

## BANDAI NAMCO NEWS



株式会社バンダイナムコホールディングス

〒140-8590 東京都品川区東品川4-5-15 バンダイナムコ未来研究所

## Management

トップインタビュー

## 中期経営計画の折り返し地点で 各事業の位置づけと一部戦略の見直しをはかる

バンダイナムコグループは、2009年4月にスタートした中期経営計画で「グローバル成長基盤の整備」を掲げ、さまざまな施策に取り組んでいますが、市場環境の急速な変化に適応するため、このたび事業戦略を一部修正し、事業の状況に応じた戦略実行を推進していくこととしました。今回は、修正した事業戦略の詳細や2011年3月期第2四半期の業績などについて、(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に聞きました。

### 上半期は国内トイホビー事業好調や リスタートプラン効果で計画を上回る実績

— 第2四半期連結累計期間（上半期）の業績を総括してください。

石川 2010年4月より、スピードあるグループへの変革と、収益力向上・財務体質強化を目的としたリスタートプランを実施し、組織再編や体制変更、効率化に関するさまざまな施策を進めてきました。半年たち、それらの成果が挙がり始めているのを感じています。

上半期は、国内トイホビー事業が好調に推移したほか、リスタートプランにおける取り組みがコンテンツ事業やアミューズメント施設事業で効果を発揮し、売上高1,735億95百万円、営業利益50億67百万円と計画数

値を上回る結果となりました（詳細は4ページをご参照下さい）。

事業別では、トイホビー事業は、国内で仮面ライダーなどの定番キャラクター商品や、データカードダスなど利益率の高いカード商材が好調でした。また、前期苦戦した玩具周辺商材が回復しましたが、海外は米国の中心に苦戦しました。

コンテンツ事業は、家庭用ゲームでワールドワイド展開を狙った新規タイトルが苦戦する一方、国内ではリスタートプラン効果で中小型タイトル回復の兆しが見え始めています。業務用ゲーム機は「デッドストームパイレーツ」などの機器販売や景品販売が好調に推移し、9月末に発売した「機動戦士ガンダム EXTREME VS.」も好調な出足です。映像音楽コンテンツは、「機動戦士ガンダムUC」第1話のパッケージソフトが累計20万枚を販売するヒットとなったほか、グループの強みを生かした作品への選



(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長

択と集中により収支が改善しました。

そして、アミューズメント施設事業は、国内市場で下げ止まり感が見え始めています。継続的な効率化の成果に加え、バンダイナムコならではの差異化された施設展開が好調で、国内既存店売上は上半期で99%となりました。

— 通期計画について教えてください。

石川 売上高4,000億円、営業利益110億円の年初計画に変更はありません。当期純利益については、当初予想より法人税等の増加が見込まれるため18億円に修正します。

リスタートプラン実施年の今年はいい形でスタートすることができましたが、ステークホルダーの皆様の信頼や期待を回復するためには、通期計画の達成が必要です。まずは年末年始商戦に向け全力を傾注したいと思います。

(次ページに続く)

## Contents

Management	1~3
Financial Data	4
Group Companies / Portrait	5
Group News	6~9
Business Angle	10~11
Information	12

### トイホビーは攻め続け、コンテンツは攻め方を変える アミューズメント施設は攻守一体

一年末年始商戦に向けた動きを教えてください。

石川 トイホビーでは、9月スタートの「仮面ライダーオーズ/OOO」でメダルを核とした玩具と周辺商材の連動を強化しました。この効果で商品販売は前作比130%以上の勢いで推移しています。また乗り物玩具市場に参入した「VooV」は累計販売数100万個を突破し、今後周辺商品を投入しシェア拡大を図ります。このほか、11月に最新機能を搭載した新型デジタルキッズマシン「ドラゴンボールヒーローズ」の稼働を開始しました。これらの動きで国内圧倒的No.1戦略を推進します。海外については引き続き苦戦が予想されますが、来期以降の復活に向けさまざまな種まきを着々と行っています。——コンテンツ事業とアミューズメント施設事業はどうですか？

石川 コンテンツ事業の家庭用ゲームは、回復基調にある国内で「ガンダム無双」や「GOD EATER」など人気シリーズの新作を発売します。さらにニンテンドー 3DSやPlayStation MoveやKinectなど新たなプラットフォームやデバイスにもタイトルを投入します。業務用ゲーム機では出足好調な「機動戦士ガンダム EXTREME VS.」や人気キャラクターの景品がアミューズメント施設の集客にも貢献してくれそうです。また、10月末からの「機動戦士ガンダムUC」第2話の展開も好調です。海外での苦戦を、これら国内の動きで補完していきたいと思えます。

アミューズメント施設では、集客効果の高いパッケージ型遊戯コーナーに新たに仮面ライダーを12月から導入するほか、TV番組と密接に連動したポケモンのキャンペーンや、海外のお客様も意識したハローキティのミニテマパーク

のオープンなど、バンダイナムコならではの取り組みを強化します。このほか、ファッション誌とコラボレーションした若い女性向け施設のオープンやナムコ・ナンジャタウンでのコアファン向けイベントなど、地域や店舗の特性を生かした展開も進めていきます。

——中期経営計画の一部戦略を修正しましたね？

石川 2009年4月にスタートした3カ年の中期経営計画では、事業におけるフォーカス戦略として、トイホビーとゲームコンテンツを、海外成長を目指す「非連続成長事業」、映像音楽コンテンツとアミューズメント施設を収益力向上を目指す「収益力強化事業」と位置づけました。しかし現状は非連続成長を目指したトイホビーの海外、コンテンツが苦戦しています。一方、収益力強化を目指した事業は収益が改善しています。折り返し地点を迎えるこのタイミングで、市場環境や業績動向などを踏まえ、各事業の位置づけおよび戦略の一部を見直すこととしました。

### トイホビーの海外は 来期以降本格成長に着手

——具体的に教えてください。

石川 トイホビーについては中期経営計画の戦略は順調に推移しており、

基本的な方針は変わりません。これまでと同様、「攻め続ける」をキーワードに、国内は圧倒的NO.1の地位を確固たるものとし、海外についても成長強化に向けた積極投資を継続します。

海外は苦戦していますが、その最大の要因は主力キャラクターのパワーレンジャーの放送環境悪化に伴う苦戦です。2011年からは北米で新作「Power Rangers SAMURAI」が大手CATV局で放映されます。この作品のマスターライセンスをワールドワイドで取得し商品展開を行います。さらに80年代に人気を集めた「サンダーキャッツ」の新作のマスターライセンスも取得しました。これに加え、女兒や幼児向けキャラクターの商品化や新規カテゴリー拡大を行っています。これらの施策により、来期以降本格成長に着手します。——コンテンツ事業は事業モデルの変革を打ち出しました。

石川 コンテンツは、欧米における家庭用ゲーム強化を戦略としてきましたが、ワールドワイド展開を目指した新規タイトルが苦戦しています。リスタートプランによる効率化などで一定の効果は挙がっていますが、まだ本来の収支水準にまで回復していません。これは環境変化だけが原因ではありません。我々の戦略についても軌道修正すべき点がある、攻め方を変える必要があると考えています。



来年からアメリカで放映される「Power Rangers SAMURAI」



複数出口に同時展開する「機動戦士ガンダム UC」



映像とゲームを1枚のディスクに収録した「劇場版マクロスF~イツワリノウタヒメ~」

## コンテンツ復活のキーワードは クオリティ&バランス、スピード、チャレンジ

—具体的には？

石川 クオリティ&バランス、スピード、チャレンジの3つがキーワードです。

まずクオリティ&バランスという面では、家庭用ゲームの開発体制とタイトルバランスを変えます。これまで日米2拠点で開発を行っていましたが、北米主導の開発により複数の新規タイトルを同時進行した結果、クオリティと開発工程のコントロールに苦戦し実績をあげることができませんでした。その一方、日本主導で開発した「NARUTO」や「BEN10」シリーズのタイトルは好調です。今後は日本主導で開発を行い、日本発のバンダイナムコの強みを生かせるクオリティの高いコンテンツを発信します。

また、フランチャイズタイトルと新規タイトルのバランスをしっかりと取り、収益の安定化を図ります。「GOD EATER」のような新規フランチャイズを創出するために、今後もチャレンジはもちろん行いますが、常に全体のバランスを見ながら行います。来期については、家庭用ゲーム向けにエースコンバットやガンダム、業務用ゲーム機向けに鉄拳など実績あるフランチャイズタイトルを

複数展開する予定です。

—スピードとチャレンジとは？

石川 スピードという点では、国内で中小型タイトルの復活プロジェクトを進めている効果が表れ始めています。スピーディに動くことができる組織に変更し、AKB48とのコラボレーションのように旬の商品・サービスをタイムリーに投入していきます。

チャレンジとは、従来のビジネスモデルだけにこだわらず、新たな市場・ユーザーに向けたチャレンジを行うという意味です。映像とゲームを1枚のソフトとした「劇場版マクロスF〜イツワリノウタヒメ〜Hybrid Pack」、複数の出口に向け同時展開を行う「機動戦士ガンダムUC」シリーズなど、すでに新しいチャレンジが成果を挙げています。また急速に拡大するSNS市場に向けても、我々のコンテンツのプロモーションの機会、新たな顧客を獲得できるチャンスととらえ、積極的にチャレンジをしています。

マクロスやガンダムの事例が示すように、市場では今までにないものが求められており、次々と新しいニ

ーズが生まれてきています。バンダイナムコグループ自体も常に変化し攻め方を変えることで、コンテンツ事業全体の復活を図りたいと思います。

—アミューズメント施設事業は？

石川 アミューズメント施設は、温浴施設など周辺事業からの撤退、効率化推進により、筋肉質な体制に変



わることができました。今後も本業に軸足を置いた収益安定を大前提に、守り一辺倒から、新たな収益ドライバーの構築も同時に推進し、「攻守一体」をキーワードに事業戦略に取り組んでいきます。

### 現状に満足することなく いい意味で暴れてほしい

—バンダイとナムコが経営統合して5年が経過しました。

石川 5年経ち、バンダイでもナムコでもないバンダイナムコの風土が醸成されつつあります。今では“もっといいものを創ってやるぞ”といういい意味で競争意識を持ち、切磋琢磨しあっていますね。

—今後の抱負を聞かせてください。

石川 最近、社員に「いい意味でもっと暴れよう」とよく言っています。現状に満足することなく、いろいろなことにチャレンジしてもらいたいということです。グループには、さまざまな事業領域があります。それぞれが持つ個々の力がリンクし合うことで、初めて大きな力となり、新しい事業やビジネスモデルも生まれてきます。事業グループの枠を超えた商品やサービスをどんどん作ってほしいと思います。

今後もグループ一丸となって事業の強化と収益向上に取り組んでまいりますので、株主はじめステークホルダーの皆様にはこれからもご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

### 自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ

(株)バンダイナムコホールディングスは、11月5日に開催した取締役会において、会社法第165条第3項の規定により読み替えて適用される同法第156条の規定に基づき、自己株式取得に係る事項について決議しましたので、お知らせいたします。

#### 1. 自己株式の取得を行う理由

保有資産の有効活用による資本効率の向上  
経営環境の変化に対応した機動的な資本政策の実行

#### 2. 取得に係る事項の内容

- (1) 取得対象株式の種類 普通株式
- (2) 取得し得る株式の総数 5,000,000株 (上限)  
(発行済株式総数【自己株式を除く】に対する割合2.07%)
- (3) 株式の取得価額の総額 4,500百万円 (上限)
- (4) 取得期間 平成22年11月11日～平成23年1月31日

### トイホビー事業の国内定番キャラクター玩具が好調 各事業もリスタートプランが一定の成果を挙げる

### 2011年3月期 第2四半期 連結累計期間の連結業績

バンダイナムコグループの2011年3月期第2四半期連結累計期間の業績は、トイホビー事業の国内定番キャラクター玩具やカード商材が好調に推移したことに加え、今年2月にスタートした「リスタートプラン」に基づき着手したさまざまな施策により、コンテンツ事業、アミューズメント施設事業を中心に一定の成果を挙げることができました。

この結果、当第2四半期連結累計期間の業績は下記の表の通りとなりました。なお、特別損失として投資有価証券評価損、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額を計上しています。

#### <トイホビー事業>

国内において「仮面ライダー」シリーズや「ハートキャッチプリキュア!」などの定番キャラクター玩具が好調に推移するとともに、新たにターゲットの拡大を目的に投入した乗り物玩具「VooV」が人気となりました。また、デジタルカードゲームのデータカードダス、オンラインゲームと連動して遊べるカードゲームの「プロ野球オーナーズリーグ」などが好調に推移し、業績に大きく貢献しました。

海外においては、「BEN10」のキャラクター玩具が堅調に推移しまし

た。また、欧米において中長期的な成長へ向けた新しいカテゴリーやコンテンツの開拓に着手しましたが、当第2四半期連結累計期間においてはその成果を得るには至りませんでした。

#### <コンテンツ事業>

家庭用ゲームソフトは、海外を中心に新たなフランチャイズ化を目指して展開した新規大型タイトルが計画を下回る結果となりました。しかしながら、国内においてはより迅速な顧客ニーズへの対応などにより「ワンピース ギガントバトル!」「Another Century's Episode:R」などのキャラクターゲームが人気となりました。

業務用ゲーム機については、前年度より展開を開始した「デッドストームパイレーツ」や人気キャラクターの景品を中心に堅調に推移しました。また、映像音楽コンテンツについては、好調な「ガンダムUC」のパッケージ販売に加え、タイトルの選択と集中により収益性が改善しましたが、モバイルコンテンツは有料会員数の減少に伴い低調な推移となりました。

なお、前年度の2010年3月期に一部子会社に係るのれんを減損処理したため、今年度は、前年同期比でのれんの償却費が減少しており、さら

に効率化施策の実施により固定費が減少しました。

#### <アミューズメント施設事業>

国内において、顧客セグメント別の営業戦略に取り組み、キャラクターの世界観を体感できる差異化された店舗を中心に堅調に推移し、既存店売上前年同期比は99%となりました。また、継続的な各種効率化施策の成果により収益性が向上しました。

海外においては、厳しい市場環境のなか、ヨーロッパ地域において低調な推移となったものの、アメリカ地域においては効率化施策の効果により収益性が改善しました。

\*\*\*\*\*

2011年3月期通期の売上高、営業利益、経常利益の業績予想については、変更ありません。当期純利益については、第1四半期業績発表時の予想と比較して海外販社を中心とした子会社の赤字幅拡大の一方、主として国内子会社の増益に伴い、法人税等の増加が見込まれることから、表の通り修正します。

今後も中期経営計画で掲げているグローバル経営基盤の整備をより確実に実行するため、リスタートプランに基づき、スピードあるグループへの変革、収益力向上・財務体質の強化に取り組みます。

#### ◆2011年3月期第2四半期連結累計期間の連結業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益 (▲損失)
第2四半期	173,595	5,067	5,006	▲1,930
前年同期比(%)	100.5%	—	—	—

#### ◆2011年3月期通期の連結業績予想

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回予想 (2010年8月公表)	400,000	11,000	10,500	4,500
今回予想 (2010年11月公表)	400,000	11,000	10,500	1,800

#### ◆セグメント別実績

(単位:百万円)

事業分野	売上高	セグメント利益 (▲損失)
トイホビー	72,224	7,072
コンテンツ	71,452	▲2,600
アミューズメント施設	31,604	1,520
その他	8,701	429
調整額	▲10,386	▲1,354
合計	173,595	5,067

※見通しに関してはさまざまな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。

### 中長期的視点で「くまのがっこう」を 息の長いロングキャラクターに育成

(株)キャラ研は、キャラクターの創出育成や、キャラクターに関する調査研究活動を目的に、2000年にバンダイ社内に設立された組織が前身です。2002年に第1弾を発行した絵本「くまのがっこう」シリーズや、NHK-BS放送のキャラクター「ななみちゃん」の開発などで蓄積したノウハウを軸に、中長期的な視点でキャラクターの開発育成機能を強化するため、2005年に独立しました。

現在、キャラ研では、バンダイナムコグループが手がけてきたTVやコミックなどのメディアと連携するキャラクターマーチャンダイジングとは異なり、絵本を軸にイベントを行い、中長期的な視点で「くまのがっこう」の浸透を図っており、成果を挙げています。今後も「くまのがっこう」を息の長いロングキャラクターとして展開していくほか、キャラクターに関する調査研究活動などを行っていきます。



### 株式会社キャラ研

所在地 東京都渋谷区  
設立 2005年9月1日  
代表 代表取締役社長 相原博之  
事業 オリジナルキャラクターの企画・開発、書籍・出版物の企画制作

#### <社長から一言>

キャラ研は、バンダイナムコグループの中では異色の会社と言えます。社員数は5人と小規模で、取り組んでいる事業も絵本発のロングセラーキャラクター「くまのがっこう」の育成と、極めてシンプルです。



「くまのがっこう」は2002年に最初の絵本が発売されて以来、順調に成長してきました。絵本は現在までに15タイトルを発行し、累計発行部数は170万部を超えています。絵本や関連商品の市場規模も40億圓に拡大し、子どもたちの知名度も40%を超えるところまで来ました。今年9月からは、40年の歴史を誇るベストセラー商品である敷島製パン(株)の「スナックパン」でパッケージに起用されており、12月には初の映画化\*が予定されています。さらに、来年からはヨーロッパでの絵本、商品展開も本格的に始まります。

「くまのがっこう」は社会貢献活動にも力を入れており、各地で絵本の寄贈やチャリティミュージカルなどの活動に取り組んでいます。21世紀を代表する絵本キャラクターとなるように、今後も「くまのがっこう」の育成に力を入れていきたいと思っています。

\*映画「くまのがっこうジャッキーとケイティ」は12月18日より全国東宝系で公開予定

## Portrait

現場から

(株)バンプレストがコンビニなどで販売しているハズレなしのキャラクタースピードくじ「一番くじ」が好調です。今回は当事業を推進する大薄純一に話を聞きました。

Q 「一番くじ」が好調ですね？

A 「一番くじ」は、人気キャラクターのオリジナル景品を1回500円のくじで手に入れることができます。「ワンピース」や「マクロスF」、「魔法少女リリカルなのは」などは、販売後すぐに完売してしまうほどの人気です。キャラクターの人気だけでなく、商品の内容やクオリティが高く評価されていると感じています。また、くじを引くというイベント性を楽しんでいただいています。

Q 好調の背景を教えてください。

A 1996年にスタートした当初は、イベント会場などで催専用商品として販売していましたが、その後、新しい販路とし

### ハズレなしのキャラクタースピードくじ「一番くじ」が好調

株式会社バンプレスト ロトディビジョン デピュティゼネラルマネージャー おすすめ 大薄純一

て、2005年より新たにコンビニエンスストアへの導入を開始しました。それに合わせて、お客様が何を欲しがっているかを情報収集するとともに、告知を強化することを目的にパソコン・携帯電話向けの専用サイト「一番くじ倶楽部」を立ち上げました。現在、「一番くじ倶楽部」の登録者は、20~30代の男女を中心に130万人を超えています。このシステムを活用し、お客様に確実な情報を提供すること、売り場を確実に告知するという当たり前のことが一番大切なんですね。

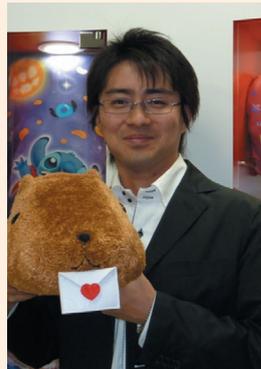
Q グループ内での連携も積極的ですね？

A バンプレストでは業務用ゲーム機向けの景品事業を行っており、この夏には「魔法少女リリカルなのは」の「一番くじ」発売と同時に景品も投入し、告知面でも連携を図りました。その結果、「一番くじ」と景品の両方にプラス効果を発揮することができました。グループ会社の

ナムコとは今後も積極的に連携を図っていききたいと思います。

Q これから強化していきたいことは？

A お客様の声を聞くという基本姿勢をしっかり持ちながら、販路をさらに拡大していきたいですね。グループで活用できるコンテンツはまだたくさんありますので、お客様のニーズを掘り起こし、有効活用していきたいと思っています。商品開発面でも新しいことにどんどん取り組んでいきますので、ご期待下さい。



1995年入社。業務用ゲーム機の開発、景品の開発担当などを経て2005年よりロトディビジョン所属。

### 「仮面ライダーオーズ」商品、販売好調

(株)バンダイ(上野和典社長)が発売中の「仮面ライダーオーズ/000」関連商品が好調に推移しています。9月に発売した「変身ベルト DXオーズドライバー」(6,825円)は、3つの「オーメダル」をバックルにセットして「オーズキャナー」でスキャンすると、メダルに対応したLEDが光り、その組み合わせによって番組と同じ変身ソングが流れる商品で、平成仮面ライダーシリーズとして過去最高の54万個を販売した前作の変身ベルトを大幅に上回るペースで推移しています。キーとなる「オーメダル」は、

©2010 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映  
©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映ビデオ・東映  
©BANDAI 2008-2010



変身ベルト DXオーズドライバー



オーメダル

データカードダス  
仮面ライダーバトル ガンバライド



「オーメダル」を中心に連動遊びが楽しめる

カプセル自販機や玩具菓子でも商品化しており、オーズドライバーとの連動遊びはもちろん、「データカードダス 仮面

ライダーバトル ガンバライド」でも遊ぶことができます。

バンダイは今後も「仮面ライダーオーズ/000」関連商品を続々と発売し、さらに人気を盛り上げていきます。

### 新型デジタルキッズカードマシンを稼働

バンダイは、フラットパネルリーダーやICカードリーダー、ワイド液晶モニターを搭載した新型



デジタルキッズカードマシン「ドラゴンボールヒーローズ」(1プレイ1枚100円)を11月11日より稼働開始しました。



フラットパネル上にデータが組み込まれた専用カードを置く

と、液晶モニターに瞬時にキャラクターが登場。カードを動かすことでキャラクターを動かし、バトルを行うゲームはこれまでにない操作感が楽しめます。また、別売りの「ヒーローライセンス(ICカード)」「ヒーローアバターカード」を使用すれば、ゲーム内に自分のアバター(分身)が登場させ、ドラゴンボールのキャラクターたちと一緒に戦えるほか、バトルデータを記録してアバターを成長させることができます。バンダイはこの新型マシンの展開で、デジタルカード市場でのさらなるシェア拡大を狙います。

©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©BANDAI 2010

### 「ガンプラ30周年プロジェクト」好調に推移

バンダイが展開している「ガンプラ30周年プロジェクト」が好調です。JR東静岡駅前で開催中の「模型の世界首都 静岡ホビーフェア」に、「RG1/1ガンダムゾーン」として全高18mの1/1ガンダム立像を設置、11月6日に来場者数が100万人を突破するなど、当初の予想を大きく上回っています。また、初の全国縦断ツアーとして開催しているガンプライベント「ガンプラEXPO JAPAN tour」も、9月の仙台会場(写真)を皮切りに札幌、名古屋で開催。ガンプラ30年をたどる展示のほか、限定商品の販売などが大変好評です。今後は、大阪の阪神百貨店(12月22日~30日)、広島のごう広島店(2011年1月26日~2月7日)で開催する予定です。



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・毎日放送

### ハートキャッチミラージュ

発売中/9,240円 (株)バンダイ

「ハートキャッチプリキュア!」の年末重点アイテム。プリキュア4人の音声で必殺技メロディが流れ、鏡にはスーパーシルエットとお花がカラフルに浮かび上がります。付属のティアラとイヤリングを装着し、なりきり遊びができるほか、光や音に合わせて遊ぶ4つのミニゲームも楽しむことができます。また、各種商品に付属、もしくは別売りの“ころの種”全95種を読み込んで、サウンド遊びもできます。

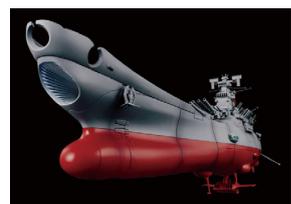


©ABC・東映アニメーション

### 超合金魂 GX-57 宇宙戦艦ヤマト

発売中/23,100円 (株)バンダイ

全体像や各所の形状を洗練された美しいフォルムで完全新規造形した全長約425mmの塗装済完成品「宇宙戦艦ヤマト」。エンジンノズル部と波動砲部にフルカラーLEDを採用し、効果音とともに臨場感あふれる劇場シーンを再現します。また、本体内部に劇中で使用されたヤマトの楽曲を4曲収録。初回生産分限定特典にはヤマトを窮地に陥れた「ドリルミサイル」が付属。波動砲部への突入シーンが再現できます。



©東北新社

### RG 1/144 MS-06S シャア専用ザク

発売中/2,625円 (株)バンダイ

ガンプラ30周年記念新ブランド「RG」シリーズ第2弾。内部フレーム機構「アドヴァンスドMSジョイント」の採用で、ザクモデルでは過去最大の可動領域を実現。1/144スケールでは難しかった“立て膝”や“タックル”などのポージングが忠実に再現できるようになりました。また、外装パーツの緻密な分割により、ザクモデルとして過去最大の8色を使用。シャア専用ザクの外観の魅力を最大限に引き出しています。



©創通・サンライズ

### 雑誌と連動した女性のための 目的型施設「eggnam」オープン

(株)ナムコ(橋 正裕社長)は、渋谷系ファッション雑誌「egg」とのコラボレーションショップ「eggnam」を11月6日に東京都渋谷区にオープンしました。同店は、雑誌と本格的に連動したアミューズメント施設展開を試みるもので、独自の文化を生み出している10代~20代のギャル系女性をメインターゲットに、「egg」誌の世界を体験できるシールプリント機の専門ショップです。

店内には人気の流行アクセサリや雑貨の販売ブースがあるほか、毎月「egg」誌面と連動し、人気モデルに直接会える企画や定期的なイベントも開催しています。憧れのモデルと一緒に写真が撮れるオリジナルシールプリント機をはじめ、さまざまなコラボレーションサービスも用意しています。



### 「Hello Kitty's Kawaii Paradise」 東京・お台場にオープン

(株)プレジャーキャスト(和才 始社長)は、(株)サンリオよりライセンス許諾を得て、このほど「ハローキティ」の屋内型ミニテーマパーク「Hello Kitty's Kawaii Paradise」を東京都江東区青海の商業施設「ヴィーナズフォート」内1階にオープンしました。ヴィーナズフォートに住む6人の女神から遣わされた「Kawaii」の女神「Hello Kitty Venus」がプロデュースした街を再現したミニテーマパークです。お台場地域で増え続ける国内観光客や、羽田空港の国際線旅客ターミナル開業で拡大が予想されるアジア観光客をターゲットに、初年度来場者は70万人を見込んでいます。



©1976,2010 SANRIO CO.,LTD®

### ナムキャラ応援団に新“団長キャラ”登場

ナムコの全国43都道府県のオリジナルキャラクター「ナムキャラ応援団」は、バンダイナムコグループが得意とするキャラクターマーチャンダイジングを駆使して、各キャラクターの“世界観”や“魅力”を最適な形で演出し、直営アミューズメント施設の活性化とともに笑顔あふれるまちづくりを支援しています。今年4月の登場以来、各地の店舗でお客さんと触れ合っているほか、地方自治体や放送局の主催するイベントに数多く登場し、人気を博してきました。このたび、新たに団長キャラクターとして「むじゃはる」(写真)が誕生したほか、現在、キャラクターのいない4県についても開発中で、年内には団長以下47都道府県のキャラクターが勢揃いする予定です。



©2010 NAMCO

### 「仮面ライダーアクションスタジアム」 埼玉県越谷市に期間限定で登場

ナムコは、バンダイナムコグループならではのノウハウを活用して開発している可動式・期間限定の“キャラクターパッケージ型遊戯施設”の3アイテム目として、「仮面ライダーアクションスタジアム」を12月中旬より埼玉県越谷市のイオンレイクタウン店に期間限定でオープンします。「たまごっちアイドルパーク」「なりきりアスレチック ウルトラヒーローズ」に続いて開発した同施設は、“遊べる特撮スタジオ”をコンセプトに、子供が仮面ライダーオーズになりきって試練に挑戦したり、怪人をやっつけたり、6つのシーンをめぐり思い切り体を動かして遊ぶことができます。今後は、この3種類のほか新開発施設を含めて各地で期間限定出店し、全国の子供たちに新しい遊びを提供していきます。



©2010 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

### イベント インフォメーション

#### ●「ナムコ・ナンジャタウン」キャラクターイベント

「劇場版 BLEACH 地獄篇」の公開を記念し、「劇場版 BLEACH 地獄篇 公開記念 BLEACH inナムコ・ナンジャタウン」を2011年1月30日まで開催しています。期間限定アトラクションをはじめ、「BLEACH」をモチーフにした全25種類のデザート&フード(オリジナルプレミアムカード付)を販売するほか、「BLEACHグッズショップ」も登場します。

#### ●ウルトラマンの映画公開記念キャンペーン

映画「ウルトラマンゼロ THE MOVIE 超決戦!ベリアル銀河帝国」の公開を記念した限定グッズプレゼントキャンペーンを、12月11日より全国の直営アミューズメント施設(一部店舗除く)で開催します。

#### ●花やしき「木曜ナイト」

浅草花やしきは、会社帰りのサラリーマンやOLをメインターゲットに、夜間営業「木曜ナイト」を12月30日まで毎週木曜日(12月9日除く)に実施。12のアトラクションが稼動し、大道芸も登場してにぎやかな夜を楽しめます。

### パックマン30周年記念展覧会を開催

生誕30周年を迎え、世界中で愛され続けているキャラクター「パックマン」の記念展覧会「パックマン展—80's to 10's ゲーム&カルチャー」が、10月2日～11日に東京・秋葉原の「アーツ千代田3331」で開催されました。

会場には、1980年代初頭の懐かしいゲーム機やゲームソフトから、アーティストによるパックマンをモチーフにした新作アートまで展示され、ゲーム、カルチャー、デザイン、アートというさまざまな側面からパックマンの歴史と未来に触れることができるイベントとなりました。



ゲームを楽しむ来場者（左）とアーティストの作品（右）

期間中は、国内外より約5,000人の幅広い層のパックマンファンが来場。「世界中で人気を誇るカルチャーアイコンとしてのパックマン」と、「80年代のナムコのものづくりへのこだわり」が高く評価され、展覧会は盛況でした。

### SNS市場へのコンテンツ提供を積極展開

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)は、急成長を遂げているSNS※市場に対し、



この夏より積極的にコンテンツを提供しています。ディーエヌエーの「モバゲータウン」に向けては、トップページに「バンダイナムコゲームス特設コーナー」を開設したほか、グリーには「SIMPLE100」シリーズなどのライトゲームの体験版を配信しています。このほか、ミクシィには誕生日ケーキ作成アプリ「おめデコ」など、女性をターゲットにしたコミュニケーション要素が高いコンテンツを配信。さらに、Facebook向けには課金システムを採用した「City of Football」や「Treasure Abyss」を全世界に向けて配信しています。

バンダイナムコゲームスは、各運営サイトの特性を生かしたコンテンツを提供することで、新しい層に向けたプロモーションに役立てていくことを考えており、今後もSNS市場向けにコンテンツ提供を強化し、コンテンツ価値の最大化を図っていきます。

※SNS (Social Networking Service) : 社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス

### 「AKB1/48 アイドルと恋したら…」製作発表会開催

バンダイナムコゲームスは、このほどプレイステーション・ポータブル(PSP)用ソフト「AKB1/48 アイドルと恋したら…」の製作発表会を開催しました。人気・実力ともにNo.1



アイドルの「AKB48」初のゲーム化とあって、多くの報道陣が取材に訪れました。当日は、「AKB48」から大島優子さんや板野友美さんなどメンバー19人が登場。撮影の裏話やゲームの見どころなどを披露し、総合プロデュ



©AKS 2010 ©2010 NBGI

ーサーである秋元康氏の発案により制作された新感覚ゲームをアピールしました。「AKB1/48 アイドルと恋したら…」は、12月23日に初回限定生産版(10,479円)、期間限定生産版(7,329円)、通常版(5,229円)の3種類と、PSP本体とセットになった「Premier Special Pack」(36,729円、写真)を発売します。

### 業務用ゲーム

### 「機動戦士ガンダム EXTREME VS.」

稼働中 (株)バンダイナムコゲームス

2001年に販売を開始した2対2で対戦するチームアクションバトルゲーム「機動戦士ガンダムVS.シリーズ」の9作目です。歴代作品から選りすぐりのモビルスーツが登場し、作品によって異なる世界観を超越したシリーズ最新作は、「極限進化」をキャッチフレーズにグラフィッククオリティが飛躍的に向上したほか、チームのリプレイを確認できるライブモニターやICカードシステムを採用。さらに携帯サイト「ガンダムVS.モバイル」との連動など、新要素を数多く搭載しました。

また、(株)ワーナーミュージック・ジャパンとタイアップし、海外の人気ロック・バンドLINKIN PARKの「The Catalyst」をテーマ曲に起用。「機動戦士ガンダム」シリーズのビデオゲーム機では初の洋楽アーティストとのタイアップであり、LINKIN PARKの起用も国内企業では初めてです。両社のタイアップはスマートフォン用コンテンツの共同展開から2度目で、今後も異業種間のコラボレーションの可能性を見だし、新しいエンターテインメントを提供していきます。



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・毎日放送

### アミューズメント施設向け景品 「ワンピース スペシャルクオリティ フィギュア〜ポア・ハンコック〜」

12月中旬より投入予定 (株)バンプレスト

全国のアミューズメント施設向けに、「ワンピース」を題材としたこだわりの観賞用フィギュアを投入します。バンプレストの強みである造形ノウハウを結集し、キャラクターの表情はもちろん、大きさ、彩色など、プライズゲームの景品を観賞用フィギュアとして十分に楽しめるクオリティでリリースし、「ワンピース」ファンはもちろん、施設を訪れる幅広い層に向けて訴求します。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション

## シリーズ45周年記念作品「ウルトラマンゼロ THE MOVIE 超決戦！ベリアル銀河帝国」公開

バンダイビジュアル(株) (大下 聡社長) が出資する「ウルトラマン」シリーズが、未来への希望とメッセージを子供たちへ送り続け、2011年には45周年を迎えます。その記念作品「ウルトラマンゼロ THE MOVIE 超決戦！ベリアル銀河帝国」が、12月23日より公開されます。本作は、ウルトラマンゼロが冒険の中で出会う新たな仲間たちとともに、大切なことを学びながら成長していく物語です。父であるウルトラセブンから授かった新アイテム「ウルトラゼロブレスレット」で、ウルトラマンゼロは邪悪な銀河皇帝カイザーベリアルに立ち向かいます。仲間を思う気持ちや親子の絆を描いた本作は、クリスマスやお正月に家族で楽しめる大冒険活劇になっています。



©2010「ウルトラマンゼロ THE MOVIE」製作委員会

## 「Webコミック ゲッキン」オープン

(株)エモーション (森本浩二社長) は、オリジナル携帯コミック「週2コミックゲッキン」のPC版として、このほど「Webコミック ゲッキン」をオープンしました。「週2コミック ゲッキン」は、毎週月・金曜日の週2回、完全書き下ろしの新作コミックを配信。第1話は無料で、月額210円で当月・前月に配信された全話を楽しむことができます。「Webコミック ゲッキン」で見れるコンテンツには限りがありますが、閲覧はすべて無料で会員登録の必要もありません。PC版が加わりパワーアップした「ゲッキン」は、掲載作品の出版や映像化を目指し展開を続けていきます。



「Webコミックゲッキン」  
<http://www.comic-gekkin.com/>

## 新音楽レーベル「HIXNADE」を設立

バンダイビジュアル(株)が、新音楽レーベル「HIXNADE」を設立しました。新レーベルは、新たな感性を発掘し、共に成長していくことを目指しており、レーベル名にも未知(X)の高み(HIGH)を目指すという意味を込めました。第1弾として、応募総数3,000組の中から選ばれたロックバンドOUTER-TRIBEが、11月17日にデビューシングル「本当の自分」(1,200円)をリリース。エモーションで伸びやかなハイトーンボイス、ストレートで情熱的なライブパフォーマンスなど、彼らの未知なる感性をさらに磨き、共に成長しながら高みを目指すべく、ライブやイベントなどさまざまな音楽活動を展開していきます。



©HIXNADE/BANDAI VISUAL CO.,LTD.

## DVD&BD「アウトレイジ」

12月3日発売予定/バンダイビジュアル(株) スペシャルエディション (DVD&BD) 6,300円  
BD:5,040円、DVD:3,990円

今年6月に公開された北野武監督7年ぶりのバイオレンス・エンターテインメント。初回限定のスペシャルエディションは、本編のDVDとブルーレイ、北野武×椎名桔平×加瀬亮×三浦友和の対談、カンヌ国際映画祭ドキュメントなどを収録した特典DVDの豪華3枚組み仕様です。また、北野監督初の連作・続編となる「アウトレイジ2」の製作も発表されています。



©2010「アウトレイジ」製作委員会

## DVD/BD「模型戦士ガンプラビルダーズ ビギニング」

12月22日発売予定/バンダイビジュアル(株)  
BD初回限定版:7,140円  
BD通常版:5,040円、DVD:3,990円

ガンプラ30周年を記念して、ついにガンプラ同士の戦いを描いたオリジナルビデオアニメーションが登場します。初めてプラモデルを作った少年ハルが、組み立てたガンプラを使って対戦するゲーム「ガンプラバトル」に挑戦するストーリーです。ガンプラファンの誰もが夢見た“ガンプラファイト”で、ガンプラを組み立てる楽しさとその魅力をお届けします。



©創通・サンライズ

## イベント上映「ボトムズフェスティバル」

第1弾「装甲騎兵ボトムズ Case;IRVINE」上映中  
第2弾「ボトムズファインダー」12月4日～上映  
第3弾「装甲騎兵ボトムズ 孤影再び」2011年1月8日～上映/前売券800円、当日券1,000円

(株)サンライズ

サンライズのリアルロボットアニメの金字塔「ボトムズ」シリーズの最新作を11月より新宿バルト9、横浜ブルク13、梅田ブルク7、T・ジョイ京都、伏見ミリオン座で上映中です。「ボトムズニュージェネレーション」として制作された3作品は、それぞれ新進気鋭のスタッフとベテランスタッフのコラボレーションにより、まったく新しい「ボトムズ」ワールドになっています。



©サンライズ

### 株式会社ナムコ 代表取締役社長 橋 正裕

アミューズメント施設事業では、収益性向上施策の推進により筋肉質な体質に転換するとともに、グループならではの差異化された展開を図っています。今回はアミューズメント施設SBUの収益力強化の戦略や、市場の現状などについて、事業の中核会社である(株)ナムコの橋 正裕社長に話を聞きました。

#### ■橋 正裕 (たちばなまさひろ) 社長のプロフィール

<経歴> 1951年4月16日生 兵庫県出身  
78年4月 (株)ナムコ (現バンダイナムコゲームス) 入社  
86年7月 営業部長  
88年6月 取締役営業担当代理兼営業部長  
89年6月 常務取締役営業担当兼営業部長  
94年6月 代表取締役常務取締役  
02年5月 常務取締役経営戦略本部長  
04年4月 代表取締役専務取締役CTカンパニープレジデント 兼 CT編成局長  
05年4月 専務取締役  
05年9月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役  
08年4月 (株)ナムコ代表取締役社長 兼 (株)バンダイナムコホールディングス取締役



## 収益の安定と 新たな収益ドライバーの構築を目指す

—アミューズメント施設市場の状況を教えてください。

橋 国内の市場全体は一時の厳しい状況から下げ止まり感が出てきています。数年前は、業界各社が出店を拡大し、過当競争を繰り広げていましたが、景気悪化に伴い大手が相次いで不採算店を閉鎖したことで、現在は店舗数が適正な数に落ち着いてきました。ナムコの店舗では、お客様の数が前年よりも増加し、既存店売上高も回復の兆しを見せ始めています。この夏休みには、グループ会社の(株)バンプレストが手がけた「ワンピース」のプライズ景品が人気となり、クレーンゲーム機に行列ができるなど、話題を集めました。

年末に向けてもキャラクターを活用したキャンペーンや、人気の景品投入などを行うことで、集客をアップしていく計画ですが、このビジネスは景気動向に大きく左右されますので、引き続き気を引き締めていきたいと思っています。

—効率化に向けてはどのような取り組みを行っているのですか？

橋 周辺事業からの撤退に加え、店舗

の賃料交渉や人員配置のシフトの見直し、日々の業務における無駄の見直しなど地道な施策の積み上げを行っています。これにより、事業全体が筋肉質な体質に転換を図ることができました。これはアミューズメント施設事業に携わるメンバー全員が、徹底したコスト意識を持つことによってできたものだと思います。

—収益性を強化するため、ナムコの組織を再編しましたね。

橋 2009年4月より“地域別”の管理体制から店舗のターゲットに合わせた“顧客別”に変更しました。顧客のニーズを明確にするため、ショッピングセンター内の店舗と、繁華街、ロードサイドなど、店舗ごとにターゲットを分け、戦略を推進しています。たとえば、ショッピングセンターは家族連れが中心ですから、ファミリー向けの店舗づくりや品揃えが必要であり、ファミリーを意識した機器や景品、運営が求められます。このように考えることで、機器の導入と運営の両面で効率的な投資を行い、最適な店舗づくりができます。また、ターゲットに合わせ、そ

のお客様が最も居心地の良い施設にするため、既存店舗の内装などの改修や改善も行っています。これによってリピーターのお客様も増えていきます。

—キャラクターを活用した店舗づくりはその一環ですか？

橋 はい。ナムコはファミリー向けの店舗は最も得意な領域です。そのノウハウにキャラクターを加えることで、より競合と差異化された店舗づくりができます。「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」(川崎市)のような、アミューズメント施設とキャラクターが融合した常設施設に加え、2010年からは、期間限定の“キャラクターパッケージ型遊戯施設”の運営を始めました。現在、男児向けに「なりきりアスレチックウルトラヒーローズ」、女児向けに「たまごっちアイドルパーク」などを稼働しています。

これに加え、新たにトイホビーでも大人気の「仮面ライダー」を活用した「仮面ライダー アクションスタジアム」を12月よりスタートします。今後は、これらのコンテンツを全国の施設に期間限定で出店していきます。

この施設は、可動式で期間限定の設置が可能のため、投資効率が良く、集客効果が高いことが特徴です。今

期中に全国27店舗でキャラクターパッケージ型遊戯施設を展開する計画です。

—「ハローキティ」の店舗が話題を集めていますね。

橘 グループの(株)プレジャーキャストが、サンリオさんからライセンスの許諾を得て、「ハローキティ」の屋内型ミニテーマパーク「Hello Kitty's Kawaii Paradise」を10月にオープンしました。この施設は、高い評価をいただいている「トーマスタウン新三郷」に続く、キャラクターの世界観を体感いただける施設です。お台場地域にあるので、国内観光客はもとより、羽田空港の国際線開通で予想されるアジア観光客の来場も期待しています。

—そのほかにトピックスがあれば聞かせてください。

橘 10～20代の女性をメインターゲットに、シールプリント機とクレーンゲーム機に特化した施設「namco川越店」を9月にオープンしました。さらに11月には、ファッション誌「egg」とコラボレーションしたシールプリント機専門ショップ「eggnam」

を渋谷にオープンしました。流行雑貨を販売したり、人気モデルと会えるイベントを開催し、注目を集めています。

このほかにも、ポケモンや仮面ライダーオーズのキャンペーン、夏休みに大人気だったワンピースの景品の導入、ナムコ・ナンジャタウンでは冬休みに向けBLEACHなどのキャラ

クターイベントなどを予定しています。ポケモンのキャンペーンは、TV放映で活躍したポケモンキャラクターの景品やシールが、その週末にナムコの店舗に投入されるという、TV番組と密接に連動した企画です。このようにバンダイナムコグループならではの仕掛けを次々と行っていきます。

## グループならではの 差異化された展開を強化

—海外の状況はどうか？

橘 北米地域は、これまで米国全土で展開してきましたが、拠点があるシカゴ周辺の中東部に集約しました。これにより管理コストを大幅に削減できました。そのほかの欧州やアジア地域も景気低迷などの影響を受けていますが、中長期的な視点で競合との差別化などの戦略を検討していきたいと思っています。

—今後の抱負を聞かせてください。

橘 ここ数年、アミューズメント施設事業は、店舗の閉鎖や効率化といった守り一辺倒を強いられてきましたが、

今後は守りと攻めという攻守一体の戦略を推進します。もちろん自分たちの強みを生かせる本業に軸足を置いた収益の安定を大前提とした上で、新たな収益ドライバーの構築に向け検討を行います。社員には「これからはいろいろな企画を積極的に仕掛けよう」と話しています。最も重要なことは、お客さまにとって居心地のよい店舗を作ることです。そこにバンダイナムコグループの強みであるキャラクターを効果的に配して、他社との差異化を図ることができれば、自ずと成果は挙がっていくものと考えています。



時間課金制の子ども向け屋内遊技施設「なりきりアスレチックウルトラヒーローズ」



ハローキティの屋内型ミニテーマパーク「Hello Kitty's Kawaii Paradise」



『劇場版 BLEACH 地獄篇』公開記念 BLEACH in ナムコ・ナンジャタウン

©円谷プロ ©1976,2010 SANRIO CO.,LTD(株) ©久保帯人/集英社・テレビ東京・dentsu・びえろ ©劇場版BLEACH製作委員会 2010

## 編集後記

リスタートプラン実施年度の2011年3月期の上半期は、国内トイホビー事業の好調や、コンテンツ事業とアミューズメント施設事業においてリスタートプランで実施したさまざまな施策の成果が挙

がり始めたことにより、当初計画を上回る実績となりました。

しかしながらエンターテインメント業界にとって年間最大の山場である年末年始商戦の本番はまさにこれからです。本号でもご紹介しましたように、年末年始

商戦に向け、各社からさまざまな製品・サービスの展開やイベント開催などを行っていく予定です。気を緩めることなく、グループ一丸となり年末年始商戦に取り組み、通期の計数計画の達成を目指したいと思います。(広報IR担当)

## ブイバーゼロイチ 【VB01】超BIG変身!!パトカー〜ト레인

発売中 / 8,400円 (株)バンダイ

“変身”をコンセプトにした人気のミニカーブランド「VooV」を使って遊べる大型プレイセット。「VooV」は、1台の車や電車を開いてひっくり返すと、別の車や電車に“変身”させて遊ぶことができるミニカーで、変身する驚きやその過程、さらに1台で2台分遊べることなどが未就学児を中心に人気を集め、9月末時点で累計出荷数が100万個を突破しています。今回発売したプレイセットは、“パトカー”から“電車”の形状に変身させられるほか、中を開くと「VooV」で遊べる基地(ブーブベース)になります。今までにない3段階の変身は、子どもにとって魅力的なことはもちろん、「VooV」を使った“基地遊び”が楽しめるので遊びの幅が広がります。主な販売ルートは、玩具専門店・百貨店・量販店・家電量販店などの玩具売り場や、ネット通販などで、バンダイでは2011年3月末までに5万個を販売する計画です。



JR東日本商品化許諾済  
JR東海承認済  
JR西日本商品化許諾済  
JR九州承認済  
南海電気鉄道商品化許諾済  
小田急電鉄商品化許諾済  
京成電鉄商品化許諾済  
©DAIKIN.H.T.,

## エックスフライヤー X-Flyer

発売中 / 2色・各4,179円 (株)バンダイ

かつてない操作感で自在にコントロールできる最新技術搭載の“ホバリングトイ”。スイッチを入れるとプロペラが回転、その後ゆっくり上昇と下降を繰り返した後に浮遊モードに入り、その状態から自分で操って遊ぶことができます。浮遊している商品と床の間に手をかざすと、プロペラ本体に搭載されている高度認識センサーが対象物を感知し、動きを変え、高く浮かび上がります。手による操作のほか、頭や胸、足など全身を使って操作したり、本体上部のスティック部分を持ってキャッチ&リリースや、2人でトス&キャッチなども楽しめます。遊び方やテクニックを自分で生み出し、自由自在に操ることができるのも、この商品の魅力のひとつです。主な販売ルートは全国の雑貨店・百貨店・量販店の玩具売場や玩具専門店などで、バンダイでは2011年3月末までに30万個の販売を計画しています。



©2010 Spin Master Ltd. All Rights reserved.

## ゴッド イーター パースト PSP用ソフト「GOD EATER BURST」

発売中 / 通常版 : 5,229円    ダウンロード通常版 : 4,700円  
アペンド版 : 2,100円    ※アペンド版のダウンロード販売はありません  
(株)バンダイナムコゲームス

「GOD EATER BURST」は、2010年2月に発売し、販売本数60万本突破のスマッシュヒットとなったPSP用アクションゲーム「GOD EATER」のパワーアップタイトルです。最大4人の仲間と協力し、モンスターを倒すチーム連係型ハイスピードアクションゲームという基本要素をそのままに、新アクション「コンボバースト」や新システムの搭載、さらに前作の倍以上の武器、衣装パーツを追加し、より華麗で爽快なハイスピードバトルを実現しました。また、シナリオやキャラクターのほか、「アラガミ」と呼ばれるモンスターも新たに追加し、物語をさらに盛り上げています。「GOD EATER BURST」では、本作から始めるユーザー向けにすべてが入ったフルパッケージの通常版と、前作の「GOD EATER」を持っているユーザー向けに通常版とまったく同じ内容を低価格でお届けする「アペンド」版の2種類を同時発売します。



左：通常版、右：アペンド版    ©2010 NBGI

## DVD「映画 クレヨンしんちゃん 超時空!嵐を呼ぶオラの花嫁」& DVD「映画 クレヨンしんちゃん〈ファミリーセレクション〉」シリーズ

発売中 / 3,990円、「ファミリーセレクション」は各1,890円  
バンダイビジュアル(株)

4月に公開された「映画 クレヨンしんちゃん 超時空!嵐を呼ぶオラの花嫁」のDVDです。同時に、大人も楽しめる作品として定評がある「映画 クレヨンしんちゃん」シリーズの16作品(下記参照)を、1,890円のスペシャルプライスでお届けするDVDファミリーセレクションも発売しました。コミック20周年を受けてスタートした「クレヨンしんちゃん20周年プロジェクト」と連動しながら、ますます盛り上げていきます。

### <ファミリーセレクション発売タイトル>

- 第1作 「アクション仮面VSハイグレ魔王」
- 第2作 「ブリブリ王国の秘宝」
- 第3作 「雲黒斎の野望」
- 第4作 「ヘンダーランドの大冒険」
- 第5作 「暗黒タマタマ大追跡」
- 第6作 「電撃! ぶたのヒヅメ大作戦」
- 第7作 「爆発! 温泉わくわく大決戦」
- 第8作 「嵐を呼ぶジャングル」
- 第9作 「嵐を呼ぶモーレツ! オトナ帝国の逆襲」
- 第10作 「嵐を呼ぶアッパレ! 戦国大合戦」
- 第11作 「嵐を呼ぶ! 栄光のヤキニクロード」
- 第12作 「嵐を呼ぶ! 夕陽のカスカベボーイズ」
- 第13作 「伝説を呼ぶブリブリ3分ポッキリ大進撃」
- 第14作 「伝説を呼ぶ踊れ! アミーゴ!!」
- 第15作 「嵐を呼ぶ 歌うケツだけ爆弾!!」
- 第16作 「ちょー嵐を呼ぶ 金矛の勇者」



©臼井儀人/双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK