

【ご質問】

2019年度(2020年3月期)のトイホビー事業の計画とハイターゲット層向けビジネスの状況について教えてください。

【ご回答】

2019年度のトイホビー事業は、売上高2,500億円、営業利益210億円の計画で、好調だった2018年度(2019年3月期)と同等の水準を目指します。トイホビー事業全体の売上高の約3割を占めるハイターゲット層向けビジネスについては、2018年度に北米に設立したBANDAI NAMCO Collectibles LLC.(屋号:BLUEfin)の本格稼働等により、海外を中心にさらなる拡大を目指します。これらの取り組みにより、トイホビー事業全体の海外売上高は2018年度比で約2割増となる見込みです。

なお、2019年度は新規IP創出に向けた投資や、ハイターゲット層向けビジネスの強化に伴う広告宣伝費のほか、今年3月に中国・上海に設立したBANDAI NAMCO Toys & Hobby (SHANGHAI) CO., LTD.の立上げに伴うコスト等が先行する見込みですが、これらの積極的な投資によりトイホビー事業全体として持続的な成長を目指していきます。

【ご質問】

中国におけるビジネスの規模を教えてください。

【ご回答】

2018年度の中国における売上高は年初計画150億円に対して、180億円の実績となりました。2019年度の年初計画は230億円です。中国市場は日本のIPとの親和性が高く、現地での受容度も高いと感じています。将来的にさらにビジネスを拡大すべく、現在各ユニットが事業の本格展開の準備を進めています。現地パートナーとも協業し、しっかりと現地に根づき、顧客と向き合いながら商品・サービスの展開を強化していきます。

【ご質問】

2019年度のネットワークエンターテインメント事業が減収減益の計画ですが、その理由を教えてください。

【ご回答】

売上高については、家庭用ゲームにおいて、ワールドワイド向け大型タイトルを複数発売した2018年度に対して、2019年度は大型タイトルの端境期となることが挙げられます。また、ネットワークコンテンツにおいては、環境変化が激しい中、2018年度の延長線上で計画を立てることは難しいと考えています。

利益面については、家庭用ゲーム・ネットワークコンテンツともに、クオリティの高いコンテンツ提供に向けたタイトル開発や、次世代の技術やプラットフォームに向けた研究を行うことにより、開発費・技術研究費等の増加を見込んでいます。

<ご参考:ネットワークコンテンツの売上内訳>

2018年度売上高(実績):合計 2,111 億円(ゲームアプリケーション:1,946 億円、SNS:71 億円、PC オンラインゲーム他:94 億円、海外比率:28%)

2019年度売上高(計画):合計 2,050 億円(ゲームアプリケーション:1,880 億円、SNS:60 億円、PC オンラインゲーム他:110 億円、海外比率:31%)

【ご質問】

「バンダイナムココンテンツファンド」の進捗を教えてください。

【ご回答】

2018年度に立ち上げた「バンダイナムココンテンツファンド」は、グループ全体最適の視点でスピーディに投資を行うための仕組みで、現在10以上の企画が進行しています。第1弾は、2019年中に展開予定の「ゼノンザード」です。AIを活用したこれまでにないデジタルカードゲームとなっており、新規IPとしても立ち上げていきます。このほかに進行中の企画も、今中期計画から次期中期計画にかけて順次リリースしていきますので、ぜひご期待ください。

【ご質問】

「ガンダム」シリーズがテレビ放送開始から40周年を迎えました。今後の方向性について教えてください。

【ご回答】

2019年度は、映像作品を中心に、グループの商品・サービスと連動し、世代や地域を越えて幅広い層へのアプローチを目指していきます。「ガンダム」は40年にわたり展開し続ける中で、作品数が増え、ファンの世代や地域、嗜好も多様化してきました。これに対応し、さまざまな施策を通して「ガンダム」の新たな価値を創造していきたいと考えています。一例として、昨年、米国・レジェンダリー社と「ガンダム」シリーズの実写映画を共同開発することを発表しました。また、世界から日本に注目が集まる2020年には横浜に動くガンダム立像を設置します。こうした新たなチャレンジも含め、世界に向けて「ガンダム」の魅力を発信していきます。

【ご質問】

中期計画で掲げる「IP軸戦略のさらなる進化」に向けてどのように取り組んでいきますか。

【ご回答】

当社グループでは、グループ内はもちろん、社外とのパートナーシップをさらに強化しながら、IPの創出・育成に積極的に取り組んできました。今中期計画では、これらの取り組みをさらに強化するとともに、IPに対する投資も積極的に行っており、初年度にあたる2018年度は、オリジナルIP創出やIPマーケティングへの投資を中心に約60億円の戦略投資を実施しました。また、例えばネットワークを介してクリエイターが自身の

創作物をダイレクトに発信することができるようになるなど、IP の生まれ方も多様化しています。エンターテインメント分野において多彩な事業領域でビジネス展開する当社グループの強みをクリエイターの方々に感じていただけるよう、事業基盤のさらなる強化に努めていきます。そして、グループ内におけるクリエイターの育成や IP 創出にも積極的に取り組み、「IP 軸戦略のさらなる進化」を目指します。

以上