

Management

トップインタビュー

新たな中期計画ではバンダイナムコの強みをさらに進化させ次のステージに向けてチャレンジ

バンダイナムコグループは、2015年度（2016年3月期）から「NEXT STAGE 挑戦・成長・進化」をビジョンに掲げ、新たなステージを目指す中期計画をスタートさせました。今回は2014年度（2015年3月期）と前中期計画を総括するとともに、中期計画で目指す方向性と各SBUの状況について、(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に話を聞きました。

—前中期計画をしめくくる2014年度の業績を発表しました。

石川 2014年度の連結業績は、国内トイホビー事業とコンテンツ事業の好調により、売上高5,654億円、営業利益563億円と、過去最高売上高・過去最高益を更新することができました。社員の頑張りもあり、さまざまなヒットが生まれ、話題にも恵まれた年となり、前中期計画を良い形でしめくくることができました。

2014年度の配当につきましては、年間24円の安定配当をベースに連結配当性向30%を目指すという配当に関する基本方針に基づき検討しました。その結果、安定配当24円に、業績連動配当28円を加え、さらに前中期計画が達成できたこと、バンダイナムコグループが創立10周年を迎えることから、特別配当10円を加えて、年間の1株当たり配当金額は62円とさせていただきます。

— 2015年度の計数見込みが前年度を下回る理由は？

石川 もちろん、企業として、業績面でも常に成長し続けたいという思いはあります。しかし、2014年度のように各事業で想定以上の複数のヒットが次々と生まれることを前提にすることはできません。また、エンター

テインメント業界は非常に変化が激しく、慎重に市場動向を見極める必要もあります。これらの要素を踏まえ、現時点の商品ラインナップや販売計画などに基づいた数値としました。

—前中期計画を総括してください。

石川 一番大きな成果は、我々の「IP軸戦略」が成長の大きな原動力となったことです。IPを、最適なタイミングで、最適な商品・サービスとして提供する「IP軸戦略」は、前中期計画を推進する中でしっかりと根付き、各方面からも注目を集めるようになりました。事業間連動を行うことでIP価値の最大化を図る仕組みを構築するとともに、ネットワークコンテンツなど新たな出口への対応もスピーディに行うことができました。また、自分たちで新たなIPを創出しようという動きも加速しました。「アイカツ！」のようにグループ横断で一気に立ち上げる取り組みも複数出てきましたし、グループ社員からIPのアイデアを公募する「オリジナル・スター IP事務所」という仕組みも立ち上げました。その一方で、欧米におけるトイホビー事業やアミューズメント施設事業の立て直しなど、積み残した課題もあります。課題に



(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

ついては、今年度からスタートした中期計画の施策でしっかりと対応し、一刻も早い回復を目指します。

—今回の中期計画で目指す方向は何でしょう？

石川 前回の中期ビジョン「挑戦・成長・進化」を受け、今回の中期ビジョンは「NEXT STAGE 挑戦・成長・進化」としました。前中期計画は、一部課題を残したものの、全体としては順調に目標を達成できたわけですから、敢えて大きく方向転換は行いません。今までやってきたことを継承し、自分たちの強みをさらに強くし、成長の可能性がある市場に向けてチャレンジしていこうというのが、今回の中期計画です。そして、「世界で最も期待されるエンターテインメント企業」に向け、もう1段階ステップアップしようということで、「NEXT STAGE」というフレーズを新たに加え、次のステージに向けてチャレンジし続ける姿勢を示しました。

(次ページに続く)

「IP軸戦略」強化とアジア拡大に取り組む

— 中期計画の最終年度である2017年度の計数目標は？

石川 中期計画では、「IP軸戦略」をさらに強くし、アジア市場での事業拡大を図ります。これにより、まずヒットの有無に関わらず、過去最高売上高、最高益レベルである売上高5,000億円、営業利益500億円を安定的に達成できる基盤づくりを目指します。そして、最終年度の2017年度に売上高6,000億円、営業利益600億円を目指します。ROEについては、変化の激しい市場でも、常に10%以上を確保していきたいと考えています。

— 代表取締役体制が変わります。

石川 6月22日に開催予定の定時株主総会での承認を経て、私は代表取締役会長となり、バンダイ代表取締役副社長を務めていた田口三昭（2015年4月にバンダイナムコホールディングス顧問に就任）が、代表取締役社長に就任する予定です。

田口は、バランス感覚に優れ、社内の信望も厚く、社員のチャレンジを後押ししてくれるタイプですから、グループのトップとして最適だと考えました。世代交代、若返りの意味も込めています。新体制では、2人で連携しながら、「NEXT STAGE」の足がかりを築いていきたいと思っ

ています。田口がグループ全体の舵取りを行い、私は少し先を見据え新規ビジネスの可能性を探るべく異業種交流や対外的な活動も行いたいと思います。

— トイホビー SBUの状況を教えてください。

石川 国内で大人気の「妖怪ウォッチ」商品は、足元でも高い人気が続いていますので、定番IP商品として今後も展開していきたいと思っています。「仮面ライダー」シリーズや「スーパー戦隊」シリーズなどの定番IPも、夏休みや年末年始商戦に向け戦略商品を投入していきます。ガンブラ35周年を迎えた「機動戦士ガンダム」シリーズは、「ガンダムビルドファイターズ」が小学生男児の心をつかみ、新たなガンブラブームを巻き起こしていますので、ファン層をさらに拡大していきたいと思っています。

苦戦が続く欧米では、これまでは現地が開発から販売まで行ってきましたが、開発機能を日本でコントロールし、欧米拠点はマーケティングと販売に集中する体制に変更しました。今後は日本がコントロールタワーとなり、ワールドワイドで通用するIPへの投資も行っていきたいと思っています。事業面では、米国で「Power

レンジャー」シリーズの最新作「Power Rangers Dino Charge」が良い滑り出しを見せています。トイホビーの欧米は、体制面と事業面で強化を図ることで、この中期計画の間でしっかりと立て直したいと思っています。

— アジア地域の主要拠点の社名表記を統一しましたね。

石川 アジア主要拠点の社名を、バンダイナムコ+地域名に統一したのは、グループの総合力を使ってALL BANDAI NAMCOとして取り組んでいこうという意思表示です。トイホビーでは、「機動戦士ガンダム」シリーズなどの定番IP商品に加え、新規IP「妖怪ウォッチ」商品の販売もスタートしました。トイホビーでは今後も展開エリアとIPラインナップの拡大を行います。

アジアでは、ネットワークコンテンツ展開も強化しています。中国ではテンセントゲームスと共同開発したPCオンラインゲーム「火影忍者オンライン」の登録者数が1千万人を超えるなど、手応えも感じつつあります。ネットワークコンテンツについては、2015年3月に設立した上海のBANDAI NAMCO (SHANGHAI) CO., LTD.に運営コントロールを順次移管しており、今後もさまざまなパートナーと組んでタイトルを提供していきます。

2014年度の話題商品・サービス



「妖怪ウォッチ」関連商品

©L5/YWP・TX



アプリゲーム「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」

©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 NAMCO Entertainment Inc.



「機動戦士ガンダムUC episode 7『虹の彼方に』」

©創通・サンライズ

—ネットワークエンターテインメントSBUに名称変更した理由は？

石川 コンテンツSBUとアミューズメント施設SBUが一緒になり、新たにネットワークエンターテインメントSBUとしてスタートしました。ゲーム以外にもエンターテインメントの可能性をどんどん広げていこうという思いを込めました。

前中期計画で大きく伸びたネットワークコンテンツでは、国内は「ワンピース」や「ドラゴンボール」など主力タイトルが安定した人気です。今後も国内では主力タイトルにリソースを集中し、高い人気水準を維持

するとともに、市場やユーザーの動きを見ながら新規タイトルも投入していきます。海外に向けては、アジアについては先ほどお話しましたが、欧米に向けても「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」など強力IPを投入していきます。ネットワークコンテンツの海外展開は、前中期計画で、各地域で本格展開に向けた施策に着手してきましたので、今後は楽しみです。



次の10年もチャレンジし続ける

—ネットワークエンターテインメントSBUのその他の事業は？

石川 家庭用ゲームソフトでは、日本ではメディアと連動したタイトルをスピーディに投入していきます。ゲーム発のオリジナルIP「GOD EATER^{ゴッドイーター}」は、アニメーションなどでのクロスメディア展開により育成を図ります。欧米ではPlayStation4など最新プラットフォームの普及が進み、ヒットの土壌が整ってきました。引き続き積極的に「ナルティメットストーム」シリーズなどワールドワイドで人気が高いタイトルを投入していきます。

2014年度に苦戦したアミューズメント施設は、新SBUの中で、業務用ゲーム機や景品を含めてバリューチェーンを整備し、一体化を進めています。さらに、収益の大きな大型店に集中してリソースを投入するとともに、IPを使ったカフェ&バーの「CHARACRO^{キャラクロ}」など、新たなチャレンジも引き続き行っています。業務用ゲーム機では、新規ユーザー獲得のため、この夏、ハウステンボス内にオープンする「釣りアドベンチャー」のように、施設に合わせた

ゲーム機のカスタマイズなど、独自性の高い展開を進めていきます。

—映像音楽プロデュースSBUはどうですか？

石川 映像音楽プロデュースは、映像と音楽の連動を図り、新たなライブイベントのビジネス展開や、「ラブライブ！」などのIP創出もあり、好調です。そこで1つのSBUとして独立させ、新たなIPの創出と新規事業育成に力を入れてもらうことにしました。映像音楽プロデュースSBUという名称にしたのは、パッケージビジネスだけでなく、ライブイベントやファンクラブ、グッズ展開などのプロダクション型ビジネスの拡大を目指してほしいという思いがあったからです。従来のパッケージビジネスから、もう一歩先に出て、トータルにプロデュースしていろいろな出口でビジネスを展開していこうということです。海外展開についても、中長期的な視点で注力したいと思います。ランティス所属のアーティストたちがアニソンを歌うライブイベント「ランティス祭り」は、北米や東南アジアなど海外でも人気です。こうしたライブイベントを展開する

ことで、海外にも日本のアニメの素晴らしさを知ってもらい、ビジネスチャンスにつながるのではと期待しています。

—バンダイとナムコが経営統合してから今年で10年を迎えます。

石川 あっという間の10年でした。経営統合直後には厳しい時期もありましたが、そこで自分たちの強みや使命をしっかりと考えることができたことが、ここ数年の業績回復につながっていると思います。事業間連動や人材交流も進み、バンダイナムコとして1つになりつつあります。あらためて10年を振り返り、経営統合してよかったと感じています。しかし、まだまだできていないこと、もっとやれることがあると感じていますので、これからもチャレンジし続け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。

石川 バンダイナムコグループはいろんなことができる可能性がますます高まってきましたので、次の10年が非常に楽しみです。10周年を迎えたということは、「次の10年もチャレンジし続けます」というメッセージでもありますので、株主の皆さまにはぜひ、これからの10年にご期待していただきたいと思っています。

2015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、2015年3月期(2014年度)の連結業績を発表しました。2014年度は、事業面では国内のトイホビー事業において、新規IP商品および定番IP商品が好調に推移しました。また、コンテンツ事業のネットワークコンテンツと映像音楽コンテンツに加え、欧米のゲームソフトが好調に推移しました。この結果、2014年度の連結業績は下記表の通りとなりました。

【トイホビー事業】

国内において、新規IP「妖怪ウォッチ」商品や定番IPの「機動戦士ガンダム」商品が好調に推移しました。また、定番IPの「仮面ライダー」シリーズ、「スーパー戦隊」シリーズや女兒向けIP「アイカツ!」などの商品が各事業を横断する展開により順調に推移しました。このほか、大人層や乳幼児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たほか、新たに投入

した映画IP「BIG HERO 6」の商品が好調でしたが、欧米全体では低調に推移しました。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などが人気となりました。

【コンテンツ事業】

国内では、ソーシャルゲームやスマートフォン向けアプリゲームの主力タイトルが安定的に推移するとともに、「ONE PIECE トレジャークルーズ」、「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」などの新規タイトルが好調に推移しました。ゲームソフトにおいては、複数の大型タイトルの発売があった前年度と比べ売上高が減少しました。また、映像音楽コンテンツでは、映像コンテンツと音楽コンテンツの連動展開を行っているIP「ラブライブ!」や「機動戦士ガンダム ユニオン episode 7『虹の彼方に』」などが好調に推移し、業績に貢献しました。このほか、「IP軸戦略」の新たな出口として、コンサートなどのライブイベントを積極的に実施しました。一方、業務用ゲーム機においては、人気シリーズタイトルが堅調に推移したものの、市場環境変化の

影響などにより苦戦しました。

海外においては、欧米で発売したゲームソフト「DRAGONBALL XENOVERSE」や前年度に発売した「DARK SOULS II」のレポート販売が好調に推移しました。

【アミューズメント施設事業】

店舗への人員配置や集客施策を強化するなど事業の立て直しに向けた各種施策を進めるとともに、IPの世界観を体感できる差異化した店舗展開や、大型店ヘリソースを集中する施策などを推進しましたが、国内既存店売上高が前年同期比91.2%と前年実績を下回りました。海外においては、効率的な運営により、堅調に推移しました。

2015年3月期の1株当たり年間配当金は、安定配当部分24円に、業績連動配当金28円を加え、さらに前中期計画が達成できたこと、当社グループが創立10周年を迎えることから特別配当10円を加え、1株当たりの年間配当金は62円となります。なお、2014年12月8日に1株当たり12円の間配当を実施しておりますので、期末配当は1株当たり50円となります。

◆2015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	565,486	56,320	59,383	37,588
前年同期増減率	11.4%	26.1%	25.1%	50.0%

◆2016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 (2015年5月公表)	530,000	45,000	46,000	30,000

◆2015年3月期 年間配当金 内訳

中間配当	期末配当	合計
12円	50円	62円

◆2015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
トイホビー	230,918	17,040
コンテンツ	288,009	40,927
アミューズメント施設	55,538	△2,287
その他	27,006	1,462
消去・全社	△35,987	△822
合計	565,486	56,320

※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。

東日本大震災被災地の子どもたちに向け 2014年度もさまざまな活動を展開

バンダイナムコホールディングスでは、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、東日本大震災の被災3県の子どもたちに向けたさまざまな活動を行っています。2014年度には、8月、10月、12月、3月に福島県郡山市、宮城県石巻市、宮城県東松島市、岩手県釜石市、福島県いわき市で、社員ボランティアが参加し、合計200名以上の子どもたちと工作教室やダンスなどを行いました。

また、2014年3月末日の名簿に記載または記録されている株主さまの株主優待制度において、約670名の株主さまに寄付を選択していただきました。この株主さまからの寄



付金と当社の寄付金を合わせ、合計1,000万円を公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに寄付しました。この寄付金は、被災地の子どもたちへの支援活動金として活用されています。

バンダイナムコホールディングスでは、今後も被災地の子どもたちに向けた活動を行っていきます。

Portrait

現場から

好評な「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」をプロデュース

(株)サンライズ 制作部 オリジスタジオプロデューサー 谷口 理

累計発行部数1,000万部の大ヒットコミックスのアニメーション作品第1話「機動戦士ガンダム THE ORIGIN I 青い瞳のキャスバル」が、イベント上映に続き、Blu-ray Disc & DVDの販売がスタートし好評です。今回は作品のプロデューサーを務める(株)サンライズの谷口理に話を聞きました。

Q 第1話の反応はどうでしたか？

A イベント上映がスタートするまでは不安でしたが、プレミア試写会や舞台挨拶、そしてイベント上映でも大盛況を取ることができました。また、映像パッケージソフトの販売も出足が好調で、喜んでいきます。丁寧に作り上げ、クオリティの高い作品になったと自信を持っています。もちろん、それがお客さまの評価と必ずしもイコールにはなりませんが、完成した作品は幅広い年齢層の方々にも親しみやすいものになったのではないかと感じています。もちろん、これで成功したわけではなく、まだ第1話ですので、駅伝でいうとスタートして1区間を走ったばかりです。続く2～4話の結果が出てからだと思っています。

Q 苦労した点は何ですか？

A 特に苦労したとは思っていませんが、

敢えて挙げるとすると、制作に関わっていただいたそうそうたるスタッフ陣の意思をプロデューサーとしてまとめていくことでしょうか。生半可な意見を持っていても跳ね返されますし、考え抜いたつもりでも意見が違うことがあります。最終的には、意見がぶつかることがあっても、大先輩の漕ぐ船に乗せてもらいながらまとめていく形となりました。

Q こだわったことは？

A 今作も、才能あふれるさまざまな方々に制作に参加いただきました。編集の吉武将人さんは私がキャスティングさせていただきました。吉武さんには、総監督の安彦良和さんや今西隆志監督という二人の大御所と良い形で編集作業をやっていただきました。音楽はテレビドラマ「HERO」や「半沢直樹」、大河ドラマなど多数の音楽を多数手がけてきた服部隆之さんに担当していただき、メカニカル総作画監督には半年をかけて鈴木卓也さんをお願いしました。今回のメカシーンはCGを多用しているのですが、CGの元になる絵はほとんど鈴木さんご自身で手書きしています。イラストのレイアウトも非常に巧みな方で、第1話のポスタービジュアルのレイアウトも手がけていただきました。



アニメ制作会社でワーナーなどの海外OVA作品担当を歴任後、2012年に(株)サンライズ入社。2013年10月より現職

Q メディア展開は？

A 「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」は、これまでもお客さまから支持の高かったクロスメディア方式によって、イベント上映と同時に、劇場でのBlu-ray Disc先行販売、先行有料配信を行う形で展開しました。今後は、ファンのために独自の「ORIGIN流」のメディア展開ができればと思っています。

「機動戦士ガンダム」から35年以上にわたり続いてきた長い歴史の中で、この「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」も歴史の1ページを形作るものだと思っています。「ORIGIN」という作品がこの先のガンダムシリーズ作品の礎になって、バンダイナムコグループの宝物の1つにしていければと願っています。

第2話は今年秋にイベント上映予定です。ぜひご期待ください。

41番目のウルトラヒーロー 「ウルトラマンエックス」登場

ウルトラマンシリーズ最新作「ウルトラマンX」が、7月14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。

「ウルトラマンエックス」は地球の平和を守るためにやってきた若きウルトラマン。主人公・大空大地が持つタブレット型通信機「エクスデバイザー」に宿り、主人公とユナイト(一体化)して怪獣たちと戦います。(株)バンダイでは、放送に合わせてタブレット型変身アイテム「DXエクスデバイザー」や「スパークドールズ」(ソフビ人形)、「DXウルトラライザー」などのなりきり玩具をはじめ、玩具菓子、カプセル玩具、カードダス、アパレル商品、生活雑貨などさまざまな商品を展開し、「ウルトラマンX」を盛り上げていきます。



©円谷プロ

セイントクロスマイス 「聖闘士聖衣神話EX レオアイオリア (神聖衣)」発売

1985年より漫画連載やアニメ化を通して大ブームを巻き起こした「^{セイントセイヤ}聖闘士星矢」の30周年を記念した完全新作アニメーション「聖闘士星矢 黄金魂-soul of gold-」が、4月11日より日本をはじめ、ネット配信が222の国と地域で、テレビ放送が24の国と地域でスタートしました(2015年5月現在)。バンダイでは新作アニメーションの配信・放送に合わせ、「聖闘士聖衣神話EX レオアイオリア (神聖衣)」(6月発売予定、10,800円)を発売。主人公「獅子座アイオリア」を、アニメの世界観そのままに、こだわりのギミックと造形美でフィギュア化しました。劇中同様に、「聖衣装着形態」から「オブジェ形態」にパーツを換装できます。6月より世界18の国と地域で順次発売し、今後もアニメの主要登場人物を続々とフィギュア化していく予定です。



©車田正美 / 「聖闘士星矢 黄金魂」製作委員会

New Products

新製品情報

武将コレクション 天下統一

発売中 / 300円

(株)バンダイ

織田信長や豊臣秀吉ら戦国時代の武将たちを約1/35サイズで再現したカプセル自販機専用商品(ガシャポン)のフィギュアです。高性能なデジタル彩色技術を採用し、立体物に多彩な色を印刷。表情はもちろん、甲冑や陣羽織の繊細な柄や装飾まで細部にわたり精密に再現しました。武将たちにゆかりのある各地の名城や各城近郊の土産売場などに設置したカプセル自販機で販売。通常彩色版と銅像をイメージした色味の「銅像版」の各2種類(計10種類)です。



©BANDAI

ふなっしーるセットー兄弟集合なっしー!!

発売中 / 1セット100円

(株)バンダイ

人気キャラクターふなっしーを中心に、ふなっしー兄弟が大集合したジャンボカードダス自販機専用商品のシールセットです。ふなっしーやふなごろうをはじめ、ふなっしー兄弟たちのさまざまなポーズや表情豊かなイラストシールで、色々な場面で活用できます。A5サイズの台帳にふなっしー兄弟が多数収録された全4種で販売します。



©ふなっしー イラスト原案 まえだくん

びっくら? たまごカラーチェンジ ザ・色変化入浴剤

発売中 / 410円

(株)バンダイ

2002年の発売より販売数6,000万個を突破した入浴剤「びっくら? たまご」シリーズの新商品。丸形の入浴剤をお風呂に入れると、お湯の色が赤色から青色になり、すべて溶けると紫色に変化する「びっくら忍法! 色変わりの湯!」を楽しめます。また、入浴剤が溶けた中から「手裏剣戦隊ニンニンジャー」の忍シュリケン型のプレートが1つ出てきます。プレートの種類は全10種。入浴剤は「ぶどう」の香りです。



©2015 テレビ朝日・東映AG・東映

BotsNew (ポッツニュー)

発売中 / 2,981円

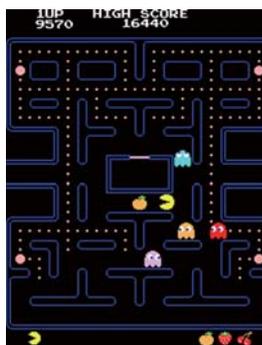
(株)メガハウス

バーチャルリアリティ(VR)体験が手軽に楽しめる「ポッツニュー」。お持ちのスマートフォンに専用プレーヤー(アプリ)をインストールし、ポッツニュー本体にセットすると、頭の動きに合わせて「VR体験」を楽しむことができます。専用プレーヤーでは仮想のジェットコースターやスカイダイビング、海の中の散歩などさまざまなVRコンテンツを提供します。目の前に広がる臨場感溢れる360度全方位の仮想空間をお楽しみください。



カタログIPオープン化プロジェクト 企画受付を開始

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、カタログIP*を国内のクリエイターへ開放するオープン化プロジェクトの企画受付を開始しました。対象タイトルは、「パックマン」「ギャラクシアン」「ゼビウス」「マッピー」など全17タイトルで、通常の著作権許諾とは異なり、監修は行わず、簡易的な企画審査のみでコンテンツを提供します。国内法人からの作品は「スマートフォンアプリ」「ブラウザゲーム」「新規ネットワークデバイス分野」などで公開し、個人からの作品は日本最大級の動画サービス「niconico」の「クリエイター奨励プログラム」で動画公開が可能となります。今後も多くの皆さまに参加してもらえるように、プラットフォームの追加や新規企画を順次実施していく予定です。



「パックマン」
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
※これまでに展開したオリジナルIP

「ドラゴンボール ゼノバース」 全世界で累計出荷数200万本突破

バンダイナムコエンターテインメントが、2月5日に発売した家庭用ゲーム「ドラゴンボール ゼノバース」の累計出荷本数が、全世界で200万本を突破しました。従来のキャラクターを操作して闘うだけではなく、プレイヤーの分身キャラクターがドラゴンボールの世界に入り込み、孫悟空やベジータと共に闘うことができるという新たな世界観が人気となっています。また、最新ハード機のPS4やXbox Oneへの対応で実現した臨場感のあるバトルに加え、オンライン上での他プレイヤーとのコミュニケーションや協力・対戦の楽しさが、欧米を中心とした世界中のお客さまに高く支持されています。



©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©バードスタジオ/集英社 ©「2013ドラゴンボールZ」製作委員会
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

ネットワークコンテンツで 中国を中心にアジア展開強化

バンダイナムコエンターテインメントは、中国を中心にネットワークコンテンツのアジア展開を強化しており、4月末からアプリゲーム「SDガンダム ストライカーズ」を日本と同時に台湾、香港、東南アジアでスタート。ガンダムのアプリゲーム初の海外配信を実現しました。中国では、すでに現地パートナー企業とともにPCオンラインゲーム「火影忍者ONLINE」(2014年5月より配信)、アプリゲーム「航海王 啓航」(2015年1月より配信)などを展開しており、いずれも好調に推移しています。3月にはネットワークコンテンツの企画・運営を行う新会社BANDAI NAMCO (SHANGHAI) CO., LTD.を上海に設立。今後は、「火影忍者MOBILE」「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」などアプリゲームの大型タイトルを中国で展開し、ネットワークコンテンツ事業の拡大を目指します。



©Eiichiro Oda/Shueisha, Toei Animation ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

バンダイナムコエンターテインメントが企業理念を制定

バンダイナムコエンターテインメントは、社名変更を機に、企業理念として「アソビきれない毎日を。」を制定しました。世界中のお客さまに喜びと笑顔にあふれた毎日を過ごしていただけるような、今までにない新しいアソビを生み出していきたいと考えています。



New Products
新製品情報

業務用ゲーム機 ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT

2015年夏稼働開始 (株)バンダイナムコエンターテインメント (株)ポケモンと協力して企画・開発したポケットモンスターのアクションバトルゲームが、2015年夏に業務用ゲーム機として稼働を開始します。「鉄拳」、「ソウルキャリバー」シリーズで培った3Dアクションゲームのノウハウを生かし、これまでになくリアルに描かれたポケモンたちが、プレイヤーの思いのままに生き生きと動いて技を繰り出します。大人になったポケモンファンにも楽しんでもらえるまったく新しいポケモンバトルゲームです。



©Pokémon ©Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
ポケットモンスター・ポケモン・Pokémon・ポッ拳・POKKÉN TOURNAMENTは、任天堂・クリエーション・ゲームフリークの登録商標です

アミューズメント景品 美少女戦士セーラームーン Girls Memories figure of SAILOR CHIBI MOON

展開中 (株)バンプレスト
「Girls Memories」フィギュアシリーズから「セーラーちびムーン」が登場。可愛いポーズと表情が「ちびうさ」らしい一品です(全1種、全長約11cm)。

5月下旬より全国のアミューズメント施設に向けて投入しています。

©武内直子・PNP・東映アニメーション



「キャラポップコネクト川崎店」オープン

株ナムコは5月29日、キャラポップストアの複合形態「キャラポップコネクト」をnamcoラゾーナ川崎店（神奈川県横浜市）にオープンしました。

「キャラポップコネクト」は、アニメ・ゲーム・コミックなどのコンテンツを題材にした体験型キャラクターショップ「キャラポップストア」を、感度の高いユーザーに向けて進化させたものです。体験消費を通して、作品、キャラクター、クリエイター、ユーザーを「コネクト」（つなげる／つながる）することをコンセプトにしており、キャラクターショップの複合施設となっています。



「東映ヒーローワールド」がリニューアルオープン

ナムコが東映と共同で運営する「東映ヒーローワールド」（千葉県千葉市）が、東映特撮ヒーローの展示やアトラクションに加え、遊びの要素をさらに増やし、4月24日にリニューアルオープンしました。



画像はイメージです

©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映AG・東映ビデオ・東映

新設された遊べるエリア「ヒーロー道場」では、専用のチャレンジコインを使って4種類のミニゲームに自由に挑戦し、ヒーローを目指したトレーニングを楽しむことができます。また、「スーパーパスポート」（2,000円／税込）を新発売しました。この「スーパーパスポート」を使うと、アトラクションが遊び放題になるほか、新エリア「ヒーロー道場」が遊べるチャレンジコインもついてきます。

「eggnamイオンモールつくば店」オープン

ナムコはこのほど、女性向けシールプリント機専門店「eggnam（えぐなむ）」をイオンモールつくば店（茨城県つくば市）2Fにオープンしました。「eggnam」が郊外型ショッピングセンターのファッションフロアに単独出店するのは初めてです。「eggnamイオンモールつくば店」では、最新のシールプリント機を7台設置し、60種類以上のレンタル衣装と小物をはじめ、フィッティングルーム、ドレッサーを完備。気軽にコスプレが楽しめるほか、メイク直しやヘアメイクにも利用できます。また、人気雑誌の読者モデルがデザインしたTシャツなどのアイテムも発売中で、女子中高生をはじめとするたくさんの女性に親しまれる店づくりを目指しています。



【施設概要】

- ◆施設名称：eggnamイオンモールつくば店
- ◆施設面積：32.6坪
- ◆営業時間：9：00～21：00
- ◆所在地：〒305-0071 茨城県つくば市稲岡66-1
イオンモールつくば2F215区画
- ◆その他：レンタル衣装・撮影用小物貸出（有料）

「なぞともカフェ」に期間限定で「弱虫ペダル」謎解きミッションCUBEが登場

謎とき体験ができるナムコの「なぞともカフェ」（新宿店、渋谷店）に、3月20日～6月30日の期間限定で、大人気アニメ「弱虫ペダル」の謎解きミッションCUBE（小部屋）が登場しています。このCUBEでは、作品に登場する総北高校自転車競技部部室をイメージした小部屋内で、制限時間765秒以内にミッションクリアを目指します。謎の暗号入りのオリジナルコースター（全16種）も用意し、同CUBEのチャレンジごとに好きな2枚をプレゼントしています。



©W.W (AS) /YGRFF

「GOD EATER」「GANGSTA.」他 話題作が7月より続々とテレビ放送開始

バンダイビジュアル(株)が製作に参加する話題の作品が、7月より続々とテレビ放送を開始します。「GOD EATER」は、シリーズ5周年を迎えた(株)バンダイナムコエンターテインメントの大ヒットアクションゲームを原作としたテレビアニメで、ハイスピードなアクションに加え、魅力的なキャラクターたちが2071年の極東を舞台にドラマティックなストーリーを繰り広げます。

このほか、マフィアが支配する街で、便利屋を営む2人を中心に人間ドラマ・バトルを展開する「GANGSTA.」や、歴代初のサイバーテイストなウルトラマンが怪獣の力をまもって戦うウルトラマンシリーズ最新作「ウルトラマンX」、さらにウルトラ怪獣たちが夜な夜な居酒屋でくだ



©BNEI / PROJECT G.E.



©コースケ/新潮社・GANGSTA.製作委員会

を巻く脱力系ショートアニメ「怪獣酒場～カンパーイ!～」シリーズ第3期となる人気アニメ「うーさーのその日暮らし 夢幻編」などが放送予定です。

「ラブライブ!」「攻殻機動隊」「コードギアス」など 話題作の劇場版が公開

(株)サンライズ、バンダイビジュアル(株)、(株)ランティスが製作に参加する話題の作品が、5月末から7月にかけて続々と劇場公開されます。アニメでは、大ヒットを記録したスクールアイドルプロジェクト「ラブライブ!」の完全新作劇場版「ラブライブ! The School Idol Movie」をはじめ

	タイトル	上映開始
邦画	グッド・ストライプス	5月30日～
劇場アニメ	ラブライブ! The School Idol Movie	6月13日～
劇場アニメ	攻殻機動隊 新劇場版	6月20日～
邦画	天の茶助	6月27日～
劇場アニメ	コードギアス 亡国のアキト 第4章	7月4日～
邦画	海のふた	7月18日～

め、「攻殻機動隊 新劇場版」、「コードギアス 亡国のアキト 第4章」が公開されます。

実写では、国内外で熱い視線を浴び続けるSABU監督がメガホンを取った「天の茶助」が公開。松山ケンイチを主演に迎え、オフィス北野が制作を務める本作は、ベルリン国際映画祭コンペティション部門で正式上映されて話題を集めました。そのほか、菊池亜希子主演の話題の2作品「グッド・ストライプス」「海のふた」も上映されます。



©2015 プロジェクトラブライブ! ムービー

劇場版 ウルトラマンギンガS 決戦! ウルトラ10勇士!!

Blu-ray メモリアルBOX (初回限定版) : 6,800円
Blu-ray : 4,800円、DVD : 3,800円
7月24日発売予定 バンダイビジュアル(株)

今年3月に全国公開された「劇場版 ウルトラマンギンガS 決戦! ウルトラ10勇士!!」のBlu-ray & DVDです。2014年7月よりテレビ放送された「ウルトラマンギンガS」の映画化となる本作は、映画オリジナルの新ウルトラマン“ギンガビクトリー”と、平成ウルトラマン全員集結で贈るアクション大作です。初回限定生産のBlu-rayメモリアルBOXには、メイキングや坂本浩一監督のインタビュー、メインキャストのオールアップ映像集などを収録した特典ディスクと作品解説書を封入しています。



©2015「劇場版 ウルトラマンギンガS」製作委員会

聖闘士星矢 黄金魂 -soul of gold- 1

Blu-ray (特装限定版) : 6,000円、DVD (特装限定版) : 6,000円
7月24日発売予定 バンダイビジュアル(株)

今年4月よりバンダイチャンネルほかで全世界同時配信中の『聖闘士星矢 黄金魂 -soul of gold-』が、Blu-ray & DVDで登場。本作は『聖闘士星矢』30周年記念プロジェクトとして始動したシリーズ最新作で、黄金聖闘士12人の知られざる激闘が描かれる、ファン待望の完全新作OVAです。特典として、ブックレットのほか、黄金聖闘士キャストのオーディオインタビュー対談と佐橋俊彦によるサウンドトラックを収録したスペシャルCD「sound of gold」が每巻付属されます。



高瀬健一描き下ろしW表紙ジャケットイラスト [アイオリア・アイオロス]

©車田正美/「聖闘士星矢 黄金魂」製作委員会

プロダクション型ビジネスへの転換を図り アニメ映像音楽分野でNO.1企業を目指す

4月からスタートした新中期計画で、新たなSBUとして映像音楽プロデュースSBUが発足しました。今回は、同SBUの主幹会社であるバンダイビジュアル(株)の川城和実社長に、プロダクション型ビジネスへの転換を目指す映像音楽事業の現状と課題、そして今後の展望を聞きました。

—映像音楽プロデュースSBUのミッションを教えてください。

川城 我々の強みは、IPの創出・育成ができること、そしてさまざまな出口にIPを商品・サービスとして提供できることです。このIP創出力、そしてIPプロデュース力を強化することにより、世界中の人々に喜び、楽しさ、感動をお届けしていくことこそ、映像音楽プロデュースSBUに課せられたミッションだと思います。今後も有力IPを創出するとともに、アニメ映像音楽分野でNO.1企業グループを目指します。

—SBUを構成する事業会社は？

川城 バンダイビジュアル(株)を主幹会社に、音楽事業を担う(株)ランティス、サンライズ音楽出版(株)、アニメ製作を行う(株)サンライズと(株)バンダイナムコピクチャーズ、ほかにもライブイベントなどを手がける(株)バンダイナムコライブクリエイティブ、(株)グランドスラムや、映像配信やライツビジネスを行う(株)バンダイナムコライツマーケティング、さらに音楽制作やアーティストのマネジメントを行う(株)アイウィルの9社で成り立っています。我々のSBUは、新中期計画で全体最適の追求を重点戦略の1つに掲げており、各事業会社が結束し、IPの価値最大化に取り組むことが大きなテーマとなっています。

—SBU内の情報共有や共通課題への対応は？

川城 SBU幹部によるミーティングをSBU経営会議として毎月開催しています。今は主に内部の調整や連携などを話し合っていますが、SBUが

1つにまとまり、グループの「IP戦略」のもと、相乗効果の発揮や戦略を考える良い機会となっています。また、ここで協議された内容は、グループ全体で共有化を図ります。

—新規事業が好調ですね。

川城 前中期計画での大きな成果の1つは、音楽やライブイベントのビジネスが拡大できたことです。2010年にバンダイビジュアルとサンライズが共同出資してバンダイナムコライブクリエイティブを設立しましたが、同社の事業が順調に拡大しています。また、ランティスも、2014年の音楽ソフトメーカー別売上高で9位(オリコン調査)に入るなど大きく躍進しています。この原動力となったのが、グループのオリジナルIPである「アイカツ!」や、サンライズ、ランティス、バンダイビジュアルがタッグを組んだ「ラブライブ!」です。特に2014年度は「ラブライブ!」が大きく貢献しました。

—課題は何でしょう？

川城 バンダイナムコグループの映像音楽事業では、今までパッケージビジネスを中心に事業を展開してき

ましたが、パッケージ市場は年々縮小傾向にあります。そのような中でもアニメや邦画は健闘しているのですが、お客さまの嗜好がライブやイベントなど、さまざまな方向に分散し、パッケージのビジネスだけでは大きな成長は見込めなくなっています。このため数年前には厳しい時期もありましたが、グループ各社と協力しながら作品を一つひとつ大切に育てていくことで、おかげさまでヒット作にも恵まれました。今後も良質な作品を育てるとともに、商品としても付加価値の高いパッケージを提供していきます。そして配信によりタイムリーに視聴できる環境づくりも行います。

一方で、お客さまのニーズに合わせてビジネスを変えていくことも、我々にとっては大きなテーマだと考えています。新中期計画では、パッケージや配信など従来型のビジネスに加え、今後さらなる成長が期待できるライブイベント、ファンクラブ、グッズ展開などのプロダクション型ビジネスの拡大に軸足を置いた転換を図ります。

—ライブは伸びていくのですか？

川城 ライブイベントの市場はこの10年で約2倍に伸びています。最近ではライブを生中継するライブビューイングというサービスも一般的になりました。ライブイベントを核としたさまざまな楽しみ方が広がっており、いろいろな可能性があると思います



©2013 プロジェクトラブライブ!

上:「ラブライブ!」のライブイベント
中:「機動戦士ガンダム THE ORIGIN II 哀しみのアルテイシア」
右:映画「駆込み女と駆出し男」



©創通・サンライズ



©2015 「駆込み女と駆出し男」製作委員会

ます。これまでは、ライブを通じてファンを拡大し、音楽パッケージの販売にもつなげることを目指してきましたが、ライブイベント自体が独立したビジネスとなり、拡大してい

ます。今後はプロダクション型ビジネスに軸足を移すために、アーティストの皆さまとより近い関係で仕事ができるような仕組みづくりも必要だと考えています。

失敗しても臆することなくチャレンジし続ける人材を育成していく

— IP創出に向けてはどのような取り組みを行っているのですか？

川城 IP創出にはさまざまなテーマを掲げて取り組んでいますが、その1つがサンライズからキッズ・ファミリー向け作品を手がける部隊を分社化し、新会社としてバンダイナムコピクチャーズを4月に設立したことです。この目的は、より機動力のある機能性の高い企画制作を行っていくことにあります。サンライズはバンダイビジュアルと連携して「機動戦士ガンダム」や「ラブライブ！」などのハイターゲット向けIP作品を、新会社は「アイカツ！」などのキッズ・ファミリー向けIP作品を担当し、バンダイなどのグループ各社と連携して新たなIPの創出と商品化に取り組みます。そのほかにも、グループ内でオリジナルIPを募集する「オリジナル・マスターIP事務所」を設け、新規IPの迅速な事業化を目指しています。

— 海外にはどのようにアプローチしているのですか？

川城 アメリカやヨーロッパで開催されるアニメのイベントには、これまでも出展してきました。最近ではさらに、ランティスに所属しているアーティストが一堂に会するアニソンのライブイベント「ランティス祭り」も、大手芸能プロダクションのアミューズと提携して海外公演を行

っており、今年は1月のラスベガスを皮切りに、香港、ソウル、台北、上海などで開催しています。こうしたイベントを通して、海外の皆さまに我々のアニメを知っていただき、根付かせていければと思っています。海外でのアニメ人気の拡大は、グループの他の事業拡大にもつながっていくと思います。

— 今後公開される話題作やライブイベントの予定を教えてください。

川城 6月13日に「ラブライブ！」の完全新作劇場版が公開されます。それに先駆けて「μ's Fan Meeting Tour 2015 ~あなたの街でラブライブ!~」というイベントを、5月30日の中野サンプラザを皮切りに、全国10都市で開催します。また、7月18、19日には「アイドルマスター 10周年ライブ」を西武プリンスドームで実施します。TV作品では、バンダイナムコエンターテインメントの人気ゲームをアニメ化した「GOD EATER」が、7月より放送開始されます。さらに秋には、「機動戦士ガンダム THE ORIGIN II 哀しみのアルテイシア」の上映も予定されており、11月21日には「ガールズ&パンツァー」の劇場版が公開されます。実写では、北野武監督の最新作「龍三と七人の子分たち」や、大泉洋主演の「駆込み女と駆出し男」が好評です。



■川城和実 社長のプロフィール

<経歴> 1959年11月4日生
 1982年4月 (株)キャニオンレコード(現・(株)ポニーキャニオン)入社
 1989年7月 (株)バンダイ入社
 1994年4月 バンダイビジュアル(株)入社
 1999年5月 同社取締役
 2003年5月 同社代表取締役社長
 2010年4月 同社取締役副社長
 2012年4月 同社代表取締役社長
 2015年6月 同社代表取締役社長兼(株)バンダイナムコホールディングス取締役(非常勤)に就任予定

— アニメ映像音楽分野でNO.1になるために必要なことは何ですか？

川城 映像も音楽もそうですが、IPの創出の鍵となるのは、結局は人です。ですから優秀なプロデューサーを育てていくことが必要です。私が社員に言っているのは、失敗しても後悔するなということです。「ラブライブ！」のようなIPが生まれるまでには、数多くの失敗が繰り返されています。失敗は誰にでもあることです。失敗に臆することなく、むしろ失敗を糧にしてチャレンジし続けることが、IPを創出する我々のような仕事では大事なことです。そのような人材を育成し、チャレンジするSBUにしていくことが私の一番大きな責任だと思っています。

編集後記

本年の9月でバンダイナムコグループは設立10周年を迎えます。経営統合以来、業績が大きく落ち込んだ時期もありましたが、IPを軸にした事業間での連動や、積極的な人事交流などを通じ、それぞれの会社の個性を活かしながら自然な

形で1つになることができつつあると感じています。これからも夢や遊び、感動を提供する仕事に誇りと責任を持ち、世界の人々に楽しんでいただける商品・サービスを提供していきたいと思っています。そのためにも、現状に満足することな

く、社員一丸となりチャレンジし続けてまいります。

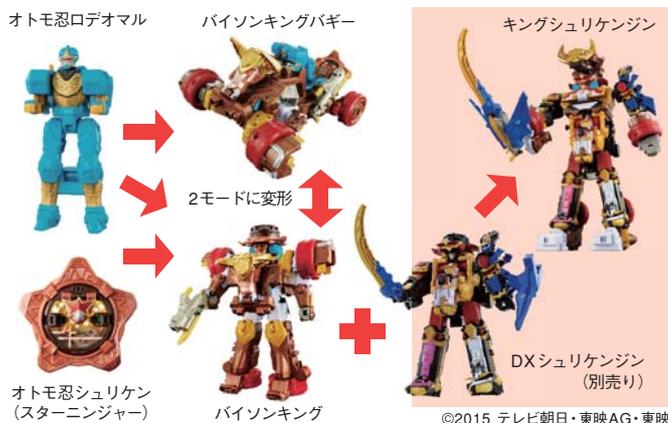
今後も株主の皆さまに応援いただけるバンダイナムコグループを目指し、邁進してまいります。

シュリケン合体 DXバイソンキング

発売中 / 7,344円 (税込)

(株)バンダイ

「手裏剣戦隊ニンニンジャー」(毎週日曜日朝7:30～、テレビ朝日系で放送中)に登場する6人目の新ヒーロー「スターニンジャー」の専用ロボ「バイソンキング」の商品です。「オトモ忍ロデオマル」を背中に搭載させたバイソン型のバギー「バイソンキングバギー」が、「バイソンキング」に変形し、2つのモードを楽しめます。「バイソンキング」は、付属の「オトモ忍ロデオマル」と「オトモ忍シュリケン(スターニンジャー)」が頭と顔になることで完成します。さらに別売りのロボ「DXシュリケンジン」(発売中、オープン価格)と合体して全高約420mmのロボ「キングシュリケンジン」が完成し、連動遊びが可能です。「オトモ忍シュリケン(スターニンジャー)」には音声が入っており、各ロボに合わせた合体サウンドも発動します。



HGUC 1/144スケール RX-78-2 ガンダム

7月25日発売予定 / 1,080円 (税込)

(株)バンダイ

「機動戦士ガンダム」のプラモデル「ガンプラ」シリーズの生誕35周年記念のテーマ“新生-REVIVE-”に合わせ、最新技術により新生した「HGUC RX-78-2 ガンダム」です。本商品は、2001年5月に発売し、1/144スケールの代表モデルとして14年間にわたり販売してきた「RX-78-2 ガンダム」を、最新の成形、設計、金型技術で新生させ、モビルスーツのベストなプロポーションを再現しつつ、作りやすさを追求しました。また、総パーツ数は2001年発売の同モデルとほぼ同数ながら、可動箇所数を1.5倍以上に増やすことで、アニメーションさながらのポーズが可能で、

なお、本商品に先駆けて、1999年に発売した「HGUC」シリーズの第1弾である「RX-77-2 ガンキャノン」を、新生第1弾「HGUC 1/144スケール RX-77-2 ガンキャノン」(6月20日発売予定、1,296円/税込)として発売します。



©創通・サンライズ

アトラクション 釣りアドベンチャー

7月18日オープン予定 (株)バンダイナムコエンターテインメント

約520インチ(6.5m×11.5m)の巨大スクリーンを用いた、ハウステンボス(長崎県佐世保市)専用の世界最大のデジタル釣りアトラクションが7月にオープンします。全国のアミューズメント施設で稼働中の体感型メダルゲーム「釣りスピリッツ」を、ハウステンボスのニーズに合わせてカスタマイズしました。24人が同時にプレイすることが可能で、登場する魚は60種類以上。スクリーンを覆い尽くすような超巨大魚や、ハウステンボスでしか出会えない伝説の巨大魚も出現します。

バンダイナムコエンターテインメントでは、業務用ゲーム機開発で培った長年のノウハウを活かし、テーマパークや遊園地などさまざまな施設のニーズに合わせて業務用ゲーム機をアトラクションにカスタマイズする新たなエンターテインメント事業を開始しており、本アトラクションはその第一弾です。



アトラクション概要

名称：釣りアドベンチャー
場所：ハウステンボス場内 アムステルダムシティ「アムステルフェーン」2階
料金：パスポート対象
定員：24名

©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

機動戦士Vガンダム Blu-ray Box 全2巻

Blu-ray Box I : 7月24日発売予定

Blu-ray Box II : 9月25日発売予定

【期間限定生産】 各34,000円(税抜) バンダイビジュアル(株)

1993年に放送された富野由悠季総監督によるテレビシリーズ最後の宇宙世紀ガンダム「機動戦士V(ヴィクトリー)ガンダム」が、Blu-ray Box(全2巻)で発売されます。映像は、ニューマスターポジフィルムによるHDテレシネとHDリマスターを施し、「Vガンダム」における最高画質を実現しました。特典として、キャラクター・メカニカル紹介などを



Blu-ray Box I
カトキハジメ描き下ろしボックスイラスト

掲載した解説書、貴重な画稿を掲載した記録集を付属のほか、「Vガンダム」初となるキャスト(声優)によるオーディオコメンタリーなどを収録した豪華仕様となっています。Box Iには第1話～第26話、Box IIには第27話～第51話を収録。両Boxとも、2016年9月24日までの期間限定生産商品です。

©創通・サンライズ