

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

No.34 2013 December

Management
トップインタビュー

中期計画の折り返し地点を迎えて



(株)バンダイナムコホールディングス代表取締役社長 石川祝男

成長のための基盤固めに向け
まだまだやることはある

2012年4月にスタートした中期計画が折り返し地点を迎えました。今回は2014年3月期第2四半期連結累計期間（上半期）を総括するとともに、年末年始商戦に向けた各SBUの動向と戦略商品、そして今後の展望について、(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に聞きました。

まえ、通期業績見込みを売上高4,850億円、営業利益450億円としました。まずは、この年末年始商戦でしっかりと結果を出し、掲げた数字を着実に達成していきたいと思います。

——2013年度は将来のための投資を行う年という位置づけです。

石川 2012年4月にスタートした中期計画の折り返しの年となる2013年度は、将来の成長に向けた種まきのための投資を行う年です。上半期には、「パックマン」など新規IP*の創出育成、海外のコンテンツ開発子会社2拠点の立ち上げ、将来の技術変化を見据えた研究開発などへ投資を行いました。また下半期には、ネットワークに関する急速な環境変化やユーザー嗜好の多様化を受けて実施する、ネットワークコンテンツの開発・投入に関わる初期コストが増える見込みです。これらの将来に向けた種まきのため、2013年度は年間40～50億円を投資にあてる予定です。

私は、グループの足元が比較的安定している今だからこそ、将来のための大胆な挑戦や改革に着手しなければならないと思っています。今回の一連の投資については、2014年度以降、しっかりと成果につなげていきたいと思っています。

——中期計画がスタートしてから1年半が経ちました。

石川 「挑戦・成長・進化」を中期ビジョンに掲げた中期計画が、ちょうど折り返し地点を迎えました。当初の計数目標として掲げた過去最高売上高・過去最高益は、すでに初年度の2012年度にクリアしましたが、全てのSBU、全ての地域、全ての戦略で目標をクリアできたわけではありません。そういう意味では道半ばで、まだまだやることはあります。特に海外事業は、収益回復領域に位置づけている欧米地域を立て直すにはもう少し時間がかかりそうです。これが2014年度に向けての大きな課題であり、しっかりと基盤固めしていかなければならないと考えています。

——海外事業を立て直すための具体的な施策は？

石川 いろいろな施策を進めています。人材面での強化、欧米地域の組織再編、「パックマン」に続き「デジモン」「たまごっち」など新規IP商品投入の準備、現地ニーズにあわせた仕様や価格帯の商品投入など、さまざまな取り組みを行っています。2014年度から具体的な成果があらわれ始め、次の中期計画で成長のステップに入ってくれるのではないかと期待しています。（次ページに続く）

——上半期業績が見込みを上回る実績となりました。

石川 2013年度の上半期は、夏休み商戦を中心に社員が頑張ってくれたこともあり、8月の第1四半期業績発表時点の上半期見込みを上回り、売上高2,285億円、営業利益263億円となりました。これは、コンテンツ事業で新作タイトルに加え、リピートタイトルの販売が人気となった家庭用ゲームソフトや映像音楽パッケージソフト、ソーシャルゲームやスマートフォン向けアプリなどのネットワークコンテンツが好調だったためです。このほか、国内のトイホビー事業も定番キャラクター商品を中心に好調でした（詳細は4ページ参照）。

また、通期の業績見込みについても見直しを行いました。上半期の実績と、下半期の商品・サービスの計画、そして市場環境の状況などを踏

*IP：知的財産

「IP軸戦略」は今後も変わることなく強化します ますます精度を高めスピードアップしていく

—アジア地域はどうか？

石川 アジアは、「日本発アジア一気通貫強化戦略」が奏功し、トイホビー事業もコンテンツ事業も順調に立ち上がっています。

トイホビーでは、現地のメディアと商品の密接な連動、インドネシア向け特撮番組「BIMA」のような現地嗜好にあわせた展開、この夏香港で開催したIPブランド訴求を目的とした「機動戦士ガンダム」の大型イベントなどさまざまなアプローチを行っています。また、10月からスタートした新作アニメ「ガンダムビルドファイターズ」では日本と同日に映像配信を行うなど、時差のない取り組みも進めています。アジアは日本と嗜好が似ているため、いろいろな可能性があります。コンテンツの業務用ゲーム機の導入や「一番くじ」でも、アジアでのさらなる市場開拓に向けて積極的に乗り出しています。

—各地域で戦略会議を開いています。

石川 欧米とアジアでは、バンダイナムコホールディングスと各SBUの役員が集まり、定期的に戦略会議を開いています。ここで情報交換はもちろんのこと、具体的なビジネスについても協議しています。SBUの垣根を越え、お互いのノウハウを活かし合い、バンダイナムコという1つの

塊で攻めていくんだという意識を具現化させたものでもあります。

—「IP軸戦略」の強化という方針は今後も変わりませんか？

石川 この方針は変わりません。むしろどんどん精度を高め、もっとスピードを上げてやっていきたいと思っています。そのために、戦略パートナーのIP展開の強化とともにオリジナルIP創出にも力を入れます。新たな施策の1つとして、国内外グループの全社員からIPの企画を公募する仕組みもつくりました。これは、自分がやりたいと思う映像の企画とビジネススキームをエントリーし、可能性がある企画についてはグループとしてバックアップし、パイロット映像の製作も行い、検証を行うというものです。今まではサンライズがアニメ製作を専門的に担っていましたが、それを全ての事業と地域に携わる社員が提案することが可能となります。こうした機会を提供することで、グループとしての活性化を図ろうということも狙いの1つです。このような「IP軸戦略」強化のための取り組みは、これからもいろいろと考えていきます。

—トイホビーの状況はどうか？

石川 国内はいいですね。夏休み商戦以降、総合力で盛り返しています。10月にスタートした「仮面ライダー

鎧武／ガイム」の商品は、平成ライダー史上最高金額となる初動を記録する好スタートをきりました。男児向けには、「スーパー戦隊」シリーズ、「ウルトラマン」シリーズとの3本柱でシェアを獲得して行きます。また、第2シーズンが始まった女

児向け新規IPの「アイカツ!」は、昨年秋のスタート以来、わずか1年で年間100億円を狙えるIPに成長しました。今後も、さらに盛り上がりを見せてくれるものと期待しています。そのほか、レベルファイブさんと組んだ「妖怪ウォッチ」や、米国マーベルの「アベンジャーズ」を原作に製作されるアニメ「ディスク・ウォーズ：アベンジャーズ」など、他社とのコラボレーションによるIP展開も、どんどんチャレンジしていきます。

—コンテンツはどうか？

石川 環境変化が激しい中、コンテンツ事業各社は「IP軸戦略」のもと、よく頑張ってくれています。上半期に新作とリピータタイトルが好調だった家庭用ゲームソフトは、「ダークソウル」のようなワールドワイド展開を行う大型タイトルと、「GOD EATER」や「アイカツ!」のような旬をとらえた中小型タイトルをバランスよく展開します。また、ユーザー嗜好の変化に合わせ、ゲームソフトとネットワークを融合したF2P*展開を拡大。下半期には、主力タイトルの「エースコンバット」と「ソウルキャリバー」はF2Pで新作を投入予定です。

業務用ゲーム機は、アミューズメント施設でしか味わうことができない楽しさを追求し、「湾岸ミッドナイト」シリーズの新作やシューティングゲームの「マッハストーム」など、さまざまなジャンルの機器を投入します。

一方、多彩な複数IPタイトルの展開が人気の映像音楽コンテンツは、定番の「機動戦士ガンダム」シリーズに加え、「宇宙戦艦ヤマト2199」や「ラブライブ!」など旬のIPタイトルを投入して行きます。

—ネットワークコンテンツは？

石川 ソーシャルゲームとオンラインゲームは、これまで蓄積したノウハウを活かした運営により計画通り推移しています。今後は主力タイトルに選択と集中を行うことで、現在の



好スタートをきった
「仮面ライダー 鎧武／ガイム」

©2013 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映



第2シーズン以降も人気が続く
「アイカツ!」

©SUNRISE/BANDAI,DENTSU,TV TOKYO

*F2P：Free-to-Play、基本プレイ料金無料のこと

規模を維持していきたいと思えます。スマートフォンの普及に伴い伸び始めているアプリは、SNSとオンラインゲームに続く柱として育成していきます。また、ネットワークコンテンツは、海外での本格展開に向けた

準備も進めて行きます。

今後もコンテンツ事業は、特定の出口の動向に左右されることなく、IPに最適な出口はどこか、ユーザーはどこにいるのかに主眼を置いたビジネス展開をはかります。

まきを行うという位置づけですが、中期計画の最終年度である2014年度以降、改めて最高売上と最高益更新に挑戦したいと考えています。マラソンにはゴールがありますが、経営にはゴールがありません。周りも見ずに全速力で走り続けていたら、大切な場面で息が切れて倒れてしまうかもしれません。ですから、じっくりと基礎固めし、新しい事業を育む時期も必要です。

今うまくいっているビジネスモデルや、仕事の進め方に固執するのではなく、うまくいっているからこそ大胆に挑戦したり、変化させるという考え方があっていいかもしれません。2015年度からは新しい中期計画をスタートさせますので、中長期的な将来を見据え、しっかりと戦略を練り上げていきたいと思っています。

経営というマラソンにはゴールがない じっくりと基礎固めし新事業を育む時期も必要

—アミューズメント施設はどうですか？

石川 全体としては、国内の既存店売上が前年を下回っています。来年4月からは消費税増税に直面するなど、今後に向けて構造改革が課題です。そのためにも、新たな事業の柱を育成していかなければなりません。その一環として、12月には東映の特撮ヒーローの世界観が体験できる「東映ヒーローワールド」を千葉の幕張にオープンし、テーマパーク事業の

強化を図るほか、お酒と食事が楽しめる新タイプのキャラクターテーマ型飲食店「CHARACRO」や、砂場や遊具で遊べる時間課金型の屋内施設「あそびパーク」など、新業態へ挑戦を行っています。このような新たな取組と、事業の構造改革を行い、環境変化に耐えられる基盤をしっかりと作っていきます。

—今後の展望を聞かせてください。

石川 2013年度は成長のための種

Holdings News

東証の上場会社企業価値向上表彰で ファイナリスト5社に選出される

(株)バンダイナムコホールディングスは、このほど東京証券取引所が実施する上場会社企業価値向上表彰の2013年度ファイナリスト5社の中の1社に選出されました。これは、上場会社表彰選定委員会の審議により選出されたもので、ファイナリスト5社は、資本コストをはじめ、投資者の視点を組み込んだ企業価値の向上を目指す経営を実践していると評価されたものです。

上場株式の配当金に関する 「源泉徴収税率」変更のお知らせ

2014年1月1日以降に支払いを受ける上場株式の配当金には、原則として20%（所得税15%、住民税5%）の源泉徴収税率が適用になります。また、2037年12月31日まで、復興特別所得税として所得税額×2.1%が追加課税されることになっています。このため、2014年以降、上場株式の配当金には、復興特別所得税を含め、20.315%（所得税15%、復興特別所得税0.315%、住民税5%）の源泉徴収税率が適用になります。

CSR
Topics

被災地
支援

東日本大震災被災地の 子どもたち向け活動実施

バンダイナムコホールディングスは、公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンとの連携により、2011年より東日本大震災被災地の子どもたちへさまざまな活動を定期的に実施しています。今年の夏から秋にかけては、宮城県と岩手県の保育園や放課後児童クラブなどで、子どもたちにワークショップなどを開催しました。今後もバンダイナムコグループは、東日本大震災被災地の子どもたちに向けた活動を中長期的に継続して実施していきます。



写真上：宮城県石巻市で実施したプラモデル教室

写真下：岩手県下閉伊郡山田町で開催した「くまのがっこう」のジャッキーをテーマにしたイベント

2013年 夏～秋の活動実績

- 宮城県石巻市 渡波地区放課後児童クラブ（プラモデル教室）
- 〃 住吉地区放課後児童クラブ（プラモデル教室）
- 岩手県下閉伊郡山田町 豊間根保育所（『くまのがっこう』のジャッキーをテーマにした絵本作り、ダンス）
- 〃 轟木・船越放課後児童クラブ（プラモデル教室）
- 〃 豊間根地区放課後児童クラブ（プラモデル教室）

2014年3月期第2四半期連結累計期間業績

(株)バンダイナムコホールディングスは、2014年3月期第2四半期連結累計期間（2013年4月～9月）の連結業績を発表しました。事業面では、コンテンツ事業において、家庭用ゲームソフトや映像音楽コンテンツ、ネットワークコンテンツなどの展開が好調に推移しました。また、トイホビー事業が、国内の定番キャラクター商材を中心に順調に推移しました。

【トイホビー事業】

国内において、「獣電戦隊キョウリュウジャー」や「ドキドキ！プリキュア」などの定番キャラクターをはじめ、女兒向け新規キャラクター「アイカツ！」の商材が、各事業を横断する展開により好調に推移しました。なお、一部商材において円安に伴う原価増により粗利率が低下しましたが、乳幼児層や大人層に向けた商品展開を強化するなど、ターゲット拡大に向けた取り組みを着実に推進しました。

海外においては、欧米地域では「Power Rangers」シリーズの商品

が順調に推移しました。アジア地域においては、日本と連動した展開により、キャラクター玩具やプラモデル、大人向けのコレクション性の高い玩具、カード商材などが人気となりました。

【コンテンツ事業】

家庭用ゲームソフトにおいて、新規タイトル「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」、「ディズニーマジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ」のヒットに加え、「太鼓の達人」シリーズなど複数タイトルのリピート販売が好調に推移しました。

また、ネットワークコンテンツでは、「ワンピースグランドコレクション」や「機動戦士ガンダム」シリーズ、「アイドルマスター」シリーズなどのソーシャルゲームに加え、スマートフォン向けアプリやオンラインゲームが安定的に推移し業績に貢献しました。

このほか、映像音楽コンテンツでは、「宇宙戦艦ヤマト2199」や「ガールズ&パンツァー」、「ラブライブ！」などの複数の新作タイトルや、

アニメーション関連の音楽タイトルが好調に推移しました。

【アミューズメント施設事業】

国内において、既存のアミューズメント施設事業に続く柱の構築に向けた取り組みとして、屋内型テーマパークを新たに2カ所オープンしました。また、キャラクターの世界観を体感できる差異化した店舗展開などを推進しましたが、既存店売上高が前年同期比94.6%となりました。

2014年3月期通期の業績予想につきましては、第2四半期連結累計期間の実績並びに各事業の直近の動向、下半期の事業計画、市場環境を踏まえ、8月2日の第1四半期決算発表時に公表した通期の連結業績予想数値を表のとおり修正いたします。

なお、第2四半期の1株あたり配当金は12円とさせていただきます。期末配当金につきましては、当社の株主還元に関する基本方針に基づき、今後検討してまいります。

◆2014年3月期第2四半期 連結累計期間の業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
2014年3月期第2四半期	228,528	26,389	28,553	19,607
前年同期増減率	2.7%	△4.9%	1.8%	13.2%
前回予想(2013年8月公表)	228,000	19,000	19,500	12,500

◆2014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
今回予想(2013年11月公表)	485,000	45,000	46,500	29,000
前回予想(2013年8月公表)	480,000	40,000	40,500	26,000

◆2014年3月期第2四半期連結累計期間セグメント別実績

(単位:百万円)

事業分野	売上高	セグメント利益
トイホビー	80,791	5,434
コンテンツ	123,055	21,763
アミューズメント施設	29,229	△146
その他	12,871	868
消去・全社	△17,418	△1,531
合計	228,528	26,389

※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。

サンスター文具がバンダイナムコホールディングスの連結子会社に

バンダイナムコグループの(株)バンダイは、サンスター文具株が実施する第三者割当増資を引き受け、10月1日付で同社を子会社としました。サンスター文具は、2009年1月にバンダイと資本・業務提携契約を締結し、バンダイナムコグループの持分法適用会社として、事業展開を行ってきました。今後は、バンダイのキャラクターマーチャンダイジングにおける雑貨・ファンシーカテゴリーやキャラクター展開と、サンスター文具の国内におけるキャラクター文具展開という両社の強みを活かした協業関係をさらに強化。トイホビー事業の1社として、国内外における業容展開の拡大を加速していきます。



サンスター文具株式会社

住所 東京都台東区竜泉3-35-13
代表 代表取締役社長 小林大地 資本金 103百万円
事業 ステーションリー・ファンシー・ホビー商品等の企画・製造・販売

<社長から一言>

サンスター文具は、「企画とアイデアで挑戦し続けます」を基本精神とし、「象が踏んでも壊れない、アーム筆入れ」、「スパイ手帳」やキャラクター商品など文房具・雑貨を通じて、誰もが笑顔に、ワクワク・ドキドキする商品を開発してきました。これからもサンスター文具の強みである、女子学生・女性向けの商品、新しい価値を提供するアイデア溢れる商品、キャラクターの魅力を最大限表現する商品を開発し続けることで、バンダイナムコグループに貢献していきます。これからのサンスター文具にご期待ください。



Portrait

現場から

好調な「仮面ライダー^{ガイム}鎧武」の玩具を開発

(株)バンダイ ボーイズトイ事業部ライダーチーム 関戸大彦^{せきど ひろひこ}

仮面ライダーシリーズの最新作「仮面ライダー^{ガイム}鎧武」の関連商品が人気です。今回は、バンダイで玩具の開発を担当する関戸大彦に話を聞きました。

Q「仮面ライダー鎧武」の商品が好スタートをきりました。

Aメインアイテムの「変身ベルト DX戦極ドライバー」は、平成ライダーシリーズ史上、初週販売金額が歴代1位という好調なスタートとなりました。バンダイの発売アイテムトータルでも好調な販売状況です。売場で子どもたちの声を聞くと、「格好いい」という意見に加え、「面白い」という感想も多く、番組・商品ともに好感触です。

Q非常に斬新なコンセプトの番組と商品ですね。

A「仮面ライダー鎧武」のコンセプト作りにあたっては、まず「複数ライダー」と「鎧武者」というアイデアがありました。そこに「さらなるインパクトを」ということで出てきたのがフルーツでした。鎧

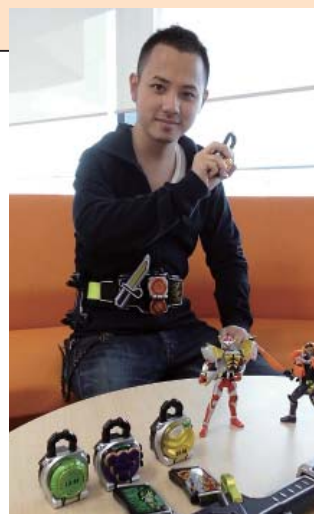
とフルーツのモチーフは斬新ですが、番組的にも商品の面でも良い形となりました。「仮面ライダー鎧武」は平成ライダーの15作目ですが、シリーズで培った斬新なアイデアやノウハウが活かされた作品と言えるのではないのでしょうか。

Q商品ラインナップを教えてください。

A今回、変身ベルトと連動するキーアイテム「DX ロックシード」は、“子どもたちが触りたい手遊び感”がある「錠前」をモチーフにしています。この「DXロックシード」を「変身ベルト DX戦極ドライバー」にセットし、ブレードで斬ることによって、光と音の演出で番組の変身シーンを再現します。ベルトや武器だけでなく、「DXロックシード」自体からも音が出て、組み合わせや音の掛け合いを楽しむことができます。このほか、フルーツの形から鎧に変形するギミックを忠実に再現している「アームズチェンジシリーズ」というフィギュアシリーズを展開しています。

Qグループ内の商品連動は？

Aバンダイではボーイズトイだけでなく



2004年入社。
ガシャポン
(自販機カプセル商品)部
門などを経て
2013年より
現職

く、ガシャポン、キャンディトイなど、各事業部からも「サウンドロックシード」が発売されます。また、ナムコの施設「仮面ライダーアクションスタジアム」にも、オリジナルの「サウンドロックシード」を入場券とセットで販売します。このようにグループのさまざまなタッチポイントを活かし、相乗効果をあげていきたいと思っています。今後も番組に新しいライダーが登場するのにあわせて、商品やプロモーションでもいろいろな驚きや仕掛けを提供していきますので、ぜひ楽しみにしてください。

「GUNDAM Café」の4号店 イオンモール幕張新都心店にオープン

(株)バンダイ(上野和典社長)は、ガンダムのオフィシャルカフェ「GUNDAM Café」の4号店をイオンモール幕張新都心店に12月20日オープンします。

新店舗は「機動戦士ガンダム」のジオン軍をモチーフとしたコンセプト店舗で、店舗面積は249.51㎡と、秋葉原店、お台場店、東京店を上回る規模となります。店舗では飲食・テイクアウトのほか、ガンダムカフェのオリジナル商品やガンダムフロント東京の限定商品など、さまざまな商品を発売します。なお、同店はジオン軍をモチーフとした店舗ですが、ジオン軍に限らずマルチブランドの企画も展開予定です。



店舗名: GUNDAM Café イオンモール幕張新都心店
開業日: 2013年12月20日
営業時間: AM9:00 ~ PM22:00 ※年中無休

©創通・サンライズ

シーズが国内の製造ラインを強化

バンダイナムコグループで玩具の開発製造を行っている(株)シーズ(片瀬健二社長)が、このほど新しい国内生産工場を栃木県壬生町おもちゃのまちにあるバンダイモールドセンター内に竣工しました。



国内生産体制の強化を目的としたこの新工場では、従来独立させることが多い成形工程と、組立・梱包工程をベルトコンベヤーで同期させるユニークな現場レイアウトにより、部品を成形した後に、すぐに梱包し、完成品にすることができます。これにより生産時間が短縮され、海外に負けない価格競争力のあるものづくりを実現するとともに、品質面でもこれまで以上に高い水準で商品を提供することが可能となりました。現在は、プラキット系キャンディートイをメインとしていますが、そのほかのトイ商品にも順次生産対応していきます。

ハートそだつよ! プリモプエル

発売中/全2色、各14,175円 (株)バンダイ

1999年から累計110万體以上を販売している、おしゃべりするぬいぐるみ「プリモプエル」シリーズの新商品です。従来からある人気のおしゃべり機能や、コミュニケーションの頻度によって性格が変化する機能はそのままに、見た目もさわごこちもふわふわな素材に一新しました。さらに、シリーズで初めて専用のSDカード「ハートの種」を付属。専用ホームページから「ハートの種」にデータをダウンロードしてプリモプエル本体に差し込むと、ニックネームで呼びかけてくれるほか、新しい歌やおしゃべりを覚えさせることができます。



©1999 BANDAI・WiZ

1/500 宇宙戦艦ヤマト2199

12月発売予定/10,290円 (株)バンダイ

全長666mm、1/500スケールで「宇宙戦艦ヤマト」のプラモデルを発売します。アニメ「宇宙戦艦ヤマト2199」の映像と作画用ディテールアップ資料を綿密に検証し、アニメでメカニカルデザインを担当した玉盛順一郎氏による新規ディテールも追加しました。接着剤は不要で、色分けも再現。全長666mmの長さを生かし、合わせ目が出ず、組み立てやすいパーツ分割を極限まで追求しました。各種格納庫も再現し、艦載機はコスモゼロ、コスモファルコン、コスモシーガル、100式空間偵察機が各2機付属するほか、専用ディスプレイも付属します。



©2012 宇宙戦艦ヤマト 2199 製作委員会
※開発中の商品画像です

ドラゴンボールヒーローズ 邪悪龍ミッション1弾

発売中/価格:1プレイ1枚100円(プレイ人数1人) (株)バンダイ

「ドラゴンボールヒーローズ」は、人気アニメ「ドラゴンボール」シリーズをテーマとし、市場で人気No.1を誇るデジタルキッズカードゲームです。盤面(フラットパネル)に最大5枚のカードを置いて直接動かすと、画面のキャラクターが連動して動きます。また、ICカードリーダーを搭載しており、専用のICカードを使用すると自分の分身の「ヒーローアバター」を作成し、悟空と一緒に戦うことができます。ドラゴンボールコンテンツで最大級の数のアニメキャラクターが登場し、親子で楽しめるゲームです。



©バードスタジオ/
集英社・フジテレビ・
東映アニメーション
©BANDAI

DX 妖怪ウォッチ

2014年1月中旬発売予定/3,360円 (株)バンダイ

月刊「コロコロコミック」で連載中、2014年1月よりテレビ東京系列でアニメ放映の開始が予定されている「妖怪ウォッチ」の連動アイテム「DX 妖怪ウォッチ」を発売します。主人公「ケータ」が作品中に身につけているキーアイテム「妖怪ウォッチ」を玩具で再現。妖怪メダルをセットすると、劇中同様の音声で楽しむことができます。妖怪メダルは(株)レベルファイブより発売中のニンテンドー3DS用ソフト「妖怪ウォッチ」とも連動し、メダル裏面の二次元コードを読み込むとゲーム内で使用できる「妖怪ガシャコイン」がもらえるなど、遊びの幅が広がります。



©L5/YWP・TX

東映の特撮ヒーローが体験できる 「東映ヒーローワールド」オープン

㈱ナムコ(橋正裕社長)は、12月20日にグランドオープンする「イオンモール幕張新都心」(千葉市美浜区)に、東映と共同で特撮ヒーロー作品の体験型エンターテインメントミュージアム「東映ヒーローワールド」をオープンします。当施設は、東映の歴代特撮ヒーローの世界観の中で、「見る・遊ぶ・知る・食べる」を体験できる従来にない施設です。貴重な撮影用スーツや小道具を100点以上展示するほか、来場者がヒーローとなって体験できる独自開発のアトラクションや遊具をはじめ、オリジナルフードやグッズを楽しむことができます。



©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映AG・東映ビデオ・東映

キャラクターテーマ型飲食店 「カフェ&バー CHARACRO」登場

ナムコは、お酒や食事を楽しみながら人気アニメやゲームの世界観を体験できる新しいタイプのキャラクターテーマ型飲食店「カフェ&バー CHARACRO^{キャラクター} feat. 劇場版 TIGER & BUNNY-The Rising-」を10月に池袋にオープンしました。当店は「現実世界と作品世界のクロスオーバー」をコンセプトに、テーマ作品と連動したストーリー設定のもと、映像演出、等身大キャラクターとのインタラクティブ体験など、これまでのキャラクターカフェにはない演出とサービスを提供。その第1弾テーマ作品として、「TIGER & BUNNY」がオープンを飾りました。



©SUNRISE/T&B MOVIE PARTNERS ©SUNRISE/T&B PARTNERS

アニメファンをターゲットにした新店舗 「namco広島紙屋町店」オープン

ナムコは、アニメファンをターゲットにしたアミューズメント施設「namco広島紙屋町店」を9月にオープンしました。「好きなキャラクター作品に囲まれ、仲間と語り合える空間」をコンセプトに、アニメファンが好む景品を多数取りそろえたプライズマシンを設置。同ビル内で営業するアニメ専門店「アニメイト」とも販促協力し、アニメファンの好む空間を演出。同ビルは単独イベントスペースやアニメに特化した施設が集積するアニメファンの聖地となっており、ここにナムコが出店することでさらなる集客を見込みます。



「あそびパーク」「eggnam」を併設した 「namcoウイングベイ小樽店」オープン

ナムコは10月に「namcoウイングベイ小樽店」をオープンしました。北海道初登場となる女子中高生向けシールプリント専門店「eggnam^{えぐなむ}」(写真下)と、時間課金型屋内砂場施設「あそびパーク」を併設し、子ども連れのファミリーから女子中高生まで幅広く楽しめる大型アミューズメント施設です。なお、「eggnam」のショッピングセンター出店は全国初となります。「あそびパーク」は子どもの想像力と創造性を喚起する遊び場を提供するもので、砂は衛生面にも配慮した精製砂「ホホワイトサンド」を採用しています。



ナムコのイベント情報

「DRAGON BALL スーパーサイヤ人まつり! 2013 in J-WORLD TOKYO」

今夏にオープンした池袋のテーマパーク「J-WORLD TOKYO」で、「ドラゴンボール」にスポットを当てた期間限定イベントを2014年1月19日まで開催中です。無料で参加できる「じゃんけん 天下一武道会」を連日実施するほか、J-WORLD TOKYO限定のドラゴンボール景品がもらえるカーニバルアトラクションや、ドラゴンボールの世界観に入り込んで撮影できる「なりきりフォトスポット」を設置。さらにドラゴンボールの新作フードメニューやグッズも登場します。

©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション



「天下分け目の ナムコ×鎧武&ウィザード 戦国MOVIE大合戦キャンペーン」

12月14日に公開する「仮面ライダー×仮面ライダー 鎧武&ウィザード 天下分け目の戦国MOVIE大合戦」とのタイアップキャンペーンを全国のナムコ店舗で2014年1月7日まで実施します。期間中は「ナムコ アミューズメントナビ」で応募者全員に映画限定壁紙をプレゼント。映画公開前に抽選で映画前売券が当たります。また、対象クレーン機に500円投入でオリジナルのノベルティ(全2種)を配布。映画公開後は映画半券持参または携帯壁紙提示で、オリジナル紙製ポンチョを配布します。

©「鎧武&ウィザード」製作委員会 ©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映



キャラクターフィギュアとゲームが融合 「ディズニー インフィニティ」投入

(株)バンダイナムコゲームス(大下聡社長)は、ディズニーのキャラクターがバーチャルなゲームの世界で共演するWii U用ソフト「ディズニー インフィニティ」(7,980円)と、ニンテンドー3DS用ソフト「ディズニー インフィニティ トイ・ボックス・チャレンジ」(6,980円)を発売しました。本作はゲームソフトのほかに、キャラクターのフィギュアやフィギュアを読み込む専用ベースを使って遊ぶことができ、ディズニーの世界を自由に作って遊んだり、映画の世界観に基づいたオリジナルのストーリーが楽しめます。なお、フィギュアは順次発売予定で、2タイトル共通で使用することができます。



©Disney ©Disney/Pixar Hudson Hornet is a trademark of DaimlerChrysler Corporation

無料サイト「Side-BN倶楽部」オープン

バンダイナムコゲームスは、このほどバンダイナムコゲームス公式サイト内に無料会員制ファンサイト「Side-BN倶楽部」をオープンしました。同社発行のフリーペーパー「Side-BN」と連動したサイトで、最新ゲーム情報、ゲームに登場する声優やアーティストの音声や開発者によるプレー動画、開発の裏話など、ここでしか見られない特集企画や、ユーザー参加型コーナー、読者プレゼントなどをバンダイナムコID*の無料登録で楽しむことができます。既存の公式サイトに加え、無料のファンサイトを展開することで、より多くのお客様にバンダイナムコゲームスが展開するIPへのタッチポイントを



<http://sbn.bandainamcogames.co.jp/>

*バンダイナムコグループの共通アカウント。1つのアカウントでグループ各社の多様なコンテンツが楽しめる

「GOD EATER 2」2機種用に同時発売

バンダイナムコゲームスは、累計販売本数が130万本を突破している人気アクションゲーム「GOD EATER」の新作「GOD EATER 2」を、PS Vita用とPSP用に発売しました。本作は新しい武器やアクションに加え、プレイスタイルで進化する「必殺技(ブラッドアーツ)」など多数の新要素を収録。同じハード同士のマルチプレイはもちろんのこと、異機種間のクロスプレイにも対応しており、無料体験版からのデータも製品版へ引き継ぐことが可能です。なお、本作は東京ゲームショー2012および2013で発表された「日本ゲーム大賞」で、「フューチャー部門」を2年連続で受賞しています。



PS Vitaのカード版とダウンロード版、PSPのUMD版/ダウンロード版とも各5,980円

©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

PS3/PS Vita用ソフト「真・ガンダム無双」

12月19日発売予定 (株)バンダイナムコゲームス
PS3 : 7,980円、PS Vita : 6,980円

「ガンダム無双」シリーズの最新作が、PS3/PS Vita用ソフト「真・ガンダム無双」として登場します。原作を追体験できる「オフィシャルモード」に加え、歴代シリーズ作品のキャラクターたちが一堂に会して戦う新モード「アルティメットモード」を追加。シリーズ最多の120機を超える機体で遊べ、ついに巨大モビルアーマーを操作することも可能に。ボリューム、グラフィック、システムすべてが「真・ガンダム無双」の名にふさわしい進化を遂げています。



©創通・サンライズ

ニンテンドー3DS用ソフト 「アイカツ! 2人のmy princess」

発売中/5,480円 (株)バンダイナムコゲームス

2年目を迎えた「アイカツ!」のニンテンドー3DSゲーム最新作です。今作ではスターライト学園に加えて、ライバル校のドリームアカデミーが登場し、2つの学園を舞台にゲームもキャラクターも2倍楽しむことができます。リズムゲームもパワーアップし、オフィシャル楽曲を搭載。ダンスもクオリティアップしています。また、「データカードダス アイカツ!」のカードを読み込んで、「アイカツ! カード」を作ることができます。初回生産版には「データカードダス アイカツ!」のオリジナルICカードとカードセットが同梱されます。



©SUNRISE/BANDAI, DENTSU, TV TOKYO ©2013 NBGI

AM用景品「仮面ライダー鎧武/ガイム DXFハイクオリティフィギュア」

12月中旬投入予定 (株)バンプレスト

「仮面ライダー鎧武/ガイム」のアミューズメント専用景品が全国のアミューズメント施設に登場します。スーツデザインを細部にわたり再現。スーツのシワなどの質感にまでこだわり、ベルト部分や武器などのリアルさを手にとって確認できるようにハイクオリティを意識した約16cmのフィギュアです。(全1種、台座付き)



©2013 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

「宇宙戦艦ヤマト2199」 告知広告展開が新聞広告賞を受賞

国民的SFアニメ「宇宙戦艦ヤマト」のリメイク版として、全七章のイベント上映やネット配信などの多角的展開で大ヒットを記録した「宇宙戦艦ヤマト2199」(バンダイビジュアル(株)制作・制作)。今年4月からはテレビでも放送され人気を博した本作が、優れた新聞プロモーションに贈られる新聞広告賞(日本新聞協会主催)で優秀賞を受賞しました。史上初の試みとなる特大(B1サイズ)パノラマ新聞を絵柄別で読売新聞、朝日新聞の2紙に同時出稿。さらに同日に秋葉原で配布イベントを実施するなど、ファンのコレクション性の高い宣伝展開が高い評価を受けました(下記参照)。



©2012 宇宙戦艦ヤマト2199 製作委員会

■完全新作劇場版の公開決定

このほど「宇宙戦艦ヤマト2199」は、2014年に完全新作ストーリーで劇場映画公開されることが決定しました。今後ますます盛り上がりを見せるものと期待されます。



テレビ放送の開始を告知する広告の1つ

- 掲載時期 2013年3月30日～4月7日
- 掲載媒体 朝日新聞、読売新聞
- スペース 全15段、全5段、小型、別刷り(メガ、B1)
- 企画の概要と選定理由
新年度から全国ネット放送が始まる「宇宙戦艦ヤマト2199」のプロモーションの一環として、小スペースを使ったカウントダウンから、迫力あるビジュアルの特大大サイズ(メガ、B1)の別刷り特集まで、新聞広告の特長を駆使して番組開始を告知し、大きな反響につなげた。オリジナル版を見ていたハイエージ層を初期ターゲットとし、的確な媒体選択と巧みなコミュニケーション手法により幅広い層の支持を得た。掲載紙によって異なるビジュアルで作成された特大新聞は、ファンのコレクション対象ともなり、新聞広告の可能性を広げた。

「THUMB RISE AGAIN」 JAM Project

発売中/CD(アルバム) 3,000円 (株)ランティス

日本アニソン界のみならず、世界中でカリスマの人気を誇るJAM Project。その3年ぶりとなるオリジナルアルバムが好評発売中です。2011年のシンフォニックコンサートで共演した音楽家・服部隆之氏とのコラボや、海外ミュージシャンとのLAレコーディングなど、豪華コラボが実現。全13曲のオリジナル楽曲をメンバー全員参加で全て書き下ろした渾身の1作です。現在、本作品名を冠したライブツアーを展開中です。



©Lantis

DVD「ガンダムビルドファイターズ 1」

12月25日発売予定/2,940円 バンダイビジュアル(株)

現在好評放送中のTVアニメ「ガンダムビルドファイターズ」(株)サンライズ制作)のDVDが発売されます。歴代モビルスーツのガンブラが多数登場している本作は、ガンブラを使った少年たちのバトルと交流を描く新しい「ガンダム」シリーズとして注目を集めています。「機動戦士ガンダム00」でも担当した黒田洋介氏が脚本を担当。また、メカニックデザインは大河原邦男氏をはじめ豪華スタッフが集結しています。2014年3月には1話～12話までを収録したBlu-ray Boxも発売予定です。



©創通・サンライズ・テレビ東京

マクロスF ゼントラ盛り Blu-ray Box

12月25日発売予定/33,600円 バンダイビジュアル(株)

2008年にTVアニメが放送され大ヒットした「マクロスF(フロンティア)」が、特典満載のBlu-ray Boxで発売されます。Blu-ray Box化にあたり、河森正治総監督の監修による本編全25話のデジタルリマスターを実施。より美しい映像で楽しめます。特典として、新作ドラマCDや特製イラスト集をはじめ、前期・後期のオープニング絵コンテ、豪華解説本を封入するほか、スタッフ・キャストによる新規オーディオコメンタリーも収録しています。

©2007 ビックウエスト/マクロスF製作委員会・MBS
※実際のジャケットデザインとは異なります

Information

新春から放送開始予定の新番組情報

バンダイビジュアル(株)(川城和実社長)が出資するTVアニメが、2014年1月より続々と放送が始まります。渡辺信一郎氏(『カウボーイビバップ』)ほか、豪華スタッフが贈るスペースSFコメディ「スペース☆ダンディ」(写真)は、(株)バンダイナムコゲームスも製作

に参加しており、TVオンエア・配信を全世界同時展開の予定です。また、「good!アフタヌーン」(講談社)で好評連載中の魔法学園ファンタジー「ウィッチクラフトワークス」も放送を開始します。

©2014 BONES / Project SPACE DANDY



時代の変化にスピーディに対応するためには 出口軸ではなくIP軸で考える必要がある

コンテンツ業界が激しい環境変化にさらされる中、(株)バンダイナムコゲームスの商品・サービスが各カテゴリーで好調を維持しています。今回は各事業の動向と今後の期待商品などについて、バンダイナムコゲームスの萩原仁常務取締役役に話を聞きました。

※IP：知的財産

——家庭用ゲームソフト市場が縮小しています。

萩原 過去に家庭用ゲーム機が登場した時には、業務用ゲーム機がなくなるなどと言われましたが、決してそのようなことはありませんでした。ソーシャルゲームやスマートフォン向けアプリの普及などで従来のパッケージ市場が縮小していると言われますが、バンダイナムコゲームスのゲームソフト事業は、新作のヒットに加え、過去に発売したタイトルのリピート販売好調が続くなど、順調に推移しています。

短時間で楽しむことができるネットワークゲームが人気となる一方で、ゲームはパッケージを買ってプレイしたいというユーザーが大勢いることも事実です。その方々に、毎年毎年、新鮮さを感じていただける商品・サービスを提供し続けていく。それが、当社のゲームソフトが今でも支持を受けている理由ではないかと思います。——ネットワークとゲームソフトの融合をどのように考えていますか？

萩原 今年6月に、PS3オンライン専用タイトル「鉄拳レボリューション」をF2P (Free-to-Play) の基本プレイ料金無料、一部アイテム課金制で全世

界に配信し、200万人以上の鉄拳ファンがダウンロードしプレイしています。ただ、課題もいくつか発見されています。2013年度中には「エースコンバット インフィニティ」と「ソウルキャリバー ロストソーズ」のF2P配信を予定しています。まだ試行錯誤の部分もありますが、鉄拳を出したからこそ確認できたノウハウを活かすとともに、事前テストをしっかりとやることでユーザーのニーズを吸い上げていきたいと思います。これらのタイトルを通して、今後のF2P展開戦略についても検討していきます。

——「IP軸戦略」が各出口で効果を発揮していますね。

萩原 社内で確実に「IP軸戦略」の考え方が浸透し、各カテゴリーで成果を発揮しています。私は、これからの時代はあまりIPの出口だけにこだわらない方がよいと思います。出口軸の考え方は我々メーカー側の都合であって、ユーザーは楽しむことができればよく、すべてユーザーにお届けするツールなんです。スピードという面でも、出口軸だけで戦略を考えてしまうと時代の変化に臨機応変に対応できません。大事なのは出口という軸で考えるのではなく、IP軸で考えるとい

うことです。当たり前のことですが、ユーザーが常にどの出口とコンタクトしているか、IPの魅力を最も効果的に活かすことができるのはどの出口なのかなど、ユーザーの視点で見定めてIPを提供していきます。

——家庭用ゲームソフトの期待商品は？

萩原 今後も有力タイトルを続々と投入しますが、中でも国内向けの注目タイトルは、オリジナルIPでもある「GOD EATER 2」ですね。このほかにも、ディズニーのキャラクターフィギュアと一緒に遊ぶことができる「ディズニー インフィニティ」や、人気シリーズの「真・ガンダム無双」などを発売します。また、前作がワールドワイドで150万本以上販売するヒットとなった「ダークソウル」の新作にも期待しています。

——業務用ゲーム機はどうですか？

萩原 業務用ゲーム機は2つの戦略で考えています。1つは今まで支持してくれたお客さまを飽きさせないための商品開発。もう1つは新しいお客さまを誘導する魅力的な商品の開発です。

国内のアミューズメント施設は新規ユーザーの取り込みが課題です。2012年投入したエアホッケーゲーム機「ビッグバンスマッシュ (パックマンスマッシュ)」や、この年末投入のドームスクリーンを使った臨場感のあるシューティングゲーム「マッハストーム」なども、そのために開発しました。こうしたゲーム機を絶えず提供していくことで、新規ユーザーにも楽しんでもいただき、業務用の広がりを見せていきたいと思っています。



エースコンバット インフィニティ

All trademarks and copyrights associated with the manufacturers, aircraft, models, trade names, brands and visual images depicted in this game are the property of their respective owners, and used with such permissions.
©JAPAN SPACE IMAGING CORPORATION ©DigitalGlobe, Inc., All Rights Reserved.
ACE COMBAT® INFINITY & ©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.



©Michiharu Kusunoki/Kodansha Ltd. All rights reserved.
©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

All trademarks and copyrights associated with the manufacturers, vehicle, models, trade names, brands and visual images depicted in this games are the property of their respective owners, and used with such permission.



真・ガンダム無双
©創通・サンライズ

海外も国内も1つのフィールドにすぎない

一方、既存のお客さまに向けては、「機動戦士ガンダム EXTREME VS. ^{エクストリーム} ^{バーサス} ^{マキシ} ^{ブースト}」や「湾岸ミッドナイト マキシマムチューン5」などの新作を投入します。常に鮮度あるものをしっかりと供給することで、コアファンの要望にもきちんと応えていきたいと思っています。

——業務用ゲーム機の海外展開について教えてください。

萩原 海外へボーダレスで展開するというのが我々の戦略です。アジアは日本と親和性があり、よい形で進んでいます。課題は欧米です。文化もユーザーの嗜好も違いますので、日本のものをそのまま持って行っても通用しません。例えばドライブゲームは、日本向けのものは日本とアジアでは人気ですが、欧米はそこまでではありません。そこで我々は徹底的に市場を研究し、欧米でのドライブゲームは、簡単そうで爽快感があるものが求められているということに気がつきました。市場をよく理解し、市場に合ったものを投入していく必要があるのです。また、特に中東など多く

の新興国では、大型ショッピングモールが続々と作られています。そこは日常の生活スペースともなっています。その中で楽しみたいという想いは万国共通ですので、こういった場所で現地のお客さまとの接点を活かした展開に力を入れています。

——ネットワークコンテンツの状況は？

萩原 我々を取り巻く環境の中でも最も変化が早いのがこの市場です。足元では、IPを軸とした展開と、これまでに蓄積した運営ノウハウを活かすことで、ソーシャルゲームやオンラインゲームなどのネットワークコンテンツは現状安定的に推移しています。今後もネットワークはますますいろいろなデバイスでつながれていくでしょうし、ネットワークを介したゲームは伸びていくと思います。ただ、ネットワーク環境は変化が激しく、何よりもスピードが求められます。幸いなことに我々には活用できる有力IPが豊富にあり、IPの世界観を活かしたコンテンツ開発ノウハウという強みがあります。それが安定している要因と言えますが、

今後、我々はこのネットワーク環境の中でユーザーが今どこにいて、どこと接点があるかということを常にウォッチし、その接点にコンテンツを置いていくことを考えていかなければなりません。

ネットワークコンテンツの海外展開についてはまだ検証段階ですが、我々が国内で獲得した経験を踏まえて、今後はアジアでもネットワークコンテンツを展開していくつもりです。——今後の意気込みを。

萩原 やはり各事業で海外を伸ばしていきたいですね。しかし、海外は市場も違うし、文化も制度も違う。それは現地に行って、自分の目で、耳で確かめないとわかりません。そのためにも、社員にはできるだけ海外での経験を積ませるようにしています。彼らには、「海外も国内も1つのフィールドにすぎないし、構えて行くところではない。たまたまパスポートが要るだけだよ」と言っています(笑)。

■萩原 仁 常務取締役のプロフィール

1978年4月 株式会社ナムコ入社
2002年5月 AMカンパニー AM生産グループ グループリーダー
2005年4月 執行役員 AMカンパニー AM編成局長
2006年4月 株式会社バンダイナムコゲームスへ転籍
執行役員 AMカンパニー バイスプレジデント 兼 AM編成局長
2007年1月 ナムコ・アメリカ INC.、ナムコ・ヨーロッパ LTD. 取締役(非常勤) 兼務
2009年4月 上席執行役員 AM事業本部長 兼 AMプロモーション部ゼネラルマネージャー
2010年4月 上席執行役員 AM営業本部 本部長
2011年4月 取締役 アミューズメント営業本部 担当 兼 本部長
2012年4月 取締役 第1事業本部・アミューズメント事業統括本部担当 兼 アミューズメント事業統括本部長
2013年4月 常務取締役 事業統括担当 アミューズメント事業統括本部長(現職)



編集後記

2013年3月末日のバンダイナムコホールディングス株主名簿に記載、または記録されている株主様の株主優待制度で、700名以上の株主の皆様へ寄付を選択いただきました。皆様からの寄付と当社の寄付を合わせ、合計1,000

万円を公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに寄付いたします。この寄付金は、東日本大震災被災地の子どもたちへの支援活動資金として活用されますので、ご報告させていただきます。また、バンダイナムコグループでは、寄付金の送付だけでなく、被災地の子

どもたちに向けたワークショップなどの活動も中長期的に実施していきます。

まもなく年間最大の年末年始商戦期を迎えます。各事業でバンダイナムコグループの総合力と存在感を発揮すべく、グループ社員一丸となって臨みます。ご期待ください。

広報IR担当

超カミツキ変形 DXギガントブラギオー

発売中／オープン価格

(株)バンダイ

「獣電戦隊キョウリュウジャー」(毎週日曜朝7:30～、テレビ朝日系で放送中)に登場するロボアイテム「超カミツキ変形 DXギガントブラギオー」。背中に13本の獣電池を装填することができ、ロボの全身には装填した13体のガーディアンズ獣電竜のデザインを施しています。また、「DX キョウリュウジン」(8,190円/発売中)、「ザクトル」(2,730円/発売中)、「パラサガン」(2,730円/発売中)と合体することで、全高約525mmの「ギガントキョウリュウジン」に変形。ほかにも、背中のパーツが武器になる最終必殺技モードも再現することができます。



超カミツキ変形 DXギガントブラギオー

©2013テレビ朝日・東映AG・東映

マジカルラブリーパッド

発売中／オープン価格

(株)バンダイ

「ドキドキ！プリキュア」(毎週日曜朝8:30～、ABC・テレビ朝日系で放送中)で、キュアエースが加わり5人となったプリキュアたち全員が手にする伝説のアイテム「マジカルラブリーパッド」。5人が合体攻撃を発動するための必須アイテムで、「手かざしアクション」で合体攻撃と、プリキュアそれぞれの個人攻撃ができるタブレットモチーフの最終武器です。番組に連動したゲームアプリやお勉強アプリなど、全27種類のオリジナル遊びがたっぷり楽しめます。また、別売りの「キュアラビーズ」は全種を本体に認識させることができ、認識時に本体内のアプリ「ラビーズ図鑑」に情報が登録されるため、コレクション性が高まります。ほかにも別売りの「マジカルラブリーハーブ」をセットすると、最終パワーアップ攻撃を発動するなど、番組のクライマックスに向けて幅広い商品を展開します。



©ABC・東映アニメーション

業務用ゲーム「MachStorm (マッハストーム)」

12月稼動開始予定

(株)バンダイナムコゲームス

業界初のドームスクリーン型戦闘機シューティングゲーム「MachStorm (マッハストーム)」が、業務用ゲームに登場。「エースコンバット」のスピノフ作品であるこのゲーム機は、東京、パリ、マイアミなどの現実世界を舞台に、ドームスクリーンに描かれたリアルな空の中で、ビルの崩壊や大型機の爆発をギリギリでかすめるなど、実際に空を飛んで敵機を撃ち落とすような快感が味わえます。また、レバーやシートがシーンに合わせて振動するほか、送風ファンにより風を切って飛行する音速のスピード感も味わえるなど、全身でハリウッド映画さながらの演出を体感できます。目前の敵機に狙いを定めてミサイルを叩きこむだけのシンプルな操作を採用したことで、誰もがエースパイロットになれる点も本作の魅力の1つです。

国内の稼動開始は今年12月を予定。2014年以降はワールドワイドで展開する予定です。



©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

Blu-ray・DVD「映画クレヨンしんちゃん

バカうまっ！B級グルメサバイバル！！」

発売中／Blu-ray：5,040円、DVD：3,990円

バンダイビジュアル(株)

本作で21作目となる人気シリーズ「映画クレヨンしんちゃん」。今年4月に全国約300館で公開され、興行収入13億円のヒットとなった最新作『映画クレヨンしんちゃん バカうまっ！B級グルメサバイバル！！』が、Blu-rayとDVDで好評発売中です。今回のテーマは、やしきそばをはじめとした「B級グルメ」。伝説のソースをめぐる争いに巻き込まれた、しんのすけたちカスカベ防衛隊の活躍をギャグ満載で描きます。映画しんちゃん恒例のゲスト声優には、コロケ、渡辺直美が参加。さらに川越シェフが本人役で登場し、話題となりました。

Blu-ray、DVDともに解説書を封入しているほか、映像特典としてノンテロップオープニング(ねんどアニメ)、ノンテロップエンディング、映画特報、予告編、設定資料集を収録しています。ぜひご家族でお楽しみください。



©臼井儀人/双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK 2013