



2012年2月10日

各 位

会 社 名 株式会社バンダイナムコホールディングス
代 表 者 名 代表取締役社長 石川 祝 男
(コード番号 7832 東証第一部)
問 合 せ 先 取締役 経営企画本部長 浅 古 有 寿
(TEL : 03-5783-5500)

バンダイナムコグループ中期計画(2012年4月～2015年3月)

バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」を世界中に提供することをミッションに、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」を目指し、2005年の経営統合以降、2006年4月～2009年3月の中期計画では「経営基盤の整備」を、2009年4月～2012年3月の中期計画では「グローバル成長基盤の整備」を推進してきました。

2012年4月より新たにスタートする中期計画では、商品・サービス、ビジネスモデル、事業、計数目標など、あらゆる面において「挑戦・成長・進化」することで、国内外市場での収益成長を目指します。

【1】中期ビジョン

【2】計数目標

【3】重点戦略

1. 事業領域戦略 ①基盤事業領域 ②収益回復領域 ③新成長領域
2. 機能戦略 ①グループ連動ネット戦略 ②人材戦略

【4】事業別戦略

- ①トイホビー事業 ②コンテンツ事業 ③アミューズメント施設事業

【1】中期ビジョン

「挑戦！成長！進化！」(Empower, Gain Momentum, Accelerate Evolution)

「挑戦・成長・進化」には、バンダイナムコグループとして、事業、業績、そして社員1人ひとりも常に上昇し続けていきたいという想いをこめています。また、各戦略の推進により、過去最高益への挑戦、過去最高売上高に向けた成長、IP価値最大化に向けたビジネスモデルの進化 を目指すということでもあります。

【2】計数目標

<2015年3月期・計数目標> 売上高 4800億円 営業利益 425億円 ROE 10%

【3】重点戦略

中期計画の推進にあたっては、各事業に関わる3つの「事業領域戦略」と、各事業を横断する2つの「機能戦略」計5つの重点戦略を実施します。

1. 「事業領域戦略」

「事業領域戦略」では、グループが展開する事業領域を3つに分類し、各事業の戦略を遂行します（※具体的な事業戦略は【4】事業別戦略を参照下さい。）。

中期計画では、すでに一定の市場シェアを獲得している日本においては、トイホビー・コンテンツ・アミューズメント施設の各事業の強みを発揮し、更なるシェアと収益の拡大を目指します。現在課題を抱えている欧米地域におけるトイホビー事業および国内外家庭用ゲーム事業では、収益回復を最優先に取り組み収益の安定化を図ります。また、日本との水平展開が可能なアジア地域においては、各事業展開を強化しグループにおける新たな柱として育成を図ります。

①「基盤事業領域」

⇒ 一定の安定した市場シェア・収益を獲得しており、今後もグループの基盤事業として、利益に重点を置いた成長を目指す領域

<地域> 日本

<事業> ・トイホビー事業(日本)

・コンテンツ事業(日本)…業務用機器・SNS・映像音楽コンテンツ事業

・アミューズメント施設事業(日本)

②「収益回復領域」

⇒ 収益回復を最優先に取り組み、安定した市場シェア・収益の獲得を目指す領域

<地域> 主に欧米地域

<事業> ・トイホビー事業(欧米)

・コンテンツ事業…家庭用ゲーム事業(ワールドワイド)

③「新成長領域」

⇒ 事業や地域における新たな柱として、育成し成長を目指す領域

<地域> アジア地域

<事業> ・トイホビー事業(アジア)

・コンテンツ事業の業務用機器事業(主にアジア)

・アミューズメント施設(中国を中心としたアジア)

2. 機能戦略

①グループ連動ネット戦略

我々が展開する様々なWEBサイトやネットワークサービスのユーザーを1つのIDでつなぐことで、既存メディアやサービスとの連携をはかり、事業とIP間の横連動を加速し、ユーザーに直接情報発信を行うマーケティングのツールとして活用していきます。

②人材戦略

グローバル新卒採用強化と、事業と地域を横断した戦略的な人事異動を行うと共に、海外拠点社員の積極的な登用、グローバル展開を視野に入れた研修プログラムの実施などにより、人材の発掘・育成を中期的に推進します。

【4】事業別戦略

重点戦略である「事業領域戦略」「機能戦略」を推進するための事業戦略を各事業で実施します。

①トイホビー事業

<中期計画ビジョン>

「真のグローバル化 我々の強みを世界に広げキャラクタービジネスでオンリーワン企業を目指す」

<重点戦略>

- ・欧米一体ブランドマネジメント強化戦略
- ・日本発アジア一気通貫強化戦略
- ・国内事業圧倒的NO. 1戦略
- ・バリューチェーン改革による競争力強化戦略

日本地域においては、定番キャラクター展開の強化、ターゲットの拡大により全てのカテゴリーにおいてNO.1シェアを目指します。欧米地域では、欧米一体での企画・マーケティングを行うことで、よりダイナミックな商品展開を実施。ボーイズトイを主軸に市場でのシェア拡大を図ります。アジア地域では、日本とアジアを1つの市場と捉え、情報発信～商品販売まで一気通貫で行います。これら各地域を横断する取組みとして、海外でのガバナンス強化を図るほか、スピーディな対応と価格競争力のある商品生産を行うバリューチェーン改革を行います。

②コンテンツ事業

<中期計画ビジョン>

「コンテンツ事業国内NO.1 + ボーダレス展開

ゲーム・映像・音楽、あらゆるコンテンツをお客様に深く提供し、海外へもボーダレスに展開する」

<重点戦略>

- ・既存事業再構築 →NO.1 戦略
- ・IP軸・事業横断最大化戦略
- ・ネット構想戦略

日本での業務用機器事業、SNS事業、映像音楽コンテンツ事業展開における商品・サービスの企画開発に関する強みを最大限発揮するとともに、ターゲットや流通の拡大により各市場でのNO.1を目指します。国内外の家庭用ゲーム事業では、バンダイナムコならではの強みを活かすことができる国内開発タイトルへの絞込みとバランスのとれたタイトル編成、海外販売における最適な体制への移行により、収益改善を目指します。このほか、アジア地域や新興国での業務用機器展開を拡大します。

また、これら事業戦略を横断する取組みとして、IPを軸に様々な出口に向けコンテンツ提供を行い、更に未展開で優位性を発揮できる地域・出口に向けての戦略的なIP発信を行います。

③ アミューズメント施設事業

<中期計画ビジョン>

「圧倒的リーディングカンパニーになる 顧客満足 300%への挑戦 シェア30%への挑戦」

<重点戦略>

- ・顧客セグメント別営業の進化
- ・チェーンストアマネジメントの確立
- ・施設におけるIP活用モデルの展開
- ・海外市場の開拓

国内においては、顧客セグメント別の施設展開・サービス導入を強化します。また、施設運営のオペレーションとサプライチェーンをブラッシュアップしサービス向上と効率化を追求します。さらに、キャラクター施設とテーマパーク運営で培ったノウハウを融合した新たな形の施設展開に着手します。海外では、アジア地域において現地で人気の高いIPを活用した施設の設置を中期的に実施します。

*本資料に記載されている計数目標等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。