2026.3

Leading Animation, Enchanting People's Hearts, Evolving Always

統合報告書

PERO'S REPORT 2025

東映アニメーション株式会社

経営理念

世界の子どもたちと人々に「夢」と「希望」を届ける“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。

CONTENTS

01 経営理念
03 時代をリードした主な作品
05 成長の足跡と培ってきた力
07 価値創造プロセス
09 ビジネスモデル
13 トップメッセージ
15 中期経営計画「VISION2030」
17 財務戦略
19 ガバナンス
20 取締役一覧
21 コンプライアンス
22 主要なリスク
23 人的資本への取組み
25 著作権運用
26 コンテンツの違法利用対策
27 地域との共生
28 環境への取組み
29 事業紹介
33 アニメーション製作のプロセス
35 業績ハイライト
36 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

2025年3月期（2024年4月～2025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、2025年3月期、もしくは2025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

当報告書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。

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
1963
1966
1972
1975
1986
1992
1993
1999
2004
2018
2020
2022
2023
2024

「白蛇伝」
日本初のフルカラー長編アニメ映画



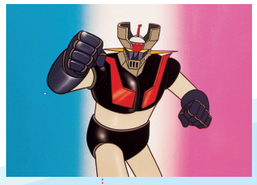
「狼少年ケン」
当社初のテレビシリーズアニメ





「魔法使いサリー」
日本初の女の子向けアニメ

「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





「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）

「聖闘士星矢」





「ドラゴンボール」

「美少女戦士セーラームーン」





「スラムダンク」

「ワンピース」





「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



「プリキュア」シリーズ
女の子向けの大人気シリーズ

「おしりたんてい」



「ふしぎ駄菓子屋 銭天堂」



「鬼太郎誕生 ゲゲゲの謎」



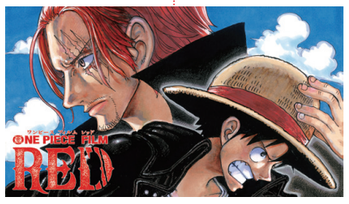
「ガールズバンドクライ」



「ドラゴンボール超 スーパーヒーロー」



「ONE PIECE FILM RED」



「THE FIRST SLAM DUNK」



1960年代

「狼少年ケン」
「魔法使いサリー」
「ゲゲゲの鬼太郎」
「サイボーグ009」
「ひみつのアッコちゃん」
「タイガーマスク」

1970年代

「デビルマン」
「マジンガーZ」
「バビル2世」
「キューティーハニー」
「ゲッターロボ」
「UFOロボ グレンダイザー」
「一休さん」
「宇宙海賊キャプテンハーロック」
「銀河鉄道999」

1980年代

「Dr.スランプ アラレちゃん」
「パタリロ！」
「キン肉マン」
「夢戦士ウイングマン」
「北斗の拳」
「メイプルタウン物語」
「ドラゴンボール」
「聖闘士星矢」
「ビックリマン」
「悪魔くん」

1990年代

「ドラゴンクエスト ダイの大冒険」
「美少女戦士セーラームーン」
「スラムダンク」
「ママレード・ボーイ」
「地獄先生ぬ～べ～」
「花より男子」
「キューティーハニーF」
「金田一少年の事件簿」
「夢のクレヨン王国」
「おジャ魔女どれみ」
「デジモンアドベンチャー」
「ワンピース」

2000年代

「明日のナージャ」
「金色のガッシュベル!!」
「ボボボーボ・ボーボボ」
「ふたりはプリキュア」
「冒険王ビィト」
「出ましたっ!パワパフガールズZ」
「モノノ怪」
「墓場鬼太郎」
「うちの3姉妹」
「ドラゴンボール改」
「怪談レストラン」

2010年代

「デジモンクロスウォーズ」
「トリコ」
「聖闘士星矢Ω」「探検ドリランド」
「京騒戯画」「マジンボーン」
「美少女戦士セーラームーンCrystal」
「ワールドトリガー」
「ドラゴンボール超」
「デジモンユニバース アプリモンスターズ」
「タイガーマスクW」
「正解するカド」
「ゲゲゲの鬼太郎」
「おしりたんてい」

2020年代

「ふしぎ駄菓子屋 銭天堂」
「ドラゴンクエスト ダイの大冒険」
「ワールドトリガー 3rdシーズン」
「デジモンゴーストゲーム」
「逃走中 グレートミッション」
「わんだふるぷりきゅあ！」
「ガールズバンドクライ」

成長の足跡と培ってきた力

東映アニメーションは、時代の変化や視聴者のニーズを捉え、
日本アニメ業界のリーディングカンパニーへ成長してきました。

— 培ってきた力 —

世界に誇る企画製作力	比類なき営業力・展開力	世界を翔けるアニメーション
ヒットメーカーとして 魅力あるコンテンツを創造	保有する豊富なコンテンツを 多方面で積極展開	世界に誇る日本の代表作品を 世界規模で展開する力

成長の足跡

- 1956 「東映動画」誕生
- 1963 テレビアニメへの進出
- 1972~ ライセンスビジネスの開花
- 1981~ メディアミックスの広がり
- 1998~ 「東映アニメーション」誕生
- 2006~ 映像・通信技術発展を追い風に業容拡大
- 2020~ 全世界での配信視聴増加によるグローバル成長

アニメーション製作の変遷

- アニメーション製作 黎明期
- 手書き工程の効率化
  - 1964 トレスマシン導入、製作工程が大幅に効率化
- 1973 海外へアニメーション製作外注開始
- 1992 マニラに製作外注合弁会社を設立
- 製作工程のデジタル化
  - 1997 仕上げ工程のデジタル化開始
  - 2004 TAP(マニラ)での動画工程のデジタル化開始
- 2018 大泉スタジオ竣工
- 2025 大阪スタジオ設立

商品販売事業/イベント事業

- キャラクターショーの始まり
  - 1975 「グレートマジンガー」巨大ロボットショー
- 国内ストア展開 商品販売本格化
- 海外イベント 新メディア活用

版権事業



- 1973 「マジンガーZ」の超合金ロボットが大ヒット
- 版権ビジネス本格化
- 海外拠点設立
  - 2004 ロサンゼルス、パリに販売子会社設立
  - 2006 上海に駐在員事務所設立
  - 1997 香港に販売子会社設立
- 全世界でアプリゲーム化権販売が拡大
- 海外拠点拡充

映像製作・販売事業



- 1958 日本初の劇場長編カラーアニメ「白蛇伝」公開



- 1967 「魔法使いサリー」でテレビシリーズアニメ作品のカラー放映開始



- 1963 当社初のテレビシリーズアニメ作品「狼少年ケン」放映開始



- 1979 当社初の自主製作劇場映画長編アニメ作品「銀河鉄道999」公開
- 全世界で配信権販売拡大



CMフィルム製作

売上高推移イメージ ---- CMフィルム製作 映像製作・販売事業 版権事業 商品販売事業/イベント事業

価値創造プロセス

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

貢献するSDGs

- ☑ 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

インプット

研究開発
企画製作
人材開発
版権保有
リスクに備えた自己資本 健全な財務体質
持続的な成長の好循環
多岐にわたる二次利用展開
投資余力
収益力

アウトカム

大切な価値観「世界の子どもたちと人々に夢と希望を届ける」
ガバナンス

生み出している価値

貢献するSDGs

≫ 世界の人々を魅了するコンテンツ

- 映画 …… 275本
- テレビ作品 …… 244作品
- 総話数 …… 14,076話

※ 2025年3月末時点

≫ 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800名

≫ 健全な財務体質・高い収益性

- 売上高 …… 100,836百万円
- 自己資本比率 …… 80.2%
- ROE …… 16.6%
- EPS …… 115.52円※

※ 2024年4月1日付けで普通株式1株につき5株の割合で株式分割を実施。当該株式分割調整後の金額を記載。

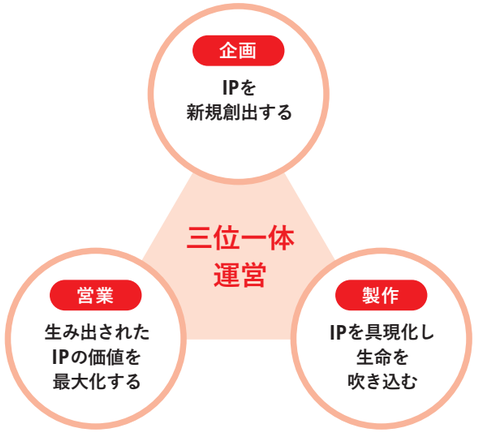
ビジネスモデル

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

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、版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。

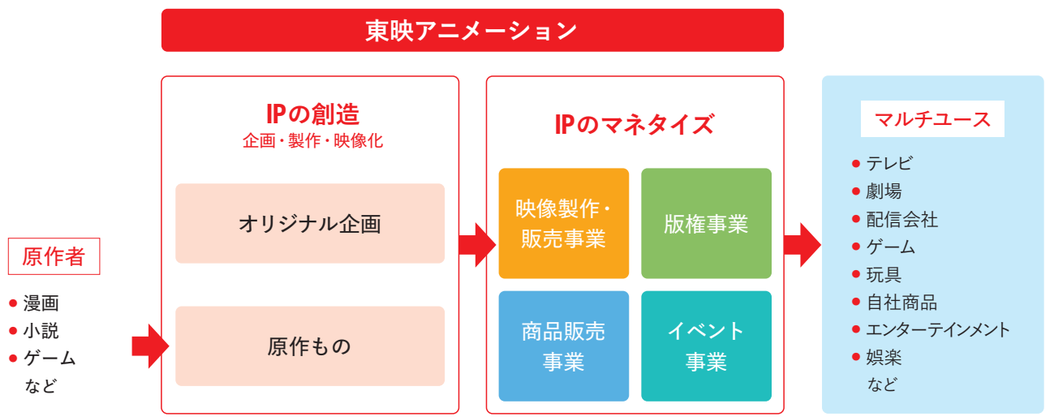
当社ビジネスの特徴は、企画、製作、営業の三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作です。クリエイターには創りたい映像があり、スポンサーであるクライアントには、視聴者の思いを取り込み、二次利用などで作品の幅を広げたいという目的があります。私たちの三位一体運営に基づくワンストップのアニメーション製作は、こうしたステークホルダーの多様なニーズを企画の段階から取り込むことを可能とし、製作、営業との連携プレーで、アニメーション作品をビジネスとして収益化します。

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、版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

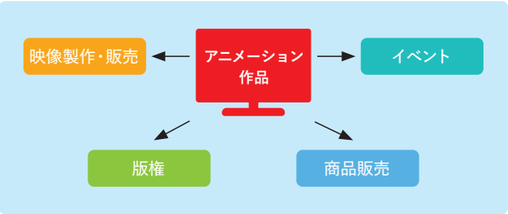
当社は、自ら作品を生み出すだけでなく、マネタイズ（収益化）することでIPの価値を最大化するIPホルダーです。



■ 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、版権事業、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。

ワンソース・マルチユース



映像製作・販売事業

劇場・テレビ向けなどの各種アニメ作品の企画・製作や、放映権、配信権、ビデオ化権の販売など

テレビ　劇場　インターネット　DVD・ブルーレイ　配信

売上高	37,323百万円
成長率（2020年3月期比）	187%
従業員数	830名

売上高構成比



版権事業

作品やキャラクターの使用権を各種メーカーに許諾して行う、グッズやゲーム・キャンペーンなどの展開

玩具　ゲーム　食品　日用品　アパレル

売上高	50,582百万円
成長率（2020年3月期比）	170%
従業員数	72名

売上高構成比



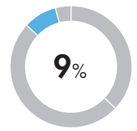
商品販売事業

オリジナル商品の企画開発やショップ展開

オリジナルグッズ　ショップ展開　キャンペーン

売上高	9,211百万円
成長率（2020年3月期比）	209%
従業員数	16名

売上高構成比



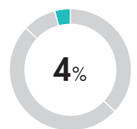
イベント事業

着ぐるみショーやミュージカルなど各種イベントの企画運営

催事　ショー　ステージ

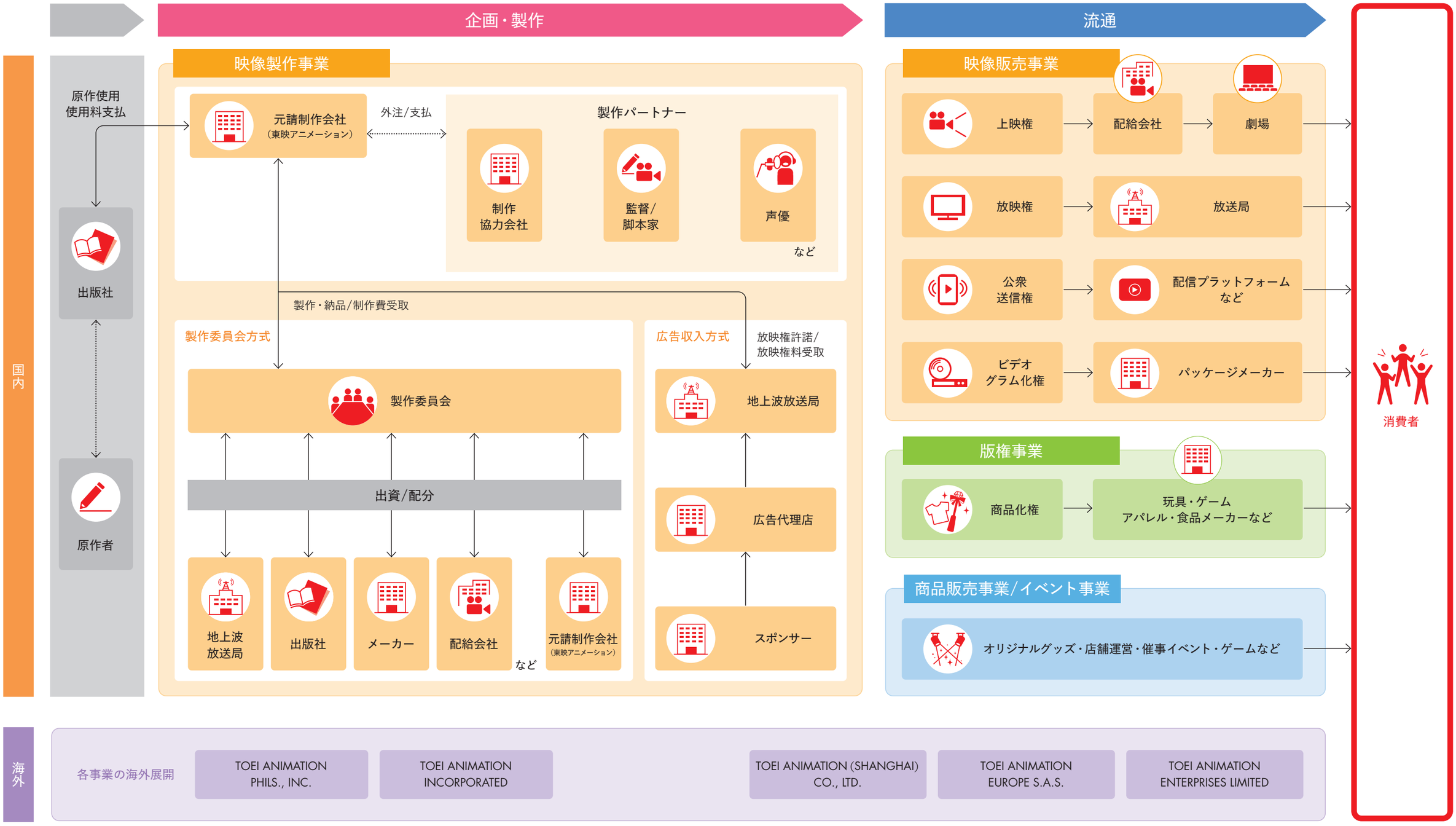
売上高	4,315百万円
成長率（2020年3月期比）	474%
従業員数	42名

売上高構成比



■ 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。



世界中の人々を魅了する アニメーションの トップランナーとして



足元の状況

株主の皆さまには、日頃より格別のご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

2024年度から2025年度にかけても主力IPのグローバル展開が順調に進み、国内外での認知度が一段と向上しました。特に「ワンピース」、「ドラゴンボール」シリーズなどのタイトルが海外市場で高い評価を受けたことに加えて、国内外の新規タイトルや新たな事業展開も着実に進行しており、当社の成長基盤はより強固なものとなっています。

中期経営計画について

これまでの数々の大ヒット作品は全世界に広がり、まさに世界のTOEI ANIMATION として、日本アニメーション産業の源流であると同時に世界でも認知されたジャパニメーションの元祖にふさわしい確固たる地位を築き上げました。

グローバル化・マルチメディア化が進展する21世紀においても、当社は引き続きアニメ業界のリーディングカンパニーとして、アニメ製作技術のデファクトスタンダード(業界標準)を構築するとともに、世界の子どもたちと人々が夢を描き、希望を抱くことができる、夢発信企業「東映アニメーション」を目指していきます。

将来のグローバル市場における大飛躍を目指すべく、2025年10月に中期経営計画「VISION2030」を発表しました。

「世界中の人々を魅了する、アニメーションのトップランナーとして進化し続ける」

というありたい姿を掲げるとともに、中期経営計画の最終年度である2031年3月期に、売上高2,000億円、営業利益500億円を目指すという目標を掲げ、成長戦略を策定しました。≫P.15

中期経営計画における取組みの状況は、順次ステークホルダーの皆さまにお伝えしていきますので、今後の展開をぜひ楽しみにお待ちください。

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が不可欠です。中期経営計画における事業基盤強化戦略では、「未来への責任」という項目を立て、ESGへの取組みも継続していきます。

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いきますので、ご支援のほどよろしくお願いいたします。

サステナビリティ戦略における重点項目

- **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**
  - ガバナンス体制の充実化
  - コンプライアンス遵守

中期経営計画「VISION2030」

東映アニメーションは、刻々と変化するアニメ業界において歩みを止めず進化を続けるための挑戦に向けた戦略として、2027年3月期～2031年3月期を計画期間とする中期経営計画「VISION2030」を策定しました。この5年間は、10年計画のグローバル市場での成長、すなわち「世界に冠たる東映アニメーションブランドの確立」と「売上高5,000億円規模への成長」という飛躍に向けた基盤を固める仕込み期間と位置付け、さまざまな角度から事業推進と体制整備を進めていきます。

中期経営計画「VISION2030」の詳細 https://corp.toei-anim.co.jp/ja/ir/news/auto_20251029581026/pdfFile.pdf

ありたい姿

世界中の人々を魅了する
アニメーションのトップランナーとして
進化し続ける

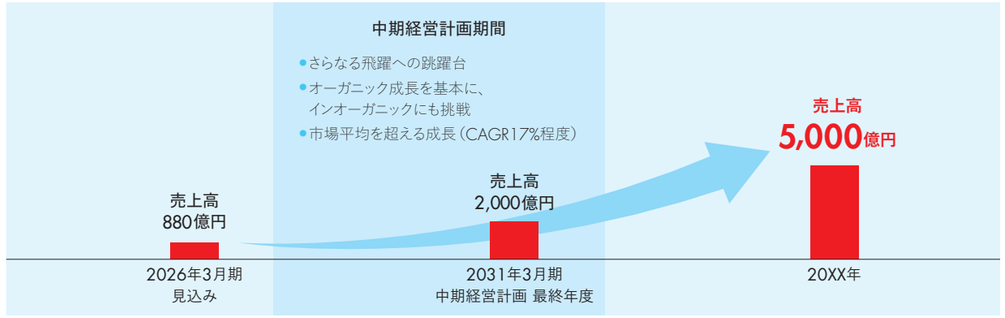
位置付け

10年先のグローバル市場における大飛躍を目指し、堅牢な成長基盤を固める“助走期間”とします。

培ってきた力	「VISION2030」の位置付け	目指す成長
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	**10年先を見据えた** **成長戦略の前半戦**	**世界の子どもたちと人々に** **「夢」と「希望」を** **さらに届け続けていく。**
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	**堅牢な成長基盤を固める** **助走期間、準備期間**	**10年計画として** **本格的な** **グローバル成長による** **飛躍を目指す。**
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	**質的進化を遂げる** **挑戦の幕開け**	

定量目標

10年で「世界に冠たる東映アニメーションブランド」を確立することを目標に、中期経営計画の最終年度に売上高2,000億円、営業利益500億円を目指し、その先の売上高5,000億円規模への成長に向けた基盤を築き上げます。



成長戦略

「産み出す力」としてスタジオ戦略とIP戦略を、「届ける力」として地域戦略と顧客接点戦略を推進し、2つの力を掛け合わせることで収益力を向上します。

産み出す力

戦略1 スタジオ

優れた作り手が集う
映像製作プロダクションになる

業界一の製作システムを誇る大泉スタジオを中心に
世界トップクラスのグローバル製作体制を構築

- 数百名の人員増強と国内外にスタジオ新設
- デジタル領域再編と次世代製作技術の確立
- 優れたクリエイターが集い育つ環境を提供

戦略2 IP

世界に受け継がれる作品を創造する

収益源泉たるIPの多様化と増強を図り、
グローバル市場での一層の成長を確かなものとする

- 既に世界的知名度のあるIP群を一層伸長
- 基幹IP群は成長・育成IPとして国内外に拡販
- 国内外での新規IP創出への果敢な挑戦
- 豊富なライブラリ群を国内外で活用

届ける力

戦略3 地域

世界により広く届ける

新興地域への積極展開と日欧米亜の体制強化により、
海外売上比率70%を目指す（2030～2035年）

- 新たに6地域へ進出
- 海外拠点の人員増強
- 海外発IPを海外事業の第二の柱として確立

戦略4 顧客接点

世界の子どもたちと
人々とのつながりを深める

IP価値最大化のため、
ファンの数を増やしエンゲージメントを高めるべく、
国内外で顧客接点を拡充

- 国内ストア増強、飲食店やショー・催事の開催頻度を増やし、国内基盤を強固にする
- EC・物流領域を変革し効率化を推進
- 海外ストア・イベント・次世代メディアにも挑戦

財務戦略

東映アニメーションは、中期経営計画「VISION2030」の成長戦略を支える財務戦略として、積極的な戦略投資によるオーガニック成長促進とM&Aなどによる“非連続な成長（インオーガニック）”への挑戦を行います。

戦略の方針

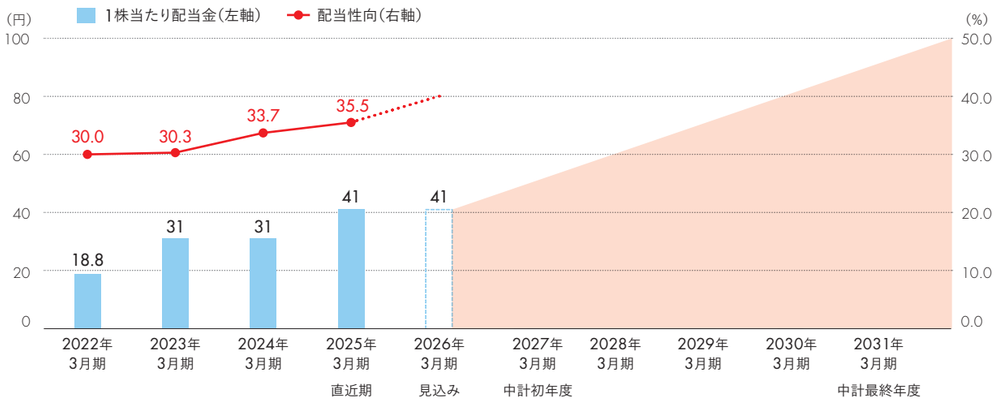
堅牢な財務基盤と高い資本効率（ROE）を維持し、1株当たり利益（EPS）を飛躍的に高め、
持続的成長と中長期的な企業価値向上を実現します。

基本方針

- 財務の健全性、戦略投資、株主還元のバランスを取り、適切に運営
- 堅牢な財務基盤を構築済み、今後は戦略投資・株主還元へ重点配分

		KPI
健全性	● 堅牢な財務基盤、適切な現預金水準を維持 ● 事業展開の自由度、機動性を確保	**健全性指標** 自己資本比率 70%以上 安定性の高い水準を維持
戦略投資	● 競争力強化と成長促進のため、有望な事業機会に積極投資 ● 非連続成長の観点からM&Aにも取り組む	**資本効率指標** ROE 15%以上 負債も効率的に活用
株主還元	● 過去実績額を下限とした安定配当が基本 ● 投資戦略や業績に応じ柔軟に水準決定	**配当指標** 配当性向 40%以上 総還元性向 50%目途

配当方針および配当推移イメージ



※ 2024年4月1日付けで普通株式1株につき5株の割合で株式分割を実施。2024年3月期以前の配当金額は、各期首に株式分割をしたと仮定して計算した金額を記載。

戦略投資の概要

中期経営計画「VISION2030」期間中の2027年3月期～2031年3月期に、約2,000億円の戦略投資を行います。
世界への挑戦に向けた第一歩として、有望な機会には上限を超えた投資にも挑みます。

主な戦略投資　約2,000億円

戦略2 IP 約700億円※1

- 全世界IP 300億円
- 成長・育成IP 175億円
- 海外創出 110億円
- 宣伝他 50億円
- 国内創出 45億円
- 戦略オリジナル枠 20億円

その他 約500億円

- インオーガニック
  優良な機会を捉えた
  インオーガニック関連投資※2

戦略1 スタジオ 約240億円

- スタジオ開発
  国内外スタジオ新設、
  採用、デジタル再編など

戦略3 地域 約200億円

- 海外開発
  海外体制の強化、新興地域進出など

戦略4 顧客接点 約190億円

- 事業開発
  物流関連／各種施設開発など

その他 約150億円

- 人材基盤
  基礎採用、戦略人材インセンティブなど

※1 編成計画に沿った映像化、作品開発など。既存・新規作品開発およびグローバル強化に伴う投資を含む。
※2 M&Aおよびアライアンス関連投資を含む。

TOPIC インオーガニック推進に向けたガバナンスの強化

東映アニメーションは、インオーガニックへの挑戦にあたり、新たにガバナンス体制を整備します。
厳格なルールと運用体制、推進力を構築することで、責任ある判断を徹底します。

インオーガニックへの挑戦		必要な仕組み	
重点領域を見極める （IP×スタジオ×シナジー）	→	**重点領域に即した施策**	● IP強化（海外含む） ● スタジオ機能強化 ● 事業シナジーの追求
実行力と専門性を磨く ● M&A・PMIの専門知見が不可欠 ● スピードと確実性を担保する体制	→	**推進体制**	● 専任チーム発足、プロ人材の採用 ● 外部専門家との協働 ● 進捗・成果を測るKPI
大規模投資に挑む（500億円規模） ● 経営全体への影響を正しく捉えた意思決定 ● 資本効率を徹底意識した投資判断 ● シナジー実現に向けた、不確実性への備え ● 投資前後の評価と継続的なモニタリングを徹底	→	**ガバナンス**	● 投資基準・資本コストを踏まえた投資判断、モニタリングの仕組み ● 2段階審査を踏まえた委員会による審議 ● 取締役会による最終審議

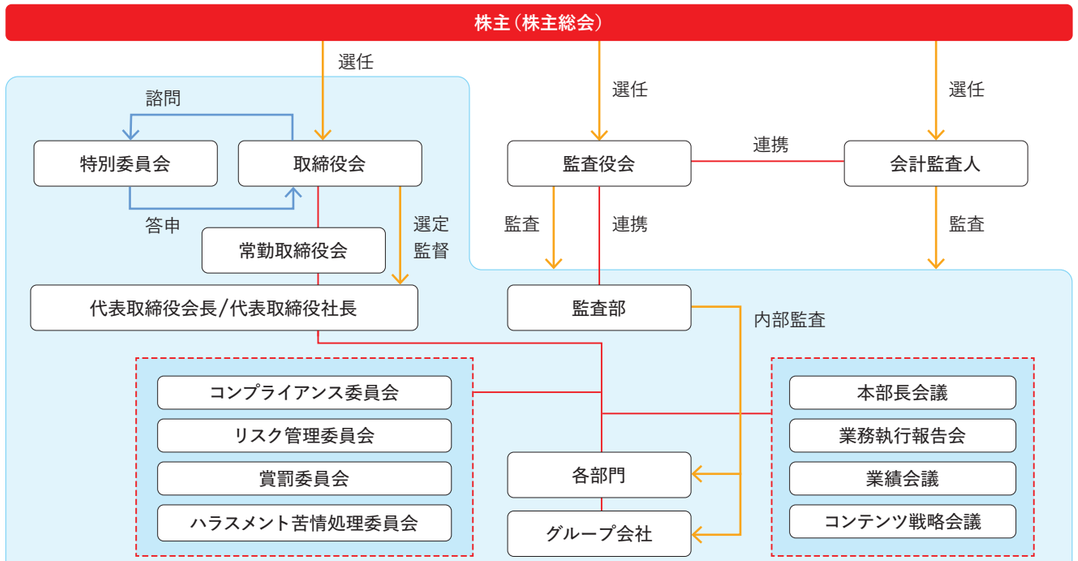
ガバナンス

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製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（2025年7月7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）
副委員長 ● 今村健志氏（独立社外監査役）
日本橋フォーラム綜合法律事務所代表弁護士
委　　員 ● 堀江正博氏（社外有識者）
東急株式会社 取締役社長
委　　員 ● 中山弘子氏（社外有識者）
元新宿区長

活動実績（審議事項）

- 役員の指名・報酬に関する事項
- 資本政策について
- リスク管理機能に関する事項
- サステナビリティ・人的資本経営に関する事項
- 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、政策保有株式に向けた議論
- 中期経営計画について

取締役一覧

氏名	役職※1	取締役会出席状況※2	略歴/選任理由
森下 孝三	代表取締役会長	100％（12/12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。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。
髙木 勝裕	代表取締役社長	100％（12/12回）	髙木勝裕氏は、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。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％（12/12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、企画・製作・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。
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、当社の経営管理分野に加え、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 兼 業務効率改善担当を務めており、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 兼 企画特命担当を務めており、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 財務戦略担当、経営戦略部長を務めており、経営戦略、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	92％（11/12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	100％（12/12回）	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％（12/12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）	83％（10/12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代表取締役社長であり、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。

※1 2025年7月時点の役職を記載。
※2 2024年度の定時取締役会（全12回）における実績を記載。

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・株主さま・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り立っていることを踏まえ、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。2025年1月には、時代の変化に合わせて求められる項目の追加や文言の変更を行っています。

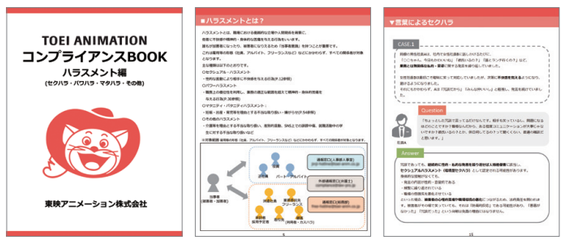
コンプライアンス指針

1. 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。
2. 法律・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。
3. お取引先様と対等な立場であるという考えのもと、公正公平かつ適正な取引を行います。
4. 外部との連携を密にし、社会が真に必要としている企業情報を適時・適切に開示いたします。
5. リスク管理に留意し、経理・財務的リスク及びその他の偶発的リスクに対して、遺漏のない予防管理体制を確立して危機に備えます。
6. 情報の管理を徹底し、インサイダー情報・顧客情報・映像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。
7. 地域をはじめとする社会との協調・連携に努めるとともに、自然環境の保全にも十分配慮いたします。
8. 従業員の権利や多様性を尊重し、従業員が働きやすい安全な職場を確保し、差別やハラスメントなど個人の尊厳を傷つけるような行為は行いません。
9. 反社会的勢力との不適切な関係を排し、業務の適切性及び健全性を確保いたします。
10. 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いたします。

コンプライアンス推進体制

■ 継続的な教育および周知

従業員ならびに当社の業務に携わる方を対象にコンプライアンス教育（研修・ガイドブックの配布など）を実施しています。また、法令改正等を踏まえ、規程の改定や社内ポータルサイトでの周知、研修によるフォローアップなどを継続的に行い、コンプライアンスの理解・意識の向上を図っています。



コンプライアンスBOOK

■ プライバシーに配慮した通報体制の構築

当社では、法令違反や不正行為等を早期に把握し、是正および未然防止につなげるため、通報・相談体制を整備しています。従業員をはじめ、派遣社員や社内常駐の委託先、フリーランスの方々を対象に社内相談窓口を設けています。また、通報者の匿名性やプライバシーに配慮した社外相談窓口を設け、状況に応じて相談先を選択できる体制とすることで、制度の実効性向上を図っています。

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。なお、当社は東映グループとして、リスクマネジメント体制においてもその優先すべきリスクについて共有し、グループ全体としての優先すべきリスクについて適切に対処しています。

リスク項目	概要
アニメーションビジネス	アニメーションの人気は、経済環境・市場環境・消費者の嗜好に左右されるため、当社の製作する作品が全てヒットするとは限らず、また、アニメーション製作には多額の先行費用を要することから、当社が魅力的な作品を投入できない場合や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。
企業間競争	アニメーション業界は、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、韓国や中国など海外企業の成長がめざましく、日本進出も増えています。競合企業が急速に成長した場合、当社の競争力が低下し、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。
技術革新	アニメーションの製作過程における新技術の導入に伴い、追加の規制対応や人材確保が必要となりうるほか、当社グループがこれらの技術革新に適時適切に対応できなかった場合、競争力が低下し、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。
著作権の侵害	当社グループが保有する権利の侵害において、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があります。著作権侵害により正規商品やサービスの売上の阻害、将来における機会逸失、第三者からの著作権の侵害などのクレームを受けた場合、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。
海外展開	海外での事業展開において、各国の地政学リスクの影響や、アニメーション作品が現地で受け入れられない可能性、法規制、商慣習および言語の違いによるトラブル、現地企業との協業が奏功しない可能性、現地従業員の採用その他労働問題などのリスクが顕在化した場合、海外事業に支障が生じ、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。
人材の採用など	アニメーション業界において、新規参入企業の増加や業界全体の製作量の増加により、アニメーターなどの獲得競争が激化しています。当社グループにおける人材の採用・確保・育成のための諸施策が奏功しなかった場合や、アニメーターなどが他社へ流出した場合、競争力が低下し、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。
第三者との関係	当社グループは、テレビ放映局、映画配給会社、配信プラットフォーム業者、原作者、出版社、アニメーションに係る権利のライセンス先、アニメーション製作過程における外注先など第三者との事業上の関係があり、事業上の関係が解消された場合、事業遂行に重大な支障が生じ、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。
情報セキュリティ	当社グループは、情報管理の徹底、セキュリティ対策の実施および各種規程の整備をしていますが、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、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。
自然災害・感染症など	当社グループは、グローバルに事業を展開しており、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が発生した場合、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。
社会的信用	当社グループおよびその事業などに否定的な主張や風評がなされ、また、ソーシャルメディアで拡散された場合、仮にその主張や風評が真実でないとしても、社会的信用やブランドに重大な悪影響を及ぼす可能性があります。かかる事態が生じた場合、当社グループの事業、人材獲得、株価、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。
M&Aや提携など	M&Aや提携などの実施に際しては、当初期待したシナジーや収益が得られない、相手方により解消を求められる、当初想定していなかった新たな問題点が発見されるなどの可能性があります。かかる事態が生じた場合、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。
法規制	当社グループは、グローバルに事業を展開していることから、国内外でさまざまな法規制の適用を受けています。関連法令等の遵守に係る体制整備に努めていますが、法規制の新設または改正が行われた場合、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。
訴訟など	消費者、顧客、提携先、ライセンス元、ライセンス先、外注先、従業員、当局を含むさまざまな第三者から訴訟その他法的手段の提起などを受けた際は、それ自体当社グループの社会的信用を棄損する可能性があり、また当社グループに不利益な決定がなされた場合、金銭的な負担に加え、当社グループの社会的信用、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。

人的資本への取組み

優れた作り手が集い、育つスタジオを目指して

現在、アニメーション業界全体で人材の獲得と育成が大きな課題となっています。東映アニメーションにおいても、安定した製作体制の維持とクリエイターの育成は重要なテーマの一つです。その課題に対する取組みの一つとして、スタジオやそこで働く作り手の仕事をステークホルダーに知ってもらうことに着手しました。

当社は長年にわたり多くの作品を生み出してきましたが、現場で働く人たちの言葉や想いが外に伝わる機会は限られていました。そこで生まれたのが、作り手に光を当てる情報発信を行う「大泉スタジオたんけんたい！」と「東映アニメーションCREATORS FILE」です。スタジオの雰囲気や製作現場の魅力をより多くの人に伝えることで人材確保に繋げるとともに、クリエイターの仕事とこだわりに触れる機会の提供により、作り手の認知度拡大および作り手からスターを生み出し続けることを目指します。

■ SNS「大泉スタジオたんけんたい！」

Xにて、製作現場の日常を発信するアカウント「大泉スタジオたんけんたい！」を開設し、製作現場スタッフのインタビューや、アニメーターの方がどのように絵のトレーニングをしてきたかなど、スタジオならではの情報を発信しています。





大泉スタジオたんけんたい！
Xアカウント
https://x.com/TOEIANIME_TKT

■ 展示企画「東映アニメーションCREATORS FILE」

当社のクリエイターにスポットを当てた展示企画を実施しています。第一弾として、当社で約40年活躍し、「ふたりはプリキュア」シリーズなどを手掛けたレジェンドアニメーターである稲上晃の個展「原展」を開催しました。展示は東映アニメーションミュージアムにて2025年3月～5月に行い、41日間で1万5千人が来場、「キャラクターデザインの繊細さに感動した」、「製作工程を知ってより作品が好きになった」、「人に焦点を当てた展示をまた見たい」などの声が寄せられました。

原展 INAGAMI AKIRA 稲上晃「原展」 Exhibition［東映アニメーション CREATORS FILE：01］







企画担当者インタビュー

「この人と一緒に仕事をしたい」という憧れを生み出す情報発信を目指します。



製作部
企画担当者 Aさん

Q. 企画の運営はどのように行っていますか？

製作現場の空気感や熱量をそのまま伝えるために、SNSやクリエイター展示の運営は製作部スタッフが行っています。SNS「大泉スタジオたんけんたい！」では、製作進行の担当者やアニメーターが、投稿企画から取材、文章作成、写真選定までを担当し、形式にとらわれず「自分たちの言葉」で情報を発信しています。展示企画「東映アニメーションCREATORS FILE」は、製作部が企画立案を行い、協力会社とともに形にしています。社外の視点を取り入れることで、スタジオの日常や仕事のリアリティを多角的に伝える試みでもあります。

Q. 発信するテーマの選定や、運営の課題について教えてください。

発信するテーマの多くは、スタジオ内での雑談や社内チャットでのやり取りなど、日常の中から生まれます。インタビュー対象の選定は、世間的な知名度や話題性ではなく、現場スタッフの視点を軸にしています。「この人の技術や考えを伝えたい」、「あの人の仕事が印象に残った」といった身近な声をもとに選ばれることが多く、セクションや年齢を問わず、さまざまな作り手が登場しています。

運営における最大の課題は、「発信のサイクルをどう維持させるか」です。製作現場は常にタイトなスケジュールの中にあり、日々の業務と両立しながら発信を継続する難しさがあります。取材の仕方や分量を工夫し、短時間でも自然なやり取りを引き出せるようにするなど、少しずつ改善を重ねています。また、発信内容の中には作品に関わる部分も多いため、どこまで公開するか、社内の所管部署と調整しながら運営しています。

Q. 企画を通じてどのような影響や反響がありましたか？

探検隊員としてSNSに登場するオリジナルキャラクターがアパレルメーカーとのコラボ商品として展開されたり、社内イベントの催しを担当したりと、輪がゆるやかに広がっています。業界関係者からも「面白い」、「こういう発信があるのは良い」といった声をいただくことが増え、励みになっています。





描き下ろしイラストを用いたグッズや店内装飾を
スタジオ周辺地域のアパレルショップにて展開

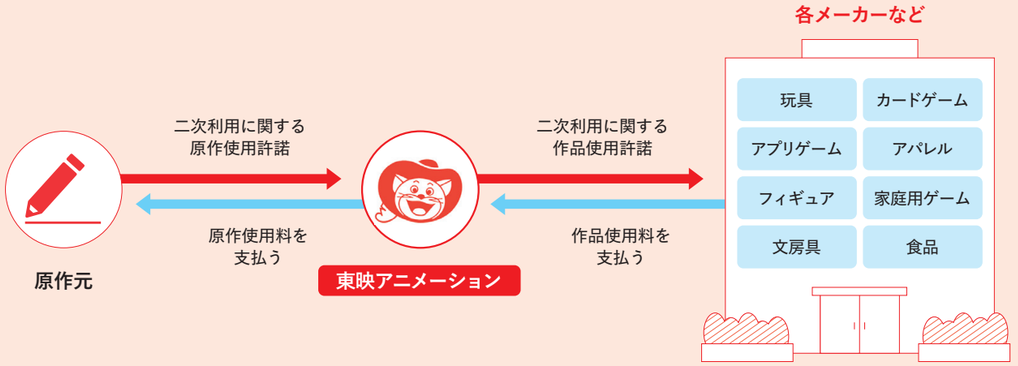
Q. 今後の発信について教えてください。

当社には、「作品を作る人」に憧れて入社する人も少なくありません。発信や展示はまだ始まったばかりで、形として定着しているとは言えませんが、試行錯誤を重ねながら、「人に光を当てる」活動を継続し、「この人がいるスタジオなら安心できる」、「この人と一緒に仕事をしたい」と憧れを持ってもらえるスタジオになることを目標にしています。

著作権運用

版権事業の概要

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進めています。版権事業は、当社の売上の半分以上を占める主要ビジネスの一つです。版権事業が大きく拡大した契機は、1972年に放映を開始した「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。



版権ビジネスの取組み事例

■ 作品シリーズの多様化を生かした展開

当社の代表的IPの一つ「プリキュア」シリーズは、20年を超えて放送を重ねる中でキャラクターの多様化、ファンの多層構造化が進んでいます。当社では、そのような蓄積されたシリーズ作品ならではの特性を生かし、IPとして新しい切り口でより広いファン層への展開を行っています。

CASE

ぷちきゅあ
～Precure Fairies～

「プリキュア」シリーズに登場する「ちいさななかまたち」の日常を描くショートアニメシリーズ。「プリキュア」シリーズを視聴していた小学生～大人女子層に向けたファンシーキャラクターとして訴求し、アニメだけでなく商品化も数多く展開。



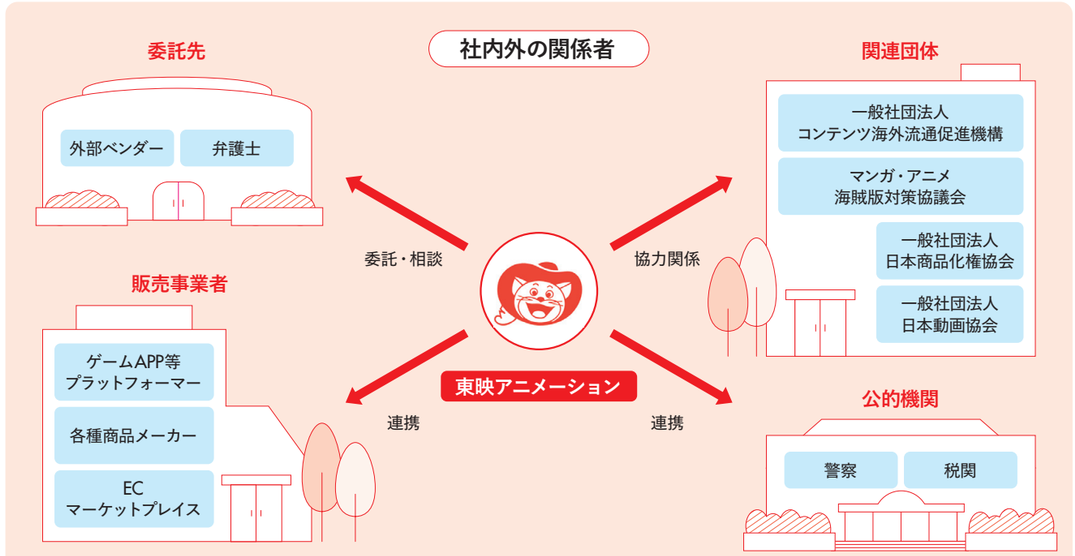


YouTube「ぷちきゅあ」
公式チャンネルほか
SNSにて配信中

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、当社独自での活動に加え、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** ≫ CODAが運営する権利者照会データベースを利用して海賊版サイトに掲載されていた作品の被害確認の実施
- ☑ **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

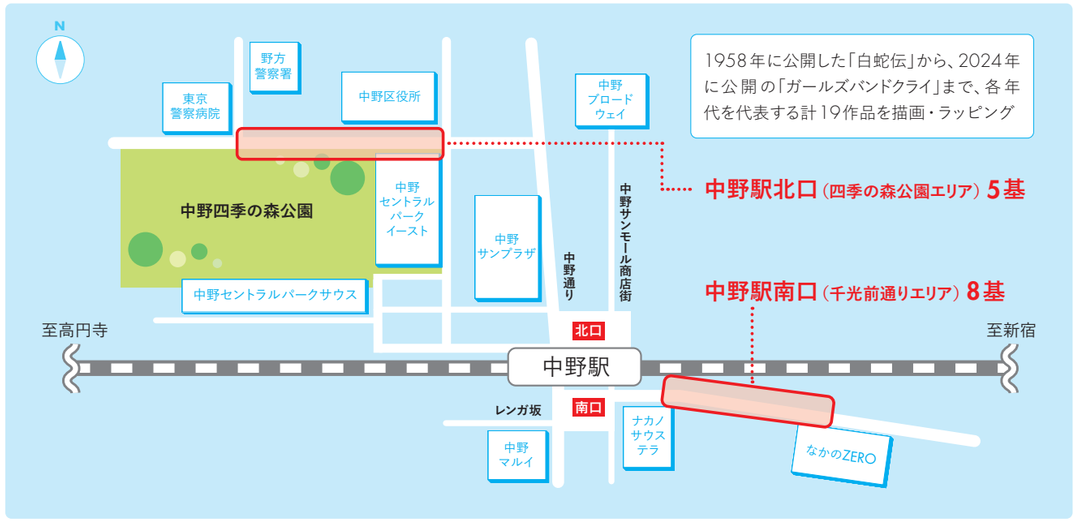
オンライン違法動画	海賊版商品	海賊版アプリ	その他
● 動画共有サイト（UGCサイト）、SNS、オンラインストレージ、P2Pなどのサイトやツールにおける調査	● 大手サイトとの協力関係の構築、マーケットプレイスなどの権利者プログラムへの参加 ● 警察・税関との連携（国内、海外） ● 他社と共同で侵害対応	● プラットフォーマーへの削除要請	● 非正規イベントの中止要請 ● 販売商品の押収・撤去

地域との共生

東映アニメーションは、本社所在地である東京都中野区が2025年5月に発足した「アニメでつながる中野実行委員会」にオブザーバーとして参画しています。同委員会では、産学官一体となってアニメ文化の地域定着とシビックプライドの醸成、中野区の文化・芸術振興、情報発信によるプロモーション、来街者による経済活性化を目指すさまざまな施策を展開しています。

「NAKANOミューラル・アニメロード」

アニメ作品を活用したモニュメントが存在しない中野区内において新たなアニメ関連の名所を創出することを目的に、アニメ作品をストリートアートとして展示する「NAKANOミューラル・アニメロード」を実施しています。東京電力パワーグリッド株式会社が保有する配電地上機器（歩道面）に、当社が手掛けたアニメーション作品の一部を描画・ラッピングしています。









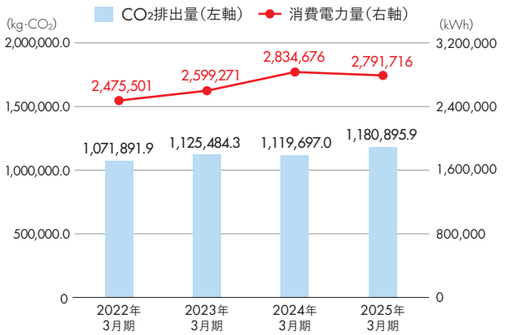
描画・ラッピングは1年ごとに協力アニメ関連企業を切り替えながらの作品展示が予定されており、その記念すべき第一弾として、70周年を迎える東映アニメーションの作品が中野の街を彩っています。当社は、今後も当社作品を応援してもらえるよう努めるとともに、さまざまな施策を通じて、地域社会の発展にも貢献していきます。

※ 当社作品の展示期間は、2025年11月～2026年秋期。

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CO_2排出量の削減に取り組んでいます。

消費電力に伴うCO_2排出量



※ CO_2排出量＝消費電力量×基礎排出係数。基礎排出係数は、2023年3月期までは0.433kg-CO_2/kWh、2024年3月期は0.395kg-CO_2/kWh、2025年3月期は0.423kg-CO_2/kWh。

※ 2024年3月期までの数値に誤りがあったため、修正しています。

紙の消費量

当社は、紙の使用量削減に向け、会議のペーパーレス化、オフィスのフリーアドレス化、テレワークの推奨などを推進しています。直近5年では、約16%の削減を達成しました。

紙の消費量の推移



環境に配慮した大泉スタジオ

大泉スタジオは2018年に建て替えを行い、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（アウタ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。

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。



大泉スタジオ（2018年竣工）

大泉スタジオ本館外装のダブルスキン

大泉スタジオ本館空調の床吹出口

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。



2025年 2月～
「キミとアイドルプリキュア♪」



2025年 10月～
「DIGIMON BEATBREAK」



2025年
10月3日前編公開、11月14日後編公開
「劇場版総集編 ガールズバンドクライ」



2025年 3月20日公開
「映画おしりたんてい
スター・アンド・ムーン」

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、テレビ作品のスピンオフなど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。

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。



Blu-ray
「魔法つかいプリキュア!!～MIRAI DAYS～」Blu-ray 豪華版 上巻

映像配信

配信プラットフォーム向けの配信権販売に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 Prime Video』

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。

版権事業

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



「ワンピース」、「ドラゴンボール」シリーズ

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。

海外展開商品



「デジモン」シリーズ、「聖闘士星矢」シリーズ、
「美少女戦士セーラームーン」

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。

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』

https://store.toei-anim.co.jp

商品販売

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。

キャラクターショップ

『ONE PIECE 麦わらストア』、『プリキュア プリティストア』、『セーラームーンストア』などを展開しています。



『ONE PIECE MUGIWARA STORE HARAJUKU』



『プリキュア プリティストア』東京店

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。



「銀河鉄道999」50周年プロジェクト
『松本零士展 創作の旅路』



『トゲナシトゲアリ LIVE in 日本武道館
“奏撤の叫”』

キャラクターショー

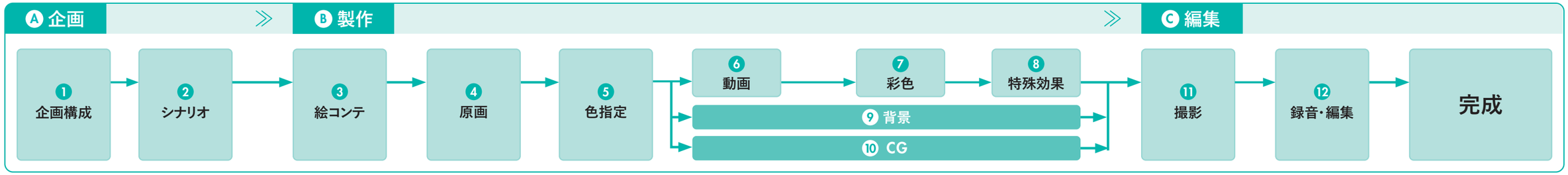
テレビの人気者たちと直接触れ合えるキャラクターショーは、子どもたちにとって最高のエンターテインメントとして大好評を博しています。

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。これからも子どもたちに夢や希望を届けることのできる質の高い舞台を目指します。

アニメーション製作のプロセス

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



A 企画

作品のテーマ、ターゲット層、展開するメディア、公開後の展開などを企画書に落とし込みます。



1 企画構成

作品のテーマやねらい、全体の構成、作品に登場するキャラクターやアイテムのデザイン、設定などを決定。それだけでなく、予算の決定やビジネススキームの構築も検討し、放映に向けたプロジェクトの骨子を固めます。

2 シナリオ

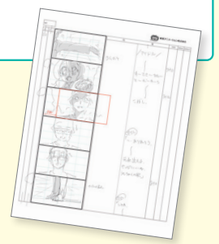
作品の企画意図などをもとに、物語を文章化します。原作のある作品であっても、企画意図をもとに再構成する場合があります。

B 製作

製作準備が整うと、いよいよ製作の工程へと進みます。テレビシリーズ1話当たりの作画枚数は平均3,000～4,500枚で、作品や話数によってはさらに枚数が増えることも。スタッフ一人ひとりがチームとして一致団結し、アニメーションを製作します。

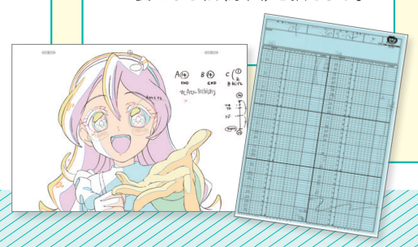
3 絵コンテ

シナリオをもとに、演出方法などを各スタッフに伝えるために、作品の設計図とも言える説明用の絵を描きます。



4 原画

絵コンテをもとに場面ごとに構図を決め、キャラクターの芝居やアクションの要となる絵（原画）を描きます。



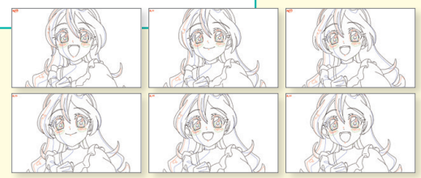
5 色指定

キャラクターやアイテムなどの基準となる色を決めます。



6 動画

原画と原画の間の動きを表現する絵（動画）を描きます。



7 彩色

色の塗られていない動画に、色指定で決められた色を塗ります。



8 特殊効果

光や影などをつけたり、質感を増したりして絵を仕上げます。

9 背景

キャラクターの後ろにある背景を描きます。



10 CG

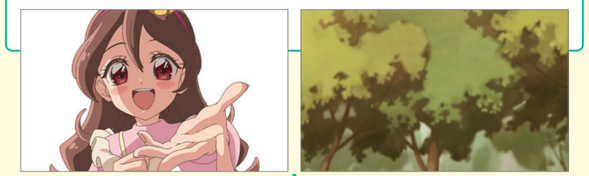
CGを使って、さらに緻密でクオリティの高い絵を描きます。

C 編集

製作された映像を編集し、作品としての最終的な仕上げを行います。これを経て、テレビ放映や劇場公開が行われます。

11 撮影

彩色した動画と背景、CGをコンピューター上で一つの絵に合成して映像にします。



12 録音・編集

でき上がった映像を物語の順番につないで、セリフや効果音、BGMを入れます。

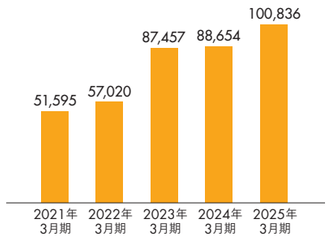




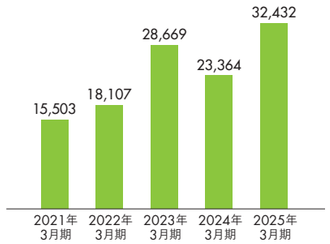
完成

業績ハイライト（連結）

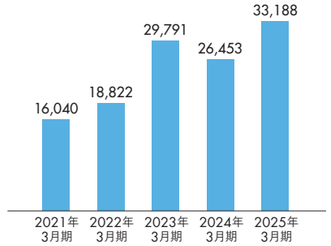
売上高（単位：百万円）



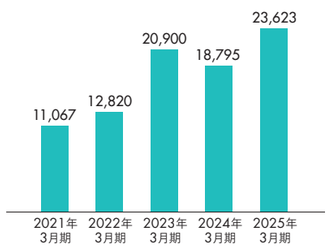
営業利益（単位：百万円）



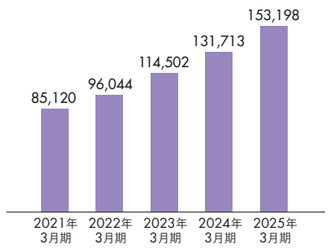
経常利益（単位：百万円）



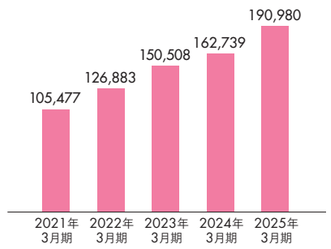
親会社株主に帰属する当期純利益（単位：百万円）



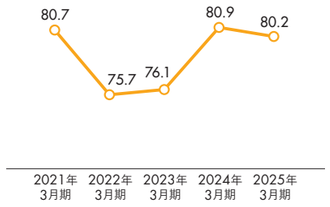
純資産（単位：百万円）



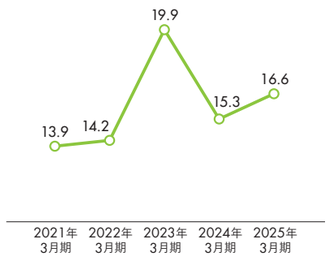
総資産（単位：百万円）



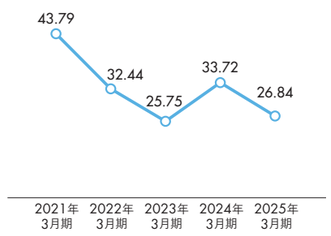
自己資本比率（単位：%）



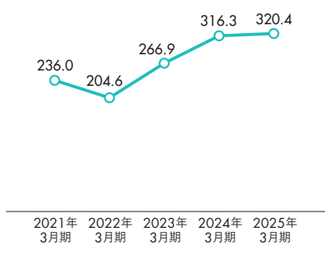
自己資本利益率（単位：%）



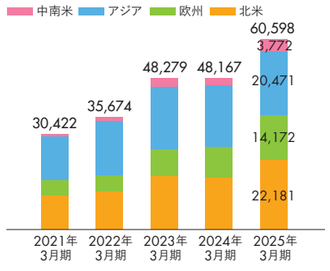
株価収益率（単位：倍）



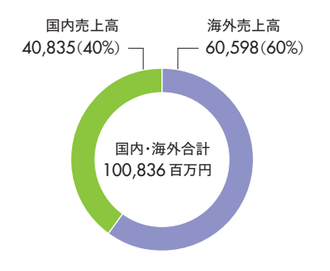
株主総利回り（単位：%）



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（2025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 版権事業、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] 960名　[単体] 696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）

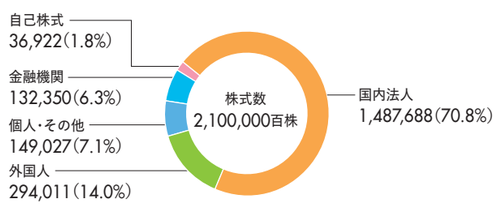
株式情報

発行済み株式総数	210,000,000株
株主数	20,771名

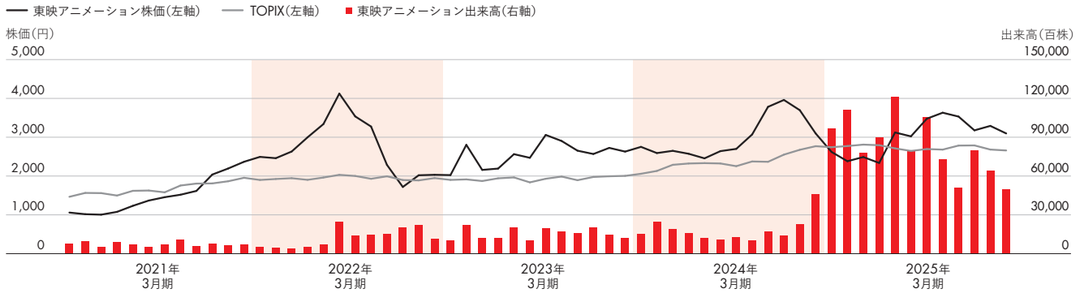
大株主（上位10社およびその状況）

株主名	持株数（百株）	持株比率（%）
東映株式会社	705,000	33.6
株式会社テレビ朝日	412,545	19.6
株式会社フジ・メディア・ホールディングス	171,500	8.2
JP MORGAN CHASE BANK 380815	101,000	4.8
東映ビデオ株式会社	68,235	3.2
株式会社バンダイナムコホールディングス	56,970	2.7
東映ラボ・テック株式会社	52,500	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	40,000	1.9
みずほ信託銀行株式会社　退職給付信託　ソニーグループ口 再信託受託者　株式会社日本カストディ銀行	39,000	1.9
東映アニメーション株式会社	36,922	1.8

所有者別株式分布状況（単位：百株）



株価・出来高推移



※ 2024年4月1日付けで普通株式1株につき5株の割合で株式分割を実施。2024年3月期以前の株価は、株式分割調整後の株価を記載。

©東映 ©東映アニメーション ©光プロダクション・東映アニメーション ©ダイナミック企画・東映アニメーション ©車田正美／集英社・東映アニメーション ©バードスタジオ／集英社・東映アニメーション ©武内直子・PNP・東映アニメーション ©井上雄彦・アイティープランニング・東映アニメーション ©本郷あきよし・フジテレビ・東映アニメーション ©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©ABC-A・東映アニメーション ©トロル・ポプラ社／おしりたんてい製作委員会 ©廣嶋玲子・jyajya ／偕成社／銭天堂製作委員会 ©バード・スタジオ／集英社 ©「2022 ドラゴンボール超」製作委員会 ©尾田栄一郎／2022「ワンピース」製作委員会 © I.T.PLANNING,INC. © 2022 THE FIRST SLAM DUNK Film Partners ©映画「鬼太郎誕生 ゲゲゲの謎」製作委員会 ©松本零士／零時社・東映アニメーション ©ぷちきゅあぱーとなーず ©トロル・ポプラ社／2025「映画おしりたんてい」製作委員会 ©2025 魔法つかいプリキュア!!〜MIRAI DAYS〜製作委員会 ©尾田栄一郎／集英社 ©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©バードスタジオ／集英社・東映アニメーション　©Bandai Namco Entertainment Inc. ©本郷あきよし・東映アニメーション © TOEI ANIMATION co.,ltd. All rights reserved. ©松本零士／零時社