

【2018年度(2019年3月期)第3四半期累計期間業績】

2018年度第3四半期累計期間の業績は、売上高 5,287億63百万円 営業利益 698億55百万円 経常利益 714億55百万円 親会社株主に帰属する四半期純利益 535億1百万円となりました。どこか1つの事業が突出するのではなく、各事業の主力IPの商品・サービスが人気となった結果だと評価しています。

事業別に概況をご説明します。

トイホビーは、ハイターゲット(高い年齢層)に向けた商品展開を強化・推進しています。具体的には、ガンプラ(機動戦士ガンダムシリーズのプラモデル)やコレクターズフィギュア、ロトなどのカテゴリーですが、これらが国内外で人気となりました。地域別では、国内では、「ドラゴンボール」や「仮面ライダー」「プリキュア」などの定番IP商品、ハイターゲット向け商品が好調に推移しました。

アジア地域では、ハイターゲット向け商品や「ウルトラマン」の商品が人気となりました。欧米地域では、コレクターズフィギュアや「ドラゴンボール」のトレーディングカードなど、ハイターゲットに向けた商品展開を推進しました。北米では、子供向け玩具の販売会社に加え、新たにハイターゲット向け商品の販売・マーケティングを行う会社を立ち上げました。本格稼働は2019年1月からですが、日本IPに加え、現地のIPを活用したクオリティの高い商品を提供していきます。

ネットワークエンターテインメントでは、ゲームアプリケーションなどネットワークコンテンツの競争が激化する中、「ドラゴンボール」や「ワンピース」「アイドルマスター」などの主力タイトルが引き続き高い人気を維持しました。年末年始商戦では、映画公開の効果もあり、特に「ドラゴンボール」の2タイトルが好調な実績となりました。

家庭用ゲームでは、新作のワールドワイドタイトル「ソウルキャリバー6」が順調なスタートをきったほか、既存タイトルのリピート販売や国内新作タイトルの販売が好調でした。ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームとも、イベント開催や追加コンテンツの販売、アップデートなど継続的にファンに遊んでいただく仕掛けを強化しています。これによりタイトルのライフタイムが長期化する手ごたえを感じています。しかし、これはタイトルそのもののクオリティが高いことが大前提となります。ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームとも、クオリティにこだわった開発を行っていきます。

リアルエンターテインメントでは、業務用ゲーム機では「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス2」などの新作の販売が好調でした。アミューズメント施設では、国内既存店については前年に及びませんでしたが、エンターテインメントスポーツ施設やアスレチック施設など新業態の展開等を推進し好調でした。なお、年末年始商戦では、「ドラゴンボール」や「星のカービィ」などの景品やキャンペーンが好評で、国内既存店は前年を上回る実績となりました。今後もバンダイナムコならではの価値を提供し差別化をはかっていきます。

映像音楽プロデュースでは、「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」などの主力人気IPの映像音楽パッケージ、ライブイベントやグッズ販売が好調でした。

「ラブライブ！サンシャイン!!」のスクールアイドルグループ Aqours は、2018年11月に初の東京ドーム公演を行いました。国内外のライブビューイングも含め、2日間で合計15万人もの動員を記録しました。また、春には、初のアジアツアーも予定しています。今後も様々なIPを国内外で、映像や音楽とライブが三位一体となった展開を実施していきます。

アニメ製作を手掛けているIPクリエイションでは、「機動戦士ガンダム」シリーズや「ラブライブ！」シリーズ、「銀魂」などの劇場作品・TV番組の新作映像の公開や話題喚起を行いました。今年2019年はガンダム40周年ということで、新作映像やイベントなどの様々な仕掛けを考えています。ガンダムというIPの世界観を、幅広いターゲットと地域に向け発信し、50年、60年と愛していただけるよう、さらに長期的な展開につなげていきたいと思っております。

#### 【2018年度通期予想】

第3四半期までの実績と、今後の商品・サービスの計画、さらには今後の事業展開に向けた取り組みを踏まえ見直しを行いました。この結果、2018年度通期の予想数値を、売上高 7,100 億円 営業利益 750 億円 経常利益 760 億円 当期純利益 540 億円に修正しました。

第4四半期の3ヶ月は、前年同期の営業利益を下まわる見込みです。これは、家庭用ゲームの新作とリピート販売が好調だった前年同期とのプロダクトミックスの違いに加え、各事業の商品・サービスのラインナップや、来年度に向けた取り組みを踏まえたものです。

事業別にいくつか要因をご説明しますと、玩具ホビーでは2019年度に向け、新規IPの立ち上げや、ガンダム40周年に向けたプロモーション費用、グローバルでのECインフラ整備費用などを見込んでいます。海外では、アジアでプロダクトミックスの違いによる影響を見込んでいるほか、欧米で今後の商品ラインナップ精査に伴う在庫処分に関わる費用を織り込んでいます。

ネットワークエンターテインメントでは、家庭用ゲームは、第4四半期に大型タイトルが複数あることから、開発費計上によりコスト先行となる予定です。また、リピートタイトルの販売については、キャンペーンを実施した第3四半期に比べ、落ち着いた水準での推移を想定しています。ネットワークコンテンツでは主要タイトルが引き続き安定的に推移するとみておりますが、競争激化を踏まえ、開発中のコンテンツや配信中タイトルの精査を行い、一部開発費の費用化等を予定しています。

リアルエンターテインメントでは、複数の施設のクローズに関わる費用、本社移転関連コストなどを見込んでいます。映像音楽プロデュースでは、パッケージやライブイベントのラインナップの差により前年同

期に及ばない見込みです。IPクリエイションは、ライセンス販売が好調だった前年と同水準での想定をしておりません。

このように各事業で様々な手を打ちながら、前年度の過去最高業績を目指していきたいと思えます。我々としては、引き続き、ヒットの有無に関わらず安定的に収益をあげることができる基盤を厚くしていきたいと考えています。

#### 【2018年度配当について】

我々バンダイナムコは、長期的に安定した配当水準を維持するとともに資本コストを意識し、安定的な配当額としてDOE2%をベースに、総還元性向50%以上を目標に株主還元を実施することを基本方針としております。この基本方針に基づき、年間の1株当たり配当予想につきましては、ベース配当36円に業績連動配当87円を加え、1株当たり123円に修正いたします。なお、すでに1株当たり18円の間配当を実施していますので、期末の配当予想は1株当たり105円となります。

#### 【2019年度グループ体制】

バンダイナムコグループでは、5つのユニットの主幹会社の代表取締役社長がバンダイナムコホールディングスの取締役を兼務することで、スピーディな経営判断と実行を行うこととしています。このたびネットワークエンターテインメントユニットの主幹会社(株)バンダイナムコエンターテインメント代表取締役社長の大下が社長を退任することとなりました。そして新たに現在IPクリエイションユニットの主幹会社(株)サンライズ代表取締役社長 宮河がバンダイナムコエンターテインメント社長に就任します。宮河はIP軸戦略の源となるIP創出に長きにわたり携わっていることに加え、玩具やデジタルコンテンツ等幅広い事業分野の知見があります。また、これまでも、常に常識にこだわらない新たなチャレンジをしてきました。グループの中でも特に環境変化が速い事業を率いるのにふさわしいトップだと考えています。

サンライズの社長には、現在サンライズ専務取締役の浅沼が就任します。浅沼は、ゲームやデジタルコンテンツ等、IPを活用した商品・サービス等のプロデュースに長く携わってきました。IPクリエイションユニットは、IPを創出するだけでなく、商品・サービスと連携することで価値最大化を目指しています。これまでに以上にグループを横断した積極的な取り組みを期待しています。

2018年4月にスタートした3カ年の中期計画の1年目がまもなく終わります。この3年間は、将来においてもバンダイナムコが世界のファンから支持され、持続的に成長し続けるため、「CHANGE」をキーワードに置いています。我々は、過去の常識にこだわることなく、時代やファンの変化に適合し、あらゆる面で変わり続けることを目指しています。戦略面では、IP軸戦略の核となるIP創出に力を入れること、国内外の各地域で ALL BANDAI NAMCO で一体となり総合力を発揮していくことに注力しています。

現状は、ここは大胆に変えよう、ここはマイナーチェンジなど、CHANGE のためのさまざまな挑戦を各ユニットが行っています。2019年度はとにかく挑戦の回数を増やし、トライして良い結果であれば加速する、違う場合には方向転換するといったように、スピーディに次の手を打っていきたいと思います。

足元の数字はおかげさまで好調ですが、ファンもマーケットも刻々と変わっています。バンダイナムコが変化の一步先を行き、世界のファンに、“あそこは何かやるぞ”と期待されるグループを目指し続けたいと思います。

以上

2019年2月6日

(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