

2011年3月期 第1四半期連結業績は、トイホビー事業の国内定番キャラクター玩具やカード商材が好調に推移したことに加え、リスタートプランに基づき、コンテンツ事業、アミューズメント施設事業を中心に一定のコスト削減効果を発揮することができました。

この結果、当第1四半期の連結業績は、売上高 819 億 12 百万円、営業利益 29 億 53 百万円、経常利益 29 億 42 百万円となりました。なお、特別損失として有価証券評価損、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額を計上した結果、四半期純損失は 16 億 44 百万円となりました。

トイホビー事業は、国内において「仮面ライダーW(ダブル)」や「ハートキャッチプリキュア！」などの定番キャラクター玩具、デジタルカードゲームのデータカードダスが好調に推移し、業績に大きく貢献しました。また、新たにターゲットの拡大を目的に投入した「ハイパーヨーヨー」、乗り物玩具の「VooV(ブーブ)」も人気となりました。また前年度苦戦した玩具周辺事業についても回復してきております。

一方、海外においては、「BEN10(ベンテン)」のキャラクター玩具が堅調に推移しました。また欧米において中長期的な成長へ向けた新しいカテゴリーやコンテンツの開拓に着手しましたが、当第1四半期においてはその成果を得るには至りませんでした。

コンテンツ事業は、第1四半期には国内外とも家庭用ゲームソフトの新規主カタイトルの販売がありませんでした。なお、前年度に発売した「鉄拳6」のアメリカ地域販売分は、現地会計基準に基づき当第1四半期に計上しております。業務用ゲーム機については、「デッドストームパイレーツ」を中心に堅調に推移しました。前期苦戦した映像音楽コンテンツについては、選択と集中により収益性が改善しましたが、携帯電話機向けコンテンツは、有料会員数の減少に伴い低調な推移となりました。

アミューズメント施設事業は、国内において厳しい市場環境が続くなか、顧客セグメント別の営業戦略に取り組み、キャラクターの世界観を体感できる差異化された店舗を中心に堅調に推移し、既存店売上前年同期比は 96.3%となりました。一方費用面においては、引き続き各種効率化施策を実施し、コストを削減することができました。海外においては、ヨーロッパ地域において低調な推移となったものの、アメリカ地域においては前年度に実施した効率化施策の効果により収益性が改善しました。

第2四半期累計期間の見通しについては、夏休み商戦においても、国内のトイホビー事業が好調に推移していることから、営業利益・経常利益を当初予想の営業損失 10 億円 経常損失 10 億円から、営業利益 15 億円 経常利益 15 億円に修正します。なお、第2四半期累計期間の 売上高 1,750 億円と四半期純損失 35 億円の予想には修正ありません。

2011年3月期 通期業績予想につきましては、各事業の主力商品・サービスの提供が第3四半期以降に集中していること、今後不透明な事業環境が続くものと想定しており、年初計画から変更ありません。

次に各事業の今後のトピックについて、ご説明します。

トイホビー事業では、国内圧倒的 NO.1 に向け、定番キャラクター層の更なる強化を行います。まず7月より玩具発コンテンツの新番組「デジモン クロスウォーズ」がスタート。玩具、データカードダス、自販機カプセル商品など幅広いカテゴリで商品展開し、定番化を目指します。また9月からは仮面ライダーの新番組がスタートします。新番組では、メダルを核に玩具、データカードダス、キャンデイトイなどを連動させ相乗効果を発揮します。そしてガンプラ(ガンダムプラモデル)30周年企画が本格始動しました。7月発売の新ブランド「RG(リアルグレード)」シリーズが好スタートをきったほか、1/1 ガンダム立像を展示している「模型の世界首都 静岡ホビーフェア」は初日2日で6万人以上を動員し注目を集めています。今後は全国主要都市でイベントを開催し更なる盛り上げを図ります。さらに、「ハイパーヨーヨー」や「VooV」など新カテゴリにおいても継続的に新商品を発売するなど強化を図ります。

厳しい状況が続く海外は、2011年3月期については新コンテンツや新カテゴリを投入し、中長期に向けた種まきを行います。2011年には「パワーレンジャー」新番組もスタートする予定になっており、番組と連動し商品展開も行います。

コンテンツ事業は、国内でキャラクタータイトルの受注が堅調に推移していますが、海外では新規タイトルが計画を下回るなど、パッケージ市場における厳しい環境が続いています。第3四半期以降に予定している主力タイトルの計画についても、決して楽観視しておりません。計画達成に向けプロモーション・営業面でも選択と集中を図ります。このほか、第3四半期以降に様々な主力商品を投入します。今年2月に発売し60万本以上のスマッシュヒットとなった「GOD EATER(ゴッドイーター)」の第2弾を10月に投入することが決定しました。今後は海外市場も視野に新規フランチャイズとして育成をはかります。

業務用ゲーム機では「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」を秋に発売しますが、お陰さまで好評です。映像パッケージソフトでは、「機動戦士ガンダムUC(ユニコーン)」の第2話が10月からスタートし、イベント上映、配信、パッケージ展開の同時展開により最大化を目指します。

コンテンツ事業は2010年4月より出口別からコンテンツ軸の組織に移行し、コンテンツ価値を最大化するため、スピーディかつ柔軟な動きに着手しています。スマートフォン、SNS、そして新たなプラットフォームなど、様々な出口に向けたコンテンツの活用を加速していく計画です。

アミューズメント施設事業は、引き続き効率化とバンダイナムコグループならではの差異化された施設展開を推進します。ポケットモンスターや仮面ライダーを活用した夏季商戦キャンペーンを実施するとともに、たまごっちやウルトラマンなどのパッケージ型遊戯コーナーを今期27店舗に導入します。

また旗艦店舗のナムコ・ナンジャタウンでもキャラクターイベントの実施などにより集客アップをはかっています。これら取り組みにより国内既存店売上高前期比については当初計画の100%としております。

2011年3月期第1四半期は前年を上回る形でスタートすることができました。しかし、私たちとしては、2011年3月期当初計画である売上高4,000億円 営業利益110億円が達成できて初めて信頼の回復の第一歩となると考えております。夏休み商戦、そして年間最大の年末年始商戦に向け、危機意識を常に持ち全力を尽くしたいと思います。

【見直しに関する注意事項】

当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、戦略、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。