

BANDAI NAMCO NEWS

株式会社 バンダイナムコホールディングス

〒140-8590 東京都品川区東品川4-5-15 バンダイナムコ未来研究所

BANDAI
NAMCO

Management

トップインタビュー

厳しい環境を踏まえつつも、話題づくり、仕掛けづくりを行っていきたい

中期経営計画がスタートして最初となる2010年3月期第1四半期の決算が発表されました。今回は(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に、今期の業績と中期経営計画の進捗状況、そして各SBU（戦略ビジネスユニット）の動向などについて聞きました。

——第1四半期の業績について説明してください。

石川 2010年3月期の第1四半期は、下期に大型商品・サービスが集中していること、また個人消費低迷の影響を受け、前年同期比を下回りました。事業別では、トイホビー事業の国内定番キャラクターが好調に推移しましたが、国内の家庭用ゲーム市場が昨年対比65%程度で推移する中、ゲームコンテンツ事業が苦戦しました。（詳細は4ページを参照下さい）

——第2四半期累計期、通期の業績予想はいかがですか？

石川 現在の市場環境をふまえ、

今期の計画を再検証した結果、ゲームコンテンツ事業における第2四半期以降の家庭用ゲームソフトの販売計画を大幅に下方修正しました。また、同時にトイホビーや映像音楽コンテンツなどの事業でも市況などを勘案し、販売計画を見直しました。この結果、第2四半期累計期間および通期の連結業績予想を下方修正しました。

ゲームコンテンツ事業の販売計画見直しなどで業績予想を下方修正

——下期の予想は年初の予想をほぼ据え置いていますね。

石川 今回業績予想の修正の大きな要因となったのは、ゲームコンテンツ事業ですが、第3四半期以降には家庭用ゲームソフトの大型タイトルがワールドワイドで発売されます。また、業務用ゲーム機では利益率の高いリピート販売などが徐々に回復しています。このような中、業務用ゲーム機でも第3四半期以降大型の機器を投入する予定です。

このほか、トイホビー事業では年末年始商戦向けに国内外で人気定番キャラクター商品を投入しますし、映像音楽コンテンツ事業ではガンダム30周年記念タイトルや低価格ラインの展開を図ります。

アミューズメント施設事業については、前期に実施した大幅な不採算店の



(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長（東京おもちゃショーのバンダイブースにて撮影）

閉鎖を含む効率化を目的とした施策が利益率改善に貢献してきていますので、引き続き収益性向上を図ります。

このたび残念ながら第2四半期累計期の計数計画を修正しましたが、このような施策により、第3四半期以降の計数計画を達成すべく全力で取り組んでいきます。

なお、中期経営計画において、トイホビー事業とゲームコンテンツ事業は海外事業の拡大により成長を目指し、映像音楽コンテンツ事業とアミューズメント施設事業は収益性の向上を図るという方向性に変更ありません。後ほど詳しくお話しますが、海外事業拡大に向けて、今年の4月以降にもさまざまな手を打っています。今後も中期経営計画に基づき戦略を推進します。

（次ページに続く）

Contents

Management	1~3
Financial Data	4
Group Companies	5
Portrait	
Group News	6~9
Business Angle	10~11
Information	12

エンターテインメント業界に期待されているのは 閉塞感を突き崩す元気さ、面白さ

——各SBUは今後どのような展開を図りますか？

石川 トイホビーは、国内では「侍戦隊シンケンジャー」^{ダブル}、「フレッシュプリキュア！」や新番組「仮面ライダーW」^{ベンテン}、海外では引き続き好調な「BEN10」の商品を年末年始商戦に向け強化します。海外では「KAMEN RIDER DRAGON KNIGHT」^{ドラゴン ナイト}商品の販売を北米で開始し、8月からは日本で好調なカードゲーム「Battle Spirits」^{スピリッツ}を発売し、欧州では「STAR FRIENDS」^{スター フレンズ}や「KEY TWEENS」^{キー ツインズ}など新しいカテゴリーのガールズ新商材を投入しています。これらの取り組みにより海外におけるキャラクターやカテゴリーのラインナップを強化していきます。

——ゲームコンテンツはどうか？

石川 ゲームコンテンツは、家庭用ゲームソフトで下期に「鉄拳6」や「ド

ラゴンボール レイジングブラスト」、Wiiのファミリー向けシリーズなどの人気シリーズのタイトルをワールドワイドで発売するほか、国内では「スーパーロボット大戦NEO」などを続々と投入します。また、業務用ゲーム機では大型機器「TANK! TANK! TANK!」^{タンク タンク}も導入します。アミューズメント施設ならではの楽しさが味わえる機器ですので、ご期待ください。

——映像音楽コンテンツ、アミューズメント施設はどうか？

石川 映像音楽コンテンツは、DVDからBlu-ray Discへ移行する端境期ということもあり、不透明な状況が続いています。この状況はまだ1～2年続くと思われるため、映像パッケージソフトタイトルの絞り込み、マーケティングの見直しを進めています。今冬には「機動戦士ガンダム UC」^{ユニコーン}の展開も予定しています。世界同時配

信やイベント上映、パッケージ販売など、視聴形態に縛られないマルチメディア展開で話題を提供していきたいと思います。

アミューズメント施設は依然として厳しい状況にありますが、そのような中で売上を伸ばしている店舗も増えてきており、ある程度、底を打ったのではないかと見ています。ナムコでは昨年、国内店舗数の約2割に相当する63店舗を閉鎖しましたが、この効果やそのほかの効率化に関する施策が功を奏し始めたのではないのでしょうか。引き続き効率化に取り組むとともに、今年の夏のポケモンキャンペーンのように集客の向上のための施策も進めていきます。

海外事業の拡大に向けた 基盤整備を着々と推進

——海外展開で何か新しい動きは？

石川 海外市場の強化は、今回の中期経営計画にとって最重要テーマ

「機動戦士ガンダム30周年プロジェクト」本格始動

バンダイナムコグループは、TVシリーズ「機動戦士ガンダム」の放送開始30周年を記念して、「機動戦士ガンダム30周年プロジェクト」を展開しています。

プロジェクトは「Real G」「Feel G」「Soul G」の3つの企画を中心に進められており、「Real G」ではプロジェクトの柱として、「GREEN TOKYO ガンダムプロジェクト」実行委員会により7月11日から8月31日まで東京・お台場の潮風公園に全高18mの「RX-78-2ガンダム」実物大立像が設置され、一般公開されました。公開期間中は多くの来場者が訪れ、大変な賑わいとなりました。

バンダイナムコグループは、都市の緑化推進などの主旨に賛同し、同プロジェクトに特別協賛しました。イベント中、公園内にはバンダイナムコグループの

ブースが設けられ、グループのCSR活動への取り組みが紹介されました。なお、イベント収益の一部は「緑の東京基金」に還元され、東京都の緑化事業に活用される予定です。

次に「Feel G」では、8月21日から3日間にわたり有明の東京ビッグサイトで「GUNDAM BIG EXPO」を開催しました。期間中は、ガンダムに関わる豪華ゲストによるステージショー、富野由悠季監督による記念映像の特別公開、現在製作中の「機動戦士ガンダム UC」^{ユニコーン}の映像公開などに加え、グループ各社が展開するさまざまな商品の展示・体験コーナーを設置しました。

そして「Soul G」では、「すべての戦士に捧げる音楽祭」をテーマに、ガンダム30周年記念音楽ライブを10月に開催



全高18mのガンダムの実物大立像（写真上）。「GREEN TOKYO ガンダムプロジェクト」のバンダイナムコグループのブースは多くの来場者で賑わった。

©創通・サンライズ

する予定です。バンダイナムコグループは、今後もガンダム30周年プロジェクトを盛り上げていきます。

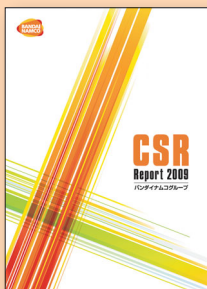
であり、そのための基盤整備を着々と進めています。たとえばトイホビー事業では、バンダイアメリカの体制強化を進めるとともに、欧州におけるトイホビー事業の拡大を目的に、8月にポーランドに玩具の販売・マーケティングを行うBANDAI Polska sp. z o.o.を設立しました。東欧圏は今後の成長が期待されており、ポーランドに拠点を置くことで、今後、東欧市場の開拓を積極的に進めていきます。

また、トイホビーと同様に非連続成長事業と位置づけているゲームコンテンツでは、7月にフランスのゲームソフト販売会社、NAMCO BANDAI Partners S.A.S.の出資比率を100%に引き上げ、完全子会社化しました。これまで欧州におけるゲームソフトの販売は、外部の流通会社に委託してきましたが、自社独自の流通網を構築することで、欧州市場でのゲームコンテンツ事業の拡大に大きな布石となるものと期待しています。

2009年度版CSRレポートを発行

バンダイナムコホールディングスが、このほど「CSR Report 2009」を発行しました。同レポートは、グループ各社が事業領域ごとに取り組んでいるさまざまなCSR活動を紹介しており、アミューズメント機器の企画開発から実際に機器が使用されている施設での安全・品質などに関する取り組み、商品の生産工場におけるC.o.C. (Code of Conduct: 行動規範) 監査体制などに関する特集が組まれているほか、働きやすい職場について考えるグループ社員の座談会も掲載しました。

「CSR Report 2009」は、バンダイナムコホールディングスのウェブサイト (<http://www.bandainamco.co.jp>) でもご覧いただくことができる予定です。



——家庭用ゲームの開発体制を改革しましたね？

石川 日米で開発するすべてのソフト開発を日本でコントロールするワールドワイド開発体制に改めました。これにより5年先までの長期的な計画を策定し、スケジュール管理、技術的なチェック、リソースの配分、ゲーム性のチェックなどを現地の開発スタッフとともに進めることで、ワールドワイドスタジオとしての機能をさらに高めていきます。今回修正した国内の家庭用ゲームソフトの販売計画についても、長期的なスタンスに基づき、戦略的かつスピーディーに行いました。

——アジア地域はどうですか？

石川 もちろん、アジア市場は非常に重要であり、日本と連動させながら確実に伸ばしていきたいと考えています。今期から欧米だけでなくアジアでも統括会議の開催をスタートしました。これによりアジア地域の情報を共有化し、業務の効率化を図り、グループが連携してアジア市場の拡大を図ります。

バンダイナムコグループは、「世界で存在感のあるエンターテインメント企業グループ」を目指し、2015年度からスタートする中期経営計画で海外売上比率50%を目標にしています。会長の高須や私をはじめ経営陣も積極的に海外に足を運び、海外事業拡大のために注力したいと考えています。

——放映30周年を迎えた機動戦士ガンダムが話題です。

石川 おかげさまで「機動戦士ガンダム30周年記念プロジェクト」はたいへん盛り上がっています。実物大のガンダム立像を設置した東京・お台場の潮風公園には、予想を遥かに上回るファンの皆さんに足を運んでいただきました。また東京ビッグサイトで開催したイベント「GUNDAM BIG EXPO」も大いに盛り上がりしました。この盛り上がりはガンダム関連の商品の販売にも波及していくと期待していますが、今回の最大の効果は、こ

れまでガンダムに触れていなかった人々を巻き込んで、新たなガンダムファンが生まれていることです。こうした方々に、この先、10年後も20年後もガンダムのファンでいていただくために、グループ全体でガンダムに関する話題を提供していかなければならないという責任を強く感じています。

——厳しい経営環境が続いています。

石川 エンターテインメント業界は不況に左右されづらいと言われてきましたが、昨年以降続いているこの経済危機は我々の業界にも直撃し、苦戦を強いられています。だからといって守りの姿勢だけでいては、何事も好転するはずがありません。実物大のガンダム立像が1つの象徴と言えるかもしれませんが、このような環境だからこそ、いろいろな話題をつくり、仕掛けていくことが大事ではないかと思うのです。私は社長に就任した直後の入社式で、新入社員に「私たちに期待されているのは、閉塞感を突き崩す元気さ、面白さである」と話しました。我々の作り出す商品やサービスが面白くなければ、誰も買ってくれませんし、誰も遊んでくれません。面白い商品を作るのは、社員のアイデアであり、情熱であり、それが膨らんでヒットに繋がっていきます。今の閉塞感を突き崩すには、そういうアイデアを出す元気さ、面白さが大切です。

——議長として初めて臨んだ株主総会の感想を聞かせてください。

石川 さすがに緊張したというのが本音です。正直なところ、前の日はほとんど眠れませんでした。しかし、総会では意外と落ち着いて臨めたと思っています。壇上に立って、議長として初めてご挨拶をしたとき、会場から激励の拍手をいただきました。とても嬉しく、出席された株主の皆様と一体感が持てたと思いました。至らぬことがあると思いますが、これからもご支援、ご高配をいただけますようお願い申し上げます。

2010年3月期の第1四半期業績

バンダイナムコグループの2010年3月期第1四半期業績は、全体的に下期に商品・サービスが集中していることに加え、国内家庭用ゲーム市場が昨年対比65%前後で推移する中、ゲームコンテンツ事業が苦戦しました。

【トイホビー事業】

国内では、「侍戦隊シンケンジャー」「仮面ライダーディケイド」「フレッシュプリキュア!」の定番キャラクター玩具が好調に推移しました。また、カードゲーム「Battle Spirits」が人気となったものの、玩具菓子や自動販売機用カプセル商品などの玩具周辺事業が苦戦しました。

海外では、「BEN10」のキャラクター玩具が人気となりましたが、全体としては低調に推移し、特に市場環境が厳しいアメリカにおいて苦戦しました。

【ゲームコンテンツ事業】

家庭用ゲームソフト・業務用ゲーム機ともに、第1四半期は大型タイトル・商品の販売がなかったことに加え、国内での中小型タイトルの販売が苦戦し、海外でのリピート販売の減少もあり、前年同期には及びませんでした。

モバイル機器向けゲームコンテンツは、ユーザー嗜好の多様化に対応したバラエティのあるコンテンツ展開により、堅調に推移しました。

【映像音楽コンテンツ事業】

ハードウェアの移行に伴う端境期により市場が低迷する中、国内ではTVアニメーション「機動戦士ガンダム00」「交響詩篇エウレカセブン」が人気となりました。海外ではアメリカにおいて事業の効率化により収益性が改善されました。また、音楽パッケージソフトは、アニメーションを中心に堅調に推移しました。

【アミューズメント施設事業】

国内で顧客セグメント別の営業戦略に着手したものの、厳しい市場環境の中、既存店売上の前年同期比は89.3%となりました。一方、前期に政策的に63店舗の閉鎖・売却を実施した結果などにより、コストを削減することができました。

海外では、アメリカではさらなる効率化の推進、ヨーロッパでは複合施設を中心とした展開を行いました。全体として低調に推移しました。

2010年3月期通期の見通しについて

では、ゲームコンテンツ事業における第2四半期以降の家庭用ゲームソフトの販売計画を、市場環境をふまえて大幅に修正しました。このほか、トイホビー事業のアメリカ地域における苦戦、映像音楽コンテンツ事業におけるパッケージソフト市場環境の見通しが不透明なことを鑑み、それぞれ販売計画を修正しました。また、NAMCO BANDAI Partners S.A.S.の完全子会社化に伴い、のれんの償却（約6億円）の計上を見込んでいます。

これらの理由により、2010年3月期の第2四半期累計期間および通期の連結業績予想を表の通り修正しました。

◆2010年3月期第1四半期の連結業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
2010年3月期第1四半期	75,729	▲2,758	▲2,197	▲2,846
前年同期比 (%)	▲15.8	—	—	—

◆2010年3月期第2四半期累計期間の連結業績予想

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
年初計画 (2009年5月公表)	195,000	2,500	3,000	1,000
今回予想 (2009年8月公表)	165,000	▲3,800	▲3,200	▲4,700

◆2010年3月期通期の連結業績予想

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
年初計画 (2009年5月公表)	430,000	22,500	23,500	12,500
今回予想 (2009年8月公表)	400,000	15,000	16,000	8,500

◆2010年3月期第1四半期事業セグメント別実績

(単位:百万円)

事業分野	売上高	営業利益
トイホビー	31,741	1,874
ゲームコンテンツ	20,210	▲4,136
映像音楽コンテンツ	7,997	▲13
アミューズメント施設	15,835	▲45
その他	4,484	36
消去・全社	(4,540)	(474)
合計	75,729	▲2,758

※見通しに関してはさまざまな前提に基づいたものであり、記載された将来の予想数値や施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

“キッズ心”のある商品やサービスを提供し 存在感のある企業を目指す

(株)メガハウスは、「お客様に“キッズ心”のある商品やサービスを提供し、あらゆる“キッズ心”を持った人々にとって存在感のある企業となること」をミッションに、トイホビーSBUで独自性の高い商品を展開しています。累計2,300万個以上を販売している「オセロ」や、「ルービックキューブ」「スライム」などの定番ロングセラー商品をはじめ、楽しみながらお菓子を作ることができる「とろりんハートのチョコポット」などの「ハッピーキッチンシリーズ」を展開しているトイ事業のほか、コアターゲット向けに「機動戦士ガンダム」などのキャラクターの精巧なフィギュアを中心に展開しているライフホビー事業、そしてメガハウスの商品をグループ事業会社へ提供するOEM事業などを展開しています。7月に発表された「第2回日本おもちゃ大賞」では、メガハウスの「ルービック360」がハイターゲット・トイ部門の大賞を受賞しました。

今後は、メガハウスならではの驚きや感動を提供できる商品の開発を強化し、商品ラインナップの拡大を図っていきます。



7月に発売した「ハッピーキッチンシリーズ かんたんかわいいシュークリームふわシュー」(3,990円)

株式会社メガハウス

住所 東京都台東区駒形2-5-4 バンダイ第2ビル5・6F
設立 1962年3月
代表 代表取締役社長 奥山 巖
事業 トイ、フィギュア、一般ゲームなどの企画・開発
および製造・販売

<社長から一言>

キャラクター商品から自社オリジナル商品まで、独自路線の“こだわり”をもった商品を手がけています。ライフホビー事業の主力カテゴリーとなっているフィギュア商材では、ワンピースをはじめ、常に驚きや感動を味わっていただける造形にこだわり、ファン層の獲得に努めてきました。また、トイ事業の主力カテゴリーでは、クッキングホビー「ハッピーキッチンシリーズ」を積極展開しており、7月には「シュークリーム」や「マカロン」を加えて人気ナンバーワンを目指しています。

メガハウスは、人間の欲求に訴えかけるような新発想の商品を提供し続けていきたいと考えています。



Portrait 現場から

「機動戦士ガンダム30周年プロジェクト」の総合プロデューサー

株式会社サンライズ 常務取締役 宮河 恭夫

バンダイナムコグループは、「機動戦士ガンダム」のTV放送開始30周年を記念してさまざまな企画をグループ横断で展開しています。今回はプロジェクトの総合プロデューサーを務める(株)サンライズの宮河恭夫常務取締役役に話を聞きました。

Q プロジェクトの概要を聞かせてください。

A 「Real G」「Feel G」「Soul G」の3つの切り口で展開しています。「Real G」は、多くの方の記憶に残したいと、全高18mの実物大ガンダムの立像を製作しました。この立像は、「GREEN TOKYO ガンダムプロジェクト」の一環として、8月末までお台場の潮風公園に設置しました。「Feel G」では、ファンの皆様にガンダムの世界観を体感していただくため、8月に「GUNDAM BIG EXPO」を東京ビッグサイトで開催し、グループ各社の商品展示や、ステージイベント、特別映像の上映などを行いました。「Soul G」では、「すべての戦士に捧げる音楽祭」と銘打って、30代～40代のファーストガンダム世代に向けた音楽イベントを開催します。あらゆる層の方々に今年一年、ガンダムに触れていただきたいという想い

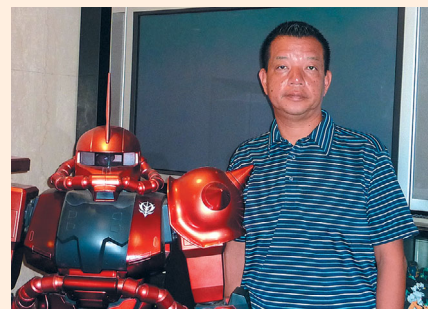
から、この3つの方向での展開としました。

Q 実現までに苦労した点は？

A 立像については、2年前から検討を始めたのですが、当初から公園のような自然の中で実際に触れられるようにしたいと考えていました。プロジェクトの推進にあたっては、大変というよりも、ガンダムファンがあらゆる所において、その方々が情報発信源になっていただけるので、何をするにも説明の必要がなく、その熱意で実物大のガンダムを公園に設置することができたのだと感じています。おかげさまで一般公開してからは、予想をはるかに上回るお客様にご来場いただきました。

Q 今後、ガンダムが目指す方向性は？

A 30周年を振り返るのではなく、次のステップへの発信とすべく、プロジェクトのコンセプトを「Always Beginning いつだって始まりだ。」としました。今後さらに10年、20年、30年と続けていくために、これからもファンの皆様に認めていただけるようなクオリティの高い、常に新しい切り口のもの発信し続けたいと考えています。そして、30代～40代中心の「ファーストガンダム世代」、10代～20代の「ガンダムSEED、



1981年4月(株)バンダイ入社。00年(株)サンライズに入社。04年取締役役に就任

「ダブルオーガンダム00世代」、小学生を中心とした「SDガンダム世代」など、それぞれのターゲットに満足していただけるように、しっかりと展開していきたいです。

Q どんなことにチャレンジしたいですか？

A 機動戦士ガンダムというコンテンツは、世界という視点ではまだまだ日本やアジア中心ですので、将来的にはワールドワイドなキャラクターになるようにしたいですね。その第一歩として、この冬に「機動戦士ガンダムUC」の映像展開をスタートさせます。クオリティはもちろんですが、世界同時配信など新しいことにも挑戦していきますので、ご期待ください。

「Battle Spirits」の北米展開を開始

(株)バンダイ（上野和典社長）は、日本で小学生高学年男児を中心に「バトルスピ」の愛称で人気を集めているトレーディングカードゲーム「Battle Spirits」の販売を8月14日より北米で開始しました。

トレーディングカードゲーム発祥の地である米国では、まず店舗にデモキットを配布するなど、より多くのプレイヤーに体験してもらうことで、ゲーム性の面白さを広く知る機会を増やし、認知度の向上を図ります。バンダイでは、今後もさらにワールドワイドな展開を視野に入れています。

なお、日本では、今秋よりTVアニメの新シリーズ「バトルスピリッツ 少年激覇ダン」の放映が決定し、TVアニメと連動した「Battle Spirits」の新シリーズを9月10日より発売します。



9月10日発売の新シリーズ
Battle Spirits 構築済みデッキ(各1,260円)
©サンライズ・メーテレ

「東京おもちゃショー2009」開催

7月16日～19日に東京ビッグサイトで「東京おもちゃショー2009」が開催され、延べ約16万人が来場しました。

バンダイブースでは、子どもから大人までをターゲットにした豊富な商品を展示したほか、「侍戦隊シンケンジャー」「仮面ライダーディケイド」「ウルトラマン」「フレッシュプリキュア！」など、人気キャラクターのステージショーを行い、連日多くの来場者で賑わいました。また、初日の16日には、報道関係者向けに「バンダイ新商品発表ステージ」を開催。タレントの辻希美さんをスペシャルゲストに迎えて「ペラモデル」を紹介したほか、クックジョイシリーズの最新商品「餃子メーカー くるりんパオ!」、コミュニケーションロボット「Myドラえもん」のプレゼンテーションを行いました。



タレントの辻希美さん（中央）を迎えて開催された「バンダイ新商品発表ステージ」。右はバンダイの上野和典社長

新番組紹介

仮面ライダーW

(テレビ朝日系列、9月6日より毎週日曜朝8:00～)

前作「仮面ライダーディケイド」に続く、「平成仮面ライダーシリーズ」10周年記念企画の作品です。主人公は、“ハードボイルドを目指す”情にもろい半熟な左翔太郎と、“あらゆる知識を有するが、ボケた性格の魔少年”フィリップの探偵コンビです。運命の「街」＝風都で、「ドーパント」と呼ばれる超人が起こす数々の怪事件に立ち向かいます。二人は変身ベルト「ダブルドライバ」に変身アイテム「ガイアメモリ」を装填し、「二人で一人の仮面ライダー」に変身します。今回の「仮面ライダーW」は、シリーズ初となる「完全なるダブル主役」の作品です。



©2009 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

エレバイル (RED/BLUE)

発売中/各4,515円 (株)バンダイ

放送中のTVアニメ「エレメントハンター」(NHK教育テレビ、毎週土曜日18:00～)で、主人公たちが使用するメインアイテムです。付属の「プレパラート」を本体にリロード(読み込み)することで、画面に登場する元素キャラクター(エレメント)を召還・結合させて遊びます。C(炭素)とO(酸素)の元素プレパラートをリロードすれば、CO₂(二酸化炭素)のQEX(モンスター)「ゲッコウワシ」が誕生するなど、元素の結合も学べる知的ゲーム要素を取り入れた番組完全連動の玩具です。



©Elementhunters Production Committee

餃子メーカー くるりんパオ!

発売中/3,150円 (株)バンダイ

家族で楽しく簡単に料理やお菓子作りが楽しめる玩具「クックジョイシリーズ」の第10弾。ローラーの上に餃子の皮を置き、具材をのせ、ハンドルを1回まわすだけで、簡単にきれいな形の餃子を包むことができます。餃子だけでなく、ワンタンも簡単に包めます。本体や付属品はすべて丸洗いができます。また、コンパクトにしまうことができるため、収納場所にも困りません。保護者の方が具材を用意し、お子様が餃子を包み、ご家族で手作り餃子パーティーをお楽しみください。



©BANDAI 2009

～お肉バンバン取り合いゲーム～焼肉王

発売中/3,990円 (株)メガハウス

ファミリーで楽しめる「焼肉」をモチーフにしたアクションゲーム。お肉を焼く網(本体)の上にある肉、ウィンナー、野菜などの具をトングを使ってすばやく取ります。具は焼ける(ひっくり返る)と取りやすくなるので、ひっくり返るチャンスを見ながら、とにかく具をたくさん取るゲームです。具にはそれぞれ点数がついており、合計点数が一番高い人が勝ちとなります。トングには、小さなお子様でも具が取りやすいようにハンディパーツを取り付けることができ、家族そろって楽しむことができます。



アーケードゲーム機2種を台湾市場に投入

(株)バンダイナムコゲームス(鶴之澤伸社長)は、アーケードゲーム機「百獣大戦アニマルカイザー」と「機動戦士ガンダム 戦場の絆」を台湾市場に投入します。「百獣大戦アニマルカイザー」(現地名:百獣大戦 王者争覇)はすでに稼働を開始。「機動戦士ガンダム 戦場の絆」もテスト稼働を行っています。また「戦場の絆」は今後、すでに稼働している香港とのオンライン対戦も計画しています。

今後、バンダイナムコゲームスではフィリピン、マレーシアなど東南アジア諸国へも展開を広げ、急速に拡大するアジアのアミューズメント市場でシェア確立に向けた販売戦略を推進します。

「テイルズ オブ フェスティバル 2009」開催

バンダイナムコゲームスの人気ロールプレイングゲーム「テイルズ オブ」シリーズの単独ファンイベント「テイルズ オブ フェスティバル 2009」が、6月14日にパシフィコ横浜で開催されました。



昨年に引き続き2回目の開催となった今回は、1人でも多くのファンの方楽しんでいただくため、昼の部、夜の部の入れ替え制で実施し、シリーズを代表する人気声優陣によるスキット(朗読劇)や、「テイルズ オブ」シリーズのテーマソングアーティストのミニライブを実施。昼の部では「BACK-ON」「GIRL NEXT DOOR」が、夜の部では「misono」がライブを行い、会場を盛り上げました。なお、このイベントの様相を収録したDVDを10月2日に発売する予定です。

「第3回全国小学生ミラクルクイズ」開催

バンダイナムコゲームスは、全国の小学生を対象にインターネットと実社会を融合したクイズイベント「第3回 全国小学生ミラクルクイズ」を開催しました。7月1日からインターネットを利用して全国どこからでも参加できる予選大会を開始し、8月21日にタレントのマギー審司さんと加藤夏希さんが司会を務め、池袋サンシャインシティ噴水広場で決勝大会を開催。「小学生クイズ日本一」を決定しました。



2007年開催大会の表彰式の様子

「全国小学生ミラクルクイズ」は、クイズを通して教養を養うだけでなく、仲間と協力して目的を達成するための知恵や意義、人間関係を身につけることができるイベントとして、2007年から開催しています。夏休みの思い出作りに今年も多くの小学生が参加し、優勝チームには、決勝大会のエントリー時に募集する子供たちの「なりたい将来の夢」を応援する「夢応援!プラン」を賞品として提供しました。

PS3、Xbox 360用ソフト「鉄拳6」

10月29日発売予定/8,379円

(株)バンダイナムコゲームス

個性豊かなキャラクターやスピード感溢れる格闘アクション、そしてキャラクターごとに作り込まれた魅力あるゲームストーリーが人気を博している3D対戦格闘ゲーム「鉄拳」シリーズの最新作です。収録キャラクター数はシリーズ史上最多。ステージも破壊可能な壁や床による新たな闘いのフィールドが広がるなど、戦略性の高いバトルが楽しめます。



©1994-2009 NBGI

ニンテンドーDS用ソフト「アンパンマンとタッチでわくわくトレーニング」

9月3日発売/4,410円

(株)バンダイナムコゲームス

「かず」「色」「形」などの日常生活における基本的な知識、子どもに覚えてほしいさまざまな物事をアンパンマンの世界観を通じて楽しくトレーニングできるソフトです。アンパンマンたちがしゃべってくれるので、テレビアニメを見ている感覚で遊ぶことができ、タッチペンを使用した簡単操作で小さな子どもでも楽しく学ぶことができます。また、子どものプレイ状況の確認や遊ぶ時間の設定もできるので安心です。



©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV ©2009 NBGI

「一番くじプレミアム らき☆すた〜マクロスF こらぼれ〜しゅんず ヤック・デカルチャー!〜」

9月下旬投入/1回800円 (株)バンプレスト

コンビニエンスストアを中心に人気を博している「ハズレなしのキャラクターくじ」、「一番くじ」のプレミアムバージョン「一番くじプレミアム」の第5弾です。人気アニメ「らき☆すた」と「マクロスF(フロンティア)」をコラボレーションさせた「一番くじプレミアム」だけのオリジナル企画で、「らき☆すた」のキャラクターが「マクロスF」のキャラクターコスチュームを着たフィギュアやぬいぐるみなど、全7等級の商品からいずれかが必ず当たります。



A~D賞のプレミアムフィギュア

©美水かがみ/らっきー☆ばらだいす

©2007 ビックウエスト/マクロスF製作委員会・MBS

映画「青い鳥」のバリアフリーDVDを発売 阿部寛さんも参加し、ろう学校で上映会を開催

バンダイビジュアル(株) (川城和実社長) が出資し、昨年11月に公開された映画「青い鳥」のDVDがこのほど発売されました。このDVDはバリアフリー仕様となっており、通常の日本語音声や英語字幕に加え、視覚障害者対応副音声や聴覚障害者対応の日本語字幕が選択可能です。



上映会に登場した主演の阿部寛さん

バリアフリーDVDの発売に先駆け、7月に東京都立中央ろう学校で上映会を開催し、高等部の3年生13人が聴覚障害者対応字幕で作品を鑑賞しました。上映終了後に、サプライズゲストとして主演の阿部寛さんや脚本家の長谷川康夫さんが登場。記念撮影などを行いました。バンダイビジュアルは、今後も邦画の教育的・文化的作品を中心にバリアフリーを推進し、視聴機会の拡大を目指します。

Flash技術を採用した商品通販サイトと 連動した動画配信を実施

(株)バンダイチャンネル (松本悟社長) は、Flash技術を使ったストリーミング形式で、グループ各社が運営する「プレミアムバンダイ」「ララビットマーケット」「.ANIME」「ハピネット・オンライン」などの商品通信販売サイトと連動させた複合プラットフォームによる配信を7月よりスタートしました。新プラットフォームは、個人ユーザーが運営するホームページやブログへの動画の貼り付けが簡単にでき、アニメファンのブログやファン同士が交流するサイトへの動画の貼り付けも自由に行えます。ガンダム30周年を記念して、8月末までTVシリーズ「機動戦士ガンダム」を毎日1話ずつ無料配信しています。



無料配信した「機動戦士ガンダム」
<http://www.b-ch.com/flash/>
©創通・サンライズ

TVと舞台の連動企画を製作

バンダイビジュアルは、30年前に放送されたアクションコメディドラマ「俺たちは天使だ！」の続編である「俺たちは天使だ! NO ANGEL NO LUCK」(テレビ東京、水曜深夜1時20分より放送中)と、同じキャストによる舞台版「俺たちは天使だ! NO ANGEL NO LUCK〜地球滅亡30分前!」(8月26日〜9月6日、東京・池袋サンシャイン劇場で上演)を製作しています。なお、TVドラマは放送日から2週間、テレビ東京のホームページまたは携帯サイト(iモード対応機種限定)で無料視聴できます。



©東宝 ©2009 麻生探偵事務所

ランティス設立10周年記念で 野外ライブイベントを開催

アニメやゲームの音楽を手がける(株)ランティス (井上俊次社長) が設立10周年を記念し、9月26日〜27日に野外ライブイベント「ランティス祭り」を富士急ハイランド・コニファーフォレストで開催します。アニメソングの野外ライブは史上初の試みで、JAM Project、平野綾、ALI PROJECT、茅原実里など約40組のアーティストが出演。ライブ以外にも、JRの秋葉原駅から専用直通列車「ランティスExpress」を発車させたり、アーティストとのコラボ屋台などの企画も予定しています。



低価格DVD “ファミリーセレクション”

発売中/各1,890円 バンダイビジュアル(株)

現在放送中の世界名作劇場の最新作「こんにちは アン〜Before Green Gables」のDVD発売(8月25日より毎月1巻ずつ全13巻発売/1,890円)と連動して、世界名作劇場の人気タイトルをスペシャルプライスで発売します。第一弾は親子二代で楽しめる永遠の名作アニメ「フランダースの犬」「母をたずねて三千里」「あらいぐまラスカル」「ペリーヌ物語」「赤毛のアン」「小公女(プリンセス)セーラ」を各90分にまとめた完結版と、「赤毛のアン」(全12巻)です。



©NIPPON ANIMATION CO.,LTD
こんにちは アン is a trademark of the Anne of Green Gables Licensing Authority Inc. and is used under licence by Nippon Animation Co.,Ltd..

映画「空気人形」

今秋公開予定 バンダイビジュアル(株)

「誰も知らない」「歩いてても歩いてても」の是枝裕和監督の待望の新作が、今秋公開されます。新作は業田良家原作の短編コミック「ゴダ哲学堂 空気人形」を映画化したもので、心を持ってしまった空気人形の切ないラブストーリーとなっています。主演は「リンダ・リンダ」のペ・ドゥナ。ほかに「ウルトラミラクルラブストーリー」のARATAや板尾創路など個性派が顔を揃え、独特の世界観に仕上がりました。5月に行われたカンヌ国際映画祭の「ある視点」部門に正式出品され、9月のトロント国際映画祭マスターズ部門への出品も控えています。



©2009 業田良家/小学館/『空気人形』製作委員会

プリペイド式のICコイン「ナムコイン」を ナムコがAM業界で初めて運用開始

(株)ナムコ(橋 正裕社長)は、旭精工(株)と共同開発したICコイン「ナムコイン」の運用を開始し、「NAMCOLAND 平塚店」に導入しました。今後、秋までに、「NAMCOLAND 渋谷店」や「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」などでも順次運用を開始する予定です。このようなICコインの導入は、アミューズメント施設業界では初めてです。

「ナムコイン」にはプリペイド式ICチップが内蔵されており、導入店舗に設置されたゲーム機で使うことができ、チャージした当日中であれば精算も可能です。従来のコインオペレーションと違い、100円単位にこだわることなく、10円単位で料金設定したり、曜日や時間帯によって価格変更できるなど、これまで困難だったフレキシブルなオペレーションが可能となります。

ナムコでは、電子マネーの利用促進実験に参画するなど、アミューズメント施設のさらなる可能性を求めて開発に取り組んでおり、顧客満足の向上のため、「ナムコイン」の導入拡大を図るとともに、新たな運用システムの構築を目指します。



ベネッセと共同で幼児向け運動施設 を首都圏3か所で期間限定開設

ナムコは、(株)ベネッセコーポレーションと共同で幼児向け運動施設「こどもうんどうスタジアム しましまぼうけんのもり」を、「ナムコランドキッズ ららぽーと横浜」と「ナムコランド アクアサーカス」(千葉県八千代市)では12月6日まで、立川高島屋では9月17日まで期間限定で開設しています。

「こどもうんどうスタジアム しましまぼうけんのもり」は、昨年12月から今年3月まで「ナムコ ワンダーパーク 港北」(神奈川県横浜市)内で開設し、好評を博した施設で、楽しい運動体験ができるように子供たちをサポートする専任のインストラクターが滞在し、エアトランポリン、ウレタンアスレチック、イベントスペースなどを使って子供たちに運動に対する積極性を持ってもらうとともに、バランス感覚や空間認知能力などの育成につながるさまざまな動きの習得を目指します。



©Benesse Corporation/しまじろう

★アミューズメントスポット情報★

●「アサクサビーチイベント」を開催

浅草花やしき

浅草花やしき(東京都台東区)で、7月18日から8月31日まで「2009年夏アサクサビーチ」イベントを開催しました。フラワーステージ前に「アサクサビーチ」が登場し、池の中心の椰子の木や園内各所から霧が発生。猛暑も涼しく快適に過ごすことができるイベントです。また、8月1日からはフラワーステージで海賊をモチーフにした老若男女を巻き込んだミュージカル「とびだせ! ハナハナ海賊団」を上演。そのほか園内各所にアサクサビーチ(リゾート風)を演出し、来場者に楽しんでいただきました。



●「地獄旅館」をリニューアル

ナムコ・ナンジャタウン

思い出とドキメキのテーマパーク「ナムコ・ナンジャタウン」(東京都豊島区)は、恐怖促進アイテム装置型お化け屋敷「地獄旅館」をリニューアルし、「地獄旅館〜奈落巡り編〜」として7月18日にオープンしました。

「光と闇の恐怖」をテーマに、これまでの恐怖仕掛けを大幅に変更。不気味な能面蟹(赤外線探査式・バイブレーション組み込み型恐怖促進アイテム)を持ち歩くコンセプトはそのままに、パワーアップされた「恐怖体験」を体感することができます。



●NARUTOのコラボ企画を開催中

ナムコ・ナンジャタウン

ナムコ・ナンジャタウンで、大人気コミックアニメ「NARUTO-ナルト-疾風伝」の映画公開と、「NARUTO-ナルト-」連載10周年を記念したコラボ企画「NARUTO-ナルト- 疾風伝 in ナムコ・ナンジャタウン」を7月18日から9月27日まで開催しています。

期間限定アトラクション「NARUTO-ナルト- 疾風伝 忍者学校(アカデミー) 特別試験潜入! お化け屋敷」を体験したり、東京デザート共和国やアイスクリームシティで「NARUTO-ナルト-デザート」が楽しめます。



©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ

株式会社バンダイナムコゲームス 代表取締役社長 鵜之澤 伸

ゲームコンテンツ事業の中核事業会社である(株)バンダイナムコゲームスが、「ポートフォリオマップ」を導入するなど、ワールドワイドでの開発・販売体制を強化しています。今回はゲームコンテンツSBUの戦略と、今期期待のタイトルなどについて鵜之澤伸社長に聞きました。

■鵜之澤 伸（うのざわ しん）社長のプロフィール

<経歴> 1957年9月27日生 東京都出身
81年4月 (株)バンダイ入社
92年4月 バンダイビジュアル(株)取締役
95年4月 (株)バンダイ・デジタル・エンタテインメント取締役
98年1月 (株)バンダイ デジタルエンジンプロジェクト部長
99年4月 ビデオゲーム事業部部長
01年4月 執行役員 ビデオゲーム事業部ゼネラルマネージャー
02年6月 取締役 ビデオゲーム事業部ゼネラルマネージャー
04年6月 常務取締役 ゲームソフトグループリーダー 兼ビデオゲームカンパニープレジデント
06年4月 (株)バンダイナムコゲームス代表取締役副社長 兼コンテンツ制作本部長
09年4月 (株)バンダイナムコゲームス代表取締役社長に就任



5年先までの販売・開発計画を管理・共有する「ポートフォリオマップ」を導入

—— 家庭用ゲーム市場の状況を教えてください。

鵜之澤 国内市場は、ここ数年は右肩上がりでしたが、2008年はやや後退しました。当社はサードパーティの中で引き続きナンバーワンの販売シェアを維持していますが、中期経営計画で目指す非連続成長を遂げるためには、新しいフランチャイズの開拓や、ビジネスモデルの変化が必要です。今年は今までの仕組みや組織を一度見直し、ミッションを明確にし、さらなる成長が見込める体制づくりに着手しました。

一方、海外の家庭用ゲーム市場は国内と比較すると市場規模が大きく、海外でいかに事業を拡大していくかが重要な戦略となっています。バンダイナムコグループは、中長期的に海外売上比率50%を目指していますが、ゲームコンテンツSBUでは、「鉄拳」「ドラゴンボール」「ソウルキャリバー」シリーズなど、ワールドワイドで通用するタイトルが多く、現時点で海外売上比率は約30%となっていますが、今後はワールドワイドで展開できるタイトルを増やし、海外売上

比率を拡大していきたいと思っています。

—— 開発体制を刷新したそうですね。

鵜之澤 これまでは日本と米国でそれぞれが独自に開発してきましたが、今期から米国で開発するものも、日本がコントロールタワーとなり、クオリティやスケジュールなどを管理します。このワールドワイドでの開発体制導入により、これまでの日本発グローバル展開に加え、米国発グローバル展開を強化します。同時に、販売・開発のスケジュールを管理・共有するためのツールとして、「ポートフォリオマップ」を導入しました。

これは地域やジャンル、プラットフォームごとに、5年先まで販売計画を策定し、どの地域で何を発売するかを管理するものです。これにより、発売時期や予算、プラットフォーム、リソース配分、販売目標などの計画を作るなど具体的な方向性を示すことで、企画をより提案しやすい環境になったと言えます。今後は地域・ジャンルごとに開発・販売スケジュールを共有化し、全世界に向けて最適なタイミングで商品をリリースできるようにしていきます。

—— 3月に子会社化した(株)ディースリーとの連携は進んでいますか？

鵜之澤 ディースリーは、「SIMPLEシリーズ」などの人気カジュアルゲームを展開しており、ローコストでパフォーマンスの高い、良質なゲームを提供することが非常に得意です。また、海外で「BEN10」などの人気アニメを使ったゲームや、オリジナルコンテンツなども展開して実績を残しています。現在、バンダイナムコゲームスには、「バンダイレーベル」「ナムコレレーベル」「バンプレストレーベル」と、それぞれ個性豊かなレーベルがありますが、これにディースリーが加わることで、ポートフォリオの厚みが増しています。今後はディースリーの得意とするカジュアルゲームなどのノウハウと、当社のキャラクターなどを活かしたビジネスモデルを融合させ、相乗効果を発揮させていきたいと考えています。

—— NAMCO BANDAI Partners S.A.S.を完全子会社化しましたね？

鵜之澤 7月にNAMCO BANDAI Partners S.A.S.およびそのグループ会社約20社を子会社化しました。これにより欧州地域での主体的な流通展開が可能となりますので、ワールドワイド開発を行う日米と連携を取り、事業を推進していきたいと思っています。

——業務用ゲーム機器事業の現状は？

鵜之澤 アミューズメント施設でなければ楽しめない、付加価値のあるゲーム機器の開発に注力するとともに、国内だけでなくアジアへの水平展開を図っていきます。下期より体感型バトルパーティゲーム「TANK! TANK! TANK!」を導入します。これはカジュアル層向けの大型ゲーム機器で、簡単な操作で爽快感を得ることができ、評判も上々です。海外市場も視野に、大事に育成したいと思っています。また、ナムコとプロジェクトを組み、現場の生の声を活かした新しいゲーム機の開発も進めています。

——ネットワークSBUと統合しましたね？

鵜之澤 バンダイナムコゲームスとバンダイネットワークス(株)が4月に統合し、事業基盤の整備を行いました。今後はネットワーク事業の総合力強化と、新たなコンテンツや事業の創出を図っていきます。モバイルコンテンツ市場は、ワールドワイドで展開される「i-Phone」などが登場し、今後さらに市場の拡大が見込まれることから、種類やボリューム、価格帯など、メディアの特性を活かしたコンテンツを随時投入できるように体制を整えます。

オンラインゲームについては、今年4月にオンラインゲームプロジェクトを設置しました。7月にはアクションゲーム「突撃！合戦スタジアム」、今冬には息の長い人気となっている「GNO (GUNDAM NETWORK OPERATION)」の新作の提供を

スタートします。今後は、オンラインゲームの提供を通じ、開発や運営に関するノウハウを蓄積し、中長期的なビジネスモデルの構築に取り組み、ゲームコンテンツSBUにおける柱として育成していきます。

エンターテインメントを変えるため 柔軟な発想で未知の領域にチャレンジする

——今後、下期にかけて期待されるタイトルを教えてください。

鵜之澤 まず、「鉄拳6」がプレイステーション3、Xbox 360で10月に、その後PSPで発売されます。海外も含め、感触が大変良いので、全世界で200万枚以上の販売を目指しています。また、次世代ゲーム機（プレイステーション3・Xbox 360）向けの「ドラゴンボールZ」シリーズの新作「ドラゴンボール レイジングブラスト」もワールドワイドで投入する予定です。このほか、ワールドワイドでPSP向けの「ソウルキャリバー」の新作ソフトを、国内でもPSP向けにガンダムの新作ソフトを発売する予定です。また前期に発売したWii向けのファミリーシリーズも息の長い人気となりそうです。

——今後の抱負を聞かせてください。

鵜之澤 私は「チェンジ・ザ・エンターテインメント」、つまりエンターテインメントの概念を変えたいと思っています。今は何かと固定概念が強く、経験したことがないことはやらないという風潮もあるようです。ゲームソフトの開発も同じで、価格やボリューム、ジャンルなどを既存の枠組みに当てはめて考えがちですが、そうした枠を外し、ゼロから自由な発想で「夢・遊び・感動」を創造していきたいと思っています。社員には、「エンターテインメントを変えるために、柔軟な発想で未知の領域にチャレンジしよう」と伝えています。それが最終的に世界を変えることにつながると、私は信じています。

バンダイナムコグループには、トイホビー、映像音楽コンテンツ、アミューズメント施設と、さまざまな事業領域があります。これは世界中のゲームメーカーを見ても例がありません。その優位性を活かして、バンダイナムコグループらしいソフトを開発し、世界に向けて発信していきます。



ワールドワイドでの展開が期待される「鉄拳6」



オンラインゲーム「突撃！合戦スタジアム」

©1994-2009 NBGI ©Published by NHN Japan Corporation ©2009 NBGI

編集後記

本紙でもお伝えしましたように、機動戦士ガンダム30周年プロジェクトの一環として展開しましたReal G（お台場・潮風公園での実物大立像一般公開）、Feel G（GUNDAM BIG EXPO開催）が終了いたしました。

我々の当初の想定以上に多くのファンの皆様に足を運んでいただき、改めてガンダムの支持層の広さを感じております。今後もSoul G（音楽祭の開催）や、ガンダム関連商品・サービスの提供を通じ、30周年を盛り上げていく予定です。

また、30周年のさまざまな企画を通じていただいたファンの皆様のガンダムへの熱い思いを受け、さらに40周年、50周年へと繋げていきたいと考えております。今後ともよろしくお願いいたします。

（経営管理部 広報IR担当）

Myドラえもん

9月3日発売予定/31,500円 (株)バンダイ

ドラえもん21世紀型コミュニケーションロボットです。全高約16.5cmの小型ボディの中には、赤外線・近接センサー・光センサー・音響センサー・温度センサーを7か所に搭載。脳神経のように各センサーを複合して情報解析を行う“ニューラルネットワーク”を応用した技術を採用しています。目の前の状況、音、光、時間、温度などをそれぞれのセンサーで解析し、ドラえもん自身が今どのような状況にあるかを分析することができ、その状況に合ったおしゃべりやリアクションをします。また、音声認識を使わずにおしゃべりをスムーズにするシステム「スキット」も搭載。これはバンダイが独自に開発したもので、ドラえもんとは本当におしゃべりしているような感覚が楽しめます。ドラえもんの目の部分には、玩具では初となるペーパー液晶を採用。おしゃべりに合った目の表情を作り、喜怒哀楽を表現します。発売日はドラえもんの誕生日である9月3日を予定しています。



©藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK



ペラモデル

発売中/全4色・500円 (株)バンダイ

自分や家族、友達など好きな人をモチーフにした、世界で1つのオリジナルフィギュアが作れる商品です。デジタルカメラなどで撮影した人物写真をパソコンで加工、専用シールに印刷し、厚さ約2mmの本体に貼り付けるだけで簡単に作成できます。できあがった「ペラモデル」は、自立はもちろん全身16箇所が可動し、付属の専用スタンドを使って多彩なポーズをとることが可能です。家族や友達とのコミュニケーションツールとして、またお祝いのプレゼントとして、さまざまなシーンで楽しむことができます。



「ペラモデル」は、ファミリーを中心に幅広い層をターゲットとしており、7月から一部の大型雑貨店・玩具店などで販売をスタート。本発売の9月にはキッズモデル、スカートモデルなどのバリエーションモデルも順次投入し、2010年3月末までに「ペラモデル」シリーズトータルで100万個の販売を計画しています。

TANK! TANK! TANK!

2009年秋稼働予定 (株)バンダイナムコゲームス

「TANK! TANK! TANK!」は、戦車に乗り込み、敵を攻撃する体感型バトルパーティゲームです。本体の画面モニターは縦型で、奥行きのあるバトルフィールドと臨場感を演出。操作は、「前進」や「後進」させるフットペダルと、戦車を運転するハンドル、そしてミサイル発射用のボタンを使うだけの簡単な操作で、直感的にゲームを楽しめます。攻撃に合わせてハンドル部分とシート部分が激しく振動し、プレイ中に獲得できる「マシンガン」や「プラズマ弾」などのさまざまなアイテムを用いて“撃ちまくる”爽快感を全身で感じられるのは、アーケードゲームならではの面白さです。

プレイは最大4人まで同時に可能で、ゲームモードでは、仲間全員が協力して巨大なクモや怪獣などの敵を倒す「チームプレイモード」や、グループ全員が敵になって戦う「バトルロワイヤルモード」などがあり、仲間同士でいく通りもの遊びを楽しむことができます。



©2009 NAMCO BANDAI Games Inc.

ガンダム30thアニバーサリーコレクション

発売中/10タイトル・各3,000円 バンダイビジュアル(株)
(2010年7月23日までの期間限定生産)

機動戦士ガンダム30周年記念商品として、富野由悠季監督によるガンダム劇場版10作品のDVDをお求めやすいアニバーサリープライスの各3,000円で発売中です。DVDジャケットは、劇場公開時のポスターイラストを使用し、30周年記念のロゴを添えた新規デザインです。また、ジャケットを裏返して作品の歴史順に並べると、オリジナルのガンダムイラストアートが完成するリバーシブルジャケット仕様となっています。バンダイビジュアルでは、ガンダム30thアニバーサリーコレクション10作品で累計50万枚の販売を目指しています。

<全タイトル>

機動戦士ガンダムⅠ
機動戦士ガンダムⅡ 哀・戦士編
機動戦士ガンダムⅢ めぐりあい宇宙編
機動戦士ガンダム 逆襲のシャア
機動戦士ガンダムF91
マガンダムⅠ 地球光
マガンダムⅡ 月光蝶
機動戦士Zガンダム 星を継ぐ者
機動戦士ZガンダムⅡ 恋人たち
機動戦士ZガンダムⅢ 星の鼓動は愛



©創通・サンライズ