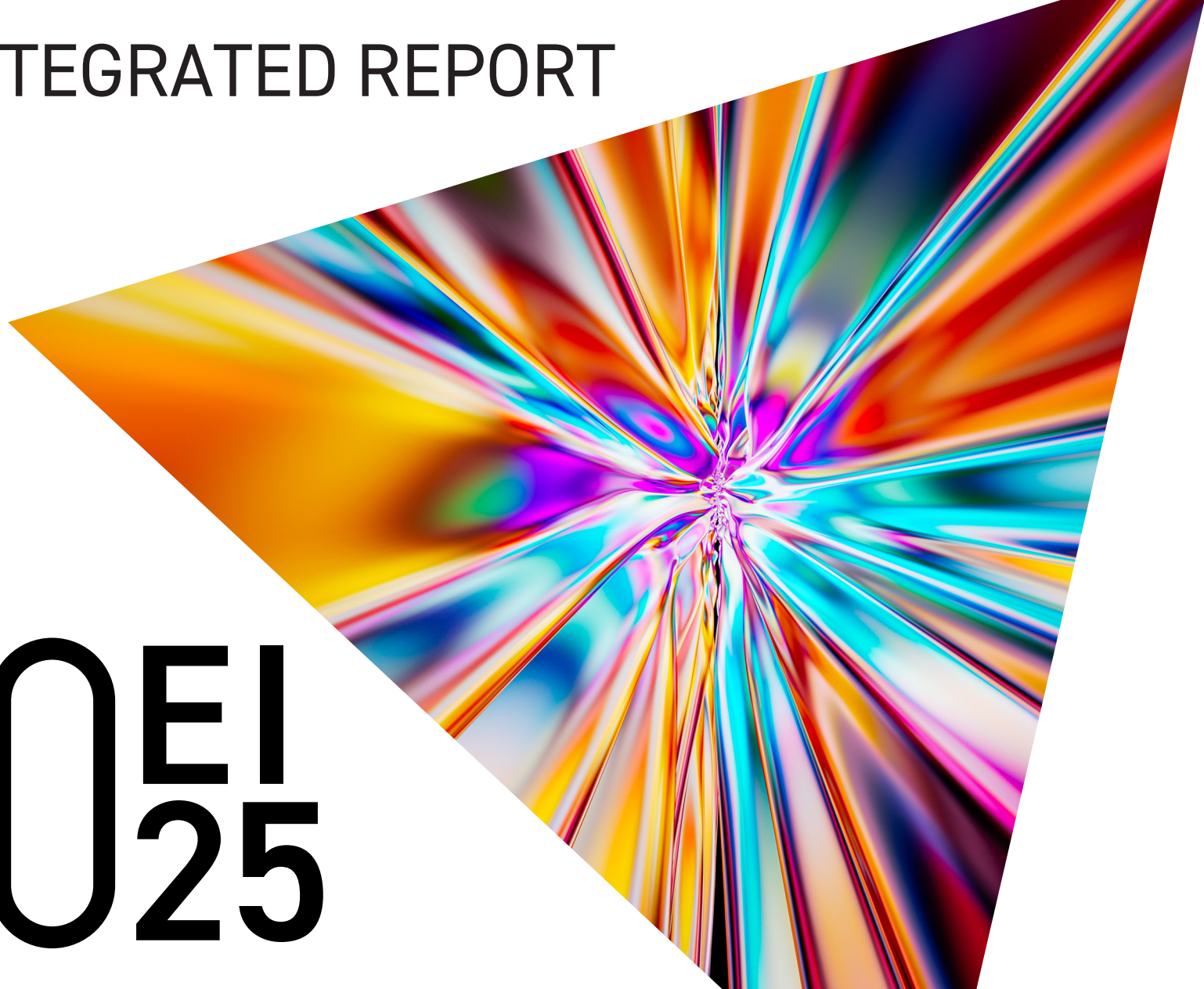


TOEI GROUP INTEGRATED REPORT

TOEI
2025



愛される 「ものがたり」を 全世界に

東映グループは、「愛される『ものがたり』を全世界に」という使命のもと、作品づくりを通してたくさんの夢と感動を、皆さまにお届けしてまいりました。急速に変化する社会や環境の動向に柔軟に適應しながら、これからも「ものがたり」が持つ無限の可能性と、人々に勇気や希望を与える力を信じ、皆さまと共に喜びや活力を分かち合い、未来を豊かに彩るエンターテインメントを創造し続けるために、グループ一丸となって全力を尽くしてまいります。

CONTENTS

CHAPTER 01 INTRODUCTION

- 03 成長の軌跡
- 05 業績ハイライト

CHAPTER 02 VALUE CREATION STORY

- 06 トップメッセージ
- 09 価値創造プロセス
- 10 価値創造に向けた東映グループが持つ資本
- 11 マテリアリティ
- 12 東映グループ中長期 VISION「TOEI NEW WAVE 2033」
- 13 事業紹介
- 19 東映グループ主要 IP 紹介
- 21 IP×キャラクター
- 25 IP×グローバル
- 26 財務戦略

CHAPTER 03 FOR MATERIALITY

- 27 サステナビリティマネジメント
- 28 愛される「ものがたり」をつくり、届け続ける
- 30 クリエイティビティを発揮するための人的投資
- 33 グローバル展開を目指した IP 創出力の増強
- 34 国内外パートナーとの連携強化
- 35 知的財産の保護と活用
- 36 サステナビリティ経営の高度化

CHAPTER 04 GOVERNANCE

- 40 基本方針／コーポレートガバナンス体制／取締役会の活動状況
- 41 取締役会の実効性評価／役員報酬制度の基本方針および報酬体系・報酬額
- 42 取締役紹介
- 44 社外取締役メッセージ
- 46 リスクマネジメント体制

CHAPTER 05 ABOUT

- 47 財務・非財務ハイライト
- 48 東映株式会社連結主要財務指標サマリー
- 49 会社概要・株式情報

編集方針

本統合報告書では、東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」に描いた“私たちのありたい姿”を目指して、これまでの歩みと未来への取り組みを紹介しております。東映グループの強みや資本がどのように新たな価値の創造につながっているのか、トップメッセージ、価値創造ストーリー、マテリアリティへの対応等を通して、ステークホルダーの皆さまの理解を深め、「対話」をするためのエンゲージメントツールとして透明性の高い情報開示を心掛けて制作しております。

●将来への見通し

本報告書における東映グループの今後の計画、見通し、戦略などの将来予想に関する記述は、東映グループが開示時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績などの結果はさまざまな要素により、見通しと大きく異なる結果となり得ることをご了承ください。

●統合報告書の対象期間

2024年4月～2025年3月(2024年度)
※ただし、一部、当該期間の前後の活動が含まれます。

●対象組織

東映株式会社及び連結子会社(国内16社・海外5社)

●参考にしたガイドライン

IFRS財団「国際統合報告フレームワーク」
経済産業省「価値協創ガイダンス 2.0」

●発行年月

2025年12月

HISTORY

1951年
映画事業を祖業に東映(株)が誕生
東京映画配給(株)・東横映画(株)・
太泉映画(株)の3社が合併して東映(株)を設立



1956年
東映動画(現・東映アニメーション(株))発足
日動映画(株)を買収し、東映動画(株)として
アニメーション作品の本格的な制作を開始



1958年
テレビ作品の製作を開始
映画に代わるメディアとしてテレビの台頭を予測し、
1957年に(株)日本教育テレビ
(現・(株)テレビ朝日ホールディングス)を設立

1964年
直営ボウリングセンターオープン
テレビに押され映画事業が苦戦する中、
劇場用不動産を活用した新規事業として
東映ボウリングセンターを開業
—時期は経営の柱となった—



1970年
ビデオ事業進出
家庭用ビデオの普及を見越し、
東映ビデオ(株)を設立

1975年
東映太秦映画村開業
間近で時代劇の撮影を見学できる
テーマパークとして開業



1978年
映像事業部(現・事業推進部門)を新設
東映歌舞伎や東映劇団の歩みを礎に、
キャラクターショー事業を作り上げていく

1981年
東映イン博多(現・福岡東映ホテル)開業
不動産事業・ホテル網整備拡充を進める

1950

1960

1970

1980

映画 実写

1954年『笛吹童子』
『旗本退屈男 謎の怪人屋敷』
1955年『血槍富士』
1956年『赤穂浪士』
1957年『鳳城の花嫁』
1958年『純愛物語』
*第8回ベルリン国際映画祭銀熊賞受賞



映画 アニメ

1958年『白蛇伝』
*日本初のフルカラー長編アニメーション映画

テレビ 実写

1958年『風小僧』
*東映初のテレビシリーズ
1959年『捜査本部』



時代劇が映画館を席捲

テレビの台頭

映画 実写

1961年『宮本武蔵』(全5部作)
1963年『人生劇場 飛車角』
『武士道残酷物語』
*第13回ベルリン国際映画祭金熊賞受賞
1965年『網走番外地』シリーズスタート
『昭和残侠伝』シリーズスタート
1968年『緋牡丹博徒』シリーズスタート



映画 アニメ

1966年『サイボーグ009』
1967年『東映まんがまつり』スタート
1969年『長靴をはいた猫』

テレビ 実写

1961年『特別機動捜査隊』
1962年『桃太郎侍』1作目
1966年『銭形平次』1作目
1967年『仮面の忍者 赤影』
1968年『キイハンター』
1969年『水戸黄門』1作目

テレビ アニメ

1968年『ゲゲゲの鬼太郎』1作目

時代劇はテレビに
活躍の場を移す

映画 実写

1973年『仁義なき戦い』シリーズスタート
1975年『トラック野郎』シリーズスタート
1978年『柳生一族の陰謀』
『最も危険な遊戯』

映画 アニメ

1979年『銀河鉄道999』

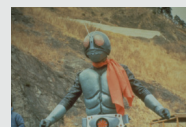
テレビ 実写

1970年『遠山の金さん捕物帳』
1971年『仮面ライダー』1作目
1975年『秘密戦隊ゴレンジャー』
スーパー戦隊シリーズ1作目
1977年『特捜最前線』
1978年『吉宗評判記・暴れん坊将軍』

テレビ アニメ

1972年『マジンガーZ』『デビルマン』

実録路線スタート



映画 実写

1980年『動乱』『二百三高地』
1982年『鬼龍院花子の生涯』
1983年『楢山節考』
*第36回カンヌ国際映画祭パルム・ドール受賞

1985年『ピー・バップ・ハイスクール』シリーズスタート
1986年『極道の妻たち』シリーズスタート

テレビ 実写

1985年『スケバン刑事』
1986年『あぶない刑事』

テレビ アニメ

1986年『ドラゴンボール』
*『ドラゴンボール』シリーズ1作目

Vシネマ

1989年『クライムハンター 怒りの銃弾』

東映ビデオ
「Vシネマ」製作開始



文芸大作路線スタート

女性版実録路線
スタート

アイドル
映画全盛



HISTORY



東映グループ 中長期VISION

2023年
東映グループ中長期VISION
「TOEI NEW WAVE 2033」発表
10年後を見据えた経営ビジョンを策定

2010年
東映デジタルセンター営業開始
映画撮影・上映のデジタル化を受け、
デジタルでのポスプロ体制を構築

2000年
(株)ティ・ジョイ設立
映画鑑賞習慣の移り変わりに合わせ、
直営映画館のフランチャイズから
シネマコンプレックスチェーンの経営へ



2001年
動画配信事業進出
インターネットの普及が進み、
オンラインで動画鑑賞が可能となる時代を見越し、
業界に先駆け動画配信サービスを開始

1998年
東映衛星放送(株)設立
「東映チャンネル」放送開始
市場動向に合わせて、
新しいメディアCS放送事業に参入

1990

2000

2010

2020

映画 実写
1990年『天と地と』
1997年『失楽園』
1999年『鉄道員(ぽっぽや)』



映画 アニメ
1997年『新世紀エヴァンゲリオン劇場版 Air／まごころを、君に』

テレビ 実写
1993年『Power Rangers』海外で放送開始

テレビ アニメ
1992年『美少女戦士セーラームーン』
1999年『ワンピース』



Vシネマ
1990年『ネオ チンピラ 鉄砲玉びゅ〜』

映画 実写
2000年『バトル・ロワイアル』
2005年『北の零年』『男たちの大和／YAMATO』
2006年『明日の記憶』『大奥』
2008年『相棒－劇場版－絶体絶命！
42.195km東京ビッグシティマラソン』
＊相棒劇場版1作目
2009年『劔岳 点の記』



映画 アニメ
2009年『ONE PIECE FILM STRONG WORLD』

テレビ 実写
2000年『仮面ライダークウガ』
＊平成仮面ライダー1作目
2002年『相棒』（シリーズドラマ）
2009年『Kamen Rider Dragon Knight』が全米ネットO.A.



テレビ アニメ
2004年『ふたりはプリキュア』
＊『プリキュア』シリーズ1作目



Vシネマ
2000年『呪怨』

映画 実写
2010年『相棒－劇場版II－警視庁占拠！
特命係の一着長い夜』
2011年『探偵はBARにいる』
2014年『相棒－劇場版III－巨大密室！
特命係 絶海の孤島へ』
2016年『さらば あぶない刑事』
2017年『相棒－劇場版IV－首都クライシス
人質は50万人！特命係 最後の決断』
2018年『北の桜守』『孤狼の血』
2019年『翔んで埼玉』



映画 アニメ
2012年『ONE PIECE FILM Z』
『エヴァンゲリオン新劇場版:Q』
2013年『ドラゴンボールZ 神と神』
2015年『ドラゴンボールZ 復活の「F」』
2016年『ONE PIECE FILM GOLD』
2018年『ドラゴンボール超 ブロリー』
2019年『ONE PIECE STAMPEDE』

配信オリジナル
2016年『仮面ライダーアマゾンズ』

映画 実写
2020年『犬鳴村』
2021年『いのちの停車場』『老後の資金がありません！』
2023年『レジェンド&バタフライ』『シン・仮面ライダー』
2024年『帰ってきた あぶない刑事』
2025年『35年目のラブレター』



映画 アニメ
2022年『ドラゴンボール超 スーパーヒーロー』
『ONE PIECE FILM RED』
『THE FIRST SLAM DUNK』



配信オリジナル
2022年『仮面ライダー BLACK SUN』『風都探偵』
2024年『[推しの子]』『セタの国』



WORKS

東映グループ 2025年3月期 通期連結業績

2025年3月期通期連結業績は、売上高1,799億2千2百万円(前期比5.0%増)、営業利益351億5千5百万円(同19.8%増)、経常利益399億9千2百万円(同13.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益157億2千2百万円(同12.5%増)と、売上高は過去最高を記録し、各利益項目も大幅な増益となりました。

連結セグメント別の概況としては、映像関連事業では、映画事業が前期のヒットに比べ落ち着いたものの、安定したラインナップ展開により堅調に推移しました。ドラマ事業等の堅調に加え、コンテンツ事業において、特に国内外でのアニメコンテンツの配信権販売や著作権ビジネスが好調で、セグメント全体の売上を大きく牽引しました。興行関連事業では、株式会社ティ・ジョイによる

シネマコンプレックスの運営が安定的に推移し、収益に寄与しました。催事関連事業は、キャラクターショーや文化催事の企画・運営、東映太秦映画村の運営が、コロナ禍からの回復等を背景に堅調な業績を達成しました。観光不動産事業においても、保有する複合商業施設やマンションの賃貸運営は堅調であり、建築内装事業は、建設資材費や労務費の高騰という厳しい事業環境下でも、積極的な営業活動を通じて受注を確保し、売上を維持しました。

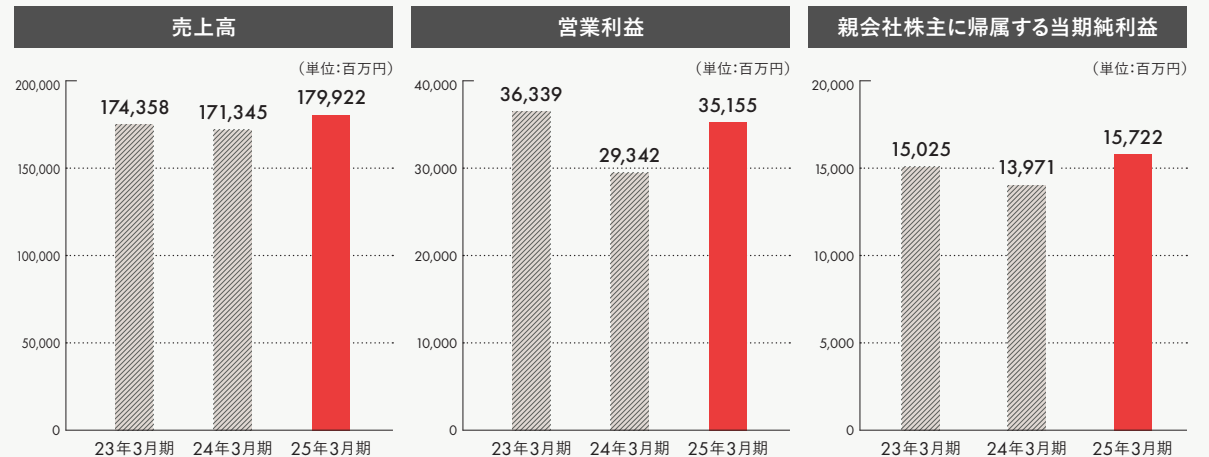
これらの結果、2004年以降の同期比較で親会社株主に帰属する当期純利益は第1位、営業利益・経常利益は第2位となるなど、非常に好調な業績となりました。

2023年3月期、2024年3月期、2025年3月期 通期連結実績

項目	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上高	174,358	171,345	179,922
営業利益	36,339	29,342	35,155
営業利益率	20.84%	17.12%	19.54%
経常利益	40,172	35,317	39,992
親会社株主に帰属する 当期純利益	15,025	13,971	15,722

(単位:百万円、「営業利益率」を除く)

通期連結業績の直近3カ年の推移



PRESIDENT'S MESSAGE

TO THE WORLD, TO THE FUTURE.

愛される「ものがたり」を全世界に 新たな成長ステージへの挑戦

実写とアニメ両軸での自社IP価値の最大化

2025年3月期、東映グループは売上高・営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益のすべてにおいて、2004年以降で最高水準を記録しました。この好業績を牽引したのが、東映アニメーション株式会社を中心とするアニメコンテンツの海外展開です。一方、映画事業は前期実績に及ばず、今後の取り組み課題が見えてきました。しかし、2022年に新設した映画編成部(2025年10月に映画戦略部に改称)のもとで策定したさまざまな施策により、2025年3月に公開した『35年目のラブレター』が興行収入10億円を超えるヒットとなるなど、映画事業の今後の展開に確かな手応えを感じています。

このように、東映グループの最大の強みは、実写とアニメーションの両分野において自社IPを製作できる体制と多角的な事業展開

により様々な形で自社IPをお客様へ届けることのできる体制です。70年以上培ってきた企画力・製作力と、東京と京都の撮影所を拠点とするワンストップ体制を備えた製作基盤は東映グループの誇りです。さらに、映画だけではなく、テレビドラマ、商品、イベント、配信など多角的にIPを活用する「マルチユース展開」に早期に取り組んできたことが、現在の事業展開の強固な基盤となっています。

グローバル展開へのチャレンジ さらに飛躍へ

グローバル展開の加速と組織変革

東映グループが現在、重要視している戦略はグローバル展開の強化です。東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」では海外売上高比率を30%から50%に引き上げる目標を掲げ、国内市場縮小という現実に対する戦略的な対応としての実現を目指しています。

代表取締役社長

吉村文雄



配信プラットフォームの普及により、日本のコンテンツを世界中に届けられる環境が整う中、東映グループはグローバルトップの配信会社との契約により、全世界約3億人※のユーザーに一斉に作品を届けことが可能になりました。かつて各国の映画会社と個別に交渉していた時代から考えると革新的な変化です。また、2025年4月に私自身がハリウッドを訪問し、現地スタジオに共同製作の提案と東映の撮影所へのロケ誘致を行いました。日本の時代劇や撮影技術への関心は非常に高く、具体的な企画も動き始めています。

特に期待しているのは『仮面ライダー』の本格的な世界展開です。今年から中国本土で日本の放送と同時に新番組の配信が行われ、海賊版流通防止とプロモーション強化の効果が着実に現れています。世界的人気を博したスーパー戦隊シリーズ『パワーレンジャー』のリブランディングと併せて、大きな可能性を感じています。

グローバル展開の成功には、それを支える人材と組織体制が

不可欠です。2025年4月に国際事業部門を発足させ、人員についても映画プロデューサーの配属や海外事業経験者の中途採用を積極的に進めています。2025年9月公開の日本・台湾・米国の3カ国合作映画『Dear Stranger／ディア・ストレンジャー』に出資を行うと共に、プロデューサーを現地に派遣して共同製作に取り組みました。また、世界規模でのアニメ市場の拡大を受けて、2025年4月にIP・アニメ開発部を新設しました。グループ会社である東映アニメーション株式会社とも連携し、既存実写IPのアニメ化等も含めて、アニメーション戦略の強化を図っています。

安定した収益基盤の構築

近年、東映グループが真摯に取り組んでいるのが、映像制作現場の環境改善です。2022年に設立された一般社団法人日本映画制作適正化機構(略称:映適)により制定された「映画制作の持続的な発展に向けた取引ガイドライン」(映適取引ガイドライン)の導入により、制作現場における就労環境の改善が進んでいますが、海外と比較するとまだ取り組むべき課題が山積しています。根本的解決のためには制作現場まで十分な費用が行き渡る収益構造の改善が必要だと感じています。

2025年9月から当社グループの映画館である「T・ジョイ」で実施した料金改定は、高騰するコストを吸収すると同時に、映画配給収入を増加させることを目的としています。この増収分を制作現場へ還元することで、業界全体の持続的な発展につなげたいと考えています。

こうした制作現場の課題やボラティリティの高い映像関連事業

を支えるために、東映グループでは収益基盤の安定・強化に向け、観光不動産事業の強化にも注力しています。映画館跡地を有効活用した商業ビルの賃貸事業を主軸として、住宅、オフィス、ホテル等の不動産を保有・運用しています。2025年11月には社員寮跡地に賃貸住宅を建設しました。また、銀座にある旧本社跡地の再開発も検討中であり、不動産収益によって映像事業の収益変動を吸収することで、安定的な経営基盤を構築してまいります。

東映グループらしさを大切にしたい未来創造

かつて東映グループは、王道から少し外れたところで一発当てるという「山っ気」のある会社でした。計画的で着実な経営を行うのは当然ですが、閃きによって新しい何かを仕掛け、当てていく東映グループらしいエネルギーな作品づくりの姿勢は失いたくありません。

今の東映グループを一言で表現するなら、「色とりどりの具材が入ったスープ」のような存在だと私は思っています。さまざまな要素が混じり合い、何を入れても美味しくなる。価値観の混在と共存が私たちのらしさです。外部からの新しい人材と、東映グループの文化で育った人材が融合し、新しい東映グループを作っていくことが、これからのあるべき姿だと考えています。これからも、『愛される『ものがたり』を全世界に』お届けするという使命を果たすため、映像事業収益の最大化、グローバル展開へのチャレンジ、人的投資の拡大、経営基盤の強化という4つの柱を軸に、持続可能な成長を目指してまいります。引き続き、変わらぬご支援をお願い申し上げます。

※米Netflixの2024年度第4四半期決算(2024年12月末時点)において、世界全体の有料会員数が3億人を突破と発表。

CHAIRMAN'S MESSAGE

第二の創業期の東映グループ 変革への覚悟と挑戦



東映株式会社

東映グループの歴史とハングリー精神

東映グループは、1951年の創業以来一貫してハングリー精神を持ちながら「経営課題の克服」を繰り返して発展してきたと言えます。

戦後の限られた資本の中で、映画という娯楽を事業化。ベビーブーム時代を迎えると、娯楽・レジャー産業への旺盛な需要が生まれ市場は拡大しました。やがて映画産業が衰退期に入ると、当時9,000人ほどいた従業員の雇用が課題になりました。当時の経営陣はリストラではなく、雇用を維持して新事業を創出する方向へと進みます。テレビへの進出、ボーリング場の運営、ビデオ事業の創出など、事業の多角化は、いずれも「市場が衰退するたびに新しい事業を創出する」ことを繰り返してきた結果です。

こうした歴史が示すのは、東映グループが単なる映像制作会社ではなく、社会情勢の変化に柔軟に対応する経営体質を築いてきたということです。この企業DNAこそ、現在直面する事業環境の激変に立ち向かう原動力となっています。

事業環境の構造変化と第二の創業

現在の事業環境は、少子高齢化やエンターテインメントの多様化など、創業期とは正反対の構造的課題に直面しています。私はこの状況を、抜本的な事業戦略の転換を図る「第二の創業期」であると認識しています。今日まで継続しているテレビ局・玩具メーカー等のパートナーと作り上げてきたビジネスモデルは、安定収益の基盤となっています。これを維持しつつ、いかに新たな収益源を創出していくか。この課題に立ち

向かうため、私が重視している3つの価値観があります。

第一は「覚悟」。各階層の責任者が自らの立場において明確な責任意識を持つこと。第二は「熟慮断行」。十分な議論を経て決定された事項について、組織一丸となって実行に移すこと。第三は「失敗を恐れない姿勢」。映像事業において失敗は避けられないものであり、その経験を次の成功への糧とする文化を醸成すること。これらの考えは、全社員が一丸となって新しい目標へと向かう上で重要な価値観だと思っています。

歴史を否定するのではなく、築いてきた資産を活用しながら、新規IPの開発と海外展開を通じた成長戦略を実現していく。次世代に向けた企業価値の創造に尽力してまいります。

代表取締役会長

多田 寛之

価値創造プロセス

価値創造プロセスを循環させることで東映グループの持続的な企業価値向上を目指し、社会の持続的な発展に貢献してまいります。

OUTCOMES

愛される「ものがたり」を全世界に

企業価値の向上

2033 年数値目標：売上構成比率 **海外50%**
営業利益 **250~400億円** ROE**8%以上**

社会価値の向上

「ものがたり」で世界の人々の心を彩り、
持続可能な社会づくりに貢献

INPUTS

人的資本

知的資本

社会関係資本

財務資本

製造資本

詳細は P.10

BUSINESS MODEL

- 企画～マルチユース展開のサイクルを通じて IP との接点を増大
- コンテンツの認知度向上・ファン化等を通じて収益を最大化



多様で魅力的な作品群を
生み出す源泉となる企画製作力

IP



OUTPUTS

財務情報 / 売上高 (2025年3月期)

映像関連事業 1,340 億円			
興行 関連事業	189 億円	催事 関連事業	112 億円
観光不動産 事業	68 億円	建築内装 事業	88 億円

非財務情報 (2025年3月期)

制作作品数	映画 34 作品	テレビ映画 416 話
作品を配信した国と地域	240	カ国 以上
チャンネル登録者 増加数 自社グループ運用 YouTube20 チャンネル	130	万人 以上
実施イベント来場者数* (約5,800会場)	227	万人 以上
レジャー施設来場者数 東映太秦映画村・東映アニメーションミュージアム	約 58	万人

マテリアリティ

- 01 愛される「ものがたり」をつくり、届け続ける
- 02 クリエイティビティを発揮するための人的投資
- 03 グローバル展開を目指した IP 創出力の増強
- 04 国内外パートナーとの連携強化
- 05 知的財産の保護と活用
- 06 サステナビリティ経営の高度化

詳細は P.11

*期をまたいで開催された催事・イベントについては、日別での集計が困難なため、開催期間中の来場者数を計上しています。

価値創造に向けた東映グループが持つ資本

東映グループでは、価値創造の源泉となる有形・無形のさまざまな経営資本を保有しています。長年愛される IP を始め、多様な人材、最新鋭の制作インフラ、パートナー企業との強固な信頼関係等を活用し、新たなエンターテインメントを創造します。

	人的資本	知的資本	社会関係資本	財務資本	製造資本
東映グループの強み	<ul style="list-style-type: none">●「東映グループ人権方針」、「東映グループ取引方針」および「東映コンプライアンス指針」を軸とした全てのステークホルダーとの対話と人権の尊重●IP創出力・マルチユース展開力の強化を目的とした戦略的な採用と配置●多種多様な人材の価値観を認め活かすダイバーシティ&インクルージョンの文化●「個」の力を強化するさまざまな人材育成制度	<ul style="list-style-type: none">●人気シリーズを始めとした多彩なIPポートフォリオ●長年培われてきた企画製作力●既存IPを効率的に活用し収益化するマルチユース展開力●国立映画アーカイブと連携した安全な環境下での原版保護●知的財産を守る情報セキュリティ	<ul style="list-style-type: none">●コンテンツの企画から制作、宣伝、営業体制を支える、強力な国内外パートナーとのネットワーク●他社運営の伝達媒体に依存しない豊富な自社プラットフォーム●自社のIPを伝え届けるためにファン化を促進する全国各地の直販店舗	<ul style="list-style-type: none">●重層的な収益構造と多様な事業を展開することで、不確実な社会に対応するレジリエンス性の高さ●ボラティリティの高いエンターテインメント業を支え、労働環境を維持するための安定した収益基盤	<ul style="list-style-type: none">●本邦随一の映像制作インフラ（撮影からポストプロダクションまでのワンストップ体制）●バーチャルプロダクションやモーションキャプチャーをはじめとした革新的な映像制作技術●自社のIPを伝え届けるためにファン化を促進する常設施設●安定した経営基盤を構築する自社グループが保有する不動産
定量データ実績	<ul style="list-style-type: none">●従業員数：1,764名●内企画・製作職：872名●内宣伝・営業職：510名●新卒採用数：66名●キャリア採用数：131名●女性管理職比率*1：21.4%	<p>多彩なIPポートフォリオ</p> <ul style="list-style-type: none">●劇場用映画：4,400作品以上●テレビ用映画：39,000話以上●配信用映画：600話以上 <p>4Kデジタルスキャン済みの原版数</p> <ul style="list-style-type: none">●劇場用映画：1,000作品以上●テレビ用映画：6,600話以上	<ul style="list-style-type: none">●配給劇場・シネコン数：435サイト●配信プラットフォーム数：100媒体以上●自社運営YouTubeサイト登録者数*2：1,000万人以上●催事・イベント会場数*3：1,900会場以上●直販店舗数*2：20店舗以上●配給会社数*4：60社以上	<ul style="list-style-type: none">●総資産額：463,639百万円●株主資本：206,050百万円●自己資本比率：57.1%●ROE：6.3%	<ul style="list-style-type: none">●撮影所・スタジオおよび研究所数：5箇所●国内外拠点数：73箇所●所有シネコン数：23サイト（230スクリーン）●所有テーマパーク・ミュージアム数：2箇所●所有商業・オフィスビル：11物件●所有ホテル：3物件●所有賃貸住宅：11物件 448戸（内店舗3戸）
強化に向けた取り組み内容	<ul style="list-style-type: none">●人事役員メッセージ（P30）●人的資本経営への取り組み（P31-32）	<ul style="list-style-type: none">●主要IP紹介（P19-20）●知的財産の保護と活用（P35）●情報セキュリティの取り組み（P46）	<ul style="list-style-type: none">●IP×キャラクター（P21-24）●IP×グローバル（P25）●国内外パートナーとの連携強化（P34）	<ul style="list-style-type: none">●財務戦略（P26）●財務ハイライト（P47）	<ul style="list-style-type: none">●東映グループ会社一覧（P13）●新技術の取り組み（P33）

※ 一部の数値を除き、2025年3月末時点実績 *1 東映㈱、東映アニメーション㈱、㈱ティ・ジョイの3社連結数値 *2 2025年8月時点実績 *3 東映㈱、東映アニメーション㈱の2社合算数値（延べ数） *4 ㈱ティ・ジョイの取引先数

マテリアリティ

「愛される『ものがたり』を全世界に」という東映グループの使命のもと、東映グループ中長期 VISION「TOEI NEW WAVE 2033」の実現に向けたマテリアリティ（重要課題）を策定いたしました。各マテリアリティにテーマを定め、目指す姿の実現に向けて、取り組みを進めてまいります。

マテリアリティ(重要課題)		取り組みテーマ	主なリスク	主な機会
01	愛される「ものがたり」をつくり、届け続ける	<ul style="list-style-type: none">● 質の高い作品やイベントの製作・提供を通して、社会に貢献する	<ul style="list-style-type: none">● 製作・配給作品やイベントの製作本数増加に伴う労働時間の増加による、人件費の増加、従業員エンゲージメントの低下 など	<ul style="list-style-type: none">● 安定した製作・配給作品やイベントの製作本数を維持することによる、売上高の増加、顧客の獲得、顧客満足度の向上 など
02	クリエイティビティを発揮するための人的投資	<ul style="list-style-type: none">● 人権の尊重● 戦略的な採用と配置● ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)推進と職場環境の整備● 「個」の強化	<ul style="list-style-type: none">● 労働環境が改善しないことによる、従業員エンゲージメントの低下● 差別・偏見・ハラスメントなどを放置することによる、企業イメージの毀損、顧客の離反、従業員エンゲージメントの低下● 社内やサプライチェーン上の労働環境・人権問題やコンプライアンス違反による、配給・配信の停止や商品の回収による、社会的評価の低下、売上高の低下● 人材の社外流出や確保困難 など	<ul style="list-style-type: none">● 対話を行い、適切な労働環境へ改善することによる、従業員エンゲージメントの向上● 人材育成・キャリア開発を行うことによる、生産性の向上● D&I推進経営を行うことによる、競争力の向上、イノベーションの促進、企業イメージの向上、リスク管理能力の向上● 多様な人材を受け入れることによる、人材の確保の容易化 など
03	グローバル展開を目指したIP創出力の増強	<ul style="list-style-type: none">● 東京撮影所・京都撮影所・アニメーション製作スタジオ等の拡充● 先端映像テクノロジー、撮影設備技術への投資	<ul style="list-style-type: none">● 撮影所の拡充や新規機材導入等の投資による事業費の増加 など	<ul style="list-style-type: none">● DX技術の活用による、撮影費や人件費の減少によるコスト削減● 映像技術の先進企業としてのブランド価値の創出 など
04	国内外パートナーとの連携強化	<ul style="list-style-type: none">● 海外ネットワークの構築● イベント、マーチャンダイジングへの展開促進● データドリブン／マーケティングの強化	<ul style="list-style-type: none">● 取引先との連携不足による、国内外での配給・配信本数や商品・サービスの販売機会の減少、新たな価値の提供機会の喪失、売上高の低下 など	<ul style="list-style-type: none">● 国内外の取引先と連携を強化することで、安定した配給・配信網・物流網の確保、商品やサービスの販売機会の拡大、売上高の増加 など
05	知的財産の保護と活用	<ul style="list-style-type: none">● 著作権、商標権の保護に関する取り組みの強化● 従業員に対する知的財産保護教育の徹底● 映像原版の保全● 国内外のIPマルチユース(二次利用・三次利用)の促進	<ul style="list-style-type: none">● 知的財産権の侵害による、企業イメージの毀損、売上高の低下、ブランド価値の低下● 映像原版を適切な環境で保管しないことによる、映像資産の喪失● 映像原版をデジタル化することによる、事業費の増加● マルチユース展開(二次利用・三次利用)の遅れによる、商品やサービスを通じた新たな価値の提供機会の喪失 など	<ul style="list-style-type: none">● 知的財産権保護教育による、侵害リスクの低下、従業員意識の向上● 映像原版をデジタル化することで、半永久的に映像資産を次世代に残す● 適切なタイミングでマルチユース展開を行うことによる、商品やサービスの販売機会の拡大、売上高の増加 など
06	サステナビリティ経営の高度化	<ul style="list-style-type: none">● 情報漏洩を防ぐためのセキュリティの強化● 脱炭素に向けた省エネ・再エネを活用したCO²削減● プラスチック製品等の廃棄物削減● 節水など水資源の保全への取り組みの強化	<ul style="list-style-type: none">● サイバー攻撃や従業員等の故意・過失による情報漏洩による、企業イメージの毀損、取引先・顧客からの信頼性の低下 など● 炭素税の導入による事業コストの増加● CO²削減のための設備投資等支出の増加● 再生可能エネルギーへの転換による電力価格の変動● 気候変動がもたらす自然災害の増加による撮影所・映画館・保有不動産への物理的な損害● 気温上昇に伴う撮影所・映画館・保有不動産での空調使用量の増加● 気候変動がもたらす自然災害の増加による、映画館の休業やイベント休止等に伴う来場者数の減少、売上高の低下	<ul style="list-style-type: none">● 情報セキュリティ強化による、取引先・顧客からの信頼性の向上● 情報セキュリティ教育による、情報漏洩リスクの低下、従業員意識の向上 など● 省エネや廃棄物削減、リサイクル、エネルギー供給源の見直し(再エネの活用)によるコストの削減● バーチャルプロダクション・AI等DX技術の活用によるCO²排出量や廃棄物の削減

東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」

東映グループでは、創業以来、多様で魅力的な作品群を生み出す源泉となる企画製作力とIPホルダーとして収益最大化を実現するマルチユース展開力という強みを活かして、多くの方から愛されるIPコンテンツを生み出してきました。

その中で、コンテンツ産業のグローバル化や消費者ニーズ、伝達媒体の多様化等の環境の変化を受け、コンテンツ展開のさらなる拡大を目指し、2023年2月に東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」を策定いたしました。東映グループの目指す姿に向けて、取り組みを進めてまいります。

「TOEI NEW WAVE 2033」重点施策

- 01 映像事業収益の最大化**
企画製作力の強化 / コンテンツのマルチユース促進 / IPライフサイクルの長期化
- 02 コンテンツのグローバル展開へのチャレンジ**
グローバルメジャーと共同開発・世界展開 / 現地企業とローカライズオリジナル作品の共同制作 / 世界的ネットワークの構築・海外ファンの育成
- 03 映像事業強化のための人的投資の拡大**
人権の尊重 / 戦略的な採用と配置 / ダイバーシティ&インクルージョンの推進 / 「個」の強化
- 04 持続的なチャレンジと成長を支える経営基盤強化**
事業基盤強化に向けた投資戦略 / コーポレート・ガバナンスの強化 / サステナビリティへの取り組み / 資本・財務戦略

2033

世界で愛されるコンテンツを
数多く創造発信している

数値目標

売上構成比率

海外: **50%** 国内: **50%**

営業利益（ベースライン）

250～400億円

ROE

8%以上

2023～

さらなる成長に向けた
企画製作力（IP創出力）
人材等への積極投資

2026～

実写・アニメともに
グローバルコンテンツの
創造発信基盤を確立する

収穫期間

実行期間

投資期間

再投資

2023

2024

2025

2026

2027

2028

2029

2030

2031

2032

2033

東映グループの事業内容と連結子会社

東映グループは、映像関連事業で培った専門性を活かしつつ、複数の事業領域で事業を展開しています。グループ全体の知と技術を結集することで、多様なニーズに応えるイノベーションを創出し、持続的な成長と企業価値の向上を目指します。

映像関連事業	劇場用・テレビ用・配信用・教育用映画の企画・製作、ビデオグラム化、キャラクター商品化など多角的に事業を展開しています。ポラティリティの高い事業ですが、マルチユース展開等により安定した収益基盤を構築しています。
興行関連事業	東映グループの興行事業は、(株)ティ・ジョイが担います。全国23劇場で映画に加えライブビューイング等も上映しています。2025年7月に長年親しまれた丸の内TOEIが閉館し、今後は(株)ティ・ジョイの劇場網が東映グループの作品の情報発信を牽引します。
催事関連事業	特撮ヒーローやアニメIPのショー・展示会、舞台演劇等の企画・興行に加え、映画パンフレットやイベントグッズの販売、リテール事業も展開しています。東映太秦映画村は2026年春に第1期エリアがリニューアルオープン予定です。
観光不動産事業	映画館跡地等の再開発による商業ビル賃貸事業を中心に、賃貸住宅事業も展開しています。ホテル運営もっており、「東映キャラクタールーム」等の独自サービスで事業価値増大と地域貢献を目指しています。
建築内装事業	東映グループの建築内装事業は、(株)東映建工が担います。映画館や撮影スタジオの内装で培った専門技術を活かし、オフィスや商業施設の内装も手掛けています。今後は大規模施設の開発も視野に入れ、映像事業のノウハウで新しい空間価値を創造します。

●映像関連事業 ●興行関連事業 ●催事関連事業 ●観光不動産事業 ●建築内装事業

会社名	事業内容	区分
東映アニメーション(株)	映像製作・販売事業、版權事業	●
TOEI ANIMATION INCORPORATED (ロサンゼルス)	映像販売事業	●
TOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITED (香港)	映像販売事業、版權事業	●
TOEI ANIMATION EUROPE S.A.S. (パリ)	映像販売事業	●
TOEI ANIMATION PHILS., INC. (フィリピン)	映像編集事業	●
TA KZ Film Kft. (ハンガリー)	映像製作事業	●
東映アニメーション音楽出版(株)	音楽制作事業、音楽著作権事業	●
(株)タバック	音響制作・映像編集事業	●
(株)ティ・ジョイ	シネマコンプレックス運営事業	●
(株)アマゾンラテルナ	映像製作事業	●
(株)東映建工	建設内装事業	●
(株)東映エージェンシー	映像プロモーション事業	●
東映ビデオ(株)	録音録画物の製作・販売事業、映像製作事業	●
(株)セントラル・アーツ	映像製作事業	●
(株)東映テレビ・プロダクション	映像製作事業	●
東映ラポ・テック(株)	ポストプロダクション事業、アーカイブ事業	●●
(株)東映太秦映画村	テーマパーク運営事業	●
(株)東映ホテルチェーン	観光サービス事業	●
三映印刷(株)	印刷事業	●
東映シーエム(株)	CM映像製作事業	●
東映衛星放送(株)	衛星放送事業	●



東映株式会社
取締役
映像本部副本部長兼映像企画部担当、
撮影所事業部門長、京都撮影所長、太秦地区担当

小嶋 雄嗣
Yuji Kojima

MESSAGE

テレビドラマのプロデューサーから始まり、(株)東映テレビ・プロダクションと京都撮影所の所長を歴任し、40年以上にわたり一貫して映像コンテンツの企画・製作の現場に向き合ってきました。この間には、大きな変化もたくさんありましたが、社内内外の皆さまのお力を借りて乗り越えることができました。そうした製作実務経験を活かし、若い世代にきちんとバトンを渡してゆ�ために日々、チャレンジ精神を持って思考と行動を重ねています。

事業紹介 01

映像関連事業

映画・ドラマ・コンテンツ関連事業

事業内容

東映グループの映像関連事業は、劇場用映画や特撮作品を含むテレビドラマの企画・製作を中核として、長年にわたり愛される作品をつくり続けてきました。映画配給やテレビ放映はもちろんのこと、映像から生まれるIPを活かしたマルチユース展開により、作品のキャラクターや版權を用いた玩具、食品、アパレルなどの商品化ライセンス事業は収益の大きな柱となっています。さらに、DVD・Blu-ray等のビデオグラム化、キャラクターショー、ゲーム化、出版、配信、音楽事業等で展開をしており、作品の世界観をさまざまな形でファンに届けることで、安定した収益基盤を構築しています。その他、劇場用映画等のポストプロダクションなら



2025年度公開作品(一部)

びにアーカイブ事業、劇場用映画等の海外への輸出入、各種映像作品の制作請負、広告代理業、テレビコマーシャルの制作等も行っております。

事業の強み

東映グループの映像関連事業の持続的成長は、事業の根幹をなす「4つの強み」によって支えられています。

第一に、IPの企画・製作から配給、二次利用に至るまでを一貫して手掛ける「垂直統合型」の事業構造です。これにより収益機会を最大化し、創出したIPをイベントや商品化などマルチユースに展開することで、IP価値をさらに高めています。

第二に、この戦略の核となる、時代や国境を超えて支持される多彩なIPポートフォリオです。アニメ、特撮、実写映画など、自社で保有する豊富なIPは、安定した収益と将来の成長を生み出す源泉となっています。

第三に、高品質なIPを継続的に創出する制作体制です。70年以上の歴史で培われた独自のノウハウやクリエイターとの強固な関係性は、他社が容易に

模倣出来ない大きな強みです。

そして第四に、未来を見据えた技術投資への積極的な姿勢です。バーチャルプロダクション等の先進技術を駆使した制作プロセスの革新や、トークン研究所を筆頭に最先端技術を活用した新たな映像表現を追求しています。

これら「4つの強み」が相互に作用することで、当社は変化する市場環境においても確かな優位性を発揮し、企業価値の持続的な向上に努めてまいります。

成長戦略(2023年“ありたい姿”に向けて)

人間だけが紡ぐことのできる「ものがたり」は、人々の心を豊かにし、社会に活力を与える大きな力を持っています。東映グループは、長年にわたり映像コンテンツを中心に数多くの「ものがたり」を創造し、国内外の多くの方々に感動を届けてまいりました。

この「ものがたり」を創造する力、すなわちIP創出力こそが、東映グループの競争力の核心です。私たちの使命は、日本で生まれたIPを世界中のお客さまに届け、グローバルな感動を創出することにあります。その実現に向け、世界各地の有力なパートナー企業との連携を強化し、共同事業展開を加速させてまいります。東映グループの豊富で多彩なIPポートフォリオと企画製作力を、現地のネットワークや知見と融合させることで、世界中の皆さまから支持され、心待ちにいただけるエンターテインメントをつくり続けます。



東映アニメーション株式会社
常務取締役
営業企画本部長

篠原 智士
Satoshi Shinohara

MESSAGE

東映株式会社にて36年間、キャラクター事業、イベント、海外業務、映像販売、映画宣伝を経験し、2022年に現在の東映アニメーション株式会社に転籍しました。同じグループですので、基本的なフォーマットやスピリッツは近く、大きな戸惑いは感じませんでしたが、東映アニメーション株式会社の海外市場に対する向き合い方は「目から鱗」の思いでした。東映アニメーション株式会社には国際部なるものが存在せず、全ての部署が世界を念頭において事業が組み立てられていることは衝撃でした。広く、果てしない「世界」という市場に、企画力、営業力、技術力というさまざまな「武器」を携えて、勝負できる会社でありたいと願っております。

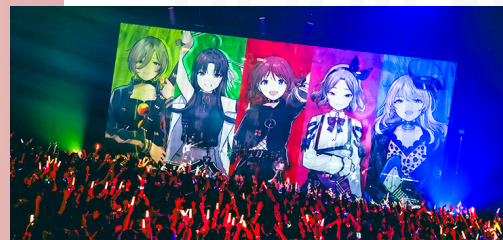
事業紹介 02

映像関連事業

東映アニメーション株式会社

事業内容

東映グループの映像関連事業の中で、アニメ事業につきましては、グループ会社の東映アニメーション株式会社が主体となって運営しております。半世紀以上の長きにわたり数多くの時代を彩る名作やヒット作を手掛けており、現在放映中の『ワンピース』や『ドラゴンボール』シリーズ、『プリキュア』シリーズをはじめ、今なおアニメ業界の最前線で多くの作品を生み出し続けています。劇場用映画やテレビ用映画の企画・製作をはじめ、作品に登場するキャラクターの商品化権許諾、映像著作権に関する許諾等を行っており、DVD・Blu-ray等のビデオグラム化、キャラクターショー、ゲーム化、出版、配信、音楽事業等、さまざまなメディアや自社プラットフォーム



『ガールズバンドクライ』トゲナシトゲアリLIVE

で多角的に展開をすることで、安定した収益基盤を構築しています。

事業の強み

東映アニメーション株式会社は、1956年の創立以来、類まれなる企画力と発信力を持ち続け、数多くの良質な作品を製作し続けてまいりました。その最大の特徴は入口(企画・製作)から出口(管理・営業)まで、組織として一貫通貫の形で作品を計画的にオペレーションできる体制があることです。その結果、各担当部署が綿密に連動し、作品の価値最大化を実現しております。もう一つの特徴として、海外市場での展開力の強さがあります。業界に先駆けて、早い段階より海外戦略を視野に入れ、香港(TOEI ANIMATION ENTERPRISES LIMITED)、ロサンゼルス(TOEI ANIMATION INCORPORATED)、パリ(TOEI ANIMATION EUROPE S.A.S)、上海(TOEI ANIMATION (SHANGHAI) Co., LTD.) に海外子会社を設置して、きめ細かくスピーディーな営業体制を確立した結果、現在では売り上げの約60%

が日本以外からの収入という実績を成立させております。また、営業ブランチャだけではなく、フィリピンに制作拠点(TOEI ANIMATION PHILS., INC.)、上海に企画会社である「東映動漫」を設置して、日本発の作品だけではなく、さまざまなエリアから世界に向けた新しい形での作品発信ができる体制を整えております。

成長戦略(2033年“ありたい姿”に向けて)

東映アニメーション株式会社では5年先、10年先を見据えて、自社IPのさらなる拡充を目指して、国内外を問わず、企画・製作・営業の拠点を増やしていくとともに、既存作品の営業基盤の拡大、業界最先端の技術力を背景に、オリジナル作品を含めた今までとは異なる新しい形での作品の創生、大きな財産である莫大で良質な過去作品の活用、再構築を実現していきたいと思ひます。

東映アニメーション株式会社は今後も「世界中の人々を魅了する、アニメ業界のトップランナー」を目指して、世界の海原に出航してまいります!



「MIPCOM」商談ブースinカンヌ



株式会社ティ・ジョイ
専務取締役
事業統括

金岡 紀明
Noriaki Kaneoka

MESSAGE

株式会社東急レクリエーションでの映像事業の経験を評価いただき、2013年に株式会社ティ・ジョイの取締役に就任いたしました。現在は専務取締役として実務全般を統括し、社内外で活動させていただいております。これまでは「IMAX®」「Dolby Cinema®」等の最新設備導入に力を注ぎましたが、これからは株式会社ティ・ジョイならではの新たな価値を創造するためにまい進してまいります。

事業紹介 03

興行関連事業

株式会社ティ・ジョイ

事業内容

東映グループの興行関連事業は、グループ会社の株式会社ティ・ジョイが経営を行っております。

2025年7月に東映株式会社の完全子会社となったことで、より一層の連携強化を図ってまいります。

株式会社ティ・ジョイは国内23劇場230スクリーン（共同運営含む）を有し、劇場用映画の上映のみならず、デジタル設備を活かした映画以外のコンテンツ（ODS）上映も積極的に行っております。『ゲキ×シネ』やライブビューイングなどを通じ、新しい映画館の楽しみ方を提供しています。

一方、長年、東映グループ作品の封切館として初日舞台挨拶などを数多く実施してきた直営劇場の丸の内TOEIは、2025年7月に閉館しました。今後は株式

会社ティ・ジョイの劇場網が、東映グループ作品の情報発信においても中心的役割を担っていきます。

事業の強み

株式会社ティ・ジョイの強みは、経営理念に掲げる「エンターテインメント・コンプレックス」の実現力です。これは映画館を「高品質なコンテンツを積極的に発信する場」と捉え、劇場の可能性を無限に広げる独自の事業モデルを指します。

具体的には、①先進的な劇場開発力として、世界初の商業用デジタルシネマ機導入（T・ジョイ東広島）、業界最速で株式会社ティ・ジョイ運営劇場100％デジタルシアター化、「Dolby Cinema®」（T・ジョイ博多）・「ScreenX with Dolby Atmos」（T・ジョイ京都）を日本初導入など、常に最高の鑑賞環境を追求。②コンテンツの企画・開発力として、映画のみならず音楽ライブや演劇のライブビューイングを業界に先駆けて定着させました。さらに、③独自の体験価値創造として、作品と連動したオリジナル商品を開発・販売しております。



T・ジョイ横浜



T・ジョイ エミテラス所沢

これら「驚きと感動」に満ちた総合的なエンタメ体験を提供している点が最大の強みです。

成長戦略（2023年“ありたい姿”に向けて）

2023年に向け、株式会社ティ・ジョイは東映グループの中核として「劇場体験価値の最大化」を推進します。ハード面では、緻密なエリアマーケティングに基づき、未出店地域や都市部の重要拠点への新規出店の展開を進め、盤石な事業基盤を築きます。

ソフト面では、強みであるライブビューイングの拡充に加え、「新たなコンテンツの創造」を加速していきます。東映グループのIP（アニメ・特撮等）を活用したオリジナル企画・製作や、舞台・音楽など多様なジャンルとの連携を深め、株式会社ティ・ジョイ運営劇場でしか味わえない独自のコンテンツを提供してまいります。

これらハードとソフトの融合により、映画館を単なる鑑賞の場から、そこでしか得られない特別な「コト」が集う「体験型メディア」へと進化させ、持続的な成長を目指します。



東映株式会社
上席執行役員
事業推進本部長兼商品事業部長、新規事業開発部長

吉元 央
Takashi Yoshimoto

MESSAGE

1986年に東映株式会社に入社以来、長きにわたるイベント事業に携わってきました。まだ世の中にイベントという言葉さえなかった時代から自社IPを使い展示型催事、ライブエンターテインメント等さまざまなイベントを立ち上げてきました。この経験と実績を活かし次世代に向けリアルとバーチャル両面から新たな「エンタメの柱」を生み出し続けていきます。

事業紹介 04

催事関連事業

催事事業（イベント事業・商品事業）
テーマパーク事業

事業内容

東映グループの催事関連事業は、催事事業（イベント事業・商品事業）と株式会社東映太秦映画村が経営するテーマパーク事業を展開しています。

イベント事業は、東映グループが保有する特撮ヒーローやアニメのIPを使用したショーや展示関連をはじめ国際文化催事、サブカルチャー展覧会また舞台演劇に至るまで幅広いジャンルの催事を全国の美術館、遊園地、百貨店、劇場、コンベンションホールで企画・制作・興行を行っています。また他社IPに関しても、権利保有者と共同でイベント開発をするなど、積極的に展開しています。

商品事業は、映画の劇場用パンフレットをはじめイベント関連グッズ等の商品開発から、自社EC通販



2024年度 実施イベント・舞台（一部）



仮面ライダーストア東京

サイトでの販売までを一貫して手掛けています。また2020年以降「仮面ライダーストア」を東京、大阪でオープン。ポップアップストアも全国で展開するなど、IPを軸としたリテール事業も強化しています。テーマパーク「東映太秦映画村」については2028年まで全面リニューアル工事をしており、2026年春に第1期エリアがオープンする予定です。

事業の強み

イベント事業は、東映グループのIPを使用したショーや展示型催事の企画営業をはじめとして、海外の貴重な宝物を日本で紹介する国際文化催事、サブカルチャー催事、さらにライブエンターテインメントのノウハウを活かしての舞台演劇に至るまで幅広いジャンルのイベントを手掛けてきました。また、自社主催の興行型の催事を数多く実施する事で、現在では企画制作から、営業、宣伝、チケット販売、催事の実施までワンストップで対応できる組織となっています。さらに札幌、名古屋、大阪、福岡の全国4箇所に営業室を配し、各エリアの媒体やイベントクライアント等パートナーと密な関係を築いています。他に類を見ない全国に強力な配給網を確立しており、大きな強

みとなっています。

また商品事業についても、劇場用パンフレットや商品制作で得たノウハウを、「仮面ライダーストア」や自社通販サイトである「東映オンラインストア」、そして各イベントのオリジナル商品販売に転用することで収益を上げています。

成長戦略（2023年“ありたい姿”に向けて）

今後の催事事業については、海外を視野に入れた展開を目指します。2024年度にはアジア圏にて主要IPである『仮面ライダー』の展覧会やポップアップストアを実施しており、企画段階から海外市場を視野に入れた流れをスタンダードにしていきたいと考えています。

また、これまで実施したさまざまな催事から得た消費者動向データをしっかりと分析し、新規の企画や商品に反映させることで、競争力の強化を図ります。最後に、従来、自社や他社の既存IPを使用したイベントや催事化、商品化を中心に収益を上げてきましたが、今後は映像起点ではない、催事や商品を起点とした新規IPの創出に積極的に挑戦していきたいと考えています。



東映株式会社
常務取締役
不動産事業本部長兼不動産戦略部長

鎌田 裕也
Yuya Kamata

MESSAGE

東映株式会社は歴史のある映画・ドラマ製作を中心とした映像関連事業を本業とする会社ですが、私は入社以来一貫して不動産事業に携わってきました。過去にはマンションや建売住宅分譲も展開していましたが、バブル崩壊後の総量規制により事業整理を余儀なくされました。その後、開発や新規取得を着実に積み重ね、現在は収益基盤を強化する安定的な賃貸事業を確立。本業の収益変動を支ええる役割を第一義に、高稼働率の維持と長期的視点でのポートフォリオ最適化を推進し、持続的成長を目指してまいります。

事業紹介 05

観光不動産事業

不動産賃貸事業・ホテル事業

事業内容

東映グループの観光不動産事業は、自社保有資産の有効活用を軸に展開しています。

不動産事業では、東京、広島、福岡など主要都市の映画館跡地や撮影所の一部を商業ビルなどに再開発し賃貸事業を行っています。また、東京都内を中心として賃貸住宅業にも力を入れており、2025年の秋に自社社員寮跡地を再開発した賃貸マンションを建設しました。

またホテル事業では、「あなたの東映ホテル」をコンセプトに、新潟・福岡のシティホテルと湯沢の温泉リゾートホテルを直営。駅近の好立地に加え、宴会場やレストランも充実しています。さらに、「東映キャラクタールーム」といった独自の客室を提供し、多様なニーズに応えることで、東映らしさを活かした地

域貢献と事業価値の増大を図っています。

事業の強み

東映グループの不動産賃貸事業は、東京を中心に全国主要都市の好立地物件を保有し、地方においても高水準賃料を確保できる希少性を備えています。繁華街の商業不動産を中核に、オフィス、レジデンス、テーマパークといった多用途をバランスよく組み合わせたポートフォリオは、経済環境の変動に対して高い耐性を発揮します。この盤石な事業体制により、ボラティリティの高い映像・エンターテインメント事業を下支えし、グループ全体の経営基盤を安定的に成長させてきた実績は、持続的成長の大きな原動力となっています。

成長戦略（2033年“ありたい姿”に向けて）

不動産賃貸事業は、安定収益の確保と持続的成長を両立する収益基盤として、稼働率の最大化と空室期間の最短化を徹底し、長期的な効率性向上を追求しています。自社所有不動産の再開発は、物価や建築費・資材費の動向を慎重に見極め、投資効率を確保しつつ段階的に推進します。ホテル事業では、拡大するインバウンド需要を着実に取り込み、地域特性を活かした運営と施設改修により収益性を向上させます。また今後は地価高騰が続く首都圏市場を精査し、築古から築浅への資産入替を軸に堅実なポートフォリオの最適化を進め、グループ全体の保有資産を活用し、株主価値の向上を図ります。



ルーヴェ東大泉

新宿三丁目イーストビル

事業紹介 06

建築内装事業

事業内容

東映グループの建築内装事業は、1958年に創業したグループ会社の株式会社東映建工が担っています。長年にわたり、東映グループとの緊密な連携と独自の技術力を基盤に、豊富な経験と実績を積み重ねてきました。

この事業の最大の特徴は、映画会社ならではの「映像を軸にした内装工事」にあります。映画館の設計・施工、撮影スタジオやアミューズメント施設の特設内装など、映像の世界観をリアルな空間として具現化する高い専門性を誇ります。このノウハウは一般建築の分野にも活かされ、オフィスや商業施設などでも着実な実績を上げています。

今後は既存の事業領域にとどまらず、大規模施設の開発なども視野に入れ、自由な発想で潜在的なニーズを先取りする方針です。映像事業で培ったクリエイティビティを武器に、新しい価値を持つ空間を積極的に創造していきます。

東映グループ 主要IP紹介 TOEI GROUP'S

MAJOR IP WORKS

実写



『相棒』シリーズ



『科捜研の女』シリーズ



『探偵はBARにいる』シリーズ



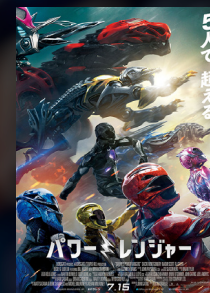
『あぶない刑事』シリーズ



『仮面ライダー』シリーズ



『スーパー戦隊』シリーズ



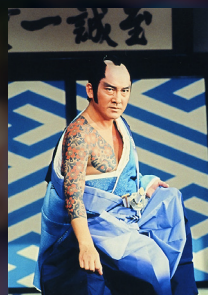
『パワーレンジャー』シリーズ



『仁義なき戦い』シリーズ



『暴れん坊将軍』シリーズ



『遠山の金さん』シリーズ



『メタルヒーロー』シリーズ



『ロボットアニメ』シリーズ

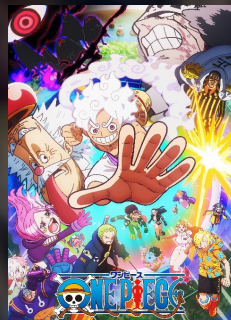
東映グループ 主要IP紹介 TOEI GROUP'S

MAJOR IP WORKS

アニメ



『ドラゴンボール』シリーズ



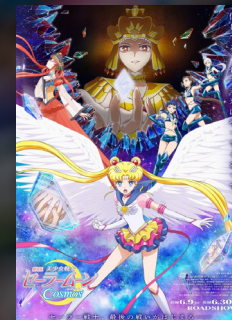
ワンピース



『プリキュア』シリーズ



スラムダンク



美少女戦士セーラームーン



『デジモン』シリーズ



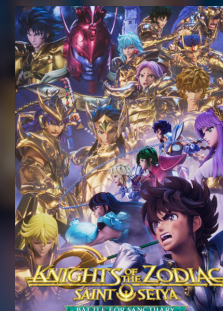
ガールズバンドクライ



『ゲゲゲの鬼太郎』シリーズ



おしりたんてい



聖闘士星矢



ふしぎ駄菓子屋 銭天堂

「世界」への挑戦

皆さまとの

IP×CHARACTER

キャラクター戦略部とは

東映グループは、『仮面ライダー』シリーズや『スーパー戦隊』シリーズをはじめとする数多くの実写IPを長年にわたり展開してまいりました。そして近年、こうした事業を取り巻く環境は大きな変化を迎えております。これに対応すべく、東映株式会社および関連グループ会社全体の取りまとめ役として2023年7月に新設されたのが「キャラクター戦略部」です。

当部の大目標は「国内外を問わず高い市場競争力を有し、多くの皆さまの幸せに貢献するIPを、企業として継続的に生み出し、さまざまな活用を通して中長期で育成していく事ができる体制構築」です。現在は個々のIPの事業調整をしながら、その体制づくりに取り組んでおります。

「世界」を目指して

IP戦略の当面の最重要ポイントは「世界（グローバル）」です。国内外の市場動向を踏まえると、IPの「世界市場における競争力強化」は急務ですが、同時に大きなビジネスチャンスでもあります。現在、個々のIPおよび事業体制全般が抱える課題は複雑かつ多岐に及びます。まずはこの「世界市場における競争力の強化」に真摯に向き合い、長年培ったノウハウを継承しつつも、新たなマインドセットで各事業を進めるべく取り組んでおります。これにより、IP全体の課題を解決し、大きなチャンスも掴むことができると考えています。

ボルテスVレガシー



ビーロボ
カブタック



5つの戦略ポイント

1 実写IPの強化

長年「実写IP」を扱ってきた東映グループだからこそ、「実写IP」の可能性を追及し、新たな体制のもとで、世界での競争力を備えたIPに進化させていく事ができると考えています。

そのファーストステップとして、パートナー企業の皆さまのお力添えと、企画製作チームの尽力のもと、まずは国内テレビ放映作品の製作スケジュールの前倒しを行いました。『仮面ライダー』シリーズに関しては約5カ月完成が早くなり、海賊版流出の阻止やプロモーションの充実など国内外で大きなメリットが出ています。これにあわせて企画面でも世界基準の視点が入り、競争力強化に向けた動きは進んでいます。また、映画部門と協力し、劇場作品でも、ファンの皆さまのご期待に応える企画を推進しています。

2 ローカライズの強化

「世界」と一括りにしても、文化や価値観は地域ごとに異なります。そのため、世界でのIP展開には現地企業の皆さまと協力して、現地に根差したビジネスモデルを構築する「ローカライズ」がとても大切です。ここは海外部門が引き続き大きく力をいれ

ており、フィリピンでの『超電磁マシン ボルテスV』、中国での『ピーロボ カブタック』といった、既存IPのリメイク作品の共同製作など、実績を重ねています。また、『仮面ライダー』シリーズのアジア地域でのライセンス事業においても、現地商品が増え、着実に成果を上げています。



仮面ライダー
ゼット



ナンバーワン戦隊ゴジウジャー

3 アニメ開発の強化

東映グループが実写IPに注力してきたことは大きな強みですが、一方で世界市場ではアニメIPの需要が高まっています。そのニーズに応えるため、2025年4月に新設された「IP・アニメ開発部」及び「国際企画戦略部」と協力し、過去IPをアニメでリブートする企画を推進しています。さらにアニメと親和性の高いコミック事業も、今後の成長領域として重視しています。

4 新しいマインドセット

これまで東映グループは映像製作会社として、「良質な映像製作」を中心にキャラクターIPビジネスを進めてまいりました。今後もその重要性は変わりません。一方で当たり前の事ですが、IPビジネスは、あらゆるメディア、形での生まれ方が存在し、映像以外でもさまざまな方法でお客さまに楽しんでいただく事が可能です。また、個々のIP製作だけでなく、それらシリーズの中長期での良質な提供も、ファンになっていただいたお客さまと一緒にIPを育てていく、重要な事業になります。

今後はIPとお客さまの無限の可能性を、改めて強く意識し、より多くのお客さまのさまざまなニーズにお応えできるよう、多彩なサービスを展開する事で、IPビジネスをこれまで以上に大きく成長させてまいります。

5 IP軸での組織強化

新しい体制の基盤として、事業構造改善を図っています。各事業の収益・役割・課題を整理し、IP軸での組織強化に取り組んでおります。一例として、近年重要性を増すIP全体のマーケティング・プロモーションについても、映画宣伝部や映画戦略部マーケティング室と連携し、新たな体制づくりを検討しています。

他にも、さまざまな議論を通じて明らかになった課題は、IPのさ

らなる成長を可能にする「潜在的な機会」でもあります。これらの機会を着実に成果へと結びつけるため、部門間およびグループ間の連携と調整に積極的に取り組み、継続的な成長を実現してまいります。

現場から生まれる新たな挑戦

変革の中で、個々の担当者たちの熱意と努力により、「お客さまに楽しんでいただくこと」への意識の変化の兆しが見え始めています。これらの取り組みを通じて、会社として前に進んでいる事を、社員一同感じています。

- 子どもたちに楽しんでもらう事に真正面から挑戦した『爆上戦隊ブンブンジャー』
- 仮面ライダーの多様な魅力を引き出しファン層を広げている『仮面ライダーガヴ』
- 放送から25年の時を経て、ファンと盛り上がる『仮面ライダークウガ展』
- ファミリーに楽しんでいただけるYouTube『せんたいライダー Kidsチャンネル』



仮面ライダークウガ展



爆上戦隊ブンブンジャー



せんたいライダーKidsチャンネル



仮面ライダーガヴ

IPビジネスで大切にしたいこと

最後に、東映グループがIPビジネスにおいて大事していきたいこと、それは「共感」です。IPは、人と人のさまざまな感情の共感から生まれ、その共感の輪が広がる中で成長していきます。お客さまと共にIPを楽しみ、共感できる関係性を築く事が、事業成長の要であると認識しています。

また、IPの成長には、多くのパートナー企業との協働が不可欠になります。その皆さまとの共感も同様に重要です。理想は、お客さま・パートナー企業・東映グループが三位一体となり、IPを通じて共感の輪を広げ、新たな価値を創出していくことです。その実現に向け、今後も組織として不断の努力を重ねてまいります。

MESSAGE

東映グループにおいて20年以上、キャラクタービジネスに携わってまいりました。その中で強く感じるのは、キャラクターの夢は多くの皆さまの「善意」と「志」に支えられて形作られてきたということです。この場を借りて、長い歴史の中で、東映グループが取り扱わせていただいたキャラクターを支えてくださった皆さまに、改めて心より感謝申し上げます。

東映株式会社
キャラクター戦略部
チーフマネージャー

加藤 寛士
Hiroshi Kato



東映株式会社
上席執行役員

白倉 伸一郎
Shinichiro Shirakura

東映株式会社 上席執行役員キャラクター戦略
部担当兼映像企画部ヘッドプロデューサー。
1965年東京都生まれ。1990年東映入社。数々
の人気特撮作品を手掛け、日本を代表するIPの
育成と展開に貢献。

東映アニメーション株式会社
執行役員

鷲尾 天
Takashi Washio

東映アニメーション株式会社 執行役員・企画
部エグゼクティブプロデューサー兼製作部長。
1965年秋田県生まれ。1998年東映アニメー
ション入社。人気アニメシリーズなど数多くの作
品を手掛け、国内外で高い評価を得る。『プリ
キュア』シリーズを生み出し、20年続く国民的ア
ニメIPへと育て上げた。

SPECIAL TALK SESSION

プロデューサーが語る、未来の「ものがたり」

IPビジネスの現状と課題を見つめて

—まず、現在のIPビジネスの変化について
お聞かせください。

白 東映は、これまで「映像ファースト」でやっ
てきました。まず映画やテレビ番組があっ
て、それに伴うさまざまなビジネスが広がっていく
という形です。しかし、日本発のキャラクターやIP
でメジャーなものを見ていくと、必ずしも映像発
ではないものが世界的な広がりを見せている。
東映グループも映画会社ではなく、IP会社になっ

ていく必要があると思います。

鷲 アニメーションの場合、キャラクターは
ずっと中心にあります。それを受け取る
側のメディアがSNSや有料配信、テレビ、映画、さ
らにイベント映像とものすごく変化しています。こ
うした変化に対応する必要がある一方、キャラク
ターがビジネスに成長するには「ストーリー」が
必要です。どんなキャラクターだったら人気が出
るのか、誰が最も支持してくれるのか。そこをいか
に見せるかが、世界を相手にしたときの大きな課
題と言えます。

白 ストーリーとは単なる物語の筋ではなく、作
品を取り巻くすべての体験ですね。社会
的文脈や観る側の人生背景まで含めてはじめて
成立する。多くの人の手によってつくられる総合
的な表現が映像作品の「ものがたり」だと思います。
—東映グループの強みとは何でしょうか？

鷲 「諦めの悪さ」が良いところだと思います。
す。ヒット作というのは必ずしもすぐに評
価されるわけではなく、最初は一部のファンしか
ついていなくても、それを数十年続けていく中
で、かつて子どもだった方たちが思い出し、再び

楽しんでくれるようになります。東映アニメーシ
ョンは、そうした継続できる環境がある稀有な会社
だと思います。

白 東映グループの強みは「量産体制」にあ
ると思います。東西に撮影所やアニメー
ションスタジオを持ち、そこで数多くの作品をつく
り出し、ヒットを育てていくという力があります。も
う一つは「戦いのDNA」ですね。時代劇からアニ
メに至るまで、なぜか主人公は戦っているんです
よ(笑)。これは理屈ではなく、長く続く文化のよう
なもの。挑戦を繰り返す中でヒットが生まれる—



知見や強みを融合させ

東映グループならではの

新しい「ものがたり」を

まさにこれが東映イズムです。

驚 東映イズムということであれば、ある外部の関係者から「東映アニメーションは見得を切るのが得意だ」と言われたことがあります。これは歌舞伎に通じるもので、戦っている最中なのに、誰も手を出さずに大見得を切っている主人公がいる。それを描くのがものすごく上手いと。これは連綿と受け継がれてきた東映らしさの一つかもしれません。

2033年に向けた挑戦と未来像

—中長期ビジョンにおける海外展開の具体的な戦略は？

白 東映として、まず人気作品を活用していきます。『仮面ライダー』シリーズが2026年に55周年、2031年に60周年と節目が続く中で、まずは既存IPを軸に、並行して新規IPの立ち上げにも取り組んでいきます。

驚 東映アニメーションでは、次のステップは「海外と共につくる」と考えていて、ア

ジアや欧米のパートナーと合作を進めています。とはいえ、すぐに成果は出ないので、今は「国内でつくって海外に届ける」という輸出と共創を両立する体制を続けています。

白 配信の普及もあって海外でも日本のIPを受け入れる下地ができつつあります。届け先が広がると夢も一気に広がるし、面白さもネタ違いです。グローバルな視点が確実に求められていますね。

驚 確かに、逆に日本の視聴者も海外作品に対してフラットになってきたなど。言語や国籍に縛られず、「面白いものは面白い」と受け止める空気ができている。そういう意味でも、日本発のIPが海外で評価される可能性はこれからもっと広がるはずです。

—今後のプロデューサー像も変わっていくのでしょうか？

白 東映グループはプロデューサーシステムで回っている会社ですが、個人に頼るのではなく、組織が重要だと思います。万能選手を求めると平凡になってしまう。これまでの名物プロデューサーたちはどこか特化した才能を持っていました。

驚 まさにその通りで、『プリキュア』や『おしりたんてい』も、自分が面白いと思っていたところにスタッフの一人が「これ面白いですね」と言ってくれたから、もうやっちゃえと。ただそれ

が必ずしも上手くいくわけではなくて、実は表に出ていませんが、こそっと始めてうまくいかなかったものも山ほどありますよ。

白 そういう試行錯誤を許容する土壤があってこそ、新しいものが生まれる。個人の才能を活かすのは組織次第です。

驚 今は、失敗を避ける空気が会社にも世の中全体にもありますが、私たちは数多くの挑戦と失敗を重ねてきました。挑戦できる風土は守るべきです。

—新技術への対応についてはどうお考えですか？

白 バーチャルプロダクションやAI、メタバースなどの新技術も結局は道具です。大切なのは、それをどう使って面白いコンテンツを作るかということ。技術ありきではなく、あくまでお客さまに喜んでもらえるものを作るための手段として捉えています。

驚 新しい技術に目が行きがちですが本質は変わらない。キャラクターの魅力をいかに伝えるか、どうやって人の心を動かすか。そこが一番重要で、新技術を使いこなせるプロデューサーも必要ですが、まずは基本的な企画力、ストーリーを構築する力が土台になります。

白 組織として若手をどう育てるか、どう失敗を許容するか、そしてどう新しい技術を取り入れていくか。これら全てがこれからのプロ

キーワードは

「創造的結合力」と

「持久力」です



デューサー育成には必要だと思います。一人のスーパープロデューサーを育てるのではなく、チーム全体で良いものを作れる環境を整備することが重要です。

—最後に、未来を担う世代に向けてメッセージを。

驚 キーワードは「創造的結合力」と「持久力」です。既存のものを意外な形で結びつけたり、組み合わせ、新しい意味をつくり出す。それを時間をかけて育て、継続していく粘り強さ。この二つがあれば、新しい「ものがたり」はきっと生まれると思っています。

白 今は日本発のIPを世界に届ける、またとないタイミングです。実写で魅せる東映と、アニメで夢を描く東映アニメーション。互いの知見や強みを融合させれば東映グループならではの新しい「ものがたり」が創造できます。もっと自由に、大胆に、人々の心を震わせる未来を描きたいと思っています。「乞うご期待!」ください。

東映のIPをつくる、育てる、届ける

今後の東映グループの成長にとって、海外(グローバル)市場が重要なポイントであることは間違いありません。海外事業をさらに拡充するために、2024年4月に東映株式会社ではコンテンツのセールスを行ってきた国際営業部に海外戦略の策定やコンテンツの企画製作を行う企画戦略室(現・国際企画戦略部)を新設し、2025年4月には国際事業部門となりました。これにより、国内で製作されたコンテンツを海外に売るだけでなく、海外マーケットのニーズをつかんだコンテンツへの出資や長期的な視点でのコンテンツプロデュースにも取り組み始めました。企画段階から海外市場を意識した魅力的なコンテンツを創出し、海外市場での競争力の強化を図ってまいります。

ファンとのダイレクトコミュニケーションの強化

東映グループの主要IPである特撮やアニメにおいて、海外のファンとの直接的なエンゲージメントを高めることは必要不可欠です。そのため、SNSやイベント、グッズ展開などさまざまな形でダイレクトコミュニケーションの強化に注力しています。今後も、ファン一人ひとりに直接コンテンツの魅力を届ける活動を積極的に展開していきます。

【具体的な取り組み】

- 2025年4月に『仮面ライダー』のグローバル版Xアカウント「KAMEN RIDER Global」を開設し、世界中のファンが同時に盛り上がる場を提供
- タイ・マレーシアにおける「仮面ライダー展」開催
- 香港で「仮面ライダーストア」を展開



ローカライズの強化と海外向け新規コンテンツの創出

日本国内で製作された東映グループの作品を海外に伝えることはもちろんですが、日本とは異なる各国の消費者の嗜好、ニーズに応えるローカライズや新たなコンテンツの創出にも必要だと考えています。

東映グループが長年培ってきた企画製作力を活かし、国際共同製作を通じて、マーケットニーズをつかんだ新たな作品の創出にも挑戦していきます。

【具体的な取り組み】

- 映画『百円の恋』の中国リメイク作品『熱辣滚烫』が最終興行収入約35億元(約730億円)の大ヒット
- 日本、台湾、アメリカの3カ国共同映画『Dear Stranger／ディア・ストレンジャー』を製作。2025年9月の日本公開を皮切りに、海外でも広く公開



『Dear Stranger／ディア・ストレンジャー』

サイマル放送の促進

『仮面ライダー』シリーズの日本における制作スケジュールの前倒しを実現し、世界100の国と地域で日本と海外の同時期放送(サイマル放送)が可能となりました。今後はより多くの国・地域でサイマル放送を促進し、情報発信の瞬発力を高め、ビジネスの最大化につなげていきます。また、それは海外のファンの熱量を高める事にもつながると考えています。

IP海外展開に向けた取り組み

海外事業を拡充する上で、
現在私たちが重視しているのは
これらの点です。

現地企業とのパートナーシップの強化

東映グループのIPをさらに海外に展開させていくためには、そのマーケットを深く理解し、ともにIPを育てていく現地パートナー企業が欠かせません。今後はローカルマーケットを牽引する企業とのパートナーシップを拡大し、地域別マーケティングを強化することによって、東映グループのIPの可能性を広げていくことを目指しています。さらに、海外市場における長期的なIP戦略の策定や、グローバルスタンダードに対応したバックオフィス体制の強化、グローバル人材の育成等を通じて、東映グループの使命である「愛される『ものがたり』を全世界に」の実現に向けて進んでまいります。

IPのエバーグリーン化

IPのライフタイムバリュー(生涯価値)を最大化するためには、多様なコンテンツを継続的に展開し、常にIPをリフレッシュさせることが重要だと考えています。リメイク作品やスピンオフ作品のプロデュースなどを通じて、第一世代のファンから、二世帯・三世帯まで浸透するようなエバーグリーン化を意識した取り組みを続けていきます。

【具体的な取り組み】

1998年に中国で放送されていた特撮テレビドラマ『ビーロボ カブタック』が、2024年にはリマスター版を配信、新たな商品が発売されるなど人気が再燃。



MESSAGE

入社以来、国内向けコンテンツの海外セールス畑を歩んできましたが、新たに事業部門となった国際事業部門は、戦略による課題解決力、営業の知見と経験、企画の発想力を連携させ、世界に愛される「ものがたり」とは何かを自ら考え、作り、届けるという新たなフィールドに踏み出しました。今後も皆さまが驚くような作品づくりを通じて海外市場に臨んでまいります。

東映株式会社
映像本部国際事業部門長

中嶋 泰彦
Yasuhiko Nakajima

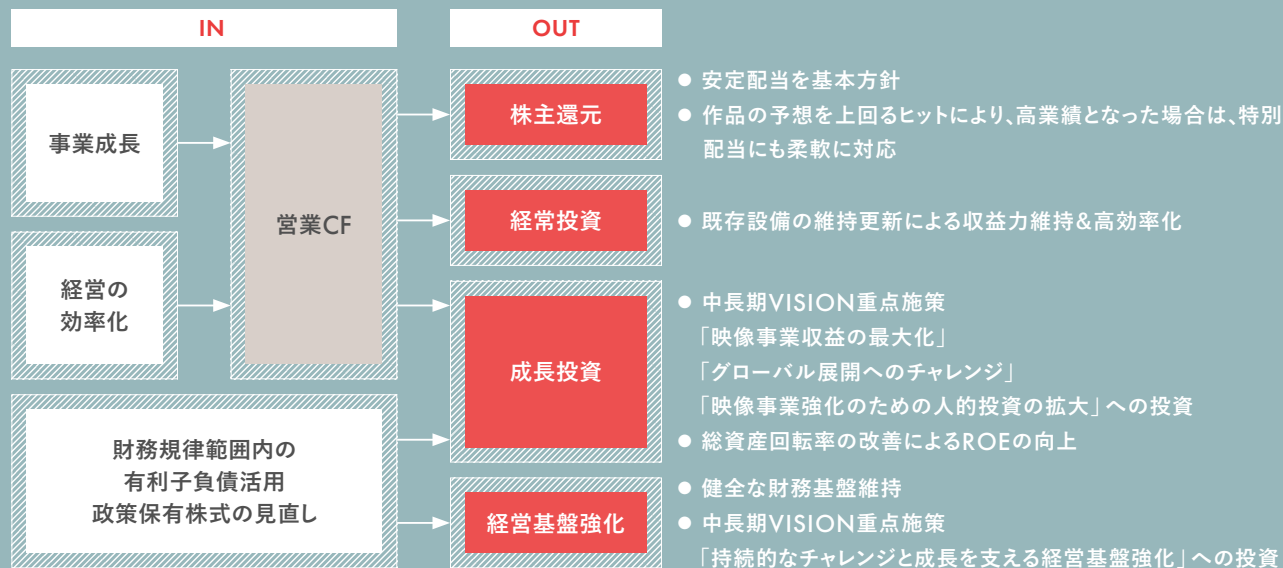


財務戦略

東映グループは、事業成長による収益性・成長性の向上と適切な財務戦略の推進により、ROE8%以上の安定化を目指します。健全な財務基盤を維持しつつ、積極的な成長投資を行い、収益性および資本効率向上により、企業価値の向上に努めてまいります。

キャッシュアロケーション

東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」の達成に向け、創出される営業キャッシュフローを最も効果的な成長投資に優先的に配分することを基本方針とし、「映像事業収益の最大化」「グローバル展開へのチャレンジ」「映像事業強化のための人的投資の拡大」「持続的なチャレンジと成長を支える経営基盤強化」という4つの重点施策を推進してまいります。特に、ボラティリティの高いコンテンツ投資に振り分ける資金は、映像事業で創出された収益を再投資し、健全な財務基盤を維持しつつ、成長の好循環を生み出すことを目指します。大型の投資案件においては、財務基盤と調達環境等のさまざまな条件を踏まえ、負債により資金調達を行うことも想定しております。



株主還元

東映グループは、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要課題の一つと認識しており、中長期的な企業価値向上と並行して、安定性・継続性・柔軟性を兼ね備えた株主還元策に努めます。配当につきましては、良質な映像コンテンツを創出し続けるための制作体制の強化や、新たな事業展開の創出に必要な内部資金を確保しながら、安定した配当を継続的に実施していく方針です。決定にあたっては、業績動向、財政状態および配当性向等を総合的に勘案してまいります。

MESSAGE

私たちは「夢と希望」を世界に届ける企業です。そのためにはしっかりと財務基盤が大事です。無駄なお金を省き、時には大胆に投資し、堅実な資金調達をするなど、緩急をつけた財務戦略により、安定した企業経営を目指してまいります。



東映株式会社
専務取締役
経営管理本部長兼経営戦略部担当

和田 耕一
Koichi Wada

サステナビリティマネジメント

サステナビリティ基本方針

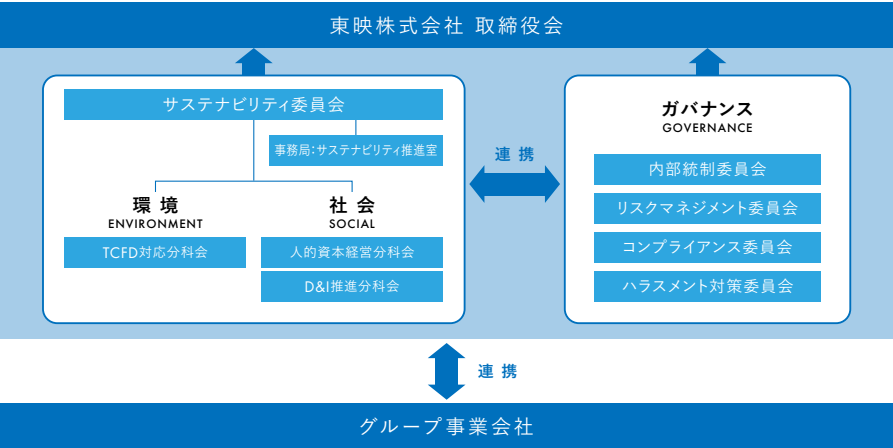
東映グループは「愛される『ものがたり』を全世界に」を使命と掲げ、持続可能な社会の実現と東映グループの中長期的な企業価値向上を不可分一体の目標と捉え、重要課題(マテリアリティ)を特定し、取り組んでまいります。

サステナビリティ推進体制

東映グループは、サステナビリティ対応力の持続的な向上を目指し、2022年12月にグループ全体の管理体系を構築しました。核となるのは、環境・社会を掌管する「サステナビリティ委員会」と、ガバナンスを担う「内部統制」「リスクマネジメント」「コンプライアンス」「ハラスメント対策」の4つの委員会です。サステナビリティ委員会は、さらに「人的資本経営」「D&I推進」「TCFD対応」の3つの分科会を設け、具体的な課題設定と取り組みを進めています。これらの議論結果は、取締役会での施策決定に反映され、経営戦略に直結する体制を築いています。

さらに、2025年1月には、東映㈱取締役社長・会長直轄の経営戦略部内に「サステナビリティ推進室」を新設しました。同室はサステナビリティ委員会の事務局機能を担い、委員会や分科会の調整役として活動しています。これにより、東映グループはサステナビリティ戦略の高度化と取り組みの強化を一層推進していく方針です。

東映グループのサステナビリティ推進体制図



各委員会の役割・構成・開催頻度

種 別	機 関	役 割	構 成	開催頻度
環境・社会	サステナビリティ委員会	持続可能な環境・社会の実現と、東映グループの持続的成長のための環境・社会課題への取り組みについて審議し、取締役会に提言を行う	最高責任者：東映㈱取締役社長 委 員 長：東映㈱専務取締役 副 委 員 長：東映㈱上席執行役員1名 常 任 委 員：東映㈱上席執行役員2名 担 当 委 員：東映㈱社内取締役2名 東映㈱上席執行役員7名 東映㈱執行役員2名	2回/年
ガバナンス	内部統制委員会	会社法および金融商品取引法(証券取引法)の求める内部統制環境の構築・維持運営・改善を図る	最高責任者：東映㈱取締役社長 委 員 長：東映㈱専務取締役 副 委 員 長：東映㈱上席執行役員1名 常 任 委 員：東映㈱上席執行役員2名 担 当 委 員：東映㈱社内取締役2名 東映㈱上席執行役員7名 東映㈱執行役員2名	適宜開催
ガバナンス	リスクマネジメント委員会	東映グループにおけるサステナビリティ課題等全てのリスクを監視し可能な限り最適な方法を検討し対処する	最高責任者：東映㈱取締役社長 委 員 長：東映㈱専務取締役 副 委 員 長：東映㈱上席執行役員1名 常 任 委 員：東映㈱上席執行役員2名 担 当 委 員：東映㈱社内取締役2名 東映㈱上席執行役員7名 東映㈱執行役員2名	2回/年
ガバナンス	コンプライアンス委員会	コンプライアンスに関する教育、研修等の計画の実施、担当委員からの報告の聴取および検討、法令等違反行為に関する取締役社長への報告を行う	最高責任者：東映㈱取締役社長 委 員 長：東映㈱専務取締役 副 委 員 長：東映㈱上席執行役員1名 常 任 委 員：東映㈱上席執行役員2名 担 当 委 員：東映㈱社内取締役2名 東映㈱上席執行役員7名 東映㈱執行役員2名	適宜開催
ガバナンス	ハラスメント対策委員会	人権侵害などを含む、各種ハラスメントの相談・調査・判断、被害者の救済、再発防止に努める	最高責任者：東映㈱取締役社長 委 員 長：東映㈱専務取締役 副 委 員 長：東映㈱上席執行役員1名 委 員：東映㈱上席執行役員1名 部門担当部長・マネージャー4名	適宜開催

01

未来へ紡ぐ「ものがたり」つくり手×届け手 トークセッション

愛される「ものがたり」をつくり、届け続ける

東映グループのマテリアリティ

「愛される『ものがたり』をつくり、届け続ける」ことを現場で担う社員は、

それぞれの愛や情熱を形にし、

これまでたくさんの「ものがたり」を生み出してきました。

これからの東映グループを代表するつくり手と届け手が、

未来に紡ぎたい「ものがたり」を語ります。

(右から)

- 近本 沙希 東映㈱コンテンツ営業部営業室(2011年入社)
- 井元 隆佑 東映㈱映像企画部企画製作室(2012年入社)
- 吉田 岳 東映㈱国際営業部営業室(2018年入社)
- 岩永 さくら 東映㈱IP・アニメ開発部(2019年入社)
- 五味 若葉 東映㈱事業推進部イベント事業室(2021年入社)

現在の仕事と、
印象に残っている仕事

近本 旧作の配信と商品化を担当しています。今年公開40周年を迎えた『ビー・バップ・ハイスクール』を盛り上げるため、映画のロケ地である静岡県清水区でのイベントやツアーのライセンス、アパレルの商品化などに携わりました。長く愛される作品のファンの方々の熱量を肌で感じることができました。

井元 私は入社以来、プロデューサーとして、刑事ドラマ、時代劇、特撮など、東映グループの主要なジャンルを経験してきました。特に印象に残っているのは『レジェンド&バタフライ』と『【推しの子】』の企画立案とプロデュースです。これまで東映グループが挑戦してこなかったキャストや体制・ジャンルへの大きな挑戦でした。

吉田 主に、『仮面ライダー』や『スーパー戦隊』シリーズの海外展開に携わっています。最近では事業推進部と連携して「生誕50周年記念 THE仮面ライダー展」を海外へ輸出しました。テレビ取材が入るほど現地で盛り上がり、皆さんからの熱い応援をいただけたことは、非常に良い経験となりました。

岩永 私のキャリアは京都撮影所から始まりました。ドラマのAPとして『三屋清左衛門残日

録』や、Vシネクストの『忍風戦隊ハリケンジャー』などに携わり、プロデューサー目線で脚本づくりを学びました。その経験を活かして、現部署に異動後は『えぶりでいホスト』を立ち上げることができました。

五味 入社時は『プリキュア』イベントを担当し、2年目からは戦隊・ライダーのイベントを主に担当しています。最初に担当した「Wヒーロー夏祭り」では、コアなファンだけでなく、次世代を担う子どもたちにも楽しんでもらう必要があると感じ、家族連れがより楽しめる内容にしたい、と上長に相談しました。自分の考えを受け入れてもらい、それが実現できたことは、大きな学びにつながりました。

東映グループならではの強み

井元 企画と製作の両方ができるという点が、大きな強みだと思います。撮影所を持ち、モノづくりの中心でキャストや脚本家・監督と密に関わりながらプロデュースができます。次回作への経験値も得られますし、若手を育成できる良い環境だと感じています。

岩永 企画から承認までのスピード感や、人材配置の柔軟性も強みですね。以前手掛けた『えぶりでいホスト』は、企画してから承認までがとても早く、良いタイミングで世に発信す

PROMISING YOUTH TALK

ることができました。また、この作品で版權業務にも挑戦したのですが、アニメ作品の版權管理は東映ではあまり例がなく、手探り状態でした。新しいことにも挑戦させてくれる風土があると感じました。

五味 自社IPを持っているからこそ、長く続く実績あるイベントでも、個人のアイデアや、その時代のニーズ、作品の特徴にあわせてアレンジできる点も強みです。作品への深い理解があるからこそ、お客さま第一でイベントやグッズを柔軟につくれるんですよね。

近本 そうですね。そういった柔軟性も、新しいことに挑戦するスピード感があってこそだと思います。いち早く「Amazon Prime Video」チャンネル上で自社チャンネルを立ち上げたり、YouTubeチャンネルを開設したりと、とにかく目をつけるのが早い。特に「時代劇YouTube」は、シニア層を中心に多くの方々にチャンネル登録をいただいております。広告媒体としても唯一無二の価値がある媒体に育ちました。自社でプラットフォームを持ち、ア



ピールしたい作品を掘り起こしてファンを増やしていく、そんな流れを作り出せるのは大きな強みだと感じています。

吉田 その「目をつける早さ」は、『仮面ライダー』や『スーパー戦隊』といった長寿シリーズの支えがあったからこそだと思います。二次利用の考えの方が比較的早く成熟したことで、特に商品化に対する知見・スピード感が会社に蓄積されました。今後、海外での商品企画開発に力を入れていくうえで、このスピード感は大きな強みになっていくはずです。

成長していくための課題

近本 東映グループの旧作は今でも多くのファンに愛されている作品が多いので、旧作のリポートに注目していきたいです。実際『あぶない刑事』の新作映画公開時には、旧作の番組販売や配信、商品化でも利益を上げることができました。旧作のリポートは、自分たちのIPを再び世に出し、新作の宣伝にもつながる、東映グループにしかできない動きです。また、IP単位で予算をつけて、より戦略的な宣伝をすることも重要だと感じます。IP軸のチームを組織すれば、より多様なアイデアが生まれるのではないのでしょうか。

吉田 そうですね。他の企業も多くのIPを抱える中、東映グループも自社IPをどう育てていくか、予算をどうつけていくかを主体的に考えていく必要

があると感じます。

井元 作品づくりにおいても同じですね。企画段階からプロジェクトチームを組めば、その後の展開を早い段階から戦略的に考えられます。

五味 一方で、各部署が独立しているからこそそのスピード感も東映の強みだと思います。IP軸のチームで動くこととのバランスをどう取っていくかが今後の課題ですね。

岩永 海外売上を50%に引き上げるためには、東映におけるアニメ製作も重要な鍵を握ると思います。予算の拡大はもちろんですが、作品をつくるプロデューサーだけでなく、商品化や国内配信、海外販売など、多角的にビジネスを広げられる人材へのさらなる投資も期待したいです。

東映グループの “ありがたい姿”の実現に向けた それぞれのビジョン

吉田 東映グループとして成長していくためには、海外展開のノウハウを蓄積することが重要です。東映も海外に拠点をつくり、ローカライゼーションと現地で密な交渉を加速させる必要があります。扱う作品がさらに増えた時に、現地で深く交渉できるような環境を、今から整えていきたいです。

近本 IPのエバグリーン化を目指し、自社プラットフォームを有効活用するとともに、商品化にも力を入れていきたいです。番組販売や配信でいつで



も見られる環境は整っていますが、若い世代に東映グループの旧作の魅力を知ってもらうには、商品化がキャッチーで、新しいファンを生み出す副次的な効果も大きいと感じています。

五味 東映グループ作品のファンを増やすことが大切だと考えます。ライト層が足を運びたいと思うようなイベントを企画し、より作品を身近な存在として感じられるよう取り組みたいです。

井元 プロデューサーとして、作品の完成度だけでなく、その後の展開、最終的な収支まで責任を持って向き合っていきたいです。東映グループらしい作品とともに『【推しの子】』のような挑戦的な作品の両方を手掛けたいと考えています。挑戦的な作品は、一過性のもので終わらせず、製作が一体となった会社だからこそ、トライアンドエラーを続けることが必要です。一緒に「ものがたり」をつくる人材も育てていきます。

岩永 そういった意味では、アニメのプロデュース業務自体が挑戦的な試みの一つだと思います。作品単発で終わるのではなく、一度関わりを持った会社とは、継続的な関係性を維持していきたいです。

02

クリエイティビティを発揮するための人的投資

—人事役員メッセージ—

東映株式会社
上席執行役員 人事部長重盛 雄一
Yuichi Shigemori

人の力で未来を切り拓く、東映グループの人的資本経営

■人材こそ最大の財産

東映グループは75年にわたり、映画・テレビ・アニメーションといった多彩なコンテンツを世に送り出してきました。東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」では、海外売上高比率の拡大という挑戦的な目標を掲げています。この大きな変革を支えるのは、他でもない「人」です。

私は2022年より東映(株)の人事部を担当していますが、日々感じるのは、東映グループに集う多様な人材の底力です。一人ひとりが持つ才能を投資と環境整備によって伸ばし、会社の持続的な成長と結び付ける。この姿勢が、2033年に向けた価値創造の基盤であると考えます。

■世界市場への挑戦

東映グループ中長期VISIONの柱の一つである「海外展開強化」を推進するには、グローバルに活躍できる人材の育成と確保が不可欠です。現在、当社では外部からのキャリア採用を積極的に進める一方、社内の人材にも国際事業部

門への配置を通じて、映画祭やフィルムマーケットでの経験を積ませています。また「海外展開トレーニング」を導入し、語学力の向上にとどまらず、欧米・アジアなどの海外の企業と対等に交渉できる力、ビジネスを開拓する力を身に付けられるよう人材育成に力を注いでいます。

さらに、挑戦を後押しする基盤として評価制度を2023年に刷新。従来の年功序列的な仕組みから脱却し、成果だけでなくプロセスを評価するよう改めました。このように、即戦力採用と社内での人材育成強化、そして挑戦する風土を醸成することで、世界市場に挑む東映グループを支えていきます。

■社会課題への対応

映像業界は、長時間労働やハラスメントといった社会的課題に常に直面してきました。東映グループは「ハラスメントゼロ宣言」を掲げ、全社的に意識改革と制度整備を進めています。中でも「リスペクト研修」は重要な取り組みです。ただ禁止事項を覚えるのではなく、「なぜそれ

が問題なのか」を参加者が共に考える場とした結果、撮影現場の雰囲気が改善したとの声も多く寄せられています。

さらに、一般社団法人日本映画制作適正化機構(略称:映適)のガイドラインに沿った取り組みも拡充しています。当社が2023年夏に公開した『映画 仮面ライダーギーツ 4人のエースと黒狐』は、同機構が最初に認定した作品となりました。それ以降、製作する映画にはこの「映適」ガイドラインが全て適用されており、これらの取り組みが、海外のパートナー企業からも高い評価を受けています。

このように社会課題にスピード感を持って対応していくことで、多くのステークホルダーの皆さまの共感と理解を得られると考えています。

■IPを軸とした組織へ

組織の形も変わりつつあります。顧客ニーズを反映させるため、2023年4月に当社の映画編成部(現・映画戦略部)の中にマーケティング室を設置しました。これにより「映像の企画・製作」に偏りがちだった組織を「マルチユース展開」に基づいた、IPを軸とした組織に成長させ

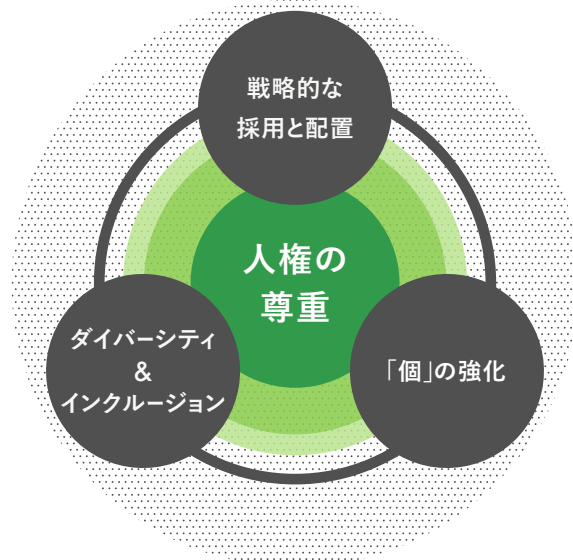
る方向へ舵を切っています。また、企画・製作においては、2025年10月に当社の劇場用映画とテレビ用映画の企画部署を統合した映像企画部が発足し、迅速かつ柔軟にヒット作を生み出すことのできる体制へと移りました。今後は、東映グループの最大の強みである「企画製作力」と「マルチユース展開力」の両輪の成長に向けて、多様なバックグラウンドを持つ人材を最適に組み合わせる「人材ポートフォリオ」を構築していく考えです。

東映グループが築いてきたのは単なる作品群ではなく「創造の文化」です。映画やアニメ、イベントを通じて人々の心に残る体験を提供してきたことが、社会的な存在価値につながっています。東映グループの未来を担う若手人材には、この「文化をつくる」仕事にぜひ挑戦してほしいと思います。一人ひとりの挑戦と成長が企業価値の向上へと直結する。その確信を胸に、私はこれからも人的資本経営を推進してまいります。

02

人的資本経営への
取り組み

東映グループでは、「愛される『ものがたり』を全世界に」を使命に掲げ、人材こそが価値創造の源泉であるとの考えのもと、人的資本経営を経営戦略の柱として強化しています。このページと次ページでは、マテリアリティに基づく4つの重点施策①人権の尊重、②戦略的な採用と配置、③D&I推進と職場環境の整備、④「個」の強化）と、それぞれに紐づく具体的な取り組みをご紹介します。



人権の尊重

映像制作の現場では、立場や契約形態を問わず多様な人材が関わり合い、感性と協働によって価値が創出されます。全ての従業員・スタッフが安心して働ける環境の整備を最重要課題の一つと位置づけ、2024年6月に「東映グループ人権方針」および「東映グループ取引方針」を策定し、継続的な取り組みを進めています。

人権リスクへの対応

相談・調査・判断・再発防止までを一貫して担う体制を構築。ハラスメント対策委員会を中心とした社内相談体制に加え、匿名での相談が可能な「東映グループホットライン」を設置し、個人の尊厳を守る適切な対応を行っています。

サプライチェーンにおける人権配慮

「フリーランス法」への対応として、契約手続や報酬支払いの明確化・適正化を徹底しております。また、ハラスメントや児童労働を含むあらゆる人権侵害を許容せず、自社だけでなく全ての取引先に対しても「東映グループ人権方針」を遵守していただくよう働きかけてまいります。

リスペクト研修の実施

撮影現場や制作チームにおいて、職種や立場を越えた相互理解を促進し、健全な制作環境の醸成を図っています。また、ハラスメント防止だけでなく、心理的安全性の高いチームをつくり、組織全体の結束力と生産性の向上につなげます。

健全な制作体制の実現

映像業界における制作環境の向上を目的に、東映側が関与する全ての作品が一般社団法人日本映画制作適正化機構(略称:映適)の審査を受けています。労働環境や安全対策、契約・報酬の適正化など多面的な基準に基づき、公正で安心できる制作体制の構築と業界全体の健全化に継続して取り組んでいます。

戦略的な採用と配置

東映グループでは、IP創出力・マルチユース展開力の強化に向け、「人の採用と配置」を単なる人員補充にとどめず、成長戦略を推進する基盤と捉えています。新たな人材の獲得と、適切なポジションへの配置を連動させることで、組織力の最大化を図っています。

専門性の高い
キャリア採用

映像、マーケティング、法務、国際展開など多様な領域において、即戦力となる専門性の高い外部人材の採用を積極的に推進しています。新たな視点や経験を持つ人材の登用により、組織の創造力と競争力を高め、事業のグローバル展開と持続的成長に取り組んでまいります。

社内異動・配置の
最適化

キャリア志向や専門スキルに基づく社内ローテーションを推進し、社員一人ひとりが新たな領域に挑戦できる機会を拡充しています。部門横断的な人材配置やキャリアチャレンジ制度の活用を通じて、個々の成長と組織の活性化を同時に実現する柔軟な人材マネジメントを進めています。

グローバル人材の確保

海外事業の拡大にあわせて、現地採用や海外ローテーションを本格的に導入し、国際的な視野と実践力を兼ね備えた人材の育成に取り組めます。多様な文化や市場に対応できるグローバル人材の基盤を整備し、世界に通用する作品と事業展開を支える体制を構築していきます。

先進的な
制度の導入・運用

年次や在籍年数に捉われない登用・抜擢を推進し、意欲と成果を正当に評価する人事制度の運用を進めています。プロセス評価の透明性を高め、報酬・評価制度を適正に運用することで、挑戦と成長を後押しする組織風土の定着を図っています。

ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)推進と職場環境の整備

働く全ての人が最大限に能力を発揮できる環境を整え、従業員のエンゲージメントを向上させることで、長期的な企業価値の向上を図ります。ワークライフバランスを実現し、働きやすい職場環境を構築するために、D&I推進を経営戦略の中核に据えています。

多様な人材が活躍できる制度・組織文化づくり

管理職における女性比率の向上や男女間賃金格差の是正、障がい者雇用の促進など、多様な人材の獲得にとどまらず、制度面・組織文化醸成面の双方からアプローチすることで、多様な価値観やバックグラウンドを持つ人材が活躍できる組織づくりを目指します。制度面においては、フレックスタイム制やリモートワークを組み合わせる柔軟な働き方ができる環境を整え、育児や介護と仕事の両立支援(育児休職や介護休職)などを行っています。組織文化醸成面では、全社に向けた研修の実施や、従業員がより良い企業文化を醸成する施策を提言するボトムアップ型のプロジェクトの立ち上げなど、一人ひとりがダイバーシティを自分ごととして捉えられるような取り組みを行っています。



東映㈱D&Iプロジェクトの様子

従業員の健康増進

従業員一人ひとりが心身ともに健康でいきいきと働けるよう「健康経営」に取り組んでいます。東映㈱では2021年に「健康宣言」を行い、その取り組みが評価され、2022年より毎年「銀の認定」を継続・更新しています。また、個々人の歩数をランキング形式で競い合う「TOEI Walking Week」など、従業員の健康増進を楽しく促す多数のイベントを実施しています。

「個」の強化

変化の激しいコンテンツ産業において従業員一人ひとりが主体的に学び、キャリアを描き、創造性を磨くことは、東映グループ全体の競争力を高める鍵となります。従業員の成長意欲と挑戦を支える仕組みを整え、「個」の力を引き出す人材育成に注力しています。

多様な学びの支援

eラーニングや外部講座、資格取得支援、VIPOアカデミーの受講支援、社内講演「東映塾」の開催など、従業員が自ら学び、専門性や視野を広げる機会を提供することで、人材のリスキリングに積極的に取り組んでいます。



海外トレーニング研修の様子

育成と対話による成長支援

役割や等級に応じた階層別研修を通じて、必要なスキルの習得と意識の醸成を図っています。研修では360度サーベイを用いて自身の強みや課題を可視化し、今後の成長に向けた行動目標の設定や、上司との対話につなげる仕組みを整えています。

キャリア自律を支える制度

東映㈱では若手従業員が複数の部署を経験できる「JobTry制度」、中堅従業員が自ら応募して異動の機会を得る「キャリアチャレンジ制度」など、キャリアの節目に応じた自律的な選択を支援しています。また、毎年の「キャリアデザインシート」の記入を通じて自身の志向や成長課題を整理し、人事部とのキャリア面談により今後の方向性を対話的に検討する機会を設けています。

社内表彰制度

東映㈱や東映アニメーション㈱では、会社事業に対してさまざまな形で功績を残した従業員への称賛を形にする制度として、社内表彰制度を導入しています。従業員の意欲と組織全体の活性化を促すことで、人材の定着率を向上させると共に、企業理念の浸透を促進し、持続的な企業価値向上に貢献します。



「さよなら丸の内TOEI」プロジェクトメンバー

03

グローバル展開を目指したIP創出力の増強

東映バーチャルプロダクション

映像制作手法の革新を目指し、東映東京撮影所内に国内唯一となる270度ラウンド型の大型LEDステージを常設し、現実空間とCG空間を撮影段階でリアルタイムに合成する「インカメラVFX」を用いた高度なバーチャルプロダクション(VP)を実現しています。

本システムの導入により、天候や時間といった物理的制約を受けることなく、安定した撮影環境の提供が可能となりました。また、没入感のある映像表現と同時に、夕景や夜景といった特定の光環境を長時間維持することで、撮影の大幅な効率化が可能となり、撮影期間や制作コストの圧縮につながっています。

さらに当社の競争優位性を確立しているのが、独自の制作体制です。

社内のCGアーティストが背景素材を内製し、ライブラリーとして蓄積することで、営業・受注の機会を拡大しています。また、VPスタジオが撮影所内に存在することにより、製作・美術・企画・仕上げといった各専門セクションとのシームレスな連携が可能です。CG制作から撮影までをワンストップで内製化できるこの体制こそが、大きな強みとなっています。

稼働実績としては、『スーパー戦隊』シリーズをはじめ、自社製作の映画やテレビドラマ作品を中心に、他社作品の撮影も多数行われています。



デジタルヒューマン

発足以来デジタルヒューマン研究に積極的に取り組み、近年はスマートフォン「AQUOS」(シャープ)のCMで松田優作氏のデジタルヒューマンを制作しました。顔の復元は“LightStage”で取得した約100人の日本人男性のデータをもとに、表情の動きはボリュメトリックキャプチャー技術と機械学習を組み合わせで作成しています。これらの高品質なCGモデルは、AIアバターとしてコンシェルジュやイベントのプレゼンターなど、さまざまな現場での活用が期待されています。



モーションキャプチャー

2011年から世界品質の3DCG技術を実現するためモーションキャプチャースタジオを運営。撮影からデータ処理まで一貫して行い、クオリティアップと効率



化を実現しています。映画『THE FIRST SLAM DUNK』の試合シーンでは、バスケットコートを再現し10人同時撮影を実施することで、キャラクターの躍動感をリアルに再現しました。著名なアーティストのデジタルヒューマンが登場する楽曲のMV制作や、大ヒットゲームの制作にも数多く携わっており、ワイヤーアクションにも対応することで、取引先からのさまざまな要望に応える体制を構築しています。

フェイシャルキャプチャー

2015年から提供しているフェイシャルキャプチャーは、CGキャラクターにリアルで繊細な表情をつける技術です。大手VTuber事務所への技術提供や、世界的に有名なAAAゲームタイトルにも数多く参加しています。自社開発の軽量ヘッドマウントカメラを使用し、演者の負担を軽減しながら高精細な顔の動きを記録でき、10人以上の同時収録が可能な希少な体制が強みです。さらに、蓄積したノウハウを結



集し、2024年から独自開発のフェイシャルキャプチャーシステム『FCS』の販売を開始しました。リアルなCG人物からデフォルメキャラクターまで、高品質な3DCGフェイシャルアニメーションを作成でき、目線や瞳の揺らぎといった細かい動きまで忠実に反映させることが可能です。

04

国内外パートナーとの連携強化

国内パートナー

東映特撮ファンクラブの取り組み

● 東映特撮ファンクラブ(TTFC)とは

東映グループはこれまで多くの特撮作品を発表し、現在も『仮面ライダー』『スーパー戦隊』シリーズ等を製作しています。

東映特撮ファンクラブでは、現行作品の放送終了後の見逃し配信や、テレビ、映画、Vシネマを含む350タイトル以上の膨大な過去作品、またスピンオフ作品やTTFCオリジナル作品、出演キャストによるイベントやバラエティ企画など多種多様なコンテンツが視聴可能です。

またTTFCオリジナル商品の販売や、各種イベントの優先予約もできるなど、東映特撮ファンにとって唯一無二のサブスクリプションサービスです。

テレビ離れが進む中、テレビを視聴しない層にも東映グループが製作する特撮作品を視聴する大きな選択肢として、コンテンツビジネス、キャラクタービジネスを支えています。地上波放送では見ることができないスピンオフ作品、TTFCオリジナル作品を継続的に提供することで、新規会員数を着実に伸ばしており、東映グループを代表するオウンドメディアとして成長を続けています。

● 事業体制

東映特撮ファンクラブは東映株式会社、株式会社テレビ朝日、株式会社バンダイナムコフィルムワークスの3社が協力して運営しております。各社の得意分野を活かすと同時に、TTFC限定のオリジナル作品やオリジナル商品の企画・開発では各社が緊密に連携することで、より強固なパートナーシップを結んでおります。



東映特撮ファンクラブを支える3社の役割

東映株式会社	<ul style="list-style-type: none"> ● 本編をはじめとしてスピンオフ作品やTTFCオリジナル作品の制作 ● 過去作の編成
株式会社テレビ朝日	<ul style="list-style-type: none"> ● 本編の地上波放送 ● TikTokを使ったプロモーションやバラエティ番組の制作
株式会社バンダイナムコフィルムワークス	<ul style="list-style-type: none"> ● システム設計開発 ● 商品の企画をはじめとするバンダイグループ各社と連携協力

国外パートナー

株式会社バンダイナムコホールディングスとの取り組み

日本で2016年に放送された『動物戦隊ジュウオウジャー』は、韓国では2017年から『Power Rangers Animal Force』として放送され、子どもたちの間で大きな人気を博しました。特にその人気は玩具の売上に顕著に表れており、韓国市場向けのオリジナル商品が多数発売されるなど、現在も根強い人気を誇っています。2025年4月から『動物戦隊ジュウオウジャー』のショートアニメシリーズをBandai Namco Korea社と共同製作し、韓国国内で配信開始、玩具と連動したビジネスを展開しています。



ハズブロ(Hasbro, Inc.)との取り組み

アメリカでの放送開始から30年以上の歴史を有するフランチャイズ作品『パワーレンジャー』。そのシリーズの原点である『マイティ・モフィン・パワーレンジャー』が、『Mighty Morphin Power Rangers Re-Ignition』の名称でリブランディングされることが発表されました。

マーベル・コミックやスター・ウォーズ関連商品を取り扱う世界規模の玩具メーカーであるハズブロ(Hasbro, Inc.)と手を組み、新規デザインの玩具展開を主軸とし、既存のファン層に訴求するとともに、新規ファンの獲得も図っています。

さらに、2025年8月より世界的な人気ゲーム『フォートナイト』とのコラボレーション企画が開始され、多方面から注目を集めています。北米から世界へIPブランド戦略を着実に実行しています。

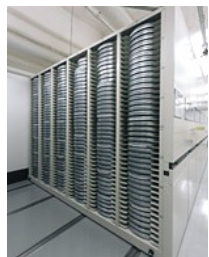


05

知的財産の保護と活用

映像資産のデジタル化と適切な環境での保存

東映グループは、「映画文化を守り、後世に伝えたい」という強い想いを胸に、旧作フィルム、スチール写真、ポスター、台本といった貴重な映像資産の保全に取り組んでいます。特に経年劣化が著しい1960年代以前の旧作原版フィルムは、年間100作品以上を定常的にデジタル化し、並行して配信や劇場上映のためのデジタル化も進め、合計で年間約200作品という早さでデジタルスキャンを行っております。



国立映画アーカイブのフィルム収蔵庫

東映ラボテック(株)の熟練した専門スタッフによる手作業と最新の修復技術を融合させ、最適な修復を施し、4KリマスターやDCPといった高精細なデジタルデータとして映像を現代に蘇らせます。修復を終えた貴重な原版フィルムは、日本で唯一の国立映画機関である国立映画アーカイブとの連携等により、湿度・温度管理を徹底した専用の収蔵庫にて、長期的に安全な環境で保管されます。

新たな命を吹き込まれた名作は、CS放送や映像配信、国内外の映画館での上映、高画質なBlu-rayなどで幅広く展開され、公開当時のクオリティ、あるいはそれを超える品質で作品を鑑賞する機会を創出し、未来の映画文化の発展に寄与しています。また、関連グッズの企画・販売を通じて、作品の認知度向上を図っています。



修復前後の比較画像(『悪魔が来りて笛を吹く』(1954年公開))

知的財産権リスクへの対応

東映グループは長年培ってきた劇場用映画、テレビ用映画、配信用映画などの多様なIPを未来に継承するため、知的財産権の保護対策に積極的に取り組んでいます。SNS等のデジタル技術の急速な普及により複雑化、多様化する知的財産権侵害(インターネット上での違法アップロードや海賊版等)に対しIPの価値を守るべく、専任チームによる監視や削除、法的措置などの対応を徹底しています。

具体的な事例としては、無断で映画のストーリーなどを文字に起こし公開したサイトや、キャラクターの無断複製商品の販売といった悪質性の高い事案に対して法的措置を講じており、一般社団法人コンテンツ海外流通促進機構(CODA)をはじめとする外部機関や警察などの公的機関とも積極的に連携しています。

また、「守り」だけではなく「攻め」の対策として、国内外における商標権等の戦略的な取得・管理も進めており、今後も保護と活用を両輪で推進することで相乗効果を生み出し、IPやブランド価値の向上を図るとともに企業価値の向上にも努めてまいります。

東映荒波計画

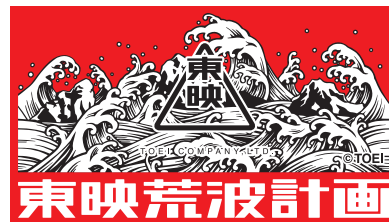
映画が始まる際の高揚感を演出し、多くの人々に愛されてきた東映グループの象徴、三角形の社名ロゴと、岩礁に荒波が砕けるオープニング映像「荒磯に波」。昨今の海外への映画配給の拡大とともに国内外の多くの方にも知られるようになりました。



この視覚的資産を東映グループのIPとして再定義し、自社ブランド化する『東映荒波計画』を始動しました。

映像から想起される「力強さ」「ダイナミズム」を現代的なデザインに落とし込み、アパレルや雑貨といった多彩な商品展開を開始。多数のメディアで特集されるなど大きな反響を呼んでいます。この取り組みにより世代を超えて深く記憶されるこのアイコンのブランド価値を高め、東

映グループという会社を世界に向けて発信していくために積極的に挑戦していきます。



06

サステナビリティ経営の高度化

気候変動への取り組み

ガバナンス

東映グループでは、気候変動を含むサステナビリティ関連の諸課題に対して、東映株式会社の取締役会が監督を行っています。

サステナビリティに関わるグループ全体の管理体系の構築と、サステナビリティ対応力の持続的向上を目的として、サステナビリティ委員会およびその

下部組織にサステナビリティ関連課題に即した分科会を設置し、具体的な課題の設定と取り組みを推進しています。

気候変動課題に対しては、分科会の一つであるTCFD対応分科会が、気候変動関連のリスクや機会の特定および評価の実施や、温室効果ガス排出量削減のための施策をはじめとした具体的な取り組みの検討と推進を行っています。

TCFD対応分科会にて審議された気候変動に関わる方針および戦略については、その重要性に応

戦略

東映グループは、映画館・スタジオ・不動産・催事などを運営しており、エネルギーとして主に電力を消費する事業構造を有しています。その特性から、将来的なエネルギーコストの上昇や規制、社会的要請が、財務やブランド価値に影響します。加えて、「愛される『ものがたり』を全世界に」という使命

東映グループは、マテリアリティの一つに「気候変動への適応」を掲げています。映画・アニメ制作、スタジオ運営、劇場興行といった東映グループの事業において、気候はお客さまの行動や従業員の健康を左右する重要な環境要因であり、本テーマは重要な経営課題の一つと位置づけています。

その認識のもと、東映グループは国際的な開示フレームワークであるTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)の提言に沿い情報開示を進めています。気候変動に関するリスクと機会の特定および影響度合いを評価し、その結果を踏まえた戦略検討と情報開示を通じて、東映グループだけでなく、バリューチェーン全体での脱炭素化および気候変動に対してレジリエントな経営を目指し、カーボンニュートラル社会の実現に貢献してまいります。

じ、サステナビリティ委員会において議論された後、重要事項については個別に取締役会に付議・報告されます。また、これらの活動については、定期的に取り締役会において報告がなされています。

機 関	機関の役割
取締役会	サステナビリティ戦略の方針決定、重要リスクのモニタリング
サステナビリティ委員会	気候変動対応戦略の策定、指標・目標設定、KPIの管理
TCFD対応分科会	脱炭素戦略の推進、スタジオ・劇場運営におけるエネルギー管理、制作現場の環境負荷低減施策を統括、各種指標および目標の検討および策定
リスクマネジメント委員会	気候変動に関する全てのリスクの監視・対応

を継続して実現するためには、こうした将来の不確実性を見据えることが重要と考えています。このような認識のもと、東映グループでは環境省が推奨するシナリオ分析の手法に倣い、備えるべき重要課題の特定と優先度評価ならびに対策検討を定期的に行っています。シナリオ分析によるリスクおよび機会の特定につきましては、次ページをご確認ください。

シナリオ分析によるリスクおよび機会の特定

2025年度中に実施したシナリオ分析では、地球温暖化が深刻化することを想定した4℃シナリオ、脱炭素化に向けた移行が進む1.5℃シナリオの、二つの温度帯シナリオを設定し、当社グループの全事業種を対象に想定されるリスクおよび機会の全社的なスクリーニングと対応優先度の検討を目的として実施しています。

シナリオ分析の結果、現在識別している気候変動リスクおよび機会は下記表に一覧化したとおりです。

設定シナリオ	4℃シナリオ	2100年までに世界の平均気温が産業革命前と比べて最大4℃上昇する成り行きシナリオ。 国内外での規制や政策の強化は限定的である一方、地球温暖化は深刻化し、物理的リスクの深刻化が懸念される。	[参照シナリオ] IEA『WEO2024』STEPSシナリオ IPCC『第5次報告書』RCP8.5シナリオ
	1.5℃シナリオ	2100年までに世界の平均気温上昇が産業革命前と比べて1.5℃以内に抑えることを目指す野心的なシナリオ。 カーボンニュートラル社会の実現に向け、脱炭素化に関する政策や規制が強化され、低炭素製品やサービスの需要が高まる。	[参照シナリオ] IEA『WEO2024』NZEシナリオ、APSシナリオ IEA『WEO2019』SDSシナリオ IPCC『第5次報告書』RCP2.6シナリオ

区分			分類	要因と事象	時間軸	関連事業				
						映像関連	興行関連	催事関連	観光不動産	建築内装
物理	急性	異常気象の激甚化(台風、豪雨、土砂、高潮等)	リスク	●異常気象による施設の直接被害に伴う修繕費の発生、事業中断による損失	中期～長期	○	○	○	○	○
	慢性	平均気温の上昇などの気象パターン変化	リスク	●降雨日数増加による製作遅延に伴う対応コストの増加	中期～長期	○	—	—	—	—
				●猛暑に伴う観光地・イベント関連収益の減少		—	—	○	○	—
				●熱中症リスク増加による撮影スケジュール遅延・対応コストの増加		○	—	—	—	—
				●冷房使用などのエネルギー使用量・設備コストの増加		○	○	○	○	○
			機会	●猛暑による動画配信・映画館など屋内・在宅娯楽の需要拡大		○	○	○	—	—
				●バーチャルプロダクションの需要増加による新たな価値提供		○	—	—	—	—
移行	政策・規制	カーボンプライシング制度の導入	リスク	●事業活動に伴うCO ₂ 排出量に炭素税が課されることによる操業コストの増加	中期～長期	○	○	○	○	○
		プラスチック規制	リスク	●プラスチック製のカタラーリ類・梱包材・アメニティ類等の仕入れコストの増加	長期	○	○	—	○	—
		リサイクル規制	リスク	●多様な廃棄物の処理規制強化による対応コストの増加	中期～長期	○	○	—	○	○
		森林保護に関する政策	リスク	●認証木材由来製品の使用要請強化に伴う紙製品の調達コストの増加	短期～長期	○	○	—	—	—
	技術	低炭素技術の進展	機会	●発電効率の高い技術活用を用いた設備導入による不動産価値の向上	中期～長期	—	—	—	○	—
		次世代技術の進展	機会	●バーチャルプロダクション技術の活用による、ロケ移動やセット解体に伴うコストの削減	長期	○	—	—	—	—
		電力価格の高騰	リスク	●社会全体の電力再生エネルギーに伴う電力単価の高騰による操業コストの増加	中期～長期	○	○	○	○	○
	市場	原材料コストの変化	リスク	●建築資材価格の高騰	長期	—	—	—	—	○
	評判	顧客や投資家の評判変化	リスク	●気候変動問題に対する取り組みが不十分であるとみなされた際の、取引先やお客さまからのレピュテーションの低下	中期～長期	○	○	○	○	○

※リスクおよび機会の各発生想定時間軸としては、短期を既に顕在化している事象、中期を今後5カ年以内に顕在化することを想定している事象、長期をそれ以降に想定する事象として整理しています。

リスク管理

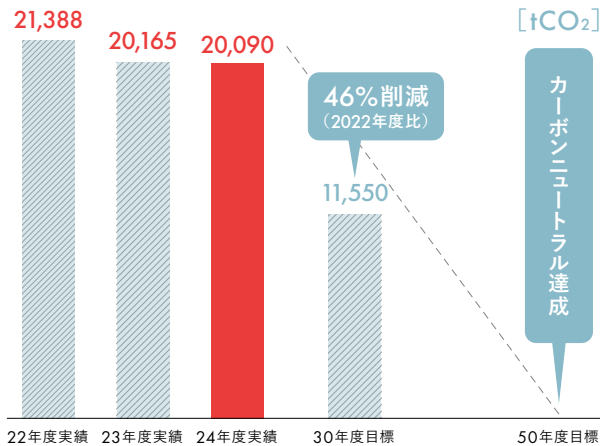
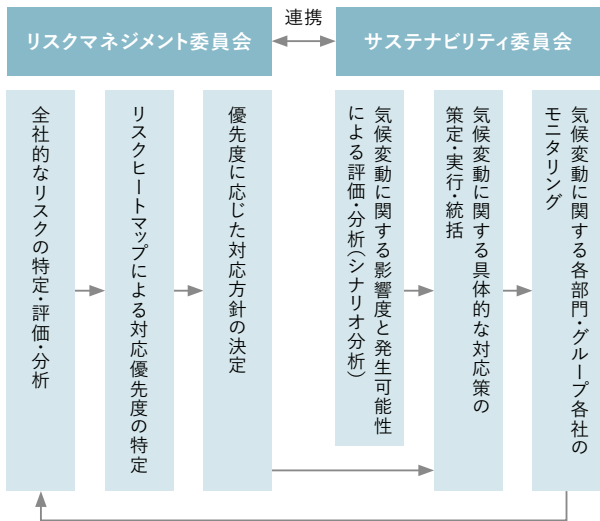
東映グループは、リスクマネジメント規程に基づくリスクアセスメントプロセスを通じて、グループ全社横断の統合的なリスクマネジメントを実施しています。

リスクマネジメント規程に基づき設置するリスクマネジメント委員会では、リスク対応の優先順位づけなど、サステナビリティ関連リスクも全て含んだ全社的なリスクマネジメント体制を構築しております。気候変動関連の特定されたリスクも、本リスクマネジメント体制の下で統合管理しています。気候変動関連のリスクは、環境省が推奨するシナリオ分析を用いて、サステナビリティ委員会およびTCFD対応分科会にて識別・評価しています。

指標と目標

東映グループにおいて、温室効果ガスの排出量削減は、脱炭素社会の実現に向けた責務であると認識しております。2022年度より、連結子会社までを対象として温室効果ガスの排出量の調査を年1回実施しております。削減活動の推進を行い、2030年に2022年度実績対比で温室

気候変動関連のリスク評価にあたっては、GRIスタンダードの考え方に則り、そのリスク影響の深刻度と発生可能性の2軸で評価する体制を整えています。深刻度については財務影響の大きさ、発生可能性についてはシナリオ分析において想定したリスクの顕在化が想定されるシナリオパターンと外部情報を参考に想定されている発生時期をもとに勘案しています。サステナビリティ委員会における評価の結果、重要と考えられるリスク項目はリスクマネジメント委員会に報告され、全社的なその他の性質のリスクと統合し、定量的かつ定性的に事業に及ぼす影響度と発生可能性を評価した後、既存の対応状況を評価したうえで、対応優先度を決定しています。



単位：tCO₂

CO ₂ 排出量	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2030年度目標	2050年度目標
Scope1	2,459	2,963	3,501	—	0
Scope2 マーケット基準	18,929	17,202	16,589	—	0
合計値	21,388	20,165	20,090	11,550	0

※連結対象会社の実績合計値です。 ※マーケット基準にて算定・開示しております。 ※当社グループの事業年度(4月1日～翌年3月末)を基準に計測を実施しております。
 ※使用電力量等の一部には、建物オーナー側において購入・契約している電力に含まれる再生可能エネルギー由来の電力量等が含まれる可能性があります。

脱炭素社会の実現に向けた具体的な取り組み

脱炭素化への適応に向けては、事業セグメントごとに必要な取り組みを随時推進しています。共通する取り組みとしては、エネルギー利用効率の向上を念頭に、全社的にLED照明への切り替え対応を実施しているほか、GHG排出量の削減施策検討と、スピーディな情報開示への反映、双方の効率化を目指し、全社的な排出量調査システムの導入を進めています。そのほかの脱炭素化に向けた取り組み内容は、以下の一覧表をご確認ください。

リスク区分	現在の対応
異常気象の激甚化 (台風、豪雨、土砂、高潮等)	●BCP対策の強化
平均気温の上昇などの気象パターン変化	●稼働環境の最適化と撮影機材管理の徹底 ●労務管理の徹底による、体調不良や長時間労働のリスクの低減
カーボンプライシング制度の導入	●温室効果ガスの排出量目標の設定 ●照明のLED化や、再エネ電力の利用(東映アニメーション(株)中野オフィス)によるScope2削減 ●全社的な排出量調査システムの導入および調査
プラスチック規制	●サステナブルな資源循環型運営への転換 例:連泊エコプランの導入やアメニティ類の共用部設置による廃棄物削減(ホテル事業)
リサイクル規制	●会議資料や社内文書の電子化の推進や自社提供サービスにおけるペーパーレス化
森林保護に関する政策	●発信媒体のWeb化による紙資源の削減
低炭素技術の進展	●建築外装・建築設備におけるサステナブルデザインの採用(大泉スタジオ)
次世代技術の進展	●AIの活用(大泉スタジオ)やバーチャルプロダクション技術の導入(東京撮影所)
電力価格の高騰	●規制動向のモニタリング
原材料コストの変化	●環境配慮型資材の調達の検討
顧客や投資家の評判変化	●温室効果ガス排出削減に向けた取り組みの推進 ●気候変動関連の情報開示、社内外への広報 ●防災関連の映像教材・研修動画の販売によるステークホルダーを巻き込んだ防災レジリエンスの強化



「ボトルtoボトル資源循環型リサイクル」の実施

2024年8月より、東映東京撮影所、東映京都撮影所、東映太秦映画村で回収した使用済みペットボトルを再生事業者にて再原料化し、伊藤園が販売する飲料用ペットボトル容器として使用しています。環境課題の解決の一つとして資源循環への取り組みを進めるにあたり、「ペットボトルを資源として循環させていくことで、持続可能な社会の実現に貢献する」という両社の思いが一致し、2社連携に至りました。

対象の3施設に設置されている自動販売機横から回収されるペットボトルに加え、丸の内TOEIの自動販売機分も含めると、2025年3月時点で、約18,000kg-CO₂の削減につながっています。

今後も連携を強化し、廃棄物の減量および資源の有効利用を促進するとともに、国内資源循環の実現に貢献してまいります。



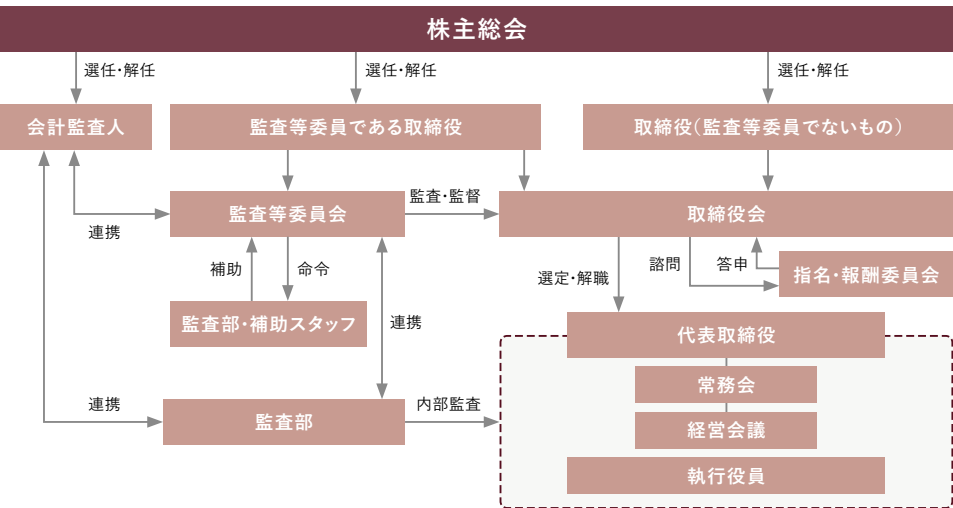
※集計期間:2024年8月~2025年3月
(東映太秦映画村のみ2025年1月~3月)

基本方針／コーポレートガバナンス体制／取締役会の活動状況

東映グループは創立以来、「愛される『ものがたり』を全世界に」を使命とし、当社を中心とする安定的なグループ経営のもと、映像作品をはじめとする良質なエンターテインメントを全世界に提供し続けてまいりました。東映グループの企業価値の源泉は、良質なコンテンツを製作する企画製作力と生み出したコンテンツ収益を最大化するマルチユース展開力にあります。今後も、東映グループ中長期VISION「TOEI NEW WAVE 2033」に掲げた『To the World, To the Future -「ものがたり」で世界と未来を彩る会社へ』のスローガンのもと、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上という目的を実現するために、コーポレートガバナンス・コードの趣旨・精神を尊重して、コーポレート・ガバナンスの充実に取り組んでまいります。

東映グループのコーポレートガバナンス体制

当社は、監査等委員会設置会社であり、社外取締役が過半数を占め、社外取締役が委員長を務める任意の指名・報酬委員会を設置しております。これらにより、経営に対する監督機能が強化され、取締役会の透明性・公正性の向上、コーポレート・ガバナンスの充実につながると判断しております。また、常務会を原則毎週1回、経営会議を必要に応じて開催しております。



取締役会の活動状況

当社取締役会は、法令・定款に定める事項のほか、経営に関する重要な事項について迅速な意思決定を行うとともに、取締役の職務の執行の監督を行っており、「取締役会規程」に基づき、原則として毎月1回、取締役会を開催しております。

カテゴリ	主な審議事項
1 経営戦略・成長投資	丸の内東映会館再開発 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
2 組織・人材戦略	東映サクセッションプランの制定 役員定年内規及び執行役員規程の改定 主要な人事・組織変更等
3 サステナビリティ・ガバナンス	マテリアリティおよび価値創造プロセスの策定 サステナビリティ委員会の活動報告 政策保有株式の状況 コーポレートガバナンス・コードへの対応
4 リスクマネジメント	第102期のリスクマネジメント計画
5 財務・会計	事業報告・計算書類等の法定書類の作成 決算・予算・借入

役職名	氏名	出席状況※	備考
代表取締役会長	多田 憲之	13／13回	
代表取締役社長	吉村 文雄	13／13回	
専務取締役	和田 耕一	13／13回	
常務取締役	鎌田 裕也	13／13回	
取締役	小嶋 雄嗣	13／13回	
取締役	早河 洋	11／13回	
社外取締役	野本 弘文	12／13回	
社外取締役	植木 義晴	9／9回	2024年6月27日開催の定時株主総会において選任されたため、出席状況は就任後の開催回数で記載
取締役(常勤監査等委員)	堀口 政浩	13／13回	
社外取締役(監査等委員)	神津 信一	4／4回	2024年6月27日付で任期満了により退任
社外取締役(監査等委員)	塩生 朋子	13／13回	
社外取締役(監査等委員)	佐藤 仁	13／13回	
社外取締役(監査等委員)	桂川 志麻	9／9回	2024年6月27日開催の定時株主総会において選任されたため、出席状況は就任後の開催回数で記載

※2025年3月期の出席状況を記載しております。

取締役会の実効性評価／役員報酬制度の基本方針および報酬体系・報酬額

取締役会の実効性評価

実施方法

当社は、取締役会としての実効性に関する分析・評価のため、取締役会の構成員全員に対してアンケートを実施しております。

アンケート項目

取締役会の役割・規模・構成の適切性、取締役会の運営方法、議論の質、役員へのサポート体制、取締役会の議題の適切性等。

評価結果

取締役会は、全体としては概ね適切に運営されており、取締役会の機能の有効性は概ね確保されているとの評価を得ております。しかし、アンケートの一部の項目については、やや不適切または不十分との評価も一部に見られます。例えば、建設的な議論・意見交換が行われているかという観点では、一定の問題意識が存在していることが確認されております。これにつきましては、評価結果を取締役会において報告しており、今後の取締役会運営における課題と認識して、さらなる機能向上や議論の活性化に向けた検討を継続してまいりたいと考えております。

報酬体系

固定報酬

基本報酬(金銭)

各取締役の役位・職責・成果、執行役員及び従業員の給与・賞与・昇給等の水準、最近事業年度の経営成績目標に対する到達度、過去の支給実績などを総合的に勘案し、報酬額を決定します。

短期業績連動報酬

賞与(金銭)

各事業年度の当社の単体営業利益及び連結営業利益等に連動する制度。個々の取締役の年間賞与額は、役位別の賞与標準額に各事業年度の計画策定時の目標値の達成率等により決まる支給率を乗じることにより、0%~110%の範囲内で変動します(年2回に分けて支給)。

中長期業績連動報酬

株式報酬(非金銭)

当社の事業形態等に適したものとして、収益性指標である単体営業利益及び親会社株主に帰属する当期純利益に連動する制度。毎年一定の時期にあらかじめ定められた固定ポイント及び業績連動ポイントを付与します。業績連動ポイントは当社の業績目標の達成度等に応じた業績連動係数を乗じることによって0%~200%の範囲内で変動。取締役等の退任後、当該取締役等の在任期間中に付与された固定ポイント及び業績連動ポイントの累積ポイント数に応じて当社株式等の交付等を行います。

年額480百万円以内

役員報酬制度の基本方針および報酬体系・報酬額

当社の取締役報酬は、業務執行内容、経営環境、財務状況等を考慮し、当社と同程度の事業規模及び関連する業種・業態に属する企業における役員報酬水準を参考に決定いたします。当社の取締役報酬(監査等委員である取締役、非業務執行取締役及び社外取締役の報酬を除く。)は、業績向上によるインセンティブが働く制度とし、金銭報酬及び非金銭報酬により構成します。金銭報酬については、職務評価に基づく月額固定の基本報酬、業績連動報酬としての賞与で構成し、非金銭報酬については、業績連動型株式報酬により構成するものとします。

手続きとしては社外取締役が過半数を占め、社外取締役が委員長を務める任意の指名・報酬委員会において審議を行ったうえで、取締役会において、取締役の個人別の報酬等に係る決定方針を決議しております。また、取締役会は、当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等の内容の決定方法及び決定された報酬等の内容が取締役会で決議された決定方針と整合していることを確認しており、当該決定方針に沿うものであると判断しております。なお、監査等委員でない取締役(非業務執行取締役及び社外取締役を除く。)の基本報酬、賞与及び業績連動型株式報酬の割合につきましては、健全なインセンティブとして機能するよう適切な支給割合を決定しております。

2025年3月期 役員報酬実績

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる 役員の員数 (名)
		基本報酬	業績連動 報酬等	左記のうち、 非金銭報酬 等	
取締役 (監査等委員である 取締役を除く)	264	201	63	63	8
(うち社外取締役)	(11)	(11)	(—)	(—)	(2)
監査等委員である 取締役	36	36	—	—	5
(うち社外取締役)	(16)	(16)	(—)	(—)	(4)

取締役紹介

INTRODUCING OUR DIRECTORS



代表取締役会長
多田 憲之

1972年 4月 当社に入社
1997年 6月 当社北海道支社長
2000年 7月 当社映画宣伝部長
2008年 1月 当社秘書部長
2008年 6月 当社執行役員に就任
2010年 6月 当社取締役に就任
2012年 6月 当社総務部長兼監査部長
2013年 6月 当社監査部担当
2013年 6月 当社常務取締役に就任
2014年 4月 当社代表取締役社長に就任
2014年 6月 当社映像本部長
2020年 6月 当社取締役相談役に就任
2021年 6月 当社代表取締役会長に就任
2023年 2月 当社代表取締役会長兼社長に就任
2023年 2月 当社映像本部長
2023年 4月 当社代表取締役会長に就任(現任)



代表取締役社長
吉村 文雄

1988年 4月 当社に入社
2016年 6月 当社コンテンツ事業部長
2018年 6月 当社執行役員に就任
2020年 6月 当社取締役に就任
2020年 6月 当社ビデオ営業部門担当
2021年 4月 当社コンテンツ事業部門担当兼
コンテンツ企画営業部長
2021年 6月 当社常務取締役に就任
2022年 7月 当社映像本部副部長
2023年 4月 当社代表取締役社長に就任(現任)
2023年 4月 当社映像本部長兼
コンテンツ事業部門統括
2024年 4月 当社映像本部長(現任)



専務取締役
和田 耕一

1988年 4月 当社に入社
2014年 6月 当社経理部長
2016年 6月 当社執行役員に就任
2018年 6月 当社取締役に就任
2020年 6月 当社経営戦略部担当(現任)
2021年 6月 当社常務取締役に就任
2022年 7月 当社経営管理本部長(現任)
2023年 6月 当社専務取締役に就任(現任)



常務取締役
鎌田 裕也

1991年 4月 当社に入社
2016年 6月 当社不動産開発部長兼
不動産営業部長
2018年 6月 当社執行役員に就任
2021年 6月 当社不動産戦略部長(現任)
2022年 6月 当社取締役に就任
2022年 7月 当社不動産事業本部長(現任)
2023年 6月 当社常務取締役に就任(現任)



取締役
小嶋 雄嗣

1984年 4月 当社に入社
2005年 6月 当社テレビ企画制作部
チーフプロデューサー
2009年 6月 ㈱東映テレビ・プロダクションに出向
2014年 6月 同社専務取締役に就任
2021年 6月 当社顧問(大泉地区担当)に就任
2022年 6月 当社取締役に就任(現任)
2022年 7月 当社京都撮影所長兼太秦地区担当
(現任)
2023年 4月 当社映像本部副本部長(現任)
2023年 6月 当社映画事業担当兼
撮影所事業担当
2024年 4月 当社撮影所事業部門長(現任)
2025年10月 当社映像企画部担当(現任)



取締役
早河 洋

1967年 4月 ㈱日本教育テレビ(現・㈱テレビ朝日
ホールディングス)に入社
1999年 6月 同社取締役に就任
2001年 6月 同社常務取締役に就任
2005年 6月 同社代表取締役専務に就任
2007年 6月 同社代表取締役副社長に就任
2009年 6月 同社代表取締役社長に就任
2012年 6月 当社取締役に就任(現任)
2014年 6月 ㈱テレビ朝日ホールディングス
代表取締役会長兼CEOに就任
2019年 6月 同社代表取締役会長・CEOに就任
2022年 2月 同社代表取締役会長・CEO兼社長・
COOに就任
2022年 6月 同社代表取締役会長に就任(現任)

氏名	役職名	取締役会出席状況	経営	重点戦略				ガバナンス		
			企業経営	企画製作	IP／マルチユース	グローバル	組織・人事	財務・会計	法務／リスクマネジメント	サステナビリティ
多田 憲之	代表取締役会長	13／13回	●		●		●		●	●
吉村 文雄	代表取締役社長	13／13回	●	●	●	●	●		●	
和田 耕一	専務取締役	13／13回	●				●	●	●	●
鎌田 裕也	常務取締役	13／13回	●		●				●	
小嶋 雄嗣	取締役	13／13回	●	●	●				●	
早河 洋	取締役	11／13回	●	●	●		●		●	●

(注)1 上記スキルマトリクスは、各取締役に特に期待する知識・経験・能力であり、各取締役の有する全ての知見を表すものではありません。
2 2025年3月期の出席状況を記載しております。

取締役紹介

INTRODUCING OUR DIRECTORS



社外取締役
野本 弘文

1971年 4月 東京急行電鉄㈱(現・東急㈱)に入社
2007年 6月 同社取締役に就任
2008年 1月 同社常務取締役に就任
2008年 6月 同社専務取締役に就任
2010年 6月 同社代表取締役専務に就任
2011年 4月 同社代表取締役社長に就任
2014年 6月 当社取締役に就任(現任)
2015年 6月 東京急行電鉄㈱(現・東急㈱)社長執行役員に就任
2018年 4月 同社代表取締役会長に就任(現任)



社外取締役
植木 義晴

1975年 6月 日本航空㈱に入社
2010年 2月 同社執行役員に就任
2010年 12月 同社専務執行役員に就任
2012年 2月 同社代表取締役社長執行役員に就任
2018年 4月 同社代表取締役会長に就任
2020年 4月 同社取締役会長に就任
2024年 4月 同社取締役に就任
2024年 6月 同社特別理事に就任(現任)
2024年 6月 当社取締役に就任(現任)



取締役
(常勤監査等委員)
堀口 政浩

1985年 4月 当社に入社
2011年 6月 当社経営戦略部長
2012年 6月 当社秘書部長
2014年 6月 当社執行役員に就任
2022年 6月 当社取締役常勤監査等委員に就任(現任)



社外取締役
(監査等委員)
塩生 朋子

2009年 12月 弁護士登録
(第二東京弁護士会所属)
2010年 1月 四谷共同法律事務所入所(現任)
2021年 6月 当社監査役に就任
2022年 6月 当社取締役監査等委員に就任(現任)



社外取締役
(監査等委員)
佐藤 仁

1975年 4月 東京急行電鉄㈱(現・東急㈱)に入社
1995年 10月 ㈱東急レクリエーションに入社
1997年 3月 同社取締役に就任
2002年 5月 同社常務取締役に就任
2006年 3月 同社専務取締役に就任
2007年 3月 同社代表取締役社長に就任
2014年 3月 同社取締役会長に就任
2016年 3月 同社取締役相談役に就任
2017年 3月 同社相談役に就任(現任)
2022年 6月 当社取締役監査等委員に就任(現任)



社外取締役
(監査等委員)
桂川 志麻

1997年 4月 山田恵美子税理士事務所入所
2001年 3月 税理士登録
2022年 1月 改組により神津・山田税理士法人社員に就任
2024年 6月 当社取締役監査等委員に就任(現任)

氏名	役職名	取締役会出席状況	経営 企業経営	重点戦略				ガバナンス		
		監査等委員会出席状況		企画製作	IP／マルチユース	グローバル	組織・人事	財務・会計	法務／リスクマネジメント	サステナビリティ
野本 弘文	社外取締役	12／13回	●		●					●
		9／9回	●			●				●
堀口 政浩	取締役監査等委員(常勤)	13／13回	●						●	●
		13／13回								
塩生 朋子	社外取締役 監査等委員	13／13回				●			●	
		13／13回								
佐藤 仁	社外取締役 監査等委員	13／13回	●		●			●	●	
		13／13回								
桂川 志麻	社外取締役 監査等委員	9／9回						●	●	
		9／9回								

(注)1 上記スキルマトリクスは、各取締役に特に期待する知識・経験・能力であり、各取締役の有する全ての知見を表すものではありません。
2 2025年3月期の出席状況を記載しております。ただし、植木義晴氏および桂川志麻氏は、2024年6月27日開催の第101期定時株主総会において新たに選任されたため、出席状況は就任後の開催回数で記載しております。

社外取締役 メッセージ

MESSAGE FROM
OUTSIDE DIRECTORS



社外取締役
野本 弘文



社外取締役の野本です。

1971年に東京急行電鉄(株)(現:東急(株))に入社後、都市開発、リゾート開発、メディア事業に携わり、2004年にイツ・コミュニケーションズ(株)代表取締役社長、2011年に東京急行電鉄(株)代表取締役社長を経て、2018年から現職である東急(株)代表取締役会長を務めております。

私は、企業の最大の使命は「社会に役立つ、必要とされるコトを事業化し、継続すること」と考えています。東急の街づくりでは、住宅や鉄道、オフィスなど、お客さまに必要とされる価値を生み出しながら、つくって終わりではなく、エリアで生み出した利益を、繰り返し再投資し、街の価値を持続的に高め続けることで、沿線を中心としたお客さまから100年を超えて支持をいただけてまいりました。東映(株)の取締役会においても、東急でのサステナブル経営の実体験に基づいた長期的な視点に立ちながら議論を深めるとともに、公正な判断に基づく意思決定の支援を通して、業務執行を適切に監督してまいりたいと考えています。

東映グループは創業以来、映画・映像制作を基盤として、楽しく、人の心を動かすコンテンツを世の中に届けてきました。今日、我が国の映像作品・アニメーション・IPコンテンツが日本の「文化」として世界中の注目を集めていることに、東映グループの貢献があったことは疑いようがありません。

これからも、東映グループが「愛される『ものがたり』を全世界に」というミッションのもと、創造性を余すことなく発揮し、価値観の変化・多様化に対応することはもちろんのこと、自ら新しい価値観を提案することで、人々の心を豊かにし、ともに「文化大国日本」の一翼を担うことを期待しています。

社外取締役
植木 義晴



東映(株)の社外取締役になりまして1年が経ちました、植木義晴です。

私は1975年に運航乗務員として日本航空(株)に入社し、以来35年間パイロットとして自ら飛行機の操縦桿を握り世界の空を飛び回ってまいりました。その後操縦桿を置き2010年に日本航空(株)の役員に就任、2012年からは社長・会長として12年を過ごしました。JALの社長を務めた者が何故東映グループの社外取締役なのか?と不思議に思われる方もいらっしゃると思いますが、それにはカラクリがあります。実は私の父は『片岡千恵蔵』、70代以上の方はよくご存知かと思いますが、昭和の時代劇スターであり東映設立時の初代取締役でもありました。また私も幼少の頃、親の七光りで4本の映画に出演しました。そんなご縁もあり選んでいただいたようです。

東映グループにはしっかりとした業績を残しつつも、良い映画を作りお客さまに喜んでいただけるよう期待しております。そのためにも取締役会においては、私の経験をもとに歯に衣着せぬ意見を言っています。「業界の常識世界の非常識!」これは私がJALの社長になった時に、ある方から教えていただいた言葉です。そろそろ世界を目指しましょう。

先日、京都・東京撮影所の視察にまいりましたが、未だに現場では「活動屋魂」がしっかりと息づいています。社員がやる気になって楽しく仕事ができなければ、良い映画などつくれるものではありません。そして社員をやる気にさせるこそが、経営の務めと理解しております。父の頃と比較すると映画界も難しくなっていますが、映画の火を絶やさぬよう、あの世で父に叱られぬよう頑張っています。

社外取締役
監査等委員
塩生 朋子



私は、1999年に厚生労働省に入省し、2009年に弁護士登録しました。2021年に東映(株)社外監査役、2022年に東映(株)社外取締役監査等委員に就任いたしました。現在は東映(株)のほか、パルシステム生活協同組合連合会の員外監事、(株)アズパートナーズの社外監査役を務めております。

東映グループは、これまで多くの素晴らしいコンテンツを生み出してきました。今後も魅力的なコンテンツを生み出し続けるためにも、ダイバーシティ経営を推進し、クリエイティブな仕事ができる環境を整備することが重要だと考えています。男性社員も女性社員も、育児・介護休業、時短勤務、在宅勤務、休暇等を組み合わせながら柔軟に働き続けられる社風を定着させることで、社員全員がそれぞれのライフステージに沿った働き方を選びながら能力を十分に発揮できるようにすることが大切ではないでしょうか。女性社員の管理職や役員への登用も当社の喫緊の課題であると考えています。2023年に発表した東映グループの中長期VISIONにおいて、今後の成長戦略の柱に位置づけられている、コンテンツのグローバル展開へのチャレンジも、大いに楽しみにしているところです。

また、2025年7月には長く本社と直営劇場を構えていた銀座から離れることになりました。寂しさもありますが、本社移転を機に、部門間の交流がより活発になって、社員の皆さんで新しい東映に向かって進んでいってくれることを期待しています。

これからも、内部監査部門や会計監査人と連携して、コンプライアンス・ガバナンスの強化、内部統制システムの整備等の観点を中心に、監査等委員としての任務を果たし、当社のさらなる発展に寄与してまいりたいと存じます。

社外取締役
監査等委員
佐藤 仁



戦後、後発の映画会社として誕生した当社はマーケットの縮小をはじめ、さまざまな時代の変化に対し多角化に次ぐ多角化などで対応し発展してきました。

その発展にはその時々の人々の進取の気性によるものが大であり、その精神は現在も強く受け継がれています。

これからも、その気風のもとに蓄積された知財、人財を活かし、国内のみならずグローバルな視点で映画産業を牽引してほしいと思います。しかしながら、映画は作品によって収益が大きく左右される構造となっていることから、片方にしっかりした利益財源を確保する必要があります。そのために、あわせて事業の多角化等を行う必要があります。その一つとして不動産事業は安定したビジネスモデルであり、資産の入れ替えを行うなどし、収益の補完財源として積極的に開発を行ってほしいと思います。

私は、東京急行電鉄(株)(現:東急(株))に入社し、財務部、リゾート事業開発(別荘開発、販売、ゴルフ場の開発、運営管理)等に勤務後、(株)東急レクリエーションに出向、転籍し経営企画室長、財務部長、映像事業部長、スポーツ・レジャー事業部長(ボウリング場、フィットネスクラブ、ホテル経営)を歴任し社長、会長に就きました。その間並行して経済団体である東京商工会議所渋谷地区代表として中小事業者の経営指導、支援等の活動を行ってきました。これらを通じて得た知見、識見をもとに当社のさらなる発展に貢献していきたいと思います。

最後に東映グループが今後さらに発展していくためには各社が部分最適ではなく、全体最適の意識を持ち進んでほしいと期待しています。

社外取締役
監査等委員
桂川 志麻



私は1997年4月に税理士事務所に入所し、実務経験を積んで2001年3月に税理士登録、その後、改組により神津・山田税理士法人の社員に就任して現在に至ります。

2024年6月の株主総会にて選任され、社外取締役に就任して1年が経過しました。就任後は、65年の歴史に幕を下した丸の内TOEIの閉館や、東映会館本社ビルの取壊しによる移転等があり、大きな転換期だと感じました。

一方で、創業70年以上の歴史ある東映(株)には、映画・ドラマ・アニメーションなど映像作品の企画・製作など長年にわたって培われたブランド力や、これらの作品を劇場からテレビ、ネット配信を行う展開力が備わっていると思います。

これらさまざまなコンテンツを日本にとどまらず世界中に発信・送り届け続け、全ての人々に感動を与え続けてほしいと思います。女性活躍が叫ばれている時代となっています。社外取締役に2名の女性がありますが、社内でも活躍している女性を積極的に上層部に採用していただきたいと思います。

現在は、2023年に東映グループの中長期VISIONとして掲げられた「愛される『ものがたり』を全世界に」という使命のもとに重点施策を定め、グループ全体で企業価値の向上に取り組んでいます。社外取締役として、取締役会や監査等委員会等へ出席をして、東映グループの事業内容や取り組みについての理解を深めてきました。

今後は、この2033年に向けての改革を、経験豊富な他の社外取締役の方々とともに意見交換をしながら、企業価値向上に貢献することを目指します。

リスクマネジメント体制

東映グループでは、東映株式会社の取締役会の監督の下、代表取締役社長を最高責任者とし、リスクマネジメント担当役員及び各事業部門の責任者を委員とする年2回のリスクマネジメント委員会を実施し、全社的なリスクマネジメント体制を構築しております。リスクマネジメント委員会は、当社グループを取り巻くリスクに関する情報の収集分析、リスクの対応方針及び目標の決定、グループ経営上重要なリスクの抽出・評価、定期的なリスク対応状況に関するモニタリングを行っております。

リスクの評価

リスクの特定においては、以下の様に実施しております。

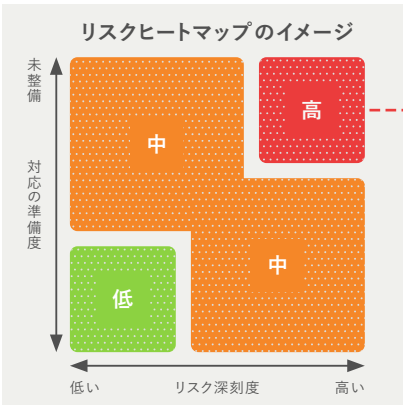
- ① リスクの識別

当社グループの事業戦略を分析すると共にそれぞれの事業部門と管理部門の責任者に対してインタビューを実施することによって、トップダウン・ボトムアップ両方のアプローチで当社グループにおける各リスクを識別。
- ② リスクの評価

識別されたリスクに対して、事業に及ぼす影響度と発生可能性を定量的かつ定性的に評価した後、既存の対応状況の評価。
- ③ リスクヒートマップによる対応優先度の特定

上記2段階のリスク評価結果に基づいて、リスクヒートマップを作成し、特定されたリスクを「低」・「中」・「高」の3つのレベルに分け、「高」または「中」になるリスクを優先的に対応すべきリスクとして特定。

最新のリスク評価の実施結果において、当社グループは40項目のリスクを識別、11個のリスク項目に分類し、対応策の検討及び実施を行っております。

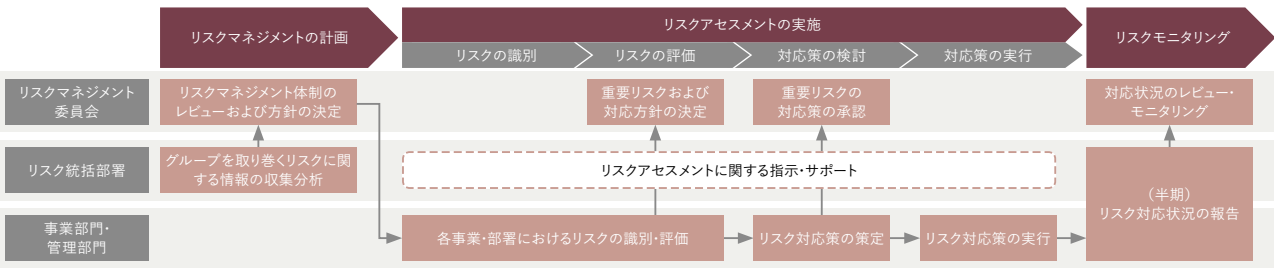


優先的に対応すべき主要リスク

分類	リスク項目	対策優先度
ハザードリスク	① 災害リスク	高
	② 感染症リスク	中
	③ 取引先管理に関するリスク	中
	④ 風評リスク	中
事業戦略リスク	⑤ 労働・安全衛生に関するリスク	高
	⑥ 人材確保に係るリスク	中
	⑦ 事業環境に関するリスク	中
	⑧ 個人情報等の機密情報の取り扱いに関するリスク	高
ガバナンスリスク	⑨ 情報セキュリティリスク	高
	⑩ 著作権等の知的財産権に関するリスク	高
	⑪ コンプライアンス違反リスク	高

リスクマネジメントプロセス

リスクマネジメントの管理体制が適切かつ健全な役割を果たすために、リスクマネジメントの管理体制及び方針のレビュー・見直しを毎年行っており、各リスク項目における関係部署においてリスクの対応策を検討し、実施しております。なお、リスク統括部署はリスクへの対応支援及びモニタリングを実施し、定期的に実施状況や確認結果をリスクマネジメント委員会に報告します。リスクマネジメント委員会は報告に基づいて、体制の強化または改善等が必要な項目に対して審議し、意見交換を通じて取り組みを最善な方向性に調整しております。加えて、当社グループの経営に影響する可能性がある事項を適時に最高責任者の代表取締役社長及び取締役会に報告しております。



情報セキュリティの取り組み

東映グループでは、各社の事業特性に沿った情報セキュリティの向上を推進しています。その中で、東映株式会社では業務システム改善委員会にて、ICT（情報通信技術）推進とその投資効果および情報セキュリティに関する審議を継続的に行っています。ICT導入は、同委員会に集約され、全社的に管理されており、また、情報セキュリティの維持・向上に向けて電子情報セキュリティ規程等を制定し、リスクマネジメント委員会によるリスク評価と軽減策の実施を通じて、不正アクセスや情報漏洩等の未然防止に取り組んでいます。技術的対策としては、「特権管理強化」、「ネットワーク構成の再整備」、「エンドポイント対応の厳格化」を中心に進めており、セキュリティインフラの高度化を図っています。また、人的対策として、「従業員向けの情報セキュリティ教育」や、「標的型攻撃メール訓練の実施」を通じて、従業員の知識定着と対応能力の向上を推進しており、一部のグループ会社と情報連携を行い、「従業員向けセキュリティ教育」などの共通課題に対する対策を協働で進めるなど、グループ全体の情報セキュリティ基盤の強化に取り組んでいます。

財務・非財務ハイライト

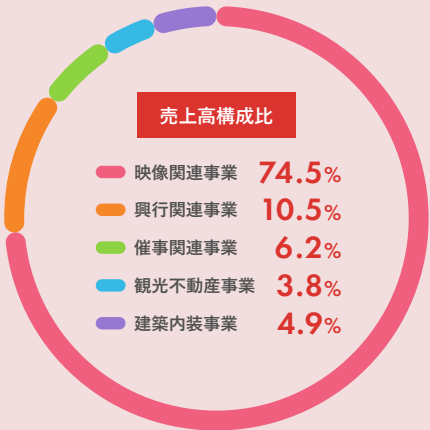
FINANCIAL & NON-FINANCIAL HIGHLIGHTS

財務情報



経営成績

売上高	179,922	百万円
営業利益	35,155	百万円
親会社株主に 帰属する純利益	15,722	百万円
営業利益率	19.5%	ROE 6.3%



映像関連事業

売上高	134,024	百万円
営業利益	33,655	百万円
売上高構成比	74.5%	



興行関連事業

売上高	18,966	百万円
営業利益	782	百万円
売上高構成比	10.5%	



催事関連事業

売上高	11,203	百万円
営業利益	1,269	百万円
売上高構成比	6.2%	



観光不動産事業

売上高	6,838	百万円
営業利益	2,542	百万円
売上高構成比	3.8%	



建築内装事業

売上高	8,890	百万円
営業利益	496	百万円
売上高構成比	4.9%	

売上高合計	179,922	百万円 ^{*1}
営業利益合計	38,746	百万円 ^{*2}

^{*1} セグメント間の内部売上等は含まず
^{*2} 全社費用等含まず

非財務情報



CO₂排出量削減 (2022年度比)

(Scope 1+2)



雇用・労働環境

	2024年度実績	中長期目標
ハラスメント研修受講人数	1,007名	2028年度: 全従業員が受講
映画認定本数比率	100%	申請作品は100%認定 ^{*1}
全労働者におけるキャリア採用者比率	44.7%	50%程度を維持
管理職における女性比率	21.4%	2033年度: 30%
全労働者における男女間賃金格差	87.0%	—
男性育児休業取得率	43.7%	2030年度: 85%
エンゲージメントスコア ^{*2}	63.5	69

^{*1} 実写映画対象につき当社(単体)数値 ^{*2} 当社(単体)数値。社員が組織や仕事に対して自発的な貢献意欲を持ち、主体的に取り組める状態を数値化したもの。満点=100点。
※上記の指標および目標は、東映側、東映アニメーション側、朝日・ディズニーの3社連結数値。その他のグループ会社については今後反映できるよう検討・準備を進める。

NON-FINANCIAL

東映株式会社 連結主要財務指標サマリー

(2015年3月期～2025年3月期)

指標名	2015年3月期 (第92期)	2016年3月期 (第93期)	2017年3月期 (第94期)	2018年3月期 (第95期)	2019年3月期 (第96期)	2020年3月期 (第97期)	2021年3月期 (第98期)	2022年3月期 (第99期)	2023年3月期 (第100期)	2024年3月期 (第101期)	2025年3月期 (第102期)
売上高 (百万円)	112,263	122,834	128,411	124,317	137,038	141,376	107,648	117,539	174,358	171,345	179,922
営業利益 (百万円)	11,051	16,039	17,462	17,469	22,970	22,003	12,997	17,810	36,339	29,342	35,155
経常利益 (百万円)	13,156	18,630	20,046	21,379	25,983	25,360	18,716	23,303	40,172	35,317	39,992
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	6,695	8,688	10,959	10,710	10,816	11,357	7,284	8,977	15,025	13,971	15,722
包括利益 (百万円)	14,585	10,605	18,924	17,337	20,265	13,954	24,771	19,299	25,989	38,816	45,468
純資産額 (百万円)	154,148	163,468	180,716	196,039	214,208	223,290	244,133	261,127	283,172	316,230	354,323
総資産額 (百万円)	234,405	240,009	257,677	273,294	296,292	300,379	324,197	348,561	379,889	411,406	463,639
1株当たり純資産額 (円)	200.3	210.42	2,309.73	2,494.30	2,688.42	2,781.83	3,067.67	3,235.25	3,434.50	3,819.35	4,274.51
1株当たり当期純利益 (円)	10.6	13.76	173.56	169.69	171.4	180.55	116.75	144.66	242.48	225.68	253.96
自己資本比率 (%)	54	55.4	56.6	57.6	57.3	57.9	58.7	57.6	56	57.5	57.1
自己資本利益率 (%)	5.6	6.7	7.9	7.1	6.6	6.6	4	4.6	7.3	6.2	6.3
株価収益率 (倍)	16.8	14.6	11	13.7	17.2	15	40.9	23.4	14.2	16.7	19.9
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	12,531	17,366	16,036	15,799	20,049	23,669	1,767	14,479	27,323	22,076	33,646
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△4,114	△4,104	△1,366	△11,701	△6,215	△3,989	△7,801	△17,860	△7,815	△9,805	△17,466
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△6,418	△6,118	△4,927	△3,793	△5,619	△5,573	5,441	△3,403	△6,599	△7,542	△4,620
現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	24,842	31,927	41,586	41,752	49,739	63,680	63,364	57,390	71,315	77,929	88,987

企業情報

会社概要

(2025年9月30日現在)

商号	東映株式会社
設立	1949年10月1日
創立	1951年4月1日
資本金	11,707百万円
事業年度	4月1日～翌年3月31日
定時株主総会	毎年6月下旬開催
本店所在地	東京都中央区京橋二丁目2番1号 京橋エドグラン
株式市場	東京証券取引所プライム市場
証券コード	9605
従業員数	447人

株式情報

(2025年9月30日現在)

株式の状況

株式数	発行可能株式総数	150,000,000株
	発行済株式総数	73,844,545株

株主数 | 7,457名

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社テレビ朝日ホールディングス	12,640	19.4
株式会社TBSテレビ	6,075	9.3
株式会社バンダイナムコホールディングス	5,177	8.0
JP MORGAN CHASE BANK 380815	4,662	7.2
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	4,549	7.0
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	3,644	5.6
東急株式会社	3,000	4.6
株式会社フジ・メディア・ホールディングス	2,862	4.4
日本テレビ放送網株式会社	2,400	3.7
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	1,374	2.1

(注) 1 千株未満は切り捨てて表示しております。

(注) 2 当社は、自己株式8,789,922株を保有しておりますが、上記大株主からは除いております。

また、持株比率は自己株式を控除して計算しております。なお、当該自己株式には、役員報酬BIP信託が所有する当社株式は含まれておりません。