

【ご質問】

デジタル事業の家庭用ゲームのリピート販売とダウンロード比率の状況について教えてください。

【ご回答】

第1四半期は、家庭用ゲームのリピート販売が813万本となり、前年度に引き続き好調に推移しました(例:『ドラゴンボール ファイターズ』60万本、『ドラゴンボール Z KAKAROT』20万本、『鉄拳7』50万本、『リトルナイトメア2』50万本、『DARK SOULS Ⅲ』40万本)。リピート販売が好調な要因として、タイトルそのものの質の向上や、デジタルコンテンツの追加、仕様のアップデート、ゲーム内イベントの定期開催、コミュニティへのタイムリーな情報発信、プライスプロモーションなど、ファンに長く楽しんでいただくための施策に継続して取り組んできたことが効果を発揮していると考えています。今後もこうした取り組みを継続し、各タイトルのロングライフ化を目指していきます。

なお、第1四半期のダウンロード比率は67%で、巣ごもり需要が高かった前年同期とほぼ同水準となりました。

【ご質問】

家庭用ゲームとスマートフォン向けゲームアプリケーションの新作タイトルの投入実績と今後の予定を教えてください。

【ご回答】

第1四半期の家庭用ゲームは、大型新作タイトルである『SCARLET NEXUS』を含め14タイトルを投入しました(前年同期は10タイトル)。スマートフォン向けゲームアプリケーションは2タイトルを投入しています(前年同期は投入なし)。新作タイトル投入に伴い、開発費や広告宣伝費などの初期費用が発生していますが、新作タイトルの投入は、長く楽しんでいただくための施策をあわせて実施することで将来のリピート販売につながると考えていますので、今後もタイトルラインナップの拡充にしっかりと取り組んでいきます。

【ご質問】

ネットワークコンテンツの足元の状況について教えてください。

【ご回答】

5月より配信を開始した『僕のヒーローアカデミア』の新作タイトルが順調なスタートを切ったほか、「ドラゴンボール」シリーズなどの主要タイトルが安定的に推移しています。今後もファンとのコミュニケーションをしっかりととりながら、年間を通じて計画を達成できるように取り組んでいきます。

なお、2022年3月期(2021年度)第1四半期のネットワークコンテンツの売上高は、合計399億円(ゲームアプリケーション:365億円、SNS:10億円、PCオンラインゲーム他:24億円/海外比率:37%)となりました。

また、2021年度上期の見込みは、合計 900 億円(ゲームアプリケーション:830 億円、SNS:20 億円、PC オンラインゲーム他:50 億円/海外比率:36%)となっています。

**【ご質問】**

国内においてトイホビー事業が好調な要因と今後の見通しについて教えてください。

**【ご回答】**

ハイターゲット層(大人層)向け商品に加え、『鬼滅の刃』や『呪術廻戦』をはじめとする他社新規 IP の商品が継続して好調に推移しました。また、前年度の第1四半期は新型コロナウイルス感染拡大に伴う店舗の休業や時短営業により供給することができなかったプライズ(景品)事業も、当第1四半期は回復しています。このほか、菓子やカプセルトイも含めて、各社・各部門において前年度の好調を継続し、計画以上の業績を達成することができました。

第2四半期は、複数の新規 IP の立ち上げにかかわる広告宣伝費を見込んでいること、商品ラインナップの違いにより粗利率が下がる見込みとなっていることなどから、営業利益率は第1四半期に及ばない見込みですが、引き続き高い水準を目指していきます。

**【ご質問】**

海外におけるトイホビー事業の状況について、教えてください。

**【ご回答】**

第1四半期の地域別売上高は、米州 42 億円(前年同期 20 億円)、欧州 17 億円(前年同期 9 億円)、アジア 130 億円(前年同期 78 億円)となり、各地域で大きく売上を伸ばすことができました。各地域において「ドラゴンボール」シリーズや「ガンダム」シリーズなどの定番 IP の商品が業績に貢献しているほか、中国では「ウルトラマン」シリーズや「仮面ライダー」シリーズの商品も好調に推移しています。

**【ご質問】**

トイホビー事業において、『ガンプラ(「ガンダム」シリーズのプラモデル)』が好調ですが、今後の見通しについて教えてください。

**【ご回答】**

近年、『ガンプラ』は国内・海外ともにビジネスが大きく拡大しています。特に北米では、大手流通への商品の導入もスタートし、今後、世界的にさらなる成長を見込んでいます。需要の高まりに伴い、2020年12月にガンプラの生産拠点である「バンダイホビーセンター」を増床し生産体制を強化しましたが、足元の状況を鑑み、生産設備の増強などさらなる生産体制の強化について検討を進めていきます。

【ご質問】

アミューズメント事業の状況について教えてください。

【ご回答】

新型コロナウイルス感染拡大が続くなど不透明な環境が継続しているものの、7月には業務用ゲームの新製品『機動戦士ガンダム 戦場の絆Ⅱ』の導入を開始し話題となっています。なお、前年度に実施した構造改革による効率化の効果により、新型コロナウイルス感染拡大前(2019年度)の売上高の8割程度で利益を生み出せる体制となりました。今後も継続して体制強化に取り組むと同時に、アミューズメント施設、業務用ゲームともにバンダイナムコらしい話題を創出することで、しっかりと収益をあげていきたいと考えています。

【ご質問】

中国におけるグループの売上高について教えてください。

【ご回答】

第1四半期の中国におけるグループ売上高は75億円となりました(前年同期61億円)。中国はグループのビジネスにおける重点地域と位置付けており、今後も事業展開を強化していきます。

以上