

今後の見通し



代表取締役 社長
石村繁一

2006年3月期の見通し

(単位：百万円)

	05/3期 実績	06/3期 計画
売上高	178,552	190,000
営業利益	15,086	14,700
経常利益	14,589	14,100
当期純利益	9,465	8,900

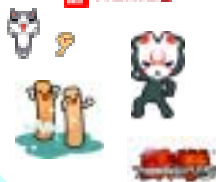
コンテンツおよびテクノロジーのマルチユースを推進

コンテンツ事業領域の更なる拡大を視野に入れたビジネス展開

経営統合による
シナジー効果

バンダイの豊富なキャラクターマーチャ
ンダイジングのノウハウを活用

ネットワーク関連では、ナムコとバン
ダイグループのノウハウを融合し、よ
り魅力的なコンテンツを開発・提供



大正の超人



「装置を使ったエンターテインメント施設事業」として
「おもてなし」「感動創造」「自己実現支援」を提供する

アミューズメント施設以外の新たな施設ビジネスへの展開
ロケーション管掌の設置・通所介護施設「かいかや」など

プロデュース・演出型の事業へチャレンジし
施設にソフトを付加することで収益性を向上させる

経営統合による
シナジー効果

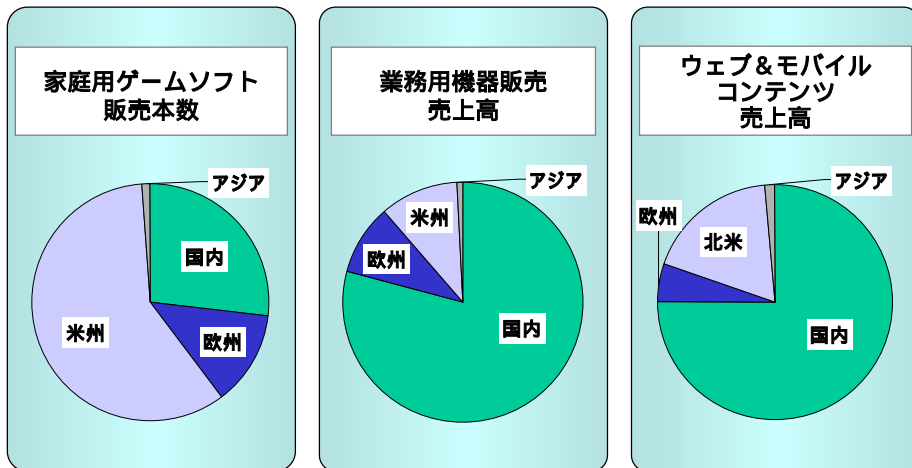
ナムコ+バンダイの店舗網で業界での更に高い地位確保



DAI NIPPON MUSEUM



コンテンツ事業における地域別の構成



コンテンツ型事業を中心に欧米市場での開発・販売体制の強化を図る

家庭用

北米の本社との開発連携強化
 外部委託会社との連携強化
 マルチプラットフォーム・世界同時発売を可能とする開発体制

業務用

海外セールス組織強化
 クリエイターの海外拠点常駐の実施

経営統合による
シナジー効果



北米での展開に強みを持つナムコと、欧州・アジアに強みを持つバンダイの統合により地域的な補完を図り、ワールドワイドに展開できる新たなビジネスモデル構築に積極的に取り組む

コンテンツ事業の見通し



代表取締役 副社長
石川祝男

E3 2005 : ナムコブース

namco



コンテンツ事業管掌を新設

CT・AM・CXの各カンパニー連動型の製品戦略・ハード戦略
ノウハウ・技術の共有が容易に

クリエイターのリソースの柔軟な配分

連動企画などの自由な発想によるコンテンツの多元的展開

世界No.1総合ゲームコンテンツメーカー
を目指す

業務用

家庭用

携帯電話向けコンテンツ

パチスロ 鉄拳R

TEKKEN

コンテンツマルチユースの実例

業務用機器販売事業（AMカンパニー）

高収益性を持つ優良製品開発を徹底するとともに、No.1ブランドと新規製品を組み合わせた製品ポートフォリオの実現に注力

家庭用ゲームソフト販売事業（CTカンパニー）

次世代プラットフォームとネットワークゲームへの対応を進め、新たなコンテンツ及び関連事業を開拓すると同時に、市場環境の変化に対応できるコストパフォーマンスの高い開発・販売体制の構築に注力

パチンコ・パチスロ液晶事業（CXカンパニー）

映像ソフトのクオリティ向上と自社ハードの高度化により、付加価値の高い製品提案と高収益事業構築を進める

携帯電話向けコンテンツ配信事業（CXカンパニー）

収益基盤となるサイトを育成し、会員数の維持・拡大を図ると同時にオリジナルコンテンツを創出するための開発体制の強化と、海外での収益向上を目指す

家庭用ソフト販売事業の数値計画

（単位：千本）

	04/3期 実績		05/3期 実績		06/3期 計画	
	新規 タイトル	販売本数	新規 タイトル	販売本数	新規 タイトル	販売本数
日本	19	2,908	27	5,218	38	7,000
欧州	15	3,651	7	2,486	28	5,300
北米	17	9,267	20	11,422	61	7,800
アジア	4	230	15	211	30	300
合計	55	16,055	69	19,337	157	20,400

表中の数量には許諾製品の数を含む

ロケーション事業の見通し



代表取締役 副社長
東 純

ロケーション事業

namco

当社の基本理念を支える理論の一つ、「ハイタッチ」の重要性が高まった

業界全体でSC店舗が大幅に増加

主要顧客としてファミリー層を獲得

ナムコの提供するフードテーマパークは多くの支持を獲得

これからは「実在感」や「コミュニケーション」がある「楽しい思い出や時間」といった、形では表せない価値を総合的に実現する
＜立地・空間・コンテンツ・接客＞

ショッピングモールのような巨大施設の出店はピーク
「遊び」を核とした複合アミューズメント施設の構築が必要

そのために施設企画力を高めなければならない

既存事業の収益性向上も引き続き最優先課題

事業領域とターゲットの拡大

少子高齢化への対応

バンダイのキャラクターMD
との融合

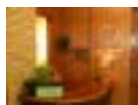


namco

しましまタウン



通所介護施設「かいかや」



ロケーション事業管掌を新設

新たなロケーション事業進出の具体化を推進し経営の強化を図る

ロケーション市場の成長が鈍化した中での収益確保

出店における競合他社に対する優位性の確保

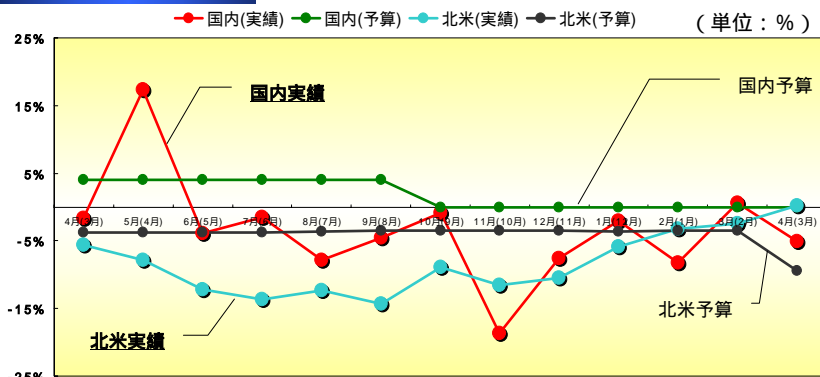
ロケーション事業以外の新たな収益の柱の構築

海外市場の収益性向上にも積極的に取り組む

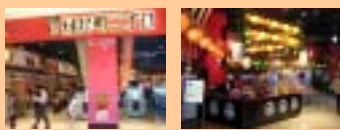
中期的な目標：

物件開発と施設の企画を強力に推し進め、
ロケーション事業を新たな成長軌道に乗せる

既存店前年比推移



	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月
国内	98.4%	117%	96.1%	98.5%	92.1%	95.4%	99.1%	81.3%	92.4%	98.0%	91.8%	100.6%	94.9%
北米	94.4%	92.1%	87.8%	86.3%	87.7%	85.7%	91.1%	88.4%	89.4%	94.1%	96.8%	97.6%	100.2%



縁起町二丁目
(埼玉県戸田市・2004年11月17日オープン)



函館 湯の川温泉らーめんブギ (2005年6月3日オープン予定)



神戸スイーツハーバー (2004年12月1日オープン)



桑名らーめん街道 (2004年11月26日オープン)



東京バン屋ストリート (2005年2月24日オープン)



名古屋麺屋横丁 (2005年2月25日オープン)