

Management

トップインタビュー

中期計画の初年度は
海外展開の好調などで順調なスタート

(株)バンダイナムコホールディングスは、11月5日に2015年度(2016年3月期)の第2四半期累計期間(2015年4～9月)の連結業績を発表しました。今回は、中期計画の進捗状況と、各事業の足元の状況などについて、バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に聞きました。

――第2四半期累計期間(上半期)の業績を発表しました。

田口 2015年度上半期は各事業とも好調で、売上高2,727億円、営業利益311億円と、過去最高売上高と最高益となった2014年度と同じ水準となり、順調なスタートを切ることができました。これは、各地域・各事業で社員が頑張ってくれた結果です。

事業別では、トイホビー事業では、日本とアジアが好調でした。「機動戦士ガンダム」や「妖怪ウォッチ」の商品が日本とアジアで好調だったほか、日本では「ドラゴンボール」などの定番IP*やハイターゲット向けの商品も人気となりました。

ネットワークエンターテインメント事業では、欧米でリピート販売や新作タイトルの販売が好調だった家庭用ゲームソフトが貢献してくれました。また、ゲームアプリケーションなどのネットワークコンテンツでは、国内の主力タイトルが安定して人気だったことに加え、新たに投入を開始した「アイドルマスター」の新作タイトルが好調なスタートを切りました。

映像音楽プロデュース事業は、「ラブライブ!」の音楽CDなどが劇場版ヒットの相乗効果もあり、販売が好調でした。また、「機動戦士ガンダム

THE ORIGIN」の第1作の映像パッケージもヒットしました。

通期見込みについては、上半期の実績や下半期の商品ラインナップを踏まえて見直しを行い、売上高5,600億円、営業利益500億円としました。まだこれから年間最大の年末年始商

戦が控えていますので、さらに気持ちを引き締めて、この数字をしっかり達成していきたいと思います。

――中期計画の進捗状況はどうですか?

田口 この4月にスタートした中期計画では、我々の強みである「IP軸戦略」をさらに強くし、これから成長の可能性が高いアジアでの拡大を目指して、さまざまな施策に取り組み始めています。この施策が良い結果につながり、中期計画の初年度としては順調にスタートすることができました。特に、過去数年思いうような結果が出しきれずにいた海外展開が好調だったことは、我々にとって大きな意義のあることだと感じています。

――「コーポレートガバナンスに関する基本的な考え」を制定し、「独立役員会」を設置しました。

田口 バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」を提供することを



(株)バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長 田口三昭

ミッションとし、ビジョンである「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」となることを目指しています。

このミッションやビジョンに向け、企業価値の向上を目指していくためには、強い経営基盤を築いていくことが必要です。コーポレートガバナンス強化の一環として、我々の経営をより良いものにしていくために、このほど取締役会の諮問機関として、社外取締役3名、社外監査役3名の独立役員6名を構成メンバーとする「独立役員会」を設置しました。今後、「独立役員会」では、コーポレートガバナンスの強化と企業価値の向上という観点から、客観的な視点で取締役会の評価を行い、忌憚なく意見を述べていただくことになります。

(次ページに続く)

きめ細かく丁寧なマーケティングで アジア事業を拡大

— トイホビー SBUの状況について教えてください。

田口 10月から新番組がスタートした「仮面ライダーゴースト」は、メインアイテムの変身ベルトに加え、目玉型のキーアイテム「ゴーストアイコン」をはじめ、フィギュアや武器セットなどもよく売れています。女兒向け新アニメの「かみさまみならい ヒミツのここたま」も順調です。未就学女兒向けIPには「プリキュア」がありますが、「ここたま」は全く世界観の異なるIPです。この2つのIPで、女兒のジャンルを拡大していきたいと思っています。

ガンダムシリーズの最新作「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」も大きな手応えを感じています。ガンダムはますます幅広い層にファンを広げており、35周年を迎えた「ガンブラ」も非常に好調で、上半期は前年対比130%以上の伸びとなりました。アジア向けも好調で、全体のボリュームを押し上げています。これは映像を同時無料配信したり、「GUNDAM DOCKS」のようなイベントを定期的で開催するなど、日本と同じようにプロモーションしていることが奏功しています。国内外の需要に応えるべく、国内のガンブラ工場では生産設備を増強し、フル

稼働で対応しています。

— 事業拡大を目指すアジアが良い結果を出していますね？

田口 日本のIP人気の高いアジアに向けては、これまでさまざまな施策を地道に進めてきましたが、これが成果となって現れはじめました。日本とアジアという考え方ではなく、日本を含むアジアという考え方で、日本で培ったノウハウをアジアに向けても投入し、IPの魅力、世界観をアジアのお客さまとも共有していきたいと思っています。また、ひと口にアジアといっても、国や地域により環境も違いますから、きめ細かく丁寧なマーケティングを進めていきたいと思っています。

— トイホビーの欧米が復調してきました。

田口 これは、IP政策や商品の企画開発などを日本でコントロールし、現地は市場のニーズを拾いながら販売マーケティングに徹するという戦略に切り替えたことが大きな要因になっています。この体制にすることでミッションが整理され、国内でも欧米政策をこれまで以上に自分たちの課題として捉えるようになりました。方向が一つにまとまり、真のグローバル化に一步近づけたのではないかと感じています。足元では

「パワーレンジャー」商品も人気で、少しずつ売り上げもボリュームアップしてきました。今後の欧米の成長に向けしっかり基盤を固めていきたいと思っています。

— ネットワークエンターテインメントSBUの状況は？

田口 上半期は、欧米地域で「ドラゴンボール ゼノバース」や「ダークソウル」シリーズなどのリピート販売や、新作タイトルの販売が大きく売上を伸ばしました。また、我々のディストリビューション機能を整備したことで、他社のタイトルの販売要請も多くいただいております。こうしたサードパーティのタイトル販売も業績の向上に貢献してくれています。下半期に向けては、欧米で人気の高い「NARUTO」のタイトルなど複数の新作も投入していきます。

一方、国内の家庭用ゲーム市場では、スマッシュヒットも出ており、堅調です。下半期には「ゴッドイーター」や「ディズニー マジックキャッスル」など実績のあるシリーズタイトルを投入していきます。

— ネットワークコンテンツの状況は？

田口 国内では、既存の主力タイトルが安定した人気を獲得し続けています。また、秋に投入を開始した新作の「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」や「スーパーガンダムロワイヤル」などが好スタートを切っています。国内



日本とアジアで人気拡大している「機動戦士ガンダム」のプラモデル

©創通・サンライズ



欧米を中心に「ドラゴンボール」の家庭用ゲームソフトがヒット

©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 NAMCO Entertainment Inc.



劇場版公開と商品の相乗効果で話題となった「ラブライブ！」

©2015 プロジェクトラブライブ! ムービー

についてはネットワークコンテンツにおける基盤として、安定したタイトルラインナップ層をさらに厚く、強くしていきます。

アジア展開では、現地を含めたパートナー企業と協業するとともに、我々も現地に根ざし、お客さまの反応をしっかり捉えてビジネスに活かしていこうと、今年3月に中国の上海にネットワークコンテンツの企画・運営・プロデュースを手がける現地法人を設立しました。現在、この拠点を中心にネットワークコンテンツの

タイトルを順次投入しており、PCオンラインゲームの「火影忍者オンライン」などが人気です。また、海外に向けては、欧米などワールドワイド市場に向けてもドラゴンボールなどのタイトルでサービスを開始しています。国や地域によって、ゲーム性の好みやプレイスタイルも違いますので、実績を一つひとつしっかり検証し、サービスを行っていきたいと思います。



グループのIPを立体化して最大化を図り 世界中のファンにいち早く提供していく

— アミューズメント施設はどうですか？

田口 国内はここ数年業績が厳しかったのですが、主力店舗へのリソース集中や効率化などの施策、施設のホスピタリティをさらにあげていこうという取り組みなどの効果で、利益が改善してきています。また、アミューズメント施設と業務用ゲーム機や景品が同じSBUとなる組織に再編したことで、目的が共有化され、一緒に施設を盛り上げていこうという雰囲気になっており、活性化にもつながっています。先日オープンしたナムコのAsoMIX^{アソミックス}には、バンダイナムコエンターテインメントの最新技術を活かした海遊びパークも導入されていますが、このようにバンダイナムコならではの遊びを提供していきたいと思っています。

— インドにアミューズメント施設をオープンしましたね。

田口 アジア事業拡大を目指す一環で、今年6月にインドに現地法人を設立し、このほどムンバイの大型ショッピングモールに日系企業としては初めて、アミューズメント施設を出店しました。ここでお客さまのレスポンスを見ながら今後の取り組み

の検討を行いたいと思っています。

— 映像音楽プロデュースは？

田口 10月にスタートした「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」は、メインターゲットのティーンエイジャーだけでなく、幅広い層に好評です。また、「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」シリーズでは、第2弾の「哀しみのアルテイシア」の上映が好評で、映像パッケージの販売も楽しみです。年末には人気漫画が原作となる「機動戦士ガンダム サンダーボルト」のアニメーションの配信も予定しています。ガンダムについては、主力IPだからこそ、作品面でもマーケティング面でも常に新しいことに挑戦し続けていきたいと思っています。

「ラブライブ!」は、6月に公開した劇場版『ラブライブ! The School Idol Movie』が4カ月をこえるロングランとなり、ハイターゲット向け作品としては記録的な大ヒットとなりました。IP軸戦略の新たな出口として展開しているコンサートなどのライブイベントも売上に貢献しています。「ラブライブ! サンシャイン!!」も始動しましたので、さらにお客さまに楽しんでいただけるIPに育成していきたいと考えています。

このほか、この上半期には、ライブイベント関連事業の強化を目的に、2社を新たに子会社化しました。今後はライブイベントに加え、グッズ販売やファンクラブビジネスなど、周辺のビジネスも強化していきます。— 今後の展望についてコメントをお願いします。

田口 中期計画の初年度である2015年度は、次のステージを目指すための成長基盤となる売上高5,000億円、営業利益500億円を安定的に上げることが出来る足場をしっかりと踏み固めることが必要だと思います。そのためにも、グループの「IP軸戦略」をさらに強いものにしていかなければなりません。バンダイナムコグループは、モノやコンテンツ、場など多くの出口を持っており、IPを多面的に立体的に展開できる世界でもユニークな存在です。この強みをさらに強くすべく、我々はこれまでの延長線上ではなく、常にビジネスのイノベーションをし続けていきたいと思っています。今後も世界中の方々に、今日より明日のバンダイナムコが面白いと言っていただけるような商品やサービスを提供していきたいと思っています。

2016年3月期第2四半期累計期間連結業績

(株)バンダイナムコホールディングスは、11月5日、2016年3月期の第2四半期累計期間（2015年4月～9月）の連結業績を発表しました。各事業セグメントの状況は以下の通りです。

【トイホビー事業】

国内において、「機動戦士ガンダム」や「ドラゴンボール」など定番IPの商品、「妖怪ウォッチ」の商品が好調に推移しました。また、ターゲット拡大の一環で展開している大人層向けのコレクション性の高い商品が人気となりました。

海外においては、アジア地域において、「機動戦士ガンダム」や「妖怪ウォッチ」の商品、大人層向けのコレクション性の高い玩具などが人気となりました。欧米地域では「パワーレンジャー」シリーズの商品が堅調に推移しました。また、日本で企画開発などの機能をコントロールし欧米では販売マーケティングに専念する体制に変更したことにより、一定の効果がありました。

【ネットワークエンターテインメント事業】

欧米地域において、前連結会計年度に発売した家庭用ゲームソフト「ドラゴンボール ゼノバース」などのリピート販売や、自社および現地サードパーティの新作タイトルの販売が好調に推移しました。また、ソーシャルゲームやスマートフォン向けゲームアプリケーション、PCオンラインゲームなどのネットワークコンテンツにおいて、国内の既存主力タイトルが安定した人気となったことに加え、新作タイトル「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」が好調なスタートとなり業績に貢献しました。さらに、アジア地域をはじめ海外でも本格的にサービスを開始しました。

このほか、アミューズメント施設においては、アミューズメント機器と施設におけるバリューチェーンの整備と強化、主力施設へのリソース集中などの施策に着手し、効率化などの面で効果があがりました。

【映像音楽プロデュース事業】

映像音楽プロデュース事業につきま

しては、映像コンテンツと音楽コンテンツやライブイベントの連動展開を行っているIP「ラブライブ！」が、劇場版公開と商品・サービスの相乗効果により人気となりました。また、「機動戦士ガンダム THE ORIGIN I 青い瞳のキャスバル」の映像パッケージソフトが好調に推移し、業績に貢献しました。

2016年3月期通期の連結業績予想数値につきましては、第2四半期累計期間の実績ならびに各事業の直近の業績動向、今後の事業計画、さらには不透明な市場環境を踏まえたうえで、2015年5月8日に公表した予想数値を修正しました。

なお、配当につきましては、2016年3月期中間配当は12円とさせていただきます。期末配当につきましては、安定配当年間24円を基本に配当性向30%を目標とする当社の株主還元に関する基本方針に基づき、業績動向などを勘案の上、別途検討してまいります。

◆ 2016年3月期第2四半期 累計期間の連結業績

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する四半期純利益
第2四半期 (2015年4月～2015年9月)	272,780	31,160	33,215	22,762
前年同期 (2014年4月～2014年9月)	259,333	31,875	33,389	21,272
前年同期増減率	5.2%	△2.2%	△0.5%	7.0%

◆ 2016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	親会社株主に帰属する当期純利益
今回予想 (2015年11月公表)	560,000	50,000	52,000	34,000
前回予想 (2015年5月公表)	530,000	45,000	46,000	30,000
2015年3月期通期	565,486	56,320	59,383	37,588

◆ 2016年3月期第2四半期 累計期間のセグメント別実績

(単位：百万円)

事業分野	売上高	セグメント利益
トイホビー	103,985	11,571
ネットワークエンターテインメント	147,208	14,774
映像音楽プロデュース	23,582	5,910
その他	13,488	528
消去・全社	△15,483	△1,625
合 計	272,780	31,160

※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。

「ガンダム GLOBAL CHALLENGE」 の第1次選考発表会を開催

一般社団法人ガンダム GLOBAL CHALLENGE（設立者：(株)創通、(株)サンライズ／代表理事：宮河恭夫）は、機動戦士ガンダムが生誕40周年を迎える2019年に18mの実物大ガンダムを動かすことを目指すプロジェクト「ガンダム GLOBAL CHALLENGE」を推進しており、2014年7月より「リアルエンターテインメント部門」と「バーチャルエンターテインメント部門」の2部門でアイデアを募集してきました。このたび「機動戦士ガンダム」総監督の富野由悠季氏や、橋本周司・早稲田大学副総長などの選定員が審査を行い、多くの一般公募の中から4名（受賞者のプロフィール、応募アイデアは公式サイトに掲載）が受賞しました。今後はこれらのアイデアに対して技術的なアイデアを追加挿入できるオープンプラットフォームを設置し、基本設計に反映していく計画です。10月に開催された授賞式には、受賞者や選定委員などが参加し、選定の理由や今後の方向性などについてプレゼンテーションが行われました。



授賞式に参加した富野由悠季氏（右端）、プレゼンターのミュージシャンのSUGIZO氏（左端）、受賞者の皆さん（中央3名）

福島県で東日本大震災被災地 の子どもたち向け活動を実施

(株)バンダイナムコホールディングスは、10月に福島県の郡山市と会津若松市で東日本大震災被災地の子どもたちに向けた活動を実施しました。この活動は、2011年より公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンと連携し行っている被災3県の子どもたちに向けた活動の一環です。今回は約70組の親子と一緒に、絵本「くまのがっこう」のジャッキーをモチーフとしたハロウィンリース作りを行いました。バンダイナムコグループは今後も被災地の子どもたちに向けた活動を行っていきます。



Portrait

現場から

「仮面ライダーゴースト」の玩具を開発

(株)バンダイ ボイズトイ事業部 ライダーチーム 井上 光隆 みつたか

仮面ライダーシリーズの最新作「仮面ライダーゴースト」が10月より放送中です。今回は、バンダイで玩具の開発を担当する井上光隆に話を聞きました。

Q 重点商品について教えてください。

A 「仮面ライダーゴースト」は、目玉型のキーアイテム「ゴーストアイコン（眼魂）」と変身ベルト「ゴーストドライバー」で偉人の力を駆使して戦います。重点商品「変身ベルト DXゴーストドライバー」は、劇中同様、さまざまな種類の「ゴーストアイコン」を認識し、光と音のギミックでなりきり遊びが楽しめます。「ゴーストアイコン」は、玩具はもちろん、ガシャポンや菓子、アパレルなどさまざまなカテゴリーで発売するほか、ユニークQRコードを活用して、データカードダスやゲームアプリなど、グループ内の商品・サービスと連動して遊ぶことができます。

Q その他の商品ラインナップは？

A メイン武器「4モード変形 DXガンガン

セイバー」は、「仮面ライダーゴースト」のフォームに合わせて多彩に変形します。「ムサシ魂」なら武器が2つに分かれて二刀流モード、「エジソン魂」なら電撃銃、「ロビンフッド魂」なら別売りの拡張アイテム「コンドルデンワ」と合体させて弓型の武器になるなど、最大8種の武器形態に変形・合体します。ほかにも、変身シーンを再現できるフィギュア「ゴーストチェンジシリーズ」や、「仮面ライダーゴースト」に続いて登場した「仮面ライダースペクター」の商品ラインナップも拡充し、売上の最大化を目指しています。

Q IPの立ち上げにあたり工夫した点は？

A 熱心なライダーファンだけでなく、ライトユーザーにも早い段階から興味をもってもらえるように、版權元様を中心に関係各社がタッグを組み、放送前からさまざまな映像を制作して新ライダーの露出を行い、IPの早期浸透を図りました。



©2015 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

商品面では、9月下旬から数量限定で、通常600円の「ゴーストアイコン」を特別価格100円で購入できるキャンペーンを実施しました。ベルトと連動する「ゴーストアイコン」をまず手にしてもらうことで、放送前から番組やベルトへの関心を高めていただくことができました。

Q 年末年始商戦に向けて

A 子どもたちの商品認知度は高く、番組のコンセプトもしっかりと理解されていますので、これから本格化する年末年始商戦に向けて、大きな手応えを感じています。今後の「仮面ライダーゴースト」の盛り上がりにはぜひご期待ください。

2008年バンダイ入社
2015年4月より現職
アパレル部門を経て

大型複合施設「EXPOCITY」(大阪)に バンダイ直営店 2店舗オープン

(株)バンダイは、11月19日にオープンした日本最大級の大型複合施設「EXPOCITY」(大阪・万博公園内)に、「GUNDAM SQUARE」(写真上)と「BC-bakery」(写真下)を出店しました。

「GUNDAM SQUARE」は、「GUNDAM Café (飲食)」を中心に、催事を行う「フォーラム (展示&イベント)」、充実したグッズを販売する「ショップ (販売)」と、3つのスペースで構成された関西初のガンダム専門店です。

「BC-bakery」は、焼きたてのパンやドリンクを提供するベーカリーカフェで、さまざまなIPとのコラボレーションメニューやオリジナルグッズの販売も行います。第1弾コラボレーションIPは「カピバラさん」です。

©創通・サンライズ・MBS



超合金の塊 ダイナミックキャラクターズ

12月26日発売予定/各1,296円 (全6種+シークレットカラー 1種)

(株)バンダイ

「超合金の塊」は、合金100%で金属の「重さ」と「冷たさ」、メッキの「輝き」を全高約50~80mmの、手のひらサイズで精密に表現したコレクション商品です。ラインナップも豊富で、第1弾「ダイナミックキャラクターズ」は、マジンガーZ、ボスボロット、ガラダK7、グレンダイザー、ゲッタードラゴン、鋼鉄ジーグの6種類です。また、2016年1月には第2弾「藤子・F・不二雄キャラクターズ」を発売するなど今後シリーズ化を予定しています。



©ダイナミック企画

マジカルイラストレーター

発売中/ 5,724円

(株)バンダイ

立体物や平面を簡単に模写できる商品です。本体の前に立体物や平面の対象物が来るように準備し、接眼レンズをのぞくと、対象物が本体に置いた用紙に写って見え、ペンや鉛筆などでなぞることで簡単に模写を楽しめます。また、部品はすべて本体裏側に収納でき、片付けはもちろん、持ち歩いて外出先で楽しむこともできます。風景や人物などの立体物を簡単に模写できる商品は日本初です。



©TRYWORKS
©John Adams Leisure Ltd.

キャラデコクリスマス

予約受付中 (12月下旬発売予定) / オープン価格 (株)バンダイ

人気キャラクターのクリスマスケーキが今年も登場します。デコレーションケーキには食べた後も楽しめるオーナメント (飾り物) のほか、別売りの玩具にセットして遊ぶことができる限定のオリジナルアイテムなどが付属。また、ケーキ箱にもキャラクターデザインをあしらひ、受け取った瞬間のうれしさも演出します。ラインナップは「仮面ライダーゴースト」、「手裏剣戦隊ニンニンジャー」、「Go! プリンセスプリキュア」、「妖怪ウォッチ」の全4種類です。



キャラデコクリスマス「仮面ライダーゴースト」



キャラデコクリスマス「仮面ライダーゴースト」に付属する「サンタゴーストアイコン」

©2015石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

STARWARS ACTION PEN

12月中旬発売予定/ 1,296円

サンスター文具(株)

「R2-D2」「C-3PO」「ヨーダ」「ダース・ベイダー」といった『スター・ウォーズ』往年の人気キャラクターに加え、新作映画に初登場する「カイロ・レン」や「ストームトルーパー」をラインナップに加えたギミック付きアクションボールペンです (全6種)。クリックと連動してボディが回転し、攻撃アクションを行うなど、ダイナミックに動きます。アクションを「TRY」できる台紙付きで、売場でも存在感を発揮します。



Disney STARWARS.COM
© & ™ Lucasfilm Ltd.

賞金総額1,000万円をかけて 「鉄拳7」の公式大会を開催中

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、アーケード用3D対戦格闘ゲーム「鉄拳7」の公式大会「THE KING OF IRON FIST TOURNAMENT 2015」を9月より開催しています。シリーズ20周年を締めくくる“熱き拳の祭典”として、国内開催のアーケード用ゲーム機の大会としては最大級となる総額1,000万円の賞金をかけて戦うバンダイナムコエンターテインメント初の賞金制公式大会です。「GRAND FINAL」は12月12日にバンダイナムコエンターテインメント本社で行われ、各部門の代表選手に加え、海外招待選手も参戦し、“鉄拳界で一番強いプレイヤー”が決定します。大会を通じて多くの人に20周年を迎えた『鉄拳』シリーズを知ってもらい、さらなる拡大を目指します。



TEKKEN™7 & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

パックマン生誕35周年記念商品 発売中

バンダイナムコエンターテインメントは、1980年に誕生したアーケードゲーム『パックマン』の生誕35周年記念商品を発売中です。第1弾は、田中貴金属ジュエリー(株)とのコラボレーション商品で、ゲーム画面を純金プレートで再現した「純金パックマン」(35個限定/35万円)です。第2弾は、人気ブランド「OUTDOOR PRODUCTS」とのコラボレーション「PAC-MAN×OUTDOOR PRODUCTS」で、パックマン柄のデイパックなど全8種(2,800～9,800円)を発売します。第1弾、第2弾とも、公式通販サイト「ラビットマーケット」(<http://shop.bandainamcoent.co.jp/>)で予約受付中です。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

「第44回 東京モーターショー 2015」に バンダイナムコエンターテインメントが初出展

10月29日～11月8日に開催された「第44回東京モーターショー 2015」に、バンダイナムコエンターテインメントが初出展し、初披露となる「リアルドライブ」を参考出品したほか、スマートフォン向けゲームアプリ「ドリフトスピリッツ」の試遊展示を行いました。「リアルドライブ」は、ドームスクリーンと可動シートで実車さながらの動きを再現し、憧れのスポーツカーの走行を本格的に楽しめる新しいスポーツ走行体感マシンです。また、「ドリフトスピリッツ」は、実際に運転席に座ってスマートフォン端末で操作し、リアルなドリフト走行でカウンタック(ランボルギーニ)などアプリ未登場のマシンを先行で体感できる新しい試遊も実施し、連日多くの車ファンのお客さまにお楽しみいただきました。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

New Products

新製品情報

PS4/PS3用ソフト 「ジョジョの奇妙な冒険 アイズオブヘブン」

12月17日発売予定/PS4版:8,200円、PS3版:7,200円 (株)バンダイナムコエンターテインメント

大人気マンガ「ジョジョの奇妙な冒険」を題材にした家庭用ゲームの最新作。2013年発売の「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」は累計出荷数50万本を突破。本作は自由に動き回れる立体的なフィールドで「ジョジョ」による夢のタッグバトルが幕を開けます。原作にはなかった夢のコンビで2vs2のタッグバトルが楽しめるほか、原作者の荒木飛呂彦が監修した壮大なオリジナルストーリーも展開されます。



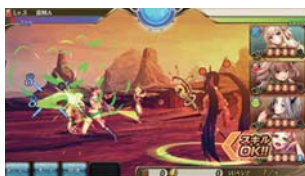
©荒木飛呂彦/集英社・ジョジョの奇妙な冒険製作委員会
©荒木飛呂彦&LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社・ジョジョの奇妙な冒険SC製作委員会 ©LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

「ニューワールド」

2015年秋配信予定

(株)バンダイナムコエンターテインメント

新規オリジナルIPのスマートフォン向けゲームアプリ。(株)サイバーコネクトツーとタッグを組んだ本格3D RPGで、キーキャラクターデザインは貞本義行が担当。「.hack」の世界観とコンセプトをもとに新たな作品として再構築しました。3Dモデルによる美麗な世界観とキャラクター、爽快な3Dバトル演出が魅力の商品です。



©.hack Conglomerate ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

アミューズメント景品「ルパン三世 CREATOR×CREATOR -FUJIKO MINE-」

12月上旬投入予定 (株)バンプレスト

写真家と造型師が組んで造り上げる「CREATOR×CREATOR」シリーズ。今回はルパン三世一味の紅一点「峰不二子」を多くのユーザーに受け入れてもらえるように研究し、制作しました(全2種、全長約14cm)。12月上旬より全国のアミューズメント施設に向けて投入します。



©モンキー・パンチ/TMS・NTV

妖怪ウォッチのオフィシャルショップ 「ヨロズマート in アーバンドック ららぽーと豊洲」オープン

㈱ナムコは、妖怪ウォッチ製作委員会の協力のもと、テレビ番組制作やライセンス事業などを手がける㈱BIGFACEとの共同企画により、10月23日に「妖怪ウォッチ」のオフィシャルショップ「ヨロズマート」を「アーバンドック ららぽーと豊洲」(東京都江東区)にオープンしました。現在、「妖怪ウォッチ」の関連商品を専門に扱う公式店舗は、期間限定のイベントショップなどに限られ、常設では「ヨロズマート」が初めての出店となります。

当施設は「妖怪ウォッチ」の世界観をお客さまに発信する機能を担い、施設の規模や内装はもとより、ここでしか買えないショップオリジナル商品を充実させるなど、品揃えにおいても「妖怪ウォッチオフィシャルショップ」に相応しい内容となっています。



DX 等身大おすわりぬいぐるみ
みだニャン ジバニャン
(オリジナル商品)

©L5/YWP-TX

インドに現地法人を設立し アミューズメント施設をオープン

バンダイナムコグループは、アジア地域における事業強化を目的に、2015年6月、インドに現地法人「BANDAI NAMCO INDIA PRIVATE LIMITED」を設立しました。10月22日にはインド最大の都市であるムンバイ市内の大型ショッピングモール「Oberoi Mall (オベロイモール)」内に、「namco Oberoi Mall Mumbai (ナムコ オベロイモール・ムンバイ店)」を出店しました。日系企業によるインドへのアミューズメント施設出店はナムコが初めてです。

「ナムコ オベロイモール・ムンバイ店」は、明るく、安全・安心な日本基準の店舗となっており、余暇市場が急成長するアジアの新興地域で、豊かな生活を追求するファミリー層をターゲットとした「ファミリーエンターテインメントセンター」施設です。



新しいあそび体験施設「AsoMIX」 ららぽーと海老名にオープン

ナムコは、ファミリー向け屋内型複合遊戯施設「ナムコ・AsoMIX (アソミックス)」を10月29日、大型商業施設「ららぽーと海老名」(神奈川県海老名市)4階にオープンしました。明るく広々とした店内は、新業態の「あそびパークPLUS (プラス)」「キャラポップストア」「ファミリーシールプリント KI-SE-KA (キセカ)」の3つのゾーンからなり、バンダイナムコグループならではのコンテンツを楽しむことができます。「あそびパークPLUS」は、“夢中になって遊ぶ”をコンセプトに、テクノロジーを使った遊びからアナログな遊びまで多彩な遊具を取り揃え、0～12歳の子どもが存分に楽しめるプレイグラウンドとなっています。



namcoゆめタウン博多店と アピタ飯田店ゲームコーナーオープン

ナムコは「namcoゆめタウン博多店」を7月31日、商業施設「ゆめタウン博多」(福岡県福岡市)2階にオープンしました。ファミリーを中心にカップルや学生まで幅広く楽しめる大型アミューズメント施設です。

また、「アピタ飯田店ゲームコーナー」を10月15日、商業施設「アピタ飯田店」(長野県飯田市)2階にオープンしました。ファミリーを中心に地域のお客さまに密着した施設となっています。



1月よりTVアニメ「ラクエンロジック」と「Dimension W」放送開始

バンダイビジュアル(株)、(株)ランティスが製作に参加するTVアニメ2作品が1月より放送されます。1月9日放送開始の「ラクエンロジック」は、特別な力を持つ少年少女たちが、美しき女神たちと合体×変身し、世界の命運をかけた壮絶な戦いに身を投じていくオリジナルSF美少女バトルアクションアニメです。トレーディングカードゲームと連動した展開を行い、12月31日には特別番組の放送も決定しています。

岩原裕二の人気漫画を原作に、1月10日から放送が始まる「Dimension W」は、第四の次元「W」から無限のエネルギーを取り出せる発明品“コイル”を巡り繰り広げられる近未来SFアクションアニメです。本作は海外での展開も予定しており、世界中のアニメファンへ作品をアピールしていきます。



「ラクエンロジック」



「Dimension W」

©Project Luck & Logic ©岩原裕二/スクウェアエニックス・DW製作委員会

「ガールズ&パンツァー 劇場版」「コードギアス 亡国のアキト 最終章」公開

戦車を使った武道「戦車道」を極める女子高生たちの青春を描き、人気を集めたTVアニメ「ガールズ&パンツァー」。その後日談となる新作劇場版が、このほど全国公開されました。新たなキャラクターや戦車が登場し、“ガルパン”ファン必見の内容となっています。

また、シリーズ最終章となる「コードギアス 亡国のアキト 最終章 愛シきモノたちへ」が2016年2月6日より公開されます。個性豊かなキャラクターとスピーディなストーリー展開、迫力あるメカアクションで多くのファンを魅了してきたシリーズのラストを飾る作品にご期待ください。



©GIRLS und PANZER Film Projekt

©SUNRISE/PROJECT G-AKITO Character Design 2006-2011 CLAMP・ST

「機動戦士ガンダム サンダーボルト」12月25日よりアニメ配信開始

太田垣康男の人気漫画「機動戦士ガンダム サンダーボルト」がアニメ化されます。“一年戦争”を舞台に宿命を背負った兵士たちのリアルな戦場が描かれ、これまでのガンダムシリーズの中でも特に重厚なストーリー展開となっています。大ヒットした「機動戦士ガンダム UC」の制作チームが手掛ける本格メカアクションも注目です。シリーズ第1話は、12月25日より有料配信を開始します。それに先駆けて、スマートフォンアプリ「ガンダムファンクラブ」では、12月11日より最速配信を実施。バンダイナムコグループ各社連携のもと、「機動戦士ガンダム サンダーボルト」を盛り上げていきます。



©創通・サンライズ

ガンダム初の“公式ファンクラブ”スマホ向け「ガンダムファンクラブ」サービス開始

(株)バンダイナムコライツマーケティングは、10月1日にスマートフォン向けアプリ「ガンダムファンクラブ」をリリースしました。1979年の「機動戦士ガンダム」放送開始から36年、待望の公式ファンクラブの誕生です。利用価格は月額600円(税込)で、過去の名作から最新作までの映像視聴に加え、ファンクラブ会員限定の特典映像やライブ映像の配信、チケット先行販売や限定プレゼントなどが予定されており、ガンダムを余すところなく楽しめるサービスが盛りだくさんのファンクラブです。

©創通・サンライズ



GUNDAM
FANCLUB

ラブライブ! The School Idol Movie

Blu-ray特装限定版:9,800円、Blu-ray通常版:6,800円
12月15日発売予定/バンダイビジュアル(株)

今年6月に公開され、大ヒットを記録した「ラブライブ! The School Idol Movie」がBlu-rayで登場します。特装限定版の特典には、「μ's Next Live」のチケット最速先行抽選申込券、μ'sオリジナルソングCD、原案・公野櫻子書き下ろし小説、特製ブックレット(28ページ)を封入のほか、5月に開催されたイベント「μ's Fan Meeting Tour 2015 ~あなたの街でラブライブ!~」の映像などを収録。9人の少女たちと紡ぐスクールアイドル青春ドラマをお楽しみいただけます。



©2015 プロジェクトラブライブ! ムービー

New Products

新製品情報

アジア地域での商品展開が好調に推移 世界に通用する新規IPの獲得を目指す

(株)バンダイは、8月5日に社長交代を行い、新しい代表取締役社長に川口勝（前・専務取締役）が就任しました。今回は川口社長に、トイホビー事業の国内および海外における取り組みと、中期計画の進捗状況、さらに年末年始商戦に向けた期待や今後の抱負などを語ってもらいました。

——社長を指名されたときはどのような気持ちでしたか？

川口 今年4月に専務取締役に就任したばかりでしたので、社長任命の話聞いたときはまさに青天の霹靂でした。就任し、改めて責任の重さを痛感していますが、社員と一緒に、これからさらにアグレッシブな会社にしていきたいと思っています。

——バンダイではどのような仕事に携わってきたのですか？

川口 営業やマーケティングを中心に、バンダイのほとんどの事業に携わってきました。その中でもゼネラルマネージャーとしてコレクターズ事業部を立ち上げ、海外市場を意識した取り組みを行ってきたことが、今も印象に残っています。このときの経験は、「日本発アジア一気通貫」という戦略に繋がり、現在トイホビー事業全体でアジア展開の強化に取り組んでいます。

——中期計画を進める上で課題は？

川口 国内では、「妖怪ウォッチ」の人気の影響を定番IPが受けたことから、男児・女児向けともに定番IPの

さらなる強化が今の一番の課題です。また、海外では、アジア展開のエリアを徐々に拡大し、「日本のバンダイ」から「アジアのバンダイ」へとステップアップしていきたいと思っています。中期計画のビジョン「真のグローバル化」を達成するためにも、人材面の強化と海外事業の充実に取り組んでいかなければならないと考えています。

——秋から新番組が始まり、新たな強力IPが登場しています。

川口 10月からスタートした新番組「仮面ライダーゴースト」は、主力の変身ベルトなどが好調な売れ行きを見せています。女児向けの新規IP「かみさまみならい ヒミツのここたま」も、「ここたまドール」を中心に売上を伸ばしており、年末年始商戦に向けて期待が持てます。ガンダムシリーズの最新作「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」も好調で、35周年を迎えた「ガンプラ」をはじめ、関連商品が売れています。

——年末年始に期待される商品は？

川口 「仮面ライダーゴースト」の変

身ベルトや、好調なガンプラが引き続き売上に貢献してくれると思います。また、「かみさまみならい ヒミツのここたま」のカスタマイズできるハウスドール玩具や、家庭用カラオケマイク商材「カラオケランキンパーティ」など、女児玩具も例年以上に期待が持てそうです。そのほか、「スーパー戦隊」シリーズや、「プリキュア」シリーズなどの定番IPもここに来て好調に推移しています。「妖怪ウォッチ」も安定した人気ですので、年末年始も圧倒的NO.1を目指します。

——アジア地域の状況は？

川口 「機動戦士ガンダム」シリーズは、映像の無料配信やイベント開催が商品の人気にもつながり、アジアでも高い人気となっています。日本で大ブームを巻き起こした「妖怪ウォッチ」は、先行する韓国・香港・台湾に続けて、シンガポール、タイ、マレーシア、フィリピンなどの東南アジア地域でも順次展開しています。また、「スーパー戦隊」シリーズも好調です。特に韓国を中心に、日本で好評だった「獣電戦隊キョウリュウジャー」の人气が拡大しており、これから放送予定の他のエリアでも期待が持てます。「スーパー戦隊」シリーズは、バンダイにとって大きな柱となる主要IPであり、アジアでも弾みをつけていきたいと思っています。

10月からスタートした新番組・新規IP

◆機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ



©創通・サンライズ・MBS

◆かみさまみならい ヒミツのここたま



©BANDAI / TV TOKYO・ここたま製作委員会

◆仮面ライダーゴースト



©2015 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

国内外で「オールバンダイ」の一体感を高め 情熱を持ってチャレンジできる会社になりたい

—欧米はどうですか？

川口 中期計画のスタートにあわせ、この4月から国内に新たな部署を設け、欧米拠点のIP投資や商品の企画開発を強力にサポートする体制に変えました。これにより欧米は販売マーケティングに専念できる体制となりました。その効果もあって、赤字幅はかなり縮小しています。今は、早期の黒字化と次の成長を目指して、ディズニー映画「Big Hero 6」(邦題：ベイマックス)のように、ワールドワイドに通用する新規IPの導入を準備しているところです。また、欧米の主力定番IPである「パワーレンジャー」は、今年スタートした「Power Rangers Dino Charge」(ダイノチャージ)が堅調に推移しています。そのほか、ハイターゲット向け商品も売上を伸ばしており、今後の注目分野として期待しています。

—海外戦略に向けた人材育成は？

川口 アジア各国と日本の社員が共同で研修を行う交換育成プログラムを実施しています。日本とアジアの中核である香港で開催し、基本的に英語で行っており、グローバル人材の育成に役立てるとともに、現地の社員との一体感を強めています。海外を含めた社員全員が一丸となって、「オールバンダイ」としての意識をつきかけになればと考えています。

—バンダイの強みは何でしょうか？

川口 バンダイは未就学児に向けた商品開発を得意としていますが、ハイターゲット層を対象にした大人向

け商品についても拡大できる素地を持っている点が強みだと思います。過去のIPをハイターゲット層向けに商品展開するなど、商品化していないIPを展開し、未就学児向けとハイターゲット層を二本の軸としながら、国内から海外へと展開していきたいと考えています。

去年は「妖怪ウォッチ」が大ブームになったこともあり、昨年と比べると玩具市場は少し落ち込んでいます。その一方で、プラモデル、ハイターゲット向け商品、カプセルトイは、今期も好調に推移しています。多彩なIPラインナップと事業ポートフォリオで補完し合うことができるバンダイの事業分野の幅広さを実感しています。

—新社長としての心構えと社員に期待することを教えてください。

川口 上野和典前社長と一緒に作り上げてきた現在の中期計画を推進しながら、徐々に私の個性を出すことができたいと思っています。今の執行役員とは年齢が近いこともあり、上司と部下というよりは、よきムードメーカーのような立場でリーダーシップを発揮していきたいです。バンダイには「敗者復活」という社風があります。私自身も過去にはいろいろと失敗しましたが、その経験が今に活かされていることを強く感じています。社員には失敗を怖れず、やりたいことに前向きに取り組んで



かわぐちまさる ■川口勝 社長のプロフィール

1960年11月2日生
1983年4月 (株)バンダイ入社
1994年4月 福岡営業所 所長
2002年4月 執行役員
バンダイ事業部ゼネラルマネージャー
2006年4月 取締役 流通政策担当
2010年4月 常務取締役
ホビー事業政策 品質保証政策担当
2015年4月 専務取締役 トイ事業政策 品質保証政策担当
2015年8月 代表取締役社長

ほしいし、情熱を持ってチャレンジできるような会社にしていきたいと考えています。

—株主の皆さまへメッセージを。

川口 バンダイの強みは、IP軸、事業軸、ターゲット軸、エリア軸という4つの軸を持つポートフォリオ経営だと考えています。この軸の中で、強い部分はどんどん伸ばし、事業展開の余地があるところは積極的に攻めていくという姿勢を大事にしています。

今後も事業拡大・新規IPの獲得に向けて尽力して参りますので、何卒よろしくお願いいたします。

3カ年中期計画のスタートとなる2015年度は、各事業でヒット商品・サービスが生まれ、良い形で折り返すことができました。特に、アジア地域におけるトイホビーや欧米地域における家庭用ゲームの好調により、海外での事業が拡大したことは、グ

ローバル市場で「NEXT STAGE」を目指すバンダイナムコグループにとって大いに意義あることだと感じています。

また、このたび2015年3月末現在の当社株主名簿に記載または記録されている株主様の優待制度で、約980名の株主様に寄

付を選択いただきました。皆様の寄付と当社からの寄付を合わせ、合計1,000万円を公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに寄付させていただきます。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る予定です。

シュリケン合体 DXゲキアツダイオー

発売中／オープン価格

(株)バンダイ

テレビ朝日系で放送中の「手裏剣戦隊ニンニンジャー」に登場するロボアイテム。スターニンジャーを含む6人のオトモ忍が6体合体することで、ゲキアツダイオーが完成し、合体音を楽しめます。背中のレバーを回すと胸が回転してニンニンジャー型の「発射弾」が6発発射。さらに、別売りの「DXバイソッキング」(7,344円／発売中)と「DXライオンハオー」(10,778円／発売中)を合体させて全高約470mmの超ゲキアツ巨大ロボ「霸王ゲキアツダイオー」が完成します。付属の「オトモ忍シュリケン激熱」は別売りの「忍者一番刀」(5,378円／発売中)にセットしてオトモ忍召喚遊びが可能です。その他「発射弾」が8個付属。



ゲキドライブ GD-001 ドラゴンゲイル

2016年1月23日発売／1,296円(税込)

(株)バンダイ

「ゲキドライブ」は白熱したレースシーンと、カスタム(パーツ組み替え)のしやすさを追求した新しいタイプのレーシングホビーです。マシンは、「リンクユニットシステム」と呼ばれるフロント、センター、リアからなる3つのユニットで形成されており、コースに合わせたスピーディーなカスタムが可能です。さらに「ゲキドライブ」最大の特徴といえるのが、フリーレーンでの白熱したレーシングスタイルです。90度のバンクを含む、仕切りのないコースを遠心力でダイナミックに曲がりながら疾走します。フリーレーンだからこそ発生する「競り合い」「追い抜き」、そして予期せぬ「クラッシュ」などのレースシーンを楽しむことができます。



「地球で遊ぼう！」プロジェクト 「屋内砂浜 海の子」

(株)バンダイナムコエンターテインメント

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、最新テクノロジーを活用して大自然での遊びを屋内で楽しめる新しい遊び場を提供する「地球で遊ぼう！」プロジェクトの展開がスタートしました。

第一弾は、ショッピングセンターで海遊びができる「屋内砂浜 海の子」で、一面に敷き詰められた砂場に、南国のきれいなビーチを映像と立体音響で再現した海遊びパークです。サラサラの砂に打ち寄せる波間を裸足で走り回る気持ちよさや、海で泳ぎ回る生き物を追いかけてつかまえたりすることができ、手軽かつ安全に海遊びを思う存分楽しめます。この「屋内砂浜 海の子」は、「ららぽーと海老名」4Fに10月29日にオープンしたナムコ運営の新施設「AsoMIX」に導入されています。

今後も大自然でのさまざまな遊びをテーマにした新しい遊び場の提案を予定しており、国内外に展開していきます。



機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ 1

Blu-ray特装限定版：3,800円、DVD：2,800円(税抜)

12月24日発売予定

バンダイビジュアル(株)

毎週日曜午後5時からMBS／TBS系列で絶賛放送中の「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」が、Blu-ray & DVDで発売されます。この作品は、監督：長井龍雪、脚本：岡田麿里、キャラクターデザイン原案：伊藤悠など、実力派クリエイターが集結し、少年たちの絆や成長、それに伴い変化を遂げてゆく「ガンダム」の姿を描き、放送直後から話題となりました。Blu-rayの特典には、キャラクターデザイン原案の伊藤悠が描き下ろしたコミックや、特製解説書(20ページ)に加え、PSVita用ソフト「機動戦士ガンダム EXTREME VS-FORCE」(12月23日発売予定、発売元：(株)バンダイナムコエンターテインメント)で、スペシャルアイテムがダウンロードできるプロダクトコードが付属します。

