

【2019年3月期 第1四半期業績】

2019年3月期 第1四半期は、ネットワークエンターテインメント事業において、前年同期とのタイトル編成の違いによる影響がありましたが、各事業の主力のIPや商品・サービスが順調に推移しました。特に、玩具ホビー事業と映像音楽プロデュース事業が、前年同期を上回る実績となり、グループ全体では、売上高 1,508億99百万円、営業利益 178億97百万円となりました。第1四半期の売上高としては、過去最高の売上高となり、4月からの新しい中期計画を、良い形でスタートすることが出来ました。

玩具ホビー事業は、中期計画の重点戦略として強化しているハイターゲット層向けの展開が好調でした。国内では、ガンプラ（ガンダムのプラモデル）やコレクターズフィギュア等のハイターゲット層向け商品や、「ドラゴンボール」「仮面ライダー」「プリキュア」といった定番IP商品が好調に推移しました。

海外では、アジア地域でガンプラが好調に推移したほか、中国市場での本格展開に向けた取り組みを行いました。また、欧米地域においても、この中期計画より、ハイターゲット層向け商品の強化に取り組んでおり、「ドラゴンボール」のカードゲームやコレクターズフィギュアなどの商品が人気となりました。

ネットワークエンターテインメント事業は、ネットワークコンテンツの「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」「ワンピース トレジャークルーズ」や「アイドルマスター」の主力タイトルが、安定して高い人気を維持しました。また、新作「ドラゴンボール レジェンズ」が、サービスイン1ヵ月で1千万DLを突破し、18の国と地域でストアダウンロードランキング1位を獲得しました。さらに、バンダイナムコならではの事業間連動を予定している新たなプラットフォーム「enza」の立ち上げを行いました。

家庭用ゲームでは、既存タイトルへの継続的なマーケティングにより、「ダークソウル3」や「ドラゴンボール ファイターズ」等を中心に、リピート販売本数が346万本と高い水準となりました。一方、新作については、大型タイトル「鉄拳7」の販売があった前年同期と比較すると、タイトル編成の違いが影響しました。

リアルエンターテインメント事業は、通常のアミューズメント施設に加え、バラエティスポーツ施設「VS PARK」等、バンダイナムコならではの”場”の提供を行いましたが、国内既存店売上が好調だった前年同期には及びませんでした。

映像音楽プロデュース事業は、「ラブライブ！サンシャイン!!」「アイドルマスター」「アイドルリッ
シュセブン」といった人気 IP の、付加価値の高い映像音楽パッケージソフト、ライブイベントや
イベントグッズが人気となり業績に貢献しました。

IP クリエイション事業は、人気 IP 作品の新作制作や、IP の話題喚起に取り組みました。なお、
利益面では大型ライセンス収入のあった前年同期には及びませんでした。

【2019年3月期 業績予想】

2019年3月期の業績見通しですが、環境変化が激しい中、3カ月の結果で、今後の動向を判断す
ることは難しいと考えています。予定されている商品・サービスのラインナップや投入時期も踏
まえ、5月に開示しました上期、通期の見込から変更はありません。

足元では主力 IP や商品が順調に推移していますので、年初に掲げた数値を必達目標とし、少しで
も上を目指していきたいと考えております。

なお、第1四半期と第2四半期見込を比べ、利益面で差のある事業について、少しご説明します。
まず、玩具ホビー事業ですが、新規 IP 商品の投入やハイターゲット層向け展開強化に伴う費用の
増加等により、利益率が下がる見込のほか、新会社 BANDAI SPIRITS 設立に伴い、引越し等の費用
を第2四半期に見込んでいます。また欧米においては、北米を中心に、日本から販売しているハ
イターゲット層向け商品が好調ですが、キッズ向け玩具については苦戦をしています。

ネットワークエンターテインメント事業では、まず、ネットワークコンテンツにおいて、新タイ
トル投入数の増加や、主力タイトルの周年イベントの盛り上げ、「enza」のプロモーション開始等
により、開発費や広告宣伝費の増加を見込んでいます。家庭用ゲームでは、第2四半期に発売予
定だったタイトルの発売時期が変更となった影響があるほか、リピート販売については好調継続
を前提としておりません。

映像音楽プロデュース事業では、第1四半期に比べ、タイトル編成の違いが影響する見込みです。

【各事業の動向】

玩具ホビー事業では、9月より「仮面ライダージオウ」の放送がスタートします。平成仮面ライ
ダーシリーズの集大成的な作品で、前評判も高いため、年末年始商戦の目玉商品となるよう商品
展開をしていきます。

海外では、北米を中心に、「ドラゴンボール」のカードゲームが高い人気で、8月には全米大会も
実施予定です。また中国市場では、本格展開に向け、ECの強化、「ウルトラマン」の玩具やガン
プラの拡販施策を準備中です。8月25日には上海に中国内地初のガンプラのフラッグシップ店を

オープンします。現地ファンに向けた情報発信基地として展開していきたいと思えます。

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、既存タイトルの更なる強化と、新規タイトル投入を継続します。既存タイトルについては、これまでの分析データを活用し、地域ごとに、より深く、より長く遊んでいただける運営・マーケティングを行います。新規タイトルについては、ファンの期待に応えるため、質を重視した企画開発に重点を置きたいと思えます。

家庭用ゲームについては、今後発売を予定している大型タイトルをしっかりと導入・展開するとともに、継続的な情報発信やイベントで、アプリ同様、さらなるロングライフ化を目指していきます。

リアルエンターテインメント事業は、現在、夏商戦真っただ中で、独自のキャンペーンや景品で施設の盛り上げをはかっています。また、「VR ZONE OSAKA」の出店や、好調な新業態「TONDEMI」2号店オープン、アミューズメント機器の新製品投入などで、バンダイナムコならではの楽しみを味わえる“場”の提供を行います。

映像音楽プロデュース事業では、アプリから生まれた「アイドルリッシュセブン」の人气が拡大し、アニメ2期の制作が決定するなど、映像・音楽・ライブが一体となった取り組みが相乗効果を発揮しています。今後は国内だけでなく、海外でのライブ開催やアニソン配信など、事業展開エリアの拡大もはかっています。

IPクリエイション事業では、各事業と連携し、複数のIP開発に着手しています。今後順次発表していきたいと思えますので、ご期待ください。また定番IPの新たなアプローチとして、米国のレジェンダリー社と「機動戦士ガンダム」の実写映画を共同開発することを発表しました。ワールドワイドで訴求力が高い映画というウインドウを使い、IPの人气、価値の向上に注力し、商品サービス展開の土壌もつくっていききたいと思えます。「機動戦士ガンダム」は来年40周年を迎えます。更なる進化を加えて、新たな驚きを提供していきたいと思えます。

このほか、北米7都市で開催されている「DRAGON BALL NORTH AMERICA TOUR」にグループ横断で参加をしています。まだ1都市での開催ですが、年末公開の映画の告知や、フィギュア、カード、家庭用ゲーム、アプリといった商品・サービスのプロモーションを行い、ファンのリアクションから、改めて、海外での大きな可能性を感じる事が出来ました。今後も、拡大する世界のファンに向けて展開を強化し続けていきたいと思えます。

バンダイナムコグループは、4月より「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」をビジョンに掲げた中期計画をスタートしました。CHANGEには、変化の激しいエンターテインメント業界で、今までのやり方にこだわらず、時代に適合すべく変わり続けていこうという意味をこめています。10年後にありたい姿に向け、我々の中核であるIP軸戦略をさらに魅力的に、強くすることが最重要のテーマです。そのためにも新たなIPの創出、そして定番IPの今の時代にあったイノベーションに取り組みます。我々は視線を、国内のみならず世界全体を見ていかなければならないと考えています。各事業で、新しく面白い様々な仕込みを行っていますので、今後のバンダイナムコグループに、どうぞご期待ください。

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