

【2017年度第1四半期業績】

2017年度(2018年3月期)第1四半期の業績は、売上高1,440億84百万円 営業利益156億11百万円となりました。前年度の第1四半期は、家庭用ゲーム「DARK SOULSⅢ」が約350万本の大ヒットとなり、スタートダッシュが効いた3ヵ月となりました。前年同期比では、商品の投入タイミングやラインナップの違いが影響しましたが、会社計画に対しては、主力の商品・サービスが好調に推移しています。

なお、今年度より景品事業をネットワークエンターテインメント事業からトイホビー事業に移動しておりますが、短信に記載している前年同期の各セグメント数値は、会計ルールにのっとり景品事業をトイホビー事業に組み替えた金額で記載しております。

トイホビー事業は、定番IP商品の「仮面ライダー」シリーズや「スーパー戦隊」シリーズ、「ドラゴンボール」シリーズなどの好調が続きました。また、景品事業が加わったことで大人層などターゲット拡大の取り組みを更に強化したほか、IPラインナップ拡充に取り組むなどIP軸戦略強化に向けた施策を実施しました。

海外では、アジア地域で「機動戦士ガンダム」シリーズの商品や大人層向けのコレクション性の高い玩具が、欧米では、「Power Rangers」シリーズの商品が人気となりました。トイホビー事業全体では、ガンプラの出荷を政策的にコントロールしたことなど商品のプロダクトミックスの違いにより前年同期を下回りました。

ネットワークエンターテインメント事業は、国内外ネットワークコンテンツが好調に推移し、売上高に貢献しましたが、利益面では家庭用ゲームにおいて、利益率の高い新作タイトルが人気となった前年同期を下回りました。好調のネットワークコンテンツは第1四半期の売上高が前年同期比 約130%の458億円、うちゲームアプリ:412億円、SNS:28億円、海外比率25%となりました。特にワールドワイドで配信中の「ドラゴンボールZドッカンバトル」が好調に推移しています。国内においては「アイドルマスター」の既存タイトルに加え、6月末配信開始の新作も好スタートをきりました。

家庭用ゲームでは、「鉄拳7」が年間210万本の目標に対し、欧米中心にスタートで166万本を販売する好調な出足となりました。なお、家庭用ゲームのダウンロード比率は前年同期の40%に対し29%となりました。

アミューズメントビジネスでは、施設については国内既存店が100%を超える好調が続いたほか、VRを活用した機器や施設の開発を積極的に推進しました。

映像音楽プロデュース事業では、「機動戦士ガンダム」「ラブライブ!」「ガールズ&パンツァー」といった主力IPシリーズの人気の引き続き高い状況です。前年度の第1四半期は「ガールズ&パンツァー劇場版」新作映像パッケージが発売されヒットしましたが、今年度は各主要IPの新作と連動した展開を下期中心に予定しています。そのため、第1四半期は、既存作品の関連商品展開、イベント開催などで新作に向けた話題喚起を行う期間となりました。また、「ガールズ&パンツァー」や「黒子のバスケ」などの作品に関連したライセンス収入が収益に貢献しました。

【2017年度業績見込み】

第1四半期が会社計画に対して好調に進捗したこと、直近の事業動向などを踏まえ、上期業績見込を、年初計画 売上高 2,750 億円 営業利益 225 億円に対し、売上高 2,950 億円 営業利益 270 億円に、そして、通期 年初計画 売上高 6,000 億円 営業利益 570 億円 に対し、売上高 6,200 億円 営業利益 570 億円に修正いたします。

【各事業の動向】

トイホビー事業については、定番 IP が好調な国内では、7月に新番組「ウルトラマンジード」がスタートし商品の出足も好調です。同じく7月発売のディズニーの世界観を生かしたオリジナル絵本と楽しめるお世話人形「レミン&ソラン」も好調で、男女それぞれに未就学児向けカテゴリに良い風が吹いています。また9月からは新ライダー「仮面ライダービルド」が放映スタートいたします。クリスマス商戦に向け、早期に需要喚起し盛り上がり波を沢山つくっていきたく思います。このほか、お台場に、国内初のガンプラ総合施設がまもなくオープンし、秋には「実物大ユニコーンガンダム立像」が登場します。ここを起点に、全世界に向けてガンダムとガンプラの情報を発信していきます。欧米では、「Power Rangers」商品に加え、ドラゴンボール商品の投入を開始しました。

ネットワークエンターテインメント事業のネットワークコンテンツでは、7月に「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」が16の国と地域でストアセールランキングで首位を獲得、7月下旬には累計2億ダウンロードを突破し好調が続いています。6月末にサービスインした「アイドルマスター」の新作タイトルは、1ヵ月弱で390万ダウンロードを達成する人気となっています。また、ネットワークコンテンツの新たな動きとして、(株)ドリコムとの共同出資による新会社 (株)BXD を設立しました。BXD ではスマートフォン向けブラウザゲームの配信、プラットフォームの運用という新しいビジネスにチャレンジします。2018年春に配信を開始する予定ですのでご期待ください。

家庭用ゲームでは、「鉄拳」に続き、今後、「PROJECT GARS」や「エースコンバット」の新作タイトルを準備しています。ワールドワイド市場に向け、プロモーションなどマーケティング施策もしっかり

練っていきます。また、新プラットフォーム Nintendo Switch に向けても7月より続々とタイトルを投入していきます。

アミューズメントビジネスでは、7月に、我々の技術力、おもてなしのノウハウ、IP軸戦略を生かしたVR施設「VR ZONE SHINJUKU」がオープンしました。お陰様で来場された方の満足度も高く人気となっています。VRエンターテインメントの領域では、バンダイナムコが最先端にいると自負しています。今後国内外で中小サイズの複数店舗も展開していく予定です。まだ体験されたことのない方は是非一度足を運んでいただければと思います。

映像音楽プロデュース事業については、今年度は、前年度貢献した主要IPの新作が下期を中心とした展開予定となっています。具体的には、「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」の次回作が9月上映、「ラブライブ! サンシャイン!!」のアニメ2期が秋からのTV放映、そして「ガールズ&パンツァー最終章」の第1話が12月上映を予定しています。これらをファンにお届けするとともに、新たな良質な作品づくりにも力を入れ、IPの創出育成に取り組めます。

また、ライブイベントや舞台など2.5次元展開によりIPの世界観を深掘りしファン層を広げる取り組みを行っています。このほか、将来的なグローバル展開に向け、アニソンの配信サービスや、海外のアニソンイベントの開催などにより、海外でのアニメファン拡大を目指した取り組みを行っています。こういった取り組みは映像音楽プロデュース事業だけでなく、グループ全体への波及効果があると考えています。

また、現在「機動戦士ガンダム」や「ドラゴンボール」など様々な定番IP商品を、海外でさらに持続可能性の高いものとする施策を進めています。その一環で、欧米で家庭用ゲームやゲームアプリが人気の「ドラゴンボール」の商品展開を更に強化すべく、既存カテゴリーの強化に加え、新たにトイホビー商材の投入も開始。7月末には戦略商品のカードゲームの発売を開始し順調な初動となっています。マーケティング面では、海外のアニメイベントにドラゴンボールに特化したブースを出展するなどの試みも行っていきます。ターゲットやカテゴリーの拡大により現地ファンへもっとリーチできるようチャレンジしていきたいと思っています。

【次期中期計画に向けて】

さて、2017年度は、3カ年の中期計画の最終年度です。来年4月からの次期中期計画については策定中ですが、バンダイナムコグループの基本的な考えは変わりません。世界中のファンに夢や感動を提供することが使命であること。IPファンと真摯に向き合い、IPの魅力将我々の商品・サービスをもって最大限引き出していける存在でありたいということ。そしてIPの魅力をグローバルに発信していきたいということです。

具体的な施策については、できることは次期中期計画のスタートを待たず、前倒しで手を打っていきます。これから世界の変化はもっと早くなります。受け身になって対応するのではなく、変化をチャンスと前向きにとらえ、変化に適応し、ファンの一歩先を目指し、これからも挑戦・成長・進化し続けます。

ご清聴ありがとうございました。

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