

【2020年度上半期(2021年3月期第2四半期)業績】

2020年度上半期は、売上高 3,150 億円 営業利益 300 億円の計画(2020年8月公表)に対し、売上高 3,371 億円、営業利益 459 億円となり、計画を上回る結果となりました。

上半期は、新型コロナウイルス感染拡大により、各事業に様々な影響が発生しました。アミューズメント施設の休業や、イベントの中止といった明らかな上半期のマイナス面の影響としては、グループ全体で売上高 約 345 億円 営業利益で 約 135 億円となりました。これらのマイナス面の影響を、巣ごもり需要をとらえた事業や地域が支え、グループのポートフォリオ効果を発揮することができたと考えています。慣れないテレワークの中でもデジタル化への対応に取り組むなど、社員が頑張ってくれました。

【2020年度上半期事業別概況】

トイホビー事業は、ガンプラやコレクターズアイテムなどのハイターゲット向け商品が、デジタル化へのいち早い対応で巣ごもり需要を取り組み、好調に推移しました。また、定番IP商品に加え、「鬼滅の刃」や「ディズニー ツイステッドワンダーランド」などの新規IP商品や、「キャラパキ」シリーズがヒットした菓子など玩具周辺商材が人気となりました。

一方、新型コロナウイルスのマイナス影響としては、第1四半期を中心に、アミューズメント施設向け景品等が影響を受けました。また、TV番組と連動する玩具の販売等が影響を受けました。しかしながら、トイホビー事業全体としては、過去最高業績だった前年同期を上回る実績となりました。

ネットワークエンターテインメント事業は、ネットワークコンテンツの「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」が海外周年イベント効果などで人気となったほか、「ドラゴンボールレジェンズ」や「アイドルマスター」シリーズなどの主カタイトルが好調に推移しました。家庭用ゲームでは、「キャプテン翼」の新作タイトルが好スタートをきったほか、デジタル需要の盛り上がりにより、「ドラゴンボール」のタイトルや「ダークソウル」シリーズなどのリピートタイトルの販売本数が、上半期 1,374 万本と大きく計画を超え、フルパッケージのダウンロード販売比率も 58%となりました。

ネットワークコンテンツも、家庭用ゲームも、ファンとの継続的なコミュニケーションにより、タイトルのロングテール化が進んでいます。新型コロナウイルスの影響による開発の遅れは、足元で戻りつつありますが、今後も、市場動向を見ながら慎重に取り組んでいきます。

リアルエンターテインメント事業は、新型コロナウイルスの影響でアミューズメント施設の休業を余儀なくされたことが、施設事業に加え、業務用ゲーム販売にも影響しました。現時点で国内におけるアミューズメント施設の営業は再開しており、9月単月の国内既存店売上高は前年比 78.3%と回復しつつあります。このような中、環境変化に対応すべく、ネットクレーンモール「とるも」など、新たな取り組みにも着手しており、人気を集めています。

今後も、リアルエンターテインメントでは、バンダイナムコならではの取り組みを強化するとともに、厳しい環境においても収益をあげることができる体質を目指す施策をスピーディに推進していきます。

映像音楽プロデュース事業は、定番IPのパッケージタイトルの展開を行いました。新型コロナウイルスの影響により、上半期のライブイベント開催数が、前年同期の397回に対し67回となり、大きな影響を受けました。また、映像や音楽作品の制作や公開スケジュールにも影響が出ており、複数の作品公開やパッケージタイトルの発売が延期となりました。ライブイベントに関しては、変化に対応した新たなビジネスモデルの開発にも取り組んでいます。

IPクリエイション事業は、新型コロナウイルスの影響によるイベント中止はありましたが、上半期の損益に与える影響は限定的となりました。上半期につきましては、第3四半期以降公開の映像作品の制作や、IPの話題発信を様々な方向から行いました。なお、今年度から(株)創通がIPクリエイションユニットに加わり、同ユニットの収益に加わるとともに、のれんの償却が発生しています

【2020年度通期計画】

2020年度通期計画については、このタイミングで見直しを行いません。世界における新型コロナウイルスの動向が不透明な状況が続いておりますので、期末までの影響を現時点で適切に算出することは困難です。また、第3四半期以降にトイホビー年間最大の商戦期があり、特に、欧米を中心に状況を見定める必要があると考えています。さらに、家庭用ゲームの開発・発売スケジュールの動向によっては、業績に影響が発生する可能性があります。ステイクホルダーの皆様に対しては、これらの動向を確認したうえで、精査を行い開示すべきであると判断しました。

【各事業のトピック トイホビー事業】

トイホビーでは、国内の年末年始商戦に向けて、「仮面ライダー」などの定番IP商品に加え、「鬼滅の刃」のローエイジ向け玩具ラインナップも拡充しています。「鬼滅の刃」は男女幅広い層に映画も大人気となっていますので、商品販売についても期待しています。

ハイターゲット商品については、デジタル化に対応し、国内外で自社ECサイトでの販売や、他社ECサイトとの連携の強化、オンラインを活用したイベントで訴求を行います。直近では、大人向けフィギュアを一堂に集めたオンラインイベント「TAMASHII NATIONS 2020」が11月6日～8日に開催されました。

40周年を迎えたガンプラは、12月に究極のガンプラ「PERFECT GRADE UNLEASHED」を全世界で順次発売します。また、既に人気の高いアジアや国内に続き、拡販を目指す北米では、Hobby Lobby、Targetに続き、今後Walmartや、その他の流通チェーンにもガンプラの導入が決定しています。

なお、Targetについては、ガンプラに加えて、ドラゴンボールのフィギュアの導入もはじまっています。

このような海外での展開拡大に備えたガンプラの国内工場の増床工事が終了し、年内に稼働を開始します。ガンプラについては、引き続きワールドワイドIP化に向け、グループが連携し対応を強化していきます。

【各事業のトピック ネットワークエンターテインメント事業】

ネットワークエンターテインメントにおいては、今年度より、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームといったIPの出口別組織から、IP軸の組織に移行しています。これにより、IP価値を高めるクオリティの高いタイトルを、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームの出口戦略も踏まえたうえで、ベストなタイミングで投入することを目指します。新規タイトルは、より精査し、データ分析を強化したファンコミュニケーションによりロングテール化させていきます。

また、開発体制の強化の一環で、カナダの開発スタジオを子会社化しました。現在、このスタジオとアクションアドベンチャーゲーム「Unknown 9 : Awakening」を共同開発中です。このタイトルは、世界三大ゲームショウのひとつ gamescom 2020 にて Best Announcement を受賞し、高い評価を受けています。こうした取り組みで、国内開発タイトルと海外開発タイトルのポートフォリオを強化していきます。

今後の投入タイトルとしては、他社タイトルの「Cyberpunk 2077」の販売を欧州で行うほか、2021年2月に「リトルナイトメア2」を、また発売時期未定ですが、「ELDEN RING」、次世代ハード向けの「SCARLET NEXUS」の開発を進めています。

【各事業のトピック リアルエンターテインメント事業】

リアルエンターテインメントは、厳しい環境下でも収益をあげることができる体質への改善が最優先課題です。アミューズメント施設の出退店の精査、運営コストの削減、本部機能のスリム化、業務用ゲーム機の開発体制の見直しなどに取り組んでいます。

また、バンダイナムコならではの資産やノウハウを生かしたコンテンツと施設の連動も進めています。バンダイナムコアミューズメントの施設限定景品やIPキャンペーンの開催に加え、8月より「ガシャポンのデパート」の展開を開始しました。1号店の横浜では、2,200面以上のマシンを設置し、バリエーション豊富なカプセルトイの販売を行っており、品ぞろえと専門性を評価いただき人気となっています。

リアルな場は、バンダイナムコにとって、事業面でも、マーケティング面でも重要な存在ですので、自らの強みへの選択と集中により、体質強化を目指します。

【各事業のトピック 映像音楽プロデュース事業】

映像音楽プロデュースでは、ライブイベントビジネスにおいて、無観客ライブイベントの有料配信や、ライブグッズのEC販売、ストリーミング配信のプラットフォームの活用、さらにはバーチャルアイドルのプロデュースなど、様々な取り組みを行っています。単にウィズコロナの環境に対応するだけでなく、バンダイナ

ムコらしい従来のライブになかった新しい付加価値を創出できる仕組みを考えていきます。
また、中断していた「アイドルリッシュセブン」第2期のアニメーションが再開するなど、新型コロナウイルスの影響で延期や中断となっていた作品の放送や上映が順次スタートしています。今後も強みである、映像、音楽、ライブによる三位一体のプロデュースで、IPを盛り上げていきます。

【各事業のトピック IPクリエイション事業】

IPクリエイションでは、10月から映像音楽プロデュースとの連携による「ラブライブ！虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会」がスタートし人気となっています。また、トイホビのデータカードダスと連携した「最響カミズモード！」の展開もはじまったほか、2021年1月からはアニメと実写が融合した「アイカツプラネット！」も放送開始となります。グループの商品と連動するIPを創出するエンジンとしての役割を、しっかりと果たしていきます。

さて、いよいよ12月から、18mの動く実物大のガンダムをご覧いただける「GUNDAM FACTORY YOKOHAMA」がオープンします。日本の最新技術と融合したガンダムの世界観を是非体験いただきたいと思います。ガンダムについては、国内外のグループ各社が連動し、ワールドワイドIP化に向けて、IP価値の最大化を目指します。2021年以降も、新しい作品や商品展開に加え、ガンダムチャイナプロジェクトの始動、ドバイ万博でのPRアンバサダー就任、ハリウッド映画の製作など、世界に向けて話題を発信し続けますので、ご期待ください。

ウィズコロナで新しい時代が訪れる中、人々の心に働きかけるエンターテインメントの重要性はますます増えています。デジタル化など、急速に進む変化にスピードをもって向き合うとともに、IPや商品・サービスを通じて、人と人をつなげていく、多様性あふれるエンターテインメントを届けていくことが、我々バンダイナムコの役割です。世界中のファンから期待され、他をもって代えがたいオンリーワンの存在となることを目指し、エンターテインメントの新しい時代を創っていきたいと思います。

以上

(株)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