

【ご質問】

第1四半期対比で第2四半期の利益が減少する見込みとしていますが、その要因は？

【ご回答】

利益面で大きな差がある事業についてご説明しますと、トイホビー事業において、第1四半期は利益率の高いガンブラやカード商材が好調に推移しましたが、第2四半期はプロダクトミックスの影響に伴い利益率が下がる見込みです。また、第2四半期にスタートする新規 IP やハイターゲット向け商品に対する広告宣伝費の増加、新会社(株)BANDAI SPIRITS の引越に伴う費用の発生などを見込んでいます。

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、新タイトル投入数増加(第1四半期 国内外5タイトル→第2四半期 国内外10タイトル)に伴い計上する開発費用が増加する見込みのほか、新プラットフォーム「enza」のプロモーション開始による広告宣伝費の増加等を見込んでいます。家庭用ゲームについては、一部タイトルの発売時期変更による影響のほか、リピート販売について、第1四半期の好調継続を前提としていません。

映像音楽プロデュース事業については、高単価の映像音楽パッケージが複数タイトルヒットした第1四半期に対して、第2四半期はタイトル編成の違いが影響する見込みです。

【ご質問】

ネットワークコンテンツビジネスの売上高の内訳を教えてください。

【ご回答】

2019年3月期第1四半期の売上高実績は、合計474億円(ゲームアプリケーション:436億円、SNS:18億円、PC オンラインゲーム他:20億円、海外比率:27%)となっています。

なお、2018年3月期第1四半期の売上高実績は、合計457億円(ゲームアプリケーション:411億円、SNS:28億円、PC オンラインゲーム他:18億円、海外比率:25%)でした。

【ご質問】

「enza」の足元の状況と見通しはいかがでしょう。

【ご回答】

4月より展開中のスマートフォン向けブラウザゲームのプラットフォーム「enza」は、配信1カ月で総プレイヤー数100万人を突破することができました。今後は、タイトルラインナップの充実や、認知拡大に向けたプロモーションを強化するとともに、バンダイナムコグループならではの商品・サービス連動も実施していきます。今期は費用が先行する見通しですが、サービスを充実させユーザーの裾野を広げることで、来期以降の早いタイミングで利益貢献につなげていけるよう取り組んでまいります。

【ご質問】

家庭用ゲームのリピート販売の状況を教えてください。

【ご回答】

第1四半期は、「DARK SOULS REMASTERED」(96万本)、「ドラゴンボール ファイターズ」(40万本)が貢献したほか、「鉄拳7」や「ドラゴンボールゼノバース2」などの各タイトルが好調に推移し、リピート販売数は合計 346万本となりました。なお、第2四半期のリピート販売数は 244万本を見込んでいます。

【ご質問】

「機動戦士ガンダム」のアジア地域における状況を教えてください。

【ご回答】

第1四半期の「機動戦士ガンダム」の売上高は、日本を除くアジア全体で 28億円(前年同期比 8億円増)となりました。トイホビー事業のプラモデルを中心に好調に推移しています。

【ご質問】

今中期計画で中国市場への本格展開を掲げていますが、具体的にはどのように実行していきますか？

【ご回答】

中国市場においては、これまでもトイホビー事業やネットワークコンテンツ事業など、個々のビジネスで展開を行ってきました。今中期計画では、これをさらに進化させ、ALL BANDAI NAMCO でグループ一丸となって事業展開ができるよう、体制整備も含めて取り組んでいきます。8月25日には中国本土初となる「ガンプラ」をメインとしたフラッグシップショップ『THE GUNDAM BASE SHANGHAI』が上海にオープンします。デジタルに加えて、こうしたリアルな場も積極的に活用し、IPの浸透と事業の拡大に努めます。2018年3月期の中国本土での商品・サービス売上高は130億円規模でしたが、今中期計画最終年度には300億円規模に拡大できるよう、グループ全体で取り組んでいきます。

以上