

Management

トップインタビュー

次期 中期計画の策定に向けて

「IP軸戦略」の浸透により 連結売上高が初めて5,000億円を突破

バンダイナムコグループの2013年度(2014年3月期)の連結業績は、国内の玩具ホビー事業やコンテンツ事業が好調に推移し、売上高が初めて5,000億円を突破しました。今回は2013年度の各SBUの状況と、次期中期計画に向けた方向性などについて、(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。



(株)バンダイナムコホールディングス代表取締役社長 石川祝男

— 2013年度の業績について総括してください。

石川 2013年度は、好調な玩具ホビー事業の国内とコンテンツ事業が、玩具ホビー事業の欧米とアミューズメント施設事業の苦戦をカバーする結果となりました。玩具ホビーの国内は、「獣電戦隊キョウリュウジャー」や「仮面ライダー鎧武/ガイム」などの定番IP商品や、垂直立ち上げすることができた新規IP「アイカツ!」の人気などにより好調でした。玩具ホビーの海外については、アジア展開は好調ですが、欧米で「Power Rangers」以外のIP*が苦戦しました。コンテンツは、家庭用、業務用、映像音楽コンテンツなど各事業の好調に、ネットワークコンテンツが新たな柱として加わり、全体のボリュームが拡大しました。アミューズメント施設については、テーマパークをオープンするなど新たなチャレンジを行いました。国内既存店が苦戦しました。

この結果、2013年度業績は、売上高5,076億79百万円、営業利益446億72百万円となりました。売上高については、2005年の経営統合以降、初めて5,000億円を突破し、過去最高売上高となりました。配当につきましては株主還元に関する基本方針に基

づき、連結業績を勘案して年間の安定配当24円に業績連動配当11円を加え、1株あたりの年間配当金35円を予定しています(詳細は4ページ参照)。

— 過去最高売上の上原動力は何でしょうか？

石川 やはり、「IP軸戦略」がグループ全体に浸透し、戦略を自分たちのものとして使いこなすことができてきたからだと思います。売上高が5,000億円を超えることができたことは、社員にとっても自信になりました。この結果を一時的なものとするのではなく、安定的に維持できるグループを目指していきたいと思っています。

— 2014年度の業績見通しは？

石川 現時点の商品ラインナップや販売計画に加え、ユーザー嗜好や技術など我々を取り巻く環境変化の速さ、そして不透明な経済環境を踏まえ、売上高5,000億円、営業利益450億円とほぼ前年並みを計画しています。私自身の想いとしては、もっと上を目指したいという気持ちはもちろんあります。しかし、2015年4月からの次期中期計画に向けて、まずは足元で苦戦している事業や地域を立て直し、各事業がステップアップするための基盤をしっかりとつくるこ

とを優先したいと思っています。

— 2013年度は将来のための投資を行いました。

石川 2013年度は、通常年度の開発投資や広告宣伝に加え、将来の成長に向けた先行投資を行う年と位置づけていました。年初から予定していた海外の開発スタジオ設立などに加え、年度の途中に急きょ、アプリ開発と投入に関する追加投資を行い、結果として通常年度より約50億円多く投資を行いました。今後、できるだけ早いタイミングで投資の成果を結果につなげていきたいと思っています。その一方、環境変化への迅速な対応や次期中期計画に向けた仕込や準備も必要です。2013年度にアプリ関連で行った追加投資は、ネットワークコンテンツビジネス全体の成長につながりました。これは、スピーディな投資判断が成果につながった実例です。今後も投資をするべきかどうか、規模は適正かについてはグループとして厳しく精査したうえで、必要なタイミングで積極的に投資を行います。

(次ページに続く)

*IP: Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産

国内外で IPラインナップ強化に取り組む

—「機動戦士ガンダム35周年プロジェクト」がスタートしました。

石川 次の40周年、50周年に向けて、グループ全体で盛り上げようと、新たな映像作品の上映や記念展覧会の開催など、複数のプロジェクトを展開します（詳細は5ページの『Holdings News』、10～11ページの『Business Angle』を参照）。皆さんに夢を感じていただけるガンダムならではのプロジェクトにしたいと思いますので、ご期待ください。

—トイホビー事業の状況は？

石川 おかげさまで国内のトイホビーは好調です。「スーパー戦隊」「仮面ライダー」「プリキュア」などの定番IPは、事業間の横連動ビジネスモデルなどで強化していきます。

女兒向けオリジナルIPの「アイカツ！」も好調で、2014年12月には「劇場版アイカツ！」のロードショーも決まっています。また、商品展開が始まったアジアでも、世界観をしっかりと守りながら、日本と同様に、玩具、カード、ショップなど、さまざまな展開を図っていきたくと思っています。

さらに、小学生男児向けに投入した「妖怪ウォッチ」の関連商品が人気となっており、市場での人気に応えるため、生産体制を増強しています。今後も妖怪メダルを中心にさまざまな商品を展開していきます。

このほかにも、「ディスク・ウォーズ：アベンジャーズ」や「マジンボン」などの新規IP商品を投入し、IPラインナップを充実させていきます。—海外での取り組みについて教えてください。

石川 アジアは全体的に順調ですので、現地メディアとの連携や、現地の嗜好に合わせたオリジナルIP展開など、地域ごとにきめ細かく対応してい

きます。課題であるトイホビーの欧米ですが、明るい材料としては、日本でヒットした「海賊戦隊ゴーカイジャー」をリメイクした「Power Rangers Super Megaforce」の放送が今年2月から始まり、順調な滑り出しを見せていることです。この「Power Rangers」を中心に、日本発のIPや現地の映画IPなどにより、IPラインナップを強化していきます。欧米の立て直しは、トイホビーの最優先課題として、次期中期計画に向けて基盤整備に取り組んでいきます。

—コンテンツ事業はどうですか？

石川 家庭用ゲームソフトは、国内向けとワールドワイド向け、そしてネットワークを融合したものなど、展開するタイトルを吟味しながら投入しています。2013年度はワールドワイド向けの「DARK SOULS II」や、国内向けの「GOD EATER 2」のヒットなどにより、好結果を残すことができました。今後もIP特性に合わせ、バランスよくタイトルを投入していきます。また、新たなプラットフォームについても、IP軸戦略の新たな出口として、タイトルを提供していきます。

業務用は、開発力を活かしたゲーム機や景品を投入することで、アミューズメント施設の盛り上げにも貢献していきたいと思っています。また、国内だけでなく、ショッピングモールなどが増加している海外新興国の見本市にも積極的に出展し、販売機会の拡大を図っています。

ネットワークコンテンツは、出口の変

化にさらにスピーディに対応していきます。オンラインゲームやSNSは、人気タイトルの安定的な運営を行います。市場が拡大しているアプリについては、この春サービスインした「ジョジョの奇妙な冒険 スターダストシューターズ」が好スタートを切っており、「ONE PIECE トレジャークルーズ」など、戦略タイトルを投入していきます。また、海外については、複数タイトルの投入を準備していますので、中長期的な視点で展開し、育成していきたいと思っています。

—映像音楽コンテンツは？

石川 映像音楽コンテンツについては、ガンダムを軸に「ラブライブ！」「ガールズ&パンツァー」など、新規IPタイトルを投入し、販売を伸ばしています。また、リアルとバーチャルを融合したライブビジネスは、年間370公演以上を行い、IP軸戦略の新たな出口として手応えを感じています。

—アミューズメント施設事業はどうですか？

石川 アミューズメント施設事業を統括する㈱ナムコの社長に、このほど萩原 仁が就任しました。萩原社長と私は、旧ナムコ時代の同期で、ナムコやバンダイナムコゲームスで共に苦しい時代を乗り越えてきた経験があり、逆境を乗り越える強さを持っています。



アジア展開がスタートしたグループオリジナルIP「アイカツ！」



アプリ市場に向けて戦略タイトルを投入。写真は「ONE PIECE トレジャークルーズ」

次期中期計画は現在の経営戦略を継承しつつ 次のステージに向けてトライしていく

また、業務用ビジネスでの経験を生かし、いい意味で客観的な視点で改革に取り組んで欲しいと思っています。今、萩原社長は、「アミューズメント施設で最も大切なのは現場である」と、全国の店舗を訪ね、従業員一人ひとりと直接会話をしています。いくら最新のマシンを入れても、現場で働く社員の頑張りがなければ意味をなさないのです。萩原社長は、原点に返り、何度も来なくなる店づくりを進めています。市場環境は厳しいですが、きっと立ち直らせてくれるものと期待しています。

——来期から次期中期計画です。

石川 現在の中期計画は、社員の意見を広く吸い上げ、いわばボトムアップで策定されたものです。その結果、一部海外やアミューズメント事業などで課題が残っていますが、中期計画1年目に過去最高益を、2年目

に過去最高売上を達成するなど、全体的に無理なく計画を推進することができています。また、すっかり定着した「IP軸戦略」も、大きな成果を挙げています。

今後、10年、20年とバンダイナムコグループが存続・成長するためには、グローバル競争に勝ち抜く基盤が必要です。そのために、過去最高売上・最高益レベルである売上高5,000億円、営業利益500億円を安定的にあげることができるグループとなり、その上で次のステージを目指したいと思います。

そのエンジンとなるのは、やはり「IP軸戦略」ですが、次のステージに進むためには、海外展開の安定と拡大に加え、さらに新しい何かが必要だと思っています。次期中期計画の策定にあたり、それは何なのか、



それをやるには何をしなければならないかを、グループ内で徹底的に議論したいと思います。

事業の現場では、2014年度も現状に満足することなく、チャレンジし続けたいと思います。

Holdings News

社外役員の新規選任に関する基準を制定

(株)バンダイナムコホールディングスは、このほど「社外役員の新規選任に関する基準」を制定しました(基準の詳細はホームページに記載)。

なお、6月23日に開催予定の定時株主総会後に就任予定の新たな社外取締役および社外監査役の候補者は以下のとおりです。

社外取締役候補

まつだ けん
松田 謙



1948年6月25日生

1977年4月 協和発酵工業(株)(現:協和発酵キリン(株))入社
2002年6月 同社常務取締役 総合企画室長
2003年6月 同社代表取締役社長
2012年3月 同社相談役
2012年6月 公益財団法人 加藤記念バイオサイエンス振興財団理事長(現在)

社外監査役候補

かみじょう かつひこ
上條 克彦



1951年9月17日生

1978年4月 国税庁入庁
2008年7月 沖縄国税事務所長
2009年7月 名古屋国税不服審判所長
2011年7月 国税庁退職
2011年9月 帝京大学法学部教授(現在)
2013年6月 (株)長谷工コーポレーション社外監査役(現在)

CSR Topics 被災地支援

東日本大震災被災地で子供たち向けにイベントを開催

バンダイナムコホールディングスは、3月に福島県相馬市で東日本大震災被災地の子どもたち向けにイベントを行いました。この活動は2011年より公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンと連携し、被災3県の各地で行っているもので、今回は相馬市の相馬児童センターで、午前中は約30組の親子と「くまのがっこう」のジャッキーをモチーフにした工作教室を、午後は約60名の子供たちとプラモデル教室を実施しました。この結果、2013年度は、昨年8月と12月に宮城県石巻市で、10月に岩手県下閉伊郡山田町で行ったイベントを加え、合計250名以上の子どもたちを対象にイベントを実施しました。バンダイナムコホールディングスは今後も被災地の子どもたちに向けた活動を継続して実施していきます。



2014年3月期 連結業績

(株)バンダイナムコホールディングスは、5月8日に2013年度(2014年3月期)の連結業績を発表しました。事業面では、コンテンツ事業において、家庭用ゲームソフトや映像音楽コンテンツ、ネットワークコンテンツなどの展開が好調に推移しました。また、玩具ホビー事業が、国内の定番IP商材を中心に順調に推移しました。なお、アミューズメント施設事業において店舗閉鎖や使用見込みの低い機器の処分などに伴う特別損失を計上しました。

【玩具ホビー事業】

国内において、「獣電戦隊キョウリュウジャー」や「仮面ライダー鎧武/ガイム」、「ドキドキ!プリキュア」などの定番IPや、女兒向け新規IP「アイカツ!」などの商品が、各事業を横断する展開により好調に推移しました。また、2014年1月から販売を開始した男児向け新規IP「妖怪ウォッチ」の商品が人気となりました。このほか、乳幼児層や大人層に向けた商品展開を強化するなどのターゲット拡大に向けた取り組みを行い、国内の各ターゲット・市場

における「圧倒的No.1戦略」を着実に推進しました。

海外においては、欧米地域では「Power Rangers」シリーズの商品が堅調に推移しましたが、欧米全体では年初計画を下回りました。アジア地域においては、日本と連動した展開により、玩具やプラモデル、大人向けのコレクション性の高い玩具、カード商材などが人気となりました。

【コンテンツ事業】

家庭用ゲームソフトにおいて、海外向けの「DARK SOULS II」、国内向けの「GOD EATER 2」などのヒットに加え、「ディズニーマジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ」や前連結会計年度に発売した「太鼓の達人」シリーズなど複数タイトルのリピート販売が好調に推移しました。また、ネットワークコンテンツでは、「ワンピースグランドコレクション」や「機動戦士ガンダム」シリーズ、「アイドルマスター」シリーズなどのソーシャルゲームの主力タイトルが安定的に推移するとともに、「機動戦士ガンダム」シリーズなどのスマートフォン向けアプリやオンラインゲームが業績向上に貢献しました。

映像音楽コンテンツでは、「宇宙戦艦ヤマト2199」や「ラブライブ!」、「ガールズ&パンツァー」などの複数の新作タイトルや、アニメーション関連の音楽タイトルが好調に推移しました。また、商品・サービスとネットワーク機能やイベントとの連動など、コンテンツ事業内の横連動により、IP価値の最大化を図りました。

【アミューズメント施設事業】

国内において、既存のアミューズメント施設事業に続く柱の構築に向けた取り組みとして、屋内型テーマパークを新たに3ヵ所オープンし、また、IPの世界観を体感できる差異化した店舗展開などを推進しましたが、既存店売上高が前年同期比93.8%と前年実績を下回りました。

2014年度(2015年3月期)の連結業績予想は下表のとおりとなります。

なお、2013年度配当金につきましては、還元に関する基本方針に基づき連結業績を勘案して、年間の安定配当24円に業績連動配当11円を加え、1株につき年間35円とする予定です。

◆2014年3月期 連結業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
連結業績	507,679	44,672	47,456	25,054
前年同期増減率	4.2%	△8.2%	△5.0%	△22.6%

◆2015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
連結業績予想 (2014年5月公表)	500,000	45,000	45,000	28,000

※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。

◆2014年3月期 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
玩具ホビー	186,390	10,510
コンテンツ	278,408	37,248
アミューズメント施設	58,199	△897
その他	27,350	1,646
消去・全社	△42,670	△3,834
合計	507,679	44,672

「機動戦士ガンダム 35周年プロジェクト」 発表会を実施

1979年にTVシリーズの放映が始まった『機動戦士ガンダム』が、今年で35周年を迎え、新たに始動する「機動戦士ガンダム 35周年プロジェクト」の発表会が3月に開催されました。

「機動戦士ガンダム 35周年プロジェクト」のコンセプトは、「RISE! — 世界は動いている」。この言葉には、35周年を40周年に向けた躍動の年と位置づけ、将来を見据え、次のステージへ向けて挑戦を始めていくという意味が込められています。今回のプロジェクトでは、35周年記念作品として、『機動戦士ガンダム UC episode 7「虹の彼方に」』、富野由悠季監督による『ガンダム Gのレコンギスタ』、安彦良和氏の同名大ヒットコミックを映像化する『機動戦士ガンダム THE ORIGIN』を中心に展開します。映像作品に加え、中田ヤスタカ氏によるプロジェクトのテーマ曲「G35 (ジーサーティーファイブ)」、展覧会「機動戦士ガンダム展」などを通じ、ガンダムの世界観を楽しんでもらえる機会を設けます。



写真左からサンライズの宮河恭夫社長、バンダイの上野和典社長、「機動戦士ガンダム」総監督の富野由悠季氏、バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長、創通の青木建彦社長

また、バンダイナムコグループ各社からも、さまざまな商品・サービスを提供していく予定です。

(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長は、記者発表会で「35周年はガンダムにとってのゴールではなく、40年、50年、そして100年とファンの皆様に支持していただけるIPとなることを目指し、新たなスタートをきる年にしていきたいと考えています」とあいさつ。今後もグループ横断でグローバル展開していくというメッセージを発信しました。

©創通・サンライズ

Portrait

現場から

「妖怪ウォッチ」の玩具開発担当者

(株)バンダイ ポーイズトイ事業部 企画第一チーム 松井弘樹

「妖怪ウォッチ」は2013年7月に(株)レベルファイブからゲームソフトが発売され、テレビアニメやコミック連載も始まり、関連商品は小学生を中心に好調に推移。今回は玩具の開発担当者である(株)バンダイの松井弘樹に話を聞きました。

Q 商品開発はいつごろから？

A 具体的な商品開発がスタートしたのは2012年の年末です。商品化するにあたり、まず過去の小学生男児向けのヒット作品や商品についていろいろと調べてみました。すると、比較的低価格で集めやすいもの、お小遣いを持ってお店に行くという子どもたちのライフスタイルにマッチしたもの、そういうものがヒットするという、いくつかのキーワードが見えてきました。そこで、メダルはあくまでも低価格で、ただし、縁日のおみくじやガシャポン（カプセル自販機商品）のようなドキドキ感が楽しめるもの、さらにコレクションしたくなるものにしようということになりました。現在、メダルと

しては、玩具、ガシャポン、玩具菓子として販売しているほか、雑誌コロコロコミックの付録などでも展開しています。メダルに加え、メダルを入れて妖怪の召喚遊びをする時計型の「DX妖怪ウォッチ」や、メダルを収納する「妖怪大辞典」、「データカードダス 妖怪ウォッチともだちウキウキペディア」なども人気です。

Q 開発で苦労した点は？

A メダルの価格設定と面白さのバランスの追求にはこだわりました。低価格にすることでコストがかけられず、メダル自体の面白さが出ないのではないかと不安がどうしてもぬぐいきれませんでした。そこで、集めるだけではなく、どうやったらメダルで二度も三度も楽しめるかということを考えました。そしてたどり着いたアイデアが、メダルの裏面にQRコードを付け、それをニンテンドー3DSやスマートフォン、携帯電話で読み込むことで、ゲームが楽しめたり、ポイントを貯めてキャンペーンに応募できるなど、いろいろな遊びができるというもの



2007年度入社 ポーイズトイ事業部配属
2013年度より「妖怪ウォッチ」開発担当

です。また、カプセル自販機を展開する部門が開発した「くじガシャポン! 妖怪おみくじ神社」でゲームを楽しむこともできたりと、まさに1枚で何度でも楽しめる商品となりました。苦労はありましたが、知恵を絞り工夫をしたことで、新しい遊びの形が提案できたと思います。

Q 今後の展開を聞かせてください。

A 「妖怪ウォッチ」は、まずゲームソフトが発売され、その後コミック連載とテレビアニメがスタートし、それに合わせた形でバンダイの玩具やデータカードダスも発売を開始しました。時を追うごとに人気浸透してきましたので、今後はこの人気を息長く続けていけるように、商品展開をしていきたいですね。

「太陽の塔」を超合金で商品化

(株)バンダイ(上野和典社長)は、「超合金」生誕40周年を記念し、芸術作品との初めてのコラボ商品「超合金 太陽の塔のロボ」(18,360円)を9月27日に発売します。1970年に日本万国博覧会のシンボルとして建造された岡本太郎氏の「太陽の塔」が、「ロボットとして動いたらどうなるか」という発想のもと、「太陽の塔」の魅力を独自の解釈で商品に落とし込みました。金属の重厚感、光沢、存在感に加え、変形ギミックなどのアクション要素も取り入れた「超合金」ならではの要素が満載です。5月に開催した大人向けコレクターズアイテムのイベント「魂の夏コレ2014」で試作品の展示を行い、多くの来場者の注目を集めました。



©TARO OKAMOTO / ©BANDAI

「HGUC NZ-999 ネオ・ジオング」発売

「機動戦士ガンダム」の35周年記念作品『機動戦士ガンダム UC episode 7』に登場する超大型モビルアーマー「NZ-999 ネオ・ジオング」を、ガンプラのハイグレードユニバーサルセンチュリー(HGUC)として1/144スケールで発売します(6月予定、27,000円)。キット化にあたり、強度・剛性を確保するため従来のプラモデルにはなかった構造を用い、最終決戦を飾るにふさわしい全高約860mmという過去最大級のガンプラを実現しました。



©創通・サンライズ

◆ガンプラビルダーズワールドカップ開催

2014年もガンプラ作品のコンテスト大会「ガンプラビルダーズワールドカップ(GBWC)2014」がスタートしています。今年は海外エリアの地区予選が追加され、世界約20都市で開催。日本大会の決勝戦は今年の秋に行われ、冬に日本で開催される世界大会決勝戦では、各国大会を勝ち抜いた13の国と地域から力作が集結します。

新ヒーロー「ウルトラマンビクトリー」登場

39番目の新ウルトラヒーロー「ウルトラマンビクトリー」が登場する新テレビシリーズ『ウルトラマンギンガS』が、7月15日より『新ウルトラマン列伝』(毎週火曜日18:00~、テレビ東京系)内でスタートします。『ウルトラマンギンガ』の続編となる今シリーズは、「ギンガ」の2年後の地球を描いた全16話の完全新作で、主人公・礼堂ヒカルの前に突如現れた謎のウルトラマンビクトリーの登場で、小さな人形たち「スパークドールズ」の謎はさらに深まります。



©円谷プロ

バンダイでは放送に合わせ、変身アイテムなどの玩具をはじめ、玩具菓子、カプセル玩具、カード、生活雑貨、アパレル商品などさまざまな商品を展開し、『ウルトラマンギンガS』を盛り上げていきます。

破幻のジスタチョコ

発売中 / 324円

(株)バンダイ

小学生男児向けオリジナルキャラクターの玩具菓子「破幻のジスタチョコ」。キャラクターの世界観から設定を構築し、「集めて楽しい」「組み替えて楽しい」「食べて美味しい」をコンセプトに、パーツを組み替えての遊びや、武器同士を合体させてオリジナル武器を作るなど、自分だけのオリジナル「ジスタ」でストーリーを作って楽しむことができます。第1弾は全10種(ノーマルカラー7種+レアカラー3種)を発売。今後、シリーズ化を予定しています。



©BANDAI

それいけ! アンパンマン くっつくんです 63

6月上旬発売予定 / 1回100円

(株)バンダイ

今年で発売20周年を迎えたカプセル自販機専用商品(ガシャポン)の「それいけ! アンパンマン くっつくんですシリーズ」が、最新弾「それいけ! アンパンマン くっつくんです63」の発売に伴い、累計販売数1億個を突破します。最新弾は、歯磨き、お片付け、お着替えなどをテーマに取り入れ、子どもたちに楽しく生活習慣を身につけてもらうことを目指しています。バンダイでは今後も親子に愛されるロングセラー商品としてシリーズを育てていきます。



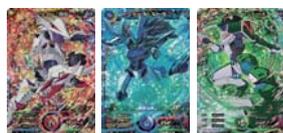
©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

データカードダス マジンボーン1弾

発売中 / 1プレイ100円 (1人用)

(株)バンダイ

「マジンボーン」は、データカードダス、テレビアニメ、漫画連載、ゲームソフト、玩具など、多方面にわたる小学生男児の全方位型クロスメディア作品です。「データカードダス マジンボーン」は、盤面(フラットパネル)にカードを最大5枚並べてラインを作り、魔神を降臨させてバトルします。バンダイナムコゲームスなどのグループ会社からも得意分野を生かしたさまざまなカテゴリーの商品を発売し、「マジンボーン」を盛り上げていきます。



©BANDAI・東映アニメーション・テレビ東京 ©BANDAI

「J-WORLD TOKYO」がパワーアップオープン

(株)ナムコ(萩原 仁社長)が運営する「J-WORLD TOKYO」(東京・池袋)は、新たに参加するキャラクターを加え、装いも新たに3月14日、パワーアップオープンしました。「黒子のバスケ」「銀魂」「新テニスの王子様」の3エリアが新たに登場したほか、人気作品のカーニバルゲームがそろった「J-CARNIVAL(ジェイ・カーニバル)」、多目的エリア「J-ARENA(ジェイ・アリーナ)」などがあり、作品それぞれの世界観が楽しめます。また、園内各所に音や動きが楽しい遊びの仕掛けが多数増設されました。「ドラゴンボール」「NARUTO-ナルト-」「ONE PIECE」の既存の5つのアトラクションもそれぞれに演出がパワーアップされ、さらに楽しい体験を提供します。



©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション
©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション

「東映ヒーローワールド」に新アトラクション登場

ナムコが運営する体験型エンターテインメントミュージアム「東映ヒーローワールド」に、このほどトッキュウレッシャーをモチーフにした新アトラクション「出発進行! レッドレッシャー」が登場しました。また、館内の「ヒーロー博物館」では、新企画「スーパー戦隊 巨大ロボ展」を開催。第二弾となる今回のテーマはスーパー戦隊シリーズに登場する巨大ロボ。各作品中で激しい戦いをくりひろげた歴代スーパー戦隊ロボを間近で見ることができます。



©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映AG・東映ビデオ・東映

「アイドルマスターオフィシャルショップ」東京・千葉・大阪・福岡に同時オープン

ナムコは、キャラポップストア「アイドルマスターオフィシャルショップ」を、namco中野店(東京)、イオンモール幕張新都心店(千葉)、namco大阪日本橋店(大阪)、namco博多バスターミナル店(福岡)に6月29日までの期間限定でオープンしています。「アイドルマスター」関連商品を取り揃えるほか、ここでしか入手できない限定グッズなどを販売。さらに、オフィシャルショップ限定景品がもれなく当たる「プロデューサーくじM@STER」や、ミニアトラクション「シンデレラ☆タイム」も登場します。このほかにもレアグッズや出演声優のステージ衣装などを展示し、「アイドルマスター」の世界観を存分に満喫できる空間となっています。



©窪岡俊之 ©BANDAI NAMCO Games Inc.
©BNGI / PROJECT iM@S
©BNGI / ぶろじえくとあいます・ぶち

ナムコのイベント情報

ナムコでポケモンゲットだぜ!! キャンペーン

「ナムコでポケモンゲットだぜ!! キャンペーン」を2015年1月20日まで全国のナムコ直営アミューズメント施設約200店舗で実施しています。期間中に無料配布している「ナムコ ポケモンクラブメンバーズパス」を持って来店すると、「ポケモンシール(全9種)」を1日1枚プレゼント。シールを集めてポケモンを最終進化形にさせると、育てたポケモンの「ぷくぷくキーホルダー」(全4種)がもらえます。



©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©2014 ビカチュウプロジェクト

「鬼灯の冷徹 in ナンジャタウン」開催

TVアニメ「鬼灯の冷徹」のタイアップイベント「鬼灯の冷徹 in ナンジャタウン」を6月29日までナンジャタウンで開催しています。「鬼灯の冷徹」のキャラクターをモチーフにしたオリジナルデザート&フードのほか、オリジナルグッズやフォトスポットが登場。さらに、「地獄の沙汰オールスターズ」のセカンドシングル「開け! 地獄の釜の蓋」(6月1日発売/キングレコード)がタイアップイベントイメージソングに決定し、会場のBGMとしてイベントを盛り上げています。



©江口夏実・講談社/鬼灯の冷徹製作委員会

「namcoくずはモール店」「namcoザ・モールみずほ16店」オープン

ナムコは、「namcoくずはモール店」(大阪府枚方市)を3月に、「namcoザ・モールみずほ16店」(東京都西多摩郡)を4月にオープンしました。子どもが好きな乗り物や人気のメダルゲーム、みんなで盛り上がるアーケードゲーム、多種多様な景品を揃えたクレーンゲームなどを取り揃え、ファミリーを中心に若いカップルからシニアまで幅広い年代層が楽しめる施設です。



写真上は「namcoくずはモール店」、下は「namcoザ・モールみずほ16店」

「アイドルマスター シンデレラガールズ」 登録者数400万人突破 TVアニメ化決定

(株)バンダイナムコゲームス(大下聡社長)が、2011年11月より(株)ディー・エヌ・エー(DeNA)のポータルサイト「Mobage」でサービスを提供しているソーシャルゲーム「アイドルマスター シンデレラガールズ」が、このほどゲーム登録者数400万人を突破しました。「アイドルマスター シンデレラガールズ」は、ゲームのみならず、CD、漫画、その他関連商品と、さまざまな広がりを見せており、2012年4月から発売している関連CDも、累計出荷枚数が100万枚を突破。さらに、テレビアニメ化も決定し、2015年1月より放送が開始される予定です。今後も「アイドルマスター シンデレラガールズ」にご期待ください。



©窪岡俊之 ©BNGI

「パックマン」の新作アニメが日本上陸 グループでゲーム、雑貨、DVDなどを展開

バンダイナムコゲームスのオリジナルIP「パックマン」の新作アニメ「パックワールド」(英語名:PAC-MAN and the Ghostly Adventures)が、4月からTOKYO MX、BS11、ディズニー XDで放送を開始しました。アニメ放送を機に、バンダイナムコゲームスでは6月にゲームの発売を予定。そのほかのグループ会社からも、バンダイがアパレルや雑貨、バンプレストがアミューズメント景品、バンダイビジュアルがDVD(6月よりTSUTAYAで先行レンタル開始、12月より一般レンタル開始)、バンダイチャンネルが映像配信と、さまざまな展開を予定しています。なお、アニメ主題歌は(株)ランティスがプロデュースし、ヒヤダインが手がける「PAC THIS WORLD!!!」です。

モバイル向けコンテンツ、海外へ続々展開

バンダイナムコゲームスは、モバイル向けコンテンツの海外展開を積極的に行っています。アジアでは、(株)ディー・エヌ・エーの協力により、2014年に中国国内でアニメ「ワンピース」のスマホ向けアプリを配信する予定です。また、欧米でも日本発ワールドワイドの展開を順次行っており、「ZOMBIE STAMPEDE」や、「SOULCALIBUR Unbreakable Soul」の配信を開始しました。そのほか、グリー(株)との協業により日本で配信中のスマホ向けゲームアプリ「パックマン モンスターズ」についても、App Store、Google Play向けに英語版がグリーより配信されています。



©BANDAI NAMCO Games Inc.

PS3用ソフト「CV ～キャストイングボイス～」

6月19日発売予定/6,640円 (株)バンダイナムコゲームス

声優を自由にキャストイングし、自分好みの作品を作ることができるゲームです。プレイヤーは40以上の声優キャラクターとコミュニケーションしながら、アニメやドラマのキャストイングや収録を行います。また、



©BANDAI NAMCO Games Inc.

USBマイク(別売)を使えば、好きな声優と夢のアフレコ共演したり、手軽に自分の声を録音・加工することもできます。バンダイナムコゲームスの人気RPG『テイルズオブ』シリーズなど100を超える台本を使って、自由に作品を作る楽しみが味わえます。

アミューズメント景品 MICRO 仮面ライダーシリーズvol.1

6月下旬投入予定 (株)バンプレスト

景品としては初となる立体デジタルプリント技術を使用し、フル彩色をほどこした約1.5cmの極小フィギュア「MICRO」が始動。台紙も銀の下地に印刷することにより高級感のある仕様になっており、台紙ごとコレクションしなくなるシリーズです(全8種、背台紙十プリスター約12cm)。



©2013石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©石森プロ・東映

PS3/PS Vita用ソフト 「第3次スーパーロボット大戦Z 時獄篇」

発売中/PS3:8,070円、PS Vita:7,120円

(株)バンダイナムコゲームス

歴代ロボット作品に登場するキャラクターが一堂に会して物語を展開するシミュレーションRPG「スーパーロボット大戦」シリーズの最新作として、PS3/PS Vita用ソフト「第3次スーパーロボット大戦Z 時獄篇」を発売しました。本作ではついに最終章を迎える「Zシリーズ」の第1部を描いており、シリーズ初参戦となる「機動戦士ガンダムUC」など、32ものロボット作品が登場します。PS3版とPS Vita版はクロスセーブに対応しており、どこでも気軽にゲームを楽しむことができます。



©GAINAX・中島かずき/アニメブックス・KDE-J・テレビ東京・電通
©GAINAX・中島かずき/劇場版ガンダムブレイク制作委員会
©寶塚三・四季雅子/ミスマイル ©龍巻三・四季雅子/時代高校生徒会
©寶塚三・四季雅子/Full Metal Panic! Film Partners ©カワ ©サンライズ
©SUNRISE/PROJECT GEASS Character Design ©2006-2008 CLAMP・ST
©XEBEC・フライングドッグ/劇通
©SHOJI KAWAMORI, SATELIGHT/Project AQUARION EVOL
©劇通・サンライズ ©BANDAVISUAL・FlyingDog・GAINAX
©光プロダクション・TMS ©藤原忍/タンク・ガンダム制作委員会
©1983 ビックウエスト・TMS ©1994、1997 ビックウエスト
©2009、2011 ビックウエスト/劇場版マクロス制作委員会
©1998 永井豪・石川賢/ダイナミック企画・「真ゲッターロボ」制作委員会
©2009 永井豪/ダイナミック企画・くろがね屋

「15th Anniversary Live ランティス祭り 2014」開催決定

日本のアニメソング界をリードするレーベルとして、数々のヒット作を生み出している(株)ランティス(井上俊次社長)が、設立15周年を記念して、7月から秋にかけて三重、大阪、東京、宮城などで大規模なファン感謝イベント「15th Anniversary Live ランティス祭り 2014 ~つなぐぜ! アニソンの“わ”!~」を開催します。イベントでは、影山ヒロノブなど実力派シンガーをメンバーとするボーカルユニット「JAM Project」をはじめ、TVアニメ『黒子のバスケ』のオープニング主題歌などを担当した人気ロックユニット「GRANRODEO」、実力派声優アーティスト「茅原実里」、TVアニメ『ガンダムビルドファイターズ』のエンディング主題歌を担当した次世代クリエイター「ヒャダイン」など、アニソン業界で大活躍のアーティストが大集結します。

なお、2015年には海外でも開催する予定です。



7月より『さばげぶっ!』『スペース☆ダンディ シーズン2』『ウルトラマンギンガS』放送開始

バンダイビジュアル(株)(川城和実社長)が出資するテレビ番組が、7月より続々と放送されます。まず、「なかよし」(講談社)で好評連載中の松本ひで吉原作『さばげぶっ!』がTVアニメで登場します。本作は、梧桐学園高校サバゲ部を舞台に、ギャグ満載で繰り広げられる何でもありの女子高ライフを描いています。また、今年1月~3月にテレビ放送され好評を博したSFスペースコメディ『スペース☆ダンディ』の第2期シリーズも、7月より放送を開始します。さらに、現在放送中の『新ウルトラマン列伝』内で、ウルトラマンの新シリーズ『ウルトラマンギンガS』が7月より放送スタート。本作はウルトラマンギンガに加え、39番目となる新ヒーロー『ウルトラマンビクトリー』が登場することでも話題を集めています。



©松本ひで吉・講談社/「さばげぶっ!」製作委員会

機動戦士ガンダムUC 7

6月6日発売予定/Blu-ray Disc<初回限定版>:9,800円、Blu-ray Disc:7,800円、DVD:6,800円 バンダイビジュアル(株)

Blu-ray & DVDの累計販売数が150万枚を突破するOVAガンダムシリーズ『機動戦士ガンダムUC』が、ついに最終章を迎え、5月17日より4週間限定で劇場上映されました。上映と同時に有料配信、Blu-rayの劇場先行販売も行い、過去最大規模で展開中です。なお、Blu-ray&DVDの一般発売は6月6日を予定しており、Blu-ray<初回限定版>には、映像特典として福井晴敏構成・脚本による宇宙世紀ダイジェストepisode EX「百年の孤独」【完全版】のほか、ガンダム35周年記念特別番組など、スペシャル映像を多数収録しています。



©創通・サンライズ

劇場版 TIGER & BUNNY -The Rising-

7月4日発売予定/Blu-ray Disc<初回限定版>:8,800円、Blu-ray Disc:4,800円、DVD<初回限定版>:7,800円、DVD:3,800円

バンダイビジュアル(株) 2011年に放送されて大ヒットしたTVシリーズ『TIGER & BUNNY』の劇場版第2弾『劇場版 TIGER & BUNNY -The Rising-』のBlu-ray&DVDが、7月4日に発売されます。本作は今年2月に全国公開されたもので、初週の週末興行成績で3位にランクインするなど、好評を博しました。Blu-ray&DVDの初回限定版には、キャラクターデザインを担当する桂正和氏の描き下ろし収納ボックスが付属するほか、270分を超える映像特典を収録。さらにスペシャルCDや生フィルム、60ページのブックレットなど、豪華特典が封入されています。



©SUNRISE/T&B MOVIE PARTNERS

ガールズ&パンツァー これが本当のアンツィオ戦です!

7月25日発売予定/Blu-ray Disc:7,000円、DVD:5,500円

バンダイビジュアル(株) 戦車ブームを巻き起こした大ヒットTVアニメ『ガールズ&パンツァー』の新作OVA『ガールズ&パンツァー これが本当のアンツィオ戦です!』が、7月25日に発売されます。本作では、TVシリーズでは描かれなかった「戦車道全国高校生大会第2回戦」の様子が描かれており、発売に先行して7月5日より全国14館でのイベント上映も開催されます。なお、Blu-rayには、特製ブックレットのほか、キャラクターが紹介する戦車講座映像や、本作が協力・参加した「大洗海楽フェスタ」のイベント映像等を収録。さらにキャストやスタッフによるコメントリー(解説)も音声特典として収録されています。



©GIRLS und PANZER Projekt

ガンダム35周年プロジェクトがスタート 40周年に向けた新たな取り組みを実施

2014年4月、アニメーション映像作品の企画・制作を手がけるサンライズの新社長に、宮河恭夫（前同社副社長）が就任しました。

今回は、サンライズの特徴と強み、ガンダム35周年プロジェクトの内容、オリジナル・スター IP事務所の進捗状況、そして新社長としての抱負を宮河社長に聞きました。

— サンライズの強みは何ですか？

宮河 当社はアニメーションの制作会社ですが、他社との大きな違いは作品の約7割が自分たちで企画制作したオリジナルだということです。これを可能にしている理由の1つは、『機動戦士ガンダム』という大きな成功体験があったからだと思います。自分たちの作品が35年も続き、人気を維持しているという自信が我々の原動力になっています。それがDNAとして受け継がれ、サンライズの一番の強みとなり、原作がある作品の映像制作にも生きています。

— ガンダムの成功が大きいと？

宮河 ガンダムは何がすごいかというと、35年前のガンダムと今やっているガンダムが違うということなのです。そんなタイトルは他にありません。タイトルも、主人公も、世界観もさまざまです。ガンダムというシリーズは続いています。一作一作が全部違うんですね。もちろん、基本的な法則はあって、ガンダムというモビルスーツが登場すること、舞台が戦争状態にあること、そして青春群像劇であるということを守りながら、ガンダムを自由に作ってきたのです。それが、ガンダムが長く続いてきた大きな要因だと思います。

— バンダイナムコグループならではの強みについて？

宮河 サンライズは映像の会社ですが、バンダイナムコグループ各社のおかげで玩具やゲームなどの周辺商品にマーチャンダイジングができます。これはものすごく大きな特徴でしょう

ね。ガンダムもそうですし、「TIGER & BUNNY」も「アイカツ！」も、「ラブライブ！」もそうです。商品・サービスがあることが作品の世界観を広げています。

— 「アイカツ！」が元気です。

宮河 当社は男性や男児向け作品というイメージが強かったのですが、最近は女児向けのIPも育ち、作品の幅が広がっています。「アイカツ！」が成功したのは、時代のニーズとマッチしたからではないかと思えますね。AKB48の影響もあり、アイドルになりたいという女児が増えています。お母さんも自分の子どもがアイドルに憧れることを理解しています。それが「アイカツ！」と合致したのでしょう。現在、「ラブライブ！」は男性向け、「アイカツ！」は女児向けという棲み分けをしており、絵柄も世界観も違っています。

— アジアでガンダムの無料配信を行っています。この目的は？

宮河 私はバンダイ時代にプラモデルの営業や女児玩具の開発などを

担当し、その後、インターネット端末「ピピンアットマーク」に携わりました。この事業は結果的には失敗に終わりましたが、このときの経験がネットワークへの理解を深め、今でもネットに対しては積極的です。作品を無料配信しているのは、とにかく映像を観て、触れてもらおうということです。それで面白いと思ってもらえれば、商品を買ってもらうなどグループのビジネスにつながります。これは映像以外にもさまざまな出口を持つバンダイナムコグループの会社だからこそ、それができるんです。グループがどんだん海外に出ていくためには、こうした手法も必要だと思いますね。

— 「ガンダム35周年プロジェクト」がスタートしました。

宮河 35周年は、次の40周年に向けた始まりだと思っており、懐古趣味みたいなことをやる気はありません。そういう想いもあって、コンセプトを「RISE! —世界は動いている」としました。

映像作品については、UC（ユニコーン）のシリーズ最終章『機動戦士ガンダム UC episode 7「虹の彼方に」』を5月にイベント上映したほか、富野由悠季監督の新作『ガンダム Gのレコンギスタ』、そしてシャアとセイラの少年少女時代を描いた『機動戦士ガンダム THE ORIGIN』と、第1作『機動戦士ガンダム』にリスペクトした作品を3本立て続けに展開します。



©創通・サンライズ

社員には世の中の変化に対応するのではなく 世の中を変えていく気概を持って欲しい

— そのほかにはどんな企画を展開する予定ですか？

宮河 記念展覧会「機動戦士ガンダム展」を2014年7月～8月に大阪で、来年は東京で開催します。このガンダム展では、当社が制作した新作映像を体験型シアターで上映するほか、原画や資料など約1,000点を展示する予定です。

また、30周年のときに実物大ガンダム立像を作り、大きな話題になりましたが、これに続くプロジェクトを40周年に向けてスタートします。詳細はまだお話しできないのですが、グローバルなプロジェクトになる予定ですので、ご期待ください。

— このほどスタートしたオリジナル・スター IP 事務所の手応えは？

宮河 この企画は私が事務局長をしています。バンダイナムコグループには、将来ダイヤモンドになるかもしれない原石を持っている人がたくさんいます。そこでグループ内で新たなIP企画を公募し、ビジネス展開の可能性がある企画についてはパイロット映像を作るなど、オリジナル作品の発掘・育成を目指した取り組みとなっています。

先日、第1回の公募を締め切ったところ、国内外から150件以上の応募がありました。すでに第2次審査が行われており、この中から新たなIPが生まれることを願っています。

— 5年後、10年後のサンライズに

ついてどのようなイメージを？

宮河 サンライズは今より大きくなっているかもしれませんが、私は売上が2倍になるのなら、会社が2つあった方がいいと思っています。制作会社は規模がものを言う世界ではないんですね。売上高を競う業種じゃないし、作品を何本作ったなどとシェアを争うビジネスでもありません。ですから、組織がいくつかの塊にわかれているというのが私の理想です。そこで若い人たちが責任を持って、自主独立で思う存分力を発揮するのが一番いいと思います。

これは社員にも言っているのですが、「今度の映画はどこそこの会社で作ったものだから観に行こう」という人は1人もいません。やはり監督やタイトルが重要で、どこの映像制作会社を作っているかなどということは誰も興味がないわけです。ですから、サンライズというブランドや看板が必要かということ、実はそれほど重要ではなくて、それよりもタイトル、中身が一番重要なんです。

— 新社長としての抱負を聞かせてください。

宮河 私は、サンライズの社員は変化に対応するのではなく、変える側に回ってほしいと思っています。自分たちが新しいことを1年に1つでもやれば、サンライズの社員の数だけ新しいチャレンジができます。世



みやわか やすお
■宮河 恭夫社長のプロフィール

<経歴>

1956年6月8日生
1981年4月 (株)バンダイ入社
1996年1月 (株)バンダイ・デジタル・エンタテインメント 取締役
2000年4月 (株)サンライズ 入社
2001年4月 ネットワーク開発部長
2004年4月 取締役
2008年4月 常務取締役
2011年4月 専務取締役
2013年4月 取締役副社長
2014年4月 代表取締役社長に就任

の中が変わっていくことにどう対応するかではなく、世の中を変えるために何をやるのか。要するに変えることの楽しさ、変えていこうとする気概を全社員に持ってもらいたいです。

私も、やはり世の中を変えていきたいと思っていますし、それを社員のみんなが思ってくれれば、世の中を変えていく新しいことが生まれるような気がします。これからもサンライズにご期待ください。

編集後記

バンダイナムコグループでは、人材活用に関する取り組みの一環として、売上利益・話題性・新規性などの観点からグループ価値向上に貢献した商品やビジネスモデルを表彰する制度「バンダイナムココアワード」を毎年開催しています。

2013年度は、「獣電戦隊キョウリュウジャー」「機動戦士ガンダムオンライン」「アイカツ!」「ラブライブ!」の4チームが優秀賞にノミネートされました。その中からグランプリとして、立ち上げから約1年で年間売上150億円規模に成長したオリジナルIP「アイカツ!」チームが選ばれました。

2014年度はまだスタートしたばかりですが、「バンダイナムココアワード」ノミネート選出の際には、いい意味で困るくらい、多くのヒット商品・サービスを皆さまにお届けしていきたいと思っています。2014年度も引き続きよろしくお願いたします。

広報IR担当

烈車合体シリーズ6-8 烈車合体 DXディーゼルオーセット

発売中 / 7,020円 (税込)

(株)バンダイ

「烈車戦隊トッキュウジャー」(毎週日曜日朝7:30～、テレビ朝日系で放送中)に登場する合体ロボット。子どもたちに大人気の「鉄道」をモチーフにした「烈車合体シリーズ」に、ディーゼル車両型の烈車が登場。タンクレッシャー、カーキャリアレッシャー、ディーゼルレッシャー 3編成のトッキュウレッシャーが烈車合体することで、ディーゼルオーになります。また、この3編成のトッキュウレッシャーを連結すると全長約900mmの車両に。さらに「烈車合体 DXトッキュウオー」(発売中/オープン価格)と超烈車合体することで、「超トッキュウオー」が完成します。各トッキュウレッシャーの先頭車両は「変身プレス トッキュウチェンジャー」(発売中/4,212円)など、なりきりアイテムとの連動遊びも楽しむことができます。



ハピネスチャージプリキュア! キュアライン

発売中 / 8,424円 (税込)

(株)バンダイ

「ハピネスチャージプリキュア!」(毎週日曜日朝8:30～、ABC・テレビ朝日系で放送中)で、プリキュアたちが使っているスマートフォン型アイテム。番組内では、日常シーンや敵が現れた時の連絡ツールとして使用されています。本商品は、プリキュアたちとのメール交換遊びや、流行のスタンプメールに加え、テレビ電話風の演出でプリキュアたちとのコミュニケーションを楽しむことができます。また、メールの交換相手には、歴代のプリキュアたちも登場。さらに、遊んで学べる知育のアプリやゲーム、そして、計算機やカレンダーなどの実用アプリなど、スマートフォン型玩具ならではのアプリが42種類入っています。専用ホームページからデータをダウンロード(別売りSDカード使用)すると、ゲームやメール交換をするキャラクターを追加することができるなど、長く遊べる商品です。



業務用ゲーム「セーラーゾンビ～AKB48 アーケード・エディション～」

稼働中

(株)バンダイナムコゲームス

業界で初めて、人気アイドルグループ「AKB48」が登場するアーケードゲームです。ゾンビと化した「AKB48」のメンバーを、ワクチン弾で撃って救い出す奇想天外なゾンビガンシューティングゲームで、登場する「AKB48」のメンバーは全部で7人。プレイヤーは7人の中から好きなメンバーをパートナーとして選び、襲い来る他のゾンビ化したメンバーや、巨大モンスターに挑みます。また、ゲームの進行途中に「AKB48」のお馴染みの人気曲が流れると、ゾンビ化したメンバーが突然踊りだし、その姿を見ながらリズムアクションゲームが楽しめます。ゾンビ化した「AKB48」のメンバーが登場し、ガンシューティングゲームだけでなく、リズムアクションゲームも楽しめるという今までにない奇想天外な内容の本作は、「AKB48」のファンだけでなく、幅広い層に楽しんでいただけるゲーム機です。



劇場版 機動戦士ガンダム Blu-ray トリロジーボックス

発売中 / Blu-ray トリロジーボックス プレミアムエディション<初回限定生産>: 20,000円 (税抜)、Blu-ray トリロジーボックス<期間限定生産>: 12,000円 (税抜) バンダイビジュアル(株)

TVシリーズ全43話に新作カットを加えて再構成し、三部作の映画として公開され、当時社会現象を巻き起こした『機動戦士ガンダム』、『機動戦士ガンダムII 哀・戦士編』、『機動戦士ガンダムIII めぐりあい宇宙編』。その三部作を収録した『機動戦士ガンダム Blu-ray トリロジーボックス』がこのほど発売されました。初回限定生産であるプレミアムエディションと、期間限定生産版(2年間)の2タイプがあり、プレミアムエディションには、本編に加え、2000年に完全新規アフレコで制作された特別版も収録。公開当時の雑誌記事や関連商品など、当時の思い出がよみがえる復刻版資料紹介に加え、スタッフ&キャストのインタビューなどが掲載されたブックレットは、200ページに及ぶボリュームとなっています。そのほかにも、制作資料を収録した特典ディスクや、新たに録音されたオーディオコメントリーなど、永久保存版に相応しい特典が満載のボックスです。

