

【2015年度 上半期業績】

2015年度上半期(2015年4～9月)の連結業績は、売上高2,727億円 営業利益311億円と、過去最高売上高・最高益だった前年と同水準となる順調なスタートとなりました。これは、各現場で社員が頑張ってくれたおかげです。

事業別の概況をご説明します。

トイホビー事業は、日本を含むアジアが好調でした。国内では、「機動戦士ガンダム」「ドラゴンボール」などの定番IP(Intellectual Property:キャラクターなどの知的財産)やハイターゲットに向けた商品、妖怪ウォッチ商品などが人気となりました。

アジアでは、日亜同時展開をしている「機動戦士ガンダム」に加え、「スーパー戦隊」、新たに投入を始めた「妖怪ウォッチ」商品が人気となりました。この結果、トイホビーのアジアの上期実績は、前年度の103億円に対し、今年度は156億円となりました。

ネットワークエンターテインメント事業は、欧米の家庭用ゲームソフトが大きく貢献しました。前年度発売した「ドラゴンボールゼノバース」や「ダークソウル」シリーズのリピーター販売に加え、サードパーティータイトルの新作販売も好調で、海外の上期販売本数は、前年度の650万本から1,125万本に大きく伸びました。

また、ネットワークコンテンツでは、国内の既存主力タイトルが安定した人気だったことに加え、9月に投入した「アイドルマスター」のゲームアプリケーションが好調なスタートをきりました。海外のネットワークコンテンツについては、「NARUTO」のPCオンラインゲーム、「ワンピース」や「ドラゴンボール」などのゲームアプリケーションなどが順調なスタートを切りました。

アミューズメント施設は、新組織のもとでのバリューチェーン見直し、主力店舗へのリソース集中、効率化などの施策の効果で利益が改善しました。

映像音楽プロデュース事業は、「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」シリーズ第1作のパッケージソフトが好調だったことに加え、「ラブライブ!」の劇場版がロングランヒットとなり、その相乗効果で、音楽CDなどの販売が好調で、人気は拡大しました。

2015年4月からスタートした中期計画では、バンダイナムコの強みである「IP軸戦略」をより強くし、成長の可能性が高いアジア展開を拡大し、グローバル市場で次のステージを目指しています。上半期を総括すると、中期計画のもと、各SBUが進めている施策が良い形で結果を出し始めたと言えます。特にここ数年 思うように結果が出せずにいた海外での事業展開が拡大し、海外比率が大きく伸びたことは、我々にとって意義のあることだと感じています。

【2015年度 通期見込み】

本日、上半期業績にあわせ、通期見込みの修正を発表させていただきました。

新たな通期見込みは、売上高5,600億円 営業利益500億円です。下期については、現時点での商品ラインナップやマーケティング施策を踏まえており、概ね8月時点の計画通りとなる予定です。

上期と下期の比較について、ご説明します。

事業ごとに若干のちがいはありますが、下期につきましては、概ね、8月時点の計画通りを見込んでいます。利益面で上期と下期見込みを比較すると、玩具ホビーの下半期は、国内において「妖怪ウォッチ」商品やデジタルカード関連の売上が落ち着く見込みであるなど、プロダクトミックスが変化する見込みです。また、アジアにおいて下期出荷商品の一部を上期に前倒したほか、国内外で「機動戦士ガンダム」などへのプロモーション費用の増加を予定しています。

ネットワークエンターテインメントは、特に、海外の家庭用ゲームソフトにおいてリピート販売の多かった上期と比較し、下期のタイトル編成が変わることが利益に影響する見込みです。

映像音楽プロデュースは、「ラブライブ！」関連の新商品発売が音楽を中心に上期に集中していたこと。大型ライブイベントについても、上期公演が多いことが理由となります。

グループ全体では、下期には、年末年始をはじめ足元の商売にしっかり取り組み、掲げた数字の必達を目指します。

【玩具ホビーの事業動向】

事業ごとに足元の状況をご説明します

まず玩具ホビーの国内です。

「機動戦士ガンダム」は、ターゲット拡大を目指し、10月より新作アニメ「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」の放映がスタートしました。おかげさまで、ティーンエイジャーに加え、既存のガンダムファンからの支持も高く、プラモデルを中心に人気です。インバウンド需要も含め、アジアでの人気拡大もあり、これまでも静岡のガンプラ工場はフル稼働の状況でしたが、更に生産設備を強化し、増産に対応する予定です。

また、定番IPでは、斬新な設定や変身シーンが人気の「仮面ライダーゴースト」、夏以降人気盛り上がりしている「プリキュア」、新番組効果で人気拡大している「ドラゴンボール」などの戦略商品を年末年始に向け投入していきます。

安定した人気を獲得している「妖怪ウォッチ」商品についても定番化に向けた展開を行います。このほか、女兒向けでは、新番組「かみさまみならい ヒミツのここたま」がドール商材を中心に人気で、女兒ポートフォリオ強化に向け期待が持てそうです。順調に伸びているハイターゲット向け商品についても、映画公開に合わせ「スターウォーズ」商品を強化するなど、人気IPの商品を投入していきます。

トイホビーの海外については、アジアは、前中期計画から積み上げてきた様々な施策が成果となって現れはじめました。ガンダム最新作「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」では、展開規模を拡大し244地域に向け16言語で無料映像配信を行うことで視聴数も拡大しています。「機動戦士ガンダム」は日亜とも追い風が吹いていますので、来期以降に向けても、様々な取り組みを行っていきたいと思います。

「妖怪ウォッチ」商品は、韓国・香港・台湾に続き、タイ、シンガポールなどアセアン諸国でも展開が始まり、先行した3か国を中心に人気です。このほか、「スーパー戦隊」やハイターゲット向けのコレクターズ商品も好調が続いています。アジアは引き続き日本 IP と親和性の高い強化地域として、各国の特性にあわせきめ細かく、丁寧に取り組んでいきます。

欧米は、今年度より日本主導で、ワールドワイド IP の取得や企画開発を行い、現地は販売マーケティングに専念する体制に移行しました。この体制にすることで、それぞれのミッションが明確となり、良い形で回り始めています。今年度については、主力の「パワーレンジャー」の展開に注力し、来年度以降、大型新規 IP を投入しラインナップ拡大をはかります。

【ネットワークエンターテインメントの事業動向】

次にネットワークエンターテインメントです。

ゲームアプリケーションなどのネットワークコンテンツの国内は、9月スタートの「アイドルマスター」、10月スタートの「スーパーロボット大戦」「スーパーガンダムロワイヤル」のアプリが好スタートをきりました。今後は、主カタイトルラインナップの幹を太くし、さらに安定的な運営を目指します。年末年始は最需要期でもありますので、IP 特性に合わせた様々なイベント企画を行うことに加え、プロモーションも厚めに敷き、集客をはかります。

海外のネットワークコンテンツは、順調に進行しており、アジアやワールドワイド向けに順次タイトルを投入しています。海外は、地域によって、IP やゲーム性の好み、プレイスタイルも異なりますので、しっかり検証しながら着実に1つひとつサービスを行っていきます。ネットワークコンテンツの海外売上については、通期で全体の12%程度を見込んでいます。

ネットワークコンテンツについては、事業としてだけでなく、手軽に楽しめるサービスだからこそ、海外のユーザーへの日本 IP 訴求効果も高いと考えています。ネットワークコンテンツの拡大による他の事業との相乗効果も期待したいと思います。

欧米の家庭用ゲームソフトは、最新プラットフォーム普及を背景に人気 IP タイトルを投入したこと、そして、しっかりした自社販売網を整備したことで他社タイトルをお預かりできるようになったことが、効果を発揮しています。下期には、ミリオンを狙う「NARUTO」のタイトルなど複数タイトルを投入予定です。なお、「ダークソウル」の新作につきましては、来期投入を予定しています。

一方、国内については、市場環境を見据え、「機動戦士ガンダム」や「ジョジョの奇妙な冒険」など実績あるシリーズタイトルを中心に投入する予定です。

アミューズメントビジネスの施設については、新組織のもと、機器開発と施設が一通貫となったことでバリューチェーン整備や、効率化などの施策が効果をあげています。10月下旬にナムコの新施設「AsoMIX」に導入した、ビーチを映像と立体音響で再現した「屋内砂浜 海の子」のように、施設ならではの楽しさが味わえるリアルとデジタルが融合した遊びの導入も行っていきます。今後も、バンダイナムコならではの機器や景品の導入、施設運営を行っていきます。

【映像音楽プロデュースの事業動向】

次に映像音楽プロデュースです。

映像音楽プロデュースでは、引き続き、IPの創出育成、プロダクション型ビジネスの強化を進めます。「機動戦士ガンダム」については、トイホビーの説明でもお話ししましたが、最新作「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」は、新たな制作陣にも参加いただき、ガンダムの原点でもある人間ドラマを丁寧に描くことで、作品としても、良い評価をいただいています。また、先週からは「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」第2作の上映がスタートし、好評価をいただいています。さらには、人気漫画の「機動戦士ガンダム サンダーボルト」のアニメ化も決定しています。ガンダムは、主力IPだからこそ、今後も常に新しいことに挑戦し続けていきます。

「ラブライブ！」は、4ヶ月のロングランとなった劇場版が興行収入22億円を突破する大ヒットとなりました。このパッケージソフトは12月に発売となります。また、「ラブライブ！サンシャイン！！」も始動しました。「ラブライブ！」は、音楽という要素がヒットの大きな要因の1つになりました。グループの様々なIPの楽曲をグループ会社のランティスが担当し、音楽面からも盛り上げをはかります。「ラブライブ！」については、パートナーと連携し数年かけじっくり育ててきた結果がファンの皆さんに支持されたのだと思います。今後の展開にも、是非ご期待ください。

また、IP創出についても意欲的に取り組みます。10月からは新番組として「ブレイブビーツ」「ワンパンマン」「コンクリート・レボルティオ」「コメット・ルシファー」の放送がスタートしました。また、社内公募システムの運営も継続して行っていきます。

プロダクション型ビジネス強化という点では、上期にイベント制作会社、アーティストマネジメントと音響制作を行う会社の2社を子会社化しました。11月には「アイドルマスター」や「JAMプロジェクト」の大型ライブイベントも予定しています。今後もライブイベントに加え、グッズ販売やアーティストやIPのファンクラブビジネスなど周辺ビジネスも強化していきます。

【目指す方向性について】

中期計画の初年度は、成長基盤となる売上高 5,000 億円 営業利益 500 億円を安定的にあげる足場をしっかりと踏み固めることが必要だと考えています。我々の目線は、中長期で次のステージに向け成長するということにあります。

バンダイナムコが次のステージに向け成長していくには、更に「IP 軸戦略」を強く、グローバル市場で通用するものにしていかなければなりません。いかに、持続可能性の高い IP の層を厚くできるか、いかに IP の最適な出口にスピーディに対応できるかがポイントとなります。そのために、我々は、これまでの延長上ではなく、常にビジネスのイノベーションを行い、グローバル市場で、既存ファンを離すことなく、新たなファンの獲得、休眠ファンの掘り起こしをし続けていきたいと思ひます。私自身は、この大きな目標に向け、グループを俯瞰で見て、最適ナリソースの投下や、人材育成に力を入れていきたいと思ひます。

この9月にバンダイナムコは10周年を迎えました。これまでの10年の間には、自分たちの強みを見失い、厳しい時期もありました。前社長である石川（現会長）のもと、IP 軸戦略に方向転換し、やっと本当の意味でのスタートラインに立てたのだと思ひます。これからもバンダイナムコはこれまでの延長上ではなく常にイノベーションする存在でありたいと思ひます。世界中の人々に、“バンダイナムコがあつてよかった” “今日より明日のバンダイナムコが面白い” と言つていただけるグループを目指し、社員一丸となり進み続けます。

以上でプレゼンテーションを終わらせていただきます。
ご清聴ありがとうございました。

(株)バンダイナムコホールディングス 代表取締役社長
田口三昭