

【2019年度(2020年3月期)第3四半期業績】

2019年度の第3四半期累計期間の業績は、売上高5,325億76百万円 営業利益720億96百万円となり、第3四半期累計期間としては過去最高の売上高と営業利益となりました。

事業別に概況をご説明します。

トイホビー事業は、ガンプラ(「機動戦士ガンダム」のプラモデル)、「DRAGON BALL」や「ワンピース」などのフィギュア、プライズ・ロトといったハイターゲット層(大人層)に向けた商品が国内外で好調でした。海外では、アジアに加え、販売・マーケティング会社を立ち上げた北米において、ハイターゲット層向け商品が人気を集めました。なお、第3四半期累計期間のハイターゲット層向け売上高は、トイホビー事業全体の約40%となりました。低年齢層に向けては、国内において「仮面ライダー」や「スーパー戦隊」などの定番IP玩具や玩具周辺商材が人気となりました。この結果、第3四半期累計期間のトイホビー全体では、過去最高の業績となりました。

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売上高が前年同期には及びませんでした。しかし、「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、イベントやアップデートなどの施策により、安定的に推移しました。また、2019年度に投入した「ガンダムブレイカーモバイル」や「ソードアート・オンライン アリシゼーション・ブレイディング」なども順調に立ち上がっています。

家庭用ゲームでは、新作「CODE VEIN」の販売に加え、「DRAGON BALL」のタイトルや「DARK SOULS」シリーズ、eスポーツで盛り上がった「TEKKEN」シリーズなど既存タイトルのリピート販売本数が第3四半期累計期間で1,125万本となりました。また、フルパッケージのダウンロード販売比率が51%となりました。足元では、1月に発売した「ドラゴンボールZ KAKAROT」が、ゲームの評価も高く、発売初週で150万本を突破し、今年度中に200万本の販売を目標としています。ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームとも、引き続きクオリティの高いゲーム開発に注力します。

リアルエンターテインメント事業は、アミューズメント施設において、国内既存店売上高が前年同期比で105%と好調でした。また、バンダイナムコならではの新たな展開を推進し、スポーツアスレチック施設「TONDEMI」などの新たな出店を行いました。業務用ゲームでは、新規タイトルの発売延期などもあり、大型タイトルの発売やバージョンアップのあった前年同期に及びませんでした。

映像音楽プロデュース事業は、「アイドルマスター」や「ラブライブ!サンシャイン!!」「アイドルリッシュセブン」などの映像音楽パッケージ販売やライブイベントの開催、「ガールズ&パンツァー」の新作映像公開など、映像、音楽、ライブイベントでIPのプロデュースを行い人気となりました。

利益面では、複数の高付加価値パッケージタイトルがあった前年同期とのタイトルラインナップの違いが影響を与えました。今後は、安定した人気を獲得している主力 IP に加え、新たな切り口の IP 企画も進行していますので、どうぞご期待ください。

IP クリエイション事業は、40 周年を迎えた「機動戦士ガンダム」シリーズの映像制作、劇場や TV などでの公開をはじめ、様々な話題の発信などにより、国内外で IP の話題訴求に取り組みました。また、ライセンス事業については、好調だった前年同期には及びませんでした。利益面については、ライセンスの取引形態の構成が変動したことにより、影響は限定的となりました。同ユニットの主力 IP の 1 つであるラブライブ！シリーズについては、新作アニメ制作や新プロジェクトの進行も決まりました。今後さらに盛り上げていきます。

#### 【2019 年度通期見込】

2019 年度通期見込については、第 4 四半期の商品・サービスのマーケティング計画や、2020 年度以降の事業展開に向け様々な施策を行うことを踏まえ、売上高 7,200 億円 営業利益 750 億円に修正しました。この結果、第 4 四半期については、前年同期の業績を下回る見込みですが、その主たる要因をご説明します。

トイホビー事業は、国内外のハイターゲット層向け商品展開強化に向け、グローバル市場での EC サイトのプロモーションやガンプラ 40 周年の取り組み、イベントなどの費用を、第 4 四半期に見込んでいます。また、国内の年末年始商戦では、市場全体が厳しい中、低年齢層向け玩具やデジタルカードの販売が影響を受けました。このような市況の動きを踏まえ、今後の見通しについては慎重に見ています。

第 4 四半期は例年、翌年度に向けた新規 IP 立上げでコストが先行する時期となっています。2019 年度も、第 4 四半期にスタートする「スーパー戦隊」や「プリキュア」の新シリーズ、さらに、4 月からは海外展開も見据えた「デジモンアドベンチャー：」の商品展開がスタートします。第 4 四半期は市況を慎重に見ながら、2020 年度に向け、これら IP を新しい柱としてしっかりと立ち上げていきます。

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については、国内外の既存主力タイトルにおいて、イベントなどの継続的なユーザーへのアプローチを行います。それに加え、新規タイトルの強化で、安定したボリュームを維持していきます。新規タイトルについては、前年同期 国内外あわせて 1 タイトルの投入に対し、今第 4 四半期は 9 タイトルの投入を予定しているため、開発費などの初期費用負担が大きくなる見込みです。

家庭用ゲームでは、前年度第4四半期には、「ACE COMBAT7: SKIES UNKNOWN」や「ジャンプフォース」といった新作や「テイルズ オブ」シリーズのリマスター版が発売されました。2019年度第4四半期には、「ドラゴンボールZ KAKAROT」「ONE PIECE 海賊無双4」をラインナップしています。「ONE PIECE 海賊無双4」については、3月下旬発売のため、2019年度については開発費などのコストが先行する見込です。また、第4四半期はタイトルの編成と特性から、リピートタイトルについては、前年同期332万本に対し2019年度第4四半期は264万本、ダウンロード販売比率は前年同期39%に対し2019年度第4四半期は35%を見込んでいます。

2019年度は、家庭用ゲームタイトルの端境期となりました。2020年度は、「THE IDOLM@STER STARLIT SEASON」や「SWORD ART ONLINE Alicization Lycoris」、「機動戦士ガンダム EXTREME VS. マキシブースト ON」などの新作を予定しています。このほか、発売時期は未定ですが、ファンからの期待が高い「ELDEN RING」の開発を進めていますので、ご期待ください。

#### 【ガンダムの展開について】

このたび株式公開買付(TOB)を実施した(株)創通につきましては、3月に完全子会社となる予定で、2019年度の第4四半期は“その他事業”に計上いたします。今後は、ALL BANDAI NAMCOで一体となり、今まで以上にスピーディにガンダムの事業展開を進めることが可能となります。今後、ガンダムは、日本のガンダムから、世界のガンダムへ育成していきます。特に海外での認知を高め、イベントの開催や、商品・プロモーション展開の強化に加え、様々な施策を実施します。

2020年は、横浜に動くガンダム立像を設置するほか、ドバイ万博では日本館のアンバサダーをガンダムがつとめます。このほかにも様々な話題を提供していく予定です。世界から日本や日本文化に注目が集まる2020年、次々と話題を発信し、期待を集め、この流れを、現在ハリウッドと共同制作中の実写映画につなげていきたいと思っております。ガンダムを通じ、世界のファンが国境を越えてつながる、そんな世界を実現していきたいと思っております。

#### 【2019年度配当予想】

当社は、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%以上を目標とした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、安定配当40円に業績連動配当83円を加え、1株当たり年間40円の予想を、123円に修正いたします。なお、すでに1株当たり20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103円となります。

【バンダイナムコホールディングス取締役人事】

4月1日より、(株)バンダイ社長の川口が、当社取締役副社長に就任します。これは、グループがグローバル市場で中長期的に拡大するため、経営と業務執行の連携を深め、経営基盤をさらに強固にすることを目指してのものです。

今後グループが ALL BANDAI NAMCO で一体となり総合力を発揮していくためには、グループの各事業がもっと深く融合し、連動し、化学変化を起こすことが必要です。モノビジネスはその中で核となる事業の1つとなります。川口には、バンダイ社長を兼務するとともに、当社副社長として全体最適の視点で、融合・連動の推進役となって欲しいと思います。

2020年度は中期計画の最終年度となりますが、我々のゴールは2020年ではありません。

バンダイナムコが目指すのは、グローバル市場で中長期的に持続的な成長をし続けることができる、世界中のファンから期待していただけるグループとなることです。新規IPの創出、グローバル展開の強化など、まだまだやることは沢山あります。引き続き積極的に投資や、社内外パートナーとの連携を行いながら戦略を推進します。

ますます環境変化は激しくなりますが、私は、変化の先にバンダイナムコの未来があると確信しています。バンダイナムコは、時代の変化に柔軟に適合し、CHANGEしていきます。

以上、ご清聴ありがとうございました。

2020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