



BANDAI NAMCO NEWS

Group News Letter

No. 8
2007
June

株式会社バンダイナムコホールディングス 〒108-0075 東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル9F <http://www.bandainamco.co.jp/>

Management Eyes

中期経営計画の進捗状況と今後の見通し

「エンターテインメント・ハブ構想の推進」に基づきパートナーとの取り組みを強化

バンダイナムコグループは、2006年度よりスタートした中期経営計画で「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」を掲げ、「エンターテインメント・ハブ構想の推進」「海外事業の強化」などの事業戦略を推進しています。今回は中期経営計画の進捗状況と今期の展望を、(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。

——前期の業績はどうでしたか？

高須 2006年4月からバンダイナムコグループとして初めての中期経営計画がスタートしましたが、おかげさまで初年度は当初の計画をほぼ達成することができました。売上高に関しては当初の計画を若干下回りましたが、利益面では、計画を上回る数字を残すことができました。

今回の業績結果をふまえ、このほど増配を発表しました。当社は安定配当額として1株当たり年間24円を基本に、連結業績に応じて配当性向30%を目標に株主様に還元することを方針としており、この業績連動分

として4円を加え、1株当たり年間28円とさせていただくことにしました。また、100億円、500万株を上限に自己株式を取得する予定です。

バンダイナムコグループでは効率経営を掲げており、資金の活用方法については経営統合以前のバンダイ・ナムコ時代から検討を行っていました。このたびグループ内の組織再編が一巡し、統合後初めて年間を通して期を終えるにあたり、その基本方針を明確にしました。それは、手元資金から運転資金や既存事業に関わる先行投資、有利子負債を差し引いた金額から、直近および翌期の業績や当面の投資案件を総合的に勘案し、株主還元などを目的とした自己株式の取得などを検討しようというものです。今後もグループ保有資産の有効活用を行っていきたいと思います。

——資本関係の強化策が活発ですね？

高須 バンダイナムコグループでは、事業戦略の「エンターテインメント・ハブ構想の推進」に基づき、パートナー各社との取り組みを強化し、コンテンツの創出・育成、新ドメインへの進出、顧客接点のチャネル拡張を目指しています。その一環として、このたび角川グループと東映グループとの資本関係を強化しました。また、石森グループや伊藤忠商事ともバンダイが資本・業務提携を実施しました。これらの企業とは、これまでも密接な関係を築いてきたわけですが、さらに連携を深め、新しいコンテンツの創出に取り組んでいきたいと思っています。我々の夢は、世界中



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

の人々に我々のエンターテインメントを提供していくことです。そのためには10年、20年と長く愛されるコンテンツを創出・育成していく必要があります。今回の資本提携は、その取り組みの1つです。

——海外はどうか？

高須 海外事業の強化も、中期経営計画における重要な事業戦略の1つであり、すでにアメリカとヨーロッパでグループ会社の再編を行い、効率的でスピーディな事業運営体制を整えました。事業面では、欧米市場での「パワーレンジャー」や「たまごっち」などの好調により、トイホビー事業が貢献したほか、ヨーロッパでは複合施設の好調などでアミューズメント施設事業も順調に推移しました。一方、アメリカ地域で家庭用ゲームが苦戦しましたが、今後は苦戦した現地の開発タイトルを絞り込み、収益性の向上をはかっていきます。

(次ページに続く)

Contents

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Management Eyes | 1~3 |
| 中期経営計画の進捗状況と今期の展望 | |
| Financial Data | 4 |
| 2007年3月期の連結業績 | |
| News Topics | 5~9 |
| アンパンマンの世界観を演出したヘアサロン出店 浅草花やしきに10年ぶりの新アトラクション登場 「ドラゴンボールオンライン」サービス日韓で展開 | |
| Portrait | |
| 「ガンダム無双」のプロデューサー 堀内美康 | |
| Business Angle | 10~11 |
| バンダイビジュアル(株) 川城和実社長 | |
| Close-up Products | 12 |
| 次世代ディスク「FREEDOM 1」他 | |

中期経営計画の最終年度(2008年度)は当初計画の計数目標を目指す

——海外事業が貢献していますね？

高須 2006年度は全体として海外事業の頑張りが大きく貢献してくれました。今期も、売上・利益ともに計画通りのスタートを切っています。現在、海外事業の売上比率は約22%ですが、中期経営計画の最終年度に計画通り25%に引き上げることができる

ように、引き続き強化していきます。

——各SBU(戦略ビジネスユニット)の状況と今後の計画を教えてください。

高須 トイホビー事業は、「仮面ライダー電王」が好調です。電車で登場するという設定が、乗物の大好きな男の子たちに喜ばれたのかもしれませんが。関連商品も人気で、同じく定番キャラクターの戦隊シリーズ「獣拳戦隊ゲキレンジャー」と合わせて、男児玩具は昨年より良い出足となっています。女兒は「Yes!プリキュア5」が健闘していますし、「たまごっち」は関連商品を含め、国内外で安定した人気となっています。人気のデータカードダスは、このほどシリーズ第5弾として、ウルトラマンシリーズで活躍した怪獣たちをテーマにした「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」を投入しました。これは親子で楽しむことができますので、幅広い年齢層に人気が出ると思っています。



——ゲームコンテンツSBUは？

高須 業務用ゲーム機では「機動戦士ガンダム 戦場の絆」の好調が続いています。また、このほかにも今年度は人気の定番シリーズが投入されていく予定です。家庭用ゲームソフトでは、不透明な市場環境が想定以上に続いていると思いますが、今年後半には市場環境が変わってくると考えています。また、統合後に着手したシナジータイトルなどのラインナップも揃ってきます。このほか前期末に発売した「ことばのパズル もじぴったんDS」などの携帯ゲーム機用ソフトが好調な売れ行きを見せており、マルチプラットフォーム戦略の効果が現れています。今期も期待が持てるソフトの発売が控えていますので、市場環境を見ながら臨機応変な対応を行っていきたくと思っています。

なお、バンダイナムコゲームスとバンプレストを順次品川シーサイド地区に集約していきます。これによりコミュニケーションが格段に良くなり、効率アップ、シナジーの強化、コスト削減に繋がるものと期待しています。

東映グループ、角川グループと資本関係強化

(株)バンダイナムコホールディングスは、コンテンツ戦略のさらなる強化を目的に、(株)角川グループホールディングス、東映(株)、東映アニメーション(株)に対し、490万株の自己株式処分を実施するとともに、角川および東映が実施した第三者割当により両社の株式を取得しました。

角川グループとは、バンダイナムコグループの商品・サービスやキャラクターを角川グループのコミックや雑誌などを通じて訴求をはかるメディアミックスパートナーとして、また東映グループとは、スーパー戦隊シリーズなどの実写作品や、さまざまなアニメーション作品のキャラクタービジネスで商品化許諾を受けるパートナーとして、それぞれ密接な関係を構築しています。今後、バンダイナムコグループ、東映グループ、角川グループは、これまで以上にビジネス面での連携をはかるとともに、新コンテンツ創出などエンターテインメントにおける新たな試みを共同で行っていく予定です。

石森グループ、伊藤忠商事と資本・業務提携

(株)バンダイと伊藤忠商事(株)、石森グループ3社の計5社は、石ノ森章太郎作品のさらなる活性化を目的に新たな協業体制構築を目指し、石森グループの第三者割当増資引受を含む資本・業務提携を実施しました。これによりバンダイは、石ノ森章太郎作品の映像・商品化窓口業務を担当する(株)石森プロの発行済株式35%を保有することとなりました。

この資本・業務提携は、キャラクターマーチャンダイジング展開におけるノウハウを保有するバンダイ、放送通信や生活消費関連産業への取組みに加え、海外でのビジネス展開において幅広いネットワークを保有する伊藤忠商事、そして故・石ノ森章太郎氏の著作権を保有・管理する石森グループが協業することにより、国内外における石ノ森作品のビジネス展開の強化、市場の開拓や活性化を図ることを目的としています。今後は各社のノウハウやネットワークを融合したコンテンツの製作、映像化・商品化などを進めていく予定です。

——アミューズメント施設SBUの状況を教えてください。

高須 国内では、既存店の売上が前年を上回っており、2006年度にオープンした新設の大型店13店舗はいずれも順調に推移しています。とくに昨年9月に川崎駅前にオープンした「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」は非常に好調で、業務用ゲーム機の「機動戦士ガンダム 戦場の絆」も相変わらず長い行列ができる人気となっています。そのほか新たな試みとして、今年3月に団塊世代をターゲットにした「玄創工房」を横浜市のららぽーと横浜にオープンしました。これは、ろくろ、模型、彫金などのもの作りを気軽に楽しんでもらうための施設で、コミュニティ形成にも役立つものと考えています。アミューズメント施設は引き続きスクラップ&ビルドを行い、新設店舗を今期も国内で10店舗ほどオープンしていく予定です。

——ネットワークSBUと映像音楽コンテンツSBUはどうですか？

高須 ネットワークSBUは、バンダイネットワークスの主力事業であるモバイルコンテンツ配信の中でも、サウンド分野の会員数が着信メロディの無料化の流れを受け、大幅に減

少しています。その一方で、ゲーム関連のコンテンツは伸びており、今後はゲーム分野に集中・特化して新しいサービスを確立していきたいと考えています。

映像音楽コンテンツSBUは、バンダイビジュアルが映像ビジネスを中心にその他のフィールドにも事業拡大を目指す「クロスコンテンツ・クロスメディア戦略」を推進しており、サンライズともども好調に推移しています。今年も劇場公開作品やパッケージソフトで話題作が目白押しですし、いよいよ国内外で次世代ディスク向けの商品を順次発売していきますので、今期も順調に推移してくれるものと期待しています。

CSR活動にも積極的に取り組む

——今後の見通しを聞かせてください。

高須 今期は中期経営計画の2年目であり、計画を達成する上できわめて重要な1年となります。おかげさまで中期計画の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」は順調に進んでおり、グループ内のシナジーも随所に発揮されるようになってきましたので、今期も計画通り推移するものと見込んでいま

す。ただし計数計画については、中期経営計画で当初発表した目標を下方修正しました。これはゲームコンテンツSBUにおいて、現在の市場環境と前期の実績を勘案し、売上・利益ともにコンサバティブな数字に設定したためです。しかし、中期経営計画の最終年度である2008年度の計数目標は、当初発表した売上高5,500億円、営業利益580億円の計画を修正していません。また、今期計画についても、当初の目標を修正しましたが、我々の気持ちとしては当初掲げた目標を目指していきたいと考えています。

ところで近年、企業のあるべき姿や社会的責任が厳しく問われています。現場では社会のルールよりも目の利益を優先して考えてしまうこともあるかもしれません。しかし企業は、社会の支持・応援なくして成長できません。短期的な落ち込みは、中長期的には必ず回復できます。バンダイナムコグループでは、コンプライアンス重視の姿勢を社内に徹底し、「夢・遊び・感動」を提供する企業グループとして社会と共存する企業であるという意識を強く持ち、事業活動をはじめ、CSR活動にも積極的に取り組んでいきます。

■志賀高原の「バンダイナムコの森」で森林整備を推進

バンダイナムコグループは、長野県が橋渡しを行い、森林の整備と利用に意欲を持つ地域と企業が連携して推進している「森林(もり)の里親促進事業」における「森林(もり)の里親契約」を、(財)下高井郡山ノ内町和合会との間で締結。5月には現地で記念式典が行われ、グループ社員などがヤマモミジの記念木の植樹を行いました。

これによりバンダイナムコグループは志賀高原(長野県山ノ内町)の約47ヘクタールの森林の里親となり、ここを「バンダイナムコの森」として(財)下高井郡山ノ内町和合会が行う森林整備作業の費用を一部負担するほか、グループ社員による森林整備体験や自然体験など、森林保護と理解に繋がる各種活動の場としていく予定です。



■栃木県壬生町に「おもちゃのまちバンダイミュージアム」開設

バンダイは、4月より栃木県下都賀郡壬生町で「おもちゃのまちバンダイミュージアム」の運営を開始しました。当ミュージアムは、発明や工夫のすばらしさ、ものづくりの楽しさを体感してもらうことを目的に、バンダイが所有する国内外のトイコレクション6,000点、トーマス・エジソンの発明品コレクション300点、コレクションにまつわる研究成果の一部などを一般公開しています。当ミュージアムの運営により、子供たちや研究者の学習・研究、レクリエーションの一助となる役割を果たしていきたいと考えています。



| | |
|------|----------------------------------------------|
| 所在地 | 栃木県下都賀郡壬生町おもちゃのまち |
| 公開日時 | 不定期 |
| 施設面積 | 約4,240㎡(館内1,240㎡) |
| 展示点数 | 約7,000点 |
| 施設構成 | おもちゃ歴史ミュージアム、エジソンミュージアム、企画展スペース、ホール、屋外スペース |
| 入場料 | 大人(高校生以上):400円 子供(4歳~中学生):300円 3歳以下:無料 |

2007年3月期の連結業績 売上高4,591億円、営業利益422億円で増収増益

バンダイナムコグループの2007年3月期（2006年4月～2007年3月）の連結業績は、以下のとおりです。

◆トイホビー事業

国内において「ドラゴンボールZ」「たまごっち」を中心に展開した「データカードダス」が、小学校低学年の男女に人気となるとともに、「轟轟戦隊ボウケンジャー」などの男児定番キャラクター玩具が堅調に推移しました。しかしながら携帯ゲーム機人気の影響により業界全体が低迷する中、女兒玩具が苦戦を強いられました。海外においては、全世界で「たまごっち」「POWER RANGERS（パワーレンジャー）」シリーズが好調に推移するとともに、アメリカ地域で現地発のキャラクター「BEN 10（ベンテン）」の男児キャラクター玩具が人気となりました。

◆アミューズメント施設事業

国内においては、カードゲームやクレーンゲーム機人気によるファミリー層の来店増加に加え、「機動戦士ガンダム 戦場の絆」がコアユーザー層を中心に人気となり、既存店の売上対前期比は101.1%となりました。また、「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」など新規大型店舗が売上に貢献するとともに、既存店の運営効率化によりコスト削減を図りました。海外においては、ヨーロッパ地域で英国を中心にボウリング場などとの複合店展開が好調に推移しました。アメリカ地域ではレベニューシェア拠点の拡大、採算性の低い店舗の撤退などを行い、収益性の向上に努めました。

◆ゲームコンテンツ事業

家庭用ゲームソフトでは、国内外でPSP向け「鉄拳 DARK RESURRECTION」、ニンテンドーDS向け「たまごっち プチプチおみせっち」シ

ーズが人気になるなど携帯型ゲーム機に注力しました。また国内外でPS2およびWii向けの「ドラゴンボールZ Sparking! NEO」、国内でPS2向け「機動戦士ガンダムSEED DESTINY 連合 vs. Z.A.F.T. II PLUS」「テイルズ オブ デスティニー」が好調に推移しました。さらに次世代ゲーム機向けにソフトを発売するなど、マルチプラットフォーム戦略を推進しましたが、一部製品の発売延期やアメリカにおけるローカルタイトルの不振により、全体としては堅調に推移しました。業務用ゲーム機では、「機動戦士ガンダム 戦場の絆」が人気となり、グループシナジー効果を発揮しました。携帯電話向けゲームコンテンツでは、新規コンテンツ拡充により有料会員数が順調に推移しました。

◆ネットワーク事業

モバイルコンテンツ事業では、業務用ゲーム機と連動した「機動戦士ガンダム 戦場の絆」などの高付加価値コンテンツや、ミニゲーム総合サイト「SIMPLE 100シリーズ」などの人気によりゲーム分野は好調に推移し

たものの、待受画面や着信メロディの有料会員数減少の影響が大きく、苦戦しました。また、「3Dエンジン」をはじめとする携帯電話向け新規技術の提供や、モバイルサイトのシステム開発などの企業向けソリューションは順調に推移しました。

◆映像音楽コンテンツ事業

「機動戦士ガンダム」シリーズが、TVアニメーションのDVD-BOXや新作OVAを中心に好調に推移しました。また、映像パッケージソフトでは「攻殻機動隊 STAND ALONE COMPLEX Solid State Society」などの主力作品に加えて、「コードギアス 反逆のルルーシュ」や「FREEDOM」など新たな作品も人気となりました。また、レンタル用DVDビデオの需要が拡大し、業績に貢献しました。さらに当期よりグループとなった(株)ランティスのTVアニメーション「涼宮ハルヒの憂鬱」関連音楽パッケージソフトがヒットし、好調に推移しました。

なお、配当金については、従来予想の安定配当部分24円に業績連動部分4円を加えて、合計28円とさせていただきます。

2007年3月期の連結業績

(単位：百万円)

| | 売上高 | 営業利益 | 経常利益 | 当期純利益 |
|-----------------------|---------|--------|--------|--------|
| 当期実績（2006年4月～2007年3月） | 459,132 | 42,224 | 45,615 | 24,252 |
| 前期実績（2005年4月～2006年3月） | 450,829 | 35,669 | 37,122 | 14,149 |
| 前期比（当期／前期） | 1.8% | 18.4% | 22.9% | 71.4% |
| 2008年3月期の業績予想（連結） | 480,000 | 45,000 | 47,000 | 26,500 |

事業セグメント別業績

(単位：百万円)

| 事業分野 | 当期実績（2007年3月期） | | 前期実績（2006年3月期） | |
|------------|----------------|--------|----------------|--------|
| | 売上高 | 営業利益 | 売上高 | 営業利益 |
| トイホビー | 185,586 | 17,403 | 181,007 | 19,085 |
| アミューズメント施設 | 88,196 | 4,004 | 81,294 | 1,888 |
| ゲームコンテンツ | 139,187 | 11,509 | 130,774 | 9,707 |
| ネットワーク | 12,489 | 880 | 12,521 | 1,835 |
| 映像音楽コンテンツ | 43,006 | 9,496 | 43,328 | 6,187 |

※見直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。

(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)

アンパンマンの世界観を演出したヘアサロン バンダイのアパレル事業部が初めて出店

(株)バンダイ(上野和典社長)は、横浜市のみなとみらいに4月にオープンした「横浜アンパンマンこどもミュージアム」内に、「アンパンマンヘアサロン」をアパレル事業部門の新規事業として出店しました。子供たちは「それいけ!アンパンマン」の世界観を演出した店内で、飽きることなく、楽しくサービスが受けられます。同ミュージアムには、アパレル事業部門が運営する子供服専門店「アンパンマンキッズコレクション」も出店しており、ヘアスタイルから洋服までをトータルにコーディネートできます。バンダイでは、当サロンを通じて、子供たちが家族と一緒におしゃれを楽しむことができる場を創出していきたくと考えています。



©やなせたかし/プレーベル館・TMS・NTV

好きなキャラクターになりきって撮影できる キッズフォトスタジオを横浜に6月オープン

バンダイは、横浜の港北東急百貨店S.C.内に子供向け写真スタジオ「キッズフォト バンダイスタジオ」を6月16日にオープンします。七五三や入園、入学などの記念撮影はもちろん、バンダイならではのサービスとして「キャラクターなりきりフォト」「キャラクターなりきりムービー」も販売します。なりきりキャラクター写真は、「獣拳戦隊ゲキレンジャー」「Yes!プリキュア5」など、5つのキャラクターの中から好きなキャラクターの衣装を着て、合成写真が撮影できるものです。動画サービスの第1弾は「獣拳戦隊ゲキレンジャー」で、お子様がヒーローになりきって敵と戦う様子をDVDに録画します。衣装は0歳~9歳向けに約200種類を揃えています。



©2007テレビ朝日・東映AG・東映

◆キッズフォト バンダイスタジオ

所在地: 横浜市都筑区茅ヶ崎中央5-1
港北東急百貨店S.C.6F アカチャンホンポ内
予約: 0120-410-517 (6月15日~、10:00~20:00)

たまごっち映画化決定 今冬全国ロードショー

人気キャラクター「たまごっち」が、この冬、映画スクリーンに登場します。配給は東宝(株)、監督は映画「劇場版どうぶつ森」などを手がけた志村錠児氏、アニメーション制作は劇場版「ポケットモンスターシリーズ」などで実績のある(株)オー・エル・エムが担当。全国ロードショーは2007年12月の予定です。



©2007 Team たまごっち

仮面ライダー電王 変身ベルトDXゼロノスベルト

6月下旬発売予定/4,725円 (株)バンダイ

大人気放映中の仮面ライダー電王に、ついに2人目のライダーが登場します。その名も「仮面ライダーゼロノス」。圧倒的な力を秘めたゼロノスは、2つのフォームを駆使して戦うライダーで、変身ベルトにゼロノスカードを装填すると、カードがベルトに吸い込まれ、カードの裏と表で2フォームのなりきり遊びができます。自動改札をモチーフにしたベルトで、発車メロディを模した変身待機音も発動。別売りの「DXゼロガッシャー」(7月発売予定)と連動して遊ぶことも可能です。



©2007石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

ガリガリ君入浴剤 Cool!

6月中旬発売予定/全4種・各210円 (株)バンダイ

子どもたちに人気のアイスクャンディ「ガリガリ君」をモチーフにした入浴剤です。お風呂に入れると入浴剤の成分がお湯に溶け、あとに残ったバーにはガリガリ君からの一言メッセージが入っています。バーに「当たり」の文字が出れば、「ガリガリ君手動水かき」のスペシャルバージョンをプレゼント。入浴剤の香りは、ソーダ、オレンジ、グレープ、コーラの4種類。すべてクール成分のメントールが配合されており、暑い夏でも涼しく爽やかな入浴が楽しめます。



©AKAGIXGARIPPO

メカトンボ

発売中/8,379円 (株)シー・シー・ピー

バンダイナムコグループの(株)シー・シー・ピーが、トンボをモチーフにした形も動きも斬新なラジコントイ「メカトンボ」を、5月下旬に発売しました。「メカトンボ」は、2対の羽を上下に羽ばたかせるという斬新なアクションで飛行するトンボ型ラジコンで、前進、右旋回、左旋回ができ、一回の充電で約6分間の連続飛行が可能です。コントローラーが充電器にもなっているので、充電するのもトンボをコントローラーにつなげるだけ。初心者でも「飛ばす楽しさ」が体感できるラジコンです。



浅草花やしきに10年ぶりの新アトラクション 円盤型回転ライド「ディスク・オー」登場

バンダイナムコグループの(株)花やしき(田中英利社長)が運営する遊園地「浅草花やしき」に、このほど約10年ぶりとなる大型アトラクション「ディスク・オー」が登場しました。ディスク・オーは、U字型のレール上を24人乗りの円盤型ライドが回転しながら左右に滑走し、遠心力とスピード感を楽しむことができるファミリースリルライドで、料金は1人1回400円です(乗り物券や乗り物フリーパスが使用可能)。

浅草花やしきは、江戸時代末期(1853年)に造園師の森田六三郎により、牡丹

と菊細工を主とした花園として誕生しました。明治初頭(1870年代)から遊戯施設が置かれ、長きにわたり浅草の名所の1つとして親しまれています。

2004年に(株)バンプレストが事業継承して以降、ゲートや外壁を江戸城をモチーフとしたデザインに改装したり、アクターズスタジオを開校するなど、新たな取り組みを行い、地元に着した幅広い年齢層が楽しむことができる施設として企画運営を行っています。



■浅草花やしき

所在地：東京都台東区浅草
営業時間：10:00～18:00(季節などにより異なります)
定休日：毎週火曜日(祝日・学校休み期間は無休)
敷地面積：5,700㎡ アトラクション数：21種

ディスク・オー

フードコートスタイルのご当地フードパーク 「コバランチ」が なんばパークスにオープン

(株)ナムコ(東純社長)は、手軽な軽食業態であるフードコートスタイルでありながら、フードテーマパーク同様に日本最高峰のご当地グルメが楽しめるご当地フードパーク「コバランチ」を、南海都市創造(株)との共同事業として、



「コバランチ」イメージ図

4月に大阪市浪速区の「なんばパークス」にオープンしました。

ナムコでは、「なんばNEXTスタンダードライフ」を開発コンセプトとした「なんばパークス」の2期計画完成によるランドオープンに伴い、南海都市創造とパークス全体の店舗構成や機能の位置付けを再検討した結果、集客の中核施設として、第1期区画に「浪花麺だらけ2」に代わり、「コバランチ」が誕生したものです。全国各地から宇

都宮餃子、博多やきカレー、佐世保バーガー、長崎ちゃんぽん、軽井沢クレープ専門店など、大阪初出店となる3店舗を含め、ご当地グルメの名店10店舗が勢揃い。気軽に立ち寄り、「小腹を満たす」食べ歩きを楽しむことができます。

コバランチ

所在地：大阪市浪速区難波中2-10-70
なんばパークス7階
営業時間：11:00～23:00 年中無休
(季節により変動あり)
施設面積：1,270㎡(約384坪)
施設構成：ご当地グルメ店舗 10店舗
カフェ 1店舗
フリー飲食ゾーン 180席

出店店舗：
宇都宮餃子「めんめん」(栃木)★
博多やきカレー「伽哩本舗」(福岡)★
刀削麺「刀削麺 萬来」(東京)
越前そば「本家 あみだそば」(福井)
軽井沢クレープリー「アンジェリーナ」(長野)★
大阪鉄板焼「豊房」(大阪)
アメリカンスイーツ「Berrywise(ベリーワイズ)」(大阪)
博多ラーメン「しばらく」(福岡)
佐世保バーガー「ビッグマン」(長崎)
長崎ちゃんぽん「成有亭」(長崎)
カフェ&バー「コバランチカフェ」

★は大阪初出店

ナムコが今夏、東映、バンダイと タイアップイベントを実施

ナムコは7月中旬から8月末にかけて、東映の人気キャラクター「獣拳戦隊ゲキレンジャー」「仮面ライダー電王」の夏季映画と連動したタイアップイベントを全国の施設で実施します。



©2007 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映
©テレビ朝日・東映AG・東映

具体的には、8月に上映される「劇場版 仮面ライダー電王/獣拳戦隊ゲキレンジャー 映画版」の公開に先立ち、キャラクターや映画の告知入り景品袋を全国のナムコ施設300店舗で配布するほか、キャラクターを活用した店内装飾やキャラクターをフィーチャーした景品コーナーを設置。また、映画館が併設されているナムコ店舗では、キャラクターが登場するイベントも予定しています。このほかバンダイとも協力し、「獣拳戦隊ゲキレンジャー」「仮面ライダー電王」のさまざまな関連玩具の商品アピールに主眼をおいたイベントも同時に開催。ナムコの店舗で、「獣拳戦隊ゲキレンジャー」「仮面ライダー電王」の世界観をアピールします。

(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)

PC用ゲーム「ドラゴンボールオンライン」 日韓で展開 韓国では夏から試験サービス

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)は、世界中で人気の「ドラゴンボール」の世界観を使用したPC用オンラインゲーム「ドラゴンボールオンライン」のサービス開始を決定しました。サービスに先立ち、2007年夏より韓国



©バードスタジオ/集英社
©DBO Project Created & Developed by NTL

で試験サービスを行い、日本では2008年にサービスを開始する予定です。本作は原作者の鳥山明氏が全面監修し、魅力溢れる「ドラゴンボール」の世界観はそのままに、原作のはるか未来というオンラインゲーム独自の新たな舞台を設定。シリーズでお馴染みのキャラクターのほか、新キャラクターも続々と登場します。

プレイヤーは、髪型や洋服などを自由にカスタマイズできる自分のキャラクターを作り、オンライン上に参加するほかのプレイヤーたちとリアルタイムでチャットを楽しむことができるほか、出会った仲間たちと協力して強大な敵やさまざまなクエストに挑んだり、時にはプレイヤー同士で闘ったりするなど、オンラインゲームならではの多種多様なイベントを楽しみながら、キャラクターを成長させることができます。

「機動戦士ガンダム 戦場の絆」が デジタルコンテンツグランプリで優秀賞受賞

バンダイナムコゲームスと(株)バンプレストが共同開発したアミューズメント機器「機動戦士ガンダム 戦場の絆」が、第21回デジタルコンテンツグランプリの優秀賞を受賞しました。これは「ガンダムを操縦したい」「モビルスーツのパイロットになりたい」というユーザーの夢を実現させたことが、高く評価されたものです。

このほか「機動戦士ガンダム 戦場の絆」は、経営統合後初めてグループ内で実施した企業価値の向上に貢献した部門やチームを表彰する「クリエイティブアワード」でも、グランプリを受賞しました。

◆機動戦士ガンダム 戦場の絆

「機動戦士ガンダム 戦場の絆」は、バンダイナムコグループのシナジーを結集して開発され、2006年の市場導入以来、ドームスクリーン技術による圧倒的な臨場感や、8人で編成されるチームの仲間と協力して敵チームを倒すという、これまでになかった新しい遊び方が高く支持されています。

◆TV番組とタイアップしたゲームソフトの開発を決定

バンダイナムコゲームスは、人気お笑いコンビ「よゐこ」の有野晋哉さんがメインパーソナリティーを務める人気ゲームバラエティ番組「ゲームセンターCX」(CSフジテレビ721)とタイアップしたゲームを制作します。バンダイナムコゲームス、(株)フジテレビジョン、番組制作会社の(株)ビーワイルドの3社が共同出資して開発を行い、2007年内に発売する予定です。ゲームは、有野さんがさまざまなゲームソフトを攻略するコーナーをモチーフに制作され、番組内でゲームの制作過程を随時公開する新たな試みにも挑戦します。

ナムコネットワークスとKDDIが 米国でのゲーム配信サービスで提携

米国市場で携帯電話向けゲーム配信などを行っているNAMCO NETWORKS AMERICA INC.(久恒健嗣社長、以下ナムコネットワークス)は、KDDI(株)と米国市場での携帯電話向けコンテンツ配信サービスで提携しました。これによりナムコネットワークスは、KDDIが現在日本国内で配信している多岐にわたるコンテンツを、米国の携帯電話事業者を通じて独占的に配信することができます。今後、両社は協力し、現地の特性にあった配信事業を戦略的に行っていく予定です。

ナムコネットワークスは、現在、米国で携帯電話事業者16社を通じ、「パックマン」「ディグダグ」「ギャラガ」などのゲームや着メロ、壁紙などの配信を行っています。今回の提携により、ナムコネットワークスのコンテンツは、さらにバリエーションが豊富になります。

Xbox360用ソフト「トラスティベル ～ショパンの夢～」

6月14日発売予定/7,329円 (株)バンダイナムコゲームス

Xbox360の美しいグラフィックで描かれる本作は、実在した音楽家「ショパン」の夢の中を舞台に、人間の命に焦点をあてた物語が展開



©2007NBGI

されるロールプレイングゲームです。ゲーム内で使用されるショパンの楽曲のピアノ演奏は、世界的なピアニストであるスタニスラフ・ブーニン氏が行い、ナレーションは映画やCMの語り手としてお馴染みの森本レオ氏が務めるなど、豪華な顔ぶれとなっています。

ニンテンドーDS専用ソフト

「山川出版社監修 詳説日本史B 総合トレーニング」
「山川出版社監修 詳説世界史B 総合トレーニング」

6月7日発売予定/各3,990円 (株)バンダイナムコゲームス

(株)山川出版社発行の歴史教科書「詳説日本史B」「詳説世界史B」に準拠する内容を収録した歴史トレーニングソフトです。教科書同様に歴史の時間軸に沿って章ごとにテキストを読む教科書モードや、四択、一問一答、穴埋めなどの問題集を収録しています。また、教科書本文の読み上げ機能や、タッチペンでの記入解答など、聞いて、書いて、歴史を勉強することが可能です。



©山川出版社 ©2007NBGI

国内向け次世代ディスク商品として 7月から8作品・11アイテムを投入

バンダイビジュアル(株) (川城和実社長、東証1部) は、国内向け次世代ディスク商品として、7月からHD DVDおよびブルーレイディスク (BD) 商品を計8タイトル、11アイテムを発売します。今後は2008年2月末までに両フォーマットを合わせ、約30アイテムを投入する予定です。



AKIRA ©1988 マッシュルーム/アキラ製作委員会



王立宇宙軍 ©BANDAI VISUAL/GAINAX

次世代ディスク発売予定

| 発売日 | 作品名 | フォーマット |
|-----------|--------------------------|-----------|
| 7月 27日 | AKIRA | BD |
| | 王立宇宙軍 オネアミスの翼 | BD HD DVD |
| | 機動警察パトレイバー 劇場版 | BD HD DVD |
| 8月 24日 | GHOST IN THE SHELL/攻殻機動隊 | BD |
| | 機動警察パトレイバー 2 theMovie | BD HD DVD |
| | スチームボーイ | BD |
| 9月 25日 | 人狼 JIN-ROH | BD |
| | アヴァロン | BD |

HD DVDまたはBDとDVDとの2枚組 (各10,290円)

第13作目となる北野武監督の最新作 「監督・ばんざい！」6月に全国公開

バンダイビジュアルが第1作目より製作に参加している北野武監督の第13作「監督・ばんざい！」が、新宿テアトルタイムズスクエアほかで6月2日 (一部6月1日より先行上映あり) より全国公開されます。この作品は、カンヌ国際映画祭60周年特別記念企画「To Each His Own Cinema」で、「世界の映画監督35人」に日本人で唯一選ばれた北野武監督の最新作です。

キャストは“北野組”としてお馴染みの岸本加世子、大杉漣、寺島進、渡辺哲のほか、江守徹、鈴木杏、吉行和子、宝田明、藤田弓子、内田有紀、木村佳乃、松坂慶子といった豪華な顔ぶれ。「小津風人情劇」「昭和30年代」「ホラー」「ラブ・ストーリー」「時代劇」「SF」など、すべてのエンターテインメントを網羅したウルトラ・バラエティ・ムービーとなっています。



©2007 バンダイビジュアル TOKYO FM・電通・テレビ朝日/オフィス北野

大友克洋氏原作のマンガをアレンジした 「新SOS大東京探検隊」全国公開

2006年10月に開催された第19回東京国際映画祭の協賛企画「animecs TIFF 2006」で、ワールドプレミアとしてお披露目され、喝采を浴びた「新SOS大東京探検隊」が、5月より新宿バルト9ほかで全国公開されました。

「新SOS大東京探検隊」は、大友克洋氏の短編マンガ「SOS大東京探検隊」を原作に、

当時は描かれなかったアイデアを盛り込んで大胆にアレンジした新作です。本作は、映画「スチームボーイ」で培ったデジタル技術をさらに進化させ、3Dアニメの新境地に挑戦。日本の伝統的なセルアニメの手法を継承しながら、これまでにない3DCGアニメの画期的な表現を生み出し、自然で存在感のあるキャラクター描写が注目を浴びています。



©2006 大友克洋・講談社/バンダイビジュアル・サンライズ

DVD「紙屋悦子の青春」

6月22日発売予定/3,990円 バンダイビジュアル(株)

「父と暮せば」で毎日映画コンクール監督賞など数々の映画賞を受賞した名匠・黒木和雄監督の遺作「紙屋悦子の青春」が、DVDになりました。原作は岸田國士戯曲賞を受賞した松田正隆氏の戯曲で、原田知世、永瀬正敏、松岡俊介、小林薫、本上まなみをはじめとする豪華演技陣が、戦時下の切ない恋、家族の情愛を現代に蘇らせます。戦後60年を経て、現代を生きる人々に忘れてはならない「戦争」を問いかける秀作です。



©2006 「紙屋悦子の青春」パートナーズ

DVD「アイドルマスター XENOGLOSSIA 1」

7月27日発売予定/5,250円 バンダイビジュアル(株)

バンダイナムコゲームスの人気アイドル育成ゲーム「THE IDOL M@STER」を原案に、設定やストーリーを大胆にアレンジした完全新作アニメーションの美少女&ロボットアクションです。初回特典にはキャストコメントなどが収録されたDVD「アイドルマスターを探せ！」が付属。また、(株)アニメチャンネルが運営する総合アニメサイト「.ANIME (ドットアニメ)」(http://www.dot-anime.com)では、オリジナル水着バージョンジャケットの限定商品を発売します。



©サンライズ・バンダイビジュアル

(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)

iモードコンテンツ「ONE PIECE モバイルジャック」が大人気航海中

バンダイネットワークス(株)(大下聡社長、JASDAQ)が2005年8月に配信サービスを開始した携帯電話向け複合型エンターテインメントコンテンツ「ONE PIECE モバイルジャック」(通称:モジャ)が、人気となっています。昨年10月には本格的なRPGコンテンツ「ワンピースRPG」を追加投入したほか、アクション、パズル、スポーツなど、ワンピースの個々のキャラクターの特性を生かした本格的なゲームを追加。その結果、会員数は順調に伸び、今年3月末時点での会員数は13万人に達しています。



©尾田栄一郎/集英社
©BANDAI NETWORKS

「モジャ」人気はワンピース自体のファンだけでなく、ゲーム好きなユーザーからもゲーム性やゲームのバリエーションが大きな支持を得ています。バンダイネットワークスでは、今後もクオリティの高い携帯電話向けゲームを続々と投入していく予定です。

Hello Kitty Ladies Collection

受注受付/3,150~30,450円 予約受注期間 6月27日まで
バンダイネットワークス(株)

幅広い世代から愛される「ハローキティ」をモチーフにしたオリジナルのゴルフ関連商品を、バンダイネットワークスが運営する通販サイト「LaLaBit Market」で先行予約を受け付けています。近年の女性プロゴルファーの活躍で増えつつある20~30代の女性ゴルファーをターゲットに、キャディーバッグやボストンバッグ、クラブケースなど6種類の関連商品を販売します。

©1976.2007 SANRIO Co.,Ltd.



「パッチギ! LOVE&PEACE」全国ロードショー

(株)ハビネット(苗手一彦社長、東証1部)が出資した井筒和幸監督の「パッチギ! LOVE & PEACE」が、5月19日よりシネカノン有楽町ほか全国でロードショー公開されました。前作の「パッチギ!」から2年。待望の第2章は、1974年の東京が舞台です。主人公アンソン役の井坂俊哉と妹キョンジャ役の中村ゆりは、2,200人を超えるオーディションから大抜擢。西島秀俊と藤井隆が兄妹の運命を大きく左右する役を演じ、受け継がれてゆく「命」の壮大なドラマを謳い上げ、誰もが生きる勇気をもたらす笑い涙の極上エンターテインメント作品に仕上がっています。



©2007「パッチギ! LOVE & PEACE」パートナーズ [シネカノン/ハビネット/SHOW-BOX/読売テレビ/メモリーテック/エイベックス・エンターテインメント/TOKYO FM]

Portrait

プレイステーション3用ゲームソフト「ガンダム無双」のプロデューサー

(株)バンダイナムコゲームス CSカンパニー CS第2プロダクション マネージャー 堀内 美康

今年3月に発売してから、わずか1か月で約30万本を販売したPS3用ゲームソフト「ガンダム無双」。(株)コーエーの人気ゲームソフト「無双」シリーズと、「機動戦士ガンダム」シリーズがタッグを組んだ爽快アクションゲームで、発売前から大変な話題となりました。今回は、「ガンダム無双」をプロデュースした(株)バンダイナムコゲームスの堀内プロデューサーに話を聞きました。

Q 人気の要因を聞かせてください。

A 「ガンダム無双」というタイトルから、どのようなゲームかということにすぐ想像していただけたようで、発売前から大変な話題となりました。また、いざ発売すると、「無

双」と「ガンダム」の高いマッチングが評価され、ユーザーの方から「期待以上に良かった」という声をたくさんいただきました。「無双」の爽快感と「ガンダム」の世界観という、それぞれの魅力を十分に引き出したことが、人気の最大の要因だと思います。

Q コーエーさんとは初のタッグでしたね?

A 開発は、企画を両社が協力して練り上げ、プログラムやグラフィックをコーエーさんが、全体のプロデュースを当社が担当しました。開発期間は約2年でしたが、その間、現場で密に情報交換する中で、お互いのコアな部分にまで入り込んで仕事をすることができました。それがユーザーの皆さんに喜んでいただける作品に繋がったと思います。コーエーさんと一緒に仕事をして、その技術力の高さとスピードが印象に残っていますね。

Q 苦労した点は?

A 企画段階ではガンダムの作品やモビルスーツ選びにかなりの時間を費やしました。最終的にはアクションゲームとしての爽快

さ、モビルスーツの持つユニークさを引き出すことができるか、幅広いユーザーの方に支持されるか、ということで決めました。この苦労が実って、ユーザーの方には良い意味での驚きを提供することができたのだと思います。コーエーさんも我々も、「新しいものを作りたい」という気持ちが非常に強く、コーエーさんは「もっとガンダムらしく」、我々は「もっと無双らしく」という部分でよく議論しましたね。商品名もいろいろ案があったのですが、直球でわかりやすい「ガンダム無双」になり、結果として良かったと思っています。

Q 次に取り組んでみたいことは?

A これまでは主にガンダムのゲームソフトを手がけてきましたが、新しいこともやってみたいですね。ビデオゲームの持つ可能性を改めて見直したいと思います。今までにはなかった新しい切り口や表現を考え、我々でなければできないユニークなことをやっていきたいと思っています。



1998年バンダイ入社。数多くの「ガンダム」のゲームソフト開発に携わり、世に送り出すとともに、さまざまなカテゴリーの作品を独自の視点でプロデュース。

時代のニーズに対応した新規事業を確立し コンテンツビジネスの総合プロデュース企業を目指す

バンダイナムコグループの中で映像音楽コンテンツSBU（戦略ビジネスユニット）の主幹会社として事業の中核を担うバンダイビジュアル(株)は、「クロスコンテンツ・クロスメディア戦略」を打ち出し、事業の拡大を目指しています。今回は同社の川城和実社長に、2年目に入った中期経営計画の進捗状況や、次世代ディスクへの取り組みなどについて聞きました。



次世代ディスクHD DVDで日米同時発売が決まったOVA「FREEDOM」
©2006 FREEDOM COMMITTEE

——前期の状況を聞かせてください。

川城 2007年2月期は、おかげさまで予想を上回る結果を残すことができ、7期連続で最高益を更新しました。これは「機動戦士ガンダム DVD-BOX」など一連のガンダムシリーズが好調に推移したこと、またTVアニメーション「コードギアス 反逆のルルーシュ」や、OVA（オリジナルビデオアニメーション）の「FREEDOM」などの新作が業績に寄与したことが、大きな要因となっています。我々の事業は、これまでに蓄積してきた映像資産で利益をつくり、それによって新作に投資するというビジネスモデルで成り立っています。そのためにも当社では、ガンダムシリーズのように何年経っても受け入れられる高いクオリティと、文化的価値のあるものを常に制作していきたいと考えています。

——中期経営計画の2年目に入りましたが、進捗状況はどうか？

川城 当社は昨年3月にスタートした中期経営計画で、「クロスコンテン

ツ・クロスメディア戦略による事業拡大」を経営方針として打ち出し、テキスト系コンテンツを手がけるエモーションの再構築、音楽制作会社ランティスの子会社化、総合アニメサイト「.ANIME（ドットアニメ）」を運営するアニメチャンネルの設立など、次々に具体的な施策を実施してきました。今はまだ種まきの段階ですが、これから機動性の高い経営を推進し、成長基盤を築いていきます。

——「.ANIME」の状況は？

川城 「.ANIME」は、eコマース、映像配信、音楽配信、Webマガジンなど、アニメーションを中心にさまざまなコンテンツやサービスを提供するサイトで、映像配信を見ていただくことでパッケージソフトの購入に繋げていくことを期待しています。eコマースでは、当社の商品だけでなく、他社の商品も扱わせていただいております。商品点数も増え、4万点を超えました。そのほか、「.ANIME」でしか手に入らないオリジナル専売商品を発売したり、購入特典、先行配

信なども拡充しています。3月には価格設定やポイントサービスなども含め、サイトをリニューアルしました。また、認知度のアップを目的に、「Windows Media® Player 11」の日本語版オンラインサイトでも「.ANIME」

の映像配信を開始しました。

——テキスト系コンテンツは？

川城 エモーションが、「.ANIME」内でWebマガジン「トルネードベース」を発信しています。ここでは、アニメーションとそれを取り巻く人々をさまざまな角度から取り上げているほか、アニメ評論家などのエッセイも掲載しています。まだ試行錯誤の段階ですが、下地ができましたので、より魅力的なコンテンツをつくり、若手作家の発掘・育成の場にしていきたいと考えています。

——ランティスはどうですか？

川城 昨年はTVアニメーション「涼宮ハルヒの憂鬱」関連の楽曲が大ヒットしました。今年もTVアニメーションの主題歌などで活躍する男女のユニット「ALI PROJECT（アリプロジェクト）」が4月に発売したベストアルバムが、オリコンの週間アルバムランキングで初登場5位を記録するなど、幸先の良い滑り出しとなっています。ランティスには可能性を秘めたアーティストがたくさんいますので、今後も楽しみです。

——バンダイネットワークスとの連携も進んでいますね？

川城 はい。バンダイネットワークスが運営する携帯電話のコンテンツサイト「アニメコレクション」で、ランティスの楽曲などの着うた配信を開始しました。また、バンダイビジュアルの商品や作品情報などを提供する情報サイト「バンダイVモバイル」も、「アニメコレクション」に移行し、共同で展開しています。今



DVD「アイドルマスター XENOGLOSSIA 1」のANIMEスペシャルパッケージ版 ©サンライズ・バンダイビジュアル

ランティスが発売したALI PROJECTのベストアルバム「薔薇架刑（そうびかけい）」

後もバンダイナムコグループ各社それぞれの強みによる相乗効果で、さらにビジネスを盛り上げていきます。

次世代ディスクを順次投入 第1弾は6月に日米同時展開

——今夏からいよいよ次世代ディスク商品を発売しますね？

川城 まず第1弾として、人気OVAの「FREEDOM 1」を、HD DVDとDVDのツインフォーマットで6月26日に日米同時発売します。その後も国内では7月から9月にかけて、「AKIRA」「スチームボーイ」「アヴァロン」など、当社を代表する劇場作品を中心に順次投入します。次世代規格については、ブルーレイディスクにも、HD DVDにも、バランス良くリリースしていく予定です。

——海外の状況はどうですか？

川城 アメリカでは、よりクオリティの高い商品を供給するため、日本で作った商品を現地で販売するという方式に切り替えました。アメリカでは低価格販売が常態化し、当社が得意とする高付加価値商品は馴染まないと思われてきました。しかし、実際に調査してみると、日本と同じように付加価値やクオリティを求める熱心なファンが大勢いらっしゃいます。我々はそういう方々を中心にビジネスを行うべきで、マスマーケティングの発想ではなく、ニッチマーケットを意識した新しいビジネスを構築していかなければなりません。今はインターネットの普及などにより、地域で区切るようなビジネスが

成り立たなくなっています。このため我々も日本で開発した商品を同一仕様、同一価格で世界同時展開することが必要となっています。このビジネスモデルを米国できちんと精査し、今後、欧州やアジアでも展開していきたいと考えています。

——今後の期待作品は？

川城 劇場公開作品では、北野武監督の13作目「監督・ばんざい！」が、6月に全国公開されます。北野監督はカンヌ国際映画祭の60周年特別記念企画で、「世界の映画監督35人」に日本人でただ一人選ばれており、こうした話題性も観客動員に繋がるものと期待しています。TVアニメーションでは、「コードギアス 反逆のルルーシュ」が引き続き好調で、続編の制作も決まりました。放映中の作品では、業務用ゲームをベースにアニメーション化した「アイドルマスター XENOGLOSSIA」が、非常に好評です。「アイドルマスター」は、当社がパッケージソフトを手がけるほか、バンダイナムコゲームスがXbox360用の家庭用ゲームソフトを、バンダイがキャラクター商品を発売しています。また、サンライズが映像、ランティスが音楽を担当し、「.ANIME」でも特別仕様版のDVDを限定発売するなど、バンダイナムコグループを横断したシナジー企画となっています。

——今後の抱負を聞かせてください。

川城 当社はこれまでパッケージソフトビジネスを中心に事業展開してきましたが、メディアは大きく変容



川城和実社長のプロフィール

＜経歴＞ 1959年11月4日生 千葉県出身
82年3月 上智大学文学部卒業
89年7月 (株)バンダイ入社
94年4月 バンダイビジュアル(株)入社
99年3月 映像事業本部副本部長 兼 映像企画部長
99年5月 取締役 映像事業本部副本部長 兼 映像企画部長
02年3月 取締役 映像事業本部副本部長 兼 映像統括部長 (株)バンダイチャンネル取締役
03年5月 代表取締役社長に就任

しており、パッケージソフトだけではなく、いろいろなコンテンツの楽しみ方が生まれています。当社が中期経営計画で、「クロスコンテンツ・クロスメディア戦略」を掲げたのは、そうした多様なニーズに対応していく必要があるからです。バンダイビジュアルは今後も、映像音楽コンテンツSBUの中でより深い協力関係を築き、またバンダイナムコグループとしてのシナジーを発揮させながら、「コンテンツビジネスの総合プロデューサー企業」を目指していきます。

編集後記

バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」を世界中の人々に提供し続けることを企業理念とし、事業活動以外にも環境保全、文化活動支援、社会貢献などで「夢・遊び・感動」を提供する活動を行っています。本号では「バンダイナムコの森」や「おもちゃのまちバンダイミュージアム」についてご紹介し

ましたが、そのほかにも北海道で開催される「YOSAKOI ソーラン祭り」を含む全国各地で開催される祭りへ協賛し、夢に向かって頑張る人々を応援しています。また、モータースポーツ「スーパーGTシリーズ」に参戦するTOYOTA系チーム「KRAFT」とスポンサー契約し、モーターファンにバンダイナムコグループの理解促進をはかっています。現在開催中の「スーパーGT2007レース」には、

カトキハジメ氏がカラーリングを担当したグループロゴの入った斬新なデザインのマシンが出場していますので、ご注目下さい。

バンダイナムコグループは中期経営計画の折返し点である2年目に入りました。今年度もスピードとチャレンジでさまざまな事業展開を行っていきたく考えておりますので、引き続きご支援いただけますようお願い申し上げます。
(経営管理部 広報IR担当)

(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)

純プラチナ製 機動戦士ガンダム「GUNDAM FIX PLATINUM」

非売品 (株)バンダイ

(株)バンダイは、GINZA TANAKA (田中貴金属ジュエリー(株)) と共同で、純プラチナ製の機動戦士ガンダム「GUNDAM FIX PLATINUM」(非売品) を製作しました。

これは、プラチナの新しい価値を創造したいというGINZA TANAKAの思いと、ガンダムというキャラクターを世界に向けて発信したいというバンダイの思いが合致し、製作に至ったもので、時代を超えた人気を誇るキャラクターに、純粋性・希少性・永続性の象徴とされる純プラチナ(Pt1000)を素材として使用し、白く輝き続けるプラチナで再現することにより、ガンダムの持つ魅力と輝きを永遠に保つことに成功しました。

製作にあたっては、アートディレクション

をガンダムのモデルデザインの第一線で活躍するカトキハジメ氏に依頼。プラチナ製品ではかつてない89ものパーツを卓越したプラチナ加工技術で再現し、デザインから完成まで約2年が費やされました。

全長は約125mm、重さは約1.4kgで、頭部のカメラアイ部分にはダイヤモンド0.15カラットを使用し、貴金属としての彩りを添えています。

この純プラチナ製の機動戦士ガンダムは、4月にスイスのパーゼルで開催された世界最大の時計・宝飾品の国際見本市「BASEL WORLD 2007」で初展示され、海外宝飾関係者の好評を博しました。今後は、日本国内のイベントにも出展を予定しています。



©創通・サンライズ

ニンテンドーDS用ソフト「トレジャーガウスト ガウストダイバー クリムゾンレッド」 「トレジャーガウスト ガウストダイバー ディープブルー」

7月5日発売予定/各5,040円 (株)バンダイナムコゲームス

2005年秋にバンダイから発売された、イタズラ好きの目に見えない「磁幽霊(ガウスト)」をホカクする遊びが小・中学生の男児を中心に人気を集めている「トレジャーガウスト」。その世界観を使用したニンテンドーDS用ソフトが、(株)バンダイナムコゲームスから7月に発売されます。

「トレジャーガウスト ガウストダイバー クリムゾンレッド」と「トレジャーガウスト ガウストダイバー ディープブルー」の2タイトルで、いずれも「トレジャーガウスト」の世界観を舞台としており、実際にDSを外に持ち歩いて町を探検し、「ガウスト」の出す「磁霊波」を

探すという独特の遊び方で楽しむゲームです。ホカクしたガウストはバトルモードで戦わせることができるなど、ホカク・育成・戦闘といった遊びの基本は、玩具の「トレジャーガウスト」を踏襲しています。

「ガウスト」は120種類以上が収録されており、性格や能力が異なる「ガウスト」の組み合わせは1万種類以上となります。なお、「クリムゾンレッド」と「ディープブルー」では、最初にパートナーとなる「ガウスト」が異なるほか、探知できる「ガウスト」も異なります。



サーチカメラモード

バトルモード

*トレジャーガウストは(株)バンダイの登録商標です。
©BANDAI ©2007 NBGI

次世代ディスク「FREEDOM 1」

6月26日発売予定/米国:39.99ドル、日本:5,040円 バンダイビジュアル(株)

バンダイビジュアル(株)は、次世代ディスク商品の第1弾として、大ヒット中のオリジナルビデオアニメーション「FREEDOM 1」をHD DVDとDVDのツインフォーマット*で6月26日に日米同時発売します。米国では、バンダイビジュアルUSAが発売し、流通はジェネオンエンタテインメント社が担当。日本では、(株)アニメチャンネルが運営する総合アニメサイト「.ANIME」で発売します(注:北米向け商品のため、メニュー画面、解説などはすべて英語で記載されています)。

「FREEDOM」は、日清カップヌードルのTV-CFとのコラボレーション企画として注目を集めているSFアニメーションシリーズで、大きなスケール感とダイナミックなアクション

が高い評価を受けている作品です。バンダイビジュアルは、HD DVDの最新動画画像圧縮技術の改善に関してメモリーテック(株)およびマイクロソフト(株)と技術協力しており、より高品質な映像を楽しむことができます。

この「FREEDOM 1」を皮切りに、国内では7月からHD DVDとブルーレイディスク商品を順次発売していきます。また、今後は次世代ディスク商品のレーベルを、現在バンダイビジュアルUSAで使用している海外用レーベル「オネアミス」で展開し、全世界を視野に入れた事業構築を目指します。

*ツインフォーマット:1枚のディスクに1層のHD DVDと1層のDVDを2層構造で形成したもので、従来のDVDプレーヤーでそのまま再生できます。



©2006 FREEDOM COMMITTEE