



遊びで未来をつくる
サンヨープレジャーグループ

○本社所在地：岡山県岡山市北区大内田
715番地の4

○事業概要：玩具・節句人形等の卸売・
小売・施設・イベント事業

○常時使用する従業員：333名（グルー
プ全体・2026年8月時点）

○現在の売上高：66億円（グループ全
体・2025年8月期）

○法人番号：8260001002722

○Web：https://www.sanyopleasure-group.jp/

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役社長
高谷 昌宏

遊びは最高の学び

サンヨープレジャーグループは、1946年、岡山・奉還町の「こどもや」から歩みを始めました。その名には、「玩具」の枠を越え、「遊び」を通じて子どもたちに笑顔届けたいという創業者の想いが込められています。私たちの理念は「遊びは最高の学び」です。遊びを通じて子どもたちの創造力や挑戦する力を育み、「できた!」という感動体験を創り出します。創業80周年を迎える今、その原点に立ち返り、遊び・教育・エンターテインメントを融合し、『遊びで未来をつくる 日本一のこども産業企業』を目指します。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2025年売上高66億円を基準に、2036年に売上高100億円の達成を目指します。
既存事業の成長に加え、新たな事業領域への挑戦、DX・物流基盤の強化、グループシナジーの最大化を推進し、年平均約4%の持続的な成長を実現します。

課題

- ① 物流環境の変化と供給能力の不足
- ② 少子化による市場縮小と顧客構造の変化
- ③ デジタル化による遊び・消費行動の変化
- ④ 都市集中による地方発ブランド認知格差
- ⑤ 価格競争の激化と収益性の低下
- ⑥ IP依存型市場構造とブランド構築の難化
- ⑦ 経営基盤である調達・物流・人材確保などの高度化

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- **物流基盤の強化と物流拠点の集約** 物流拠点の集約・大型化と在庫一元化により、物流能力を強化します。
（課題1）サプライチェーン 課題7 物流課題への対応
- **DX推進による業務改革・生産性向上** AI・データ活用で業務を効率化し、省人化と生産性向上を図ります。
（課題2）労働力不足 課題3 デジタル化への対応
- **地域体験施設の強化** 教育・観光・地域資源を融合し、体験価値と広域集客を高めます。
（課題3）デジタル化 課題4 都市集中課題への対応
- **オリジナル商品の拡販** 独自商品の開発・IP化を進め、高付加価値化とファン化を図ります。
（課題5）価格競争 課題6 IP依存構造への対応
- **ベビー事業の拡大** 乳幼児向け知育商品の開発を強化し、高品質市場を開拓します。
（課題2）市場縮小・価格競争への対応
- **海外展開の推進** 日本の「遊び文化」を海外へ展開し、新たな成長市場を開拓します。
（課題2）市場縮小・価格競争への対応
- **EC事業の拡大** ECと実店舗を融合し、全国への販売力と顧客接点を拡大します。
（課題3）デジタル化課題への対応
- **教育事業の深化** 「遊び・学び」を展開し、教育市場の開拓と社会価値を高めます。
（課題6）市場再定義・ブランド強化への対応

実施体制

グループの中核を担う「サンヨープレジャー」が、経営戦略・設備投資・DX推進・物流基盤備・人材育成・グループ連携を統括。「おもちゃ王国」が施設運営・遊び場企画・全国イベント事業を展開、「ヴィットハート」が輸入・商品企画開発・海外への市場拡大推進を担い、「おもちゃ総合研究所」がデザイン・空間プロデュース、「いろは堂」がEコマース・小売事業を推進、「サンヨープレジャークリエイイト」が施設管理・イベント企画、「せとうち農園」が農業体験・食育事業などを担います。さらに、「タカヤコミュニティ」が不動産管理・保険代理店業務を担い、今後の事業拡大に伴う土地・建物等の不動産資産を管理します。これら8社の専門機能を連携させるとともに、岡山県流通センターの物流機能を強化・集約し、商品開発から物流・販売・施設・体験、資産管理までを一体化したグループ経営体制を構築します。

売上高100億円実現に向けた具体的措置

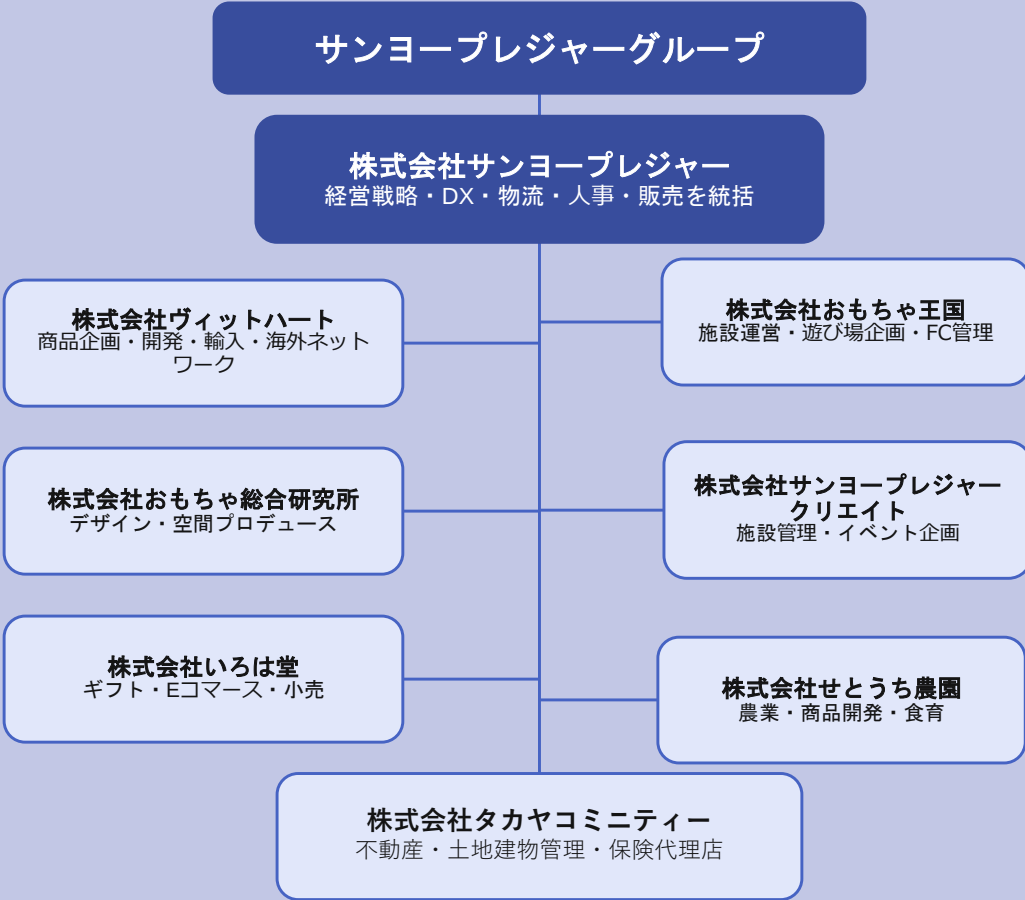
- 1 物流基盤・DX戦略

岡山県流通センターを中核に物流拠点の集約・大型化を進め保管・出荷能力を拡大します。販売・在庫・物流情報の一元化やデータ活用を推進し、物流効率化、省人化、生産性向上を実現。EC拡大や事業成長を支える物流・DX基盤を構築します。
- 2 商品・ブランド戦略

オリジナル商品やベビーの開発を強化し、シリーズ化・IP化による独自ブランドを育成します。施設・イベントとの連携を活かし、高付加価値商品を創出するとともに、「体験→購買→ファン化」の循環を構築します。
- 3 体験・教育事業戦略

「遊びは最高の学び」を軸に、施設運営・イベント・教育事業を融合し、子どもたちの「できた！」を生み出す感動体験を創造します。教育機関や地域との連携を強化し、独自の体験価値を全国へ展開します。
- 4 販路・海外展開戦略

実店舗・EC・施設・イベントを連携させ、全国の顧客接点を拡大。SNSやデジタル施策を活用して販売力を強化します。越境ECや海外パートナーとの連携を通じ、日本の「遊び文化」を海外へ展開し、国内外に新たな市場と販路を開拓します。



グループ8社の専門機能を連携し、施設・商品・地域事業・資産管理を一体化して100億円達成を推進