

【2019年度(2020年3月期)第1四半期業績】

2019年度 第1四半期は、売上高 1,592 億 51 百万円、営業利益 228 億 3 千万円となり、第1四半期としては、売上高が過去最高の実績となりました。

事業別に概況をご説明します。

トイホビー事業は、中期計画の重点戦略の1つとして、ハイターゲット層(大人層)に向けた展開を強化しています。具体的には、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などの商品が国内外で好調に推移し業績に貢献しました。

地域別では、国内では、ハイターゲット層向け商品に加え、「DRAGON BALL」シリーズ、「仮面ライダー」シリーズ、「スーパー戦隊」シリーズなどの玩具や、食玩、ガシャポンなどの玩具周辺商材が人気となりました。海外においては、アジア地域において、ガンプラをはじめとするハイターゲット層向け商品に加え、子ども向けの「ウルトラマン」シリーズの商品が人気となりました。欧米地域では、従来からの子ども層に向けた展開に加え、ガンプラをはじめとするハイターゲット層向け商品の販売・マーケティングを強化しました。

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において、「DRAGON BALL」や「ワンピース」、「アイドルマスター」などの主カタイトルが、鮮度の高いイベントの開催など、ユーザーに長く楽しんでいただくための継続的な施策により、好調に推移しました。なお、ネットワークコンテンツの第1四半期の売上高 476 億円の内訳は、アプリ:442 億円、ソーシャル:16 億円、PC向け・その他:18 億円、売上高に占める海外比率:30%となりました。

家庭用ゲームにおいては、大型新作タイトルの発売はありませんでしたが、「JUMP FORCE」や「ACE COMBAT7: SKIES UNKNOWN」、「ドラゴンボールファイターズ」など、既存タイトルのリピート販売が海外を中心に高い水準となりました。第1四半期の家庭用ゲームのリピート販売本数は332万本、フルパッケージ販売のダウンロード比率は56%となりました。これは、質に対する評価をいただけたこと、ダウンロードコンテンツの追加販売やイベント開催などのユーザーに向けた継続的な施策による効果と考えています。

リアルエンターテインメント事業につきましては、アミューズメント施設向け景品の好調などにより、国内既存店売上高が前年同期比 109.8%と好調に推移しました。また、スポーツアスレチックの「TONDEMI」など、バンダイナムコならではの体験を楽しむことができるオリジナリティあふれる新業態の展開を強化しました。業務用ゲームにつきましては、今後投入予定の機器開発を推進しました。

映像音楽プロデュース事業は、「ガールズ&パンツァー」の新作映像の劇場公開を行ったほか、「アイドルマスター」や「ラブライブ！サンシャイン!!」などのパッケージソフト販売、ライブイベント開催などのIPプロデュース展開により、話題喚起をはかり、各IPともに人気となりました。しかしながらパッケージソフト販売全体では、複数の高付加価値商品の発売があった前年同期とのプロダクトミックスの違いにより、前年同期に及びませんでした。

IPクリエイション事業は、映像制作については、40周年を迎えた「機動戦士ガンダム」シリーズなどの第2四半期以降に公開予定の新作映像の制作や、様々な話題の発信によりIPの話題喚起をはかりました。また、IP創出強化に向け、グループ横断での取り組みや、アニメ制作の体制強化などの施策を推進しました。ライセンス収入については、好調だった前年とほぼ同水準となりました。

なお、進行中の中期計画では、中国をグループの重点地域として位置付けています。中国におけるグループ全体の第1四半期売上高は、前年同期の35億円に対し、約70億円となりました。

【2019年度上期業績見込】

第1四半期の実績と、第2四半期に予定している商品・サービスのラインナップやマーケティング計画などを踏まえ、2019年度の上期業績見込を見直しました。具体的には、上期の売上高は年初計画通り3,400億円で、営業利益の見込を310億円から400億円に修正しました。事業別では、玩具ホビー事業の上期営業利益見込を100億円から140億円に、ネットワークエンターテインメント事業の上期営業利益見込みを160億円から210億円に修正しました。

玩具ホビー事業については、第1四半期の好調要素を加味したものです。ネットワークエンターテインメント事業は、第2四半期の営業利益が第1四半期を下まわる見込ですが、事業が苦戦する見込ということではありません。第2四半期においても、ネットワークコンテンツの定番タイトルが安定的に推移するものと見込んでおり、新規タイトル投入に伴い費用が先行するためです。第1四半期のネットワークコンテンツの新規タイトルが国内外1タイトルだったのに対して、第2四半期は9タイトルの投入を予定しています。家庭用ゲームは、新作タイトルとしては、9月に「CODE VEIN」を発売します。これに伴い、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームとも、開発費とマーケティング費の計上を行うため、費用が先行する見込です。

【2019年度通期業績見込】

2019年度の通期見込につきましては、修正は行っておりません。足元の事業は好調ですが、世界規模で環境が激変する中、市場や顧客の動向を慎重に見る必要があると考えています。また、複数の家庭用ゲームの新作大型タイトルを第4四半期の発売で見込んでいます。さらには、中長期での成長に向け

たIP開発や技術研究などの投資については、引き続き積極的に行いたいと考えています。
第1四半期は良い出足となりましたが、気を緩めることなく、通期計画の必達を目指していきます。

【トイホビー事業の動向】

今年が「機動戦士ガンダム 40周年」、2020年が「ガンプラ 40周年」ということで、国内外でガンプラの拡販に取り組んでいます。7月からは、日本を除く世界23の国と地域で新作アニメ「SDガンダムワールド 三国創傑伝」の配信が始まりました。三国志をモチーフにした本作は、アジアを強く意識した作品で、ガンプラの拡販もはかっています。また、今後、海外で増えるであろう需要に対応すべく、生産体制も強化します。ガンプラは、これまで静岡の生産拠点バンダイホビーセンターに加え、国内グループ会社での生産や、一部商品においては中国協力工場での生産を行ってきました。今回はこれに加え、バンダイホビーセンターの増床と設備増強も行います。増床部分となる新館は2020年秋以降に稼働開始予定で、これにより、バンダイホビーセンターにおける生産能力は、現在の1.4倍となる予定です。

【ネットワークエンターテインメント事業の動向】

家庭用ゲームの世界ワイド向け大型タイトルとして、9月発売予定の「CODE VEIN」に続き、2020年に大型タイトル「ドラゴンボールZ KAKAROT」「ONE PIECE 海賊無双4」の発売を予定しています。タイトル開発にあたっては、クオリティにこだわった開発を行い、ダウンロードコンテンツの販売など、ユーザーに向けた施策で、長く楽しんでいただくことを目指します。

また、現在、様々な新プラットフォームの投入が表明されています。バンダイナムコの基本的なスタンスとしては、顧客起点で考えるということ、その結果として、ニーズがあれば、あらゆるウインドウにマルチプラットフォームで展開していきたいと思えます。どのような新しいアプローチができるのか、何を顧客が期待しているかをしっかりと見極めて検討を行っていきます。

【リアルエンターテインメント事業の動向】

バンダイナムコならではの新業態強化の一環で7月に、我々の技術やIPの世界観を生かし、様々なアクティビティを楽しむことができる大型施設「MAZARIA」を東京・池袋にオープンしました。幅広い層やインバウンド需要も取りこんでいきたいと思えます。また、8月から9月にかけて、「ワンピース」の映画と連動した

大型キャンペーンを開催します。ナムコ店舗での連携としては、限定のフィギュア景品を複数投入するなど、IPの盛り上げをはかっています。

【映像音楽プロデュース事業の動向】

映像音楽プロデュース事業は、映像、音楽、ライブの3つの事業が三位一体となり、IPを創出育成しプロデュースしています。6月にはラブライブ！シリーズ、7月には「アイドリッシュセブン」と、大型ライブイベントが大好評となりましたが、これらはマルチプロデュースが効果を発揮した事例です。

9周年を迎えたラブライブ！シリーズでは、パッケージソフトやグッズの販売のほか、2020年1月には、さいたまスーパーアリーナでシリーズに登場する4つのグループが出演するキャスト参加型の「ラブライブ！フェス」の開催を予定するなど様々な施策によりIPを盛り上げていきます。今後もIPの特性に合わせた展開を行うとともに、新たなIPのプロデュースにも積極的に取り組みます。

【IPクリエイション事業の動向】

アニメ制作会社サンライズが中心となるIPクリエイションは、先ほどお話しました「機動戦士ガンダム40周年」にあわせ、現在のファンに加え、新たな地域や新たなファンを取り込むため、様々なタイプのガンダムの映像作品を提供していきます。また、新規IP創出にも積極的に取り組んでいます。7月に米国で開催されたAnime Expoでは、大友克洋監督の新作SF長編アニメ「ORBITAL ERA」の制作、そして「AKIRA」の新作アニメプロジェクトを発表し、世界中で大きな話題となりました。世界の期待に応えられるよう、今後も新しい話題を発信し続けていきます。

日本IPの魅力が世界に認知され、人気が広がるというチャンスがある一方、ビジネスモデルにおいては、これまでの考え方や成功モデルだけでは通用しなくなる時代となっています。我々バンダイナムコは、継続的に顧客に支持していただくため、今の時代に合った新しいサービスのあり方へのモデルチェンジや将来に向けた種まき投資なども積極的に行います。

現在進行中の中期計画のビジョン「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」にあるように、CHANGEすることを恐れず、新たなステージに進んでいきたいと思っております。

以上

2019年8月8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