

トップインタビュー

株式会社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

**2019年度第1四半期は好調なスタート
通期見込の必達をグループ一丸となり目指す**

バンダイナムコグループの中期計画が間もなく折り返し地点を迎えます。今回は、(株)バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に、2020年3月期(2019年度)第1四半期(2019年4月～6月)の業績や各事業の動向などについて話を聞きました。

―第1四半期業績を発表しました。

田口 2019年度第1四半期業績は、売上高1,592億円、営業利益228億円となり、第1四半期の売上高としては過去最高の実績となりました。事業面では、国内外でハイターゲット層(大人層)に向けた商品、国内の玩具や玩具周辺素材が好調だったトイホビー事業、国内外のネットワークコンテンツや家庭用ゲームのリピーター販売が好調だったネットワークエンターテインメント事業などが好調に推移しました(詳細は4ページを参照)。

―上期の見込を修正しました。

田口 第1四半期の実績と、第2四半期に予定している商品・サービスのラインナップやマーケティング計画などを踏まえ、上期の利益見込を修正しました。上期の売上高については年初計画通り3,400億円とし、営業利益の見込を310億円から400億円に修正しました。事業別では、トイホビー事業の上期営業利益見込を100億円から140億円に、ネットワークエンターテインメント事業の上期営業利益見込を160億円から210億円に修正しました。

ネットワークエンターテインメント事業の営業利益が第1四半期の実績に比べ、第2四半期の見込が下回る予定

ですが、これは事業が苦戦する想定ということではありません。ネットワークコンテンツでは、第1四半期の新規タイトルが国内外1タイトルだったのに対して、第2四半期は9タイトルの投入を予定しています。また、家庭用ゲームは、第1四半期は大型タイトルの発売がありませんでしたが、9月下旬にワールドワイド向け新作タイトル「CODE VEIN」を発売する予定です。これにより、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームとも、開発費や広告宣伝費などマーケティング関連の費用が発生し、第2四半期はコストが先行する見込です。

―通期の見込については？

田口 2019年度通期見込につきましては、年初計画の売上高7,200億円、営業利益700億円から修正を行っていません。足元の事業は好調に推移していますが、世界規模で環境が激変する中、市場や顧客の動向を慎重に見ていく必要があると考えています。

また、複数の家庭用ゲームの新作大型タイトルを第4四半期に発売する予定です。さらには、中長期での成長に向けたIP*開発や技術研究などの投資を引き続き積極的行いたいと考えています。今後も気を緩めることなく、現在掲げている計画の必達をグループ一丸となって目指してい



きます。

―海外の大型イベントに積極的に参加していますね。

田口 バンダイナムコグループと版權元が世界8都市で共同開催するツアーイベント「DRAGON BALL WORLD ADVENTURE」がスタートしました。7月のサンディエゴを皮切りに、8月までに上海、メキシコシティ、香港、ケルンの5都市で開催し、グループ横断で「DRAGON BALL」の商品・サービスの魅力をアピールしました。また、6月に北米で開催されたAnime Expo 2019でも国内外のグループがALL BANDAI NAMCOで一体となり、「機動戦士ガンダム」を前面に打ち出した展示を行ったほか、「ラブライブ！サンシャイン!!」のライブイベントを開催しました。このような機会を活用し、世界のファンにIPの魅力をダイレクトにアピールし、そこで得た反応を今後の事業展開に生かしていきたいと思っています。

(次ページに続く)

*IP: Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産

ALL BANDAI NAMCOで連携して 重点地域である中国市場に取り組む

—中国市場の動向は？

田口 進行中の中期計画では中国を重点地域と位置付けています。中国においては、上海の持株会社のもと、4つの事業会社を設立し、中国市場においてALL BANDAI NAMCOで一体となり、連携していくことを目指しています。5社の社員が一つのオフィスで仕事をしており、コミュニケーションが自然に取れるような体制を取っています。足元では、ガンブラ（ガンダムのプラモデル）や「ウルトラマン」の玩具、スマートフォン向けゲームアプリケーションなどが人気となっており、売上規模も拡大しています。また、新たな動きとして、10月に上海にバンダイナムコホールディングスと(株)集英社の共同出資会社を設立する予定です。新会社はトイホビーに所属し、集英社漫画原作版権の商品の開発やECサイトでの販売を行います。現地のIPファンの嗜好に伝えるクオリティにこだわった商品をお届けしていきたいと思っています。

—各事業の動向を教えてください。

田口 トイホビーは、来年2020年が「ガンブラ40周年」ということで、国内外でガンブラの拡販に取り組んで

います。7月からは、日本を除く世界23の国と地域で新作アニメ「SDガンダムワールド 三国創傑伝」の配信が始まりました。三国志をモチーフにし中国などアジアを強く意識した本作品の配信とともに、ガンブラのさらなる拡販をはかっていきます。

また、海外でのガンブラ拡販により、今後高まるであろう需要に対応すべく、生産体制も強化します。これまでも静岡の生産拠点バンダイホビーセンターに加え、国内グループ会社での生産や、中国協力工場での一部商品の生産を行ってきました。これに加え、バンダイホビーセンターの増床と設備増強を行います。増床部分となる新館は2020年秋以降に稼働開始予定で、バンダイホビーセンターの生産能力は、現状の約1.4倍となる予定です。

さらに、中長期の視点でIP創出への投資を行うバンダイナムココンテンツファンドから誕生する第1号案件として、AI（人工知能）を活用したデジタルカードゲーム「ゼノンザード」の配信がスタートしました。カードゲームの新ジャンルとしてだけでなく、IPとしても育成していきます。

—ネットワークエンターテインメントについては？

田口 ネットワークエンターテインメントは、家庭用ゲームのワールドワイド向けタイトルとして、「CODE VEIN」に続き、2020年に「ドラゴンボールZ KAKAROT」「ONE PIECE 海賊無双4」の発売を予定しています。また、発売時期は未定ですが、(株)バンダイナムコエンターテインメントと(株)フロム・ソフトウェアの共同開発によるアクションRPGゲーム「ELDEN RING」を発売することを発表しました。このタイトルは世界中で大ヒットしている「DARK SOULS」シリーズでタグを組んだ両社の新作として大きな話題となっています。

家庭用ゲームもネットワークコンテンツも、クオリティにこだわった開発に注力しています。クオリティの高いタイトルを投入し、ダウンロードコンテンツの販売やイベントの開催など、顧客に向けた継続的で魅力的な施策を行うことで、長く楽しんでいただける展開を目指します。

また、ゲーム周辺業界では、さまざまな新プラットフォームの投入が表明されています。バンダイナムコでは、全てにおいて顧客起点で考えるということ、そしてニーズに応じてマルチプラットフォームで考える



▲ドラゴンボールZ KAKAROT
©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.



▲アイドリッシュセブン2nd LIVE「REUNION」ライブ
©BNOI/アイナナ製作委員会

◀SDガンダムワールド 三国創傑伝 ©創通・サンライズ

ということを基本方針としています。どのようなアプローチができるのか、何をお客さまが期待しているのかをしっかりと見極めて検討を行っていきます。

—リアルエンターテインメントは？

田口 リアルエンターテインメントでは、景品機の好調などにより国内の既存店が好調に推移しています。また、足元では、スポーツアスレチックの「TONDEMI」など、バンダイナムコならではの体験を楽しむことができる場を提供する新業態の展開を強化しています。その一環で、7

月にバンダイナムコのIPの世界観を再現するノウハウや技術力を生かし、アニメやゲームの世界に入り込む感覚を味わうことができる大型施設「MAZARIA」をオープンしました。東京・池袋という立地も生かし、幅広い層やインバウンド需要も取り込んでいきたいと思っています。商戦期の8月から9月にかけては、「ワンピース」の映画と連動した大型キャンペーンを開催し、ナムコ店舗限定のフィギュア景品を複数投入するなど、映画との相乗効果でIPや店舗の盛り上げをはかりました。



商品・サービスを通じて世界で最も期待されるエンターテインメント企業を目指し続ける

—映像音楽プロデュースは？

田口 映像音楽プロデュースは、映像、音楽、ライブの3つの事業が三位一体となり、IPを創出・育成しプロデュースしています。「アイドルリッシュセブン」や、ラブライブ！シリーズはこのプロデュースが効果を発揮した事例です。7月に2日間開催した「アイドルリッシュセブン」のライブでは、ライブビューイングを含め、来場・集客人数が16万人となり、グッズの販売も好評でした。9周年を迎えたラブライブ！シリーズでは、パッケージソフトやグッズの販売のほか、2020年1月には、さいたまスーパーアリーナでシリーズに登場する4つのスクールアイドルグループが出演するキャスト参加型の「ラブライブ！フェス」の開催を予定するなど、さまざまな施策によりIPを盛り上げていきます。今後もIPの特性に合わせた展開を行うとともに、新たなIPのプロデュースにも積極的に取り組みます。

—IPクリエイションは？

田口 IPクリエイションでは、「ガンダム40周年」にあわせ、現在のファンに加え、新たな地域や新たなファンを取り込むため、さまざまなタイ

プのガンダムの映像作品を提供していきます。「SDガンダムワールド 三国創傑伝」に続き、10月からは「ガンダムビルドシリーズ」最新作の配信、そして劇場作品「ガンダム Gのレコンギスタ」や「機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ」の公開も予定していますので、ご期待ください。

また、新規IP創出にも積極的に取り組んでいます。7月に米国で開催されたAnime Expoでは、大友克洋監督の新作SF長編アニメ「ORBITAL ERA」の制作、そして「AKIRA」の新作アニメプロジェクトを発表し、世界中で大きな話題となりました。IPクリエイションでは、今後も新しい話題を発信し続けたいと思います。

—株主総会はいかがでしたか？

田口 6月24日に開催された株主総会では、さまざまなご意見やご質問をいただきました。株主の皆様とのコミュニケーションを通じて、投資先の一つということだけではなく、商品・サービスのファン、バンダイナムコそのもののファンという方が多くいらっしゃることを改めて強く感じました。

また、このたびバンダイナムコホールディングスが日経平均株価の構成銘柄に採用されました。日本の上場企業を代表する225社の1社に選ばれたということは、今後バンダイナムコが世界で存在感を高めていくことを期待されているのだと感じています。国内外のステイクホルダーの皆様へ信頼され長く応援していただけるよう、商品・サービスを通じ世界中に「夢・遊び・感動」を提供し、世界で最も期待されるエンターテインメント企業を目指し続けたいと思います。—まもなく中期計画の折り返し地点を迎えます。

田口 日本IPの魅力が世界に認知され、人気が広がるというチャンスがある一方、これまでの考え方やビジネスモデルだけでは通用しなくなる時代がやってきています。バンダイナムコは、次の時代の顧客にも支持していただくため、今の時代に合った新しい商品・サービスのあり方へのモデルチェンジや将来に向けた種まき投資を積極的に行っていきます。中期計画のビジョン「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」にあるように、CHANGEすることを恐れず、新たなステージに進んでいきたいと思っています。

(株)バンダイナムコホールディングスは、2020年3月期の第1四半期累計期間（2019年4月～6月）の連結業績を発表しました。

<トイホビー事業>

国内および海外において、「機動戦士ガンダム」シリーズのプラモデルやコレクターズフィギュアなどのハイターゲット層（大人層）に向けた商品や、「DRAGON BALL」シリーズのカード関連商品などが人気となりました。国内においては、ハイターゲット層向けの商品、「DRAGON BALL」シリーズや「仮面ライダー」シリーズ、「スーパー戦隊」シリーズなどの定番IPの玩具および周辺商品が好調に推移しました。海外においては、アジア地域においてハイターゲット層に向けた商品や「ウルトラマン」シリーズなどの商品が人気となりました。欧米地域では、子ども層に加え、ハイターゲット層に向けた商品の販売・マーケティング強化に向けた取り組みを推進しました。

<ネットワークエンターテインメント事業>

ネットワークコンテンツにおいて、ワールドワイド展開している「DRAGON BALL」シリーズや「ワンピース」、国内の「アイドルマスタ

ー」シリーズなどの主力タイトルがユーザーに向けた継続的な施策により好調に推移しました。家庭用ゲームにおいては、新作大型タイトルの発売はありませんでしたが、「JUMP FORCE」や「ACE COMBAT 7: SKIES UNKNOWN」、「ドラゴンボール ファイターズ」などの既存タイトルのリピート販売が、ユーザーに向けた継続的な施策により海外を中心に人気となりました。

<リアルエンターテインメント事業>

アミューズメント施設において、国内既存店売上高が前年同期を上回ったほか、バンダイナムコならではの体験を楽しむことができる“場”を提供する新業態の展開を強化しました。業務用ゲームにおいては、今後導入予定の新製品の開発を推進しました。

<映像音楽プロデュース事業>

「ガールズ&パンツァー」の新作映像の劇場公開、「アイドルマスター」シリーズや「ラブライブ！サンシャイン!!」などの映像音楽パッケージソフトの販売やライブイベントの開催などのIPプロデュース展開により、話題喚起をはかりました。しかしながらパッケージソフト販売全体では、複数の高付加価値商品の発売があっ

た前年同期とのプロダクトミックスの違いにより前年同期には及びませんでした。

<IPクリエイション事業>

映像製作においては、40周年を迎えた「機動戦士ガンダム」シリーズなどにおいて、第2四半期以降に公開予定の新作映像の製作やさまざまな情報の発信によりIPの話題喚起をはかりました。また、IP創出強化に向け、グループ横断での取り組みやアニメ製作体制強化などの施策を推進しました。ライセンス収入については、好調だった前年同期と同等の水準となりました。

2020年3月期の第2四半期累計期間の連結業績予想数値につきましては、第1四半期累計期間の実績および第2四半期に予定している商品・サービスのラインナップやマーケティング計画などを踏まえ、下表の通り修正しました。なお、通期の連結業績予想数値につきましては、国内外において変化が激しい市場環境が継続していることや、第3四半期以降に大型商戦である年末年始商戦を控えていることなどを踏まえ、修正はしていません。

◆2020年3月期第1四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
連結業績	159,251	22,830	23,829	16,924
前年同期増減率	5.5%	27.6%	22.2%	15.6%

◆2020年3月期第2四半期累計期間および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
第2四半期累計期間 (2019年4月～2019年9月)	340,000	40,000	41,000	29,000
通期 (2019年4月～2020年3月)	720,000	70,000	71,000	50,000

※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。

◆2020年3月期第1四半期累計期間のセグメント別実績

(単位: 百万円)

	売上高	セグメント利益
トイホビー	56,842	6,807
ネットワークエンターテインメント	71,222	14,431
リアルエンターテインメント	21,613	△36
映像音楽プロデュース	9,191	1,323
IPクリエイション	3,263	1,141
その他	7,301	307
消去・全社	△10,182	△1,143
合計	159,251	22,830

注目IP・作品

■トイホビー ■映像音楽プロデュース ■IPクリエイション

仮面ライダーゼロワン

「仮面ライダーシリーズ」の令和第1作目となる「仮面ライダーゼロワン」が、9月1日より放送中です（テレビ朝日系、毎週日曜日午前9時～）。本作は新しい時代にふさわしいAI（人工知能）をテーマに展開されます。AIが大きな進歩をとげた時代を舞台に、AIのリーディングカンパニー・飛電インテリジェンスの代表取締役社長である主人公が、最新AI技術で生み出された変身ベルト「飛電ゼロワンドライバー」を使って変身し、人々の夢を守るために活躍します。



変身ベルトDX飛電ゼロワンドライバー

（株）バンダイから「変身ベルト DX飛電ゼロワンドライバー」（6,980円、発売中）をはじめとする玩具を商品化するほか、連動して遊べるキーアイテム「プログライズキー」を販売します。「プログライズキー」は、玩具、カプセルトイ、食玩など多彩なカテゴリーで展開していきます。

©2019 石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映

ライフル・イズ・ビューティフル

（株）バンダイナムコアーツが製作に参加する「女子高生×射撃部×コメディ」がテーマのアニメ作品「ライフル・イズ・ビューティフル」が10月13日より放送開始します（TOKYO MX、毎週日曜日23時～他）。



距離10m、直径1mm、弾数60発、競技時間45分、硬いジャケットを身にまとい、見た目よりもずっと気力を振り絞る過酷な勝負の世界——ビームライフル競技。本作は、この競技で世界を目指す、千鳥高校に偶然集った小倉ひかり、渋谷泉水、姫浜エリカ、五十嵐雪緒の女子高生4人がおくる、ゆるいけれどひたむきな射撃部ライフストーリーとなっています。番組開始前より、メインキャスト4人によるアイドルユニット『ライフレイング4』が結成され、ライブなどを展開中です。

©サルミアッキ／集英社・千鳥高校射撃部

ガンダムビルドダイバーズRe:RISE

「ガンダムビルドシリーズ」最新作『ガンダムビルドダイバーズRe:RISE』を、10月よりガンダム公式YouTubeチャンネル「ガンダムチャンネル」で配信します。



「ガンダムビルドシリーズ」は、2013年に第1作『ガンダムビルドファイターズ』がテレビ放送され、以降「ガンダムのプラモデルが動くアニメ」として、小中学生を中心に幅広いファン層に支持されています。最新作となる本作は、前作に続き綿田慎也氏が監督を、「機動戦士ガンダムUC」などの脚本を手掛けた、むとうやすゆき氏がシリーズ構成を担当します。

「ガンダムビルドシリーズ」ならではの、ガンプラと連動したギミック満載のメカが多数登場するほか、思春期の少年たちの揺れ動く感情が緻密なストーリーで描かれており、ドラマ性も重視した作品となっています。

©創通・サンライズ

アイカツオンパレード！

今年7周年を迎える「アイカツ！シリーズ」より、全シリーズのアイドルたちが登場する最新作『アイカツオンパレード！』が10月より放送開始します（テレビ東京系6局ネット、他）。



「アイカツ！シリーズ」は、（株）バンダイナムコピクチャーズと（株）バンダイを中心に展開中のバンダイナムコグループオリジナルIPで、小学生女子を中心に幅広い層に親しまれています。最新作『アイカツオンパレード！』は、新たな主人公・姫石らきが前作『アイカツフレンズ！』の主人公であるあいね、みおとともに歴代シリーズのアイドルたちとのアイドル活動“アイカツ！”を通して成長していく物語です。今作ならではのシリーズを超えたコラボレーションをお楽しみいただけます。

©BNP/BANDAI, DENTSU, TV TOKYO

「DRAGON BALL」の作品世界を再現したイベントを世界8会場で開催

(株)バンダイ、(株)BANDAI SPIRITS、(株)バンダイナムコエンターテインメント、(株)BANDAI NAMCO Collectibles LLCは、(株)集英社、東映アニメーション(株)と協力し、世界8会場を巡る「DRAGON BALL」シリーズのツアーイベント『DRAGON BALL WORLD ADVENTURE』を開催中です。作品の世界観を再現した各会場では、数々のエピソードや魅力的なキャラクターたちを紹介するコーナー、可動フィギュアの商品展示・販売、対戦型トレーディングカードゲームや家庭用ゲームの試遊、スマートフォン向けゲームアプリケーションのタイトル紹介など充実した内容のほか、ツアーを記念したイベント限定商品の販売やノベルティの配布を行っています。すでにサンディエゴ、上海、メキシコシティ、香港、ケルンで開催し、今後ニューヨーク、バルセロナ、日本で開催予定です。



サンディエゴでのイベントの様子

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

「ドラゴンボール ゼノバース2」の「STADIA」向け配信が決定

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、Google™が2019年より欧米エリアで提供を予定しているゲーミングプラットフォーム「STADIA」へ、同社初の「STADIA」タイトル『ドラゴンボール ゼノバース2』を配



©BIRD STUDIO / SHUEISHA, TOEI ANIMATION
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

信予定。次世代通信規格「5G」により今後クラウドゲームの裾野が広がることを見据え、さまざまなデバイスからいつでも手軽にゲームをプレーすることが可能となる「STADIA」へのタイトル配信を通じて、これまでゲームを届けることができなかったお客さまにも、新たに手に取っていただく機会にしていくことを目指します。

同社ではハイクオリティなタイトルをより多くの時間お客さまに楽しんでいただけるよう、引き続きタイトルの配信を行っています。

PC向けオンラインゲーム「BLUE PROTOCOL」の開発を発表

(株)バンダイナムコオンラインと(株)バンダイナムコスタジオは、世界に感動を提供する新規エンターテインメントIPの創造を目的とした共同プロジェクトチーム「PROJECT SKY BLUE」を始動し、プロジェクトの中核となるコンテンツとして、PC向けオンラインゲーム『BLUE PROTOCOL』の開発を発表しました。

『BLUE PROTOCOL』は、劇場アニメに入り込んだような圧倒的なグラフィック表現で紡がれる世界観と、オンラインゲームの特性を生かしマルチプレイアクションを突き詰めたゲーム性の融合が特徴です。表現力、描画力の評価が高いゲーム開発エンジン「Unreal® Engine 4」を用いて開発を進めており、「PROJECT SKY BLUE」発の完全新作オリジナルタイトルとして展開します。



©BANDAI NAMCO Online Inc. ©BANDAI NAMCO Studios Inc.

「バンダイナムコエンターテインメント フェスティバル」開催

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、同社初のIPの垣根を超えたエンターテインメントライブ『バンダイナムコエンターテインメン



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

トフェスティバル』を10月19日・20日に東京ドームで開催します。

本イベントでは、『アイドルマスター』シリーズや、『ラブライブ! サンシャイン!!』、『アイカツ!』シリーズなどバンダイナムコグループから生まれたアイドルが多数出演するほか、『テイルズ オブ』シリーズや、『機動戦士ガンダム』シリーズ、『コードギアス 反逆のルルーシュ』シリーズのテーマソング・主題歌を担当する豪華アーティストたちがパフォーマンスを展開します。さらに、会場内外にIPの魅力を感じていただける仕掛けを行い、各IPのファンに楽しんでいただくとともに、本イベントをきっかけに他のIPにも関心を持っていただく機会としていきます。

新たなエンターテインメント施設 「MAZARIA」 オープン

(株)バンダイナムコ
アミューズメント
は、新たなエンター
テインメント施設と
して“アニメとゲー
ムに入る場所”を
コンセプトにした
「MAZARIA」を池袋サンシャインシティワールドイン
ポートマート（東京都豊島区）にオープンしました。



「MAZARIA」は、三次元と二次元の世界をつなぐ狭
間の世界という設定で、現実世界の人間がアニメやゲー
ムのキャラクターたちと楽しく遊べる場所になることを目
指しています。施設はコンセプトごとに4つのエリアで構成
し、VRコンテンツをはじめ計19のアクティビティが楽し
めます。アトラクション開発、VR（仮想現実）技術、運営
ノウハウなど、バンダイナムコアミューズメントが長年培
ってきたテーマパーク開発力を集結し、アクティビティは
もちろん内装からBGMまで、空間全体でアニメやゲー
ムの世界に来場者が没入できる演出を行っています。

©カラー ©BANDAI NAMCO Amusement Inc.

ラブライブ！シリーズ9周年施策を展開

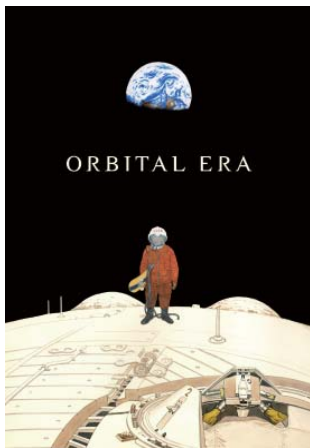
“9”人の少女たちの活動から始
まったラブライブ！シリーズが今
年6月30日に“9”周年を迎えたこ
とを記念し、イベント、グッズ、映
像、音楽などの施策を展開します。
その一環として、シリーズに登場
する4つのグループが出演するキ
ャスト参加型の『ラブライブ！フ
ェス』を2020年1月18日・19日に
さいたまスーパーアリーナで開催予定です。(株)バンダイ
ナムコから、『ラブライブ！フェス』チケット先行抽
選申込券を封入した映像パッケージ『ラブライブ！サン
シャイン!!The School Idol Movie Over the Rainbow
(Blu-ray【特装限定版】)』（発売中）、『ラブライブ！9th
Anniversary Blu-ray BOX [Forever Edition /
Standard Edition]』（10月発売）や音楽パッケージ「ラ
ブライブ！虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会 Memorial
Disc ～Blooming Rainbow～」(発売中)をはじめ、各
種商品をつらと発売します。



©2013 プロジェクトラブライブ！
©2017 プロジェクトラブライブ！サンシャイン!!
©KLabGames ©SUNRISE ©bushiroad All Rights Reserved.

新作映画「ORBITAL ERA」制作決定 ファン待望の大友克洋プロジェクトが始動

(株)サンライズは大友克洋監
督による新作SF長編アニメ
ーション映画『ORBITAL
ERA』の制作を決定しまし
た。本作は7月にアメリカ
で開催された北米最大のア
ニメ・漫画の祭典「Anime
Expo 2019」内で発表され、
同時に(株)サンライズによる
『AKIRA』の新アニメ化プ
ロジェクトなど、大友克洋氏
に関連した複数のプロジェクトが発表されました。



『ORBITAL ERA』は、1988年公開の『AKIRA』、2004
年の『スチームボーイ』に続く大友克洋監督3作目の長編
アニメーション映画です。日本だけではなく世界中で多く
のファンに支持されている大友克洋氏自身が原案・脚本・デ
ザインワークス・監督を手掛ける作品で、近未来の宇宙を
舞台に少年の目を通して「人類未来のリアル」が描かれま
す。

©KATSUHIRO OTOMO・MASH・ROOM/O.E PROJECT

ガンダム公式 YouTube チャンネル 「ガンダムチャンネル」開設

(株)サンライズは「ガンダム40周年プロジェクト」の一環
として、ガンダム公式 YouTube チャンネル「ガンダム
チャンネル」を開設しました。近年の視聴環境の変化に対
応し、「ガンダム」ファンだけでなく幅広い方々に愛され
るプラットフォームを目指します。

すでに10月より最新作『ガンダムビルドダイバーズ
Re:RISE』を配信することが決定しているほか、TVシリ
ーズ各作品の第1話・第2話の常設配信や、セレクト作品
の配信、企画映像の公開、関連イベントの動画配信など、
さまざまなコンテンツを用意し、「ガンダムシリーズ」を
楽しめる新たな場として展開していきます。

◆「ガンダムチャンネル」

URL : <https://www.youtube.com/GUNDAM>



GUNDAM
Channel

©創通・サンライズ

きょうはなにしておそぶ？ モノでつくった ここたまハウス

10月発売／6,500円

(株)バンダイ

“モノを大切に作る心を育む”IPとしてファミリー層から好評の「ここたま」が、5年目を迎え「モノのかみさま ここたま」として生まれ変わります。

『きょうはなにしておそぶ？モノでつくった ここたまハウス』は、フライパン、ノート、ティーポットなど子どもたちに身近なものできたデザインのハウス商品です。時計と付属のサポートシートを使って、遊びながら時間の感覚や生活習慣が自然と身につけられる仕様となっています。別売りのドール「フレフレここたま」と連動して子どもの想像力をアシストします。なお、アニメ展開はメディアをYouTubeに移し、いつでもどこでも視聴できるWEBアニメとして新作ショートムービーを展開していく予定です。



※ドールは別売りです。

©BANDAI/TV TOKYO・ここたま製作委員会

脳科学メロディ♪ あそんではぐむプレイマットDX

発売中／11,000円

(株)バンダイ

バンダイと(株)NeU、(株)日立製作所の共同プロジェクトによる脳科学研究から生まれたプレイマットです。“赤ちゃんの気分を切り替える2種の脳科学メロディ”を搭載し、前頭葉が活性化して赤ちゃんの不機嫌な気分が切り替わるGメロディ、心拍数が下がり落ちついていくYメロディを計12曲流すことができます。さらに、赤ちゃんの泣き声に反応して脳科学メロディが自動で流れる“おたすけセンサー”を搭載しているほか、赤ちゃんの頭にフィットするベビークッション、取り外して持ち運びもできるラトルやはがためなど、赤ちゃんが楽しめる機能が盛りだくさんです。対象年齢は0カ月からで、成長に合わせて長く使うことができます。



©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV

HGUC 1/144 ペーネロペー

10月発売／6,800円

(株)BANDAI SPIRITS

2020年公開予定の「機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ」より、レーン・エイム中尉が搭乗するモビルスーツ「ペーネロペー」を、全高約240mmのプラモデルで発売します。「ペーネロペー」は、「オデュッセウスガンダム」にフライトユニット換装することで完成する機体です。本商品は、デザイナー カトキハジメ氏による監修のもと、最新の設定に基づき検証を重ね、ボリューム感のある特徴的なユニット形状や色分けを細密に再現したパーツ構成となっています。肩アーマーは差し込み位置を変えることで開閉状態の再現が可能です。付属の専用台座を使うと「オデュッセウスガンダム」とフライトユニットを分離してディスプレイすることもできます。



「ペーネロペー」



「オデュッセウスガンダム」(右)とフライトユニット(左)

※画像は開発中の設計データを使用したCGです。

©SOTSU・SUNRISE

PlayStation®4/Xbox One/STEAM® 『CODE VEIN』

9月26日発売(STEAM®は9月27日発売)／

PlayStation®4通常版：8,200円、数量限定生産版：13,800円

Xbox One通常版：8,200円(ダウンロード版のみ)

STEAM®通常版：オープン価格(ダウンロード版のみ)

ダウンロード版 デラックスエディション

(PS4®4/Xbox One/STEAM®)：10,900円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

崩壊した近未来で、不死の存在「吸血鬼レヴナント」となり、同じ境遇に置かれた仲間とともにさまざまな危険が待ち受ける死地に挑み、踏破していくドラマティック探索アクションRPGです。プレイヤーはキャラクターメイキングで自分の理想の姿を作りあげて世界を冒険します。自身の性能を好きなように変えることができる育成要素のほか、援護攻撃や能力強化、回復などあらゆる面で連携しながら戦戦を行う“バディ”の存在が特徴で、戦略的にダンジョンの攻略を楽しむことができます。オンラインでの協力プレーも充実しており、現在地から救難信号を発信することで、オンライン上でランダムに選ばれたプレイヤーと一緒に強力な敵に挑むことが可能です。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

namco サンエー浦添西海岸パルコシティ店

オープン中／一部有料 (株)バンダイナムコアミューズメント

大型商業施設「サンエー浦添西海岸 PARCO CITY」(沖縄県浦添市) 3階に、『namcoサンエー浦添西海岸パルコシティ店』がオープンしました。

同店は、ゲームコーナーのほか、インドアプレイグラウンド「あそびパークPLUS」と、VR(仮想現実)体験ゾーン「VR ZONE Portal」を設置し、子どもから大人まで楽しめる施設となっています。「あそびパークPLUS」、「VR ZONE Portal」とともに沖縄県内初設置となり、「あそびパークPLUS」には、プロジェクションマッピング技術を使用した“バーチャル虫とりコンテンツ『屋内木のぼり 森の子』」を導入しています。「VR ZONE Portal」には、人気のVRアクティビティ5種類を取り揃え、わくわく感あふれる遊びの提供を沖縄県内で目指していきます。



『アンパンマンカーニバル王国』 『ポップコーンやさん』

オープン中／有料

(株)プレジャーキャスト

「横浜アンパンマンこどもミュージアム」(神奈川県横浜市)に『アンパンマンカーニバル王国』と『ポップコーンやさん』がオープンしました。



『アンパンマンカーニバル王国』

『アンパンマンカーニバル王国』は、7月に行われたミュージアムの移転リニューアルに伴い新装オープンしたもので、カーニバルゲームやガラポン、乗り物などをすべて刷新しました。カーニバルゲームでしか手に入らない「ミニポップコーンケース型キーホルダー」がもらえる「カーニバルゲーム キーホルダーコース」が人気を集めるなど、アンパンマンの楽しい世界観を生かした遊びでお客さまの思い出作りの場を提供しています。



『ポップコーンやさん』

また、できたてのポップコーンを販売する『ポップコーンやさん』では、「ポップコーンケース アンパンマンかお型(横浜限定ストラップVer.)」(2,000円)などの新商品を販売しています。

©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

U.C.ガンダムBlu-rayライブラリーズ

9月26日より順次発売／3,800円～18,000円 (株)バンダイナムコアーツ

「機動戦士ガンダム40周年」を記念して、「ガンダム」シリーズの根幹となる「宇宙世紀ガンダム」シリーズをスペシャルプライスBlu-ray『U.C.ガンダムBlu-rayライブラリーズ』として発売します。コレクション性を高めた統一されたパッケージデザインで、全タイトル本編に日本語、英語、中国語(台湾、香港、簡体字)字幕を収録するほか、すでに発売されているBlu-rayブックレットなどの資料を厳選し、デジタルアーカイブとして収録します。今後もシリーズを続々と展開予定です。



©創通・サンライズ

◆U.C.ガンダムBlu-rayライブラリーズ タイトルラインナップ

劇場版	2019年9月26日 発売	機動戦士ガンダム 第08MS小隊 ミラズ・リポート 機動戦士ガンダム0083 ージオンの残光ー 機動戦士ガンダム 逆襲のシャア 機動戦士ガンダムF91
	2019年12月25日 発売	劇場版 機動戦士ガンダム 劇場版 機動戦士Zガンダム
OVA	2020年2月27日 発売	機動戦士ガンダム 第08MS小隊 機動戦士ガンダム MS イグルー 機動戦士ガンダム0080 ポケットの中の戦争 機動戦士ガンダム0083 STARDUST MEMORY

Blu-ray&DVD『コードギアス 復活のルルーシュ』

12月5日発売／Blu-ray A-on STORE限定版：10,300円

Blu-ray特装限定版：8,800円

Blu-ray通常版：6,800円

DVD特装限定版：7,800円、DVD：5,800円

(株)バンダイナムコアーツ

2019年2月に公開し、興行収入10億円突破のヒット作となった完全新作アニメ映画「コードギアス 復活のルルーシュ」を収録したBlu-ray & DVDです。

特装限定版の特典ディスクには、舞台挨拶、完成披露試写会、ビジュアルcommentaryのほか、新作ピクチャードラマを収録します。さらに特製ブックレットやポストカード、CLAMP原案イラスト集を収録予定です。なお、A-on STORE®限定版にのみ付属するスペシャルディスクは、新作ピクチャードラマをさらにもう一作収録し、ビデオコンテも収録予定です。特装限定版およびA-on STORE限定版はキャラクターデザイン木村貴宏氏の描き下ろしイラストを使用した特殊三方背ケースなどで豪華仕様の商品となります。



©SUNRISE / PROJECT L-GEASS
Character Design ©2006-2018 CLAMP・ST

※バンダイナムコアーツ公式通販・ショッピングサイト

新しい遊びを提供することで個性を打ち出し お客さまのニーズの変化に対応

リアルエンターテインメントユニットでは、「いま、ここにしかないエンターテインメント体験を世界中に生み出す〜リアルエンターテインメントのコンテンツプロバイダー〜」を中期ビジョンに掲げ、バンダイナムコグループならではのアミューズメント施設の運営や業務用ゲームの開発に取り組んでいます。今回は、同ユニットの主幹会社である(株)バンダイナムコアミューズメントの萩原仁社長に、国内外の市場環境や好調な施設・機器、そして今後の戦略・ビジョンを聞きました。

—国内のアミューズメント市場の環境は？

萩原 アミューズメント市場を取り巻く環境として最も大きく変化したことは、お客さまのニーズです。スマートフォンが普及し、お客さまは自ら圧倒的な量の情報を入手できるようになりました。加えて、「人と違うことをしたい」という需要も高まっています。自ら入手した情報に基づき目的意識を持って行動する、いわゆる「コト消費」のニーズに対応しなくてはお客さまの満足を得られない時代になっています。当ユニットでは、モノを作り販売する「モノビジネス」にとどまらない、バンダイナムコグループならではの感動を提供する「コトビジネス」の展開を積極的に推進することで、こうしたニーズの変化に対応しています。

—バンダイナムコグループの優位性・差別化のポイントは？

萩原 バンダイナムコグループの最大の強みは、グループを挙げて推進している「IP軸戦略」にあります。

多彩なIPを活用できる強みに加え、多様な事業形態と豊富なノウハウをグループで保有しているため、アプローチの仕方によってさまざまな遊びの開発が可能となります。昨年、ゲームコンテンツの開発スタジオである(株)バンダイナムコスタジオから業務用ゲーム分野の企画・開発機能を分社化し、(株)バンダイナムコアミューズメントラボを設立しました。これはアミューズメント施設向けの新しい遊びを生み出すことを目的にしたもので、新技術を用いたアトラクションやアクティビティを開発する大きな力になると考えています。

新しい遊びを追求していくうえで、一つの契機となったのは、インドアプレイグラウンドの「あそびパークPLUS」に2016年より設置している『屋内砂浜 海の子』です。『屋内砂浜 海の子』では、最新のCG・立体音響技術で南国の海辺にいるような環境を再現し、砂浜に打ち寄せる波間を素足で走る気持ち良さを体感できます。従来のゲームセンター型のビジ

ネスにはなかった新しい遊びを提供することで個性を打ち出し、目的を持ったお客さまを引き込んでいくことに成功しています。『屋内砂浜 海の子』は、バンダイナムコグループのノウハウを生かして開発したコンテンツです。機器やコンテンツの開発、そしてそれらを提供する場の運営と、一つのバリューチェーンでお客さまにサービスを届けることができる当ユニットの強みを生かし、新しい遊びの提供に取り組んでいます。

—具体的にはどのような場が生まれていますか？

萩原 エンタメ系バラエティスポーツ施設の「VS PARK」が好調です。健康志向の高まりとともに、各地にフィットネスジムなどが増えていますが、気軽に遊べるスポーツをテーマにした施設はほとんどありませんでした。「VS PARK」には、超短距離走を本気で楽しめる世界初の猛獣逃げきりアクティビティ『ニゲキル』などのデジタルアクティビティもあり、気心の知れた仲間とワイワイ楽しみながら、体を動かすことができます。

また、今年7月、アニメの聖地として知られる東京・池袋に“アニメとゲームに入る場所”がコンセプトの「MAZARIA」をオープンしました。VRアクティビティなどを多数取り揃え、アニメやゲームの中に自身が入り込むような没入感を、アクティビティ中はもちろん、内装やBGMなども含めた空間全体で体感いただける施設となっています。さらに、同じビル内



▲MAZARIA
©ARMOR PROJECT/BIRD STUDIO/SQUARE ENIX All Rights Reserved.
©カラー©サンライズ©創通・サンライズ
TM & © TOHO CO., LTD. ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©BANDAI NAMCO Amusement Inc.



▲劇場版『ONE PIECE STAMPEDE』ワールドコレクタブルフィギュア-SPECIAL-vol.1 vol.2
(ナムコ店舗限定景品、全8種)
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©尾田栄一郎/2019「ワンピース」製作委員会



▲ジョジョの奇妙な冒険ラストサバイバー
©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・ジョジョの奇妙な冒険DU製作委員会
©LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社・ジョジョの奇妙な冒険GW製作委員会
©BANDAI NAMCO Amusement Inc.

に当ユニットが従来より展開している「ナンジャタウン」もありますので、「MAZARIA」で最先端のアクティビティを楽しんだあと、「ナンジャタウン」で全く異なるレトロな雰囲気味わい尽くすなど、一日中バンダイナムコの施設でお楽しみいただくことができます。

こうした新業態施設の展開に加え、ゲームセンターなど既存のアミューズメント店舗においても新たな施策の打ち出しに挑戦しています。その一つとして、「ワンピース」の新作映画『ONE PIECE STAMPEDE』の公開に合わせて、8月より「#バンナム万博」を展開しています。これ

は、著作権元さまの協力のもとバンダイナムコアミューズメントを中心としてグループ横断で展開している施策で、ナムコ店舗限定の映画関連フィギュア（全8種）を景品として投入するなど、さまざまな仕掛けを行っています。我々の店舗は、映画館を併設する大型ショッピングモールに多数出店していますので、映画興行は各店舗の売上に大きく影響します。幅広い層に高い人気を誇る「ワンピース」の映画のさらなる盛り上げにグループ一丸となって貢献していくことで、店舗売上に相乗効果が発揮されることを期待しています。



はぎわら ひとし
■萩原 仁 社長のプロフィール

<経歴>

- 1959年4月8日生
- 1978年4月 (株)ナムコ（現株）バンダイナムコエンターテインメント）入社
- 2011年4月 (株)バンダイナムコゲームス（現株）バンダイナムコエンターテインメント）取締役アミューズメント営業本部担当兼本部長
- 2013年4月 同社常務取締役事業統括担当兼アミューズメント事業統括本部長
- 2014年4月 (株)ナムコ（現株）バンダイナムコアミューズメント）代表取締役社長（現職）
- 2014年6月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役アミューズメント施設戦略ビジネスユニット担当
- 2015年4月 (株)バンダイナムコエンターテインメント取締役副社長
- 2018年6月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役リアルエンターテインメントユニット担当（現職）
- 2018年10月 (株)バンダイナムコアミューズメントラポ代表取締役社長（現職）

個性を大切にしながら新たな取り組みにも挑戦し ユニット全体としての成長・進化を目指す

—業務用ゲームの状況は？

萩原 2018年度は業務用ゲームの新製品『機動戦士ガンダム エクストリームバーサス2』が好調に推移しました。3月から稼働中の『ソードアート・オンライン アーケード ディープ・エクスプローラー』に続き、今年度は今冬稼働予定の『ジョジョの奇妙な冒険 ラストサバイバー』など、グループの強みであるIPを積極的に活用したタイトルを展開していきます。

—海外展開はどう進めていますか？

萩原 2019年5月に中国でアミューズメント施設の企画・運営を行う BANDAI NAMCO Amusement (SHANGHAI) CO., LTD.を設立しました。本格的な展開はこれからとなりますが、中国市場における事業展開を現地主導でスピード感を持って進めていきます。

北米市場については厳しい環境が続いていますが、アメリカが有望市場であることは間違いありませんので、しっかりと戦略をもって取り組んでいく必要があります。また、すでに施設展開を開始しているインド

市場にも引き続きチャレンジしていきます。インドでは中間層の所得が伸びており、10年後には経済規模が中国、アメリカに次いで世界第3位になる見通しです。成長余力が大きな市場として将来を見据えながら取り組んでいきたいと思っています。

—その他のユニット内の取り組みは？

萩原 当ユニットの事業会社はそれぞれ個性的なカラーがあります。例えば、(株)花やしきが展開する「浅草花やしき」は、日本最古の遊園地としてのブランディングを確立しています。その「浅草花やしき」に、このたび多目的ホール『浅草花劇場』を新設しました。ここでは、以前から手がけてきた「ハナヤシキプロレス」に加え、「花振袖の舞」などのイベントや興業を行っていきます。このように、各社が育ててきたブランドイメージを大切にしながら、新たな取り組みにも挑戦し、ユニット全体としての成長・進化を目指していきたいと思っています。

—仕事におけるポリシーは？

萩原 従業員に対して、部署やポジ

ションで話すのではなく、一人の人間として向き合って会話することを心がけています。当ユニットの従業員の総数はパートナー社員やアルバイトなどを含めると6,000人を超えますが、お客さまにとって従業員の部署やポジションは関係ありません。スタッフ全員が「お客さまに喜んでいただく」という共通の目標のもと、心を一つにして仕事に取り組んでほしいと伝えています。どれほどデジタル化が進んでも、人と人とが接することによって生まれる価値は不変的で大切なものです。業務用ゲームを含め施設に関わる仕事において、提供するコンテンツはもちろん重要ですが、人が介するからこそ生まれる付加価値を大切にしながら、お客さまに向き合い続けていきたいと思っています。

「こどもエコクラブ」の環境学習会に グループ社員とその家族が参加

バンダイナムコグループは、子どもたちが自主的に環境保全活動や環境学習を行う「こどもエコクラブ[※]」とパートナー契約を結び、子どもたちの環境活動の支援や、グループ社員による自然体験への参加などを行っています。

7月に開催した茨城県水戸市千波湖での環境活動には、グループ社員とその家族約30名が参加しました。当日は、千波湖に生息する水生生物の観察やアオコの除去に関する学習などを行い、人と自然との共存について学びました。

[※]環境省の後援および文部科学省の支援のもと、公益社団法人日本環境協会が地方自治体や企業・団体と連携をはかりながら実施する事業で、全国で約1,800クラブ、10万人を超える子どもたちが登録・活動しています(2019年3月末現在)。



「AIカードダス ゼノンザード<ZENONZARD>」をプロデュース

現場から

(株)バンダイ メディア部 猿舘 修 (右)
2005年バンダイ入社。カード部門の企画開発などを経て、
2018年より現職。

(株)バンダイ カード事業部 小谷 英斗 (左)
2010年にバンダイ入社以来、カード部門の企画開発を担当。

AI(人工知能)を活用したカードゲームの新ブランド「AIカードダス」の第一弾「ゼノンザード<ZENONZARD>」が、9月上旬にリリースされました。今回は(株)バンダイでIPと商品のプロデュースを担当する猿舘修と小谷英斗に話を聞きました。

Q商品概要を教えてください。

A「ゼノンザード」は、本格トレーディングカードゲームとAIを融合させたこれまでにない新しい遊びとして企画しました。AIを活用したサービスの企画・開発・運営を行うHEROZ(株)との共同開発により実現したもので、専用のスマートフォン向けアプリケーション(基本プレイ無料/アプリ内課金あり)をダウンロードすることで、デジタル上でAIを活用したカードバトルが楽しめます。

Qゲーム内でのAIの役割は?

AAIには2つの役割があります。一つ目は、プレイヤーのパートナーとなり、戦いのサポートや対戦分析、デッキ構築のアドバイスなどを行う役割です。従来のカードゲームは、ルールが難しく初心者が高齢に参画しづらいという側面がありましたが、AIのサポートにより初心者

でも気軽にプレイでき、ユーザー同士のレベルの差も埋めやすく、カードゲームが持つ本来の楽しさを味わっていただけたと考えました。

そして二つ目は、対戦相手としての役割です。「ゼノンザード」のAIは、「HEROZ Kishin」により自分で対戦データを収集・分析して学習し、自動的に強くなっていく「Deep Learning(深層学習)」を搭載しています。これにより、プレイヤーはAIを育成する過程や、カードゲームに特化した最強のAIとの対戦など、これまでにない遊びを楽しむことができます。

QIPとしての世界観構築にも力をいれていますね。

A「ゼノンザード」は、IP軸戦略強化のためにグループが設立した「バンダイナムココンテンツファンド」の投資第1号案件で、オリジナルIPとして育成・成長させることも大きなミッションになっています。IPとしての確立を目指し、ストーリー設定や登場キャラクター、ゲーム内デザインの細部にまでこだわり企画しました。アプリ以外のメディア展開にも取り組んでおり、6月からコミカライ



©BANDAI・STRAIGHT EDGE

ズをスタートしたほか、アプリ配信と同時にYouTubeなどにてアニメーションも配信する予定です。

Q今後の意気込みをお聞かせください。

A「ゼノンザード」の成功には、“新しい遊び”と“新しいIP”の両軸での訴求が不可欠だと考えています。アプリのテスト配信にあわせて「人間vsAI」をテーマにしたカードゲーム対戦をリアルイベントとして開催したところ、プレイヤーと観客の皆さんから好評価をいただきました。こうしたIPの世界観を生かした新しい遊びへの挑戦を積み重ねながら、しっかりと展開を拡大していきたいと思っています。ぜひご注目ください。

編集後記

6月24日に開催した当社の定時株主総会では、たくさんの株主さまにご質問・ご意見を頂戴いたしました。ご意見を踏まえ、今後もより良い商品・サービスの提供を目指し、グループ一丸となって邁進してまいりますので、引き続きご支援のほど、よろしくお願いいたします。

なお、2019年3月31日を基準日として100株以上保有いただいている株主の皆さまにご案内させていただいております株主優待の申込期限が9月30日(WEBサイト申込は当日中、ハガキ申込は必着)となっておりますので、この場を借りて改めてご案内申し上げます。