

【2015年度 第3四半期業績】

バンダイナムコグループの2015年度(2016年3月期)第3四半期連結累計期間業績は、

売上高 4,251億83百万円

営業利益 452億73百万円

経常利益 471億75百万円

四半期純利益 346億2千万円となりました。

トイホビー事業につきましては、国内において、「機動戦士ガンダム」や「ドラゴンボール」など定番IP(※Intellectual Property:キャラクターなどの知的財産)の商品が好調に推移したほか、「妖怪ウォッチ」の商品が人気となりました。また、ターゲット拡大の一環で展開している大人層向けのコレクション性の高い商品が人気となりましたが、国内全体では前年同期を下回りました。

海外においては、アジア地域において、「機動戦士ガンダム」や大人層向けのコレクション性の高い玩具などが人気となりました。アジアについては、ガンプラを中心に好調が続いており、トイホビーのアジアの年間売上高は、前年222億円に対し、今年度は300億円を見込んでいます。欧米地域では「パワーレンジャー」シリーズの商品が堅調に推移しました。また、日本で企画開発などの機能をコントロールし欧米では販売マーケティングに専念する体制に変更したことにより、一定の効果がありました。

ネットワークエンターテインメント事業につきましては、家庭用ゲームソフトにおいて、欧米で前連結会計年度に発売した「ドラゴンボール ゼノバース」などのリピート販売や、自社及び現地サードパーティの新作タイトルの販売が好調に推移しました。ドラゴンボールゼノバースはリピート販売も継続しており足元では累計300万本を突破しました。

また、ソーシャルゲームやスマートフォン向けゲームアプリケーション、PCオンラインゲームなどのネットワークコンテンツにおいては、国内の既存主カタイトルが安定した人気となったことに加え、新作タイトル「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」が好調に推移し業績に貢献しました。ネットワークコンテンツについては、今期の年間売上高を880億円で見込んでいましたが、足元の好調を受け、現時点での年間売上高見込みは980億円に見直しました。ネットワークコンテンツは、ソーシャルゲームの第一弾タイトル発売から5年で1千億円規模の事業に大きく成長しました。さらに、アジア地域をはじめ海外でも本格的にサービスを開始しました。このほか、アミューズメント施設においては、主力施設へのリソース集中や新業態店舗の強化などの施策に着手し、効率化などの面で効果があがりました。一方、業務用ゲーム機事業は不透明な市場環境の影響を受け販売が苦戦しました。業務用ゲーム機については、今後も不透明な環境が続くことが予想されることから、来期に向け事業計画の精査を行います。

映像音楽プロデュース事業につきましては、映像コンテンツと音楽コンテンツやライブイベントの連動展開を行っているIP「ラブライブ！」が、劇場版公開と商品・サービスの相乗効果などにより人気となりました。また、「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」シリーズの映像パッケージソフトが好調に推移し、業績に貢献しました。

「ラブライブ！」は5年をかけ、グループ内外のパートナー企業とじっくり育ててきたIPです。ファンと真摯に向き合ってきた結果、昨年末の紅白歌合戦にも出場するなど大ヒットIPとなりました。

【2015年度 通期予想】

2015年度通期予想については、売上高の5,600億円に変更はありません。営業利益予想については、500億円から430億円に修正します。事業ごとに若干差はありますが、この修正分については、概ね業務用ゲーム機事業に関係するものが要因です。

具体的には、今後不透明な環境が予想される業務用ゲーム機において、たな卸資産の評価損等に関する損失の計上や、事業の精査を厳しく行い、体制や今後の製品ラインナップ含め事業計画も見直しを行います。この結果、年間の営業利益予想の修正を行うこととしました。

業務用ゲーム機の苦戦は、環境の変化が進む中、環境に合った開発体制が取れなかったことなどが原因だと考えています。我々の施設事業においても、新たに展開を始めた時間課金型や、最新技術を活用した新業態などが好調です。今後は、より施設と一体になり、技術力など我々のノウハウを活かした従来の延長線上のモノに偏らない新しい差別化できるコンテンツ開発を強化します。

【2015年度 第3四半期までの総括】

2015年度は、我々がエンターテインメントグループとして次のステージを目指す3カ年の中期計画の初年度です。この中期計画では、IPを最適なタイミングで、最適な商品・サービスとして提供することでIP価値の最大化をはかる「IP軸戦略」をさらに強くすること、そしてアジア地域の強化など、海外事業拡大が特に大きなテーマです。

ここまでを振り返ると、IP軸戦略強化という面では、新規IPのヒット、既存IPの掘り起こしによるターゲット拡大、新たな出口であるライブイベント事業の成長などの成果があがっています。そして海外拡大という面では、アジアのトイホビー事業の拡大、欧米での家庭用ゲームソフトのヒット、ネットワークコンテンツの海外本格参入など、これまで苦戦していた海外での成長に向けた手ごたえを感じています。年間の海外売上比率についても、前年度の17%から23%に増える見込みです。このように、中期戦略が概ね想定通りに推移している中で、中期計画の2年目に向け、市場の変化に対応したさらなる足元の体制強化を行いたいと思います。

【2015年度配当予想】

配当に関しては、安定的な配当額として年間24円をベースに、連結配当性向30%を目標に株主還元を行うことを当社の基本方針としています。この方針にのっとり、年間の1株当たり配当予想につきましては、安定配当24円に業績連動配当18円を加え、1株当たり年間42円に修正します。

【事業動向】

今回は中期計画で成長を目指す海外のトピックスを中心にご説明します。

トイホビー事業では、ガンプラ（機動戦士ガンダムのプラモデル）のアジア展開を更に強化します。1月からは新たにベトナムでも販売を開始し、エリアの拡大も積極的に進めています。また、このたびディズニー／ピクサーの最新アニメ映画「ファインディング・ドリー」の、日本を含むワールドワイドの玩具商品化権を取得しました。これは「ベイマックス」に続くディズニーさんとのアライアンスです。今年6月からの映画公開にあわせ、全世界で商品展開を行いますので、ご期待ください。

ネットワークエンターテインメント事業では、日本をコントロールタワーに、海外展開を加速します。家庭用ゲームソフトでは、2月発売の「NARUTO」の新作が初回130万本を出荷しました。4月には人気シリーズの「ダークソウル」新作を発売するなど、最新ハード普及が進む欧米を中心に積極的に新タイトルを投入します。ネットワークコンテンツについては、中国でスタートした「NARUTO」のゲームアプリケーションが好調です。現地のパートナーと組みながら、ローカライズにバンダイナムコらしい味付けをしたIPタイトルをアジアや欧米に向け提供していきます。

映像音楽プロデュース事業では、ライブイベントが好調です。IPの人气が海外に広がるのにあわせ、1月に上海で「ラブライブ！」のファンイベントを行ったほか、3月に台湾でも実施します。新たにスタートする「ラブライブ！サンシャイン！！」も映像・音楽にイベントを連動させていく予定です。また、「ガンダム」や「ラブライブ！」に続く新たなIP創出育成についても注力していきます。2.5次元の男性アイドルが活躍する「ドリフェス」など新たな切り口のIP作品にも挑戦しています。

【今後の方向性】

ネットワーク環境の普及により、日本と海外という考え方は無くなりつつあります。日本発のIPファンは世界中にいて、我々の商品・サービスを首を長くして待っています。今後は、日本のバンダイナムコから、アジアのバンダイナムコという視点で、我々だからできるIPの創出育成と商品・サービスの提供に、世界中のパートナーと共に取り組んでいきたいと思っております。



バンダイナムコグループのビジョンは、「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」です。世界の人々の期待に応えるべく、魂をこめた商品・サービスの提供に、真摯に取り組み続けます。

以上

(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