

個人投資家向け説明会

株式会社サンリオ (証券コード:8136)

Sanrio

© 2026 SANRIO CO., LTD. 著作 (株)サンリオ





1. 会社概要



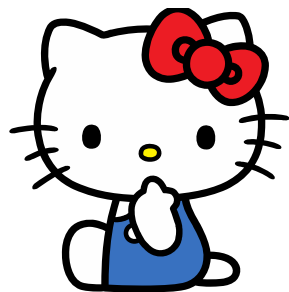
2. 事業内容/サンリオの強み



3. 業績/長期ビジョン



4. 株主還元



1. 会社概要



1960年：辻信太郎が株式会社山梨シルクセンター（現当社）を東京都に設立

1969年：グリーティングカードの企画販売業務を開始

1973年：株式会社サンリオに社名を改称

1974年：「ハローキティ」等図柄を使用した、ソーシャル・コミュニケーション・ギフト商品発売

1975年：「いちご新聞」創刊

1976年：キャラクターのライセンス業務を開始

1976年：米国子会社（Sanrio, Inc.）設立

1982年：東京証券取引所市場第二部に上場

1983年：ドイツ子会社（Sanrio GmbH）設立

1984年：東京証券取引所市場第一部に指定替え

1990年：「サンリオピューロランド」（東京都）オープン

1991年：「ハーモニーランド」（大分県）オープン

2019年：「ハローキティ」初のハリウッド映画化を発表

2019年：国連と共に「ハローキティ」がグローバルにSDGsを推進

2020年：創業以来初の社長交代（辻信太郎 → 辻朋邦）

2021年：中期経営計画「未来への創造と挑戦」発表

2022年：東京証券取引所プライム市場へ移行

2024年：中期経営計画「不確実な成長から、安定・永続成長へ」発表

2025年：長期ビジョン「みんなを導く灯台に」を発表



代表取締役社長
辻 朋邦





みんななかよく

毎日を幸せな気持ちで生きていきたい・・・
それは、私たち人間の心からの願いです。

では、本当の幸せとはいったい何でしょう。

どんな人間も、たったひとりで生きることにはできないのではないのでしょうか。
支えあい、助け合ってはじめて生きていくことができるのです。

ともに生きる仲間たちと信じあい、仲よく生きていくこと。

それが、私たち人間にとっての本当の幸せなのではないでしょうか。

その仲間とは、親子、兄弟、夫婦、友人、恋人といった身近な存在から、学校や会社の同僚、そして世界中のひとびとにまで広がっています。

それらのひとたちと理解しあい、仲よくしていくために大切なのは、まず自分から相手を信じ、尊敬し、愛すること。そして、そうした気持ちを表現すること・・・これが、サンリオを支える考え方です。

私たちは「One World, Connecting Smiles.」というビジョンを胸に、1人1人の笑顔を作り出し、幸せの輪を広げていくことによって「みんななかよく」という企業理念の達成を目指しています。





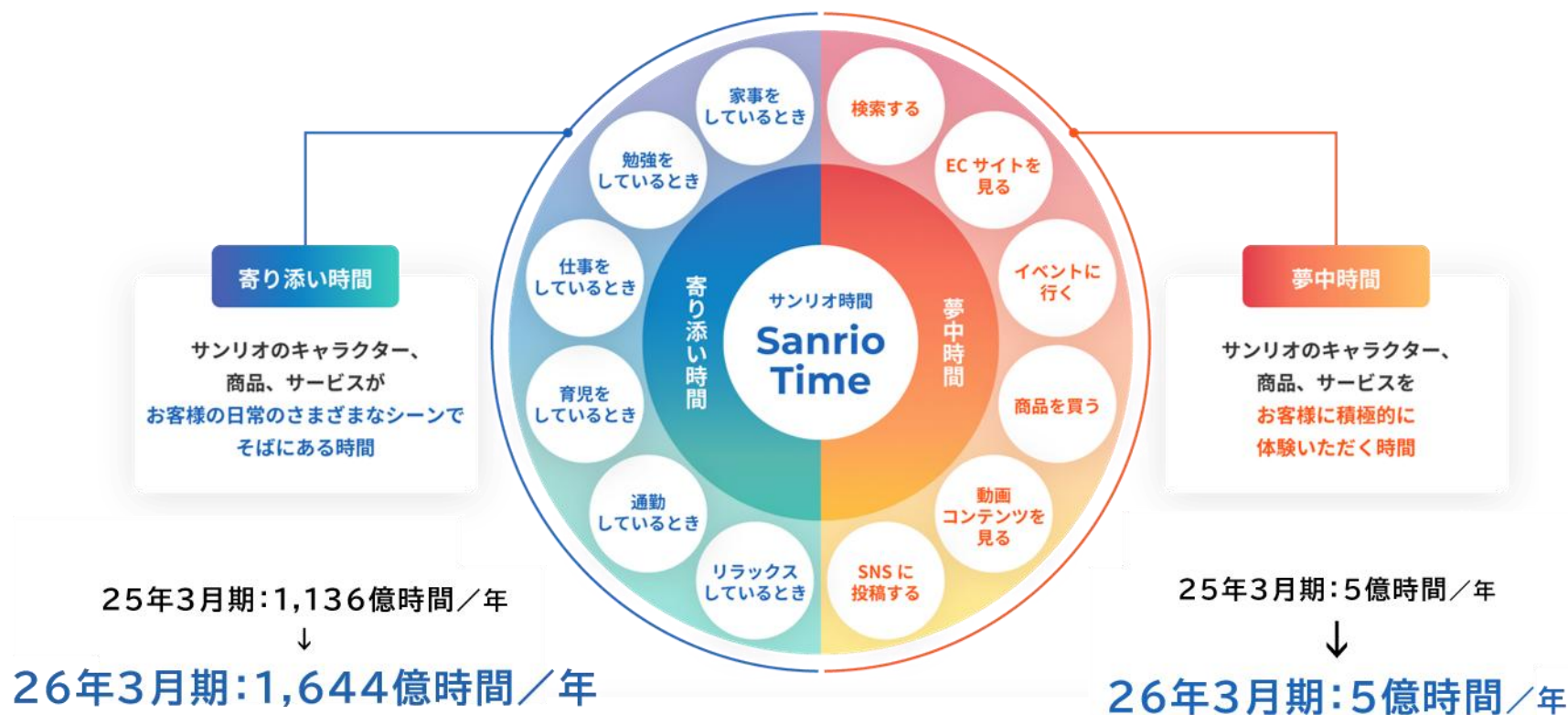
ビジョン、ミッション、バリュー

1人ひとりの笑顔を作り出し、幸せの輪を広げていくことによって
企業理念「みんななかよく」の達成を目指しています





みんなに届けた笑顔を計測するのが**サンリオ時間**。
この一年でも、業績拡大に伴い、前年度比で**1.5倍増加**





サンリオ・マテリアリティ

サンリオ・マテリアリティの考え方





2. 事業内容/サンリオの強み



事業内容

強固なキャラクターIPを有し、 エンターテインメント企業としてグローバルに事業を展開

物販事業

売上高構成比 36%

- 商品の企画・販売
- サンリオショップ(直営店)及び百貨店での販売
- 量販店及び専門店への卸売
- オンラインショップ等



- サンリオピューロランド(東京)
- ハーモニーランド(大分)

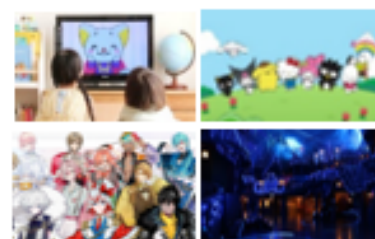
テーマパーク事業

売上高構成比 8%

ライセンス事業

売上高構成比 54%

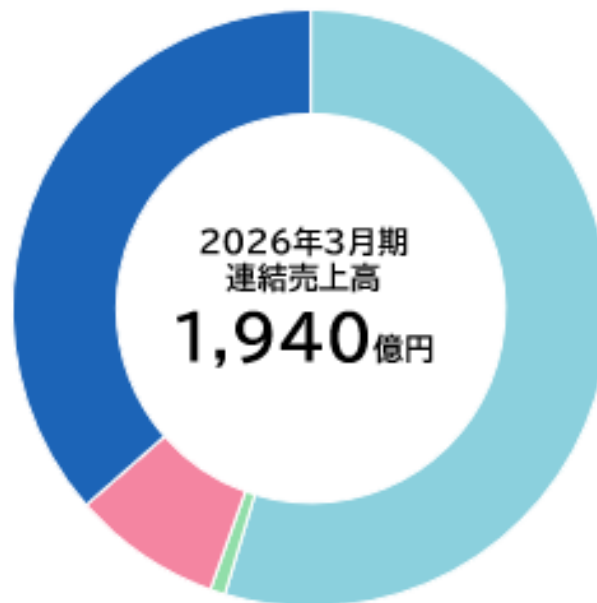
- 著作権の許諾・管理
- サンリオキャラクターの使用許諾



- ゲーム事業
- エデュテインメント事業
- デジタル事業

新規事業・その他

売上高構成比 1%



注：売上高構成比は連結会社相互間の取引高の相殺消去前の事業別売上高の単純合算金額に対する割合



物販事業



デザイン
商品企画



製造



店舗及び卸売



オンラインショップ



ギフト商品・グリーティングカードの企画・販売



海外物販



ライセンス事業

商品化 ライセンス

展開先：
直営店・百貨店・
チェーンストア等



広告・宣伝 ライセンス

企業の販促物、
宣伝・広告販促品等

銀行・生命保険・
交通機関等



空間デザイン ライセンス

カフェ・ホテル・病院・
テーマパーク等





サンリオピューロランド（東京都）



ハーモニーランド（大分県）





新規事業（ゲーム）



「サンリオ パーティランド」
2026年10月19日発売予定





サンリオキャラクター

450を超える多様なキャラクター

商品やサービスの差別化として、デザインも柔軟性・汎用性が高い





サンリオの強み

世代を超えて受け継がれてきた人気キャラクター、それを支える人材

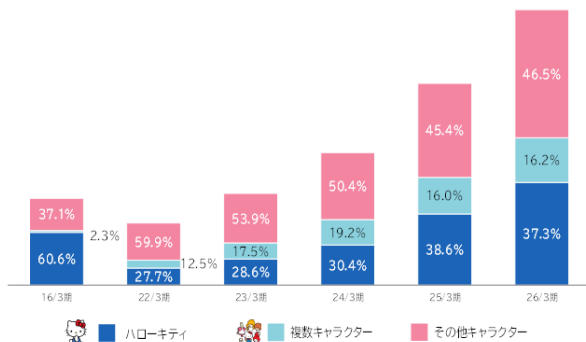


ハローキティ マイメロディ ポムポムプリン シナモロール クロミ

デビュー年 1974年 1975年 1996年 2002年 2005年

- ✓ ハローキティをはじめ、**長い歴史**を持ち、親・子・孫と世代を超えて受け継がれ、**強固なファン層**に支えられている人気キャラクターを複数、自社で保有

＜全世界のキャラクターの構成比推移：粗利益＞



企業理念と事業構造に支えられた、高収益性と高効率性

2026年3月期

ROE

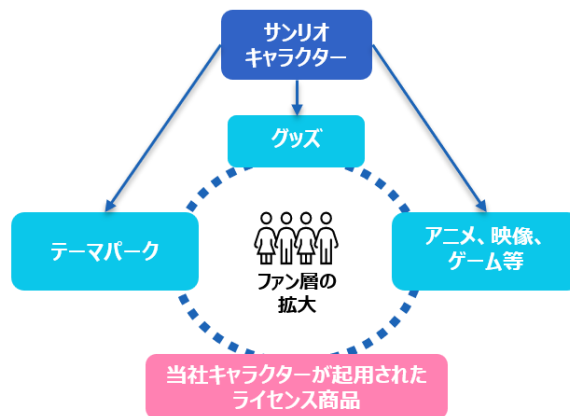
41.6%

2026年3月期

営業利益率

40.1%

- ✓ グッズ、テーマパーク、デジタルメディアなど**多様な接点**でキャラクターと顧客がふれあい、**人気が高まる**。最終的に**収益性の高いライセンス事業の拡大**に繋がる特有のビジネスモデル



キャラクター・地域・カテゴリー・世代に更なる成長余地

5年間CAGR

売上高

+38%

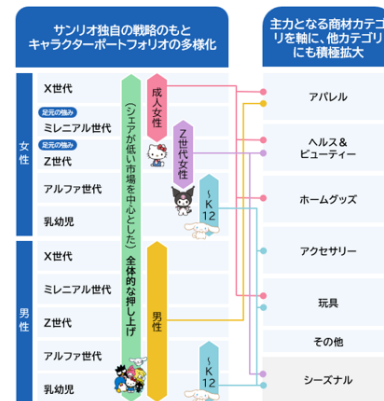
5年間CAGR

営業利益

+135%

- ✓ 市場シェアは、日本19%、中国16%、北米4%、欧州1%に過ぎず、**当社キャラクターおよび市場（消費者、商材カテゴリー、ライセンス、地域）の観点で、開拓可能なスペースが広く存在**。事業成長の余力が大きい

＜例：北米におけるキャラクター・商品カテゴリーの分散戦略＞





4. 業績/長期ビジョン



成長の軌跡



Hit !

1990年代後半

**女子高校生を中心に
日本でハローキティの人気に火がつく**

当時のトレンドセッターだった女子高校生をきっかけに、大人ファン層が一気に広がりました。



Hit !

2000年代

**海外セレブリティにも
ハローキティが大人気、
世界中に“kawaii”が広がる**

海外でもセレブを中心にハローキティの人気に火がつき、2008年頃より欧米市場を中心にハローキティのライセンス事業を強化。

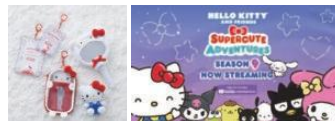


Hit !

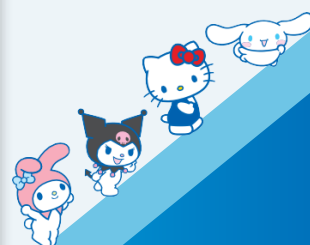
2020年代

**構造改革を実現し
デジタルを活用した戦略が奏功**

2020年からマーケットイン型※2戦略に舵を切り、デジタルを活用し幅広いユーザーにアプローチ。複数キャラクターを活用することでポラリティ抑制を図っています。



安定・持続成長を目指し
もっと笑顔届けられる
企業へ



営業利益推移

1999年3月期
営業利益
188億円

2014年3月期
営業利益
210億円

2026年3月期
営業利益
778億円

1990年 1995年 2000年 2005年 2010年 2015年 2020年 2025年 2030年 ...



Down

2000年代初め

**消費不況の影響もあり
爆発的だったグッズ売上も落ち込む**

日本経済は、1990年代のバブル崩壊後の影響を引きずり、デフレーションが続いていました。景気悪化により消費も落ち込みました。



Down

2020年代前半

**外的要因による一過性の人気に
左右され業績が低迷**

2010年代後半より欧米でのハローキティに続くキャラクターの育成を再開するも、従来のプロダクトアウト型※1のビジネスモデルの見直しも急務となり、業績が一時的に低迷しました。

※1 プロダクトアウト型：企業の技術や発想を起点に製品を開発し、市場に提案していくアプローチ

※2 マーケットイン型：市場や顧客のニーズを起点に製品やサービスを開発するアプローチ

© 2025 SANRIO CO., LTD.



27/3期Q1

単位:百万円

	26/3期Q1	27/3期Q1	増減率
売上高	43,097	52,035	+20.7%
売上総利益	34,765	40,683	+17.0%
売上総利益率	80.7%	78.2%	△2.5pt
営業利益	20,198	22,435	+11.1%
営業利益率	46.9%	43.1%	△3.8pt
調整後営業利益	18,126	22,077	+21.8%
EBITDA	20,829	23,348	+12.1%
EBITDAマージン	48.3%	44.9%	△3.4pt
経常利益	20,205	22,624	+12.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	14,190	15,516	+9.3%

注) 百万円未満切り捨て、%表示単位以下四捨五入。



27/3期通期見通し

〔単位：百万円〕

連結(PL)	26/3期	27/3期予想	増減率
	通期	通期	通期
売上高	194,088	229,800	+18.4%
売上総利益	150,062	178,600	+19.0%
売上総利益率	77.3%	77.7%	+0.4pt
営業利益	77,859	89,500	+15.0%
営業利益率	40.1%	38.9%	△1.2pt
調整後営業利益	78,453	88,800	+13.2%
経常利益	79,335	90,200	+13.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	54,608	63,800	+16.8%

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



将来的に目指す姿：IPプラットフォーム

みんなを笑顔に導く灯台に

-Roadmap to a World of Smiles-

笑顔になる人数
が増える

家事をする
仕事をする
：通勤する 等

B ファンが積み重なり
安定基盤へ

C IPプラットフォーム化で
安定成長へ

“勉強をする”

“応援する”

“ゲームで遊ぶ”

“創る／観る／
観てもらう”

“動画コンテンツ
を観る”

“体験する”

“商品を買う”

エンゲージメント
を深める接点に
ファンが集まる

各接点でファン
がロイヤル化

貯まった
ロイヤリティが
ライセンスに還元

ライセンスが
さらに太くなる

教育

スポーツ

ゲーム

デジタル
(配信／VR／創作)

映像

LBE¹
(パーク／ショーなど)

物販

ライセンス

スポーツIP
のファン

他社IP
のファン

UGC
のファン

接点到他社IPが載り、
他社IPファンが集まる

各接点でファン
がロイヤル化

貯まった
ロイヤリティが
ライセンスに還元

ライセンスが
さらに太くなる

強固な組織基盤

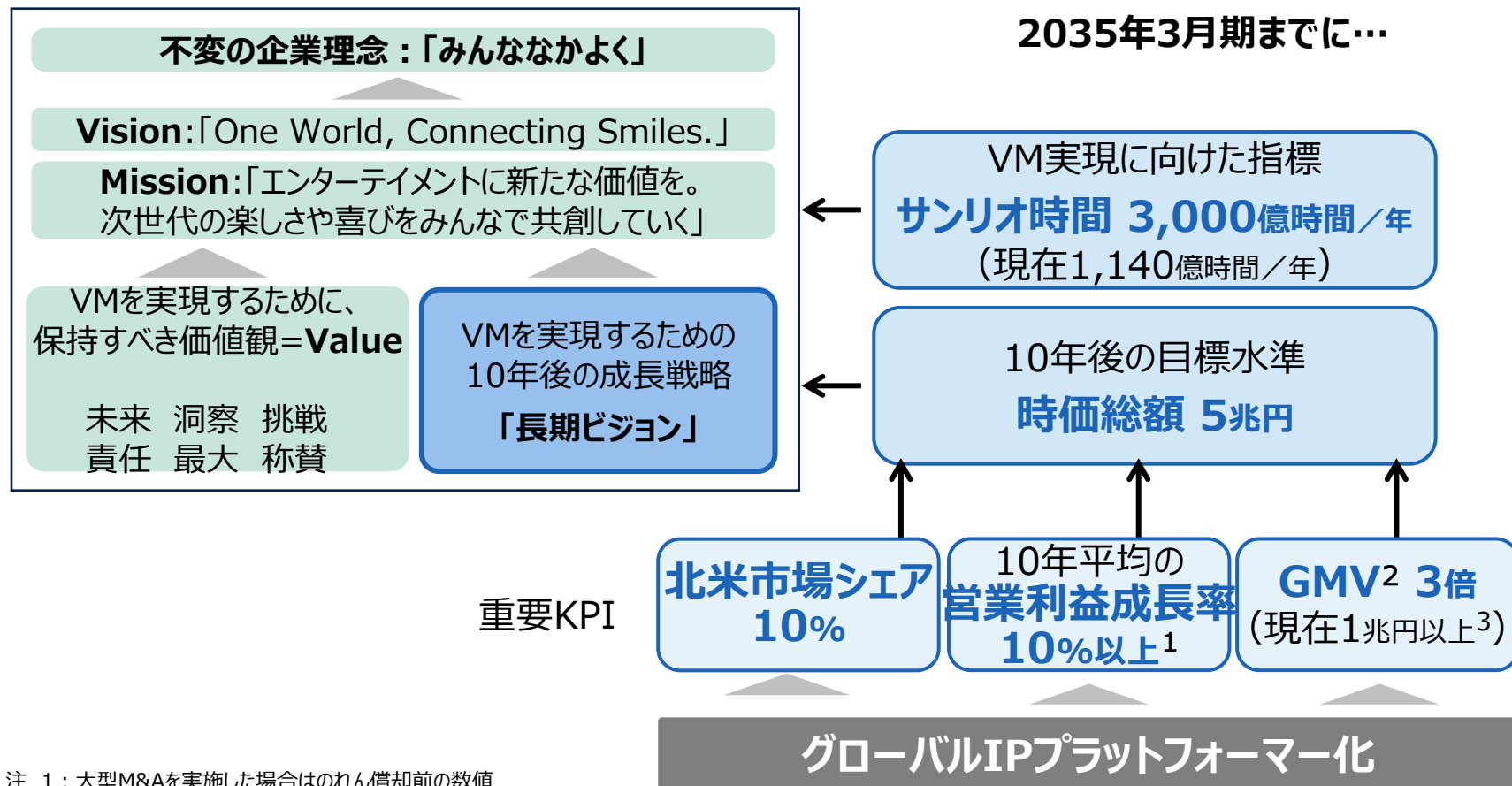
注力事業を中立的に決定でき、
事業のグローバル成長と事業間
連携を容易にする組織基盤を創る

注 1：LBE=Location-Based Entertainment。テーマパーク、ミュージカル・ショー、移動式屋内遊園地など、ある場所に赴くことで体験できるエンターテインメントの意



長期で目指す水準感

エンタメの層を積み重ね、IPポートフォリオを拡げる。
10年間で、**時価総額5兆円**を目指す



注 1：大型M&Aを実施した場合はのれん償却前の数値
2：GMV=Gross Merchandise Value（流通取引総額）
3：自社試算に基づく

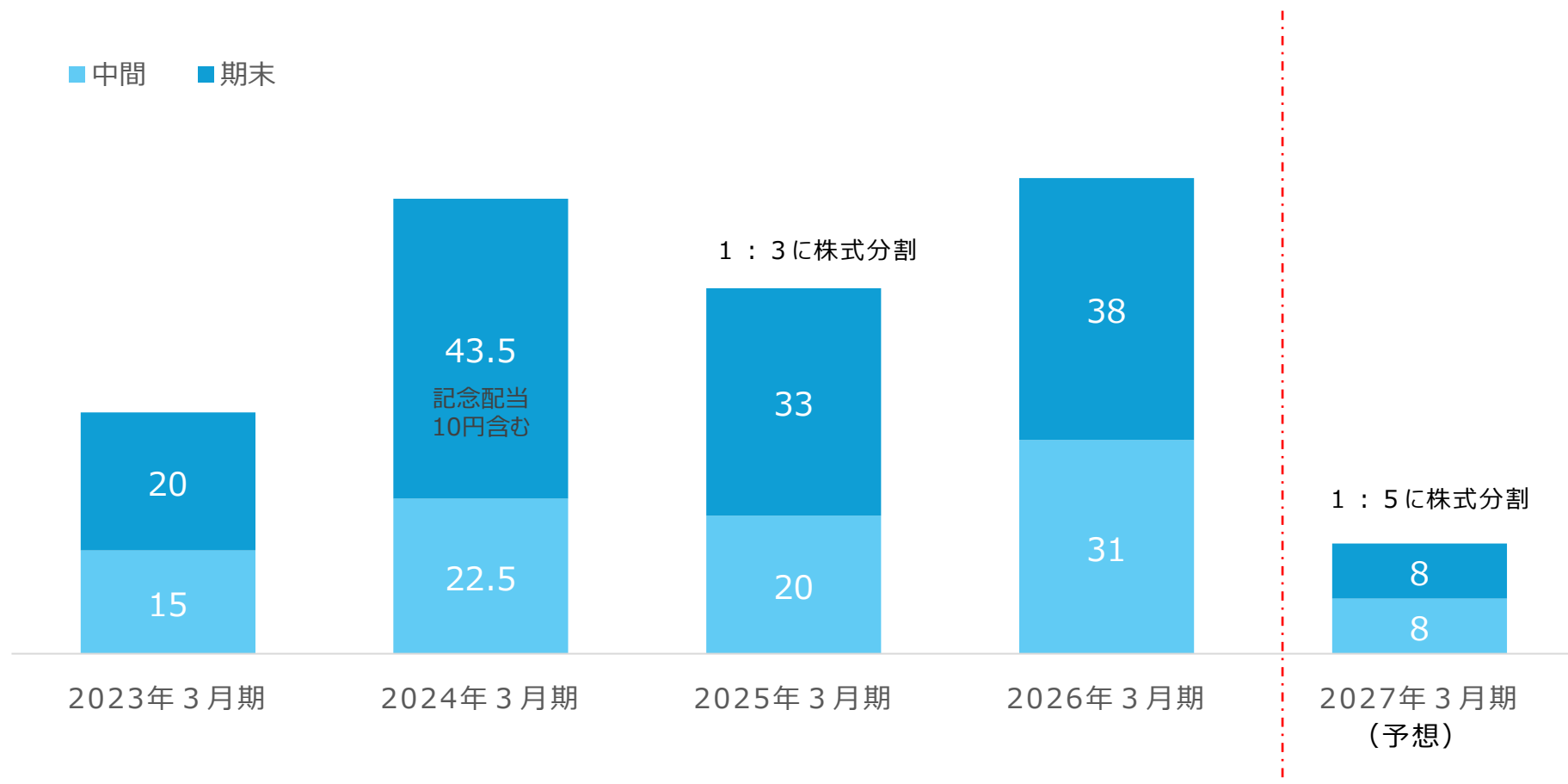


5. 株主還元



2027年3月期は、年間16円を予想（中間8円、期末8円）

■ 中間 ■ 期末





株主優待

テーマパーク共通優待券

+ 株主ご優待券（通販でもご利用可能）

+ 長期保有制度

株主様限定ぬいぐるみ



株主様限定アクリルスタンド



ご所有株数/ ご優待内容	テーマパーク 共通優待券	株主ご優待券	長期保有制度（3年以上）		
			株主様限定 アクリルスタンド	株主様限定 ぬいぐるみ	オンライン イベント
100株以上	1枚	—	—	—	—
500株以上	1枚	1,000円券×1枚	—	—	—
1,500株以上	3枚	1,000円券×1枚	有	—	—
7,500株以上	6枚	1,000円券×1枚	有	—	—
15,000株以上	9枚	1,000円券×2枚	有	有	有
30,000株以上	12枚	1,000円券×2枚	有	有	有



Thank you!