



PERO'S 統合報告書
REPORT 2023

東映アニメーション株式会社

CONTENTS

- 03 経営理念 / 中長期戦略
- 05 成長の足跡と培ってきた力
- 07 時代をリードした主な作品
- 09 価値創造プロセス
- 11 ビジネスモデル
- 15 トップメッセージ
- 17 外部環境認識と将来に向けた取組み
- 19 財務戦略
- 21 グローバル戦略
- 25 デジタル戦略
- 27 著作権運用 / コンテンツの違法利用対策
- 29 人的資本・環境への取組み
- 31 地域との共生
- 33 アニメーション制作のプロセス
- 35 プロデューサーインタビュー
- 37 事業紹介
- 41 取締役一覧 / コンプライアンス
- 43 ガバナンス / 主要なリスク
- 45 業績ハイライト / 会社・投資家情報

報告対象範囲

東映アニメーション株式会社および関連会社

報告対象期間

2023年3月期(2022年4月～2023年3月)を対象としています。一部、当該期間以前および以後の活動を含んでいます。また、業績・実績などの数値情報は、特に断りがない限り、2023年3月期、もしくは2023年3月末現在の情報です。

将来の見通しに関する注意事項

当資料に記載されている内容は、現在入手している情報に基づく判断および仮定に基づいており、記載された将来の計画数値、戦略、施策の実現を確約、保証するものではありません。



経営理念

世界の子どもたちに 「夢」と「希望」を提供する “創発企業”となる。

※“創発企業”とは、「想像力と工夫を持って、新たな作品やビジネスを創造・発信していく企業」を意味します。

中長期戦略

東映アニメーショングループでは、「IP※を戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。日本最大・世界有数の作品数を有するアニメーション制作会社としての競争優位性を基盤に、魅力的でインパクトのある新たな作品を創作し、世界に届けることを梃子に、収益化の機会を限りなく広げていくことを最重要課題として掲げています。

※ IP (Intellectual Property) : 映像・キャラクターの著作権や商標権などの知的財産権

1

IP増強

新規IP創出数の増強と
IPライフサイクルの
長期化

新規IP創出を加速するとともに、産み出した作品を自ら育成・発展させ、IPライフサイクルを長期化することで、作品ファンの親子二世帯化・三世帯化(エバーグリーン化)を目指します。

2

事業拡張

顧客接点の拡大と
IP当たり収益規模の
伸張

これまでに当社が獲得してきた作品製作や権利運用のノウハウを活かし、既存ライセンス事業に加えて、IPの育成・発展に寄与する自社事業にも注力し、IP当たりの収益規模の最大化を目指します。

3

地域展開 拡大

日本発IPの増強と
海外発IPの強化

国内市場から海外市場へとビジネスフィールドを一層拡大し、従来からの日本発IPの海外輸出をより強化するとともに、海外においては、ハリウッド・ビジネスへの参入、メジャースタジオとの連携によるグローバル・ビジネスを展開します。また欧州・中国市場では、現地製作の推進に取り組み、文化・規制などの事業障壁を乗り越え、世界に冠たる「東映アニメーションブランド」の確立を目指します。

4

製作能力の 進化

IP別に目的特化した
製作体制構築と
2D/3D先端技術の統合

IP・顧客セグメント別の訴求ポイントを明確化するとともに、国内外の提携スタジオのノウハウ・人材ネットワークの有効化と最適化により、子どもから大人まで幅広いファンを魅了する作品を創作していきます。また、独自の演出・作画技法をはじめとする当社の伝統技術とCG・AIなどの革新技術を融合し、全く新たな映像表現を産み出す製作スタジオを目指します。

成長の足跡と培ってきた力

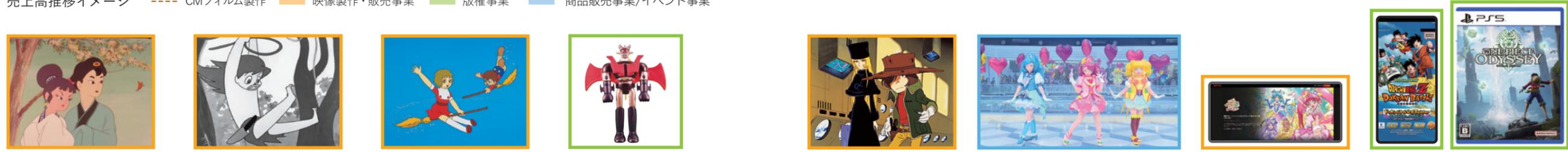
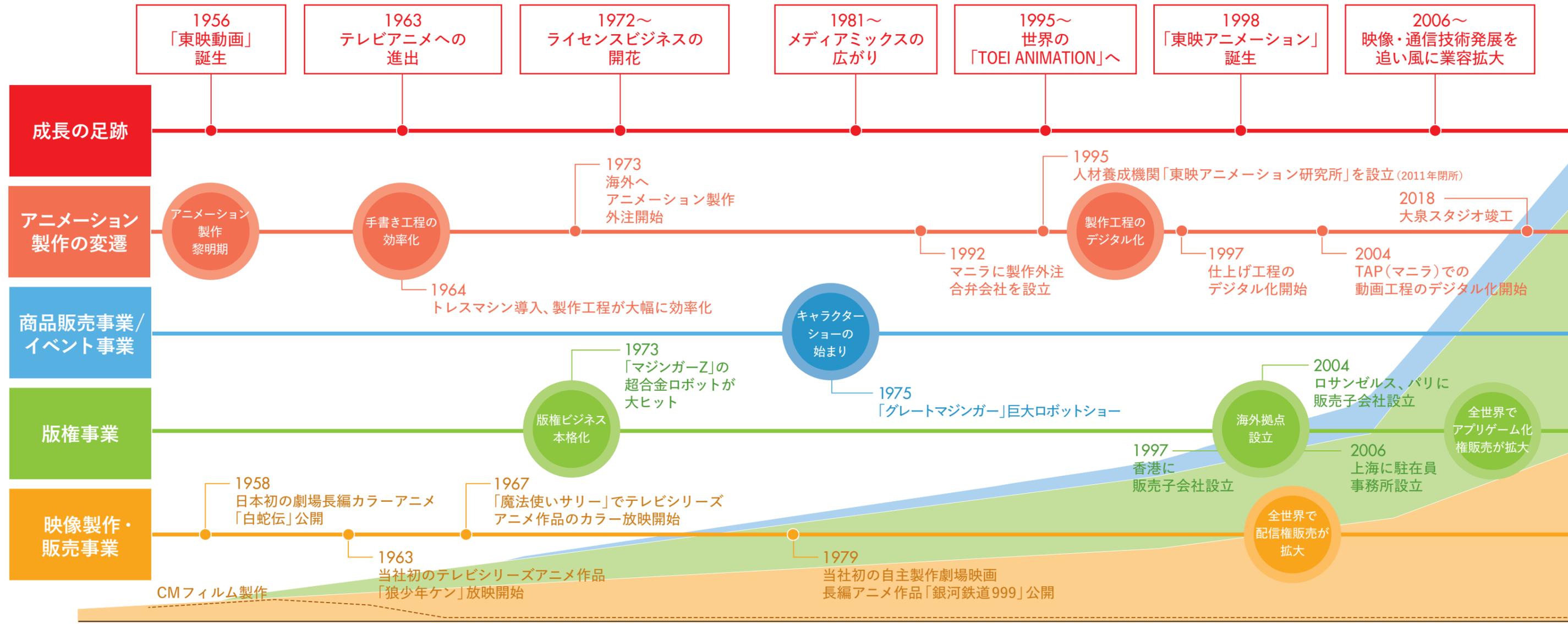
東映アニメーションは、アニメーションの制作をはじめ、時代の変化と視聴者のニーズをとらえた事業展開でアニメビジネスのトップランナーとして成長してきました。

培ってきた力

世界に誇る企画製作力 ヒットメーカーとして魅力あるコンテンツを創造

比類なき営業力・展開力 保有する豊富なコンテンツを多方面で積極展開

世界を翔けるアニメーション 世界に誇る日本の代表作品を世界規模で展開する力



時代をリードした主な作品

東映アニメーションは、1956年の創立以来、さまざまなヒット作品を生み出し、世界に届けてきました。

1958



「白蛇伝」

日本初のフルカラー長編アニメ映画

1963



「狼少年ケン」

当社初のテレビシリーズアニメ

1966



「魔法使いサリー」

日本初の女の子向けアニメ

1972



「マジンガーZ」

巨大ロボットアニメの金字塔
玩具などアニメビジネスの元祖

1975



「UFOロボ グレンダイザー」

海外市場初の大ヒット
(フランス・イタリアなど)

1986



「ドラゴンボール」

1992



「美少女戦士セーラームーン」

1999



「デジモンアドベンチャー」

全世界60カ国以上で放映されメガヒット

1999~



「ONE PIECE」

2004~



「プリキュア」シリーズ

女の子向けの大人気シリーズ

東映アニメーションは、半世紀以上にわたる歴史により蓄積された製作ノウハウを有しています。誕生当時から、「東洋のディズニーを目指す」というスローガンのもとアニメーション製作を開始し、世界の人々を魅了する数多くのコンテンツを創出してきました。その結果、当社は、「子ども向け漫画原作×テレビ×玩具」を強みに持つワンソース・マルチユースのアニメーション製作のリーダーとなりました。成長の基盤となったのは、企画、製作、営業の三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作です。当社は、アニメーション製作に必要な全てのファンクションを自社内に持っています。

今、私たちは、少子化やテレビ視聴率の低下、消費者ニーズの多様化といった事業環境の大きな変化に直面しています。こうした大きな変化にあっても、ワンストップのアニメーション製作は、スピード感あるポートフォリオ変革を可能とします。今後は、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。

培ってきた力

1 世界に誇る企画製作力

ヒットメーカーとして 魅力あるコンテンツを創造

- 半世紀以上にわたる歴史に蓄積された製作ノウハウ
- フルデジタル対応可能な製作工程
- 2D/3D技術融合による先端的な映像表現

2 比類なき営業力・展開力

保有する豊富なコンテンツを 多方面で積極展開

- 日本最大・世界有数の作品数
- キャラクタービジネスのトップランナー
- 保有する世界有数のコンテンツ全てをデジタル化

3 世界を翔けるアニメーション

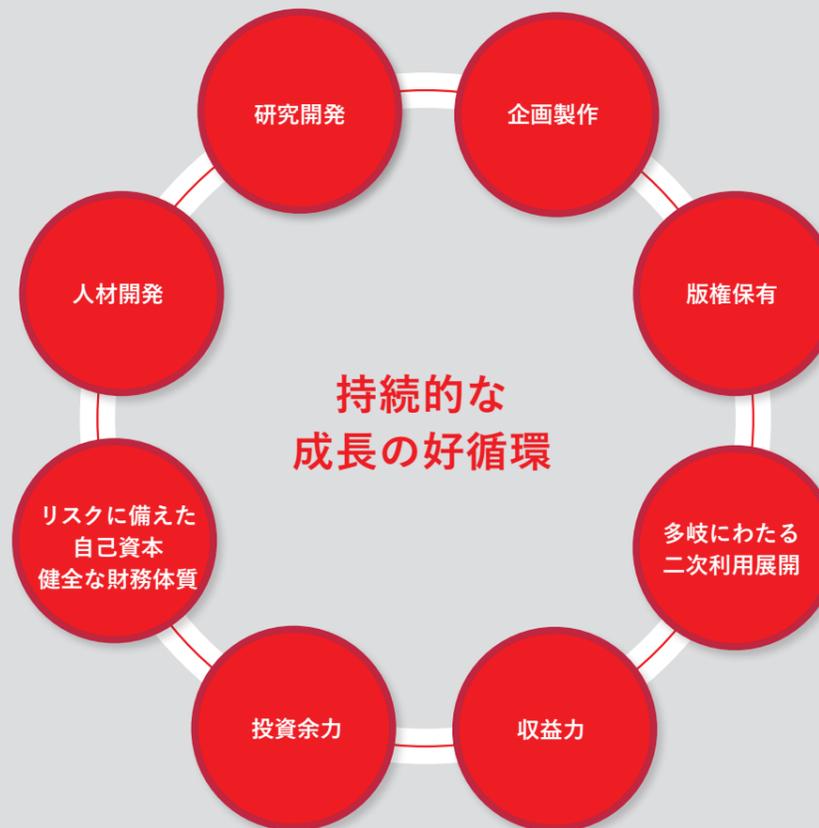
世界に誇る日本の代表作品を 世界規模で展開する力

- ロサンゼルス、パリ、香港、上海に現地法人、マニラに製作拠点を設置し、日本を含めた6拠点体制を確立
- 豊富な経験と実績に裏付けられた海外事業ノウハウ
- よりグローバルな作品展開を実現する海外企業との共同製作体制

ビジネスモデル

企画、製作、営業の三位一体運営による
ワンストップ型総合アニメーション製作

IPを戦略の軸に据えた
グローバル事業展開



持続的な
成長の好循環

大切な価値観
「世界の子どもたちに
夢と希望を与える」

ガバナンス



生み出している価値



世界の人々を魅了するコンテンツ

映画 **262**本
テレビ作品 **233**作品
総話数 約**13,500**話



アニメーションを通じた国際交流

放映国 **100**カ国以上
世界拠点数 **5**カ所
(ロサンゼルス、パリ、香港、上海、マニラ)



アニメーション製作の プロフェッショナル人材

約**750**名



健全な財務体質・高い収益性

売上高 **87,457**百万円
自己資本比率 **76.1**%
ROE **19.9**%
EPS **511.12**円

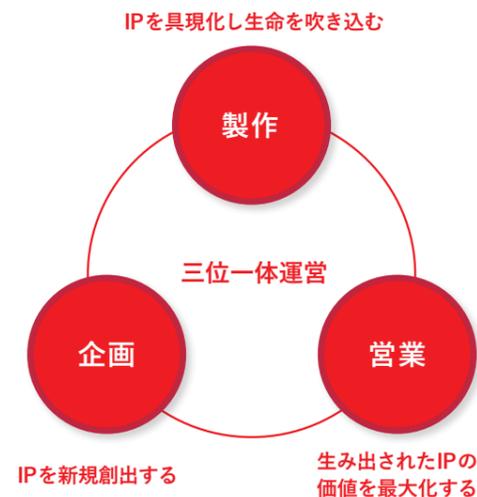
企画、製作、営業の三位一体運営による ワンストップ型総合アニメーション製作

東映アニメーションは、企画・製作から二次利用まで幅広い展開を行っている、ワンストップ型総合アニメーション製作会社です。アニメーション製作に必要な全てのファンクションはもちろんのこと、著作権ビジネスのノウハウ、二次利用展開力、収益性と投資管理、そして健全な財務体質といった、ビジネス全般の力も備わっています。

当社ビジネスの特徴は、企画、製作、営業の三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作です。クリエイターには創りたい映像があり、スポンサーであるクライアントには、視聴者の思いを取り込み、二次利用などで作品の幅を広げたいという目的があります。私たちの三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作は、こうしたステークホルダーの多様なニーズを企画の段階から取り込むことを可能とし、製作、営業との連携プレーで、アニメーション作品をビジネスとして収益化します。

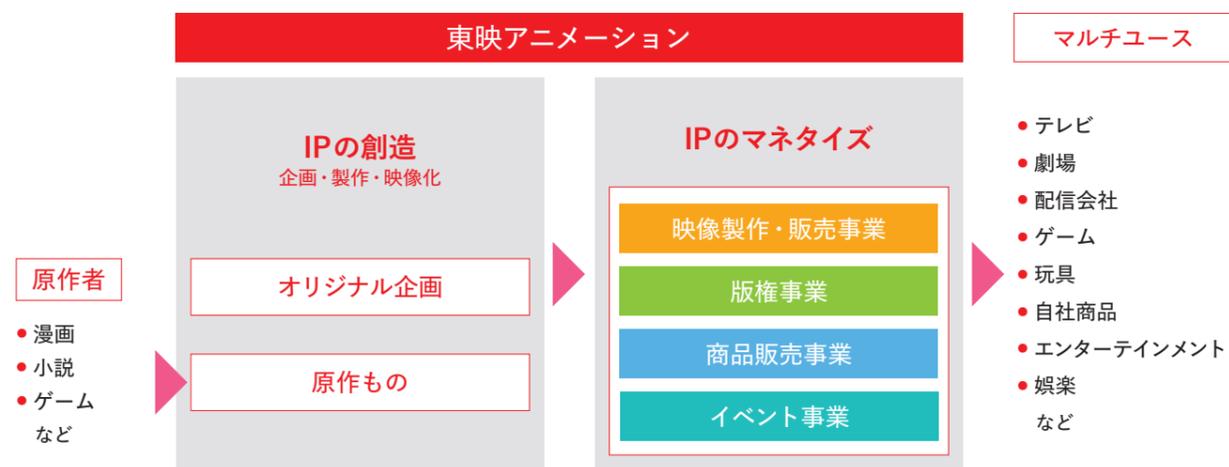
また、当社が有するこの総合力は、多様なニーズを考慮した作品づくりだけでなく、著作権から二次利用展開（マルチ

ユース）を図り、作品を成長させて収益を拡大させることを可能とします。この収益力は、新規作品の企画製作、研究開発、そして、その担い手である人材への投資に直結する重要な要素です。



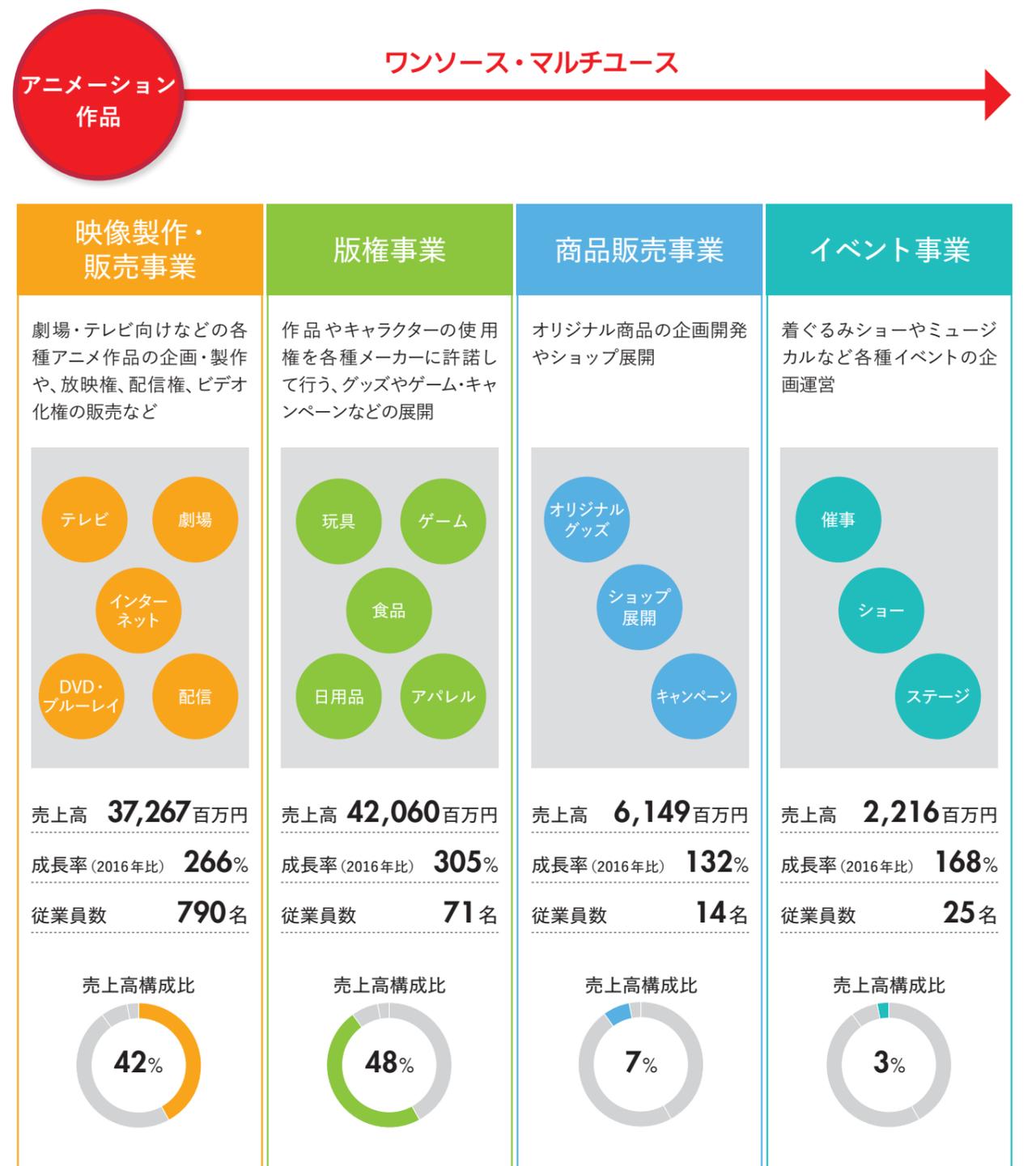
映像製作力を有するIPホルダー

当社は、自ら作品を生み出すだけでなく、マネタイズ(収益化)することでIPの価値を最大化するIPホルダーです。



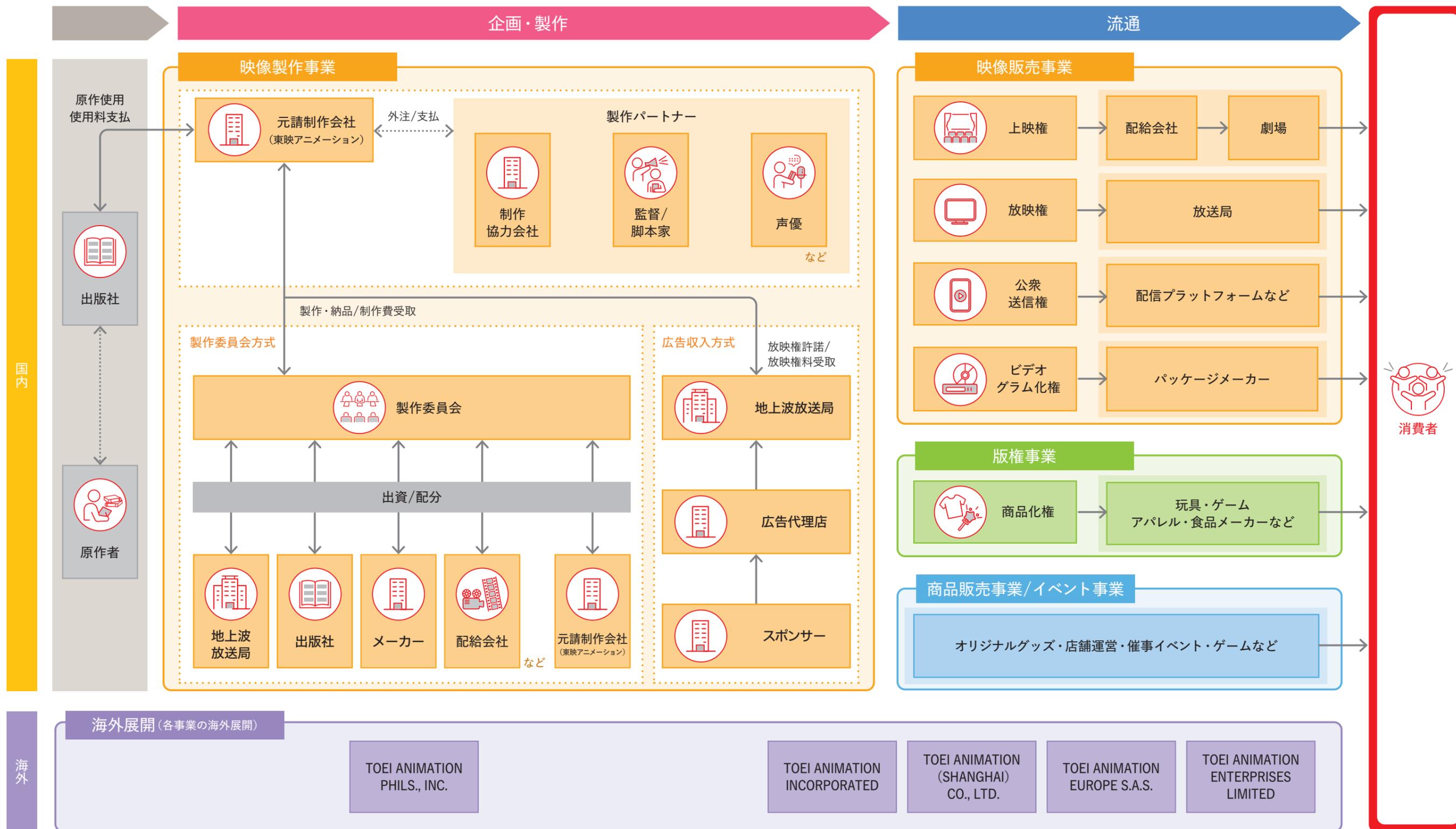
ワンソース・マルチユースの事業展開

当社の営業部門は、映像製作・販売事業、著作権事業、商品販売事業、イベント事業に分けられます。ワンソース・マルチユースを基本とし、企画・製作から二次利用展開まで一気通貫したビジネス展開を行うことで作品を成長させ、人気を高め、収益力を向上させることを可能としています。



事業別ビジネスモデル

東映アニメーションは、アニメーション製作で創出した作品 (IP) の流通、海外展開まで一貫して担っています。



サステナビリティ戦略を推進し、 世界に冠たる東映アニメーションブランドの確立を目指します。



代表取締役社長

高 不 勝 裕

足元の業績は好調

東映アニメーションを取り巻く外部環境は、足元、コロナ禍の収束による物販やイベント関連事業の回復に加え、海外市場拡大の追い風を受け、極めて良好です。広義の日本アニメ市場は約2.7兆円と、直近5年間では年平均6.4%の高成長を遂げました。一方、グローバルのアニメ市場に目を転じると、同市場規模は約30.7兆円にも達し、当社にとり、大いに成長余地が残されていると認識しています。

こうした好環境のもと、2023年3月期は、映画「ドラゴンボール超 スーパーヒーロー」、映画「ONE PIECE FILM RED」、映画「THE FIRST SLAM DUNK」を劇場公開し、過去最高の業績を上げることができました。

将来の成長の鍵は海外市場開拓

これまで当社は、豊富な海外ネットワークや世界有数のライブラリー作品群、一気通貫の企画・製作・販売機能を活かし、成長してきました。今後、当社は好調な外部環境を追い風に、一層の成長を遂げるべく、グローバルでの作品展開を加速させてマーケットシェアを拡大し、世界に冠たる東映アニメーションブランドの確立を目指します。

海外市場開拓は海外輸出型ビジネス、ハリウッド型ビジネス、地産地消型ビジネスを海外市場戦略の3本柱として推進していきます。 [□ 参照 グローバル戦略の詳細：グローバル戦略 ▶P21](#)

各戦略に基づいた作品が徐々に情報解禁されてきています。今後の展開をぜひ楽しみにお待ちしております。

企業価値向上に向けたサステナビリティ戦略

企業価値向上には、サステナビリティ戦略の推進は不可欠です。「世界の人々に夢と希望を与える」という企業理念のもと、当社はこれまで世界の皆さまに愛される多くの作品を創出してきました。一方で、近年アニメ作品の視聴者ニーズは多様化しており、変化に対応する力が求められています。今後も新規企画作品の創出やライブラリー作品活性化には、多様な人材・新たな映像表現のための技術開発が必要です。

こうした背景から、当社はサステナビリティ活動における重点項目を下記のとおり定めました。

今後もサステナビリティへの取組みを推し進め、さらなる成長を図ってまいりますので、ステークホルダーの皆さまにおかれましては、ご支援のほどよろしくお願いいたします。

サステナビリティ重点項目

E 環境

- 気候変動

S 社会

- 人的資本
- コンテンツ管理
- DX
- 地域との共生

G ガバナンス

- コンプライアンス遵守
- ガバナンス体制の充実

外部環境認識と将来に向けた取組み

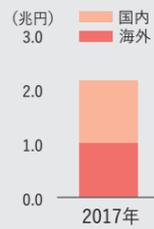
東映アニメーションを取り巻く環境

東映アニメーションは、拡大を続けるグローバルアニメ市場で当社が培ってきた強みを活かし、さらなる成長を目指します。

外部環境

- 日本アニメの海外での売上拡大
- グローバル市場の開拓余地は多大に存在
- Web3.0関連市場の将来的なポテンシャル

アニメ業界市場 国内/海外売上



※ 2020年度予想値は\$270bn
為替レートは1米ドル=113.71円を使用
出所: Statista『Animation market size worldwide 2020』

出所: 日本動画協会『アニメ産業レポート2022』アニメ産業 (広義のアニメ市場)

東映アニメーションの強みを最大限活用

東映アニメーションの強み

- グローバルな販売網と興行ネットワーク
- 豊富なライブラリーによる安定した収益基盤
- 安定した製作体制/CGをはじめとする高い製作技術

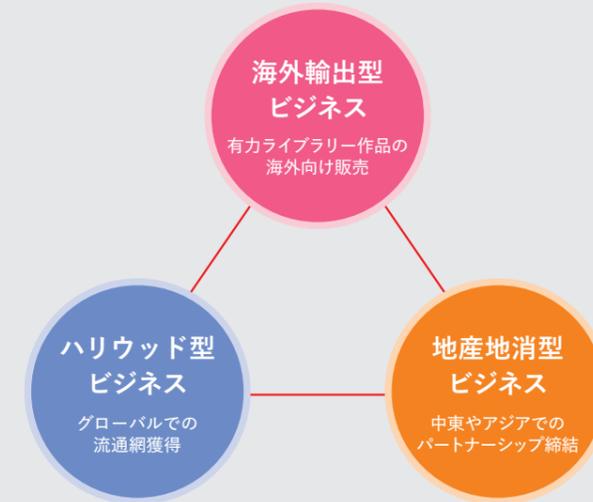
映画 **262本**
テレビ作品 **233作品**
総話数 約**13,500話**



将来に向けた取組み

市場開拓に向けた挑戦

● 海外市場開拓強化



□ 参照 海外市場開拓の三本柱: グローバル戦略 ▶P21

● 新市場開拓強化

メタバース、NFTなどの新事業開拓にも注力

CASE

メタバース空間『ONN'ON STUDIOS』(オナノンスタジオ)

『ONN'ON STUDIOS』は、複数のワールドから構成されるVRChat上のバーチャル空間です。

第一弾:「東映映画1956」

東映アニメーション設立当時のスタジオを再現

第二弾:「ノスタルジア1999」

ソニーと協力し、1999年代の日本のオタク部屋をコンセプトにしたワールド

第三弾:「ImaginaryPark2070」

異なる四つの世界を集約させたマルチバースなテーマパーク空間



挑戦に向けたリソース強化

- 「作画アカデミー」など、社内人材の育成体制強化
- AI開発/3DCG活用など、製作工程のデジタル化促進



□ 参照 人材育成の取組み — 東映アニメーション作画アカデミー: 人的資本への取組み ▶P29

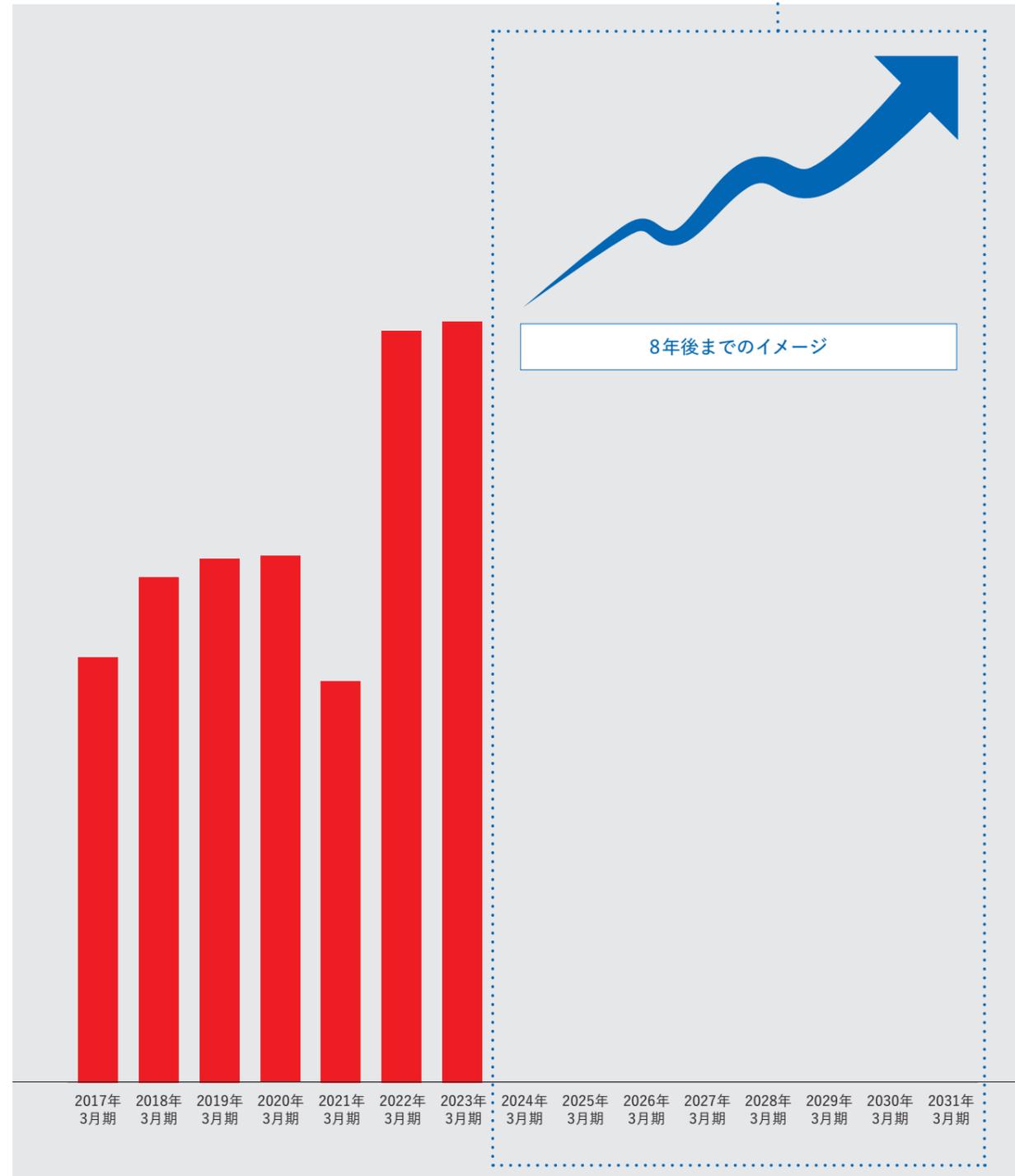


□ 参照 従来の製作工程と3DCG原図の比較: デジタル戦略 ▶P25

財務戦略

東映アニメーションは、キャッシュフローを重視し、中長期的な視点で成長投資と株主還元のバランスをとった経営を推進する方針です。

営業キャッシュフローの推移



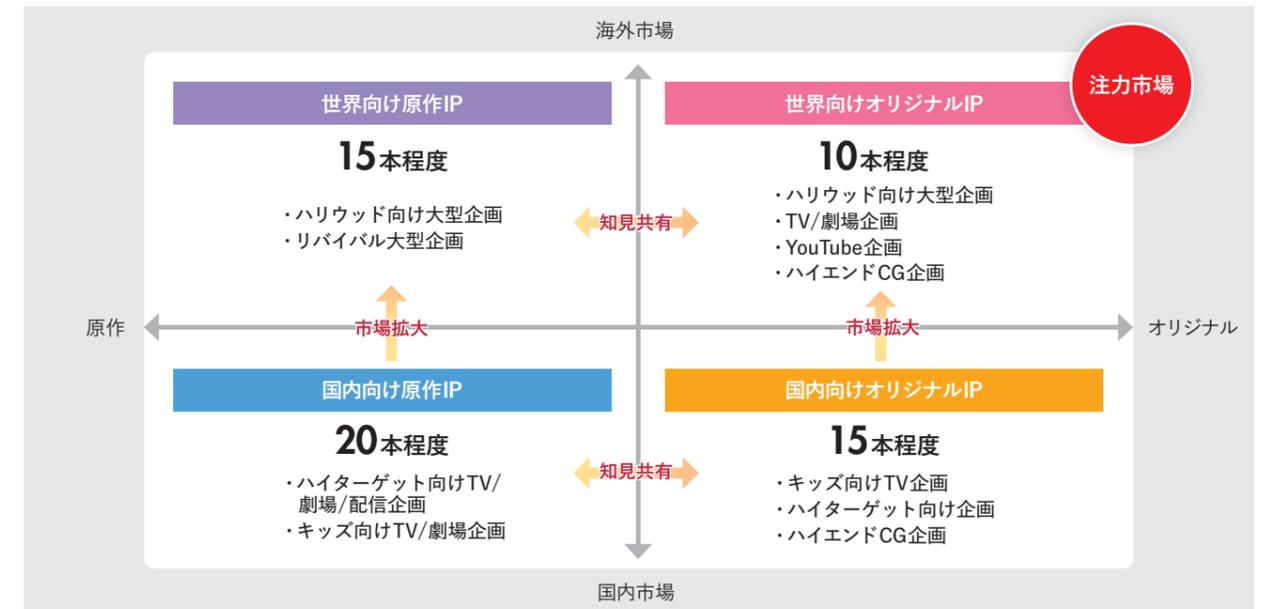
キャッシュアロケーション

①財務の健全性維持、②成長が期待されるビジネス機会への投資、③株主への安定的な利益還元、の3つのバランスを取り、継続的かつ安定的に配当することを基本方針として掲げています。

作品づくりを中心とした成長投資

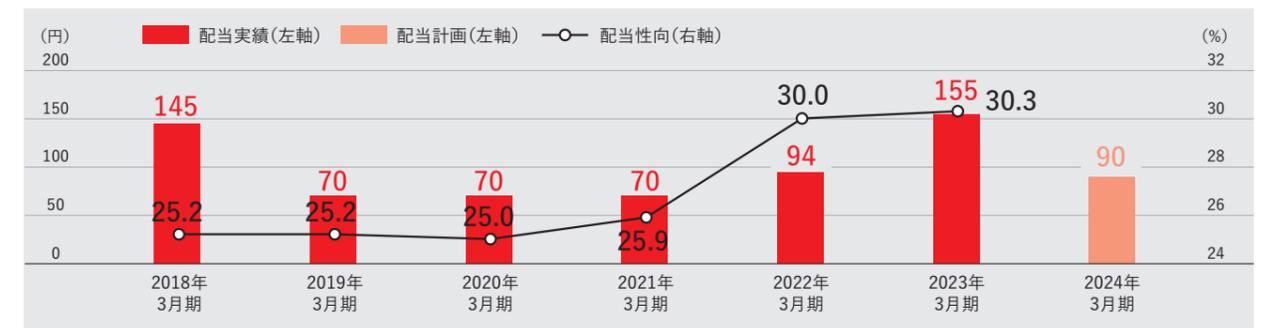
当社は、アニメーション業界のグローバル・リーディングカンパニーになるべく、作品製作、製作体制の充実を図るとともに、成長が期待されるビジネスに積極的に投資します。

2026年3月期までのポートフォリオ



安定的な株主還元

当社は、株主の皆さまの利益確保を重要な経営目標の一つと考えており、中長期的な事業計画に基づく積極的な事業展開のための内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続的に実施していくことを基本方針としています。



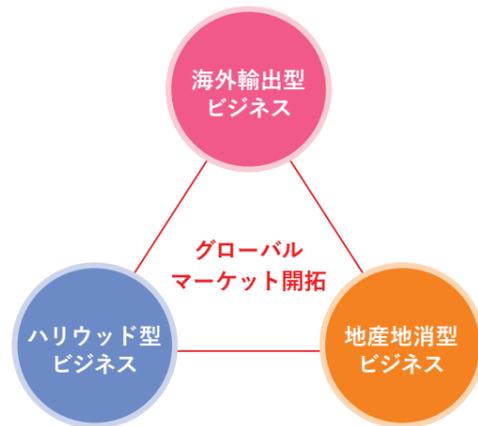
グローバル戦略

東映アニメーションは、創業した1950年代より、アニメ作品を海外市場に展開してきました。国内を主なターゲットとする作品も、最終的には世界で収益を生み出すIPとなるよう構築していく方針です。

海外市場開拓の三本柱

グローバルのアニメ市場は拡大傾向にあります。当社は、映像製作会社として国内で培ってきた企画開発、出資、製作、宣伝、配給の機能とノウハウ、長年にわたる海外展開の経験を有しており、海外においてもIPビジネスをコントロールすることが可能です。

この強みを活かし、当社は、世界に冠たる東映アニメーションブランドの確立という目標達成のため、「海外輸出型ビジネス」、「ハリウッド型ビジネス」、「地産地消型ビジネス」の三本柱で、映像製作・事業会社としての立場を世界的に強めていきます。



各ビジネスモデルの概要

海外輸出型ビジネス

日本で作ったIPを、それが受け入れられやすい海外の国・地域に展開する

- 配信、テレビ放映を積極的に展開し、ファン層を獲得
- ゲーム化、商品化などを多面的に展開し、顧客接点を増加



海外輸出の実績

- 海外配信販売の拡大に伴い、海外ゲーム化権の売上が増加（市場成長）
- 各市場にイベントやストア展開、ソーシャルマーケティングを活用し、ファン拡大
- 認知拡大に伴い、ブランドとのコラボ含む商品化権の売上も増加

ハリウッド型ビジネス

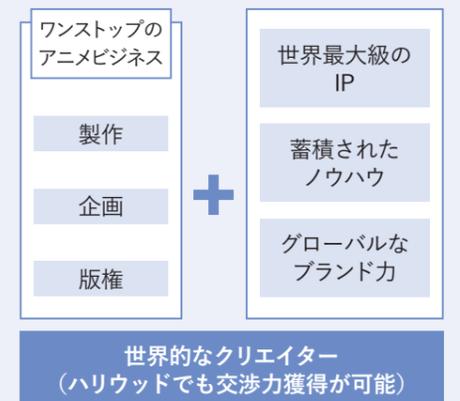
日本アニメとしての流通網ではなく、世界の映画市場のメインストリームに乗せる

- グローバルアニメ市場に本格参入するため、ハリウッド型ビジネスモデルでグローバルな流通網を構築

ハリウッドに代表されるグローバルメインストリーム流通網のイメージ



ハリウッドモデルで活かす強み



地産地消型ビジネス

特定の国・地域に入り込み、現地のクリエイターとともにIPを作り上げ浸透させる

- グローバルでの収益伸長に向け、ニッチ市場からマス市場へのビジネス拡大を目指す
- 企画・製作キャパシティの拡大、各国でのマーケティング機能充足のため、現地パートナーと協業

北米・欧州・アジアに拠点を展開



アジア市場は上海に設立した合併会社を中心に開拓



海外市場開拓

- 中国およびアジア市場開拓を一層推し進めるため、中国のパートナー企業と合併会社「東映動漫」を設立
- 中東の市場開拓のために、サウジアラビアのアニメーション制作会社マンガプロダクションズとアニメコンテンツ共同制作についての協約を締結。「ジャーニー 太古アラビア半島での奇跡と戦いの物語」などの作品を製作

各ビジネスモデルの取組み事例



東映アニメーションでは、創業当初より海外に作品を届けており、現在に至るまで全世界に幅広く作品を展開しています。展開地域は130以上にのぼり、その数は現在も拡大傾向にあります。

海外展開にあたっては字幕、吹替の2種の方法でローカライズを行っています。当社では、世界各地の子どもたちをはじめ、多くの方々に作品に慣れ親しんでいただくため、吹替版を北米・中南米・欧州・アジアといった数多くの地域で展開しています。また日本の放送から期間を開けずに展開するサイマル配信にも注力することで、作品の鮮度を保ちつつ、より多くの方々に作品の魅力をお届けしています。

さらに海外における一連の映像展開を起点として、著作権事業をはじめとした他セグメントのビジネスを全世界で拡大することで、収益の最大化はもちろんのこと、IP価値の最大化に努めています。

子ども向けアニメのローカライズ

「おしりたんてい」、「ふしぎ駄菓子屋 銭天堂」などの作品は、現地パートナーとも協力し、吹替だけでなく、文字情報を編集した映像再編を行って現地に展開しています。

具体的には、作中で出題されるクイズの文言や、作品に登場する看板の文字などを現地の言語に再編し、特に子どもたちが親しみを持って作品を楽しむことができるように工夫しています。

また、作中の表現に限らず、より作品を幅広く認知していただけるよう、各言語のロゴデザインも制作しています。「ふたりはプリキュア」では、下記事例をはじめ、4種類のロゴデザインを監修し、展開しています。



「おしりたんてい」韓国版



「ふしぎ駄菓子屋 銭天堂」韓国版

「ふたりはプリキュア」の言語別ロゴデザイン



日本語版ロゴ



韓国語版ロゴ



台湾語版ロゴ



タイ語版ロゴ



英語圏版ロゴ



当社では、海外戦略の三本柱の一つ「地産地消型ビジネス」として海外発企画の展開強化に取り組んでおり、海外の現地パートナーと協業して新企画の開発を推進しています。2023年3月期は、中国市場において子会社である東映動漫が企画したオリジナル音楽アニメ「Spicy Candy」の配信を開始しました。

オリジナル音楽アニメ「Spicy Candy」

東映動漫の初企画作品である「Spicy Candy」は、SNS配信作品として1分×30話の短尺動画で制作し、2023年2月14日から『bilibili』、『TikTok』、『Weibo』、『iQIYI』、『Tencent』などの配信プラットフォームで展開を開始しました。視聴者からのレビューも大変高く、現地で好評を博しています。ライセンス商品や自社企画商品の展開も始まっており、今後さらなる知名度獲得に向けて、幅広い施策を打っていく予定です。

イントロダクション
ツッコミ系毒舌女子のSpicyが、日常の些細な「あるある」「ほやき」「これって変じゃない？」をメロディーに乗せて歌い出します。

公式サイト(日本語版)
Web <https://www.spicycandy.net/>

公式You Tube(日本語版)
Web https://www.youtube.com/@spicycandy_official

『bilibili』番組ページ

『TikTok』ホームページ

2023年7月に上海で行われたイベントの様子。イベントブースでの展示やライセンス商品の販売、ライブなどを実施しました。

東映動漫について

当社は、2020年11月に、中国およびアジア市場開拓を一層推し進めるため、中国のパートナー企業である上海東今企業管理諮詢有限公司とともに、上海市に合弁会社東映動漫を設立しました。東映動漫は、現地に根差すコンテンツ展開を目指し、コンテンツ企画運営およびライセンス管理を行います。現地パートナーとの合弁会社設立により、現地でのリレーション強化や、コンテンツ開発のノウハウ、ニーズ把握など、現地の目線を持つ

ことが可能になり、より訴求力のあるコンテンツ展開が期待できます。そのうえで、当社の強みである企画、製作、運用の一气通貫体制を活かしながら、展開を進めています。

今後は、「Spicy Candy」のみならず、多様な作品を展開する予定です。展開地域としては、中国を筆頭に韓国やベトナムなどのアジア諸国に加え、長期的にはアジア発コンテンツとして、欧米や日本への逆輸入などグローバル展開を見据えています。

デジタル戦略

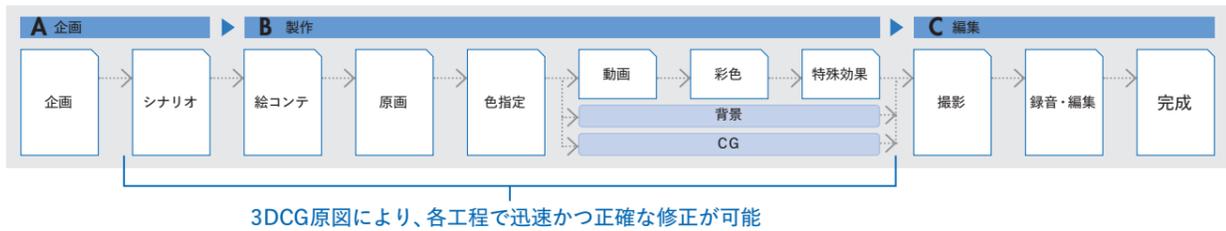
東映アニメーションの製作における課題として、アニメーターの人手不足があります。当社では、この課題に対し、①デジタル戦略、②人材戦略の2方面から解決に向けた取り組みを行っています。

□ 参照 人材戦略の詳細：人的資本への取り組み ▶P29

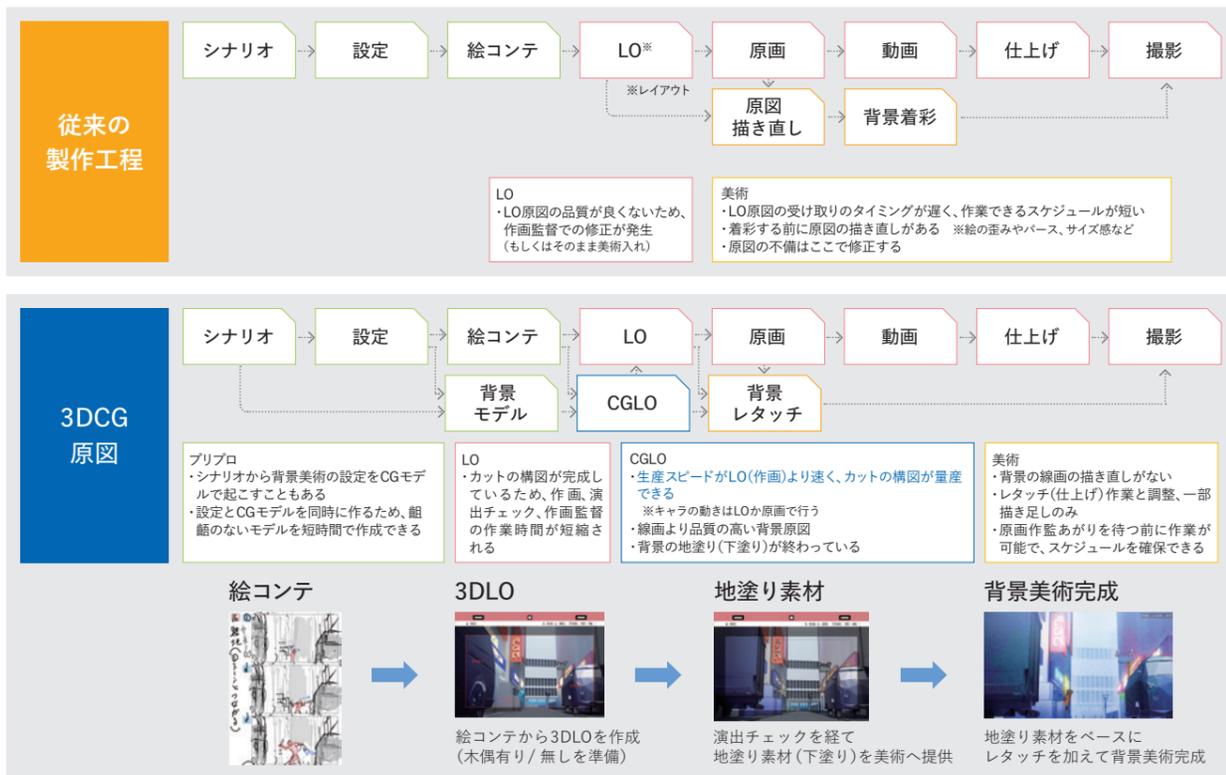
3DCG導入の背景

アニメーションのクオリティを担保するため、原画マンが描いた背景原図を社内の作画監督や美術担当が描き直す作業が発生しており、この工程が製作の下流工程の遅延につながっています。その課題を解決するため、当社は、CG・xR・AIなどの技術開発に取り組む製作部テクノロジー開発推進室を中心に、既存の3DCGソフトに当社独自の3DLO用のアドオンを開発、2021年10月に公開した「映画トロピカル〜ジュ！プリキュア 雪のプリンセスと奇跡の指輪！」に導入しました。3DCGで背景モデルを作成することでクオリティの高い背景原図の描画が可能となり、修正作業の軽減が実現しました。当社は、デジタル技術の開発・活用により、ハイクオリティかつハイスピードの製作の研究開発を行っています。

3DCG原図がアプローチする作業工程



従来の製作工程と3DCG原図の比較

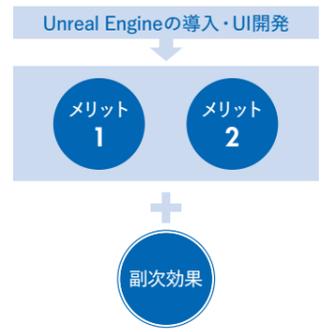


□ 参照 製作工程の詳細：アニメーション製作のプロセス ▶P33

進化するツール Unreal Engineの活用

Unreal Engineの導入とUI開発

2023年4月より放映中のテレビアニメ「逃走中 グレートミッション」の製作では、Unreal Engineの社内開発ツールを導入しています。これにより、CGスタッフ専用の高価で取り扱いが難しい機材がなくても作業が可能となり、製作・演出・作画スタッフなどCG専用ツールを扱えないスタッフもCGモデルを利用してLOを作成できるようになりました。また、パッケージ化したCG背景をさまざまな端末で利用できるようになりました。CGツールの簡易化、場所や機材を選ばない作業が実現したことを受け、作業の効率化やスムーズな製作体制の構築が可能となったほか、社外の美術担当がCGモデルを使って作業ができる、誰でも立体での設定の詳細な確認ができるなどの副次効果も生まれています。



メリット 1 CGを扱えないスタッフでもCGモデルを使ってLOができるようになった → 作業の効率化、時短に貢献

- 操作機材がゲームのコントローラーと同様の形式になり、直観的な操作と自由なレイアウト制作が実現した
- 複雑なCG技術を扱えないスタッフでもCGモデルが使用可能になった



メリット 2 CGスタッフ専用の高価な機材がなくても作業が可能になった → 作業場所や設備を問わないスムーズな製作体制の構築に貢献

- ハイエンドPCだけでなく、iPadやノートPC、通常作業マシンでの作業が可能になった



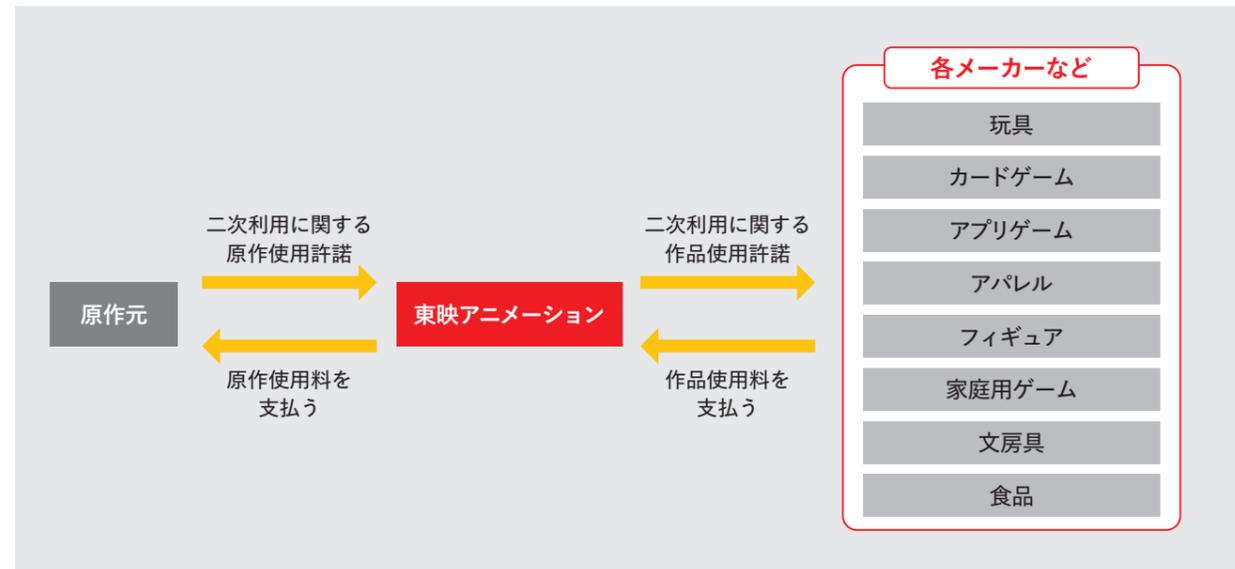
副次効果

- 社内美術だけでなく、外注美術でも対応が可能となった
- 誰でもツールを活用して設定を確認できるようになった

著作権運用

著作権事業の概要

東映アニメーションは、大好きなキャラクターと一緒にいたいという消費者のニーズにお応えするべく、玩具、ゲーム、文房具、食品、アパレルなどあらゆる分野で数多くの人気キャラクターの商品化をすすめています。著作権事業は、当社の売上の半分以上を占める主要ビジネスの1つです。著作権事業が大きく拡大した契機は、1972年に放映開始した「マジンガーZ」の玩具の大ヒットでした。当社は、アニメの世界観を守りつつ、玩具やゲームといった二次利用を行うことで作品の幅を広げ、キャラクターと消費者のタッチポイントを増やし、IPの価値を最大化しています。



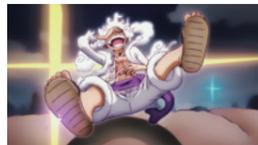
著作権ビジネスの取組み事例

映像と連動した展開

当社のビジネスモデルは、企画、製作、著作権運用が一気通貫している点が特徴です。その利点を活かし、メーカーと協力して映像展開に連動した商品、ゲーム展開を行っています。

CASE

TVアニメ「ONE PIECE」にて、「ギア5、状態のルフィ」のアニメ初登場に合わせ、アニメ放送日の同日にアプリにも登場。



TVアニメ「ONE PIECE」1071話「ルフィの最高地点 到達! ギア5、」(2023年8月6日放送)



スマートフォンアプリ「ONE PIECE トレジャークルーズ」「ギア5、状態の超スゴい「ルフィ」

海外現地法人の取組み

当社の著作権事業の拠点として、ロサンゼルス、パリ、香港、上海の現地法人があり、各国で地域に根差した営業活動を行っています。各海外現地法人が主体的にビジネスを展開しているため、収益の最大化を可能にしているとともに、作品の世界観を遵守した展開を実現しています。

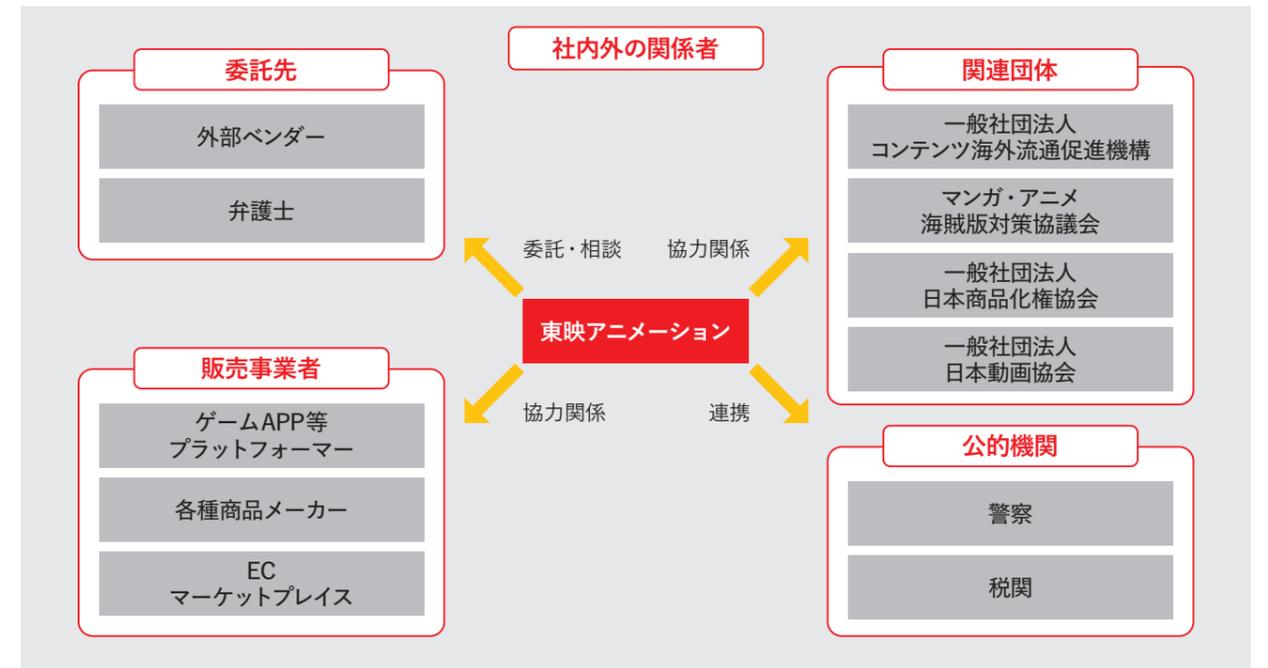
海外拠点



コンテンツの違法利用対策

海賊版をはじめとする違法利用について

近年、オンライン環境の進化により、海賊版の被害は拡大しつつあり、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)によると、2022年の日本コンテンツの海賊版被害額は約1.9兆円~2.2兆円にものぼると推計されています。海賊版製品の販売や、作品・キャラクターの勝手な改変、翻訳など、著作者、著作権者が望まない態様での作品利用が、作品イメージへのダメージや収益機会の逸失につながることもあります。このような違法利用に対しては、当社独自の活動に加え、関連団体や警察・税関などの公的機関とも連携しながら、対策を講じています。



違法利用対策の取組み事例

違法動画対策専門チームの設置

社内での編成に加え、システム利用や業務委託により対策

他社と共同でCODAを通じて海外での海賊版サイトを刑事告発

「海外向け」に特化したサイトが摘発され、36の日本アニメ海賊版サイトが閉鎖

警察への捜査協力

違法アップロードしていた事件の捜査に協力

オンライン違法動画	● 動画共有サイト(UCGサイト)、SNS、オンラインストレージ、P2Pなどのサイトやツールにおける調査
海賊版商品	● 大手サイトとの協力関係の構築、マーケットプレイスなどの権利者プログラムへの参加 ● 警察・税関との連携(国内、海外) ● 他社と共同で侵害対応
海賊版アプリ	● プラットフォーマーへの削除要請
その他	● 非正規イベントの中止要請 ● 販売商品の押収・撤去

人的資本への取組み

人材の育成

近年、アニメーション作品の視聴者ニーズが多様化しており、同変化に柔軟かつ戦略的に応えていくためには、従業員それぞれの多様性を尊重し、得意分野・専門性を高めながら、モチベーション高く働くことのできる職場環境・仕組みを整備・推進することが重要であると考えています。東映アニメーションは、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に向け、人材の多様化・専門性の強化に向けた取組みを一層推進していきます。

人材育成の取組み—東映アニメーション作画アカデミー

当社は、優秀なクリエイターを養成するため、2023年4月に「東映アニメーション作画アカデミー」を開講しました。作画アカデミーでは、第一線で活躍するトップアニメーターが講師を務め、1年間の研修期間後、当社の専属アニメーターとして活躍することができます。



社内環境の整備

企業価値向上に向けて、多様性を尊重し、働く環境や仕組みを積極的に整備しています。

多様性の観点では、女性管理職も年々増加傾向にあり、現時点で女性管理職比率は23.5%となっています。管理職候補である係長の女性比率は46.5%で、全社での女性管理職比率は今後上昇する見込みです。

労働環境の整備については、産休・育休といった制度の拡充などに取り組んでおり、男性の育休取得率は58.3%となっています。

このほかにも、テレワーク勤務・フレックス勤務・時差出勤の導入や、従業員が働きやすいオフィス設計を工夫するなど、多様な働き方を実現できるようさまざまな取組みを推進しています。

人材の多様性

女性管理職比率
23.5%

女性係長比率
46.5%

制度の拡充

男性の育休取得率
58.3%

環境への取組み

当社は、長期的な企業価値向上に不可欠なサステナビリティ戦略の推進の必要性を認識し、本社や製作スタジオにおけるCO₂排出量の削減に取り組んでいます。

消費電力に伴うCO₂排出量 (2022年4月～2023年3月)



環境に配慮した大泉スタジオ

当社のアニメ製作を行う大泉スタジオ本館は、2018年に新しく生まれ変わりました。

建て替えに伴い、環境に配慮した造り(サステナブルデザイン)を採用しています。



建築外装

建築外装は、共用部を除きダブルスキン(アウトースキンとインナースキン)を採用しています。

ダブルスキンにより、夏季は執務室への日射を抑制し、屋上にある換気窓にてダブルスキン内の熱を排気することで室内に侵入する熱負荷を低減しています。冬季は、日射熱を蓄え断熱効果をもたらします。中間期(春・秋)はインナーサッシュを開けると、展望用エレベーターシャフトが煙突効果の役割となり、設備機器を稼働させることなく、自然換気で外部の冷涼な空気を室内に誘引します。これらは冷房など設備機器を稼働させることを抑制し、省エネルギー効果をもたらします。

また、ダブルスキンは、静寂な執務空間のための外部騒音の軽減にも寄与します。ダブルスキンを採用するにあたり、環境シミュレーション(どのような機構、設備を設けるのが良いかの検討および評価)を行いました。その内容と評価手法は特許を取得しています。

インナーサッシュのガラスはLow-Eガラスという外部からの熱日射を抑制するガラスを採用しています。



大泉スタジオ本館外装のダブルスキン



大泉スタジオ本館インナーサッシュ(Low-Eガラス)

建築設備

建築設備は、作業領域とそれ以外の領域を別々に制御する「タスク&アンビエント」という考え方と、個人が設備機器を調整できる「パーソナル&アンビエント」の考え方で設計されています。

空調設備は、室内全体では、夏場の温度設定をやや高くしています。個人の領域に床吹出口を設置してあり、必要に応じて吹出口から冷涼な空気を供給できるため、省エネルギーと快適な作業環境の両立を実現しています。中間期は外気を利用して空調し、空調機器の稼働を抑えています。ゾーニングを設定することで、使用する部屋は稼働、使用しない部屋は稼働させないなど、細やかな発停による省エネルギーが可能です。



大泉スタジオ本館空調の床吹出口

東映アニメーションミュージアムの運営

東映アニメーションミュージアムは、日本で最初の本格的なアニメーション制作会社である当社が自ら運営するアニメの博物館です。アニメの制作工程を学ぶことができるとともに、当社作品の原画やセル画などの中間成果物といった、東映アニメーションミュージアムでしか見ることので

きないアニメに関する展示を幅広く行っています。

東映アニメーションミュージアムが所在する大泉スタジオは、日本のアニメーション発祥の地でもあり、展示のみならず、地域と協力してアニメーション文化の継承や浸透にも取り組んでいます。

地域との取組み事例

当社は発足当初より、練馬区大泉学園の東映東京撮影所に隣接する地にスタジオを構え、地域の皆さまとともに歩んできました。

東映東京撮影所を会場として開放した「大泉シネファンタジー」(1993～1996年)において、当社はアニメパートで協力しており、練馬区による「アニメプロジェクトin大泉」(2010年～)では、スタジオやミュージアムを会場の1カ所として開放するなどイベントに積極的に協力し、映画やアニメの街である練馬区のPRに貢献しています。

練馬区立「石神井公園ふるさと文化館」には、セル画時代に長年当社で活躍した巨大な撮影台を提供しており、昔の撮影方法の監修、それに纏わる資料展示、さらにはweb上で開

連施設を見学できる「バーチャルねり丸ランド」にも作品許諾・監修などで協力し、アニメーション文化を伝える活動にも貢献しています。

このほか、東映アニメーションミュージアムは学校関係者の修学旅行や遠足などのイベントも積極的に受け入れています。子ども向け作品を多く展開している当社にとって、その反応や声を直接知ることとはとても重要と考えており、ミュージアムを通じて恒常的にお客様の反応や声を直接聞くことは、作品製作への活力として大いに繋がっています。

製作スタジオ敷地内に東映アニメーションミュージアムがあることは、他のアニメ制作会社との大きな違いになっています。



2023年5月に開催された「ひろがるスカイ！プリキュア」のキャラクターとのグリーティングイベントの様子。キュアスカイが登場し、地域の皆さまやファンの皆さまとの交流を深めました。

東映アニメーションミュージアムとは？

東映アニメーションミュージアムは、前身である東映アニメーションギャラリー(2003年3月29日オープン)をリニューアルする形で、2018年7月28日にオープンしました。東映アニメーションギャラリー時代から継続する貴重な資料展示に加え、当社アニメ作品のメインターゲットである子どもが楽しめる空間を意識してデザインし、より幅広い年齢層の皆さまが楽しめる施設になっています。日本国内のアニメファンはもちろんのこと、日本アニメの世界的な人気拡大により、近年では海外からのお客さまも多く来場し、時代を越え、国境を越えて楽しんでいただいています。



東映アニメーションワークス

東映アニメーションが作ってきたたくさんの作品を大きなモニターで紹介します。画面に現れる作品の画像をタッチすると、作品の詳細な情報を見ることができます。さらに、作品によっては映像も見ることができます。

アニメのできるまで

アニメーション作品の企画から完成までの製作過程を、セル画・デジタル2つの時代を比べて解説します。歴史に残る名作アニメの紹介や、東映アニメーションの歴史に触れるコーナーもあります。



大泉スタジオとミュージアムの全体図



中庭



資料展示



撮影スポット



ミュージアムショップ

ミュージアム営業案内

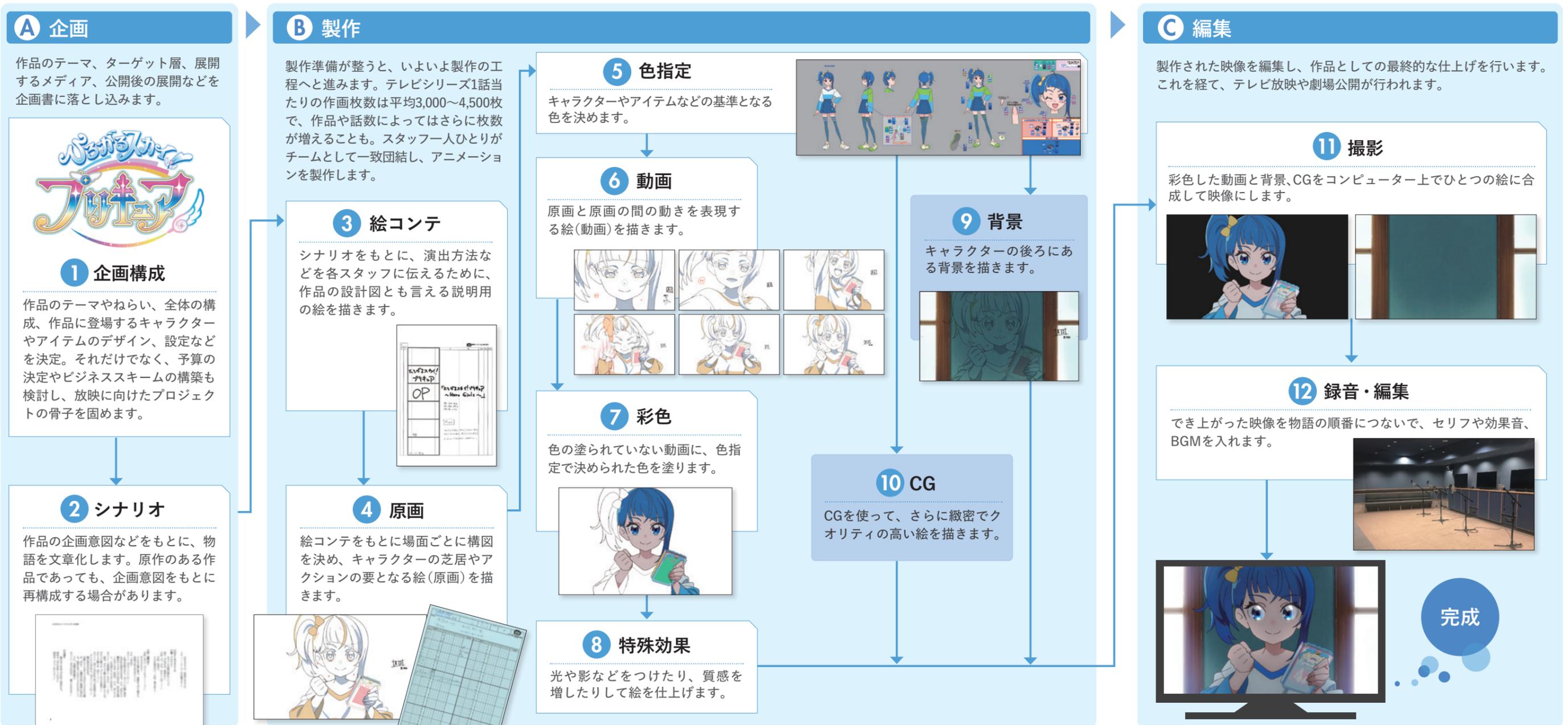
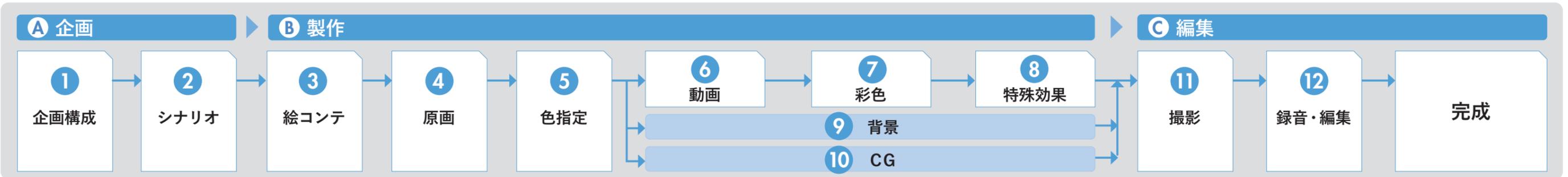
※スケジュールは、都合により一部変更になる可能性があります。最新情報はwebサイトをご確認ください。

- 開館時間 11:00-16:00
- 休館日 毎週水曜日、その他不定休
- 入館料 無料(予約不要)
- 展示内容 常設展示、企画展示、イベント実施(不定期)
- その他 英語表記、電子決済対応(ミュージアムショップ)

<https://museum.toei-anim.co.jp/>

アニメーション制作のプロセス

東映アニメーションは年間約250本もの作品を制作しています。それはスタッフ一人ひとりに作品に対するアツい思いがなければ決して叶えることはできません。ここでは、当社の誇る制作工程をご紹介します。



プロデューサーインタビュー



「プリキュア」シリーズ20周年 子どもたちが喜ぶ作品づくりを、丁寧に。

「プリキュア」シリーズは2023年で20周年を迎えました。この大きな節目に、プリキュアの企画立案の背景や大切にしている想い、今後の展開について、「プリキュア」シリーズ生みの親である鷺尾天エグゼクティブプロデューサーに話を聞きました。

鷺尾 天 東映アニメーション株式会社 執行役員 エグゼクティブプロデューサー

「プリキュア」シリーズ初代プロデューサー。第1作「ふたりはプリキュア」(2004)～「Yes!プリキュア5 GoGo!」(2008)までプロデューサーを務めた後、「Go!プリンセスプリキュア」(2015)からは企画として携わっている。他に「怪談レストラン」、「トリコ」、「おしりたんてい」、「ふしぎ駄菓子屋 銭天堂」など。



Q.1 製作時のコンセプトや、放映当初のリアクションはどのようなものでしたか？

女の子向け作品の経験がない中での製作で頭を悩ませる中、自立している女の子が主人公だとかっこいいのではと思いました。

ピンチでも助けを求めず、自分たちの力で乗り越えようとする。この「自分の足で凛々しく立つ」という姿勢がプリキュアの根幹にあります。

それまでの少女向け作品とは異なり、徒手空拳で戦うスタイルが受け入れてもらえるだろうかという不安がありましたが、試写会の際に、子どもたちが身を乗り出して見ている様子を目にし、喜んでくれているのかなと思いました。実際の放映後にも、関連商品の欠品連絡を受けることもあり、うれしさと驚きがあったことが最初の印象です。

Q.2 20年にわたる歴史がありますが、製作において大切にしていることはありますか？

20年続いたということはとてもありがたいことですが、最初から中長期的な戦略があったわけではなく、子どもたちが喜んでくれる作品を一年一年必死にスタッフが作り上げてきた結果、20周年を迎えられました。

時代によって社会環境が変化する中でも、子どもが楽しいと思うことは変わらないと思っています。例えば、プリキュアのショーを見ても、司会のお姉さんの掛け声に一生懸命応えてくれる子どもたちの姿は今も昔も同じです。子どもたちが楽しんでくれる作品を作ることは簡単なことではありませんが、スタッフ自身が子どもであった時のことを丁寧に思い出出すことがより良い作品づくりには大切と考えています。

一方で、固定観念は植えつけないようにとの配慮はしています。例えば、男の子らしく、女の子らしくというような言葉は作中で使っていません。エンターテインメントとはいえ、我々が提供したものは多かれ少なかれ子どもたちに刷り込まれ、正しいことだと思ってしまう。だから社会通念のよう

なもの表現はしないようにしています。

また、たくさんのプリキュアのキャラクターを考える際には、子どもたちにとっての「普通」という目線を持つようになっています。さまざまな経験をした大人にとっては特殊と感ずることも、それを最初から目にしている子どもたちにとっては普通かもしれない。そのような感覚を大切にしています。



Q.3 20周年を迎え、さまざまな企画が予定されています。中でも、2023年10月7日より放送開始の「キボウノチカラ～オトナプリキュア'23～」、10月28日より公演が始まる2.5次元舞台の『Dancing☆Starプリキュア』The Stageには、どのような想いがあるのでしょうか。

「キボウノチカラ～オトナプリキュア'23～」は、約20年前にプリキュアを見ていた人に、もう一度思い出してほしいという気持ちから生まれた企画です。子どもの頃に見ていた作品はしっかり記憶に残っているはず。今は20代半ばくらいになっている当時のファンに、自身の成長と重ね合わせて見てもらえればうれしいです。ただ、当時のファンがどう受け入れてくれるかは今からドキドキしています。

『Dancing☆Starプリキュア』The Stageに関して、舞台はもともとやりたいと考えていました。さまざまな方の話を聞く中で、2.5次元舞台、それも男子プリキュアはどうかという話をし

たら興味を持つ人が多く、今までと異なるスタイルではあるものの、関係各社でチャレンジしようということになりました。

全く新しい挑戦のように言われることもありますが、過去20年も挑戦の連続であり、その一環と考えています。さまざまなプリキュアが出てきましたが、芯は変わっていません。年ごとのモチーフで押し出すテーマはありますが、「自分の足で凛々しく立つ」というところがあれば、プリキュアであり、それが作品に込められているのであれば、『Dancing☆Starプリキュア』The Stageのような従来と異なる形でのプリキュアも成立すると思っています。

Q.4 今後の「プリキュア」シリーズはどのように広がっていくのでしょうか。

プリキュアは、毎年毎年、子どもたちが喜ぶことをスタッフが丁寧に続けてきた作品です。

変わりゆく社会環境の中で、子どもたちが喜ぶことは変

わっていないと信じて、自分たちが子どもであった頃のことを丁寧に思い出しながら、作品づくりを続けていきたいと思っています。

作品・イベント情報

- 1 「ひろがるスカイ!プリキュア」
2023年2月より毎週日曜 朝8時30分～
ABCテレビ・テレビ朝日系列全国24局ネット
- 2 「キボウノチカラ～オトナプリキュア'23～」
2023年10月7日 夕方18時25分放送開始
NHK Eテレ
- 3 「映画プリキュアオールスターズF」
2023年9月15日より公開中
- 4 『全プリキュア展～20th Anniversary Memories～』
東京会場：2023年2月1日～2月19日 池袋・サンシャインシティ
名古屋会場：2023年4月27日～5月8日 ウィンクあいち
大阪会場：2023年9月30日～10月15日 大阪南港ATCホール
※横浜での凱旋開催も予定
- 5 『Dancing☆Starプリキュア』The Stage
東京公演：2023年10月28日～11月5日 品川プリンスホテル ステラボール
大阪公演：2023年11月10日～11月12日 サンケイホールブリーゼ
- 6 『全プリキュアパレード』
2023年9月24日 横浜 日本丸メモリアルパーク、日本大通り、横浜中華街、関内ホール
- 7 『全プリキュア 20th Anniversary LIVE!』
2024年1月20日～1月21日 横浜アリーナ



映像製作・販売事業

世界に誇る企画製作力

テレビアニメや劇場アニメなどを企画・製作し、テレビや劇場、ブルーレイ、DVD、配信プラットフォーム、スマートフォンなど、さまざまなメディアで展開しています。アニメーションの製作は東映アニメーションの原点です。当社は1956年の創立以来、時代を彩る数々の名作、ヒット作を製作してきました。ブルーレイ、DVDを中心とする当社アニメ作品のパッケージソフト化権の販売に加えて、配信プラットフォーム向けにも積極的に作品展開を行っています。

テレビアニメ

テレビでアニメーションの放送が始まった1963年、当社は日本初のテレビ用オリジナルアニメーション「狼少年ケン」でテレビ向けの作品製作を開始しました。テレビの隆盛とともに製作本数も飛躍的に伸び、時代を超え、親子2代で親しんでいただいている作品も数多くあります。



2023年
2月～

「ひろがるスカイ!プリキュア」



2023年
4月～

「逃走中 グレートミッション」

劇場アニメ

1958年、当社が製作した日本初の劇場用フルカラー長編アニメーション「白蛇伝」とともに、当社の今日に至る歴史が始まりました。以後、長編オリジナル、テレビ作品のスピノフなど200本以上の劇場作品を製作しており、昔も今もこれからも、当社のアニメーション製作の原点です。



2023年
6月9日前編、
6月30日後編公開

劇場版
「美少女戦士セーラームーン
Cosmos」



2023年
9月15日公開

「映画
プリキュアオールスターズF」

広がるメディア、広がる感動

映像供給メディアが急速に多様化し続ける現在、アニメーションという映像エンターテインメントが持つ面白さや素晴らしさを、より多くの皆さまにお届けするため、当社は各事業部が密接に協力・連動して、展開しています。膨大なフィルム原版をデジタル化、あるいは各種メディア向けに新たにコンテンツを企画し、ブルーレイ・DVDなどのパッケージ、BS・CSなどの放送メディア、スマートフォンをはじめ携帯端末向けの映像配信、アプリ・オンラインゲーム事業などに活用するなど、広がり続けるあらゆるニーズにフレキシブルに対応していきます。

映像パッケージ (ブルーレイ・DVD)

大好きな作品を手元に置いて、いつでも好きな時にご視聴いただける映像パッケージ事業。創立間もない頃の作品から最新作まで、当社の膨大なライブラリーを次々とブルーレイやDVDなどで商品化しています。

UHD, Blu-ray
初回生産限定「ONE PIECE FILM RED」
デラックス・リミテッド・エディション



映像配信

配信プラットフォーム向けの配信権販売も積極的に取り組んでいます。また、配信向けの作品も製作しています。映像配信市場は飛躍的に伸長しており、映像配信事業の可能性は、ますます大きくなっています。



映像配信サイト
『Netflix』



映像配信サイト
『Amazonプライム・ビデオ』

アプリ・オンラインゲーム

急速な市場拡大を続けるアプリ・オンラインゲームを自社で企画しています。人気作品の国内でのアプリ・オンラインゲーム展開のみならず、海外での展開や、ゲームとして展開した後のコンテンツのマルチ展開を視野に入れたゲーム開発などにも挑戦しています。



スマートフォンアプリ
「金色のガッシュベル!! 永遠の絆の仲間たち」

著作権事業

キャラクターといつでも、どこでも

東映アニメーションは日本におけるライセンスビジネスの草分け的存在です。数多くの人気キャラクターを玩具、ゲーム、文房具、食品、アパレルなどあらゆる分野で商品化し、大好きなキャラクターと一緒にいたいという消費者のニーズにお応えしています。時代に即した作品のキャラクターたちは、テレビ放送中はもちろん、放送終了後も根強い人気を獲得し、世代を超えて一大ブームを巻き起こしています。当社は、今後もテレビシリーズを中心に、劇場作品、配信向け作品などにおけるライセンスビジネスの新たな可能性を探り、さらに大きく飛躍していきます。

国内展開商品



TVアニメ「ONE PIECE」、「ひろがるスカイ!プリキュア」、「ドラゴンボール」シリーズ

海外展開商品



TVアニメ「ONE PIECE」、「聖闘士星矢」シリーズ、「デジモン」シリーズ、「ドラゴンボール」シリーズ

世代を超えて愛されるキャラクター

誰もが大切にしている子ども時代の思い出。今や、時代の記憶はキャラクターと切り離せないものとなっています。かつて好きだったキャラクターを大人になって再発見！そして、自分の子どもとともにその世界を楽しむという繰り返されるキャラクターブーム。魅力あふれるキャラクターは時の流れの中で輝き続けます。

キャンペーンを印象付けるキャラクター

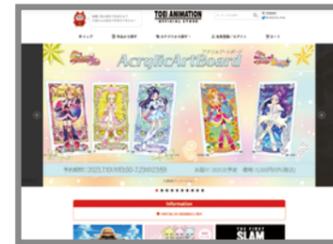
具体的な商品化だけでなく、キャンペーン、販売促進、企業PR、官公庁広報活動などにも身近なキャラクターが活躍します。

商品販売事業

キャラクター商品の企画・販売や、人気作品の商品をファンに提供する場として、キャラクターショップおよびオンラインショップ展開を行っています。

オンラインショップ

当社のキャラクターグッズを取り扱う公式オンラインショップです。雑貨、ぬいぐるみ、アパレルをはじめ、「ONE PIECE 麦わらストア」、「プリキュア プリティストア」などの限定商品も多数取り扱っています。



『東映アニメーションオフィシャルストア』
Web <https://store.toei-anim.co.jp>

商品販売



『ONE PIECE 麦わらストア』渋谷本店 『プリキュア プリティストア』大阪本店

キャンペーン向け販促物の制作や、イベント向け、書店・小売店向けのオリジナル商品の企画・販売を行っています。

イベント事業

子どもたちが人気キャラクターと直接触れ合えるイベントを実施し、子どもたちの笑顔を作り出します。

スペース催事

人気キャラクターを中心とした催事やアニメーションの歴史を網羅した文化催事など、ファミリーからアニメファンまで幅広い層に満足いただけるイベントを展開しています。



『全プリキュア展 ~20th Anniversary Memories~』

キャラクターショー

テレビの人気者たちと直接触れ合えるキャラクターショーは、子どもたちにとって最高のエンターテインメントとして大好評を博しています。

ステージ

当社の作品を題材とした舞台をお届けしています。これからは子どもたちに夢や希望を与えることのできる質の高い舞台を目指します。

取締役一覧

氏名	役職	取締役会出席状況	略歴/選任理由
森下 孝三	代表取締役会長	100 % (9/9回)	森下孝三氏は、2004年に当社取締役に就任し、2014年から2020年まで、取締役会長として経営の指揮を執ってきました。当社の企画製作を中心として経営全般に対する豊富な知識と経験を有しています。
高木 勝裕	代表取締役社長	100 % (12/12回)	高木勝裕氏は、2006年に当社取締役に就任し、現在は代表取締役社長を務めており、陣頭に立って経営の指揮を執ってきました。当社の企画営業を中心として経営全般に対する豊富な知識と経験を有しています。
篠原 智士	常務取締役	100 % (9/9回)	篠原智士氏は、2022年に当社取締役に就任し、現在は当社常務取締役営業企画本部長を務めており、映画業界における豊富な専門知識、経験および高い見識などを有しています。
山田 喜一郎	常務取締役	100 % (12/12回)	山田喜一郎氏は、2016年に当社取締役に就任し、現在は当社常務取締役製作本部長兼営業企画本部副本部長を務めており、当社の商品販売事業およびイベント事業において幅広い知識・経験を有しています。
辻 秀典	常務取締役	100 % (12/12回)	辻秀典氏は、2016年に当社取締役に就任し、現在は当社常務取締役経営管理本部長を務めており、当社の企画営業および国内外のライセンス事業において幅広い知識・経験を有しています。
布施 稔	取締役	100 % (12/12回)	布施稔氏は、2020年に当社取締役に就任し、現在は当社取締役経営管理本部副本部長を務めており、財務、会計全般において幅広い知識・経験を有しています。
鈴木 篤志	取締役	100 % (12/12回)	鈴木篤志氏は、2020年に当社取締役に就任し、現在は当社取締役営業企画本部副本部長を務めており、アニメーションのビジネス全般において幅広い知識・経験を有しています。
伊東 浩治	取締役	100 % (12/12回)	伊東浩治氏は、2022年に当社取締役に就任し、現在は当社取締役経営管理本部副本部長兼経営戦略部長を務めており、企業経営、財務およびグローバルビジネスに関する豊富な業務経験と実績を有しています。
多田 憲之	取締役	75 % (9/12回)	多田憲之氏は、2010年に東映株式会社取締役に就任し、現在は同社代表取締役役員会長を務めており、経営全般に対する豊富な知識と経験を有しています。
吉村 文雄	取締役	(新任)	吉村文雄氏は、2020年に東映株式会社取締役に就任し、現在は同社代表取締役社長を務めており、経営全般に対する豊富な知識と経験を有しています。
角南 源五	取締役(社外)	100 % (9/9回)	角南源五氏は、株式会社テレビ朝日ホールディングスの取締役副社長であり、放送業界における豊富な専門知識、経験および高い見識などを有しています。
清水 賢治	取締役(社外)	66.6 % (8/12回)	清水賢治氏は、株式会社フジ・メディア・ホールディングスの常務取締役であり、放送・映画事業における豊富な専門知識、経験および高い見識を有しています。
重村 一	取締役(社外)	100 % (12/12回)	重村一氏は、株式会社ニッポン放送の監査役であり、放送業界における豊富な専門知識、経験および高い見識を有しています。

(注)・役職は2023年9月時点の役職を記載。
 ・出席回数は2022年度の定時取締役会(全12回)における出席数を記載。
 ・代表取締役会長 森下孝三氏、常務取締役 篠原智士氏、取締役(社外) 角南源五氏は2022年6月24日就任以降の取締役会が対象。
 ・取締役 伊東浩治氏は2022年6月より就任のため、2022年4月～5月の定時取締役会には執行役員としての出席回数を記載。
 ・取締役 吉村文雄氏は2023年6月に就任のため、2022年度参加実績なし。

コンプライアンス

コンプライアンス指針

東映アニメーションの役員および従業員は、会社が顧客・株主・従業員・取引先企業その他全ての関係者の理解と協力のもとに成立していることを確認し、行動の基本原則として下記のとおりコンプライアンス指針を定めています。

コンプライアンス指針

- 世界の子どもと人々に「夢」と「希望」を与える映像作品を製作し、顧客を満足させるサービスを提供することにより社会的貢献を行います。
- 法令・社会規範その他のルールを遵守し、内外から批判を受けるような行動はとりません。
- 株主、投資家をはじめ社会が真に必要としている企業情報を適時・適切に開示致します。
- リスク管理に留意し、経理・税務的リスク及びその他の偶発的リスクに対して、遺漏のない体制を確立して危機に備えます。
- 情報の管理を徹底し、映像情報・顧客情報その他機密に属する情報が不用意に外部に流出しないよう万全の体制を敷きます。
- 地域社会との協調・連携に努めるとともに、自然環境の保全に十分配慮致します。
- 従業員が働きやすい安全な職場を確保し、個人の尊厳を傷つけるようなハラスメント行為は行いません。
- 反社会的勢力との関係を排し、経営の健全性を確保致します。
- 上記の指針に反する行為があった場合は、社内規則に従って厳重に責任を追及致します。

コンプライアンス推進体制

■ プライバシーに配慮した通報体制の構築

当社では、従業員に対し連絡・通報窓口としてホットラインを設けており、問題発生時は速やかに是正または未然防止を行っています。また、「東映グループホットライン」も利用可能となっており、社内外に対する通報者の匿名性確保やプライバシーを保護する体制を整え、実効性確保を図っています。

■ コンプライアンス研修の実施

全社員のコンプライアンス意識向上のため、役員、全社員、新入社員にe-ラーニング研修を含む研修を実施し、業務特性に応じた職位、各部署の研修を実施することでコンプライアンスに関する周知・浸透を図っています。

■ コンプライアンスBOOKの配布

事業活動を行っていくうえで、会社および役員、社員が遵守すべき規範や普遍的な考え方を「行動規範」と定め、日々の業務活動の中で実践できるよう、重要な行動の基準となるべき内容をコンプライアンスBOOKにまとめ入社時に配布しています。



コンプライアンスBOOK

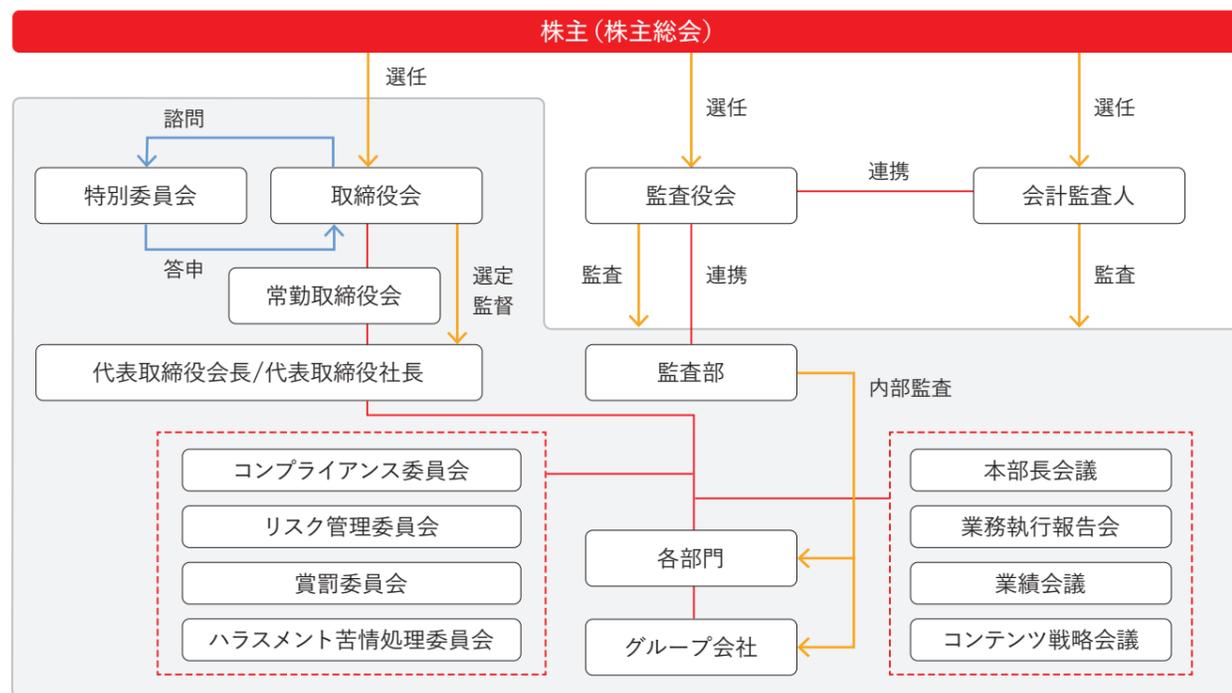
ガバナンス

コーポレートガバナンスの基本的な考え方

東映アニメーショングループでは、「IPを戦略の軸に据えたグローバル事業展開」をより一層強化し、持続的成長と中長期的な企業価値向上を目指します。日本最多・世界有数の作品数を有するアニメーション制作会社としての競争優位性を基盤に、魅力的でインパクトのある新たな作品を創作し、世界に届けることを梃子に、収益化の機会を限りなく広げていくことを最重要課題として掲げています。

この実現のため、経営の健全性、透明性、効率性を確保する基盤として、コーポレートガバナンスの継続的強化を経営上の最重要課題とし、実効性のあるコーポレートガバナンス体制の構築に努めています。

コーポレートガバナンス体制図 (2023年6月26日現在)



TOPIC 特別委員会の活動報告

特別委員会の概要

東映アニメーションは、コーポレートガバナンスのさらなる強化を目指し、2022年6月24日、取締役会の諮問機関として特別委員会を設置しました。委員会は、取締役会が選定した3名以上の支配株主から独立した取締役、監査役、および外部有識者で構成します。

メンバー構成

- 委員長 ● 重村一氏 (独立社外取締役)
- 委員 ● 今村健志氏 (独立社外監査役)
日本橋フォーラム総合法律事務所代表弁護士
- 堀江正博氏 (社外有識者)
東急株式会社 取締役社長

活動実績 (審議事項)

- 親子間取引の利益相反検証
- サステナビリティ、人的資本経営に関する事項
外部講師を招き、人的資本経営に関する勉強会を踏まえ議論
- グローバル戦略、財務戦略、企業法務に関する事項
親子間取引や、政策保有株式、スタンダード市場上場維持に向けた議論
- 役員の指名・報酬に関する事項
- 機関設計に関する事項

主要なリスク

当社グループが認識している主要なリスクは、以下のとおりです。

■ アニメーションビジネス

当社グループは、アニメーションを主軸として各事業を展開しています。当社では常に高品質なアニメーションを企画・制作することを心がけていますが、アニメーションの人気は作品により差異が大きく、当社の制作する作品が全てヒットするとは限りません。そのため、複数の新規投入作品が一定の成績に達しない場合、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

■ 為替変動

当社グループの事業には、海外におけるアニメーションの製作と販売が含まれており、海外企業(海外子会社を含む)との外貨建取引において、急激な為替の変動などにより、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

■ 企業間競争

アニメーション業界においては、メディアの多様化やターゲットの拡大などにより展開されるコンテンツ数が増える一方、厳しい市場環境により、企業間での競争が激しくなっています。また、海外においては韓国や中国企業などが力をつけてきています。当社は、長年の経験と実績に裏付けされた、優れた企画力・製作力・展開力を擁して成長戦略を推進していますが、競合企業が急速に成長した場合は、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

■ 情報セキュリティ

当社グループでは、情報管理を徹底し、適切なセキュリティ対策を行い、関連する各種規程を整備しています。しかしながら、予測の範囲を超えたサイバー攻撃、不正なアクセス、コンピュータウイルスへの感染などにより、情報システムや情報通信ネットワークに重大な障害が発生した場合は、当社グループの社会的信用やブランドイメージが毀損される可能性があります。

■ 著作権の侵害

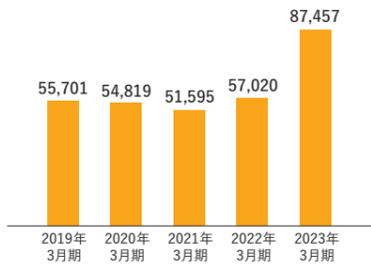
当社グループは、保有するアニメーションの著作権をもとにビジネスを展開していますが、海賊版や模倣品、違法配信などの権利侵害が確認されています。それらについてはケースごとに適切な対応をとるよう努めていますが、著作権保護を十分に受けられない場合もあります。著作権侵害により、正規商品やサービスの売上が阻害されるのはもちろんのこと、将来における機会逸失が見込まれ、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

■ 自然災害・感染症など

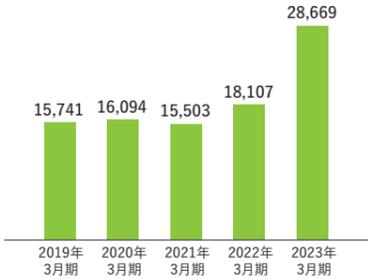
当社グループは、日本をはじめ世界各国で事業を展開していますが、地震などの大規模な自然災害、新型インフルエンザや新型コロナウイルス感染症などの世界的流行(パンデミック)が発生した場合は、当社グループの事業活動の一部または全体に大きな支障をきたすことが考えられ、当社グループの経営成績、財政状態などに影響を及ぼす可能性があります。

業績ハイライト (連結)

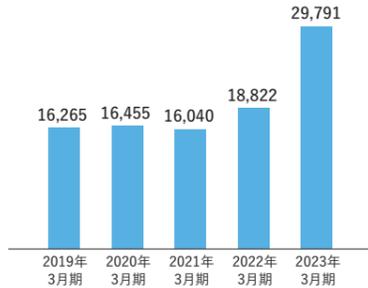
売上高 (単位: 百万円)



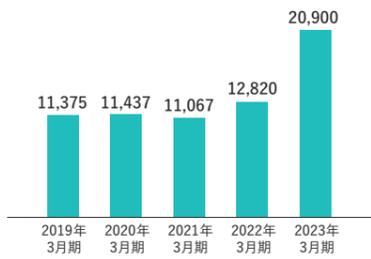
営業利益 (単位: 百万円)



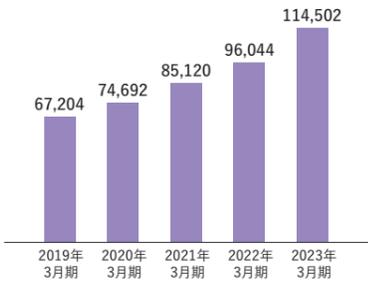
経常利益 (単位: 百万円)



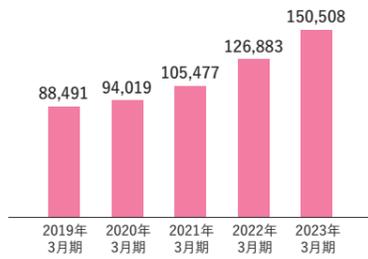
親会社株主に帰属する当期純利益 (単位: 百万円)



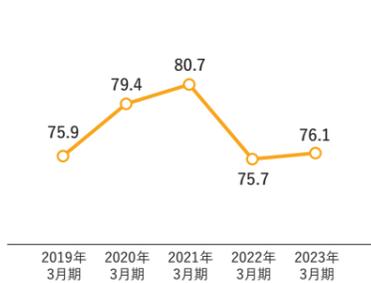
純資産 (単位: 百万円)



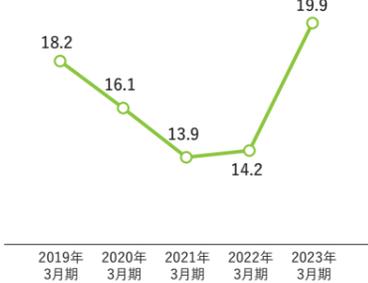
総資産 (単位: 百万円)



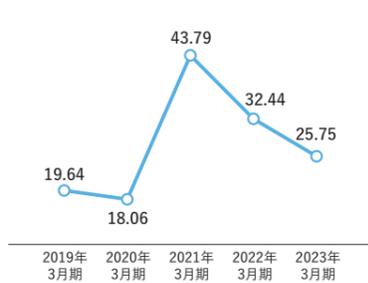
自己資本比率 (単位: %)



自己資本利益率 (単位: %)



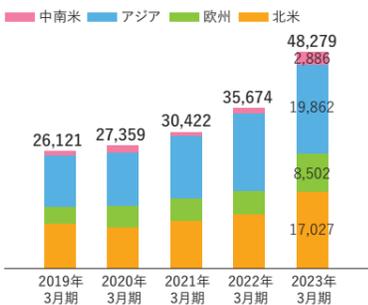
株価収益率 (単位: 倍)



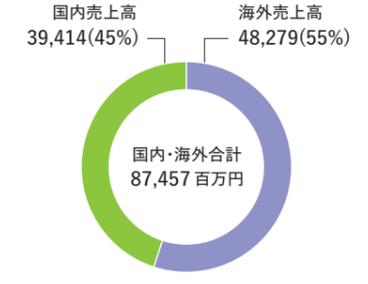
株主総利回り (単位: %)



海外地域別売上高推移 (単位: 百万円)



国内・海外売上高構成比 (単位: 百万円)



会社・投資家情報 (2023年3月31日現在)

会社概要

商号	東映アニメーション株式会社 (TOEI ANIMATION CO., LTD.)
設立	1948年1月23日
創立	1956年7月31日
本社所在地	東京都中野区中野四丁目10番1号 中野セントラルパーク イースト5階
スタジオ所在地	東京都練馬区東大泉二丁目10番5号
事業内容	アニメーションの製作および各種メディアへの販売、アニメーションの著作権をもとにした著作権事業、イベント事業など

上場市場	東証スタンダード
コード	4816
上場/公開日	2000年12月8日
資本金	2,867百万円
決算期	毎年3月31日
従業員数	[連結] 900名 [単体] 616名

海外拠点



- ① TOEI ANIMATION INCORPORATED (ロサンゼルス)
- ② TOEI ANIMATION EUROPE S.A.S. (パリ)
- ③ TOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITED (香港)
- ④ TOEI ANIMATION (SHANGHAI) CO., LTD. (上海)
- ⑤ TOEI ANIMATION PHILS., INC. (マニラ)

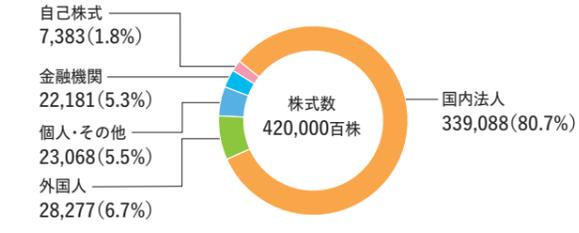
株式情報

発行済み株式総数	42,000,000株
株主数	8,596名

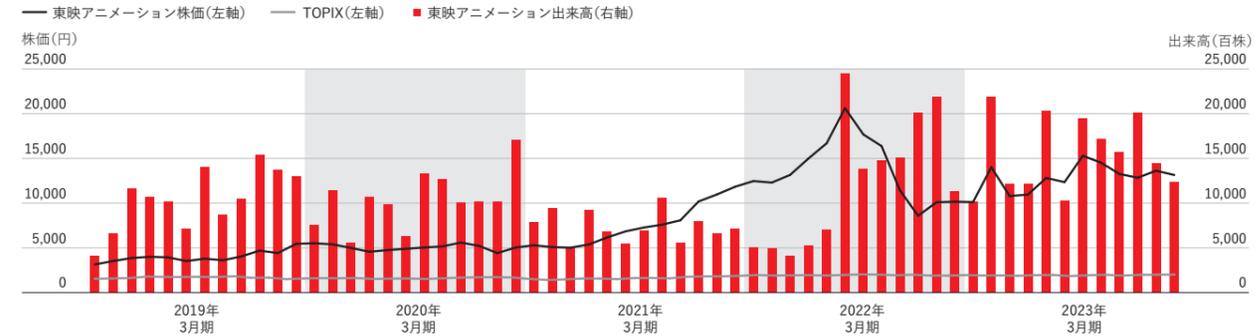
大株主 (上位10社およびその状況)

株主名	持株数 (百株)	持株比率 (%)
東映株式会社	141,000	33.6
株式会社テレビ朝日	82,509	19.6
株式会社バンダイナムコホールディングス	45,372	10.8
株式会社フジ・メディア・ホールディングス	34,300	8.2
JP MORGAN CHASE BANK 380815	20,200	4.8
東映ラボ・テック株式会社	13,647	3.2
東映ラボ・テック株式会社	10,500	2.5
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 フジテレビジョン口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	8,000	1.9
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 ソニー株003口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	7,800	1.9
株式会社ソニー・ピクチャーズエンタテインメント	7,800	1.9

所有者別株式分布状況 (単位: 百株)



株価・出来高推移



©フジテレビ/廣嶋玲子・jyajya/借成社/銭天堂製作委員会/尾田栄一郎/集英社/フジテレビ/ABC-A/トロール・ポプラ社/おしりたんてい製作委員会/東映/光プロダクション/ダイナミック企画/松本零士・零時社/バードスタジオ/Bandai Namco Entertainment Inc./武内直子・P.N.P/本郷あきよし/Spicy Candy Project Committee/2023 キボウノチカラ オトナブリキョウ製作委員会/Dancing☆Star ブリキョウThe Stage製作委員会/劇場版「美少女戦士セーラームーンCosmos」製作委員会/2023 映画ブリキョウオールスターズF製作委員会/2022「ワンピース」製作委員会/雷句 誠/GameOn Co., Ltd. All Rights Reserved.Developed by NEOWIZ/BANDAI/車田正美/TOEI ANIMATION co.,Ltd. All rights reserved./東映アニメーション