金ライセンス料を支払い、その対価として特定期間内にエピソードを所定回数放映する権利を得ます。
- Movie: 劇場用アニメの制作およびアニメ制作会社が得る興行収入を対象とします。
- Video: アニメ制作会社によるビデオ(家庭用ビデオ/DVDおよびビデオゲーム等)の制作・流通による収益を含みます。ホームシアターやDVDの普及により、消費者は自宅で映画鑑賞の体験を再現できるようになり、レンタル市場・販売市場ともにホームビデオ/DVDの需要が大幅に伸長しました。権利(著作権)を保有することで、アニメ制作会社はOVAや直接映像化プロジェクト等の継続的なフランチャイズを得ることができます。
- Internet Distribution: アニメ制作およびOTT/SVODプラットフォーム等を通じたオンライン配信からの権利取引・ライセンス収入を含みます。
- Merchandising: キーチェーン、Tシャツ、フィギュア等のグッズや関連商品の販売から得られる収益を対象とします。
- Music: 音楽CDの販売およびクラウド音楽プラットフォームからの収益を含みます。
- Pachinko: パチンコ向けに制作されたアニメ(およびその権利)による収益および海外の事業者への権利ライセンスや海外向けコンテンツ展開による収益を含みます。
- Live Entertainment: アニメ制作会社がライセンスする権利に基づくライブイベントの制作、配信およびストーリーミングから得られる収益を含みます。

本資料の内容には将来に対する見通しが含まれておりますが実際の業績は様々な状況変化や要因により、見通しと大きく異なる結果となりえることがあり、保証を与えるものではありませんのでご了承ください。また、本資料の無断転載はお断りいたします。