

2025年3月期通期 決算説明資料



My Melody ♥ Kuromi

© 2025 SANRIO CO., LTD. 著作 (株)サンリオ

2025年5月13日
株式会社 **サンリオ**



サマリー

- ・様々なキャラクターの周年施策が好調に推移しキャラクターの認知度向上/多様化促進
- ・すべての報告セグメントが大幅な増収増益、営業利益は2期連続で過去最高を更新、当期利益は00/3期ぶりに最高益を更新
- ・26/3期は米国の関税政策の影響が限定的との前提のもと営業利益は2桁増益を維持

25/3期 通期実績

売上高1,449億円 前年同期比44.9%増

営業利益518億円 前年同期比92.2%増

- 営業利益が2期連続で過去最高を更新
- 『ハローキティ』の50周年施策（23/11～24/12）をフックに当社の様々なキャラクターの認知度がグローバルで向上。『ハローキティ』の売上総利益が大幅に増加したものの、『クロミ』や『マイメロディ』、『シナモロール』などの人気もさらに高まり、『ハローキティ』の依存度は30%台半ばに着地
- 国内の物販・テーマパーク事業は、国内客の増加に加えインバウンド需要の好調継続が寄与。ライセンス事業は、『ハローキティ』および複数キャラクター戦略により好調に推移
- 海外は、すべての報告セグメントが伸長。特に北米はスペシャリティストア（専門店）に加えマス市場（量販店など）も伸長し大幅な増収増益
- Q4に中国のライセンスに関する連結調整が営業利益▲25億円の影響あり
- 配当については年間53円（中間20円、期末33円）

26/3期 通期見通し

売上高1,622億円 前年同期比11.9%増

営業利益600億円 前年同期比15.8%増

- 前期の『ハローキティ』50周年施策をフックに複数のキャラクターのブランド価値が向上している中、人気キャラクターの『マイメロディ』50周年および『クロミ』20周年の施策が好調維持に寄与し、営業利益は2桁成長を継続
- 米国の関税政策の影響が不透明であるものの、業績への影響は限定的との前提とする中長期的な成長を見据えた戦略的な投資や体制強化により販管費は増加
- 配当については1円増配し年間54円（中間27円、期末27円）

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



通期連結経営成績

連結業績 (単位：百万円)	通期 (2024年4月-2025年3月)			第4四半期 (2025年1月-2025年3月)		
	24/3期	25/3期	増減率	24/3期Q4	25/3期Q4	増減率
売上高	99,981	144,904	44.9%	27,556	40,118	45.6%
売上総利益	72,115	109,899	52.4%	20,184	29,208	44.7%
売上総利益率	72.1%	75.8%	3.7pt	73.2%	72.8%	△0.4pt
EBITDA	28,826	54,107	87.7%	-	-	-
EBITDAマージン	28.8%	37.3%	8.5pt	-	-	-
営業利益	26,952	51,806	92.2%	5,562	10,712	92.6%
営業利益率	27.0%	35.8%	8.8pt	20.2%	26.7%	6.5pt
経常利益	28,265	53,453	89.1%	5,786	10,787	86.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	17,584	41,731	137.3%	1,448	7,941	448.4%
ROE	29.2%	48.6%	19.4pt	-	-	-
EPS (円 ※1株当たり当期純利益)	73.08	176.62	141.7%	-	-	-
配当金 (円)	66 中間22.5、期末43.5	53 中間20、期末33	-	-	-	-
配当性向	30.1%	30.0%	-	-	-	-

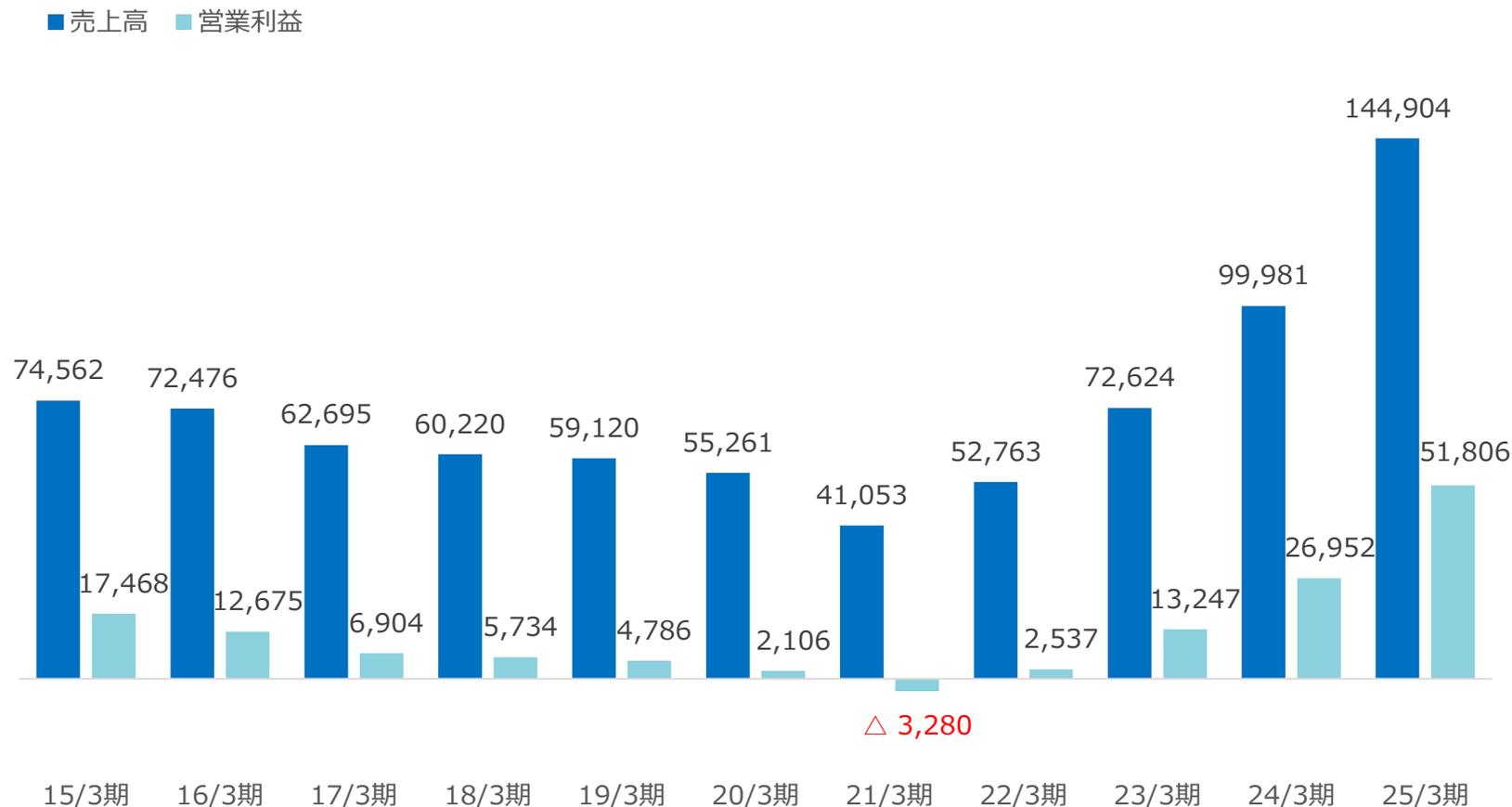
注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
 当社は2024年4月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております



業績推移（売上高・営業利益）

4期連続の増収増益、営業利益が2期連続で過去最高を更新

〔単位：百万円〕



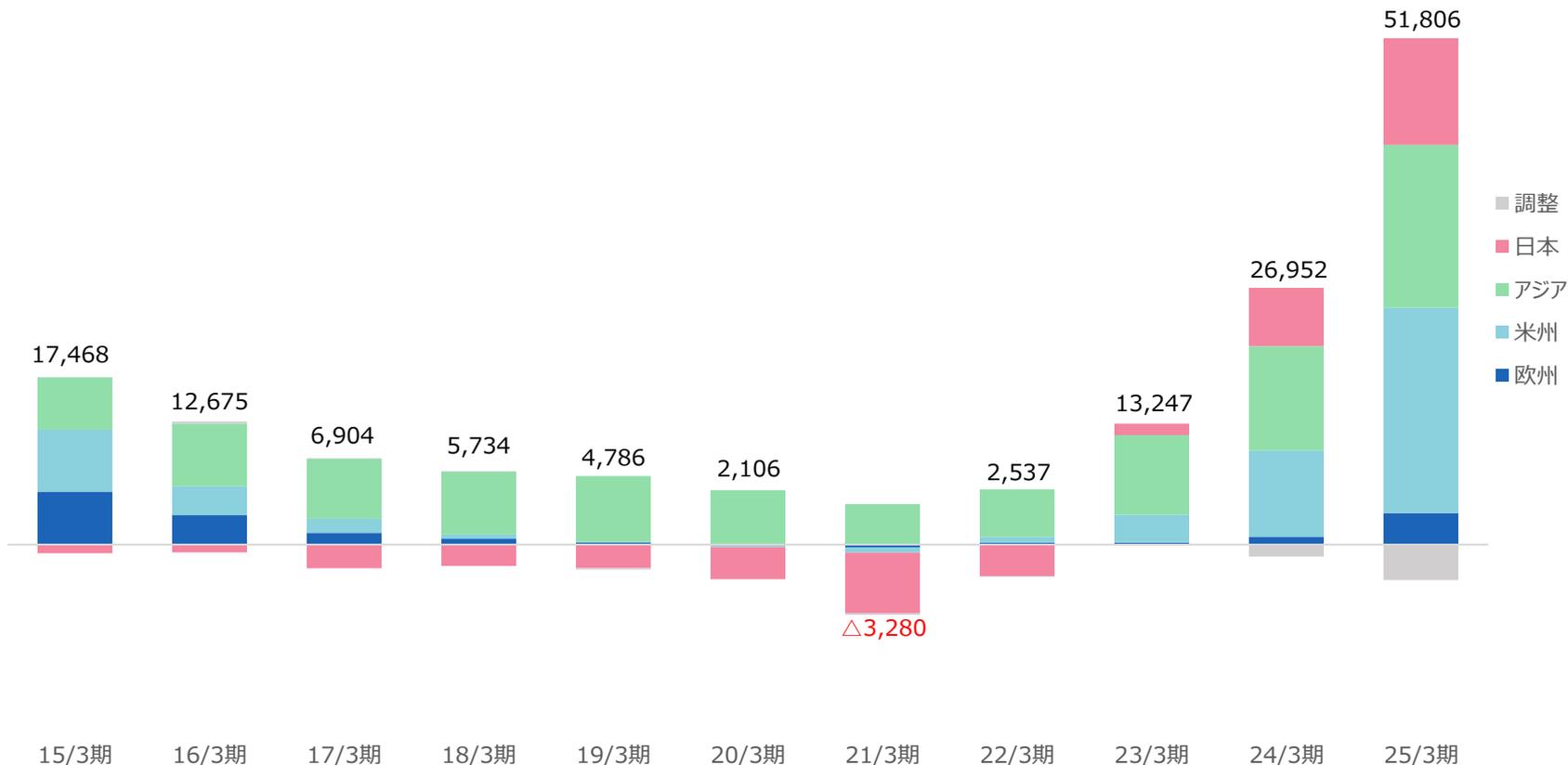
注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



貢献利益の推移

米州（特に北米）はスペシャリティ（専門店）に加えマス（量販店等）向けライセンスーとの取り組みが好調に推移しグループ全体の成長を牽引

〔単位：百万円〕



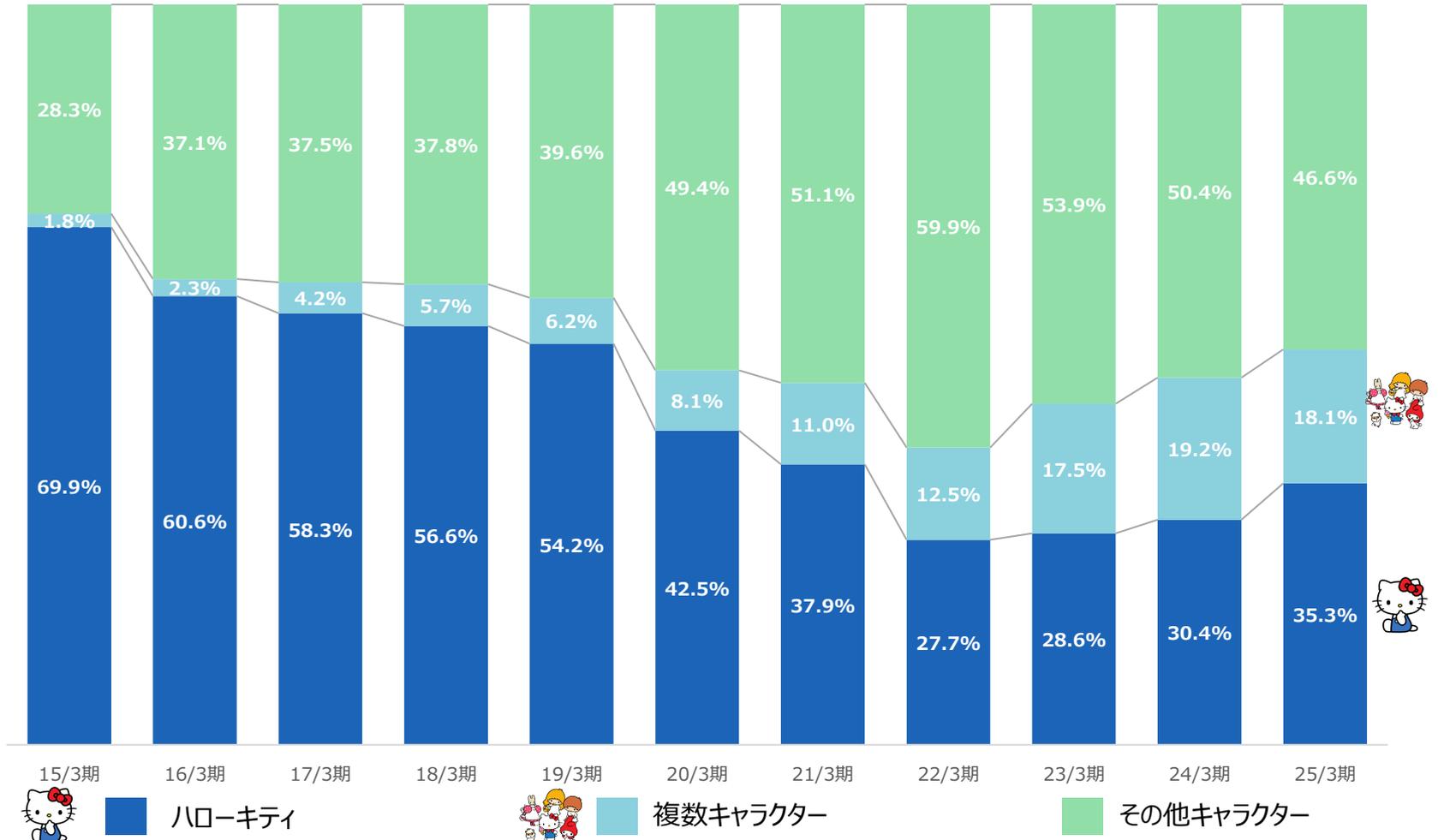
注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入

貢献利益：海外個社の営業損益に売上原価（本社へのロイヤリティ支払い額）を加算して算出。一方、日本は海外地域からのロイヤリティ収入を減算し算出
海外地域の子会社は、ロイヤリティ収入に対して相応の額を売上原価として著作権所有者である日本の親会社に支払い、それを親会社は売上高として計上しています。海外事業の実質的な価値創造額を見るために、海外地域の子会社の営業損益に本社へのロイヤリティ支払い額を加算し算出した「貢献利益」をサンリオ独自の指標としています。2023年3月期以降に一部算出方法を変更しています。



キャラクターポートフォリオの推移

25/3期は50周年施策で『ハローキティ』の売上が大幅に伸長したが、複数キャラクター戦略の奏功で『クロミ』などの比率が上昇し、『ハローキティ』の依存度は30%台半ばに着地



注) キャラクターの構成比率は、国内外の物販事業およびライセンス事業の売上総利益をもとに算出



セグメント数値（売上高/ロイヤリティ売上高/営業利益/貢献利益）

〔単位：百万円〕

セグメント	24/3期	25/3期	増減	増減率
売上高	99,981	144,904	44,923	44.9%
日本	83,088	113,009	29,921	36.0%
欧州	2,492	6,383	3,891	156.2%
米州（北米・南米）	13,579	29,461	15,882	117.0%
アジア	19,176	28,003	8,826	46.0%
調整	△ 18,355	△ 31,953	△ 13,598	—
（内ロイヤリティ売上高）	39,813	70,738	30,925	77.7%
日本	27,314	45,368	18,053	66.1%
欧州	2,425	6,110	3,684	151.9%
米州（北米・南米）	11,201	26,707	15,506	138.4%
アジア	12,028	18,077	6,048	50.3%
調整	△ 13,157	△ 25,525	△ 12,367	—
営業利益	26,952	51,806	24,853	92.2%
日本	19,737	36,602	16,864	85.4%
欧州	268	1,600	1,332	495.7%
米州（北米・南米）	3,066	9,423	6,357	207.3%
アジア	6,016	6,761	744	12.4%
調整	△ 2,136	△ 2,581	△ 445	—
貢献利益	26,952	51,806	24,853	92.2%
日本	6,424	11,722	5,298	82.5%
欧州	861	3,450	2,588	300.3%
米州（北米・南米）	9,506	22,646	13,139	138.2%
アジア	11,476	17,900	6,423	56.0%
調整	△ 1,316	△ 3,914	△ 2,597	—

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入

貢献利益：海外個社の営業損益に売上原価（本社へのロイヤリティ支払い額）を加算して算出。一方、日本は海外地域からのロイヤリティ収入を減算し算出

米州（北米）の営業利益（25/3期）は、決算期スレによる連結調整により15億円のマイナス計上

アジア（中国）の営業利益（25/3期）は、Q4に中国のライセンスに関する決算期スレによる連結調整により25億円のマイナス計上



日本セグメント（売上高・営業利益）

キャラクターの周年施策やインバウンド需要、海外からのロイヤリティ収入の寄与により、大幅な増収増益。サンリオエンターテイメントへのサイバー攻撃による業績への影響は限定的

（単位：百万円）

	売上高				営業利益			
	24/3期	25/3期	増減	増減率 (%)	24/3期	25/3期	増減	増減率 (%)
サンリオ単体	68,160	97,416	29,256	42.9%	14,994	30,921	15,926	106.2%
物販事業	40,056	50,745	10,689	26.7%	6,222	9,366	3,143	50.5%
ライセンス事業	13,847	20,055	6,208	44.8%	10,897	16,890	5,993	55.0%
海外事業	13,906	26,090	12,183	87.6%	13,153	25,157	12,003	91.3%
その他	349	525	175	50.2%	△ 2,222	△ 2,974	△ 751	—
調整額（コストセンターほか）	—	—	—	—	△ 13,056	△ 17,518	△ 4,462	134.1%
サンリオエンターテイメント	14,124	16,553	2,429	17.2%	2,427	2,990	563	23.2%
サンリオピューロランド	11,432	13,542	2,109	18.4%	2,321	2,794	472	20.4%
ハーモニールンド	2,691	3,011	320	11.9%	105	196	90	85.7%
その他子会社	3,959	1,934	△ 2,024	△ 51.1%	362	202	△ 159	△ 44.2%
計	86,243	115,904	29,661	34.4%	17,783	34,114	16,330	91.8%
調整額（セグメント内部）	△ 3,155	△ 2,894	260	—	1,953	2,487	533	27.3%
日本セグメント計	83,088	113,009	29,921	36.0%	19,737	36,602	16,864	85.4%
調整額（セグメント間）	△ 14,136	△ 27,020	△ 12,884	—				
外部売上高	68,951	85,989	17,037	24.7%				

売上高

サンリオ

- ・物販事業は、50周年の『ハローキティ』の様々な施策に加え、25/3期Q4は50周年の『マイメロディ』の限定商品の展開が注目を集めるなど、人気キャラクターの周年施策が奏功。また、客単価の高い外国人観光客の増加も寄与するとともに、店舗のスクラップ&ビルド戦略が進み全店黒字化を実現
- ・ライセンス事業は、ブランド価値の高いパートナーをターゲットとしたコラボレーション戦略や、複数キャラクター戦略が引き続き好調に推移し全カテゴリーが前年実績を大きく上回る。商品別でみると、インバウンド需要の高いお土産品や和柄物、他社人気キャラクターとのコラボレーション商品、幅広い世代に人気のカプセルトイなどが人気を博す
- ・海外事業は、北米を中心とした海外各社からのロイヤリティ収入増加が寄与

サンリオ エンターテイメント

- ・サンリオピューロランドは、新アトラクションや新企画のショー、人気アーティストとのコラボなど様々なイベントが集客に寄与
- ・ハーモニールンドは自然災害などにより、入園客数が減少するも、イベント関連商材が客単価を押し上げ売上高は伸長

営業利益

サンリオ

- ・ライセンス売上高の大幅増加によるロイヤリティ比率向上が寄与

サンリオ エンターテイメント

- ・人管理体制の強化や客数増に伴い販管費が増加するも、大幅増収により増益。サイバー攻撃の業績への影響は限定的

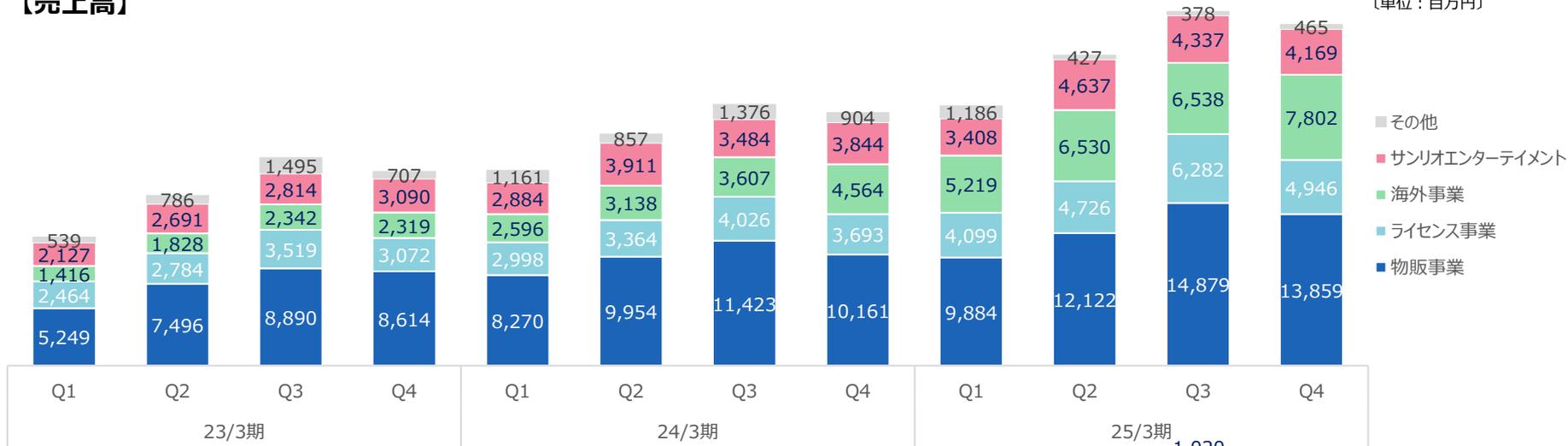
注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



日本セグメント 四半期業績推移 (売上高・営業利益)

【売上高】

(単位：百万円)



【営業利益】



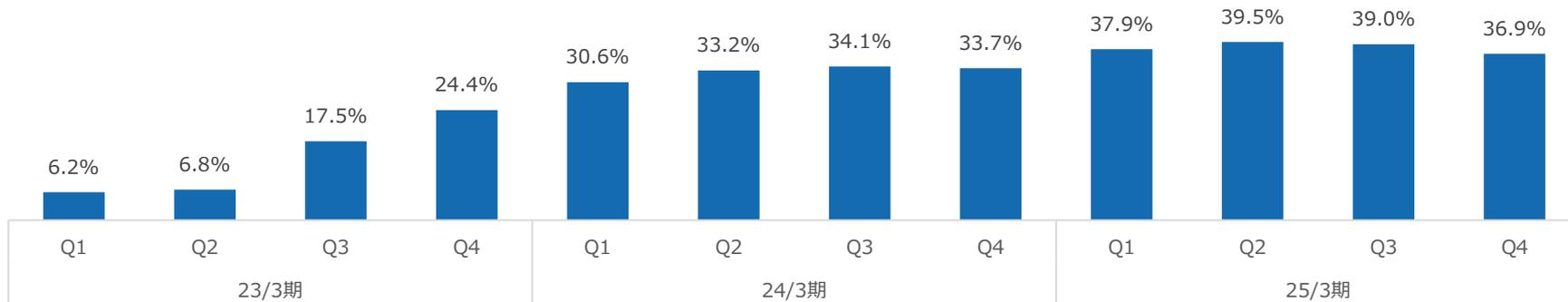
注) 百万円未満切り捨て 「その他」は、国内子会社及び新規事業を含む。 調整額を除いた数値です



日本セグメント（国内店舗）

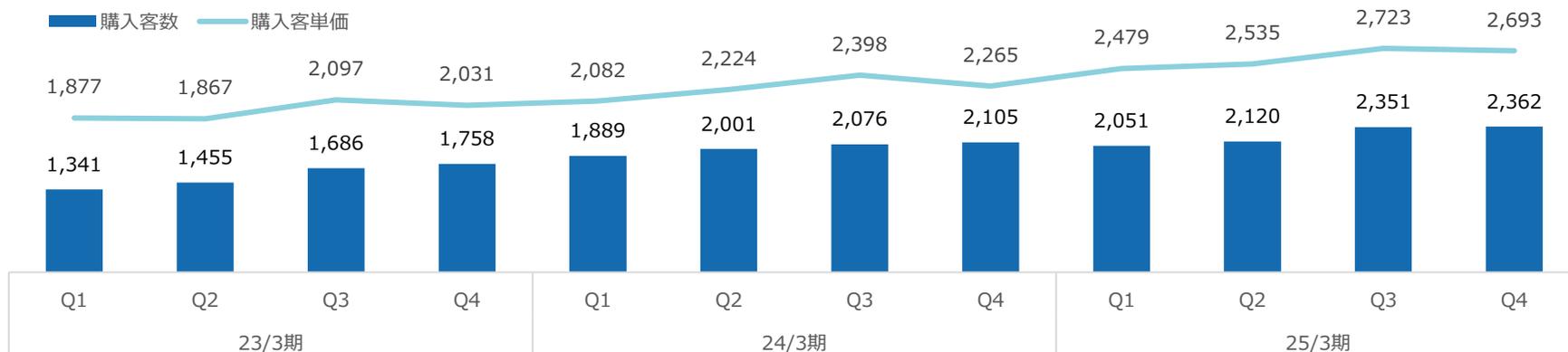
アジアを中心にインバウンド需要は高水準で推移

【売上高に占めるインバウンド比率推移】



インバウンド需要の増加に伴い購入客数・単価が上昇

【購入客数（千人）・単価（円）の推移】



注）売上高に占めるインバウンド比率は、24/3期までは国内全店舗のうち直営店と委託店の合計にてカウント（百貨店などにて展開している消化店舗は除く）。25/3期以降は、全店舗にてカウント
 購入客数・単価は、国内全店舗にてカウント
 店舗数：直営店69店舗、委託店29店舗、消化店40店舗の計138店舗（25/3期）

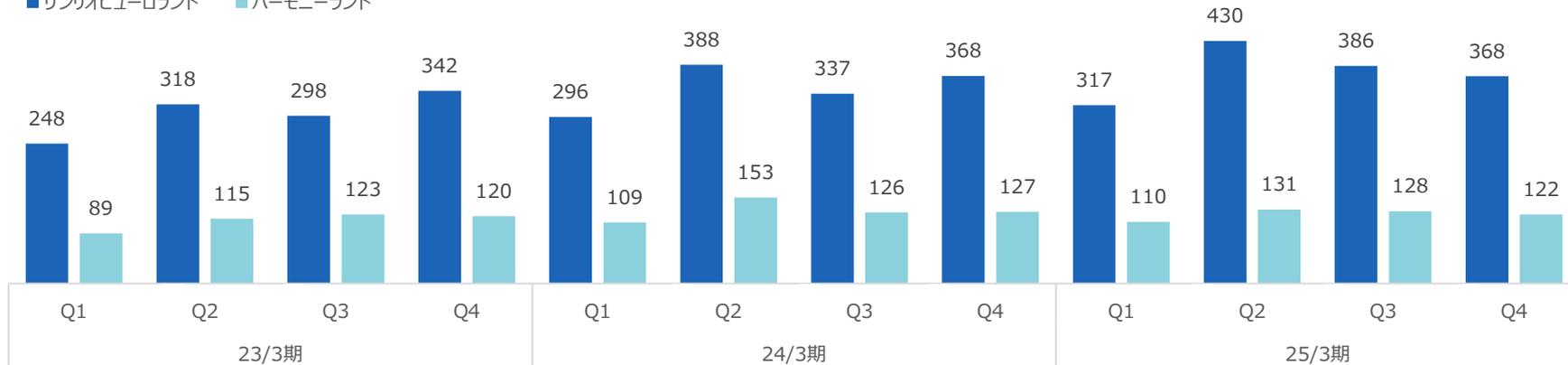


日本セグメント（サンリオピューロランド/ハーモニーランド）

サンリオピューロランドは新アトラクションや新企画のショーなど様々なイベントが集客に寄与し国内外からの客数が増加

【来園客数（千人）】

■サンリオピューロランド ■ハーモニーランド



限定商品やチケット単価の上昇により客単価上昇が継続

【客単価（円）】

■サンリオピューロランド ■ハーモニーランド





欧州/米州/アジアセグメント（売上高・営業利益）

北米はスペシャリティ（専門店）に加えマス（量販店等）向けライセンスとの取り組みが好調に推移し、大幅な増収増益。中国はSanrio Festival(Hi!Sanrio)の初開催などにより複数キャラクターの人気が高まり、大きく成長。

〔単位：百万円〕

	売上高				営業利益			
	24/3期	25/3期	増減	増減率 (%)	24/3期	25/3期	増減	増減率 (%)
欧州	2,492	6,383	3,891	156.2%				
(内ロイヤリティ)	2,425	6,110	3,684	151.9%	268	1,600	1,332	495.7%
米州（北米・南米）	13,579	29,461	15,882	117.0%				
(内ロイヤリティ)	11,201	26,707	15,506	138.4%	3,066	9,423	6,357	207.3%
北米	12,515	27,588	15,072	120.4%				
(内ロイヤリティ)	10,199	24,957	14,757	144.7%	2,838	8,875	6,037	212.7%
南米	1,063	1,873	809	76.1%				
(内ロイヤリティ)	1,001	1,750	748	74.8%	227	547	320	140.7%
アジア	19,176	28,003	8,826	46.0%				
(内ロイヤリティ)	12,028	18,077	6,048	50.3%	6,016	6,761	744	12.4%

欧州

・複数キャラクター戦略が奏功し、特にアパレルや玩具カテゴリーで顧客層が拡大し売上高が大幅に増加

米州

・北米は、スペシャリティストア（専門店）との取り組み強化によるブランディングが奏功し、50周年の『ハローキティ』だけでなく、その他のキャラクター人気も上昇。マス（量販店）での取り扱いも拡大し、様々なカテゴリーが大幅増収。決算期ズレによる連結調整により営業利益15億円のマイナス計上
 ・南米は、カフェなどの新たなタッチポイントや『ハローキティ』50周年記念イベントなどによる認知度向上が奏功

アジア

・中国初のSanrio Festival(Hi!Sanrio)を上海で開催し、当初の想定以上となる約2万人にお越しいただくなど、サンリオキャラクター全体の人気が高まっており、ライセンス事業に加え、店舗網が拡大した物販事業も好調に推移。25/3期Q4に中国のライセンスに関する連結調整の項目が新たに増えて営業利益25億円のマイナス計上
 ・アジア各国は、複数キャラクター戦略の奏功により新規案件の獲得が進み増収増益

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
 売上高には、セグメント間の内部取引額を含む
 営業利益は本社ヘロイヤリティ支払い後



海外セグメント別 四半期推移 (売上高)

【欧州】

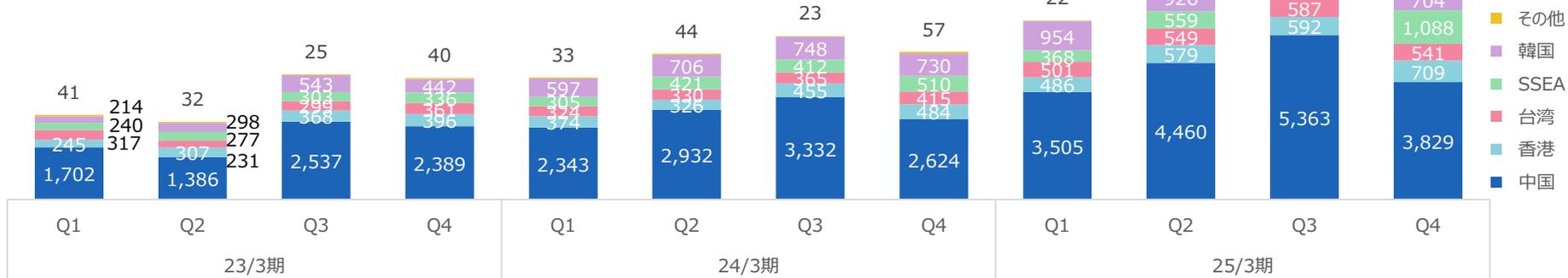
(単位：百万円)



【米州】



【アジア】



注) 百万円未満切り捨て
売上高には、セグメント間の内部取引額を含む



海外セグメント別 四半期推移 (営業利益)

【欧州】

(単位: 百万円)



【米州】

(単位: 百万円)



【アジア】

(単位: 百万円)



25/3期Q4に中国のライセンスに関する連結調整が営業利益▲25億円の影響あり

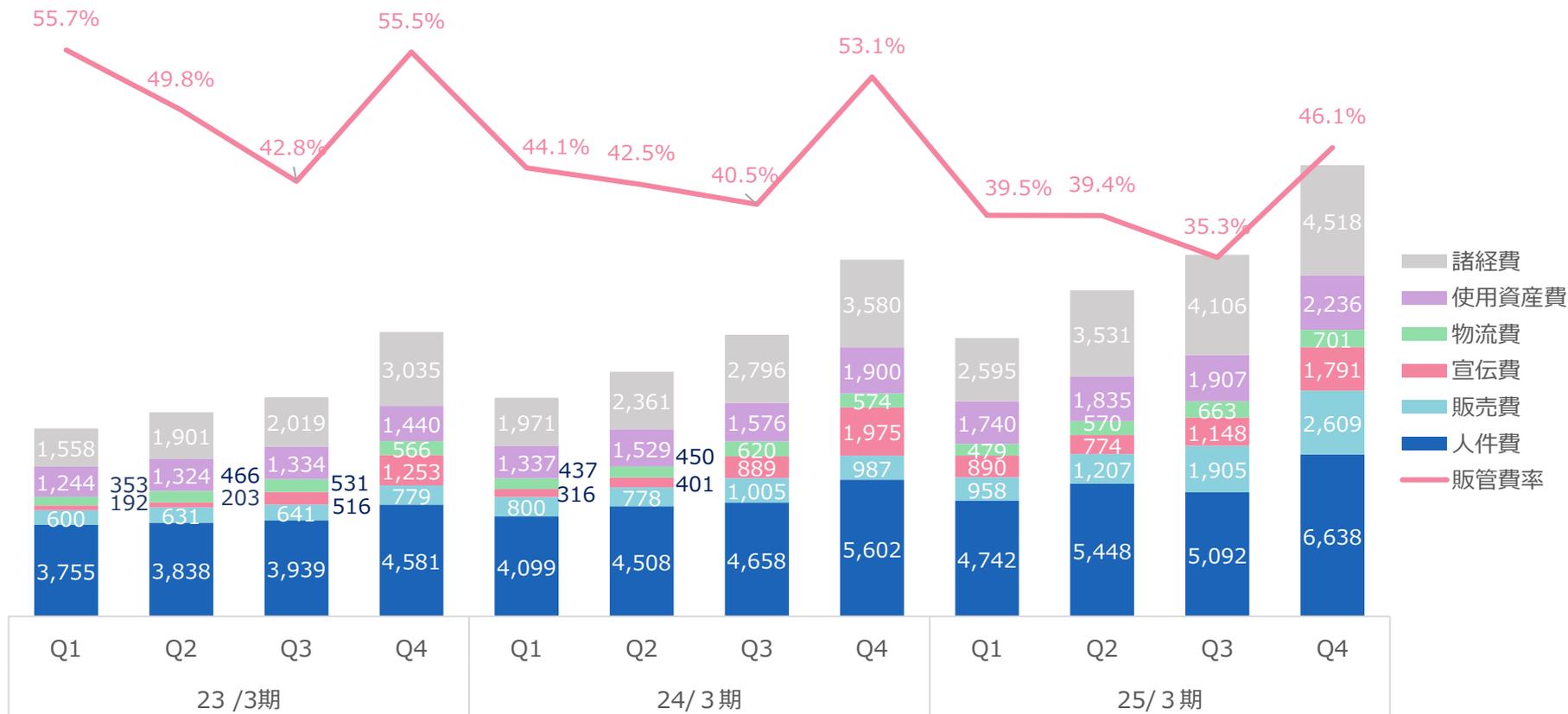
注) 百万円未満切り捨て
営業利益は本社ヘロイリティ支払い後



連結販管費の推移

体制強化のための人員増や好調業績による販売費増などで販管費が増加するも、 売上高の大幅増加により販管費率は低水準にとどまる

(単位：百万円)



注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



連結販管費（報告セグメント別）

（単位：百万円）

	25/3期				通期	24/3期	対前年 増減	対前年 増減率	前年同期比 増減理由
	Q1	Q2	Q3	Q4					
連結	11,406	13,367	14,822	18,495	58,093	45,162	12,930	28.6%	
日本	9,846	11,411	12,319	14,267	47,844	39,162	8,681	22.2%	
サンリオ単体	7,704	8,997	10,123	11,603	38,429	30,499	7,929	26.0%	
人件費	2,717	3,212	3,025	3,837	12,792	11,070	1,722	15.6%	■ 人件費（+17億円） 人員増（吸収合併の子会社含む）
マーケティング費	1,456	1,435	1,936	2,311	7,139	5,431	1,708	31.4%	■ マーケティング費 広告宣伝費増（+11億円） ハローキティ50周年、その他キャラクター（シナモロール、クロミ他）など
諸経費他	3,531	4,350	5,160	5,454	18,496	13,997	4,499	32.1%	■ 諸経費他 事業基盤強化に向けたコンサル費など（+23億円）、 侵害品対策（+7億円）ほか
その他	2,141	2,413	2,195	2,663	9,415	8,663	751	8.7%	
欧州	462	589	604	1,255	2,911	1,664	1,247	75.0%	
米州（北米・南米）	682	1,050	1,439	2,302	5,475	3,146	2,328	74.0%	■ マーケティング投資（+18億円） ■ 人件費（+6億円）
アジア	789	888	951	1,256	3,884	2,970	914	30.8%	■ 人件費（+4億円）
中国	388	393	469	730	1,981	1,534	447	29.2%	
その他	400	494	482	525	1,902	1,435	466	32.5%	
調整	△ 374	△ 571	△ 491	△ 585	△ 2,022	△ 1,781	△ 241	—	

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
 PLへのインパクトについて、新規事業は売上原価、マーケティング・諸経費他は販管費に影響
 マーケティング費：販売費、宣伝費
 諸経費他：諸経費、使用資産費、物流費



連結貸借対照表

現金及び預金の増加継続によりネットキャッシュ拡大

(単位：百万円)

	24/3期	25/3期	前年増減	前年増減率 (%)	前年同期比 増減要因
流動資産	113,173	151,698	38,525	34.0%	
現金及び預金	90,442	118,976	28,534	31.5%	「現金及び預金」285億円増、「売掛金」87億円増など
その他流動資産	22,730	32,721	9,991	44.0%	
固定資産	42,886	50,707	7,820	18.2%	
政策保有株式	9,056	6,671	△ 2,384	△26.3%	
資産合計	156,062	202,406	46,344	29.7%	
流動負債	37,990	49,277	11,286	29.7%	
固定負債	53,174	45,521	△ 7,653	△14.4%	流動負債の「その他」74億円増、「長短期借入金」および「社債」76億円減、「転換社債型新株予約権付社債」27億円減など
(有利子負債)	50,648	40,291	△ 10,356	△20.4%	
負債合計	91,165	94,798	3,633	4.0%	
純資産	64,897	107,608	42,710	65.8%	「利益剰余金」335億円増など
負債・純資産合計	156,062	202,406	46,344	29.7%	
ネットキャッシュ	39,794	78,685	38,891	97.7%	
自己資本比率	41.4%	52.9%	11.5pt	—	
政策保有株式/純資産	14.0%	6.2%	△7.8pt	—	

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
 政策保有株は非上場株含む
 有利子負債に転換社債型新株予約権付社債を含む
 ネットキャッシュ = 現金及び預金 - 有利子負債



26/3期見通し（前提条件）

25/3期の『ハローキティ』50周年をフックに複数のキャラクター人気/ブランド価値が向上。
26/3期は中計に基づく施策を着実に遂行するべく販管費は大幅に増加するものの、
北米・中国を中心にライセンス事業を拡大させ、3期連続となる営業利益の最高益更新を狙う。
米国の関税政策の影響は限定的との前提とする。

日本

ライセンス事業の牽引および物販事業の好調継続により、増収増益
・ライセンス事業は、ターゲットクライアント戦略や複数キャラクター戦略により好調継続
・物販事業その他は、インバウンド売上高は引き続き高水準と想定。
一方、ピューロランドはパレードのリニューアルに伴う投資に伴い減益の見込み
販管費では中長期的な成長に向けて人件費や戦略的なプロジェクト費用を積み増し

欧州

グローバルブランドとの取り組みおよびローカルブランドへのアプローチを継続
・有名/ハイブランドとのコラボレーション継続によりキャラクターIPの価値向上を狙う

米州
(北米・南米)

北米はスペシャリティ（専門店）・マス（量販店等）のバランスをとりつつ、『ハローキティ』以外のキャラクターを拡大
・北米は、25/3期の『ハローキティ』50周年をフックに認知度が拡大した『クロミ』や『シナモロール』のスペシャリティ（専門店）での露出拡大およびマーケティング投資約27億円により、好調トレンドが継続。南米は、複数キャラクター戦略を継続
・関税引き上げは不透明であるものの、業績への影響は限定的とする

アジア

複数キャラクター戦略を推し進め、中国を中心に好調トレンドを継続
・中国では周年キャラクターの露出増によりライセンス事業は好調継続。
また、物販事業は店舗網の拡大により増収増益を見込む
・東南アジアは、体制強化やマーケティング投資により販管費は増加するものの、戦略のテコ入れにより増収増益を目指す



26/3期見通し（連結P/L）

〔単位：百万円〕

連結（PL）	25/3期	26/3期予想	前年増減	前年増減率
	通期	通期	通期	通期
売上高	144,904	162,200	17,295	11.9%
売上総利益	109,899	128,800	18,900	17.2%
売上総利益率	75.8%	79.4%	3.6pt	—
営業利益	51,806	60,000	8,193	15.8%
営業利益率	35.8%	37.0%	1.2pt	—
経常利益	53,453	60,700	7,246	13.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	41,731	42,000	268	0.6%

注）百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入）



26/3期見通し（報告セグメント）

〔単位：百万円〕

報告セグメント (売上高)	25/3期	26/3期予想	前年増減	前年増減率
	通期	通期	通期	通期
日本	113,009	122,584	9,574	8.5%
（内ロイヤリティ）	45,368	51,796	6,428	14.2%
欧州	6,383	7,030	647	10.1%
（内ロイヤリティ）	6,110	6,909	798	13.1%
米州	29,461	34,452	4,990	16.9%
（内ロイヤリティ）	26,707	29,448	2,740	10.3%
アジア	28,003	34,570	6,567	23.5%
（内ロイヤリティ）	18,077	21,902	3,824	21.2%
調整額	△ 31,953	△ 36,437	△ 4,484	14.0%
（内ロイヤリティ）	△ 25,525	△ 29,273	△ 3,748	14.7%
連結	144,904	162,200	17,295	11.9%
（内ロイヤリティ）	70,738	80,782	10,044	14.2%
報告セグメント (営業利益)	25/3期	26/3期予想	前年増減	前年増減
	通期	通期	通期	通期
日本	36,602	38,211	1,609	4.4%
欧州	1,600	1,213	△ 387	△24.2%
米州	9,423	10,983	1,559	16.5%
アジア	6,761	11,727	4,966	73.5%
調整額	△ 2,581	△ 2,135	446	△17.3%
営業利益	51,806	60,000	8,193	15.8%

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
決算期ズレによる連結調整により25/3期通期の営業利益は、米州（北米）でマイナス15億円、アジア（中国）でマイナス25億円の影響あり。



Appendix



事業概要

物販事業



- 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

ライセンス事業



- 著作権の許諾・管理
- サンリオキャラクターの使用許諾



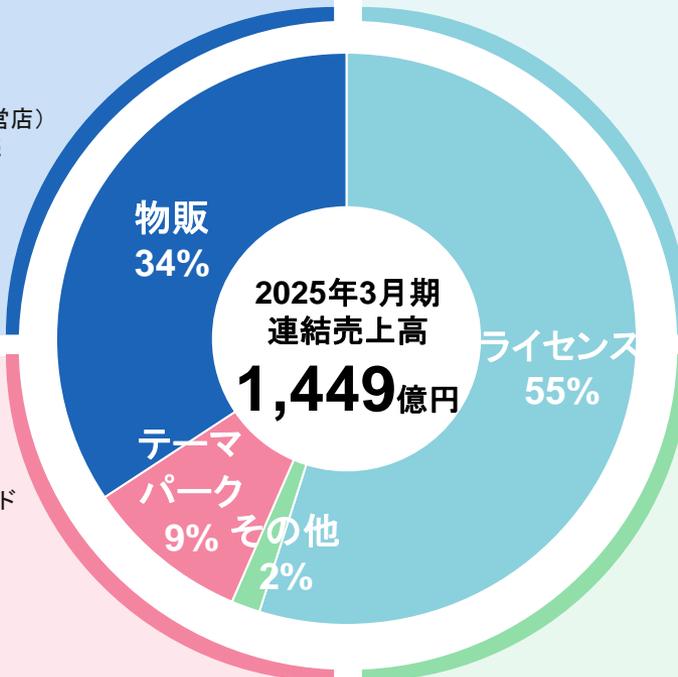
- サンリオピューロランド(東京)
- ハーモニーランド(大分)

テーマパーク事業

新規事業・その他



- ゲーム事業
- エデュテイメント事業
- デジタル事業



注:
1. 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



北米事業概況

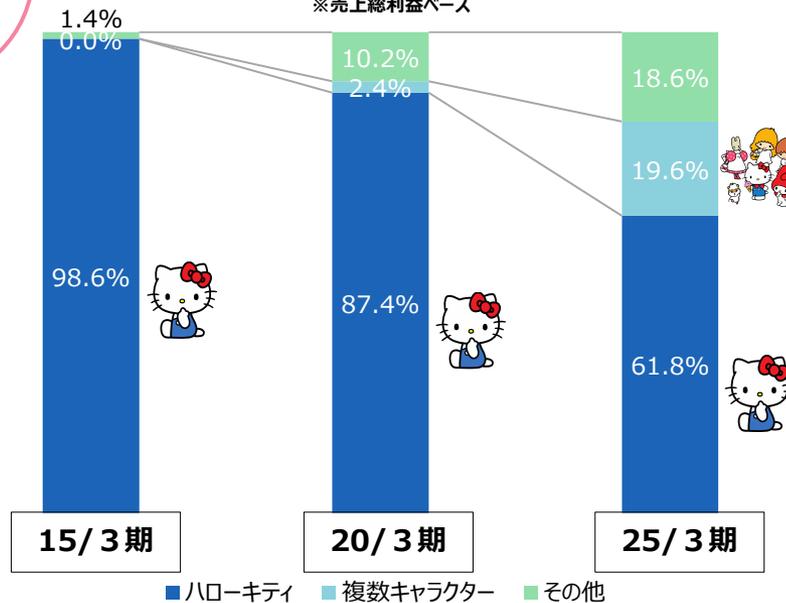
デジタルチャネル活用によりブランド認知向上を加速、ハローキティへの依存度を低減



複数キャラクターの認知度が向上し
中長期的なボラティリティ抑制にも寄与

北米のキャラクターポートフォリオ

※売上総利益ベース



ライセンス事業 カテゴリ別売上ランキング

1 アパレル・アクセサリ



2 玩具・スポーツ



3 家庭用品



注) キャラクターの構成比率は、北米におけるライセンス事業の売上総利益をもとに算出。CAGR = 年平均成長率



中国事業概況

中国最大級のIPライセンスプラットフォーム“Alifish”との提携強化、顧客接点拡大（実店舗・SNS等）、複数キャラクター戦略等が奏功し、中国市場での浸透を加速

中国主要都市を中心にフランチャイズ24店舗、直営4店舗を展開



上海世博天地店 (EXPO PLACE)

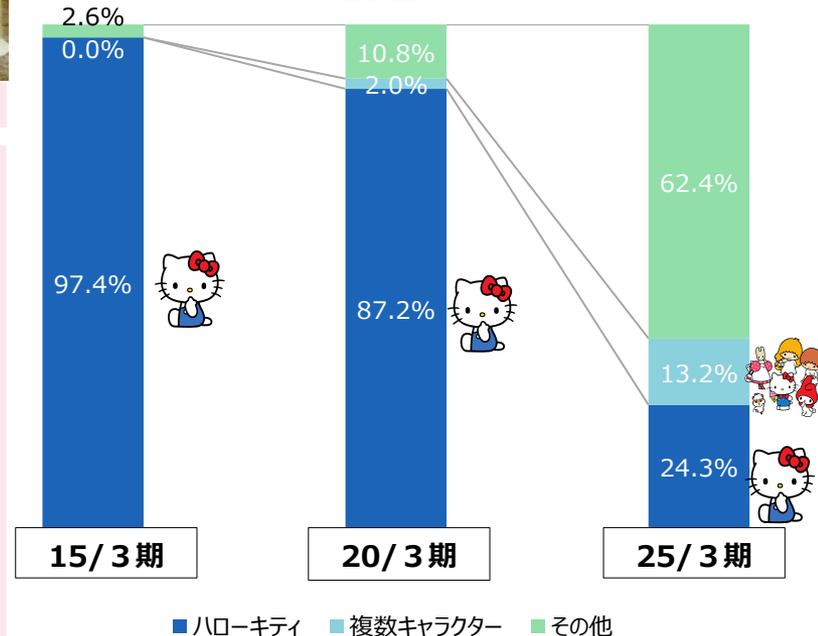


西安万象城店 (Xian Mix City)

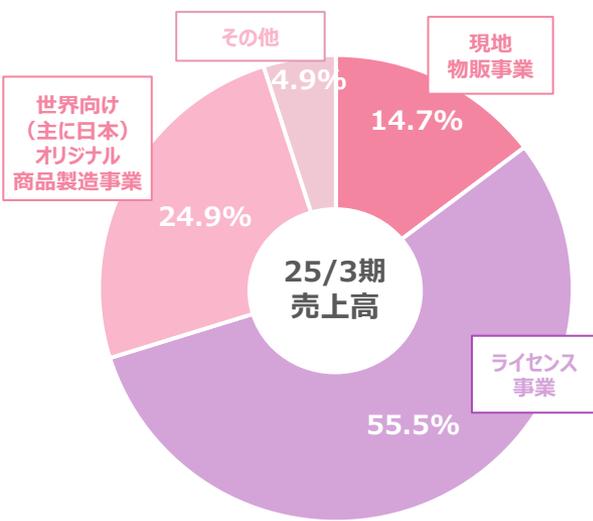
リアル、デジタルにおけるタッチポイントを拡充し
多様なキャラクターのファン層を拡大

中国のキャラクターポートフォリオ

※売上総利益ベース



中国の売上高構成



中国初のSanrio Festival (Hi!Sanrio)を上海で開催し来場者数は約2万人を記録



注) キャラクターの構成比率は、中国におけるライセンス事業の売上総利益をもとに算出



親会社と海外子会社との決算期ズレによる連結調整について

- 1、決算期：親会社3月、海外子会社12月
- 2、海外子会社は、ロイヤリティ収入に対して相応の額を売上原価として著作権保有者である日本の親会社に支払い、親会社はそれを売上高として計上。一方、親会社は中国で製造した製品を仕入れる（中国子会社では売上高として計上）
- 3、日本会計基準において、親会社と子会社の決算期のズレは3か月まで許容されており、25/3通期の場合は、親会社（4-3月）と海外子会社（1-12月）の数値を合算したうえで、親会社側の取引高を基準として、連結消去
- 4、その際、金額的重要性（乖離が大きい）がある場合は、調整を行う必要あり
- 5、金額的重要性による重要な不一致の調整要否は監査法人との議論の上、実績値をみでの判断
- 6、24/3期Q3以降、親会社から見て、北米からのライセンス収入の拡大（北米子会社では売上原価として計上）、中国で製造した製品仕入（中国子会社では売上高として計上）の拡大に伴い、重要な不一致が発生し、調整を実施
- 7、6に加えて、25/3期Q4は中国からのライセンス収入の拡大（中国子会社では売上原価として計上）に伴い、同調整を実施

セグメント利益への影響について

(単位：億円)	Q1	Q2累計	Q3累計	Q4累計
北米（ライセンス）	△9	△19	△22	△15
中国（製造）	+5	+7	+14	+2
中国（ライセンス）	-	-	-	△25



25/3期 投資実績 (サンリオ単体)

キャラクター認知度向上策や『ハローキティ』50周年施策などにより増加

(単位：百万円)

	25/3期				通期	24/3期	前年増減	前年増減率	前年増減理由
	Q1	Q2	Q3	Q4					
新規事業	99	102	119	248	570	320	249	78.1%	
マーケティング	912	779	1,104	1,322	4,119	3,139	980	31.2%	ブランド管理本部 + 1,152 ハローキティ50周年、その他キャラクター（シナモロール、クロミなど）の広告費用他
諸経費他	507	807	500	1,475	3,290	3,804	△ 513	△13.5%	
計	1,519	1,689	1,725	3,046	7,981	7,264	716	9.9%	

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
 PLへのインパクトについて、新規事業は売上原価、マーケティング・諸経費他は販管費に影響
 マーケティング費：販売費、宣伝費
 諸経費他：諸経費、使用資産費、物流費



2025年3月期の取り組み

2024年4月11日 ~ 5月26日 **2024年サンリオキャラクター大賞（投票期間）**

今年で39回目となるサンリオキャラクターの人気投票イベント。
今年の総得票数は5,707万票以上で、過去最多を記録。



Los Angeles Dodgers
and photographer Carrie Giordano

4月16日 **ドジャースタジアムで「ハローキティ・ナイト」を実施**

6月16日 **「SANRIO FES 2024」開催**

「2024年サンリオキャラクター大賞」の結果発表イベントを開催。会場約8千人、オンライン視聴約140万人のファンを魅了。シナモロールが自身初の5連覇を達成。

6月28日 **株式会社ClaN Entertainmentへ出資**

VTuber やメタバース領域における事業拡大とグローバル展開を見据え、VTuberプロジェクト「にゃんたじあ！」を共同運営している株式会社ClaN Entertainmentへ、2.5億出資。

8月7日 **「Charaforio（キャラフォリオ）」を開発**

サンリオがクリエイター支援のための新規事業を開始。クリエイターが安心して“ファン創作活動”を楽しめる、公式とファンがつながる創作プラットフォームを開発。



9月6日 **株式会社Brave groupと資本業務提携契約を締結**

両社IPのグローバル化およびバーチャル領域における事業拡大に向けて、サンリオが株式会社Brave groupへ出資。

9月13日 ~ 9月22日 **「SANRIO Virtual Festival 2024 Summer Edition」を開催**

「SANRIO Virtual Festival」は、ソーシャルVRプラットフォーム「VRChat」上を中心に開催される世界最大級のVRイベント。「バーチャルサンリオピューロランド」上にさまざまなエンターテインメントを提供しており、Summer Editionとして9月に開催するのは初。





2025年3月期の取り組み

10月7日 **サンリオの時価総額が1兆円を達成**

10月30日 **「株式会社サンリオ 統合報告書2024」を創刊**

価値創造ストーリーや中期経営計画の成長戦略に加え、トップメッセージ/社外取締役座談会/中国大陸のパートナーとの対談/デザイナーインタビューなどの特集ページを設けました。

<https://corporate.sanrio.co.jp/ir/library/integrated-report/>

11月1日～ **「Hello Kitty展-わたしが変わるとキティも変わる-」を開催**

2025年2月24日

東京国立博物館 表慶館(上野公園)で開催。史上最大のグッズ展示をはじめ、オリジナル映像、アーティストとのコラボ作品など、様々なコーナーでハローキティならではのユニークさを紐解きます。この展覧会でしか見られないコラボ作品など、見どころ満載。

11月30日 **サンリオとやる気スイッチグループが英会話スクール「We Act!」を共同開発！**

子ども向け英語教材「Sanrio English Master (サンリオイングリッシュマスター)」のかりキュラムと連動した子ども向け英語・英会話スクール「We Act!」を、株式会社やる気スイッチグループと共同開発し、2024年11月30日に第1号スクールが開校。



12月2日 **大分県と観光促進・地域活性化に向けた
包括連携協定を締結**

株式会社サンリオとテーマパーク「ハーモニーランド」(大分県)を運営する株式会社サンリオエンターテインメントおよび大分県は、令和6年12月2日、包括連携協定を締結。本協定により、相互の連携を強化し、大分県の観光促進・地域活性化を目指します。

2025年1月1日～12月31日 **2025年は、マイメロディ50周年、クロミ20周年の
“おそろい”アニバーサリーイヤー！**

人気キャラクター「マイメロディ」が50周年、「クロミ」が20周年を迎えます。2025年1月1日から2025年12月31日までの期間をアニバーサリーイヤーとして、「一緒なら、もっとずっとかわいい」をテーマに、ふたりらしい特別な1年間をお届け。





2025年3月期の取り組み

2月9日
～3月9日

Sanrio Virtual Festival 2025

世界最大級のメタバースイベント「Sanrio Virtual Festival 2025」を実施。本イベントは、ソーシャルVRプラットフォーム「VRChat」にて開催される、期間中はいつでも楽しめる本格メタバースイベントです。



2月21日

米国 LACP 主催のレポートコンペティション「2023/24 Vision Awards」の統合報告書部門にて世界総合 1 位を受賞

2024年10月に創刊した、「株式会社サンリオ 統合報告書 2024」が米国の2大レポートコンペティションの1つである「2023/24 Vision Awards」の統合報告書部門において、世界ランキング 1位を獲得。



3月13日

「いちご新聞50周年シリーズ」を発売

1975年に創刊した機関紙「月刊 いちご新聞」の50周年を記念し、「いちご新聞50周年シリーズ」を全国のサンリオショップ・サンリオ直営店・百貨店のサンリオコーナー他にて発売。また、全国のサンリオ直営店・百貨店のサンリオコーナーでの購入特典としていちご新聞デザインのシール（全6種類）やいちご新聞表紙ステッカーをプレゼント。



3月26日

サンリオ スタートアップピッチを実施

サンリオ・マテリアリティの解決につながるプロダクトやサービスをスタートアップ企業から募集する「サンリオ スタートアップピッチ ～One World, Connecting Smiles. 一人でも多くの人を笑顔に～」の優勝企業が、2025年3月14日にCIC Tokyoにて開催した最終ピッチ審査にて決定いたしました。





将来見通し等に関する注意事項

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できるとされる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

この資料は2025年5月13日現在の情報に基づいて作成しております。