

Management Eyes **バンダイナムコグループの再編と今後の展望**

■ 統合効果の速やかな実現を目指し ■ 国内外でグループ再編を実行

(株)バンダイと(株)ナムコが経営統合してから2か月が経ち、戦略ビジネスユニットに基づいたグループ再編の施策が次々に打ち出されています。今回はバンダイナムコグループの再編と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高須武男社長に聞きました。



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 高須 武男

——バンダイナムコホールディングスが設立されて2か月が経ちました。

高須 株主の皆様や関係者の方々からご理解とお力添えをいただき、ここまで来ることができました。この場をお借りして心よりお礼を申し上げます。また統合の準備から設立後まで、バンダイ、ナムコの社員が非常に前向きに頑張ってくれたことにも感謝したいと思います。お陰様でバンダイナムコグループとして初めての中間決算も、まずは順調な結果を残すことができました。今後はグループとしてどれだけ発展させ、皆様のご期待に応えていくかということが、私の大きな仕事だと考えています。

——今後の予定を教えてください。

高須 まず国内に関しては、12月1日付で関係会社株式管理業務などを持株会社へ移管し、上場会社など主要な事業会社を中心とした約20社と、バンダイナムコホールディングスが直接の資本関係となりました。これはグループ各社を戦略ビジネスユニットごとに再編し、各社の独自性を保ちつつ持株会社の直轄にすることで、意思伝達を明確にし、経営の迅速化を図ることを目的にしています。この一環としてバンダイロジパルを100%子会社にし、グループ機能会社としてグループ貢献に軸足を置いて取り組んでもらいます。このほかの上場会社についてはこれまでと同様、各社の強みを活かした事業を上場会社として展開する予定です。

次に来年1月1日に、北米における

組織再編の一環として、地域持株会社 NAMCO BANDAI Holdings (USA) Inc. を設立します。これはエンターテインメント市場として今後も大きな成長が見込まれる北米でグループ体制を整えて強力に事業展開していくことを目指したもので、持株会社の設立と同時に NAMCO NETWORKS AMERICA INC. を設立し、北米でモバイルコンテンツ事業を拡大していくほか、バンダイとナムコのゲーム事業を統合した NAMCO BANDAI GAMES AMERICA INC. (仮称) も設立します。

さらに来年4月1日には国内のゲーム事業を統合し、(株)バンダイナムコゲームスを設立します。ゲーム事業はバンダイとナムコ双方で展開していましたが、これを統合することで開発効率の大幅な向上と、バンダイとナムコが共同開発した「機動戦士ガンダム 一年戦争」のように、両社の技術開発力やノウハウを結集させることが期待されます。

——人材交流は進んでいますか？

高須 人事面での融合は人事制度の違いなどから簡単ではありませんが、お互いの強みを学び合うとともに、社内の活性化を図るためにも大変重要なことだと考えています。ですからバンダイで働きたい人やナムコで働きたい人を両社の枠を超えて公募し、人事異動に活かしていく予定です。また、バンダイとナムコにはそれぞれ次世代のリーダーを育成するプログラムがあります。これに両社それぞれの社員が参加し、交流を深めていくことも考えています。

(次ページに続く)

Contents

Management Eyes	1~3
バンダイナムコグループの事業再編計画	
News Topics	4~9
「神羅万象チョコ」が累計販売数1,000万個突破 「KIRAKIRA JAPAN」プロジェクト始動 グループ3社の製品がグッドデザイン賞受賞 Xbox 360向けに「リッジレーサー6」など発売 温泉施設「スパリゾート リバティ」開業 欧州でiモード向けコンテンツサービス開始 「花やしき少女歌劇団」デビュー、ほか	
Business Angle	10~11
(株)ナムコ 執行役員 チームナンジャ ディビジョン リーダー 池澤 守/ほか	
Close-up Products	12
「超じんせーエンジョイ! たまごっちプラス」ほか	

■ エンターテインメント・ハブ構想を推進し 企業のサステナビリティを実現していく

——次世代ゲーム機の登場で開発コストの高騰が懸念されています。

高須 先日、ナムコが開発中のマイクロソフト社のXbox 360用ソフト「リッジレーサー6」のデモ画面を見ましたが、実際の映像以上に迫力のある映像で驚きました。当然、こうした次世代機のゲームソフトは優れた技術と開発費が必要ですし、これまで以上に効率を追求し、精査し、良い作品に集中的に投資していくことが必要になります。そういう意味でも、両社のゲーム事業の統合は大きなメリットがあると考えています。その一方で、今、ニンテンドーDS専用ソフト「たまごっちのプチプチおみせっち」が大変好調ですが、こうしたコンテンツの魅力を活かすことができる既存機種ソフトも、きちんと投入していくべきだと思っています。バンダイナムコグループでは、今後もコンテンツの魅力を最大限発揮できる開発体制を臨機応変にユニット化し、プラットフォームの特性とマッチングするソフトをマルチプラットフォーム展開します。

——事業面でシナジー効果は発揮されていますか？

高須 バンダイナムコグループの戦略説明会でもお披露目したアミューズメントマシン「機動戦士ガンダム戦場の絆」以外にも、着々と進行し

ています。また、ナムコのロケーションを使ってバンダイの商品マーケティングを展開したり、ナムコのゲームコンテンツを商品化・映像化するといったコラボレーションを企画しています。お互いに相手を活用して自分のビジネスを拡大しようという意識を持てば、シナジーは必然的に生まれてくると思います。そのためにも現場で働く社員の気持ちが大切ですし、それが大きなパワーになります。私は半年後や1年後に、さまざまな事業分野で大きな花が咲いてくるものと確信しています。

——年末商戦の期待の商品は？

高須 バンダイでは、たまごっちプラスシリーズの第3弾「超じんせーエンジョイ！たまごっちプラス」を発売しました。また「ふたりはプリキュア マックスハート」「魔法戦隊マジレンジャー」「仮面ライダーヒビキ」などの人気シリーズの商品を投入します。ゲームソフトでは、カプコンと共同開発したプレイステーション2専用の「機動戦士ガンダムSEED 連合vs.Z.A.F.T.」、NARUTO -ナルト- ナルティメットヒーロー3、任天堂と共同開発したゲームキューブ用「SDガンダム ガシャポンウォーズ」などがあります。

またナムコからは、プレイステーション2専用「ソウルキャリバー3」、



「テイルズ オブ」シリーズの10周年記念となるプレイステーション2用「テイルズ オブ ジ アビス」、そしてXbox 360用「リッジレーサー6」などの楽しい大型ソフトが発売されます。さらに業務用ゲームでは、3D対戦格闘ゲームの「鉄拳5 Dark Resurrection」、レースゲームの「マリオカート アーケードグランプリ」、シールプリント機の「花吹雪」などが続々と登場します。

——企業経営にとって大切なサステナビリティ（持続的発展）についてはどのように考えていますか？

高須 今日のように変化の激しい時代にあって、一つの会社やグループに閉じこもっているようでは、企業の継続性や成長性はあり得ません。ですから今回、バンダイとナムコが経営統合しましたが、これで終わりではなく、さらにいろいろな企業やグループと一緒に企業のサステナビリティを実現していきたいと思っています。これはM&Aか、資本参加か、あるいはコラボレーションかわかりませんが、いずれにしても事業面でも経営面でも、バンダイナムコホールディングスはオープンな企業グループでありたいと思います。それとともに、我々のようなビジネスは社員という財産がなければ企業



バンダイナムコホールディングスの設立披露会で壇上に立つ役員（11月1日）



高木九四郎会長



高須武男社長

価値は無いと帰してしまいますし、社員の協力がなければ企業の力は一遍に萎えてしまいます。ですから、たとえばM&Aを実行するにしても現場の声も取り入れながら、バンダイナムコグループの将来を考えて一番適切な選択肢を選ぶべきだと考えています。

——次期・中期経営計画の策定は？

高須 現在、2006年度からスタートする新・中期経営計画の策定を進めています。この中で一つだけはっきりしていることは、バンダイナムコグループの目指す方向性が「エンターテインメント・ハブ構想」にあるということです。これは飛行機の

中継点であるハブ空港をイメージしたもので、ハブ空港にあれば世界中に繋がるいろいろな航路があるように、バンダイナムコグループに来てもらえれば、パートナー企業のコンテンツを玩具にも、アパレルにも、ゲームや菓子にも、多様に活用していただくことができるということです。これはライセンサーにとってもメリットと感じていただけるでしょうし、このようなオープンな関係をさまざまな企業と築いていきたいと思っています。また我々も、ハブ空港のような機能を持つことで、外部から新しい風を取り込むことができます。現在、我々の戦略ビジネスス

キットは5つですが、これを次の3年間で1つでも2つでも増やしていきたいと考えています。

バンダイとナムコの経営統合が、本当に素晴らしいことだと皆さんから認めていただけるように、これからさまざまなシナジーを実現させていくことが大切です。バンダイナムコグループは、まだ助走を始めたに過ぎません。これからどんどん加速して、バンダイナムコグループのミッションである「夢・遊び・感動」をエンターテインメントを通じて世界中の人々へ提供していきます。

これからも皆様のご支援、ご協力をよろしくお願い申し上げます。

Financial Data

2006年3月期 中間決算

バンダイナムコグループは、2006年3月期中間期（2005年4～9月）の業績を以下通り発表しました。

◆トイホビー事業

国内では、「ふたりはプリキュア マックスハート」などの女兒向け玩具や子供用衣料、「たまごっちプラス」シリーズが大変好調に推移しました。また新規カテゴリーの「データカードダス」が好スタートを切るとともに、男児向けでは「魔法戦隊マジレンジャー」の玩具、「甲虫王者ムシキング」の子供衣料などが人気となりました。

海外では、米国地域は主力商品の展開が下期に集中していますが、堅調な推移となり、欧州・アジア地域は「パワーレンジャー」「たまごっちプラス」シリーズが好調に推移しました。

◆アミューズメント事業

国内では、「アイドルマスター」などを投入して新規顧客層獲得に注力したほか、前年度に出店した大型アミューズメント施設や「浅草花やしき」が業績に貢献しましたが、全体としては市場低迷の影響を受けました。

海外では、米国地域は効率化やコスト削減などの継続推進により回復傾向にあります。ハリケーンやガソリン

高などによる市場低迷の影響を受けました。一方、欧州地域やアジア地域は堅調に推移しました。

◆ゲームコンテンツ事業

家庭用ゲームソフトは、国内ではプレイステーション2専用ソフト「第3次スーパーロボット大戦α」「ドラゴンボールZ Sparking!」などが、米国地域ではPSP専用「リッジレーサー」、欧州・アジア地域ではプレイステーション2専用ソフト「鉄拳5」などが好調に推移しました。

業務用ゲーム機は、国内の「アイドルマスター」やアメリカ地域の「湾岸ミッドナイトMAXIMUM TUNE2」などが好調でしたが、一部製品の発売時期を変更した影響を補うには至りませんでした。

一方、ナムコのモバイル機向けコンテンツは、国内で「太鼓の達人」などが好調に推移し、会員数が100万人を突破しました。

◆ネットワーク事業

バンダイネットワークスのネットワーク事業では、モバイル機向けコンテンツの「GNOモバイル」やゲームコンテンツが好調に推移したほか、携帯電話機向け新規技術の提供や企業向けソリューション・WEBコンテンツなどが業績に貢献しました。

◆映像音楽コンテンツ事業

昨年よりテレビ放送を開始した「機動戦士ガンダムSEED DESTINY」が高いグループシナジー効果を発揮するとともに、OVA「スーパーロボット大戦 ORIGINAL GENERATION THE ANIMATION」、劇場アニメ「スチームボーイ」のパッケージソフトが業績に貢献しました。

2006年3月期通期の連結業績は、売上高4,700億円、経常利益441億円、当期純利益244億円を計画しています。

(単位：百万円)

2005年度中間期の連結業績	売上高	営業利益	経常利益	中間純利益
(2005年4月～2005年9月)	218,873	17,546	18,224	7,834
2005年度通期の連結業績予想	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
(2005年4月～2006年3月)	470,000	44,200	44,100	24,400

見直しに関しては種々の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。

玩具菓子「神羅万象チョコ」シリーズが 約半年で累計販売数1,000万個を突破

バンダイのキャンディ事業部が今年3月から発売している玩具菓子「神羅万象チョコ」シリーズ（各105円）が、10月末時点で累計販売数1,000万個を突破しました。

「神羅万象チョコ」はウエハースチョコ1枚と、個性豊かなオリジナルキャラクターのイラストが描かれたプラスチックカード1枚（各弾30種）を同梱した商品で、現在、第3弾まで発売されています。カード裏面には各キャラクターの種族や必殺技な

どのデータが記載されており、「神羅万象」の世界を楽しむことができます。カードに描かれた多彩なキャラクターの魅力と、イラストのクオリティの高さが人気の要因となっており、小学生男児を中心に、「神羅万象チョコ」のカードをコレクションする子供たちが増えています。

バンダイでは、今後、ガシャポンなどでもキャラクターを商品展開し、「神羅万象チョコ」の世界をますます盛り上げていく計画です。



©BANDAI・こどもの館

バンダイがポーター賞を受賞 独自のビジネスモデルが評価

バンダイはこのほど、一橋大学大学院国際企業戦略科が主催する「ポーター賞」を受賞しました。ポーター賞は競争戦略論と国際競争力研究の第一人者である米国ハーバード大学のマイケル・E・ポーター教授をアドバイザーとして創立された賞で、製品・プロセス・経営手法においてイノベーションを起こし、独自性があ

る戦略を実行する企業や事業部を表彰するものです。

審査は、収益性、他社と異なる独自性、戦略の一貫性、資本の効率的な利用、独自のバリューチェーンなどさまざまな視点で行われ、2005年度はバンダイを含め4つの企業・事業部門が表彰されました。バンダイの受賞は、キャラクターマーチャンダイジングに特化し、独自のビジネスモデルを築いている点などが評価されたものです。

たまごっち、ドラゴンボールZ のゲームソフトが好調に推移

バンダイが今年9月に発売したニンテンドーDS専用ソフト「たまごっちのプチプチおみせっち」と、10月に発売したプレイステーション2専用ソフト「ドラゴンボールZ Sparking!」が、好調なスタートを切っています。「たまごっちのプチプチおみせっち」は、たまごっち本体や登場キャラクターの人気などもあって小学生女児を中心に支持され、12月末までに70万本を出荷予定です。一方、欧米と国内で同時展開している「ドラゴンボールZ Sparking!」は、12月末までに国内57万本、海外108万本以上を出荷する予定です（出荷予定数は11月中旬時点での見込み）。

バンダイが玩具業界初の「環境報告書」を発行

バンダイは2003年1月よりグループ横断の「環境プロジェクト」を発足し、「容器包装材の削減」「環境ホルモンの禁止」「C.O.C（コードオブコンダクト）」を柱にさまざまな活動に取り組んできましたが、このほど、その活動と成果をまとめた「バンダイグループ環境報告書2005」を玩具業界で初めて発行しました。バンダイナムコグループでは、今後、環境プロジェクトの新委員長に就任したバンダイムコホールディングスの橋正裕取締役を中心に、グループ丸となって環境問題への対応や品質管理をさらに推進するとともに、エンターテインメント企業ならではの視点から、未来を担う子供たちに環境の大切さを伝えていくための取り組みも行っていきます。なお、「バンダイグループ環境報告書2005」は、バンダイのホームページ（<http://www.bandai.co.jp>）からご覧いただくことができます。ぜひ、ご一読ください。



バンダイグループ環境報告書2005
©1999 BANDAI・WIZ



©BANDAI・WIZ 2004 ©BANDAI 2005

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

20～30代の“コドナ”をターゲットにした「KIRAKIRAJAPAN」プロジェクト始動

バンダイは今をときめく多彩なクリエイターたちとタッグを組み、今年秋から「KIRAKIRAJAPAN (キラキラジャパン)」プロジェクトをスタートさせました。これは「おもちゃ=子供」という概念を刷新し、20代～30代の「コドナ」(子供と大人の中間を意味する造語)をターゲットに新しい“モノ”や“コト”を提案しようというもので、「太陽のようにキラキラと光り輝く日本を世界に発信していきたい」ということから命名されました。



このプロジェクトは、2002年に「バンダイグループ感動創造論文」でグランプリを受賞した企画がベースになっており、レディースインナーブランド「mi・ke・ra (ミケラ)」を立ち上げたバンダイ・アパレル事業部の布施美佳子がプロデューサーを担当。ニットブランド「LOVE BEVVY (ラブベビー)」を立ち上げます。また、スタイリストの飯嶋久美子氏のトータルコーディネートにより、多数のクリエイターとコラボレーションを展開していきます。また、参加クリエイターの一人である山本哲也氏がデザインした「POTTO (ポト)」が、11月8日の「2006年春夏東京コレクション・ウィーク」でファッションショーを行い、注目を集めました。

「仮面ライダーヒビキ ディスクアニマル」などグループ3社の製品がグッドデザイン賞受賞

薄い円盤形状からさまざまな動物形状に変形する「仮面ライダーヒビキ ディスクアニマル」シリーズが、このほど日本産業デザイン振興会主催の「2005年度 グッドデザイン賞」(商品デザイン部門)を受賞しました。これは「テレビキャラクターのデザイン形状を忠実に再現しつつ、立体物を折りたたむとシンプルな薄い円盤になるという意外性のある画期的な機能」や、「年齢にかかわらず誰でも扱える分かりやすい操作性」が大変優れていると評価されたものです。

このほかバンダイナムコグループでは、(株)メガハウスが発売したオセロの超ミニ版「オセロ極きわめ」シリーズや、ナムコのプレイステーション2専用ソフト「みんな大好き 塊魂かたまりだましい」(6ページ参照)も商品デザイン部門でグッドデザイン賞を受賞しました。

魔法戦隊マジレンジャー 伝説合神DXマジレジェンド

発売中/9,975円(税込) ポーズトイ事業部

「魔法戦隊マジレンジャー(テレビ朝日系、日曜朝7:30～/一部地域を除く)」に登場する2体のマジン「マジファイヤーバード」と「マジライオン」が、レジェンドパワーによりパワーアップし、敵の地底冥府インフェルシアとの最後の戦いに向けて伝説合神。電動アクションにより「マジレジェンド」が完成します。



©2005 テレビ朝日・東映AG・東映

20Q (トゥエンティキュー)

発売中/2,100円 プレイトイ事業部

アメリカで200万個以上を販売し、大ヒットとなった携帯型人工知能ゲーム「20Q」が、日本語版で登場。固有名詞以外の好きなものを思い浮かべ、約20の質問に「はい」「いいえ」などと答えるだけで、それをズバリと当てます。日本語版の発売にあたり、日本人のデータを収集し、日本固有のものや流行などを網羅。驚異的中率を実現しました。



©2003 RADICA GAMES LTD.

マスターグレード 1/100スケール ゼータガンダム Ver.2.0

発売中/5,250円 ホビー事業部

25年にわたるガンブラのノウハウを結集した最新鋭機が登場しました。前作以上の精度による完全変形はもちろん、「モビルスーツ」「ウェーブライダー」の両形態を保持する“ロック機構”や、モビルスーツ時の“アクション性能”を強化。ビームサーベルなどのオプションと組合せたポーズ再現や、付属のディスプレイベースによって発進シーンなどの飛行状態ディスプレイも可能です。



©創通エージェンシー・サンライズ

シナモロールウィンターグッズ

ソリ(2,079円)、スノトレ(3,045円) = 発売中 スキー板(15,540円)、スキーウェア(12,915円) = 12月中旬発売 アパレル事業部

女の子に大人気のシナモロールのウィンターグッズが、スポーツショップ「スーパースポーツゼビオ」で順次発売中です。ソリ、スノトレ、スキー板、スキーウェアの4点で、なかでもプロスキーヤーも認めるオーストリア製のスキー板は、大人も納得する本物志向の商品です。子供と初めて雪上で遊ぶファミリーが、冬をまるごと楽しめるように、シナモロールのウィンターグッズで応援します。



©2002, 2005 SANRIO CO., LTD. (K)

次世代ゲーム機「Xbox 360」向けに「リッジレーサー6」などを日米欧で発売

ナムコは、12月10日に発売されるマイクロソフト社の次世代ゲーム機「Xbox 360」向けに、レースゲーム「リッジレーサー6」とアクションアドベンチャーゲーム「フレームシティ」を日米欧で発売します。

「リッジレーサー6」(7,140円)はXbox 360本体と同時発売を予定しており、次世代ゲーム機ならではのスピード感が体験できます。また、Xbox 360のオンライン機能であるXbox Liveにフル対応し、

ブロードバンドに接続することでオンライン対戦、世界統一のグローバルタイムアタック、追加コンテンツのダウンロード、ボイスチャットなどが楽しめます。

一方、「フレームシティ」(今冬発売予定、価格未定)は、Xbox 360の優れた演算・描画処理能力が可能



次世代ゲーム機ならではのスピード感を楽しめる「リッジレーサー6」
©2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED

にした国際色あふれる世界表現と自由度の高いゲーム性、ドラマティックかつハードボイルドなストーリー展開が魅力のアクションアドベンチャーゲームです。

大阪にナムコ初の温浴施設「スパリゾート リバティ」開業

ナムコ初の温浴施設である「スパリゾート リバティ」が、12月3日に大阪府岸和田市にオープンしました。この施設は今年10月末に事業承継を行った「クアオルト・リバティ 泉州健康センター」に改装を加えたもので、天然温泉のほか、アミューズメントコーナーやレストラン、大宴会場などを併設し、家族連れから高齢の方まで幅広い年齢層のお客様に楽しんでいただける施設となっています。

今回の改装では、ナムコがロケーション施設の運営などで50年にわたり追求・創造してきた新しいサービスを導

入し、おもてなしの中に“癒し”と“リフレッシュ”の要素を取り入れ、若い世代にも楽しんでもらえる要素をふんだんに盛り込むなど、エンターテインメント性の高い施設として生まれ変わりました。



「スパリゾートリバティ」のイメージ図

施設概要	スパリゾート リバティ		
住所	大阪府岸和田市並松町25-17		
施設面積	1万1,000平方メートル		
営業日時	年中無休(24時間営業)		
利用料金	大人(中学生以上)	1,890円	
	小人(小学生以上)	945円	
	幼児(2歳以上)	525円	

ナムコ・ナンジャタウンに「ミラクルフルーツカフェ」オープン

新コンセプトの「ミラクルフルーツカフェ」が、11月22日、池袋サンシャインシティの「ナムコ・ナンジャタウン」内にオープンしました。これはレモンを丸かじりしても甘く感じる味覚修飾植物“ミラクルフルーツ”の特性を活かし、「甘く美味しいスイーツを思い切り食べたいが、カロリーを採りすぎたくない」という女性の悩みを解消するヘルシー&ビューティーカフェです。ケーキやパフェ、アイスクリームなど、通常では300~500kcalほど摂取してしまうスイーツでも、酸味を甘味に感じさせるミラクルフルーツを使えば、糖分を抑えた100kcal以下のメニューでも驚くほど甘く美味しく食べることができます。店舗では100kcal以下でラインナップされたケーキ、パフェ、シャーベット、スムージーなどの幅広いスイーツメニューを揃えています。

このほか、11月21日にオープン2周年を迎えた「自由が丘スイーツフォレスト」や、12月3日に1周年を迎えた「神戸スイーツハーバー」では、新しい店舗のオープンやクリスマス限定スイーツなど、“甘いクリスマス企画”を開催しています。



“ミラクルフルーツ”を使ってカロリーを100kcal以下に抑えたスイーツメニュー

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

ゲームソフト「塊魂」シリーズが2年連続でグッドデザイン賞受賞

ナムコが今年7月に発売したプレイステーション2専用ソフト「みんな大好き塊魂^{かたまりだましい}」(5,229円)が、商品デザイン部門で日本産業デザイン振興会が主催する「グッドデザイン賞」を受賞しました。これは前作の「塊魂」(2004年3月発売、4,725円)に続き2年連続の受賞で、前作を上回る作品として、ゲームの美しさ、独創性、魅力が高く評価されたことによるものです。

「塊魂」シリーズは、雪玉を転がして大きくする要領で「塊」を転がし、地球上にあるさまざまなモノをくっつけ、どんどん大きくしていくアクションゲームで、グッドデザイン賞以外にも、「平成15年度文化庁メディア芸術祭審査委員推薦作品」に選ばれたり、優れたゲームソフトを表彰する米国の「第8回 Annual Interactive Achievement Awards」で2部門を受賞するなど、国内外で高い評価を得ています。

今回の「みんな大好き塊魂」は、“国境も年齢も性別も越えて、誰もがすぐに楽しめる”をコンセプトに、前作のシンプルな操作性やゲーム性をそのまま受け継ぐ一方で、プレイヤーがより一層楽しめるモードやステージを充実させており、遊ぶほど楽しさが広がることから、国内外で人気となっています。また、音楽、映画、舞台、モデルなどで活躍中の10組の個性派アーティストとのコラボレーションによるBGMも話題を集めています。

なお、ナムコでは12月22日に、プレイステーション・ポータブル用ソフト「僕の私の塊魂」(5,040円)を発売する予定です。



©2003 2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

PS2専用ソフト「ソウルキャリバーⅢ」

発売中/7,140円 CTカンパニー

世界最高峰の剣劇対戦アクションとして高い評価を得ている「ソウル」シリーズの最新作。重厚な世界観、爽快感溢れる武器での攻防、奥深い戦術を実現するとともに、グラフィックやサウンドのクオリティもアップさせました。新キャラクターの追加はもちろん、自分だけのキャラクターが作成できる「キャラクタークリエーションモード」をはじめ、「ロストクロニクルズモード」「バトルアリーナモード」など多種多彩なモードを収録しています。



©1995 1998 2002 2003 2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

鉄拳5 DARK RESURRECTION

今冬導入/出荷時プレー価格:1プレー100円(カード購入500円) AMカンパニー

業務用ゲーム機として1994年に発売して以来、世界中で人気を博している3D対戦格闘ゲーム「鉄拳」シリーズの最新作。新キャラクターにストリートファイト、コマンドサンボという戦闘スタイルをもつ2人が登場したほか、



キャラクターカスタマイズ用の新アイテムや対戦ステージも、前作から大幅にボリュームアップ。さらに、家庭用ゲームソフト版での特典だった著名クリエイターによるコスチュームも選択可能となり、進化した「鉄拳」の世界を存分に楽しむことができます。

©1994,1995,1996,1999,2001,2004,2005 NAMCOLTD., ALL RIGHTS RESERVED.

マリオカート アーケードグランプリ

12月導入/出荷時プレー価格:1プレー200円(カード購入200円) AMカンパニー



任天堂の大人気家庭用レースゲーム「マリオカート」の業務用ゲーム化権をナムコが取得し、製品化した業務用レースゲームです。さまざまなアイテムを使ってライバルを攻撃しながら順位を競う従来のシステムを踏襲しつつ、プレイヤーの顔写真を撮影してカート上に表示するという業務用ゲーム機ならではのレースを楽しむことができます。また、カードにゲームの進行度やアイテムなどが記録できるので、継続して、しかも一人でも、複数対戦(4台通信まで)でもプレイが可能です。

©2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED. MARIOKART is a registered trademark of Nintendo. Licensed by NINTENDO

花吹雪

12月初旬導入/出荷時プレー価格:1プレー400円 AMカンパニー

女子中高生から高い支持を得ているシールプリント機「花鳥風月シリーズ」の最新機。直前に撮った画像を見ながら合計4回まで重ね撮りができる新しい遊びの要素を取り入れた「重ね撮り」や、8灯のストロボ、超高発色シールを採用することで徹底した美肌画質を実現した「きれい撮り」の2コースで撮影が可能です。年間5,000人以上の女子中高生に綿密なリサーチを繰り返し、ユーザーが求めるトレンドをしっかり掴んだ製品に仕上げました。

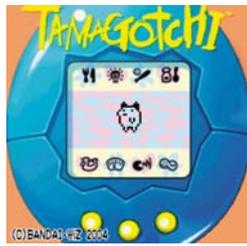


©2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

バンダイネットワークスが欧州で iモード向けコンテンツサービス開始

バンダイネットワークス(株) (大下 聡社長、JASDAQ上場)と、フランスのグループ会社BANDAI S.A. (松尾昌幸社長)は、今年10月より英国とアイルランドのiモードサービス向けにモバイルゲーム総合サイト「Bandai Pocket」を開始しました。本サイトでは、携帯電話向けに完全移植した「たまごっち」のゲームを欧州で初めて配信しているほか、サービス開始時に合計13本のゲームコンテンツを提供。さらに今後も毎月1本ずつゲームコンテンツを追加

していく予定です。サイト利用料金は、英国が3ポンド、アイルランドが3ユーロで、サイト内のゲームは30日間遊び放題です。



「たまごっち」の携帯用ゲーム ©BANDAI・WIZ 2004

◆Bandai Pocket

国境を越えて世界7か国のユーザー同士でゲーム結果をランキングで競うことができるほか、機動戦士ガンダムやハローキティなどのキャラ

クターを使ったゲームを提供するモバイルゲームの総合サイト。現在、世界6か国で配信しており、主なコンテンツとして、スポーツ(テニス、サッカー、カーレーシング)、アクション(飛行機着陸シミュレーション)、パズル、アーケード(ブラックジャック、オセロ、ビリヤードなど)があります。



◆バンダイネットワークス本社移転

バンダイネットワークスはこのほど本社を移転し、以下の新住所で営業を開始しました。
住所 東京都港区東新橋1-6-1-21F

北野武監督最新作「TAKESHIS」 絶賛公開中

バンダイビジュアル(株) (川城和実社長、東証2部上場)が製作参加している北野武監督の最新作「TAKESHIS」が、11月5日に全国公開されました。北野監督にとって12作品目となる「TAKESHIS」は、第60回ベネチア国際映画祭で監督賞を受賞した前作の「座頭市」から2年を経て公開された待望の作品で、北野監督自らが主人公の2人の男を演じています。芸能界で成功を収めた人気タレント“ビートたけし”と、コンビニで働く売れない役者“北野”の2人の世界が次第に重なり合い、混沌としていく様子を、監督ならではの斬新な映像手法で描き出し、観る者を圧倒します。

「TAKESHIS」は、第62回ベネチア国際映画祭コンペティション部門に正式出品され、9月2日に“サプライズ・フィルム”(上映時間直前まで作品名・監督名などすべての情報が秘密にされた)という特別待遇によって世界で初めて上映されました。これにより国内外のメディアから一斉に注目を集め、「世界のキタノ」を強く印象付ける結果となりました。

来年からはアメリカ、ヨーロッパなど世界40か国以上での上映が予定されています。



ビートたけしが芸能界の大スター「ビートたけし」と、役者を目指すコンビニ店員「北野」の2役を演じている ©2005 バンダイビジュアル TOKYO FM 電通 テレビ朝日/オフィス北野

劇場版「機動戦士Zガンダム」 第3部を来年3月に公開

バンダイナムコグループの(株)サンライズ(吉井孝幸社長)が企画制作し、バンダイビジュアルが製作協力する劇場版3部作「機動戦士Zガンダム」の最



©創通エージェンシー・サンライズ

後を飾る第3部「機動戦士ZガンダムⅢ 一星の鼓動は愛一」が、来年3月4日に公開されることが決定しました。今年5月に公開された第1部「星を継ぐ者」は10月にDVDソフトを発売。初回出荷20万枚のヒットとなりました。またDVD発売の翌日には第2部「恋人たち」を公開。初日2日間で興行収入1億2,000万円と好調な実績をあげています。

また、劇場公開と連動して関連商品の発売をグループ全体で展開し、第1部のDVDソフトを第2部上映の劇場窓口に持参すると割引料金で鑑賞できるなど、ユニークなサービスも行っています。(10ページに担当プロデューサーのインタビューを掲載しています)

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

芸能発祥の地・浅草から 「花やしき少女歌劇団」デビュー

(株)バンプレスト(仲田隆司社長、東証1部上場)のグループ会社で、遊園地「浅草花やしき」を運営する(株)花やしき(田中英利社長)が、このほど「花やしき少女歌劇団」を結成しました。劇団は7歳~15歳の少女12名からなり、7~10歳の「小さい花」チームと、11~15歳の「可愛い花」チームの2チームで構成。9月18日に開催されたお披露目会では、遊園地関係者を前にテーマソングやダンスを発表しました。

振り付けは、「モーニング娘。」をはじめ、数多くのトップアイドルを育ててきた夏まゆみ氏が監修しており、“華やかな舞台を夢見て芸能発祥の地・浅草からスタートする少女たちの夢追い物語”を歌やダンスで表現します。

「花やしき少女歌劇団」では、今後、浅草発の新しいエンターテインメントの創出・発信を目指すとともに、多くの人びとに夢や感動を提供していきたいと考えています。



ナムコ・ネットワークス・アメリカ設立 米国でモバイルコンテンツ事業の拡大を図る

バンダイナムコホールディングスは、米国でモバイルコンテンツ事業の拡大を図るため、来年1月に設立予定のNAMCO BANDAI Holdings (USA) Inc.の100%子会社として、NAMCO NETWORKS AMERICA INC.を設立します。現在、ナムコの米国における携帯コンテンツの開発・配信サービスは、アミューズメント機器の製造・販売などを手がけている米国子会社のNAMCO AMERICA INC.が、事業の一部門として運営しています。しかし、今後さらに加速するであろう市場の成長に対応し、スピーディな事業展開と高品質なコンテンツ提供を目指すため、モバイル事業を中心とした子会社を設立することになりました。

◆NAMCO NETWORKS AMERICA INC.の概要

- | | |
|------|---|
| 資本金 | 100万USドル |
| 設立日 | 2006年1月1日 |
| 本社 | 米国カリフォルニア州 |
| 代表 | 代表取締役社長 久恒健嗣 |
| 事業内容 | ①各種モバイルOS向けゲームコンテンツ開発、アプリケーション開発と配信業務
②着信メロディの配信業務
③待受け画面の配信業務
④アグリゲーション業務
⑤ネットワークアプリケーション開発・配信業務 |

バイクヘルメット「TYPE RX-78 GUNDAM」

注文受付中、商品お届け予定2006年4月末/20,790円
バンダイネットワークス(株)

オリジナルのバイクヘルメットシリーズ第10弾です。第1弾の「バイクヘルメット“TYPE CHAR”」(約2,500個受注)から始まり、シリーズ4年目にしてついにガンダムカラーが登場。トリコロールカラーをベースに、モビルスーツのヘッドパーツとボディパーツをイメージしたカラーデザインを施し、サンバイザーの着脱により2形態での使用が可能です。そのほか、地球連邦軍マーク印刷のヘルメット収納袋が付属されています。完全受注生産の限定商品で、eコマースサイト「LaLaBit Market」およびモバイルコマースサイト「バンダイキャラストア」で予約受付しています。



©創通エージェンシー・サンライズ

シーカクテル

12月上旬発売/14,800円 (株)バンプレスト

「シーカクテル」は、LEDライトで再現した海の中を大小の「人工クラゲ」が泳ぐ“癒し系グッズ”です。クラゲは神秘的な生態と幻想的な外見で人気が高いものの、非常にデリケートで飼うのが大変な生き物です。「シーカクテル」はそんなクラゲの動きを、ほとんどメンテナンスのいらない人工物で再現しました。60分自動消灯タイマー機能付きで、就寝時に眺めながら楽しむなど、さまざまな使い方で癒しを楽しむことができます。



DVD「ウルトラマンマックス 1」

12月23日発売/2,100円 バンダイビジュアル(株)

放映中の「ウルトラマンマックス」(CBC・TBS系、毎週土曜日朝7時30分~)がDVDで登場。「超光速」がテーマの“史上最強のウルトラマン”の前に、バルタン星人、ゼットン、エレキングといった伝説の怪獣たちが立ちまはかります。スタッフには「あずみ2」の金子修介監督や「妖獣大戦争」の三池崇史監督など、日本を代表するクリエイターが多数参加しています。なおTVシリーズと並行して、子供向け特別編集版「ウルトラマンマックス 怪獣大図鑑!」(発売中)と、「ウルトラマンマックス マックス&DASHのひみつ!」(2006年1月27日発売予定)、「ウルトラマンマックス 怪獣大図鑑2!」(2006年3月24日発売予定)も発売されます。



©2005 円谷プロ・CBC

■ チームナンジャのフードテーマパークから 新しいファッションや文化を発信していく

ナムコでは、統一されたテーマ(物語)のもと、複数の飲食店舗が集めた新しい形態の娯楽施設「フードテーマパーク」を2001年からプロデュースしています。すでに全国18か所に広がるこれらの施設は、いずれも高い集客力を誇り、その波及効果は商業施設だけではなく、地域の活性化を促進してきました。今回は企画設計集団「チームナンジャ」を率い、フードテーマパークの第一人者として活躍するナムコの池澤 守執行役員にインタビューしました。

——チームナンジャのミッションは？

池澤 チームナンジャは商業施設を中心としたさまざまな施設で、強力な集客装置となるフードテーマパークを企画からオープンまで一括して手がける日本で唯一のプロデュース集団です。チームの構成は、フードテーマパーク全体のコンセプトを考え、それを実行に移すプラン構築を担うプロデュース部門、フードテーマパーク内の空間作りを担当する環境演出部門、アトラクションに相当するテナントを選ぶキャスティング部門、情報発信や話題作りを行うプロモーション部門に分かれており、約50人のスタッフが所属しています。

——何か所ぐらいあるのですか？

池澤 2001年にオープンした「横浜カレミュージアム」を皮切りに、

全国18か所でフードテーマパークを手がけており、いずれも年間100万人以上の集客力を誇っています。なかでも今年2月に千葉県船橋市のTOKYO-BAYららぽーと内にオープンした「東京パン屋ストリート」は、年間150万人の目標を5か月で達成し、大変好調です。

——チームナンジャが手がけるフードテーマパークの特徴は？

池澤 我々が最も重視しているのは「安・本・楽」、つまり「安くて、本物で、楽しい」ということです。具体的には、集客力を最大化させるために入場料を無料にしていること、各地の名店を一同に会していること、そしてエンターテインメントに軸足を置き、テーマパークとしての要素を強調していることなどが挙げられ

ます。つまり千円札1枚で、非日常的な空間の中で本物の味が楽しめるというわけです。こうした要素が、他の集合飲食施設との決定的な違いではないかと思っています。

——施設をプロデュースしていくまでの流れを教えてください。

池澤 まず商業施設などの事業母体からプロデュースの依頼があり、それを受けて我々がフードを選定します。フードはその土地柄や施設のターゲット層などに応じて検討します。フードが決まったら、今度はテナントを誘致します。日頃からさまざまな情報を吟味して収集しており、最終的にはスタッフの判断で決定します。我々のフードテーマパークは一般の方々を対象としているので、本物であることに加え、大半の人が美味しいと感じる大衆性がポイントになります。環境演出については、たとえば「池袋餃子スタジアム」ならば「昭和30年代をイメージした町並み」というように、テーマに基づいたバックストーリーを作り、それをベースに非日常空間を作っています。こうした演出を通じて、美味しさの最大化を図っているわけです。

Portrait

劇場版「機動戦士Zガンダム」のプロデューサー

バンダイビジュアル(株) 第3プロデュースグループ ゼネラルマネージャー 久保 聡

今年5月に公開された劇場版3部作「機動戦士Zガンダム」の第1部が、全国興行成績ランキングで5週連続トップ10にチャートインし、8億円を越す興行収入を記録。10月29日に公開された第2部「機動戦士ZガンダムII—恋人たち—」も好調に推移しています。今回はこの作品にプロデューサーとして参加しているバンダイビジュアル(株)の久保 聡に話を聞きました。

どのような役割を担っているのですか？

この作品は、原作・脚本・絵コンテ・総監督を富野由悠季さんが、アニメーションの企画・製作をバンダイナムコグループのサンライズが、そして配給を松竹(株)が行っています。バンダイビジュアルは製作協力という立場で、作品を送り出すにあたっての

コンセプトリーダーを任されており、劇場版公開やDVD発売時期の調整・決定や、宣伝・マーケティングなどを行っています。

劇場版は「新訳」だそうですね？

制作初期に絵コンテを読み、「これはすごい作品ができる」と感じました。そこで、この作品はテレビアニメを単に劇場版にしたのではなく、新しく解釈した作品であることが伝わるように、「New Translation」というフレーズを副題につけたんです。お陰様で20年前にテレビアニメを見ていたファンからも高く評価されていますし、「機動戦士ガンダムSEED」シリーズを見ている今の子どもたちからも支持されています。

宣伝面の工夫について教えてください。

3部作ということで、「次も次も」と劇



©創通エージェンシー・サンライズ

1995年入社。実写・アニメーションなどさまざまな作品のプロデュースを担当し、8年前からガンダムに関わるように。本人曰く、プロデューサーの仕事とは、「作品に艶をかけること」

場で観たくなるような仕掛けが必要ですから、第1部のDVD発売と第2部の映画公開の告知を一緒に行うクロスプロモーション形式で宣伝したり、第2部の映画公開前に第1部をバンダイチャンネルでブロードバンド配信するなど、さまざまな機会を設けて作品に触れていただくようにしています。来年3月4日公開の第3部も作品的には良いものができあがってきました。あとはプロモーションで、ガンダム担当の意地を見せたいと思っています(笑)。

リラクゼーションなど 新たなコンテンツも提案

— リピーターの確保にはどのような対策をとっているのですか？

池澤 テーマパークはオープンと同時に陳腐化との戦いが始まりますので、新しい魅力やスタイルを持った店を次々に紹介していく必要があります。そのためにテナントの契約期間を短く設定したり、期間限定の店舗を設けたりしています。またメニューも、フードテーマパークだけのオリジナルを用意するといった工夫を凝らしています。ただし、そうやって目先を変えても、飽きられることから逃れることはできません。ですからオープン後は、フードテーマパーク全体でファッションや文化を発信し続けていくことが必要になります。そのためにも、我々自身がそのジャンルの最高権威となって、常に時代のファッションをリードしていかなければならないと考えています。

— 食以外の分野にも進出を？

池澤 はい。このほどリラクゼーションをテーマにしたヒーリングパー

ク「りらくの森」を東京・池袋のナムコ・ナンジャタウン内にオープンしました。これはナンジャタウンに「遊・食」以外の柱を確立することが目的です。今の世の中はストレスなどから「癒し」へのニーズが非常に高まっているわけですが、リラクゼーションの経験者は4割にも満たないというのが現状です。この理由はさまざまですが、本物だけを選びすぎてブランディングすれば、初めての方でも安心して楽しく体験できるテーマパークを作ることができると考えました。その結果、「りらくの森」の体験者の実に98%が、「非常に良かった、また来たい」という感想を残しており、非常に好調です。

— 今後の計画を聞かせてください。

池澤 チームナンジャは、これまで埋もれていた魅力的なコンテンツやノウハウにスポットを当て、それをプロデュースし、大衆的な新しいファッションとして定着させてきました。今後は海外進出や直営店の運営など、さらに可能性を追求していきたいと考えています。さらに今はフードテーマパークという形をとって



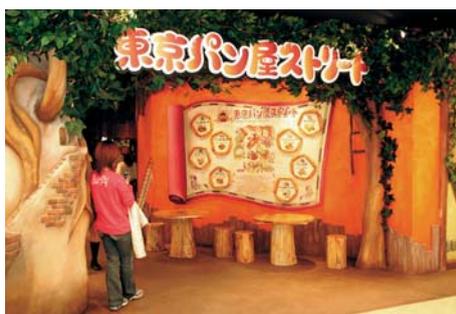
■池澤 守 執行役員のプロフィール

<経歴> 1955年3月生まれ
79年3月 工学院大学工学部卒業
79年4月 (株)ナムコ入社
92年2月 都市型テーマパーク「ナムコ・ワンダーエッグ」を企画・運営
92年4月 テーマパーク事業部長
96年4月 テーマパーク事業本部長
96年7月 ビルイン型テーマパーク「ナムコ・ナンジャタウン」を企画・運営
01年1月 フードテーマパーク業を考案し「横濱カレーミュージアム」をプロデュース
02年4月 ET企画ディビジョンリーダー
05年4月 執行役員
チームナンジャディビジョンリーダー

いますが、必ずしも「食」だけではなく、生活のあらゆる領域をエンターテインメントとして捉え、まだ知られていないコンテンツやノウハウを発掘しながら、新しい魅力を提案していきたいと思っています。もちろんバンダイとのコラボレーションについては、お互いのコンテンツやノウハウを生かせる多面的な可能性を模索しており、ぜひとも今後の展開にご期待ください。



ビルイン型テーマパーク「ナムコ・ナンジャタウン」



大好評のフードテーマパーク「東京パン屋ストリート」

編集後記

バンダイナムコホールディングスは、2005年9月28日最終の「(株)バンダイの株主名簿に記載または記録されている67株以上保有の株主」および「(株)ナムコの株主名簿に記載または記録されている100株以上保有の株主」の方に、保有株式数に応じて(株)イタリ

アントマトが運営するレストラン、カフェ、ケーキショップなど全国約270店舗で使用することができる株主優待券を贈呈します。お近くに店舗がない場合などには、株主優待送付時に同封する注文書にて菓子などのオリジナルギフトをご注文いただくことも可能です。

さて、本紙「BANDAI NAMCO

NEWS」の第2号では、トップメッセージに加え、バンダイ、ナムコをはじめとするバンダイナムコグループ各社の事業や商品情報、注目の事業や商品に携わる人物を紹介させていただきました。今後もグループの現状や目指す方向性などについて、四半期ごとにお伝えしていきたいと考えております。

(経営管理部 広報IR担当)

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

ちょう 超じんせーエンジョイ! たまごっちプラス

発売中/2,940円(6色) (株)バンダイ ガールズ玩具事業部

バンダイは、たまごっちプラスシリーズの第3弾「超じんせーエンジョイ! たまごっちプラス」(以下:エンたま)を11月23日に発売しました。たまごっちプラスシリーズは、2004年3月に「かえってきた! たまごっちプラス」を投入し、その後、同年11月に「祝ケータイかいっすー! たまごっちプラス」を発売。2005年10月末までにシリーズ累計販売数が全世界で1,500万個を突破する人気シリーズ商品となっています。

今回発売した「エンたま」は、これまでの「育成遊び」の楽しさをそのままに、たまごっちが進学したり、就職したりする「人生」の要素を加えました。また、た

まごっち同士による赤外線通信や携帯電話との通信遊びはもちろんのこと、パソコンとも連動し、専用ウェブサイト「たまごっちタウン」へアクセスして遊ぶことができます。このほか、「エンたま」発売と同時に、サンリオ直営店、サンリオピューロランド、ハーモニーランド計163店舗限定でサンリオによるたまごっち関連商品を発売。来春には、デジタルデータとカードを融合したマシン「データカードダス」との通信遊びの導入も予定しており、遊びのフィールドをさらに拡大させていきます。また、前作で好評だった「でかたまごっち」も100種類以上のアイテムを取り揃えてパワーアップさせ、



©BANDAI・WIZ 2004

これまでと同様に全国の玩具店など約3,000か所に設置する予定です。

バンダイでは2006年3月末までに、この「エンたま」を国内で200万個販売する計画です。

PS2専用ソフト「テイルズ オブ ジアビス」

12月15日発売/7,140円 (株)ナムコ CTカンパニー

1995年に第1弾ソフト「テイルズ オブ ファンタジア」を発売以来、シリーズ累計637万本以上を販売しているナムコの代表的な人気ロールプレイングゲーム「テイルズ オブ」シリーズ。その10周年記念タイトル「テイルズ オブ ジアビス」が12月15日に発売されます。

今作品も「ああっ女神様」「エクストライパー」などでお馴染みの藤島康介氏が、「テイルズ オブ ファンタジア」「テイルズ オブ シンフォニア」に引き続きキャラクターデザインを手がけ、テーマソングは男性4人組の実力派バンド「BUMP OF CHICKEN」が担当。制作は(株)ナムコ・テイルズスタジオが手がけ、これま

で以上に深みのあるゲーム性を提供しています。

ゲーム画面は、3Dグラフィック表現をさらに進化させ、タウンやダンジョン(ゲームに登場する洞窟や塔など)ではプレイアビリティ(作品の充実度や遊びやすさ)を追求したカメラ設定により、プレイヤーがゲームの世界観に入り込みやすいように工夫しています。

また、操作キャラクターを自由に動かすことができる「フリーラン」を取り入れた新戦闘システム「FR-LMBS(フレックスレンジ リニアモーション バトルシステム)」を採用し、より戦略的で奥の深い戦闘が楽しめるようになり



©藤島康介 ©2005 NAMCO LTD.

した。キャラクターも「テイルズ オブ」シリーズでは初の長身モデルを採用しています。

リーンの翼

12月16日第1話配信開始/1話525円 (株)バンダイチャンネル バンダイビジュアル(株) (株)サンライズ

オンデマンド映像配信事業を展開する(株)バンダイチャンネルと、映像コンテンツおよびパッケージソフトの企画製作を行うバンダイビジュアル(株)、そしてアニメーション制作を手がける(株)サンライズのグループ3社が、アニメーション「リーンの翼」を共同製作し、12月16日からブロードバンド先行配信を開始します。1話30分で、以降、毎月1話ずつ追加し、全6話のシリーズ構成となっています。

この作品は、「機動戦士ガンダム」の原作・総監督である富野由悠季氏による完全オリジナル作品で、21年前の人気TVシリーズ「聖戦士ダンバイン」と、富野氏が同時期に発表した同名小説「リーンの

翼」で生み出された海と大地の狭間にある世界「バiston・ウェル」を舞台に、恋と冒険の物語が繰り広げられます。

今回の取り組みは、ブロードバンド配信から映像コンテンツの展開をスタートさせる新しい試みで、配信プラットフォームはパソコンだけでなく、セットトップボックス(家庭用テレビに接続してインターネットなどが受信できる装置)、携帯ゲーム機「プレイステーション・ポータブル」、携帯電話などで配信を行います。また、ブロードバンド試写会や「月刊ガンダムエース」(角川書店)でのコミック連載なども同時展開し、ブロードバンド発の映像作品に触れることができる



©サンライズ・バンダイビジュアル・バンダイチャンネル

場を拡大していきます。

なお、バンダイチャンネルは2002年10月よりオンデマンド映像配信事業を開始し、2005年9月末までの累計視聴話数は1,500万話に達しています。