

【2013年度上半期実績】

2014年3月期 第2四半期連結累計期間(2013年度上半期)の業績は、夏休み商戦を中心に、社員が頑張ってくれたおかげで、売上・利益とも、第1四半期業績を開示した8月時点の見込みを上回る結果となり、売上高 2,285億28百万円 営業利益263億89百万円となりました。中間配当につきましては、12円とさせていただきます。また、期末配当については、安定配当 年間24円、配当性向 30%を目指すという当社の株主還元の基本方針に基づき、今後検討してまいります。

事業別の概況をご説明します。玩具ホビー事業の国内は、第1四半期はスロースタートとなりましたが、夏休み商戦以降、総合力で盛り返しました。これは、「スーパー戦隊」シリーズ、「プリキュア」シリーズなど定番IPに加え、新規IP「アイカツ！」のヒットも貢献しています。「アイカツ！」は、年初にはグループ全体で年間50億円の売上を見込んでいましたが、現時点では年間95億円と、100億円が視野に入ってきました。海外では、アジアが順調に推移しました。欧米については年末年始に集中したビジネスを予定しています。

コンテンツ事業の上半期 営業利益が8月時点の見込みを修正した主な要因は、家庭用ゲームソフト、ネットワークコンテンツ、映像音楽コンテンツ の3事業です。

家庭用は、「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」や「ディズニー マジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ」など新作のヒットに加え、「太鼓の達人」シリーズなどのリピート販売や、ダウンロードの販売が好調で、利益に貢献しました。

ネットワークコンテンツでは、SNSとオンラインゲームが 引き続き安定的に推移しています。また、スマートフォン普及が進み、アプリが伸び始めました。8月時点では、通期のネットワークコンテンツ売上として580億円を見込んでいましたが、アプリの伸びなどを踏まえ、現時点で年間630億円を見込んでいます。

映像音楽コンテンツでは、「宇宙戦艦ヤマト2199」「ガールズ&パンツァー」「ラブライブ！」など、複数タイトルのスマッシュヒットに加え、「アイカツ！」などの音楽ソフトも好調でした。

なお、費用面では、年初よりご説明している、将来に向けた種まきとして、第2四半期に、20億円の投資を予定していましたが、一部下半期へずれ、15億円の実績となりました。上半期の15億円につきましては、「パックマン」など新規IPに関するもの、海外のスタジオ子会社2拠点の設立、将来の技術変化を見据えた技術開発、などに投資を行いました。

アミューズメント施設事業は、7月に「J-WORLD TOKYO」と「ナンジャタウン」の2つのテーマパークをオープンするなど、新たな事業の柱の構築に向けた取組みを行いました。しかしながら、国内既存店の売上高は昨対94.6%となりました。

【2013年度通期見込み】

2013年度通期見込みは、上半期の実績、下半期の商品・サービス計画、市場環境などを踏まえ、売上高4,850億円 営業利益 450億円に修正しました。

事業セグメント別見込みについては、トイホビー事業は、通期見込みの変更はありません。「仮面ライダー」などの新番組も好スタートをきり、国内を中心にビジネスは堅調に推移しています。下半期の利益が、前回見込よりダウンするのは、新規IP投入に伴う広告宣伝費の増加などによるものです。

コンテンツ事業については、通期売上は上半期実績を踏まえ、8月時点と比べ、ネットワークコンテンツ関連で約50億円、映像音楽コンテンツ関連で約25億円、それぞれプラスとなる見込みです。コンテンツの下半期見込については、前回比で売上が増加する一方、営業利益はダウンする見込です。これは、種まきの投資について、一部が上半期から下半期にずれこむのに加え、スマートフォン普及やアプリ市場の拡大などの環境変化を受け、ネットワークコンテンツの開発・投入に伴う初期コストが増加するためです。これにより、通期の種まき投資としては、年初比で約10億円多い40～50億円を見込んでいます。このほかの要因として、コスト先行となる業務用ゲーム機販売の一部が上半期から下半期に変更になったことなどがあります。種まきの投資が増える予定ですが、私は、グループの足元が安定している今だからこそ、将来のための、大胆な挑戦や改革に着手すべきだと考えています。一時的に費用が発生しますが、来期以降にしっかり繋げていきます。

アミューズメント施設事業については、国内既存店の改善や、新業態への挑戦など、できること、やれることがまだまだあると考えています。これらを成果につなげ、通期見込みを達成したいと思います。

【トイホビー事業の動向】

トイホビー事業は「国内圧倒的 NO.1」に向け、各ターゲットに強力IP商品を投入します。好調の定番IPに加え、10月からは「仮面ライダー鎧武／ガイム」と「ガンダムビルドファイターズ」がスタートしました。仮面ライダー商品は、平成ライダー史上 最高金額となる初動を記録。今後は、「スーパー戦隊」シリーズ、「仮面ライダー」シリーズ、「ウルトラマン」シリーズの3つで未就学男児向けの圧倒的なシェアを獲得していきます。「ガンダムビルドファイターズ」は、シェアを獲りきれない小学生男児にアプローチします。ガンプラのバトルというコンセプトへの評価も高く、安定した展開を見込めそうです。この他にも、マーベル社の「アベンジャーズ」を原作に製作されるアニメ「ディスク・ウォーズ・アベンジャーズ」の商品化を行うなど、IPを続々展開して行きます。

女兒向けの「アイカツ！」は、10月からの第2シーズン以降も好調が続いています。アパレルなど商品ラインナップも拡充し、グループの出口をフル活用し女兒の生活導線にアプローチしていきます。そして、大人層へのターゲット拡大では、男性だけでなく、女性もターゲットに入ってきました。「美少女戦士セーラームーン」のコスメやアクセサリなど、女性が子供のころに憧れた作品に登場したアイテムをクオリティの高い商品として、提供していきます。

トイホビーの海外施策では、アジアの「日本発アジア一気通貫強化戦略」が順調です。日本同様のTV放送と商品連動の推進、インドネシアの特撮番組「BIMA Satria Garuda」のような現地ニーズにあわせた展開、ガンダムブランド訴求を狙った香港の大型イベントなど、様々なアプローチを行っています。また、ガンダムの新作アニメでは、日本と同日に映像配信を行うなど、アジアのファンに向け、時差の無い展開もしています。現地のお客様からも、メディア媒体と商品のスピーディな連携、クオリティの高いイベント、きめ細かい売り場作りが評価されています。アジアは、今後ますますスピードアップと拡大にチャレンジします。

一方欧米は、「パワーレンジャー」が健闘しているほか、収益回復に向けた様々な手を打っています。しかしながら、成果に結びつくのには、もう少し時間がかかりそうです。「パックマン」については、本格的な展開は、ライセンス商品展開もスタートする2014年度になる見込みです。また、2014年には、日本で大ヒットした「海賊戦隊ゴーカイジャー」版の「パワーレンジャー」が登場するほか、本格展開を開始する「パックマン」、北米向けに「デジモン」、欧米向けに「たまごっち」という海外でも実績ある商品を投入し、IPの拡充をはかります。この中期計画中には、これらの施策で欧米の足場固めをはかります。

【コンテンツ事業の動向】

コンテンツ事業では、豊富な出口を活かし、IPの魅力を発信し続けます。家庭用ゲームソフトでは、「ダークソウル」シリーズのようなワールドワイドで展開する大型タイトルと、「GOD EATER」シリーズや「アイカツ！」シリーズのような旬をとらえた中小型タイトルをバランスよく展開します。また、ユーザー嗜好の変化にあわせ、ネットワークとゲームソフトの融合も進めます。下半期には「エースコンバット」シリーズと「ソウルキャリバー」シリーズの Free-to-Play 展開をスタートします。「ガンダムオペレーション」や「鉄拳」シリーズで蓄積したノウハウを、良い形で生かした運営を行っていきたいと思います。

ネットワークコンテンツでは、SNS、オンラインゲーム、直置アプリを主に展開しています。SNSは、蓄積したノウハウを活かした運営により、年初計画通りに推移しています。今後は、主力タイトルにリソースの選択と集中を行うことで、現在の規模を維持していきます。スマートフォン普及に伴い伸び始めている直置アプリは、SNS、オンラインゲームに続く柱として、育成していきます。ネットワークコンテンツについては、現在国内が中心ですが、今後は海外も視野に準備をしていきたいと思います。

業務用ゲーム機は、施設でしか味わうことができない楽しさを追求し、下半期も様々なジャンルの機器を投入します。これにより、アミューズメント施設の集客にも貢献したいと思います。景品は、好調の1番くじで、新ジャンルのIP導入や国内外における流通の拡大に取り組みます。

映像音楽コンテンツは、多彩な複数IPの展開が効果を発揮しています。下半期も定番の「機動戦士ガンダム」シリーズに加え、「ラブライブ！」など旬のIPを展開します。

また、「アイカツ！」のような、グループ発のIP創出も強化します。その1つとして、グループ内で新たな仕組みも立ち上げました。国内外のグループ社員から、IPとビジネススキームの公募を行い、可能性がある企画については、テストフィルムを実際に制作し検証するなど、新たな試みも行っています。

今後もコンテンツ事業については、「IP軸戦略」のもと、特定の出口の動向に左右されることなく、IPに適した出口はどこか、お客様はどこにいるのか に主眼を置いたビジネス展開をはかります。

【アミューズメント施設事業の動向】

アミューズメント施設事業では、消費税増税など環境変化に備え、事業基盤の強化が課題となっています。そのために、国内既存店売上の回復に加え、既存事業以外の新たな事業の柱を構築していきます。テーマパーク事業の強化という意味では、12月に新たに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」をオープンします。このほかにも、砂場や遊具を備えた時間課金型施設や、IPと飲食を融合した新業態「CHARACRO」など、様々な挑戦を行っています。アミューズメント施設については、IPを活かすことで、バンダイナムコグループならではの施設事業の工夫の余地はまだあると言えます。これら新たな取組みに併せて、事業の構造改革を行い、環境変化に耐えられる基盤を、しっかり作っていきます。

【今後の抱負】

2012年4月にスタートした3カ年の中期計画が、折り返し地点を越えました。国内は、「IP軸戦略」のダイナミックな展開、新規IP創出などの成果が現れてきました。引き続き、全ての分野で「圧倒的NO. 1」を目指し、泥臭く攻めて行きます。アジアは、まだ規模は小さいですが、力強い手応えを感じています。今後さらにスピードアップして行きたいと思います。欧米は中期戦略に対しては道半ばですが、次の中期計画での本格成長に向け、基盤作りを着実に実行します。

バンダイナムコグループでは、2012年度の過去最高売上・過去最高益を受け、2013年度を将来に向けた種まきの年と位置づけています。社内では、“うまくいっているやり方に固執することなく、大胆な挑戦をしよう！”ということで、様々なチャレンジを進めています。

我々の業界は、現状に満足し、足を止めると、成長が終わってしまいます。10年、50年と成長し続けるため、これからも貪欲に「挑戦・成長・進化」し続けます。まずは、この年末年始商戦、グループ一丸となり、しっかりと結果を出していきたいと思えます。

以上