

Management Eyes

バンダイナムコグループ 中期経営計画

「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」を テーマとした中期経営計画をスタート

バンダイナムコグループはこのほど、2006年4月よりスタートする3か年の中期経営計画を策定しました。今回は中期経営計画について、(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。

—— 中期経営計画策定の前提となる今期の業績見込みを教えてください。

高須 今期はトイホビー事業が「たまごっちプラス」シリーズの世界的な人気により好調に推移したほか、映像音楽コンテンツ事業も「機動戦士ガンダム」シリーズの映画やTV放映により国内が好調でした。一方、日米における家庭用ゲームソフト販売の不振によりゲームコンテンツ事業が、また米国地域におけるパッケージソフトの返品増などにより映像音楽事業が計画未達となりました。

通期は引き続き厳しい経営環境が予想されることから、ゲームコンテンツの開発に関わるたな卸資産などをより厳しく評価し、合計60億円の評価損を計上します。併せて、米国地域で期首に計上していた繰延税

金資産に関わる18億円の評価性引当額を計上します。この結果、通期では連結売上高4,500億円、営業利益325億円、経常利益330億円、当期純利益110億円と、業績予想数値を大きく下方修正することになりました。

—— 統合初年度が計画未達となったことについては？

高須 今期の業績不振は、環境変化や顧客ニーズに対応できなかったことが1番の要因で、株主はじめステイクホルダーの皆様のご期待に沿えず大変申し訳ないと考えております。

これを受け、財務面では評価員計上などにより筋肉体質への転換を図り、成長のための基盤を強固にします。また体制面では経営責任を明確にするため、グループの取締役体制を一新するとともに、現ナムコ取締役の報酬カットと、バンダイナムコホールディングス取締役の賞与返上を行います。グループ社員一同、今回の結果を真摯に受け止め、今後の計数計画の達成と、統合効果の発揮を全力で目指します。

中期計数計画は、昨年の統合前に掲げた目標を概ね一年後ろ倒しとさせていただきます。具体的な計数計画としては、2008年



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

度に連結売上高5,500億円、営業利益580億円としました。ただし、当初の統合目的であるシナジー発揮による事業拡大という方向性については、変更ありません。後ほどご説明しますが、事業拡張や事業創出にもどんどん挑戦していきます。

< 中期計数計画 >

(単位: 億円)	05年度見込み	06年度目標	07年度目標	08年度目標
売上高	4,500	4,700	5,000	5,500
営業利益	325	400	500	580
ROA	8.5%	10.0%	12.0%	13.5%
ROE	4.5%	8.0%	9.5%	10.0%

2006年3月期第3四半期実績 (2005年4月～12月)

(単位: 百万円)	売上高	経常利益	当期純利益
	345,396	36,801	17,711

2006年3月期通期見込み (2005年4月～2006年3月)

(単位: 百万円)	売上高	経常利益	当期純利益
前回予想 (A)	470,000	44,100	24,400
今回修正予想 (B)	450,000	33,000	11,000
増減額 (B-A)	▲20,000	▲11,100	▲13,400
増減率	▲4.3%	▲25.2%	▲54.9%

見通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。

Contents

Management Eyes	1～5
バンダイナムコグループ 中期経営計画	
News Topics	6～9
バンダイの新生産拠点オープン ナムコが「スマイルコンテスト」開催 「名古屋デザートフォレスト」今春オープン ガンダムのシリーズ第1作をブロードバンド配信 バンダイビジュアルが東証一部銘柄に指定 (ほか)	
Business Angle	10～11
(株)バンダイ 取締役 チーフたまごっちオフィサー 本郷武一/ほか	
Close-up Products	12
轟轟戦隊ボウケンジャー「轟轟合体DXダイボウケン」他	

事業・地域・コンテンツがスパイラル効果を発揮するポートフォリオ経営を推進

—— 中期計画の方向性・テーマを教えてください。

高須 グループビジョンである「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」を実現するため、以下の3つの方向性を目指します。1つはグループ内の連携強化による規模の拡大、2つ目は組織改革による収益性の向上、そして3つ目はグループの強みを活かしたパートナーとの関係強化です。

著しい速さで変化するエンターテインメント業界を見据え、中期計画では「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」を最大のテーマとします。これを支えるのが、主に持株会社が担う経営戦略と、各戦略ビジネスユニット（SBU）が担う事業戦略です。中期計画においては、グループの最大の強みであるポートフォリオ機能をさらに強化することにより、ポートフォリオ間の相乗効果や連鎖とも言えるポートフォリオ・スパイラルを生み、グループ企業価値の向上を目指していきます。

—— ポートフォリオ経営とは？

高須 バンダイナムコグループのポートフォリオは多岐にわたる事業ドメイン、世界的に展開する地域、豊富なコンテンツの3つによって構成

されています。これらがスパイラル的な効果を発揮することにより、安定した業績をあげることが可能となります。

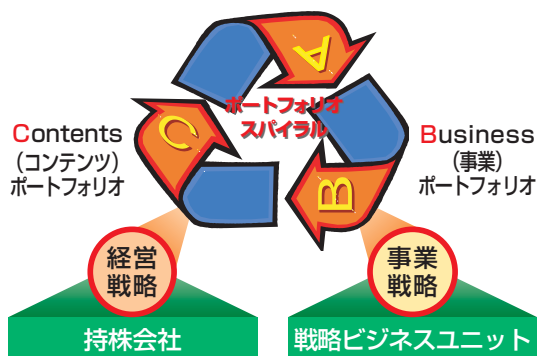
今後は経営統合により強化された「事業ポートフォリオ」を、事業領域の拡大と新しい事業領域の創造により強化・充実・拡大します。「地域ポートフォリオ」では海外の拡大が必須です。現在、約19%の海外売上比率を、事業ドメインの拡張や中国などアジア地域の拡大により3年後に25%、中長期的には50%に拡大していきます。これに加え、経営統合により新規コンテンツと定番コンテンツ、自社コンテンツと他社コンテンツのバランスのとれた「コンテンツポートフォリオ」をキープしつつ、グループ内外との協力により強化を図ります。

—— ポートフォリオ経営の強化のための経営戦略とは？

高須 中期計画の経営戦略としては、社会から信頼され、貢献し続ける企業グループを目指すため、「コーポレートガバナンスの強化」、「人的資源の有効活用」、「最適な経営体制の構築」の3つの施策を推進します。

ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大

Area (地域) ポートフォリオ



< 経営戦略 >

- [1] コーポレートガバナンスの強化
- [2] 人的資源の有効活用
- [3] 最適な経営体制の構築

コーポレートガバナンスの強化では、コーポレートブランド力の向上、戦略・業績のモニタリング強化、経営の透明性とスピーディな情報開示に努めます。人的資源の有効活用では、グループ間人事交流、社員育成プログラムの強化、新雇用ルールの導入などにより、社員が自己実現できる機会と環境を提供していきます。

最大の資源であり成長のエンジンは社員

—— 人材戦略は重要な鍵ですね？

高須 私は企業の最大の資源であり、成長のエンジンは社員だと考えてい

2006年3月時点のグループ組織図



グループ経営再編の歩み

- 2005年
- 9月29日 (株)バンダイナムコホールディングス設立
 - 12月1日 バンダイとナムコの関係会社管理業務の一部と上場投資有価証券管理業務をバンダイナムコホールディングスへ吸収分割
- 2006年
- 1月2日 米国地域統括会社NAMCO BANDAI Holdings (USA) Inc. 設立
 - 米国のゲーム事業を統合しNAMCO BANDAI Games America Inc. 設立
 - 1月31日 (株)バンダイロジパルを完全子会社化
 - 3月31日 国内のゲーム事業を統合し、(株)バンダイナムコゲームス設立
 - 現・ナムコからアミューズメント施設運営事業を新設分割し、新生・(株)ナムコ設立
 - 6月1日 (株)バンプレストを完全子会社化 (予定)

ます。経営統合の成功の鍵は人材の融合にあると言っても過言ではありません。すでに現場での交流が自主的にどんどん行われています。私たちのようなエンターテインメント事業では、現場がその気にならないと面白いものは生まれません。そういう意味では非常に嬉しいことです。

今後はさまざまな施策で異なる強みを融合させ、ノウハウの交流・蓄積と、異文化同士の接触による活性化を図ります。私はバンダイナムコグループを、個々の社員がその力を最大限発揮でき、自己実現できる、誰にも負けない好奇心と情熱を持つ“超熱中集団”にしたいと考えています。

—— 最適な経営体制の構築に向けてどのような再編をされるのですか？

高須 現在、大きく3つの方向性を考えています。1つ目は、協力という観点での「協業」による組織再編。これは主に成熟市場とグループの総合力で取り組むべき市場において実施するもので、組織の統合を目指します。日米でのゲーム事業の統合、バンプレストの完全子会社化はこの一環で、経営資源を集中させ、変化の速いゲーム業界を勝ち抜いていくためのものです。2つ目は、競争という観点での「競業」です。成長市場においてグループ内を含めて良い意味で競争し、グループ全体の価値向上を目指すもので、現組織の維持をその前提とします。3つ目は、共に歩むという観点での「共業」です。具体的には間接部門の業務を統合するシェアードサービスを導入し、間接費のコスト削減を図ります。

—— グループ組織体制は？

高須 各SBUの主干会社は当該事業の拡大に専念します。一方、グループとしての経営資源の適性配分、経営と執行との綿密な連動、SBU間のシナジー発揮のための横断機能についても、各種委員会や横断会議の開催により強化し、横軸の管理によるグルー

プ内情報共有を推進していきます。

間接部門の効率化では、4月にバンダイナムコゲームスとナムコの間接部門を共有化します。また2007年4月にはバンダイを加え、3社の管理部門を統合したシェアードサービス機能を立ち上げます。これにより現在約100億円かかっている3社の間接部門のコストを、中期計画の最終年度である2008年度には約15%削減していきたいと考えています。そのほかのグループ会社についても逐次融合し、グループとしての効率化をさらに追求します。

エンターテインメント・ハブの強化・拡大を図る

—— 事業戦略の施策は？

高須 「エンターテインメント・ハブ構想の推進」、「海外事業の強化」の2つを掲げています。

経営統合によりコンテンツ創出から商品開発・販売までの一気通貫機能が強化され、幅広い事業領域で商品・サービスを提供することが可能となりました。この仕組みを飛行機の拠点空港であるハブ空港をイメージし、「エンターテインメント・ハブ」構想と呼んでいます。バンダイナムコグループでは、グループ内の相乗効

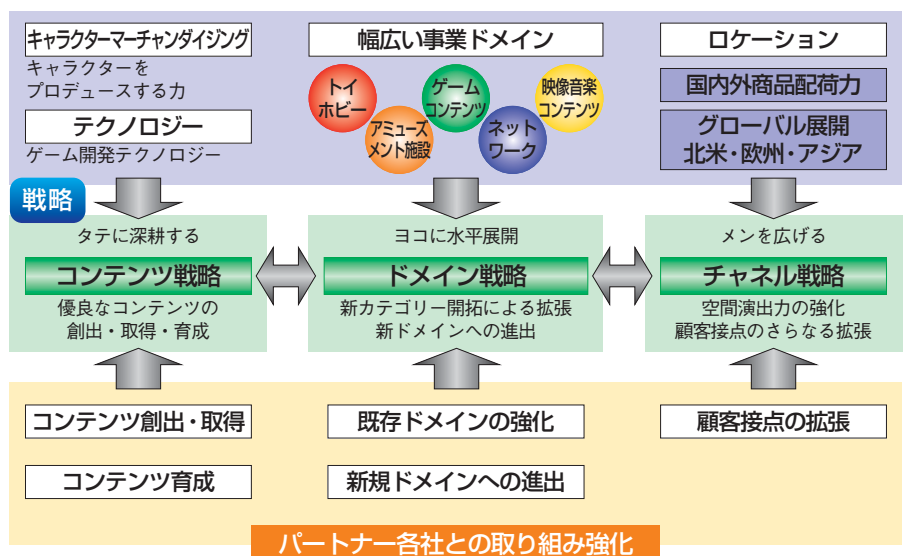
果によりハブを強化するとともに、国内外の外部パートナーと相互活用し合うことで、強化・拡大をはかります。

—— エンターテインメント・ハブ構想の中核となるのは？

高須 バンダイナムコグループはキャラクターマーチャンダイジングによりコンテンツをプロデュースする力、テクノロジーによりコンテンツを創出する力、幅広い事業ドメインによりコンテンツを水平展開する力、国内外のロケーション網により顧客との接点を拡張していく力があります。

今後もコンテンツを創出・育成・拡大する力をグループ内だけでなく、外部パートナーとも協力して深掘りしていきます。これが「コンテンツ戦略」で最も重要な戦略と位置づけています。また、現在の事業ドメインにとどまらず、横に水平展開すると同時に新ドメインの創出も図っていきます。これが「ドメイン戦略」です。さらにロケーション・eコマースなど、顧客との接点もグループ内と外部との協力で面をさらに広げていきます。これが「チャネル戦略」です。これらの推進により、コンテンツ戦略を軸にエンターテインメント・ハブ構想を高い次元で実現し、グループの事業の拡大・成長を図っていきます。

事業戦略① 「エンターテインメント・ハブ構想」の推進



海外は地域統括による経営資源の適性配分と各SBUの水平展開で事業を拡大

—— 海外事業の強化についてはどのような戦略で臨むのですか？

高須 海外事業の強化にあたっては、各SBUを横糸として各事業を全世界に水平展開する一方で、地域統括機能が地域特性を最大限に活かす縦糸となります。

米国地域では今年1月に地域持株会



「統合による真のシナジー効果を出していく」

社を設立し、日本に近いポートフォリオ機能を発揮できる組織体制に移行しています。欧州地域ではBANDAI S.A.とNAMCO EUROPE LTD.を中心に、アジア地域ではバンダイ香港を中心に事業インフラの整備と経営資源の最適配分を行います。また、各地域の強化を目的に欧州にゲーム会社を、アジアの2か所に販売会社を設立します。

各地域ごとの事業戦略としては、米国地域では、現地発のローカルコンテンツ展開と日本発のローカライズドコンテンツ展開の両面から、強いコンテンツの拡充に注力します。欧州地域では、地域の拡充に加え、施設事業など事業ポートフォリオの充実、ターゲット別商品戦略を強化します。そしてアジア地域では、販売拠点としての役割を強化するほか、中国市場における日本発のキャラクターマーチャンダイジングのビジネスモデルを確立します。このように地域特性に応じた戦略を推進していきます。

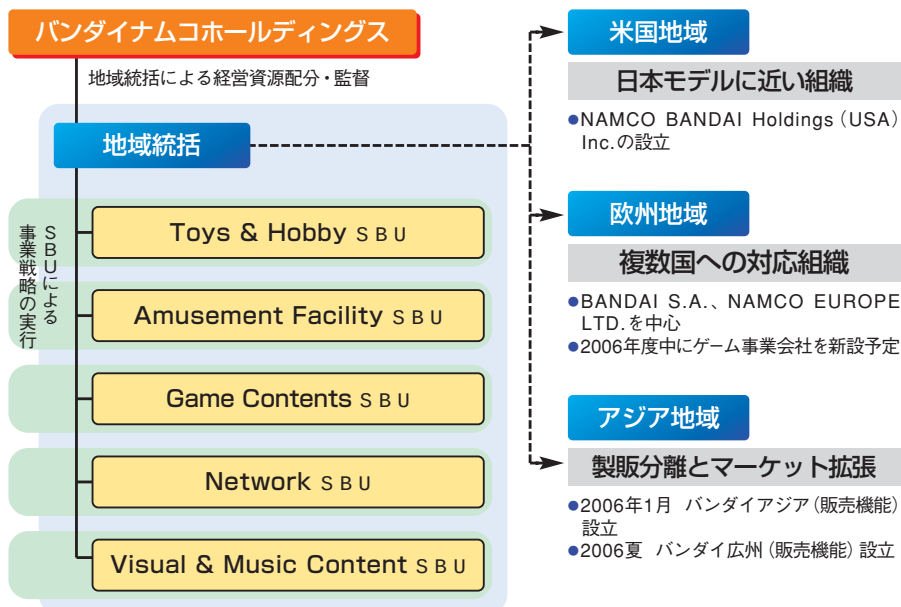
—— 国内の組織再編を行うSBUではどのような戦略を推進しますか？

高須 新生ナムコが主幹となるアミューズメント施設SBUでは、今期計画未達の原因となった環境変化への対応不足、新規性のある施設開発の遅れなどの課題解決を第一優先とします。今後は施設事業における多角化を図り、収益の拡大を目指します。また、大型複合施設等への継続的な出店に加え、大人層をターゲットにした新しい切口の施設や、バンダイとナムコによるシナジー企画も推進します。

ゲームコンテンツSBUは、バンダイとナムコのゲーム事業が統合したバンダイナムコゲームスが主幹となります。とくに家庭用ゲームソフトについては、今期の計画未達の原因となった課題を整理し、抜本的な改革に取り組みます。具体的にはターゲット戦略を見直し、顧客ニーズに合ったバランスがとれたタイトル構成にします。また、より適切なコスト管理や、クリエイターの最適配置などによる開発プロセスの機構改革を行います。さらに海外事業における

事業戦略② 海外事業の強化

マネージメント体制



<米国地域の体制>

NAMCO BANDAI Holdings (USA) Inc.
代表者 代表取締役社長 (CEO) 角田良平
事業 北米地域の地域戦略の推進
北米地域の事業会社の経営指導・支援など

◆**トイホビーSBU**
Bandai America Inc.
代表者 代表取締役会長 (CEO) 辻雅明
代表取締役社長 (COO) 大松章道
事業 玩具などの販売

◆**アミューズメント施設SBU**
NAMCO CYBERTAINMENT INC.
代表者 代表取締役社長 (CEO) Kevin Hayes
事業 アミューズメント施設の運営

◆**ゲームコンテンツSBU**
NAMCO BANDAI Games America Inc.
代表者 代表取締役社長 (CEO) 伊藤元一
事業 家庭用ゲームソフトの開発・販売

NAMCO AMERICA INC.
代表者 代表取締役社長 (CEO) Kevin Hayes
事業 業務用機器の販売

NAMCO NETWORKS AMERICA INC.
代表者 代表取締役社長 (CEO) 久恒健嗣
事業 モバイルコンテンツの開発・配信

◆**映像音楽コンテンツSBU**
Bandai Entertainment Inc.
代表者 代表取締役社長 (CEO) 彌富健一
事業 映像ソフトの企画・制作・販売・版權管理

取締役人事

◆株式会社バンダイナムコホールディングス (6月26日開催予定の株主総会後)

代表取締役社長 高須武男
取締役 橋 正裕
早川正篤
田中慶治
仙田潤路
上野和典 (非常勤)
石川祝男 (非常勤)
東 純 (非常勤)
米 正剛 (社外)
一條和生 (社外)

◆株式会社バンダイ (4月1日付)

代表取締役社長 上野和典
代表取締役副社長 柴崎 誠
常務取締役 田口三昭
本郷耕一
本郷武一
五十嵐正治
川口 勝
福田祐介
松永真理 (社外)

◆株式会社ナムコ

(新設分割実施後の新生ナムコ、3月31日付)

取締役会長 中村雅哉※
代表取締役社長 東 純
取締役 東 啓二
※アミューズメント施設の企画運営など

◆株式会社バンダイナムコゲームス (4月1日付)

取締役会長 中村雅哉※
代表取締役社長 石川祝男
代表取締役副社長 鶴之澤伸
取締役 竹内哲郎
東海林隆
浅見和夫
清嶋一哉
浅古有寿
※家庭用ゲームコンテンツの企画開発販売
業務用ゲーム機器の企画開発販売
モバイルコンテンツの企画開発販売など

※現バンダイナムコホールディングス取締役会長の高木九四郎は、6月1日付で(株)ナムコと(株)バンダイナムコゲームスの取締役会長に就任予定です。
※中村雅哉は6月1日開催予定の株主総会終結時をもって(株)ナムコと(株)バンダイナムコゲームスの取締役を退任し、両社の名誉相談役に就任予定です。

新社長の略歴

石川 祝男 (いしかわ しゅくお)
1955年4月15日生 山口県出身
78年4月 (株)ナムコ入社
95年6月 取締役第二開発部門担当
99年6月 常務取締役研究開発生産管掌
02年5月 常務取締役AMカンパニープレジデント
05年4月 代表取締役副社長 コンテンツ事業管掌
06年4月 (株)バンダイナムコゲームス
代表取締役社長就任予定



東 純 (ひがし じゅん)
1953年4月18日生 京都府出身
76年4月 (株)ナムコ入社
91年6月 取締役営業企画部長
02年5月 常務執行役員 ETカンパニープレジデント
04年4月 専務執行役員ETカンパニープレジデント
04年6月 取締役ETカンパニープレジデント
05年4月 代表取締役副社長 ロケーション事業管掌
兼 ETカンパニープレジデント
06年3月 (株)ナムコ (新生) 代表取締役社長就任予定



経営統合記念懸賞論文の優秀作決定

バンダイとナムコの経営統合を記念してグループの全社員を対象に懸賞論文を募集したところ、グループシナジーが最大限発揮できるようなアイデアや、新しい事業・業務改革についての提案など2,500件を超える応募がありました。その中から斬新な優秀作品10点を選び、昨年末にプレゼンテーションによる最終審査を行いました。作品はバンダイとナムコの混合チームなど、会社を超えたチームも多く、シナジー効果を発揮した熱いプレゼンテーションとなりました。グループ各社の役員などによる審査により、両社の資産とノウハウを融合した新規事業など4作品がグランプリを受賞しました。これらの作品は、今後、具体的な事業化を目指します。



女子プロゴルファーの諸見里選手を応援

バンダイナムコホールディングスは、テイラーメイドゴルフ(株)、キャノン(株)などとともに、女子プロゴルファーの諸見里しのぶ選手とスポンサー契約を締結し、1月10日に全日空ホテルで合同発表会を開催しました。諸見里プロは海外でも大きな活躍が期待されており、「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」をビジョンとして掲げているバンダイナムコグループと通じ合うものがあることから、今回、スポンサードを行うことになりました。この契約により、諸見里プロは各大会でバンダイナムコグループのロゴが入ったキャップを使用するほか、当社グループが展開する各種プロモーション活動などに協力する予定です。発表会に出席したバンダイナムコホールディングスの高須武男社長は、「諸見里プロを応援することで、世界の人びとに夢や感動を提供したい」とメッセージを送りました。



選択と集中、次世代機のネットワーク化、新たな課金方法への対応も行っています。これらの施策により、それぞれの強みを活かした強いタイトルへの選択と集中を行い、市場環境や顧客ニーズに合ったタイトルをバランス良く提供していきます。

——そのほかのSBUの戦略は？

高須 各SBUにおける強みを強化し、それぞれの立場からエンターテインメント・ハブの強化を行います。

バンダイが主幹となる玩具ホビーSBUは、海外事業の強化や新規事業の創出によりキャラクターマーチャンダイジングを進化させ、常にユニークな価値の創造に挑戦し続けます。バンダイネットワークスが主幹となるネットワークSBUでは、ネット上のエンタメポータルサイト構想の推進や各事業の強化により、総合ネットワーク企業への飛躍を目指します。バンダイビジュアルが主幹となる映像音楽コンテンツSBUは、優良コンテンツの創出、音楽・出版事業への多角化などにより、効率的なマネジメントを実現できるコンテンツプロデュース集団を目指します。

——最後に中期計画にかける意気込みをお願いします。

高須 統合の目的であるお互いのノウハウの融合により、今までにない新しいエンターテインメントを創造し、1+1を2ではなく、5にも6にもしていくという想いに変わりはありません。変化の激しい業界の中で常に良い意味で危機感を持ち、「夢・遊び・感動」を世界中の人びとに提供し、統合による真のシナジー効果により、皆さんにご納得いただけるような成果を出していきたいと思っています。バンダイナムコグループはスタート地点に立ったばかりです。もっと新しいもの、もっと夢のあるもの、もっと高い目標に向け、グループ一丸となって邁進していきます。

バンダイの新生産拠点オープン 地球環境との共生などをテーマに建設

(株)バンダイ(上野和典社長)で模型事業を展開するホビー事業部の新生産拠点が、2月に静岡市に竣工しました。1980年7月に生産・販売を開始した初代「1/144ガンダム」以来、約25年で累計約3億7,000万個のガンプラを生産してきた「静岡ワークス」の後継施設となります。

この新施設は、「技術の進化・発展」「地球環境との共生」「感動創造」の3つをテーマに建設されました。1つ目の「技術の進化・発展」については、「MADE IN JAPAN」によるメリットを最大限に活かすため、生産設備の全面見直しを実施し、ファクトリーオートメーションと新生産システムを導入することで、バンダイ全体のものづくりにおける技術の進化、生産効率の最大化、品質の飛躍的な向上に寄与することを目指し

ています。

2つ目の「地球環境との共生」については、重要な経営ファクターである「CSR活動」の一環として、環境保全に積極的に配慮しています。一例として、大型のソーラーパネルを壁面に設置し、年間5万6000kwhの太陽光発電を行い、雨水・地下水を年間2000トン再利用する浄化システムも備えています。また、現在も行っているプラスチック原料のリサイクルを推進し、ゼロエミッション達成を目指します。さらに将来的には、玩具業界初のグリーンファクトリーの認証を目指していきます。

3つ目の「感動創造」については、生産拠点でありながらエンターテイ



静岡市にオープンしたバンダイの新生産拠点

住所：静岡市葵区長沼500-12
(JR東海道線 東静岡駅徒歩8分)
静岡鉄道 長沼駅徒歩0分
敷地面積：12,260.86㎡
建物面積：5,025.44㎡

メント要素を取り入れ、エントランスショールームや施設内部の見学ルートを整備。一般へ開放します。

バンダイでは従来の生産工場から、広く地域との共生を目指した施設として生まれ変わった新しい生産拠点から、「MADE IN JAPAN」のホビープロダクトを国内のみならず海外へと発信していきます。

ナムコ初のオリジナル絵本 「みのりちゃんのすてきなうち」発売

(株)ナムコ(石村繁一社長)が絵本事業に参入し、その第一弾として「みのりちゃんのすてきなうち」(1,575円/税込)を2月に発売しました。この絵本は、ナムコが親子のきずなを深めることを目的に、Web上で始めた「kid'sきずなプロジェクト」から生まれました。

とても元気だけど、のんびりやさんの女の子—そんな主人公の「みのりちゃん」が、散歩しながらいろんな「うち」に立ち寄ります。シンプルなストーリーですが、そこには楽しい絵の世界が広がります。何度読んでも新しい発見があり、想像力や感受性が育れます。ナムコではこれからも、親が童心に返ってわが子と同じ目線で話し、ふれあい、きずなを深められるような絵本を発行していきます。



絵本の主人公「みのりちゃん」

©2006 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

ナムコが接客力の向上を目指した 「スマイルコンテスト」開催

2005年12月10日から06年1月9日にかけて、全国各地のナムコのアミューズメント施設店舗で「スマイルコンテスト2006」が開催されました。このコンテストは、お客様から店舗で働く従業員に対して「笑顔・あいさつ」「接客態度」などについての評価をいただき、各店での日頃の接客力向上活動の成果を確認することを目的としています。

4回目となる今回は、お客様の携帯電話を通じて約1万8,000通もの投票があり、店舗の接客については今まででもっとも高い評価を受けました。お客様から接客面で高い評価を受けた上位102名は、2月に千葉県浦安市の舞浜で行われた「スマイルコンテスト研修・表彰式プログラム」で「ベストスタッフ」として表彰されました。

ナムコではほかにも、「サービス接客検定」の準1級・2級の取得推進や、「SC接客ロールプレイングコンテスト」への出場など、接客力の向上を目指した活動を推進しています。

(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)

「名古屋デザートフォレスト」 今春オープン

(株)ナムコは今春に、“お取り寄せデザートの殿堂”をテーマとしたデザートテーマカフェ「名古屋デザートフォレスト」を、愛知県名古屋市のイオンナゴヤドーム前ショッピングセンター内にオープンします。「名古屋デザートフォレスト」は入手困難な全国各地の絶品デザート数百種類を一堂に集め、おいしく、楽しく、食べ比べができるカフェスタイルのフードエンターテインメント施設となっています(持ち帰りも可能)。オープニング時には、全国各地から取り寄せた絶品のチーズケーキ、ロールケーキ、アイスクリーム、メロンパンなどを味わっていただく予定です。



名古屋デザートフォレストイメージ図

バンダイ新キャラ情報

ゴウゴウ 轟轟戦隊ボウケンジャー



テレビ朝日系
毎週日曜朝7:30～
スーパー戦隊シリーズ30
作目。秘宝“プレシャス”
を見つけ、守り抜くため、
轟轟戦隊ボウケンジャー
の冒険の旅が始まります。

©2006テレビ朝日・東映AG・東映

仮面ライダーカブト

テレビ朝日系/毎週日曜朝8:00～
マスクドフォームからライダー
フォームへ2段変身。「虫」をモ
チーフにした“最強のライダー”
が誕生しました。

©2006石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映



ふたりはプリキュア SplashStar

ABC・テレビ朝日系
毎週日曜朝8:30～

「伝説の戦士プリキュア」に変身し
たキュアブルーとキュアイーグ
レットが、泉の郷を守るために戦
います。

©ABC・東映アニメーション



仮面ライダーカブト「変身ベルトDXカブトゼクター」

発売中/4,725円 (株)バンダイ

仮面ライダー生誕35周年記念作品として1月から放送が始まった新番組「仮面ライダーカブト」(テレビ朝日系/毎週日曜朝8:00～)は、昆虫がモチーフ。バイクに乗り、ベルトで変身し、ライダーキックで敵にとどめを刺す最強ライダーです。そのメインアイテムとなるのが「変身ベルトDXカブトゼクター」。仮面ライダーカブトの変身プロセスである「変身→キャストオフ→ライダーキック」を15種類のサウンドと7つのLEDで再現します。



©2006石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

ミックスコミュニケーション

発売中/3,675円 (株)バンダイ

新番組「ふたりはプリキュア SplashStar」(ABC・テレビ朝日系/毎週日曜朝8:30～)で、主人公の日向咲と美翔舞が使用する変身アイテムです。今度のコミュニケーションはカードを2枚同時にスラッシュするミックススピニングが特徴。番組に登場するフラッピー&チョッピーのおねだりに応じて、2枚のカードを組み合わせるとごはんやアイテムをあげたりするお世話遊びや、赤外線通信機能でお友達のコミュニケーションの通信遊びも楽しめます。



©ABC・東映アニメーション

ドルアーガ オンライン ザ・ストーリー・オブ・オーン

3月導入/1プレー200円 コンティニュー100円(出荷時設定) (株)ナムコ

1984年に業務用、85年に家庭用で発売されたアクションゲーム「ドルアーガの塔」の世界観を受け継ぐ業務用多人数型アクションRPG。画面に直接タッチしてキャラクターを動かすシンプルな操作で、多数のクエストやストーリーを楽しむことができます。全国の設置店をネットワークで接続し、最大4人までのパーティープレイに対応。ICカードにプレイヤーやアイテム情報を記録することで継続したプレイも可能です。



©1984,1989,2004 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

DS専用ソフト「右脳の達人 爽解! まちがいミュージアム」

発売中/3,990円 (株)ナムコ

ニンテンドーDSの2つの画面を使って遊ぶ新感覚の「まちがいさがし」ゲームです。基本ルールは制限時間10秒以内に2つの画面に表示される絵からまちがいを見つけ出し、タッチペンで○するだけ。スクラッチのように画面をこすって絵を表示させてから探すものや、画面に息を吹きかけて落ち葉を舞い上げ、絵が見えるうちに探すものなど、バラエティー豊かなステージも多数収録。また正解数によって直感力・集中力・認識力・判断力・記憶力を総合した「右脳指数」も測定されます。



©2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.

バンダイビジュアルUSAが 北米向けDVD第1弾を4月に発売

バンダイビジュアル(株)(川城和実社長、東証一部上場)の100%出資子会社である米国の現地法人、BANDAI VISUAL USA INC.(バンダイビジュアルUSA、今野達則社長)は、北米市場向けDVD新商品の第1弾として、「PATLABOR THE MOVIE LIMITED COLLECTOR'S EDITION」(限定版)と、「PATLABOR THE MOVIE」(通常版)を4月25日に発売します。

商品の企画制作はバンダイビジュアルUSAが担当し、流通は北米で強力な販売網を持ち、コレクション型商品の販売でも実績のあるイメージエンターテインメント社が担当します。

バンダイビジュアルUSAの概要

英文名 BANDAI VISUAL USA INC.
所在地 米国カリフォルニア州
設立日 2005年1月5日
資本金 100万USドル
代表者 今野 達則 (バンダイビジュアル(株)取締役)
事業 北米地域における映像コンテンツのライセンス代理営業、マーケティング等

バンダイビジュアルは今後も、日本国内で成功を収めている高品質・高付加価値ビジネスを北米地域で展開し、クオリティの高い商品を米国のアニメーションファンに提供。日本のアニメーションの普及と海外マーケットの拡大を目指していきます。

PATLABOR THE MOVIE LIMITED COLLECTOR'S EDITION

本編DVD、メイキングなどを収録した特典DVDの2枚組に加え、キャラクター・作品の解説や製作スタッフのインタビューなどを掲載した解説書、300ページに及ぶ絵コンテ(英訳)の4点を新たにデザインした特製BOXに収納



©HEADGEAR/BANDAI VISUAL/TFC

バンダイビジュアルが東証一部銘柄に指定

バンダイビジュアル(株)は、2月1日付で東京証券取引所第一部銘柄に指定されました。バンダイビジュアルではこれを機に、企業の特続的発展をさらに目指すとともに、コーポレートガバナンスとコンプライアンスの一層の強化を図ります。



バンダイビジュアルの株主優待対象商品の一部

バンダイビジュアルの沿革

1983年8月 映像パッケージソフトの販売を目的に(株)エー・イー企画を設立
1991年8月 バンダイビジュアル(株)に商号変更
1992年10月 (株)バンダイのメディア事業部の営業を譲受
2001年11月 JASDAQ市場上場
2003年12月 東京証券取引所第二部上場
2004年9月 本社を東京都港区東新橋に移転
2006年2月 東京証券取引所第一部上場

ガンダムのシリーズ第1作を ブロードバンドで配信

アニメ・オンデマンド映像配信を手がける(株)バンダイチャンネル(松本悟社長)は、バンダイナムコグループの(株)サンライズ(吉井孝幸社長)、ならびにNTT東日本、NTT西日本と共同で、すでに配信中の「機動戦士ガンダムSEED DESTINY」に加え、2月からNTT東西が提供するフレッツ利用者専用サイト「フレッツ・スクウェア」上でTVシリーズ第1作「機動戦士ガンダム」をブロードバンド配信で初めて配信を開始しました。「機動戦士ガンダム」は1979年のTV放映か

ら27年を経た今でも絶大な人気を誇っているシリーズ第1作で、すべてのガンダムの源流となっています。

また、歴代のガンダムシリーズを網羅したオリジナル情報番組「INSIDEガンダム」を新たに配信するほか、これらガンダム関連のコンテンツ配信を行うフレッツ・スクウェア上の専用サイトを、「ガンダム on フレッツ」の名称で展開します。

4社は今後もフレッツ・スクウェアを中心とするブロードバンド配信プラットフォームを活用し、バンダイチャンネルが供給するガンダムなどの良質な作品をさまざまなモデルで配信していく予定です。



ガンダム専用サイト「ガンダム on フレッツ」
紹介ページ: <http://gundam-on-flets.jp>

©サンライズ ©創通エージェンシー・サンライズ
©創通エージェンシー・サンライズ・毎日放送

(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)

バンダイネットワークスとバンプレストが 携帯電話向けサービスを共同で実施

バンダイネットワークス(株)(大下聡社長、JASDAQ上場)と(株)バンプレスト(仲田隆社長、東証一部上場)は両社の強みを活かし、NTTドコモのiモード向けに継続型シミュレーションRPGと、待受画像や着信メロディなどの携帯電話向けアクセサリを楽しむことができる総合サイト「スーパーロボット大戦i」(月額525円、FOMA90Xシリーズ対応)を、2月から共同でサービスを開始しました。

今回サービスを開始した総合サイト「スーパーロボット大戦i」は、バンプレストの人気ゲームソフト「スーパーロボット大戦A」を携帯電話向けに移植したゲームアプリをプレイできるほか、キャラクターの携帯電話向けアクセサリのダウンロードや、最新ゲーム情報の閲覧など、「スパロボ」の世界観を携帯電話で楽しむことができます。

サービスにあたっては、サーバの運営管理をバンダイネットワークスが行い、キャラクターの総合プロデュースとコンテンツの運営をバンプレストが担当しています。



©ジーベック/ナデジコ製作委員会
©創通エージェンシー・サンライズ
©ダイナミック企画 ©東映
©BANPRESTO ©BANDAI NETWORKS

バンプレストが新規事業開拓の一環として メイクショップ「Sugu Sugu」オープン

(株)バンプレストは新規ビジネス開拓の一環として、東京駅の八重洲地下街にクイックメイクショップ「Sugu Sugu(スグスグ)」を1月にオープンしました。お店のコンセプトは、“二度見される女性をつくる”。所要時間約10分というスピードでメイクすることができ、彼や友人と待ち合わせしているちょっとした空き時間に、「すぐ(Sugu)」に変身できるのが特徴です。

料金は1,000円からとリーズナブルな設定となっており、プチコース、パーフェクトセレブコース、カジュアルパーティセットなど多様なメイクをすることが可能です。



クイックメイクショップ「Sugu Sugu」

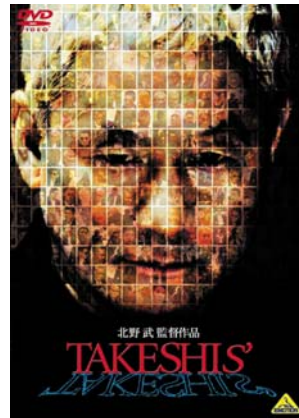
所在地/東京都中央区八重洲2-1八重洲地下街中3号
営業時間/10:00~20:00

DVD「TAKESHIS」

4月7日/3,990円 バンダイビジュアル(株)

2005年の第62回ベネチア国際映画祭のコンペティション部門にサプライズ出品され、世界中の注目を集めた北野武監督の最新作です。

1作ごとに映像作家としての新境地を切り開いてきた北野監督が、「10年以上温めてきた本当に撮りたかったもの」と言う本作では、監督をはじめ出演者のほとんどが二役以上を演じ、虚構と現実が錯綜する斬新な映像を作り上げています。初回生産分はピクチャーレーベル仕様で、ポストカードが封入されています。



©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

キン肉マン マッスルグランプリ

3月より順次稼動 (株)バンプレスト

1979年に「週刊少年ジャンプ」に連載されて以来、今なお多くのファンから支持されている「キン肉マン」が、業務用ゲームで登場します。主人公のキン肉マンをはじめ、「テリーマン」などお馴染みの超人たちを操作して闘う格闘対戦ゲームです。試合中に溜まる「テンションゲージ」を消費して、「キン肉バスター」などの必殺技を繰り出すことができます。



©ゆでたまご/集英社・東映アニメーション
©ゆでたまご/集英社・東映アニメーション・テレビ東京
©BANPRESTO 2005

機動戦士ガンダム 3Dめぐりあい宇宙編

配信中/月額315円 バンダイネットワークス(株)

劇場版「機動戦士ガンダム〜めぐりあい宇宙編〜」を題材にした携帯電話向け3Dシューティングゲームです。NTTドコモの最新携帯端末P902i専用の機能で、外部メモリのSDカードにゲームデータなどが保存できる“SDバインディング”機能を使うことで、これまで以上に大容量のデータアプリが扱えるようになり、重厚で綺麗な3Dグラフィックのガンダムが従来以上にダイナミックに動きます。また携帯電話向けゲームでは初めとなる主人公“アムロ・レイの声”も収録されています。



©創通エージェンシー・サンライズ
©BANDAI NETWORKS

たまごっちが玩具本体以外でも大ヒット 息の長いキャラクターとして定着を図る

バンダイの「たまごっちプラス」シリーズが、小学校中低学年の女兒を中心に大人気となっています。関連商品も多方面にわたって展開がスタートし、人気が拡大しています。

今回は「たまごっちプラス」シリーズの戦略全般を統括しているバンダイのチーフたまごっちオフィサー（CTO）の本郷武一取締役役に、現在の状況と今後の計画、そしてバンダイの開発・生産政策について聞きました。



「超じんせーエンジョイ! たまごっちプラス」 ©BANDAI・WIZ 2004

——「たまごっちプラス」シリーズが人気を集めている要因は何ですか？

本郷 まず、「たまごっち」の育成遊びそのものが、時代を超えて子供たちを惹きつけていると言えます。さらに今回のシリーズでは、赤外線通信機能や携帯電話・パソコンを使用したコミュニケーション要素を加えており、これが7～9才の女兒を中心に人気を集めている要因でしょう。この現象は海外でも同じで、欧米を中心に大変好調に推移しており、国内外の累計販売数は昨年の12月末時点で1,700万個を突破しています。

——ゲームコンテンツも好調ですね？

本郷 おかげさまでニンテンドーDS専用ソフト「たまごっちのプチ

プチおみせっち」の出荷数が、たまごっちの購買層を中心に100万本を超え、任天堂のタイトル以外では国内初のミリオンセラーとなりました。このソフトは「たまごっちプラス」シリーズのキャラクターが、花屋やケーキ屋といった「おみせ」を大きくしていくゲームで、玩具本体が持っている育成要素はありませんが、逆にそうした遊びの差別化が功を奏したようです。

——第3弾「超じんせーエンジョイ! たまごっちプラス」の特徴は？

本郷 この「エンたま」では、たまごっちが進学や就職といった進路を選択できる“人生”の要素をつけ加えました。また、パソコンから専用

ウェブサイトの「たまごっちタウン」にアクセスすることで、アイテムの購入やさまざまなゲームを楽しむこともできます。「エンたま」は年末年始商戦でも大変好調に推移しています。

——「データカードダス」との連動も決定していますね？

本郷 はい。デジタルデータとカードを融合した次世代型マシン「データカードダス」で、今年4月以降に「たまごっちカップ」の本格導入を予定しています。これは1回100円でゲームを楽しみ、終了するとカードが1枚もらえるというカードマシンで、玩具本体をマシンと通信させれば、マシンの画面上に自分の育て

Portrait

PS2専用ソフト「テイルズ オブ ジアビス」のプロデューサー

(株)ナムコ CT戦略開発室 吉積 信

ナムコの人気RPGゲーム「テイルズ オブ」シリーズの10周年記念タイトルとして、昨年12月に「テイルズ オブ ジアビス」（以下アビス）を発売しましたが、発売1か月半で55万本を販売するヒットタイトルとなっています。今回は「テイルズ オブ」シリーズのナムコの吉積 信プロデューサーに話を聞きました。

Q プロデューサーの役割は？

A タイトルの企画・開発・生産・販売までのすべての決定権を持ち、責任を負います。アビスで言えば、開発期間の2年余にわたり、最も人数の多い時で70名以上のスタッフを統括し、よりクオリティの高い作品へとまとめていく役割を担ってきました。

Q 開発畑出身ではないそうですね？

A ナムコのプロデューサーでは比較的珍しいタイプですが、入社してから営業を6年、宣伝を7年担当しました。私はタイトルを

制作するときに、独り善がりにならず、常にお客様を意識することをモットーにしていますが、これは売る仕事、伝える仕事をしてきた経験があったからこそだと感じています。

Q 10周年で特別に何か意識したことは？

A シリーズ作品はアビスに限らず、前作に何かをプラスし、より面白いもの、感動できるものにしようと常に意識しています。とくに今回は、集大成として、今できる最大限のことをやろうという意気込みで臨みましたので、開発は今まで以上に時間との戦いでした。キャラクターの設定、ストーリー、音楽などのすべてに対して、ゲームというよりも、TVドラマで言えば2クールぐらいを制作するつもりで取り組みました。キャラクターについては、彼らの今に至る過程などの背景についても緻密に設定しています。またテーマソングの「カルマ」は、



1988年入社。「最近、うちの子供が私が手がけたゲームをやるようになりました。バトルなど勝負のときは、プロデューサーとしての威信をかけ、つい本気になってしまいます」（本人談）

©藤島 康介
©2005 NAMCO LTD.

アビスの物語性に合うだろうということで、人気バンドの「BUMP OF CHICKEN」にお願いしました。おかげさまでアビスが受け入れられたのは、世界観やストーリーのドラマチックさ、キャラクターの個性の豊かさなど、単なるゲームではない奥深さが支持されたものだと思います。

Q これからチャレンジしてみたいことは？

A 今後バンダイとゲーム事業が統合することで、可能性はもっと広がると思います。個人的には「テイルズ オブ」シリーズ以外にも、女性や女兒をターゲットにしたゲームなどを開発してみたいですね。

たキャラクターを登場させることができます。またカードを使うことでゲームの要素が変化するなど、玩具本体とデータカードダスを連動させた新しい遊びも提供します。マシンは、ショッピングセンターや大手スーパーなどを中心に設置する予定です。このように別のハードを使うことで、玩具本体とは異なる世界観を楽しむことができ、商品の拡がり方としても非常に効果的だと自負しています。



データカードダス「たまごっちカップ」
(実際の商品とは一部仕様が異なる可能性があります)

今後も期待を裏切らない商品を開発し続ける

——ナムコとの連携は？

本郷 昨年、ナムコのアミューズメント施設約200か所にたまごっちコーナーを設置したところ、高い集客効果がありました。目下、たまごっちのキャラクターを使った業務用機器をナムコと共同で開発しています。そのほか今後のプランとして、たまごっちの世界観で彩られたテーマランドを現在企画しています。

——他社とのコラボレーションは？

本郷 雑貨の商品化でサンリオさんと提携しており、文具などをサンリオショップで限定販売しています。このようにサンリオさんが国内他社のキ

ャクターを商品化するのは初めてですが、非常に好調です。そのほかにもさまざまなコラボレーション企画が進行しており、細心の注意を払いながら一つひとつ実現・成功させていきたいと思っています。

——たまごっちの今後の展開は？

本郷 これまでは玩具本体が売上に牽引してきましたが、今後はキャラクターがその役割を担わなければならないと考えています。現在、たとえば映像化なども含めて、息の長い定番キャラクターとして定着させる戦略を検討しています。また技術的な面に関しても、今回の「エンたま」が集大成となっていますが、今後、さらなるバージョンアップを検討していきます。

——バンダイで開発・生産政策を担当していますが、このミッションを教えてください。

本郷 開発者からの企画原案やアイディアを高品質、高利益、迅速に商品化させるためのシステムを作ることです。そのためには目的に沿って、たとえば社内外に分散している生産技術を集約したり、企画開発のグループ会社を強化するといった組織再編を行い、企画の責任と方向性を明確にすることが必要となります。また、バンダイのキャラクターマーチャンダイジングは、ボーイズ玩具事業部が30年以上にわたって戦隊シリーズで培ったノウハウが機軸となっていますが、今後はその技術や知識を全事業部が共有し、高付加価値商品を均一に開発する体制を整える



1955年1月11日生まれ
78年3月 武蔵野美術大学造形学部卒業
78年3月 (株)バンダイ入社
98年4月 トイ第一事業部部長
00年4月 キャラクター玩具事業部
デビュティゼネラルマネージャー
02年4月 執行役員 キャラクター玩具事業部
ゼネラルマネージャー
03年6月 取締役 グループ生産政策担当 兼
キャラクター玩具事業部
ゼネラルマネージャー 兼 CS部管掌
04年4月 取締役 グループ開発生産政策担当 兼
チーフたまごっちオフィサー
05年6月 取締役 グループ開発生産政策担当
グループメディア政策担当 兼
チーフたまごっちオフィサー (CTO) 兼
バンダイミュージアムチーフオフィサー 兼
メディア部 インキュベーションセンター
(技術開発室) 管掌 兼
グループ生産プロジェクトリーダー

ことが課題です。

こうした開發生産システムが構築できれば、若い開発者が企画した商品でも、ある一定の技術レベルを背景に、高い水準で実現できるようになるでしょう。今後も期待を裏切らない商品を開発し続けますので、ご期待ください。

編集後記

バンダイナムコグループのニューズレター「BANDAI NAMCO NEWS」第3号をお届けします。今回は巻頭5ページにわたり、バンダイナムコグループとして初めての中期経営計画についてご説明させていただきました。

中期経営計画に関してはグループ内でも、国内外グループの幹部社員に対して、須武男社長をはじめ、各戦略ビジネスユニットの主幹会社社長より、現状の課題や中期戦略について説明を行いました。変化の激しいエンターテインメント業界だけに、良い意味での危機感を常に持ち、中期経営計画で最

大のテーマである「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」に取り組んでいく所存です。

今後も本紙では、中期経営計画の進捗状況や、グループ各社の最新の動きなどをお届けしていきたいと考えております。これからもよりしくお願いいたします。(経営管理部 広報IR担当)

ゴウゴウ 轟轟戦隊ボウケンジャー「轟轟合体DXダイボウケン」

発売中/5,775円 (株)バンダイ

スーパー戦隊シリーズの30作目となる記念作品「轟轟^{ゴウゴウ}戦隊ボウケンジャー」が、2月19日からテレビ朝日系(日曜朝7:30~)でスタートしました。

スーパー戦隊シリーズは、単体ヒーロー全盛期の1975年に、5色のヒーローチーム「秘密戦隊ゴレンジャー」として始まりました。その後、3作目で巨大ロボットを、10作目で「2号ロボ」を登場させるなど、常に新しい試みが続けています。さらに6人目のヒーローが登場する16作目「恐竜戦隊ジュウレンジャー」は、アメリカでリメイクされて「パワーレンジャー」として放送。これが爆発的な大ヒットとなり、以来、「パワーレ

ンジャー」は世界の子供たちの人気定番キャラクターとなっています。

今回の最新作「轟轟戦隊ボウケンジャー」は、世界各地に散らばる危険な力を持つ秘宝(プレシャス)を見つけだし、守り抜くために結成された秘密冒険チームが活躍します。番組内で活躍するロボットを商品化した「轟轟合体DXダイボウケン」は、5人のボウケンジャーが操るさまざまなギミックを装備した5台の「ゴーゴービークル」が合体。トレーラーフォーメーションでは「ゴーゴートレーラー」に、ボウケンフォーメーションでは合体ロボ「ダイボウケン」が完成します。また、今後発売される轟轟合体シリー



©2006 テレビ朝日・東映AG・東映

ズと武装合体することで、一層パワーアップさせることができます。

Xbox 360専用ソフト「LoveFOOTBALL 青き戦士たちの軌跡」

今春発売予定/価格未定 (株)ナムコ

世界中の人びとがサッカーに注目する2006年、ナムコは「サッカーを愛するすべての人へ」というメッセージのもと、新たなアクションサッカーゲーム「LoveFOOTBALL 青き戦士たちの軌跡」をXbox 360向けに発売します。今作品ではカメラ位置を選手後方に配し、ピッチに立つ選手と同じ臨場感や迫力が体感できるように独自のシステム「選手視点」を採用。ピッチ上から全体を見渡すアングルでのゲームプレイを実現させました。また、ボールの流れに沿ってスムーズに選手の切り替えができ、仲間の操作をコンピューター制御にまかせて1人の選手になりきって遊ぶことも可能

です。さらにアクションタイプのサッカーゲームとしては初めて、実在のサッカー日本代表選手を題材にしたストーリー形式で試合が展開する「日本代表ストーリー」モードを導入。サッカー日本代表選手の1人として世界のトップを目指すことができます。

イメージキャラクターには国内トップクラスの実績と人気を誇る宮本恒靖選手を起用。ゲーム内の「日本代表ストーリー」モードに登場するほか、製品/パッケージやCMでも活躍します。ナムコでは「LoveFOOTBALL



© 2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.
“Pelias”, “adidas”, the adidas logo, the trigon logo and the 3-Stripes mark are registered trademarks which are owned by the adidas-Salomon Group, used with permission.
©1996 JFA ©2002 JFA.MAX

青き戦士たちの軌跡」を通してサッカーの魅力と楽しさを伝え、国内販売で20万本のセールスを目指します。

劇場版「機動戦士ZガンダムⅢ 星の鼓動は愛」

公開中 バンダイビジュアル(株)

バンダイナムコグループのサンライズが企画・製作し、バンダイビジュアルが製作協力している「機動戦士Zガンダム」劇場版3部作の完結編「機動戦士ZガンダムⅢ 星の鼓動は愛」が3月4日に公開されました。

この作品は1985年に放送された人気TVシリーズ「機動戦士Zガンダム」の映像に新作シーンを追加し、3本の劇場公開作品に再構成したものです。完結編となる今



©創通エージェンシー・サンライズ

回の作品ではTVシリーズと異なるラストシーンが用意されていることから、公開

前からファンの関心を集め、シリーズ最高の盛り上がりを見せています。

なお、劇場版3部作の第1部「機動戦士Zガンダム 星を継ぐ者」は、昨年5月に全国83館で公開され、興行成績ランキングに5週連続でチャートインしました。また、昨年10月に公開された第2部「機動戦士ZガンダムⅡ 恋人たち」は、公

開劇場が104館に拡大し、興行収入も好調でした。

この劇場版「Zガンダム」では、劇場公開とDVDの発売を連動させたプロモーションを展開しており、続編の公開直前に前作のDVDを発売。そのDVDパッケージを上映劇場へ持参すると、鑑賞料金が割引になるというサービスを実施しています。こうしたユニークな試みもあって、第2部の公開前日に発売した「星を継ぐ者」のDVDは、累計販売数が23万枚を突破。また、完結編の公開が迫る2月24日に発売した「恋人たち」のDVDも、すでに23万枚を出荷し、前作を上回る大ヒットになっています。