

IP×World

ALL BANDAI NAMCOでの 事業構築

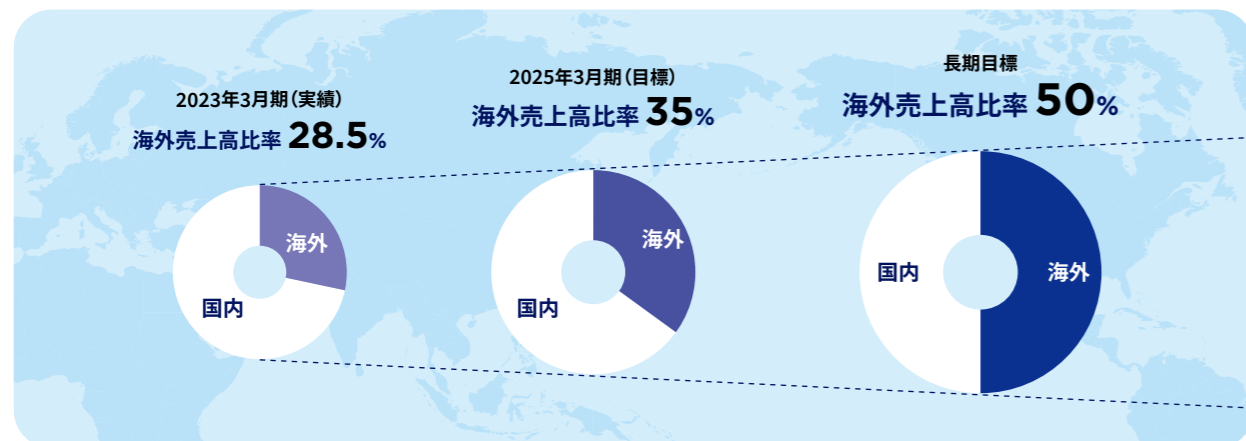
Interview
01

グループを横断し、つなげるグループ事業戦略本部

グループ事業戦略本部の役割

2022年4月の中期計画スタートに合わせ(株)バンダイナムコホールディングスの中にグループ事業戦略本部が新設されました。バンダイナムコグループは各ユニット、各事業が自主独立の精神のもと、それぞれの個性を発揮した事業を展開しており、これがグループとしての強みに繋がっていると思います。しかし

ながら、今後グローバル展開を加速させ、長期目標である海外売上高比率50%を実現するには、ALL BANDAI NAMCOでより一体となり総合力を発揮していくための事業構築が必要です。グループ事業戦略本部の役割は、各ユニット・各事業の個性や自主性を尊重したうえで、様々な課題を解決しながらグループ間がより効果的に連動・連携できるよう全体最適の視点でグループを横断し、つなげることです。これらの取り組みによってグローバル展開の後押しをさらに加速していきます。



主軸となる推進活動

主な活動として、第一に大型イベント開催などにおける支援を重視して取り組んでいます。これまで各ユニット・各事業で個々に参加していたイベントを、各社が連動・連携しIPを軸とした横断的な展開へ推進していくためのサポートをすることで、ALL BANDAI NAMCOでIPを盛り上げる施策につなげました。今後は日本国際博覧会(大阪・関西万博)のガンダムパビリオン(仮称)出展に向けてもグループ間の連携をはかっていきます。

第二に、IPメタバースの基盤となるデータユニバース構想への取り組みです。これまでも各社でデータ分析自体は実施していたものの、グループ全体視点の統一なプラットフォームは存在しませんでした。例えば、デジタル事業においては、1タイトル当たり3~5年の開発期間を要し、発売後もダウンロードコンテンツなどの追加施策で数年かけて運用しています。一方で、トイホビー事業は、短いものでは数カ月の開発期間で年間3万アイテム以上を商品化するなど、PDCAのサイクルも速いです。こうした大きく異なる事業を持つ私たちのグループにおいて、商品・サービスの発売やマーケティングを通じて得られるデータを効果的に相互活用できれば、大きな強みにつながります。中長期的な観点で考えると、グループ内に分散する様々なデータを取り込み、分析することで未来予測もある程度可能になると思います。全体最適の観点で各ユニット・各事業の利害を調整し、膨大なデータを集約して活用につなげていくこともグループ事業戦略本部における重要な役割です。

第三に新規IPの創出支援です。バンダイナムコグループはライセンサーとライセンスの両方の機能を持つグループです。この相対する異なる立ち位置の事業を内包していることで、利害関係の調整は難易度が高くなりますが、独自の強み・特徴を捉え、相乗効果の発揮に結び付けることが必要です。ライセンス管理のグローバル化の推進に向けて関係各所との調整を主導し、課題解決に導く役割をグループ事業戦略本部で担えればと思います。

さらに、こうした活動を通じて、人材の確保や育成も重要です。中でもグローバル人材については喫緊の課題と捉えています。グローバル事業の拡大にあたって、今後の人材戦略はどうあるべきかを、グループの人事部門とともに議論を重ねていきたいと思っています。

パーパスを胸に、バンダイナムコグループの強みを発揮

グループ事業戦略本部では、このほかにも様々なことに着手しています。そうした中、ALL BANDAI NAMCOでグループ全体を巻き込みながら、様々な課題を解決していくことが今後の大きな成功にもつながるのだと感じています。パーパスは、いつも私たちが考え、実行していることを改めて言語化したものだと思っています。そういう意味ではすごく自然に受け止めることができました。「世界中のすべての人とつながり、ともに創る」という言葉は私の行動の要です。世界中の多くの人々を巻き込むことで、バンダイナムコグループはさらなる進化が可能です。私たち自身が楽しみながらパーパスを本当の意味で実現することこそ、バンダイナムコがありがたい姿であると信じています。

NOBUHIKO MOMOI

桃井 信彦
株式会社バンダイナムコホールディングス
取締役
グループ事業戦略本部長



IP×World ALL BANDAI NAMCOでの事業構築

MIKE CHANG (左)

Bandai Namco Entertainment America Inc.
Vice President, Marketing and Digital Business

MEGAN SAPIN (右)

Bandai Namco Toys & Collectibles America Inc.
Director of Sales, Specialty Chain Retail
and Distribution
Commercial Sales Department



ALL BANDAI NAMCOの精神で、ファンとのつながりだけでなく、私たちバンダイナムコ自身のつながりをより強くするために、最良の選択肢を追求し続けたいと思います。

Mike Chang

ALL BANDAI NAMCOで連携を深めることが不可欠であり、商品・サービスを通じてあらゆる世代のファンにより良い体験を届けるために日々挑戦していきます。

Megan Sapin

Interview 02

ALL BANDAI NAMCOで存在感を示す
北米事業

デジタル事業とトイホビー事業の融合により、
さらなるポテンシャルを示す

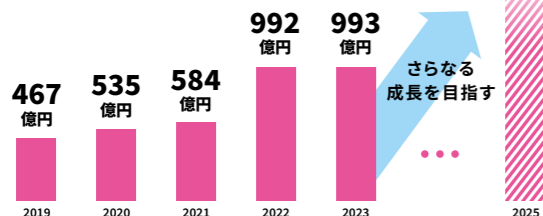
近年、北米市場では急速にデジタル化が加速し、映像の配信サービスが急成長しています。これを背景に日本のアニメ人気も急上昇し、アニメーションが映像作品における主流となりつつあり、ファンの時間と関心を獲得するための競争が激化しています。

デジタル事業においては、ゲーム開発費の上昇が続く中、ファンはより付加価値の高いゲーム体験を求めており、独自の価値を持つ商品・サービスを提供する必要性がこれまで以上に高まっています。

トイホビー事業においては、アニメの人気拡大に伴って、プラモデルやハイターゲット(大人)層向けのコレクターズフィギュア、カプセルトイまで幅広いカテゴリーを展開し、北米事業の核となっています。

アメリカ地域におけるグループ全体の売上高推移

3月31日に終了した会計年度



2022年4月に、Bandai Namco Entertainment America Inc. (BNEA) と Bandai Namco Toys and Collectibles America Inc. (BNTCA) *はカリフォルニア州アーバインでワンオフィス化を実施し、この1年間でデジタルとトイホビーの事業間コミュニケーションを深めることができました。そこから2022年の「ONE PIECE」イベントや2023年7月の「SAND LAND」イベントにおける共同出展など、事業軸ではなくIP軸でALL BANDAI NAMCOの存在感を示すことができていると思います。ただし、これはまだまだ始まりに過ぎません。

ファンはBNEAとBNTCAを別な会社や事業ではなく、大好きなIPの商品やサービスを提供する存在として捉えています。だからこそデジタル事業とトイホビー事業の融合をさらに進める必要があります。商品カテゴリーを横断的に活用するとともに、両事業が連携して幅広いプロモーションを実施することで、非常に高い付加価値を生むことができます。

現状はお互いの専門知識とノウハウを活用し、一貫した品質レベルの商品・サービスをファンに提供し始めたばかりですが、すでにALL BANDAI NAMCOとして可能性を示す複数の新プロジェクトも進行中です。今後、デジタル事業とトイホビー事業の融合がさらに進展することで大きな相乗効果を生み出し、北米事業全体の大きな成長につなげていきたいと考えています。

* Bandai Namco Collectibles LLC (屋号:Bluefin) とBANDAI AMERICA INC.が統合し、2022年4月に誕生

Interview 03

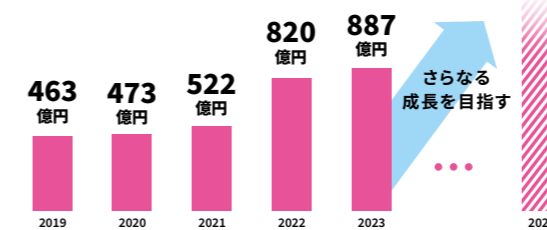
ALL BANDAI NAMCOでスピード感のある
展開を目指す中国事業

デジタル事業とトイホビー事業の強みを掛け合わせ、
スピード感と連携を重視して展開

2023年3月期における中国市場は、デジタル事業とトイホビー事業ともにCOVID-19の影響を大きく受けました。中国内地におけるデジタル事業は、主にネットワークコンテンツを中心に展開していますが、既存タイトルのバージョンアップに注力することでファンの満足度向上に努めました。トイホビー事業は、玩具、プラモデル、カプセルトイ、一番くじなど様々な事業を展開していますが、ロックダウンによる小売店の休業や、COVID-19感染対策などが影響しました。そうした中でも、玩具菓子事業などの新たな展開に積極的にチャレンジしています。

アジア地域におけるグループ全体の売上高推移

3月31日に終了した会計年度



2022年1月にデジタル事業とトイホビー事業の統合会社としてBandai Namco Entertainment (Shanghai) Co., Ltd. (BNESH) が誕生し、徐々に商品・サービスや共同のイベント開催など連動による効果が始まっています。2023年3月に初めて、BNESH総合イベントを実施し、お客様にデジタル×トイホビーの新しいエンターテインメントの形をアピールすることができました。

中国市場においては、ウルトラマンが高い認知度と人気を誇っています。今後は中国におけるガンダム熱の熱中度を上昇させていき、日本発IPの代表として成長させることが大きな目標の1つです。2021年に上海で「実物大フリーダムガンダム立像」が建造され、ガンブラ総合施設「THE GUNDAM BASE SHANGHAI」も各エリアでオープンし、好調な販売状況となっています。中国での展開に向けて、デジタル事業とトイホビー事業の統合効果をより発揮すべく、ネットワークコンテンツとの連動やイベント開催も計画し、認知度の向上を目指していきます。

中国市場は変化が速く、対応するスピードが非常に大切です。そのためにもデジタルとトイホビーの両事業がそれぞれの強みを掛け合わせ、一体となって中国市場の特性に合った新たなエンターテインメントを創出することを目指します。



BANDAI NAMCO

中国内地に向けて、トイホビーの商品を多くのファンに広く届けることが私の使命だと思っています。

東幹

バンダイナムコで世界一のゲームタイトルをつくり、世に送り出すことが私の夢です。

齊銳

QI RUI (右)

齊銳
Bandai Namco Entertainment (Shanghai) Co., Ltd.
ゲーム事業部 / プロモ&戦略推進部
総経理

TSUYOSHI HIGASHI (左)

東幹
Bandai Namco Entertainment (Shanghai) Co., Ltd.
副総経理
潮玩MD部 総経理

特集: Connect with Fans - ALL BANDAI NAMCOでファンとつながる