

【ご質問】

中期計画最終年度の2015年3月期の各事業の国内外別売上・セグメント利益を教えてください。

トイホビー事業は、

売上高：国内 1700 億円／海外 500 億円 セグメント利益：国内 175 億円／海外 45 億円

トイホビー事業合計 売上高：2200 億円 セグメント利益：220 億円

コンテンツ事業は、

売上高：国内 1900 億円／海外 300 億円 営業利益：国内 190 億円／海外 10 億円

コンテンツ事業合計 売上高：2200 億円 セグメント利益：200 億円

アミューズメント施設事業は、

売上高：国内 600 億円／海外 100 億円 営業利益：国内 30 億円／海外 5 億円

アミューズメント施設事業合計 売上高：700 億円 営業利益：35 億円

を計画しています。

【ご質問】

2012年4月からの新中期計画では、好調な国内トイホビー事業を更に強化するとのことですが、どのような戦略をとるのでしょうか？

2009年4月からの現中期計画では、すでに安定したシェアを獲得している未就学児男女層に加え、シェアを獲得しきれていなかった小学生男児層や大人層向け、乳幼児向けの展開を強化し実績をあげ始めています。国内において、我々がNO.1シェアを獲得できていないターゲットは、まだ複数あります。新中期計画においても、引き続きシェアを獲得しきれない層に向けた商品展開を強化し、シェア拡大をはかっていきます。

【ご質問】

新中期計画のグループネット戦略で3000万ID獲得を目指すとのことですが、現時点で獲得しているのはどのくらいですか？

現在のグループのWEBサイトやネットワークサービスを活用しているユーザーが約1千万人です。ユーザーを1つのIDでつなぐことで、ネットワークサービス活用の利便性を増し、直接情報発信を行うマーケティングツールとして活用していきます。2012年度3月期中に、1千万人のうちの150～200万のIDをつなげる予定です。新中期計画中に既存ユーザー分1000万のIDをつなげると共に、我々のネットワークサービスの価値を向上させることで、新規ユーザー2000万IDを獲得したいと考えています。

【ご質問】

現中期計画における玩具ホビー事業の欧米苦戦の理由と、今後の立て直し策について教えてください。

現中期計画では、欧米地域では主力 IP の「Power Rangers」の放映環境悪化に伴い、商品販売が苦戦しました。2011年2月から「Power Rangers」新作放映が有力局でスタートし、昨年末の商戦における人気度は、過去安定的に欧米で100～200億円の売上をあげていた頃のポテンシャルまで復活してきていると感じています。2012年は年初から欧米で強力に商品展開をはかり売上拡大を目指します。

まずは、玩具ホビー事業の海外における主力 IP 「Power Rangers」展開を復活させ、その他の IP についても投入を行い、欧米での安定化をはかります。また、地域についても中南米や中近東に拡大をはかります。

【ご質問】

現中期計画におけるコンテンツ事業の欧米苦戦の理由と、今後の立て直し策について教えてください。

現中期計画では、家庭用ゲームソフトにおいて、海外開発で多額の開発費をかけた新規チャレンジタイトルを同時期に投入した結果、販売面で苦戦しました。すでに海外での開発をストップし、クオリティとスケジュール管理をしっかりと行える日本開発体制に変更しました。またタイトル編成面でも、実績あるフランチャイズタイトル、主要 IP タイトルに絞込みを行っています。この結果、日本国内ではスピーディな開発によりヒットタイトルが複数生まれています。また海外は販売・マーケティングに特化することで回復基調にあります。新中期計画においても、まずは、フランチャイズタイトル・主要 IP タイトルに絞り込んだ展開を行い、収益の改善を目指します。

【ご質問】

開発会社バンダイナムコスタジオ設立の目的を教えてください。

バンダイナムコゲームスの開発部門をバンダイナムコスタジオとして分社化することで、バンダイナムコゲームスは事業に特化します。バンダイナムコスタジオは開発に特化し、役割と責任を明確にします。バンダイナムコスタジオを開発に特化した会社とすることで、開発人員にあった制度を導入します。これにより、開発効率を向上させるとともに、社員のモチベーションがあがる仕組みも導入し、技術の向上と創造性の発揮を促します。

コンテンツ事業では、現中期計画において従来の出口別組織から IP 軸組織に変更したことで、IP 価値最大化に向け最適な出口に向けたスピーディな展開をはかることができるようになりつつあります。バンダイナムコスタジオ設立は、この IP 軸戦略を強力に推進するためでもあります。

【ご質問】

SNS コンテンツの足元の状況と、今後の戦略を教えてください。

2012年3月期は複数の有力IPコンテンツを投入したことで、年間売上高は100億円を超える見込みです。今後は、バンダイナムコゲームス、バンダイナムコオンライン、BDNAという3社の特徴を活かした異なる強みのコンテンツを、継続的に投入します。SNSについては、今後も我々のIPの魅力を発揮できる出口の1つとして、安定した展開をはかる計画です。

【ご質問】

アミューズメント施設市場の今後の市場動向をどのようにご覧になりますか？

2012年3月期前半は、近場レジャーへの安近短需要もあり、ナムコの施設の既存店売上は前年を上回るスタートとなりました。現在は徐々に落ち着いてきており、年間では前年並となる見込みです。2013年3月期については、現状の市場規模程度で推移すると見ており、今後は従来のファミリー層に加え、シニア層向けの展開など、顧客セグメント別に様々なアプローチをしていきます。

【ご質問】

新中期計画における人員数の見込み・事業別内訳を教えてください。

基本的に現在の延長上で、大きな増減は予定しておりません。コンテンツ事業においては、環境変化を踏まえ、開発人員を、家庭用ゲームから業務用機器やネットワークコンテンツにシフトしていく予定です。また、グローバル新卒採用の継続を行い、グローバル人材の発掘・育成を強化します。