

2026年3月期第1四半期 決算説明資料





- ・26/3期Q1の連結売上高・営業利益は、期初想定を上振れ、四半期として過去最高を記録
- ・『ハローキティ』の周年施策に引き続き、様々なキャラクターの周年施策が好調維持に寄与
- ・好調なQ1業績を踏まえて通期業績予想を上方修正

26/3期Q1 決算概要

売上高430億円 前年同期比49.1%増
営業利益201億円 前年同期比88.0%増

- 期初の業績予想に対して、Q1売上高は、特に国内物販・国内ライセンス等の拡大が寄与し、期初想定を上回る前年同期比49.1%増加。販管費は期初想定よりも下振れし、営業利益は同88.0%増加の201億円で着地
- 国内物販・国内ライセンス事業は複数キャラクターによる大手ライセンシー先とのコラボレーション施策が奏功。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し、客数・客単価ともに前年同期比で増加。
- 海外のライセンス事業は、デジタル接点を通じた複数キャラクターの認知度向上が、アパレルや玩具などにおけるキャラクター起用を促進し好調を継続。特に中国の伸長が好調寄与
- 第40回「2025年サンリオキャラクター大賞」の総得票数は、海外での投票数の増加も寄与し、前年比10.7%増加の6,316万票以上の史上最多を記録し、ファンのロイヤルティ向上を加速
- 決算期ずれによる連結調整の影響により営業利益に+20億円の影響あり

26/3期通期 見通し

売上高1,688億円 前年比16.5%増
営業利益673億円 前年比29.9%増

- 好調なQ1実績を踏まえて、通期業績予想を上方修正
- 配当についても、年間60円（中間30円、期末30円）へ増配
- Q1業績は期初想定を上回る実績であったため、Q2分含めて上期業績を上方修正
- 下期の米国関税政策に関する影響が不透明であり、下期分は期初想定を据え置きとし、上期上方修正分のみ通期業績予想に反映。
- 決算期ずれによる連結調整の影響により通期営業利益に△7億円の影響見込み

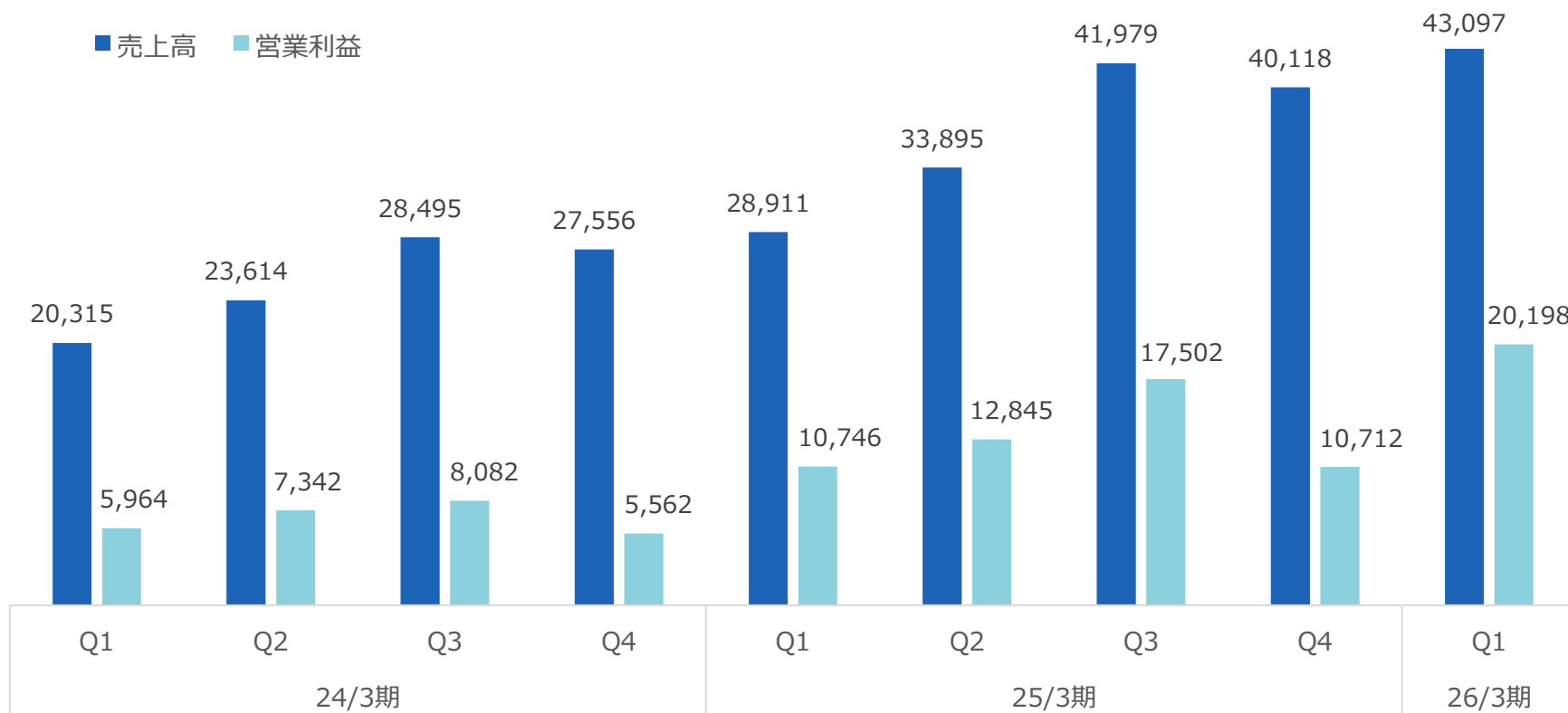
注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
26/3期通期見通しは、第3四半期以降は2025年5月13日に公表いたしました数値を為替レートと連結仕訳の見直しを加味したものとしております



四半期業績推移（売上高・営業利益）

売上高・営業利益ともに四半期としては過去最高を更新

〔単位：百万円〕



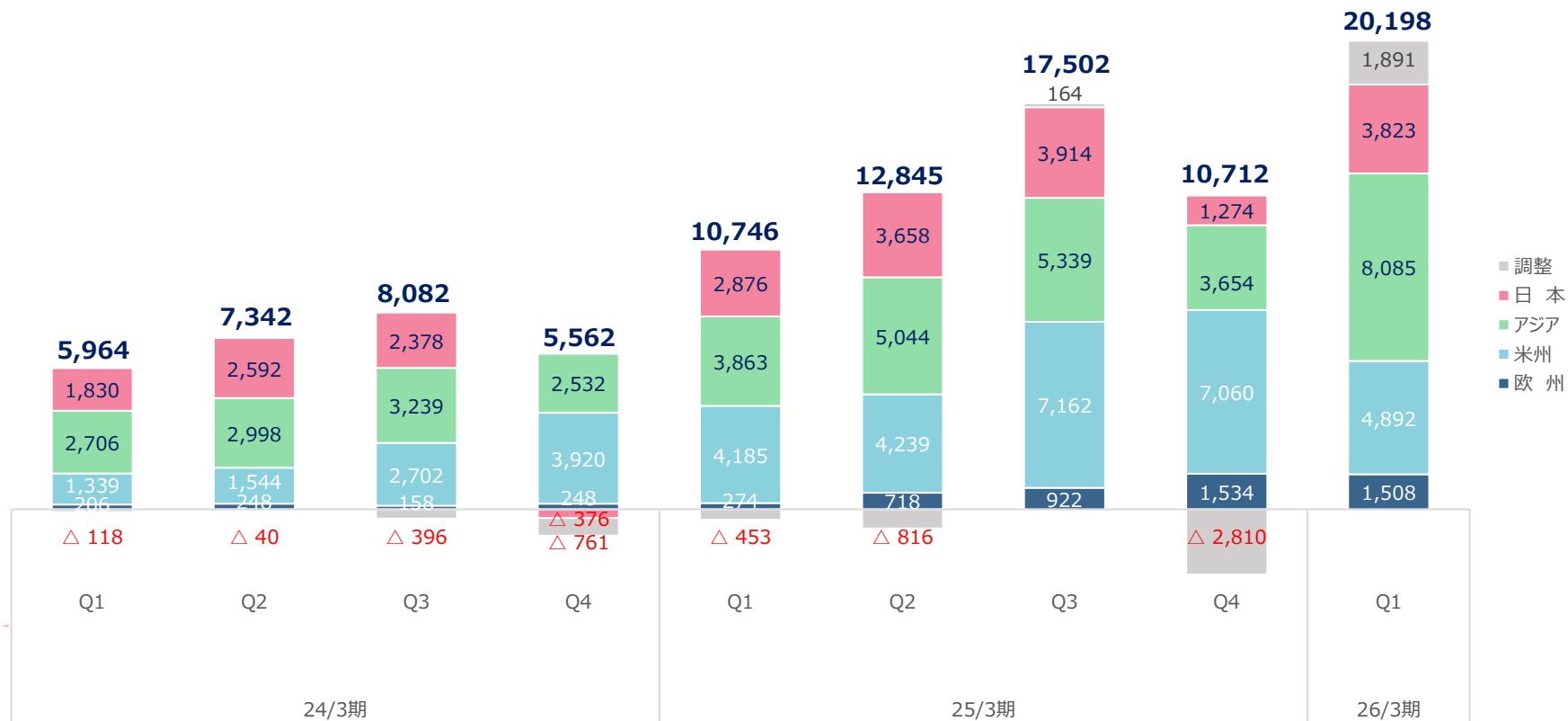
注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



貢献利益の推移

中国市場での拡大がグループ全体の成長をけん引
『ハローキティ』に加え『クロミ』などサンリオキャラクター全体の人気が高まり複数キャラクター戦略が奏功

〔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。



連結決算 (P/L)

(単位：百万円)	25/3期Q1	26/3期Q1	増減	増減率
売上高	28,911	43,097	14,186	49.1%
売上総利益	22,153	34,765	12,612	56.9%
売上総利益率	76.6%	80.7%	4.1pt	—
EBITDA	11,242	20,829	9,587	85.3%
EBITDAマージン	38.9%	48.3%	9.4pt	—
営業利益	10,746	20,198	9,451	88.0%
営業利益率	37.2%	46.9%	9.7pt	—
経常利益	11,704	20,205	8,500	72.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	10,296	14,190	3,893	37.8%

注) 百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



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	25/3期Q1	26/3期Q1	増減	増減率
売上高	28,911	43,097	14,186	49.1%
日 本	23,079	31,600	8,521	36.9%
欧 州	745	2,207	1,462	196.2%
米 州（北米・南米）	5,090	6,493	1,402	27.6%
アジア	6,397	11,749	5,351	83.7%
調 整	△ 6,401	△ 8,953	△ 2,551	—
（内ロイヤリティ売上高）	13,415	21,826	8,411	62.7%
日 本	9,253	12,856	3,603	38.9%
欧 州	686	2,111	1,425	207.6%
米 州（北米・南米）	4,532	5,767	1,235	27.3%
アジア	4,017	7,667	3,650	90.8%
調 整	△ 5,075	△ 6,577	△ 1,502	—
営業利益	10,746	20,198	9,451	88.0%
日 本	7,686	12,138	4,452	57.9%
欧 州	98	616	518	528.9%
米 州（北米・南米）	1,300	3,002	1,701	130.8%
アジア	2,488	5,794	3,305	132.8%
調 整	△ 826	△ 1,352	△ 526	—
貢献利益	10,746	20,198	9,451	88.0%
日 本	2,876	3,822	946	32.9%
欧 州	274	1,507	1,233	449.2%
米 州（北米・南米）	4,185	4,891	706	16.9%
アジア	3,863	8,085	4,221	109.3%
調 整	△ 453	1,890	2,343	—

注）百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入

営業利益は本社ヘロイヤリティ支払い後

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

米州の営業利益（26/3期Q1）は、決算期ズレによる連結調整（北米のライセンス）により6億円のプラス計上

アジアの営業利益（26/3期Q1）は、決算期ズレによる連結調整（中国の製造およびライセンス）により14億円のプラス計上



日本セグメント（売上高・営業利益）

『2025 大阪・関西万博』などブランド価値の高いパートナーとのコラボレーション施策が奏功し、国内物販、ライセンス事業ともに大幅な増収増益

（単位：百万円）

	売上高				営業利益			
	25/3期Q1	26/3期Q1	増減	増減率（%）	25/3期Q1	26/3期Q1	増減	増減率（%）
サンリオ単体	19,313	27,773	8,459	43.8%	6,267	10,190	3,922	62.6%
物販事業	10,014	14,765	4,750	47.4%	1,625	3,336	1,710	105.2%
ライセンス事業	4,099	6,339	2,239	54.6%	3,468	5,645	2,176	62.8%
海外事業	5,227	6,701	1,474	28.2%	5,017	6,471	1,454	29.0%
その他	△ 28	△ 33	△ 5	—	△ 744	△ 1,182	△ 438	—
調整額（コストセンターほか）	—	—	—	—	△ 3,099	△ 4,080	△ 980	—
サンリオエンターテイメント	3,408	4,181	772	22.7%	544	789	245	45.0%
サンリオピューロランド	2,777	3,374	596	21.5%	537	687	149	27.8%
ハーモニーランド	631	807	176	27.9%	6	102	95	1412.7%
その他子会社	1,076	257	△ 819	△ 76.1%	149	△ 13	△ 163	△ 108.8%
計	23,799	32,212	8,412	35.3%	6,962	10,967	4,004	57.5%
調整額（セグメント内部）	△ 720	△ 611	108	—	723	1,171	447	61.9%
日本セグメント計	23,079	31,600	8,521	36.9%	7,686	12,138	4,452	57.9%
調整額（セグメント間）	△ 5,366	△ 7,132	△ 1,765	—				
外部売上高	17,712	24,468	6,755	38.1%				

サンリオ

- ・物販事業は、店舗での国内客が増加したことに加え、インバウンド売上高が引き続き高い水準を維持。客単価・客数がともに伸長。幅広いキャラクター商品が国内外で支持され、好調を維持。SNS発の人気キャラクター『ちいかわ』とコラボレーションした商品シリーズも好調寄与。
- ・ライセンス事業では、『ハローキティ』がスペシャルサポーターを務める『2025 大阪・関西万博』の公式キャラクター『ミyakミyak』とのコラボレーションが大きな反響を呼んだことに加え、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も引き続き好調に推移し、国内実績が前年を大きく上回る。
- ・海外事業は、特に中国からのロイヤリティ収入増加が寄与。『クロミ』をはじめとする幅広いキャラクターの起用が広がる。
- ・人員体制の強化などにより販管費が増加したものの、物販・ライセンス事業など各事業の大幅増収により増益で着地

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、周年キャラクターの様々な施策、シーズンイベントが集客に寄与。また、テーマパーク内限定商品や食事メニューが人気を博し、来園客数が増加するとともに客単価も増加し売上高が伸長。
- ・ハーモニーランドは、50周年の『マイメロディ』や20周年の『クロミ』の関連商品が注目を集め、シーズンイベントなど様々な施策が奏功。ゴールデンウィークが天候に恵まれたこともあり来園客数が伸長。
- ・人員体制の強化や修繕などにより販管費が増加したものの、チケット単価およびパーク内飲食を含む客単価が過去最高を達成し、前年同期比増収増益で着地

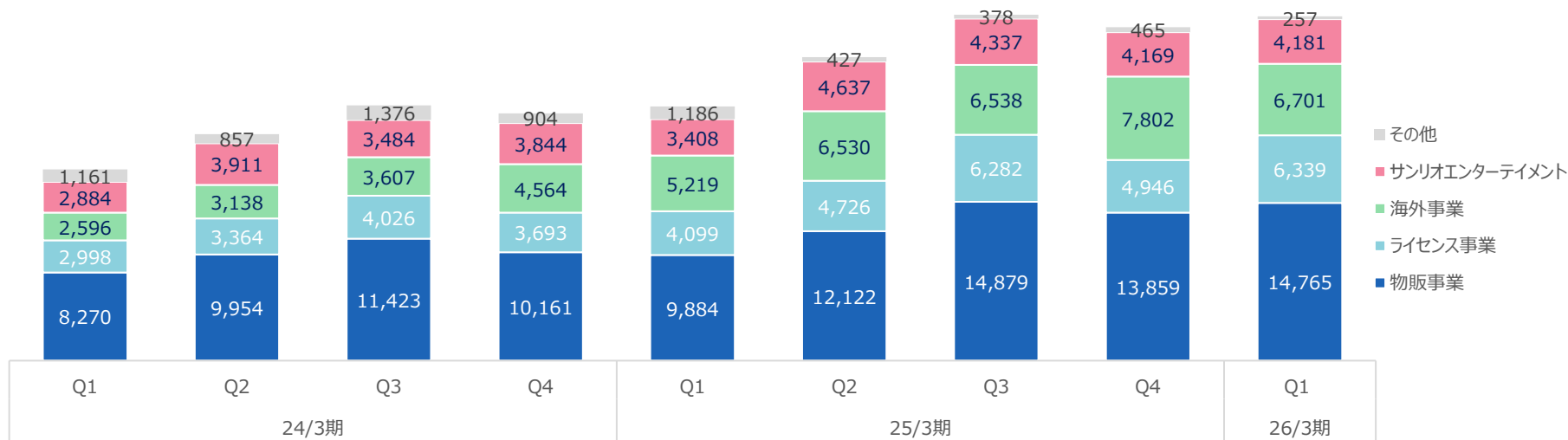
注）百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



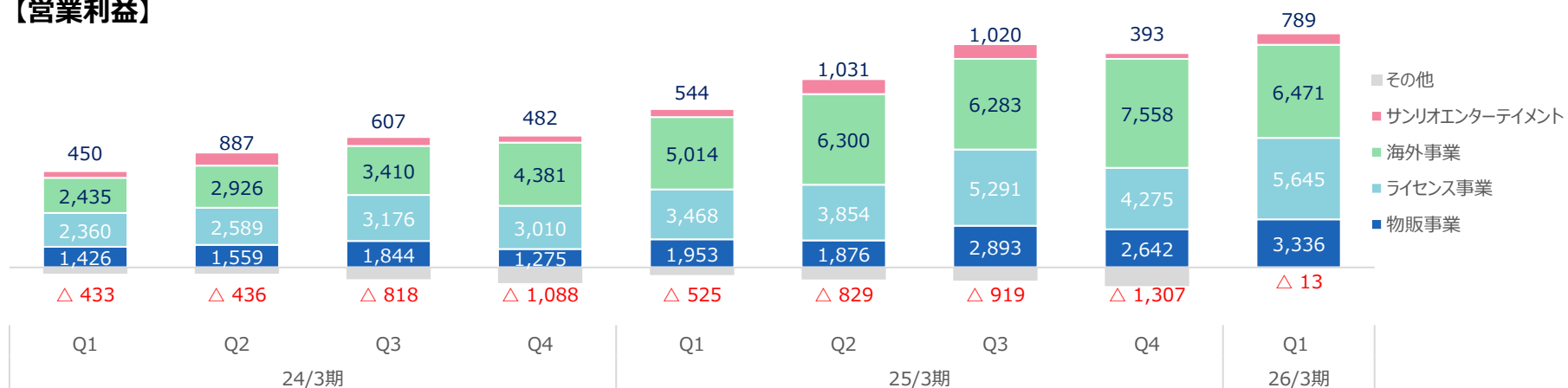
日本セグメント 四半期業績推移（売上高・営業利益）

【売上高】

（単位：百万円）



【営業利益】



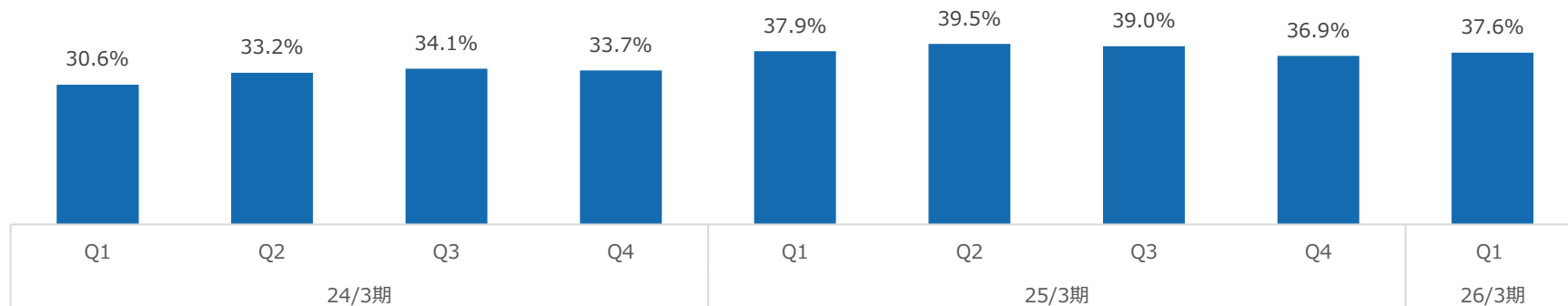
注) 百万円未満切り捨て
 「その他」は、国内子会社及び新規事業を含む。 調整額を除いた数値



日本セグメント（国内店舗）

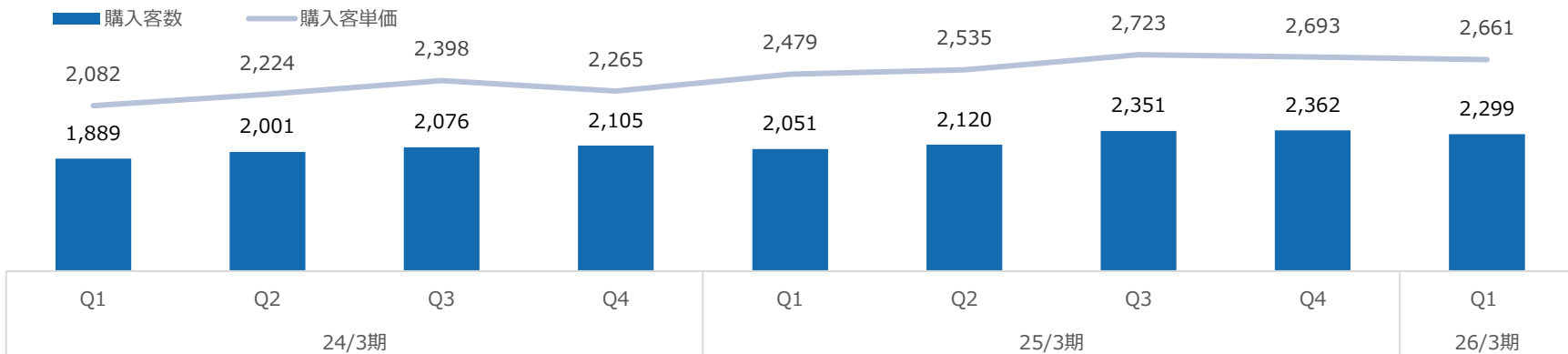
海外におけるファン層の拡大を受け、アジアを中心にインバウンド需要は高水準で推移

【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】



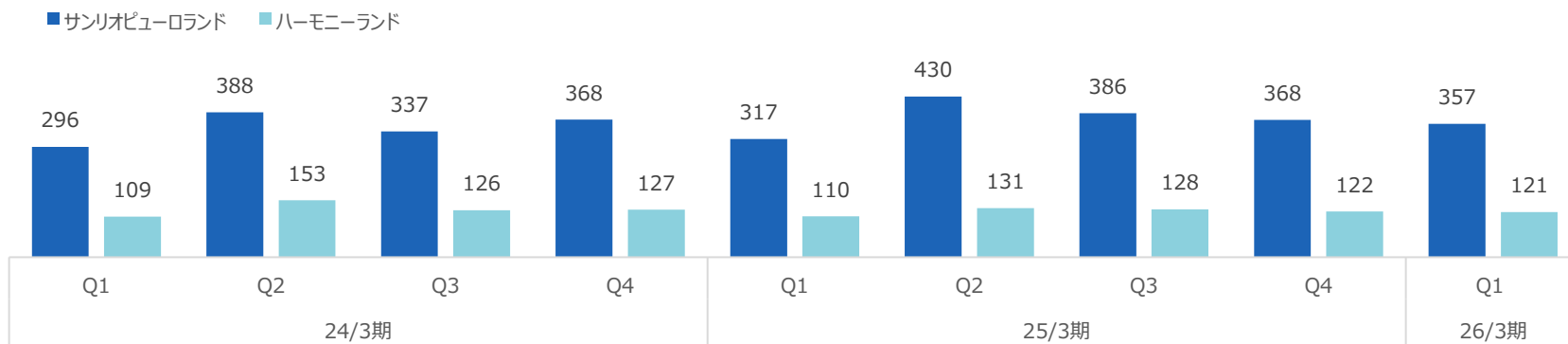
注）売上高に占めるインバウンド比率は、24/3期までは国内全店舗のうち直営店と委託店の合計にてカウント（百貨店などにて展開している消化店舗は除く）。25/3期以降は、全店舗にてカウント
購入客数・単価は、国内全店舗にてカウント
店舗数：直営店70店舗、委託店29店舗、消化店39店舗の計138店舗（26/3期Q1）



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）

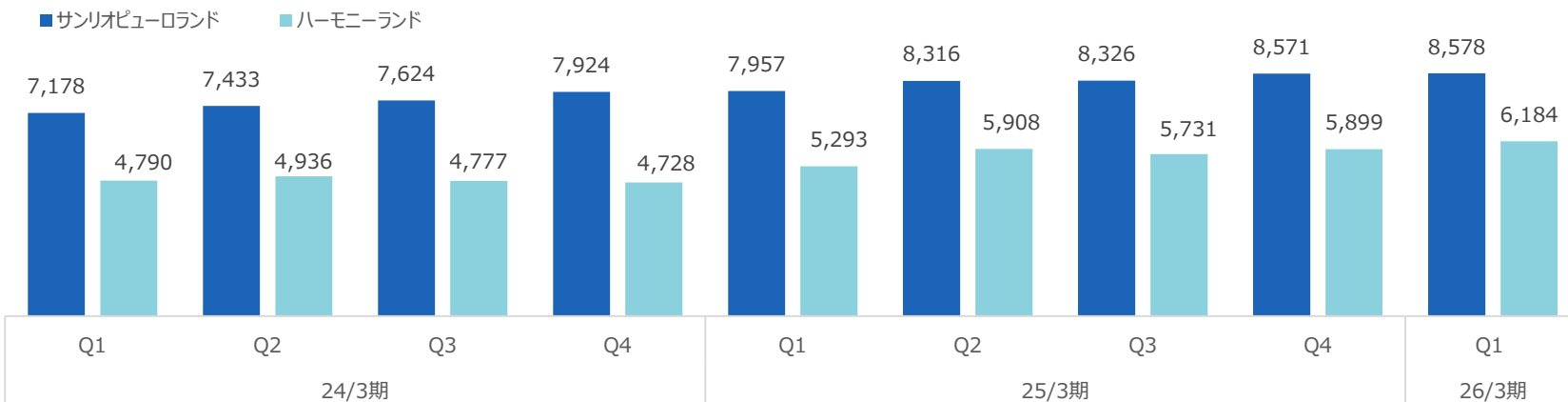
サンリオピューロランドは、新アトラクションや周年キャラクターに関する様々な施策が奏功し、国内外からの集客に貢献。ハーモニーランドもゴールデンウィークの好天に恵まれ、両パークともに来園客数は前年同期比で増加

【来園客数（千人）】



チケット販売やパーク内限定商品が好調に寄与し、客単価が過去最高を達成

【客単価（円）】





欧州/米州/アジアセグメント（売上高・営業利益）

中国は引き続き『ハローキティ』に加え『クロミ』などサンリオキャラクター全体の人気が高まり、特にライセンス事業が好調に寄与。

欧米は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好調に推移

	売上高				営業利益			
	25/3期Q1	26/3期Q1	増減	増減率 (%)	25/3期Q1	26/3期Q1	増減	増減率 (%)
欧 州	745	2,207	1,462	196.2%	98	616	518	528.9%
（内ロイヤリティ）	686	2,111	1,425	207.6%				
米 州（北米・南米）	5,090	6,493	1,402	27.6%	1,300	3,002	1,701	130.8%
（内ロイヤリティ）	4,532	5,767	1,235	27.3%				
北 米	4,731	5,833	1,101	23.3%	1,178	2,750	1,572	133.4%
（内ロイヤリティ）	4,205	5,149	944	22.5%				
南 米	359	660	301	83.8%	121	251	129	106.2%
（内ロイヤリティ）	326	618	291	89.1%				
アジア	6,397	11,749	5,351	83.7%	2,488	5,794	3,305	132.8%
（内ロイヤリティ）	4,017	7,667	3,650	90.8%				

欧州 ・複数キャラクター戦略が奏功したことにより、特にアパレルや玩具カテゴリーで売上高が伸長し、大幅な増収増益

米州 ・北米は、特にアパレルと玩具カテゴリーが増収に寄与。ゲーム『Hello Kitty Island Adventure』も好調に推移し、『クロミ』や『シナモロール』をはじめとするその他のキャラクター人気も上昇。
・南米は、アパレルカテゴリーが引き続き好調に推移。サンリオキャラクターをテーマとしたレストランで『マイメロディ』限定メニューが人気を集めるなど『マイメロディ』や『クロミ』をはじめとするキャラクターの認知度向上が、各カテゴリーでの商品取り扱いの拡大に寄与

アジア ・中国は、『ハローキティ』に加え『クロミ』などサンリオキャラクター全体の人気が高まっており、ライセンス事業が引き続き好調に推移。上海南京東路など中心部における店舗展開により認知度向上を加速。
・アジア各国は、雑貨ライセンスとの複数地域展開や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

米州の営業利益（26/3期Q1）は、決算期ズレによる連結調整（北米のライセンス）により6億円のプラス計上

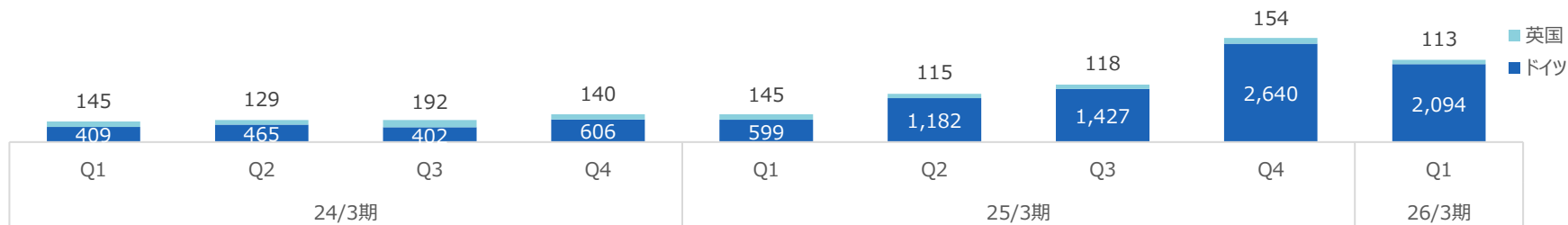
アジアの営業利益（26/3期Q1）は、決算期ズレによる連結調整（中国の製造およびライセンス）により14億円のプラス計上



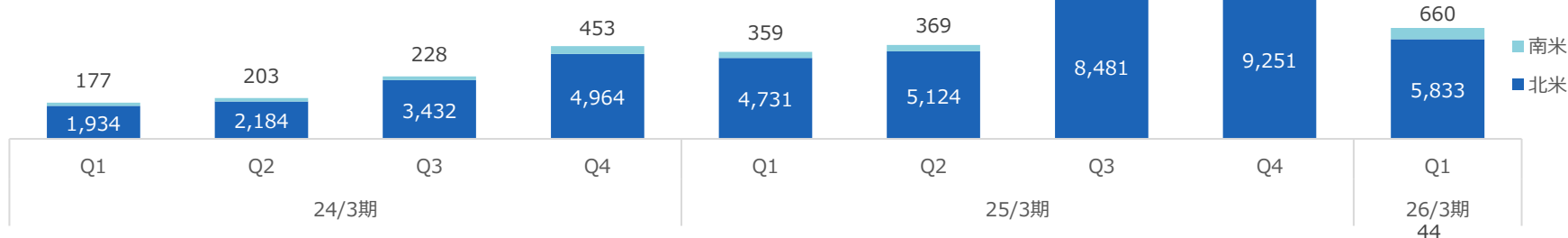
海外セグメント別 四半期推移（売上高）

【欧州】

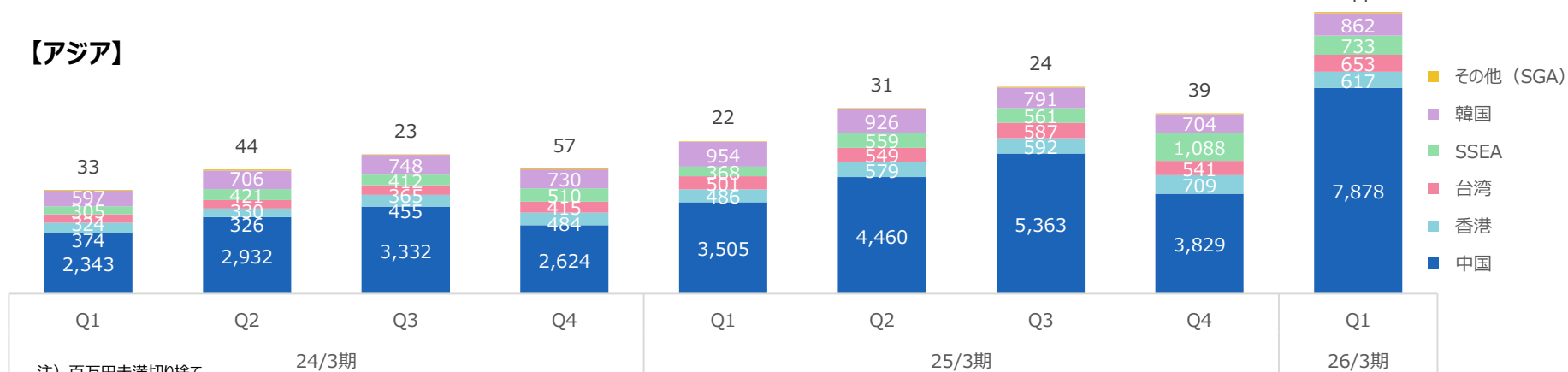
〔単位：百万円〕



【米州】



【アジア】



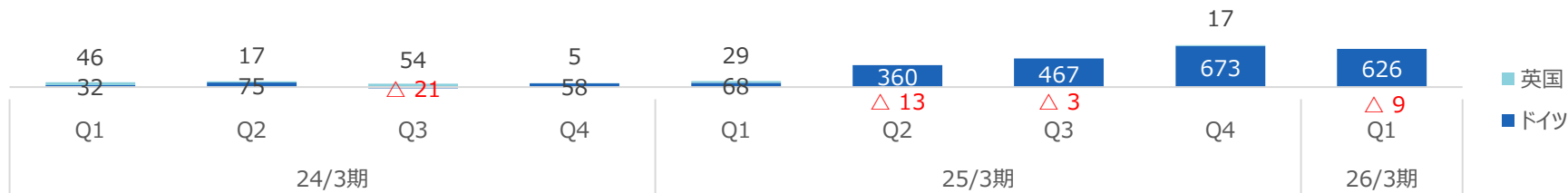
注) 百万円未満切り捨て
売上高には、セグメント間の内部取引額を含む



海外セグメント別 四半期推移（営業利益）

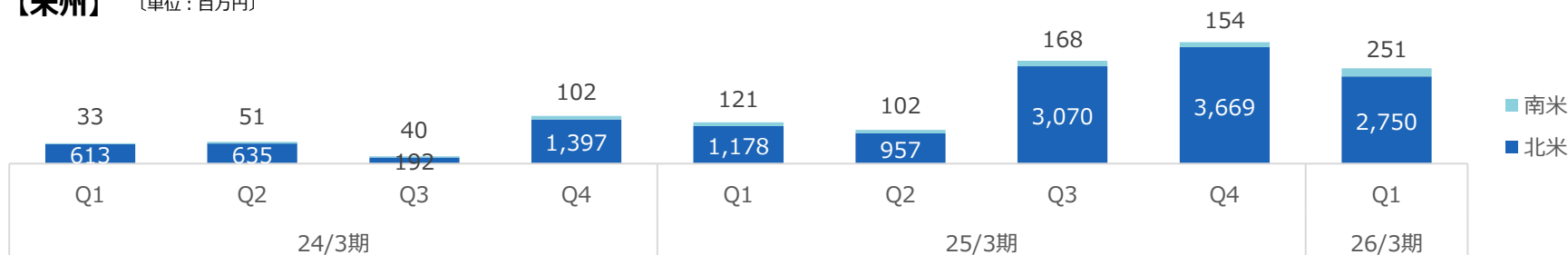
【欧州】

〔単位：百万円〕



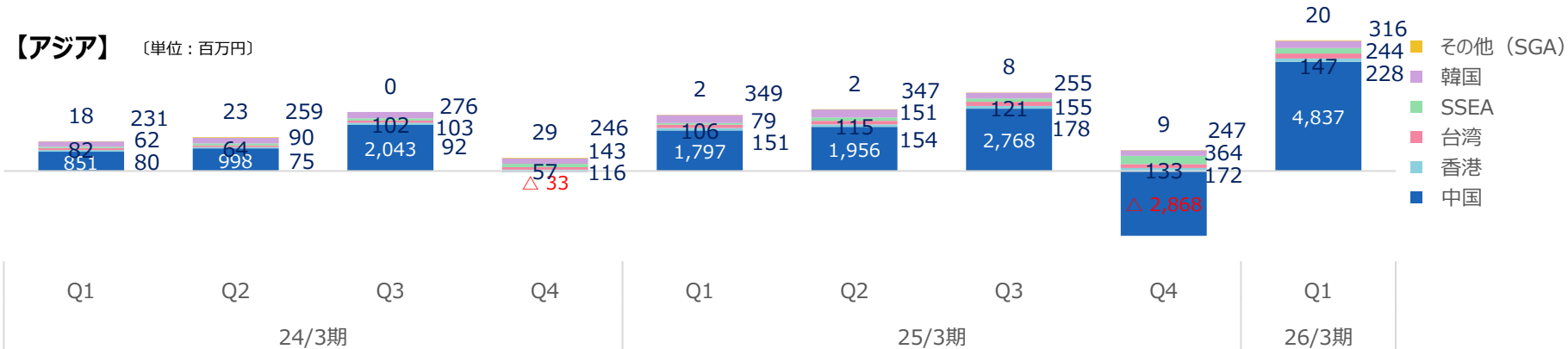
【米州】

〔単位：百万円〕



【アジア】

〔単位：百万円〕

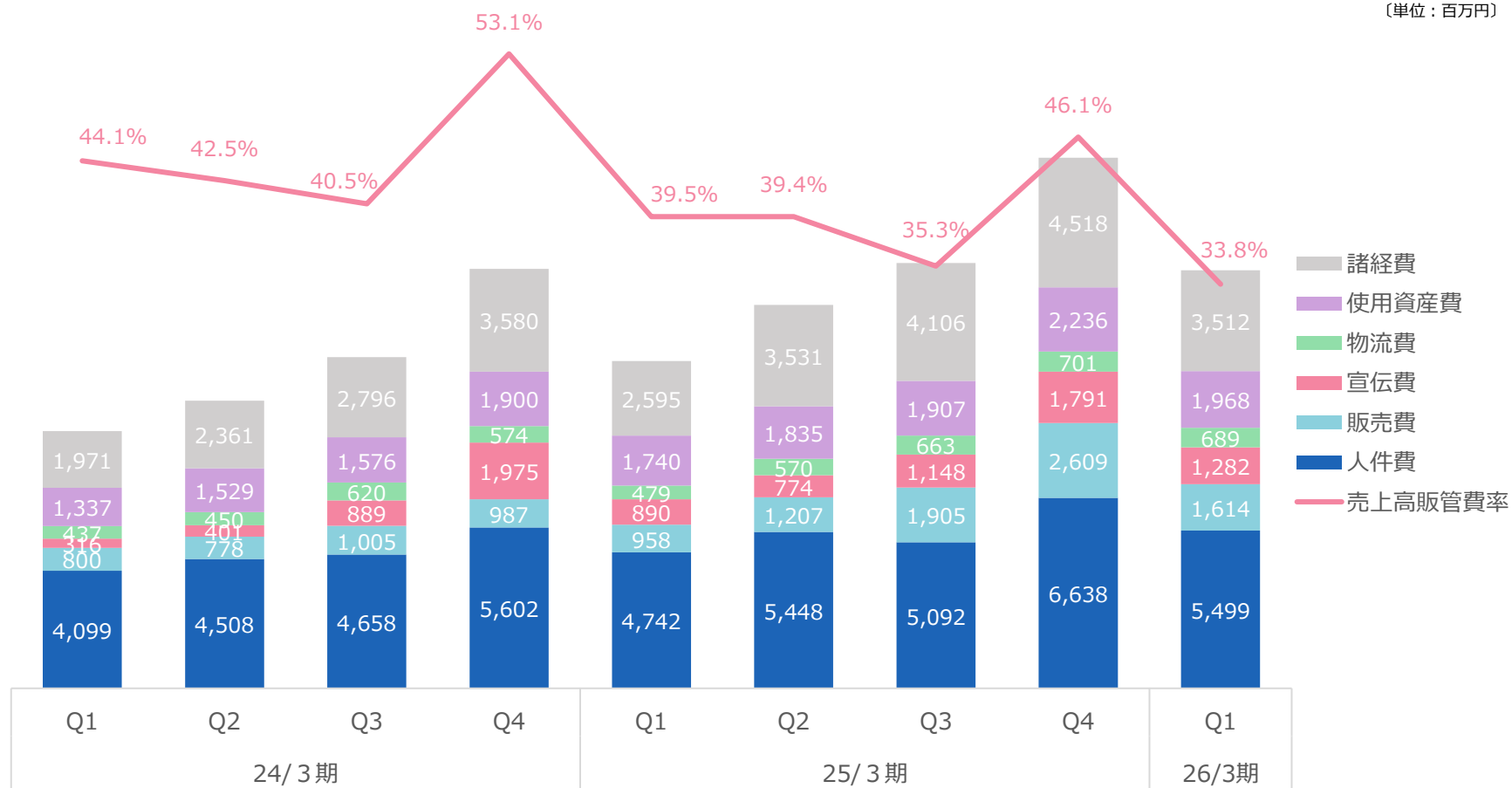


注) 百万円未満切り捨て
営業利益は本社ヘロイヤリティ支払い後



連結販管費の推移

〔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				26/3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	Q1			
連結	11,406	13,367	14,822	18,495	14,567	3,161	27.7%	
日本	9,846	11,411	12,319	14,267	12,011	2,165	22.0%	
サンリオ単体	7,704	8,997	10,123	11,603	9,658	1,953	25.4%	■人件費＋5億円 人員増
人件費	2,717	3,212	3,025	3,837	3,284	567	20.9%	■マーケティング費＋4億円
マーケティング費	1,456	1,435	1,936	2,311	1,864	407	28.0%	宣伝費＋2億円（『マイメロディ』50周年、『クロミ』20周年など）、 販売費＋1億円（売上増加に伴う販売手数料など）
諸経費他	3,531	4,350	5,160	5,454	4,510	979	27.7%	■諸経費他＋9億円 本社増床、各種プロジェクト費用など
その他	2,141	2,413	2,195	2,663	2,353	211	9.9%	
欧州	326	431	465	1,081	507	181	55.6%	
米州（北米・南米）	682	1,050	1,439	2,302	1,300	618	90.5%	人件費＋1億円、販売費＋2億円など
アジア	925	1,045	1,090	1,430	1,208	283	30.6%	
中国	388	393	469	730	586	198	51.1%	
その他	536	651	620	699	621	84	15.8%	
調整	△ 374	△ 571	△ 491	△ 585	△ 460	△ 86	－	

注）百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入
 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

(単位：百万円)

	25/3期	26/3期Q 1	前年増減	前年増減率 (%)	前年同期比 増減要因
流動資産	151,698	146,112	△ 5,585	△3.7%	
現金及び預金	118,976	113,493	△ 5,483	△4.6%	「商品及び製品」11億円増、「現金及び預金」54億円減、「売掛金」23億円減など
その他流動資産	32,721	32,619	△ 102	△0.3%	
固定資産	50,707	50,695	△ 11	△0.0%	
政策保有株式	6,671	6,657	△ 14	△0.2%	
資産合計	202,406	196,808	△ 5,598	△2.8%	
流動負債	49,277	40,764	△ 8,513	△17.3%	
固定負債	45,521	44,430	△ 1,090	△2.4%	「未払い法人税等」41億円減、「長短借入金」および「社債」33億円減など
(有利子負債)	40,291	36,901	△ 3,389	△8.4%	
負債合計	94,798	85,195	△ 9,603	△10.1%	
純資産	107,608	111,613	4,005	3.7%	
負債・純資産合計	202,406	196,808	△ 5,598	△2.8%	
ネットキャッシュ	78,685	76,592	△ 2,093	△2.7%	
自己資本比率	52.9%	56.4%	3.5pt	—	
政策保有株式/純資産	6.2%	6.0%	△0.2pt	—	

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（連結P/L）

好調な1Q実績を踏まえて、通期業績予想を上方修正

Q1業績は期初想定を上回る実績であったため、Q2分含めて上期業績を上方修正

下期の米国関税政策に関する影響が不透明であり、下期分は期初想定を据え置きとし、上期上方修正分のみ通期業績予想に反映

〔単位：百万円〕

連結（PL）	25/3期			26/3期予想 ※25年5月13日公表			26/3期予想 ※25年8月8日公表			前年増減	期初予算増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期	通期
売上高	62,807	82,097	144,904	75,200	87,000	162,200	83,600	85,200	168,800	23,895	6,600
売上総利益	48,365	61,533	109,899	60,500	68,300	128,800	66,700	67,900	134,600	24,700	5,800
売上総利益率	77.0%	75.0%	75.8%	80.5%	78.5%	79.4%	79.8%	79.7%	79.7%	3.9%	0.3%
営業利益	23,591	28,214	51,806	27,500	32,500	60,000	35,000	32,300	67,300	15,493	7,300
営業利益率	37.6%	34.4%	35.8%	36.6%	37.4%	37.0%	41.9%	37.9%	39.9%	4.1%	2.9%
経常利益	24,196	29,256	53,453	27,800	32,900	60,700	35,400	32,600	68,000	14,546	7,300
親会社株主に帰属する 当期純利益	19,076	22,655	41,731	19,100	22,900	42,000	24,700	22,800	47,500	5,768	5,500

注）百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入）

26/3期通期見通しは、第3四半期以降は2025年5月13日に公表いたしました数値に為替レートと連結仕訳の見直しを加味したものとしております
決算期ずれによる連結調整の影響により通期営業利益に△7億円の影響見込み



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 ※25年5月13日公表			26/3期予想 ※25年8月8日公表			前年増減	期初予算増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期	通期
日 本	50,788	62,221	113,009	56,978	65,606	122,584	64,077	66,012	130,090	17,080	7,505
（内ロイヤリティ）	20,331	25,036	45,368	23,772	28,024	51,796	22,896	28,048	50,945	5,576	△ 851
欧 州	2,042	4,340	6,383	3,030	4,000	7,030	3,920	4,343	8,264	1,880	1,233
（内ロイヤリティ）	1,912	4,197	6,110	2,978	3,931	6,909	3,795	4,267	8,063	1,952	1,154
米 州	10,584	18,877	29,461	12,908	21,544	34,452	12,689	20,957	33,646	4,185	△ 805
（内ロイヤリティ）	9,489	17,217	26,707	11,020	18,428	29,448	11,282	17,920	29,203	2,495	△ 244
アジア	13,661	14,341	28,003	18,860	15,710	34,570	21,796	15,027	36,824	8,820	2,253
（内ロイヤリティ）	9,145	8,932	18,077	12,339	9,563	21,902	14,029	9,328	23,358	5,280	1,456
調整額	△ 14,270	△ 17,683	△ 31,953	△ 16,578	△ 19,859	△ 36,437	△ 18,884	△ 21,140	△ 40,025	△ 8,071	△ 3,587
（内ロイヤリティ）	△ 11,435	△ 14,089	△ 25,525	△ 13,190	△ 16,083	△ 29,273	△ 13,691	△ 16,106	△ 29,798	△ 4,273	△ 524
連結	62,807	82,097	144,904	75,200	87,000	162,200	83,600	85,200	168,800	23,895	6,600
（内ロイヤリティ）	29,444	41,294	70,738	36,919	43,863	80,782	38,313	43,458	81,772	11,033	989

報告セグメント (営業利益)	25/3期			26/3期予想 ※25年5月13日公表			26/3期予想 ※25年8月8日公表			前年増減	期初予算増減
	上期	下期	通期	上期	下期	通期	上期	下期	通期	通期	通期
日 本	16,584	20,017	36,602	15,857	22,353	38,211	21,876	22,086	43,963	7,361	5,752
欧 州	445	1,155	1,600	397	816	1,213	874	880	1,754	153	541
米 州	2,360	7,062	9,423	3,548	7,434	10,983	3,366	7,270	10,637	1,213	△ 345
アジア	5,216	1,545	6,761	8,629	3,098	11,727	10,081	2,922	13,004	6,242	1,276
調整額	△ 1,015	△ 1,566	△ 2,581	△ 932	△ 1,203	△ 2,135	△ 1,200	△ 859	△ 2,059	522	75
営業利益	23,591	28,214	51,806	27,500	32,499	60,000	35,000	32,300	67,300	15,493	7,300

注）百万円未満切り捨て、%小数点以下第2位四捨五入



Appendix



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

- ・決算期：親会社3月、海外子会社12月
- ・海外子会社は、ロイヤリティ収入に対して相応の額（約半分）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
- ・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（2024年4-2025年3月）と海外子会社（2024年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、連結消去する
- ・その際、金額的重要性（乖離が大きい）がある場合は、調整を行う必要がある。なお、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、実績値をみての判断
- ・当該調整は、期が変わると前期Q4の数値を戻り仕訳として計上する。その際に、プラス数値は同額をマイナス、マイナスの場合は同額をプラスとして計上する

〔単位：億円〕		24/3期		25/3期					26/3期	
		Q3	Q4	前期戻し	Q1	Q2	Q3	Q4	前期戻し	Q1
北米（ライセンス）	日本への支払いロイヤリティ（日本の受取り）	11	14	△14	23	33	37	29	△29	23
	セグメント営業利益へのインパクト	△11	△14		△9	△19	△22	△15		6
中国（ライセンス）	日本への支払いロイヤリティ（日本の受取り）	—	—	—	—	—	—	25	△25	21
	セグメント営業利益へのインパクト	—	—	—	—	—	—	△25		4
中国（物販）	日本への販売（日本の仕入れ）	7	3	△3	8	10	17	6	△6	15
	セグメント営業利益へのインパクト	7	3		5	7	14	2		9
インパクト金額		△4	△11		△4	△12	△8	△38		20



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

決算期ズレの調整方法

1－12月決算分を、4－3月決算分とするための処理

(1) 前年度、重要な不一致として、連結調整金額が発生している場合

- ライセンス事業は、1－3月分として計上した分を、翌期にて取り消す

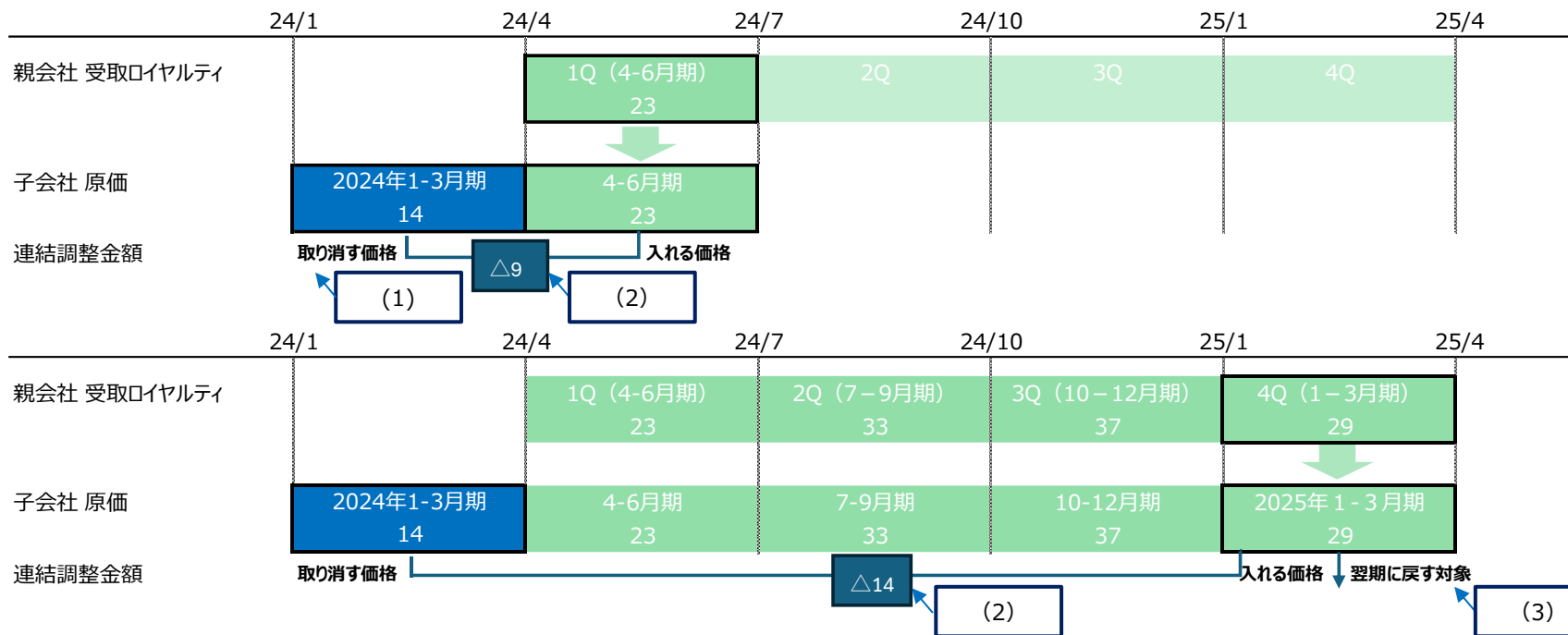
- 物販事業は、1－3月分として取り消した金額を、翌期にて取り入れる

(2) 各四半期においては、「各期で計上する金額」と「取り消す/取り入れる金額」の差額を算出し、「連結調整金額」として開示

(3) 2026年1－3月に「親会社が受け取ったロイヤルティ」、「親会社仕入れ」の金額は、2026年3月期の調整金額に該当。

(例：25/3期 北米ライセンス事業)

〔単位：億円〕





2026年3月期の取り組み

2025年4月11日 ドジャースタジアムで「ハローキティ・ナイト」を実施

アメリカ・ロサンゼルスで開催された今回の「ハローキティ・ナイト」では、来場者のうち先着40,000名様へのノベルティとして「ハローキティ」のぬいぐるみをプレゼント



4月13日～10月13日

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）開催 ハローキティがスペシャルサポーターに就任

2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）のスペシャルサポーターとして国内及び海外に向けたさまざまなプロモーション活動に参加。大阪・関西万博「日本館」では、様々な形の藻類に大変身した32種類の「ハローキティ」が登場。また、「国連（国際連合）パビリオン」では、「#HelloGlobalGoals」プロジェクトで、「ハローキティ」のウェルカムビデオを公開。



4月13日～10月13日

「大分ハローキティ空港」誕生

大分県とサンリオエンターテインメントが大阪・関西万博開催期間（2025年4月13日から10月13日まで）にあわせて観光キャンペーンの一環として大分空港を新たに「大分ハローキティ空港」という愛称で開港。

6月13日

新商品「ちいかわ×サンリオキャラクターズ」発売

SNS 発の人気キャラクター「ちいかわ」とコラボレーションした新デザインの商品シリーズ「ちいかわ×サンリオキャラクターズ」を発売。
国内外からご好評をいただき、受注生産販売が決定。



6月17日

株式会社IGポートとの資本業務提携契約を締結

当社は第三者割当および代表取締役社長 石川氏からの株式譲渡により、発行済株式総数の4.98%にあたる1,008,000株（約17.6億円）を取得。両社のIP開発・育成力と映像制作機能を融合し、さらなるコンテンツの創出とグローバル展開の加速を目指す。

6月29日

2025年サンリオキャラクター大賞総投票数は史上最多を記録

今年で40回目となるサンリオキャラクターの人気投票イベント。
今年の総得票数は史上最多6,316万票以上で、過去最多を記録。
第1位に輝いたのは「ポムポムプリン」（昨年4位）





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8月8日現在の情報に基づいて作成しております。