



# バンダイナムコグループ 中期経営計画(2006～08)

2006年2月23日

株式会社バンダイナムコホールディングス  
NAMCO BANDAI Holdings Inc.

## 目次



バンダイナムコグループ企業理念	P 2	(2) 事業戦略	
今期の業績について	P 2	エンターテインメント・ハブ構想	P 14
中期経営計画		海外事業の強化	P 16
・中期経営計画策定にあたり	P 6	(3) 3ヶ年計数計画(各SBU毎)	P 17
・中長期的に目指すべきポジションと 次期中期経営計画	P 6	(4) 各SBU戦略	
・中期経営計画の背景	P 7	トイホビーSBU	P 19
・3ヶ年計数計画(連結)	P 7	アミューズメント施設SBU	P 21
・グループ中期経営計画の方針	P 8	ゲームコンテンツSBU	P 22
～ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大～		ネットワークSBU	P 25
(1) 経営戦略		映像音楽コンテンツSBU	P 26
コーポレートガバナンスの強化	P 11		
人的資源の有効活用	P 11		
最適な経営体制の構築	P 12		

## バンダイナムコグループ企業理念



### ミッションステートメント

#### **「夢・遊び・感動」**

わたしたちバンダイナムコは斬新な発想と、あくなき情熱で、エンターテインメントを通じた「夢・遊び・感動」を世界中の人々へ提供しつづけます。

### 信念

#### **「夢・遊び・感動」は幸せのエンジン**

「夢・遊び・感動」のカタチは時代によって大きく変わっていくが、人々が幸せであるためには「夢・遊び・感動」が大切であることは変わりがないことを信じています。

### 基本精神

#### **「超熱中」「超発想」「超おもてなし」**

- ・誰にも負けない好奇心、あくなき情熱
- ・常識にとらわれない斬新な発想力
- ・人々の心に響くおもてなしの心と、人々の感動を自らの喜びとする心

### ビジョン

#### **「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」**

わたしたちバンダイナムコは常に時代の先頭で、エンターテインメントに新たな広がりや深みをもたらす、楽しむことが大好きな世界中の人々から愛され、最も期待される存在となることをめざします。



## 今期の業績について

## 今期の業績

バンダイ〔連結〕



(百万円)

	通期見込			3Q実績 (累計)	参考 中間実績
	今回	中間時	増減		
売上高	294,000	290,000	+ 4,000	218,974	134,645
営業利益	33,500	31,500	+ 2,000	33,985	15,332
経常利益	34,000	32,000	+ 2,000	35,172	15,946
当期 純利益	14,200	16,000	1,800	16,115	5,607

## 今期の業績

バンダイ〔連結〕



### トイホビー

たまごっち、女兒玩具  
データカードダス  
を中心に  
好調に推移



BANDAI・WIZ 2004

バードスタジオ / 集英社・東映アニメーション

### 映像音楽コンテンツ

機動戦士ガンダムシリーズ  
によるグループシナジー効果  
の発揮



創通エージェンシー・サンライズ



創通エージェンシー・サンライズ 毎日放送

米国の苦戦を他地域がカバーし、全体としては好調に推移

## 今期の業績

ナムコ〔連結〕



namco

(百万円)

	通期見込			3Q実績 (累計)	参考 中間実績
	今回	中間時	増減		
売上高	158,000	180,000	22,000	128,148	85,052
営業利益	500	12,700	13,200	2,769	2,538
経常利益	500	12,100	12,600	2,875	2,632
当期 純利益	2,700	8,400	11,100	2,512	2,526

## 今期の業績

ナムコ〔連結〕



### ゲームコンテンツ

- ・業務用機器は、マリオカートアーケードグランプリ等の大型機器により好調に推移



- ・家庭用ゲームソフトは、市場環境の変化に対応しきれず、低調に推移

©2005 Nintendo  
©2005 NAMCO LTD., ALL RIGHTS RESERVED.  
MARIOKART is a registered trademark of Nintendo.  
Licensed by NINTENDO

### A M施設

厳しい市況のなか、  
第3四半期までの

国内既存店舗  
前年同期比96.9%

北米既存店舗  
前年同期比97.5%

家庭用ゲームソフトの低迷をカバーしきれず厳しい業績

## 今期の業績

バンダイナムコ〔連結〕



(百万円)

	通期見込			3Q実績 (累計)	参考 中間実績
	今回	中間時	増減		
売上高	450,000	470,000	20,000	345,396	218,873
営業利益	32,500	44,200	11,700	35,600	17,546
経常利益	33,000	44,100	11,100	36,801	18,244
当期 純利益	11,000	24,400	13,400	17,711	7,834



## 中期経営計画 (2006年度～2008年度)

経営  
戦略

事業  
戦略

## 中期経営計画策定にあたり



バンダイナムコグループが目指すもの

### 「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」

次期中期経営計画でバンダイナムコグループが目指すもの

#### グループの連携強化による規模の拡大

- ・良質なコンテンツの開発とビジネスモデルの改善による確実な計画達成。
- ・戦略ビジネスユニットを横断するコンテンツの有効活用。
- ・2008年度 売上計画5500億円 営業利益計画580億円

#### 事業面と機能面での組織改革による収益性向上

- ・戦略ビジネスユニット内での競業・協業による高いシナジー効果を追求。
- ・バックオフィスの統一による経費削減。

#### グループの強みを活かし、パートナーとWIN-WINな関係を強化 ～エンターテインメント・ハブ構想～

- ・戦略ビジネスユニットの拡大・拡張によるコンテンツプロバイダーとして更なる成長。
- ・パートナー企業との関係を発展・強化。アライアンスによる業容拡大。

## 中長期的に目指すべきポジションと次期中期経営計画



### 次期中期経営計画

#### 現状と3年後の目標とのギャップを埋めるための打ち手

グループの連携強化による規模の拡大  
事業面と機能面での組織改革による収益性向上  
グループの強みを活かし、パートナーとWIN-WINな関係を強化【エンターテインメント・ハブ構想】

#### □中長期的に目指す姿

- 売上1兆円
- 営業利益1,000億円
- 海外売上比率50%

#### □10年前(95年度)の姿

- 売上3,284億円
- 営業利益290億円
- 海外売上比率22.7%

#### □5年前(00年度)の姿

- 売上3,635億円
- 営業利益129億円
- 海外売上比率17.7%

#### □現在(05年度)

- 売上4,500億円
- 営業利益325億円
- 海外売上比率18.4%

#### 中長期を見据えた上で 3年後(08年度)に目指す姿

- 売上5,500億円
- 営業利益580億円
- 海外売上比率25%

注:過去実績についてはバンダイナムコの単純合算



## ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大

～ 市場構造変化、競争の激化等による経営リスクの増大への対応 ～

### 経営環境

- ・ 経営の透明性、企業の社会的責任に対する社会的要求
- ・ 少子高齢化による人材の確保、活用が必要
- ・ 本業強化のM & Aの活発化
- ・ 消費税アップ、中国人民元の切上げ等によるコスト増

### 経営戦略

- ・ コーポレートガバナンスの強化
- ・ 人的資源の有効活用
- ・ 最適な経営体制の構築
  - ・ 組織再編
  - ・ 間接部門の集約化

### 事業環境

- ・ 放送と通信の融合によるビジネスモデルの変化
- ・ メディア業界の構造変化によるコンテンツ価値の向上（異業種の参入）
- ・ キャラクターライフサイクルの短命化
- ・ 生き残りのための業界再編の活発化
- ・ 流通構造の変化（ネット通販の台頭）
- ・ 少子高齢化、人口減による日本市場縮小

### 事業戦略

- ・ エンターテインメント・ハブ構想
- ・ コンテンツ戦略
- ・ ドメイン戦略
- ・ チャネル戦略
- ・ 海外事業の強化

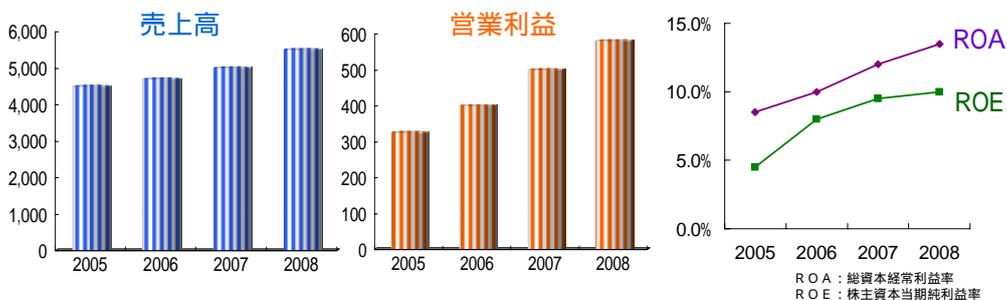
## 3ヶ年計数計画（連結）



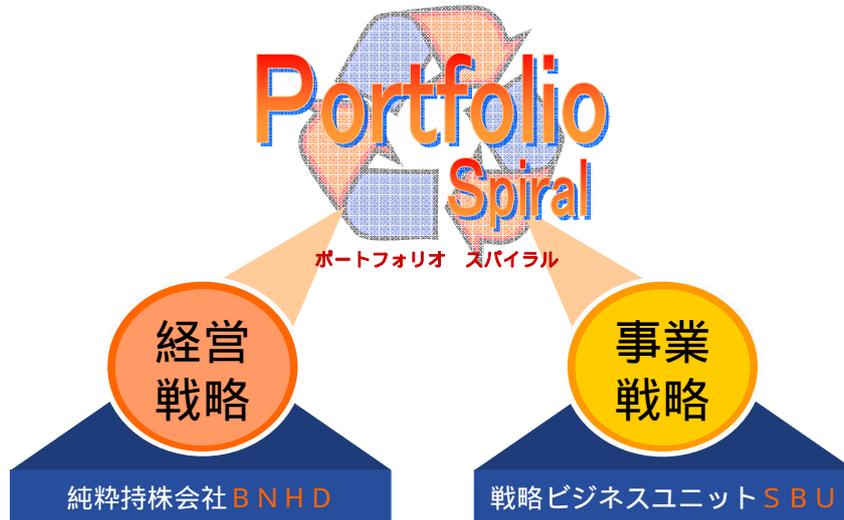
単位：億円

	2005年度(見込)	2006年度(目標)	2007年度(目標)	2008年度(目標)
売上高	4,500	4,700	5,000	5,500
営業利益	325	400	500	580
ROA	8.5%	10.0%	12.0%	13.5%
ROE	4.5%	8.0%	9.5%	10.0%

2005年度のROA・ROEの計算の前提となる総資産、純資産は、2004年度末の単総合算をベースとし資本部分を調整した管理上の数値、及び2005年度末の見込み数値の平均値を使用しています。



ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大



ポートフォリオABCスパイラル

Area (地域) ポートフォリオ



Contents (コンテンツ)  
ポートフォリオ

Business (事業)  
ポートフォリオ



## 事業ポートフォリオ



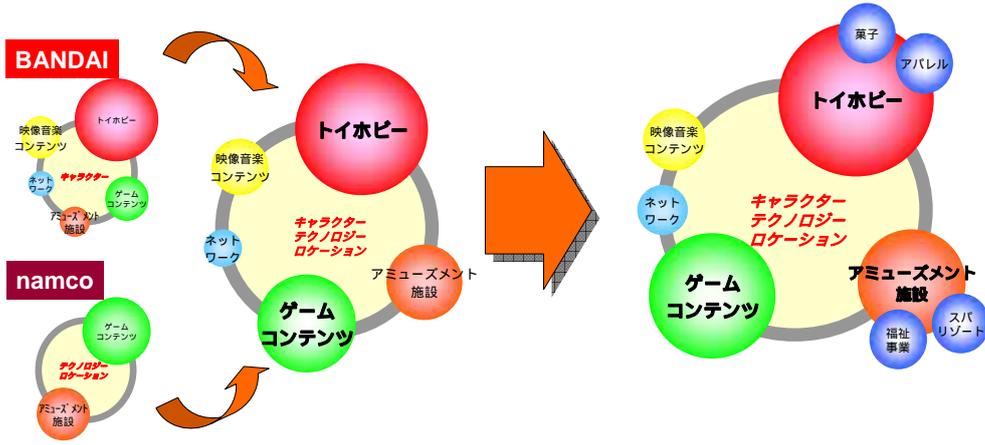
### 事業領域の拡大

事業の核（キャラクターマーチャンダイジング・テクノロジー・ロケーション）となる強みをより強くすることで 事業拡張 およびノウハウを活用した新規 事業創出 を行う

2004年度

2005年度

2008年度



## 地域ポートフォリオ

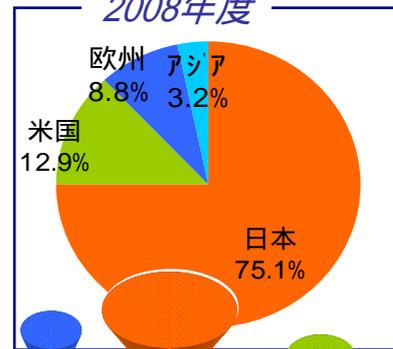
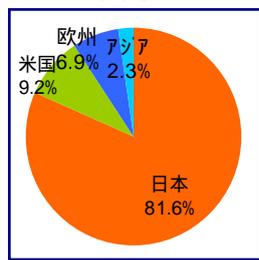


### グローバル展開の拡大

北米事業の建て直しと中国への進出による海外シェア拡大

2005年度

2008年度



- 2005.9 BNHD設立
- 2006.1 NBHD (USA) 設立



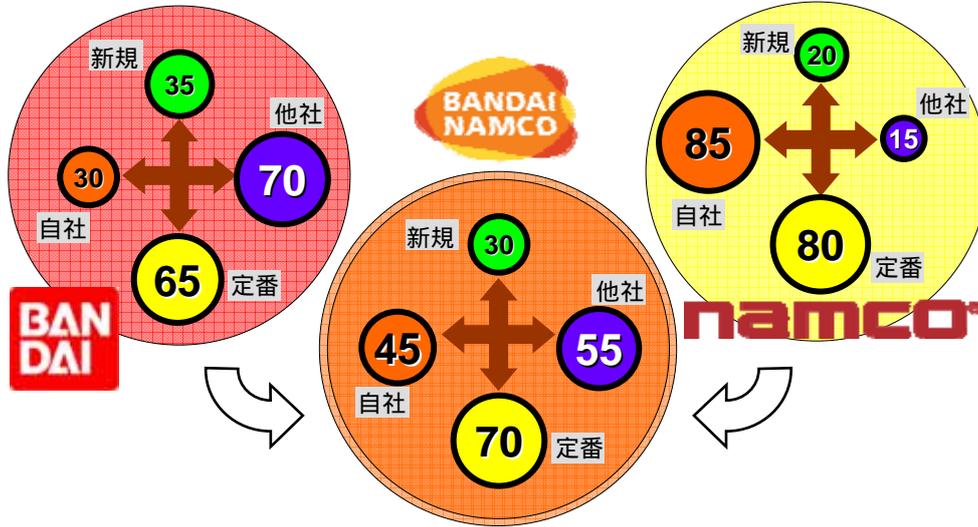


# コンテンツポートフォリオ



## 理想的なコンテンツポートフォリオ

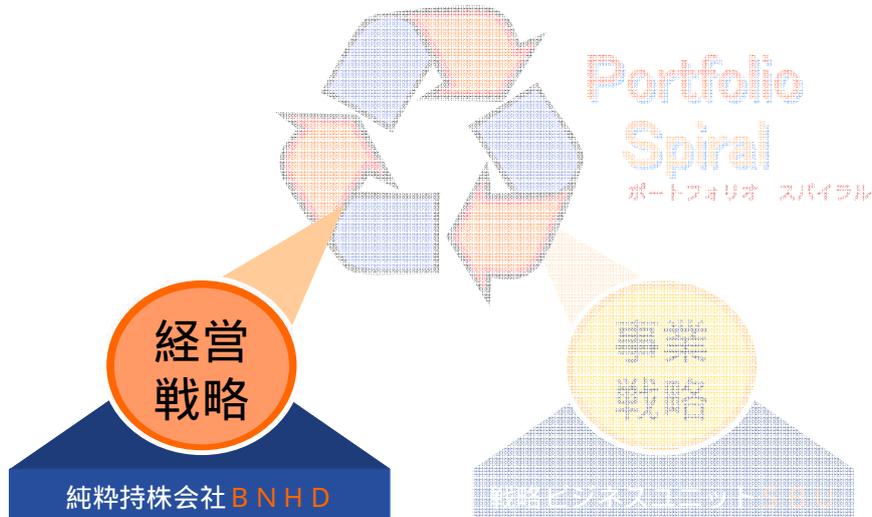
統合により実現した理想的なポートフォリオを活性化



## グループ中期経営計画の方針



# ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大



## コーポレートガバナンスの強化



**ガバナンスの強化施策** 社会から信頼され、社会に貢献し続ける企業を目指す

**ブランド運用、管理基準の導入** ⇒ **コーポレートブランド力の向上**  
**経営管理ツール（BSC）の導入** ⇒ **戦略・業績のモニタリング強化**  
**CSR、コンプライアンス体制の充実** ⇒ **経営の透明性、情報開示**

### バンダイナムコホールディングス（BNHD）の役割

役割	グループへの提供価値
グループ全体の戦略策定機能	ブランド
グループ経営資源の最適配分機能	グループコア人材の育成
グループ経営のモニタリング機能	グループ会社間シナジーのコーディネート
グループ全体の広報・IR機能	財務支援活動
他社との戦略的提携機能	事業再編・拡大に向けた企業提携・買収

## 人的資源の有効活用



**能力を発揮できる職場** 会社と従業員がWIN-WINの関係を構築

**グループ間人事交流** ⇒ **ノウハウの融合**

- ・各社トップ層のクロス人事
- ・公募での異動

**育成プログラムの強化** ⇒ **開発力強化・経営者育成**

- ・企画開発力強化プログラム
- ・経営リーダー育成プログラム

**新雇用ルールを導入** ⇒ **個々に対応した自己実現の場**

- ・高度プロフェッショナル契約社員【名人】
- ・専門職制度
- ・ライフステージに合わせた雇用制度

## 最適な経営体制の構築



### 組織再編方針

最も効率的なグループ経営ができる組織を目指す

### 協業して成長する組織再編 → 組織の統合

- ・ S B Uの融合・再編で市場シェアを拡大できる成熟市場は重複部門を融合
- ・ 効率化・スケールメリットによる市場シェアの拡大へ

### 競業して成長する組織維持 → 現組織の維持

- ・ S B Uの窓口多様化で市場シェアを拡大できる成長市場では競業により現組織を維持
- ・ 組織活性化による規模の拡大へ

### 共業して効率化する組織集約 → シェアードサービス

- ・ 経理・総務・人事・情報システムの業務統合で間接コストを集約
- ・ 能力向上（多役化）の奨励と最適な人員配置による効率化で収益体質強化へ

## 最適な経営体制の構築



### S B U構築の施策

グループ経営の土台づくりを実施して参りました

05/09/29

バンダイナムコホールディングス設立  
バンダイとナムコが経営統合



05/12/01

吸収分割による親子再編  
バンダイとナムコの関係会社管理業務の一部と  
上場投資有価証券管理業務をBNHDへ吸収分割



06/01/02

NAMCO BANDAI Holdings (USA) 設立  
米国地域持株会社を組成し、傘下の事業会社を再編



NAMCO BANDAI Games (USA) 設立

06/01/31

バンダイロジパルを完全子会社化  
株式交換による



06/03/31

バンダイナムコゲームス設立  
ナムコから施設運営事業を新設分割し、  
バンダイからビデオゲーム事業をナムコへ吸収分割



06/06/01

バンプレストを完全子会社化（予定）  
株式交換（金銭交付）による

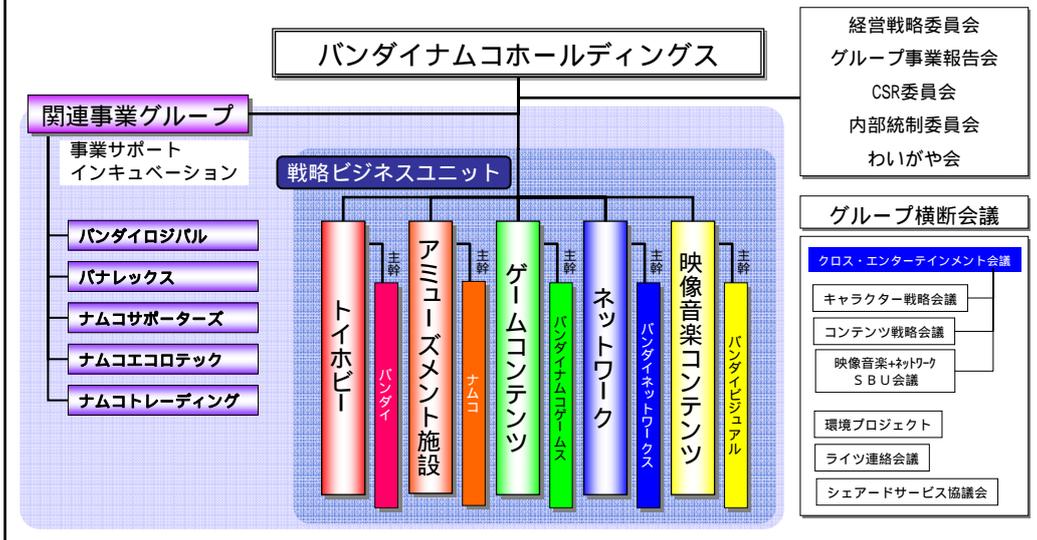


## 最適な経営体制の構築



### グループ組織体制

2006年3月末時点での戦略ビジネスユニット体制

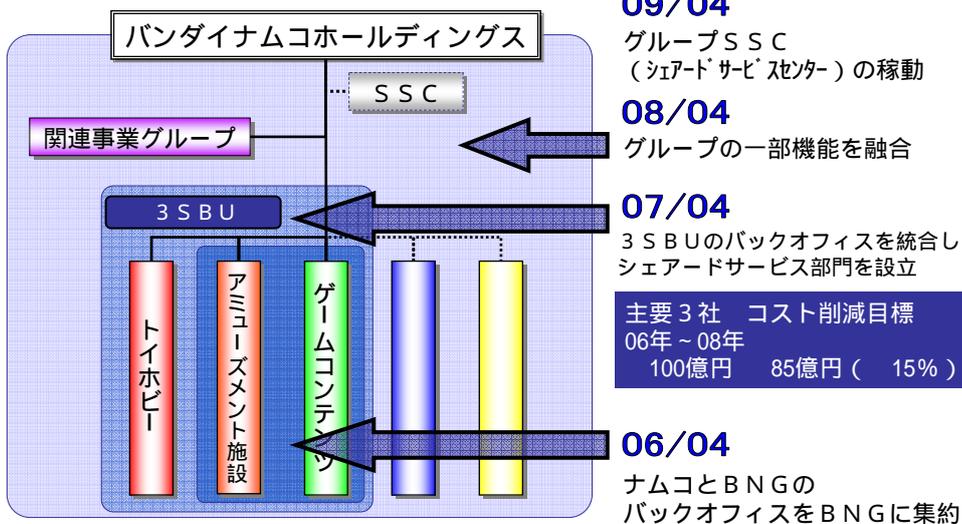


## 最適な経営体制の構築



### 間接業務の集約化

業務を見直し、人材の専門性を高める

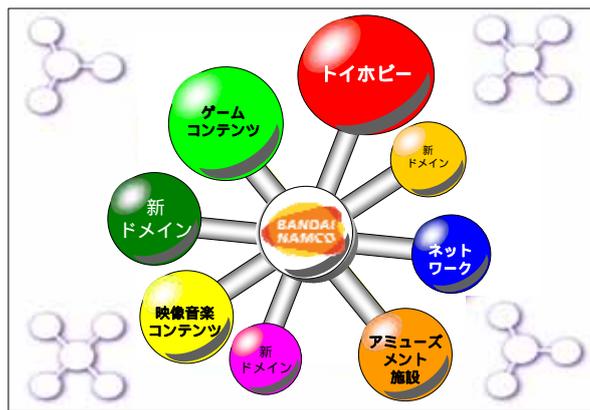




## ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大



## エンターテインメント・ハブ構想

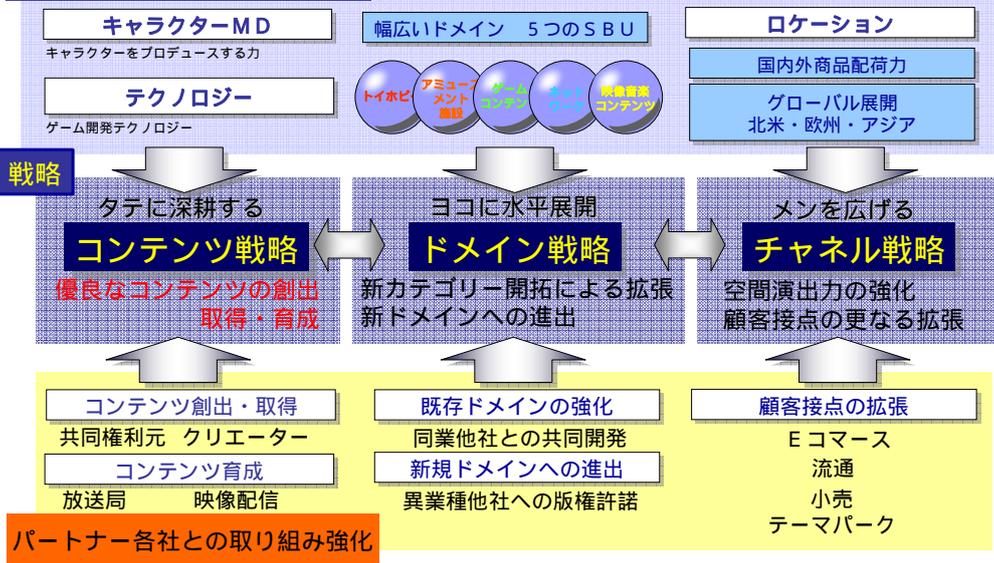


グループ構想として掲げる、「エンターテインメント・ハブ構想」は、バンダイナムコグループの会社間シナジーをコーディネートし、各SBUの役割（事業戦略）を最大限に発揮するとともに、同業他社・異業種他社等パートナー各社に活用してもらおうべく、中期経営戦略上のビジョンとして、存在・位置づけるものです。

## エンターテインメント・ハブ構想



### バンダイナムコグループの強み



## エンターテインメント・ハブ構想



### 実現のための戦略

高い次元でのエンターテインメント・ハブ構想を実現

クロス・エンターテインメント

#### コンテンツ戦略

- 戦略的コンテンツの創出・コンテンツの取得・コンテンツの育成強化
1. グループシナジーの強化
  2. 外部関連各社との連携強化
  3. 第三者との提携・M & Aの推進

#### ドメイン戦略

- コンテンツの事業への適用範囲の拡大
1. ポートフォリオの拡張
  2. 新たな戦略ビジネスユニット（新規事業）の創出
  3. M & A・アライアンスによる拡張・充実・補完

#### チャネル戦略

- マーチャンダイジングを強化し、コンテンツの顧客との接点を拡充
1. 既存パートナー企業の流通チャネルの有効利用
  2. 新たなパートナー企業との連携による流通チャネルの取得
  3. 戦略ビジネスユニット間の連携
  4. ネットワークビジネスの強化

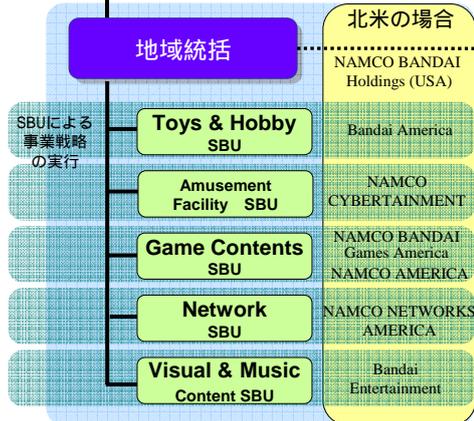
## 海外事業の強化



### マネージメント体制

#### バンダイナムコホールディングス

地域統括による  
経営資源配分・監督



#### NBHU (北米)

日本モデルに近い組織

NAMCO BANDAI Holdings (USA) Inc. の設立

#### BSA (欧州) NEL

複数国への対応組織

BANDAI S.A., ナムコヨーロッパ LTD. を中心  
2006年度中にゲーム事業会社を新設予定

#### BHK (アジア)

製販分離とマーケット拡張

バンダイアジア (販売) 設立 2006.1  
バンダイ広州 (販売) 設立 2006夏

BSA = バンダイフランス

BHK = バンダイ香港

## 海外事業の強化



### 事業戦略



#### NBHU (北米)

ローカル&ローカライズド コンテンツの拡充  
選択と集中 **コンテンツ戦略**  
顧客ニーズへの適合

#### BSA (欧州) NEL

欧州地域・事業ポートフォリオの充実  
ターゲット別商品戦略の強化

#### BHK (アジア)

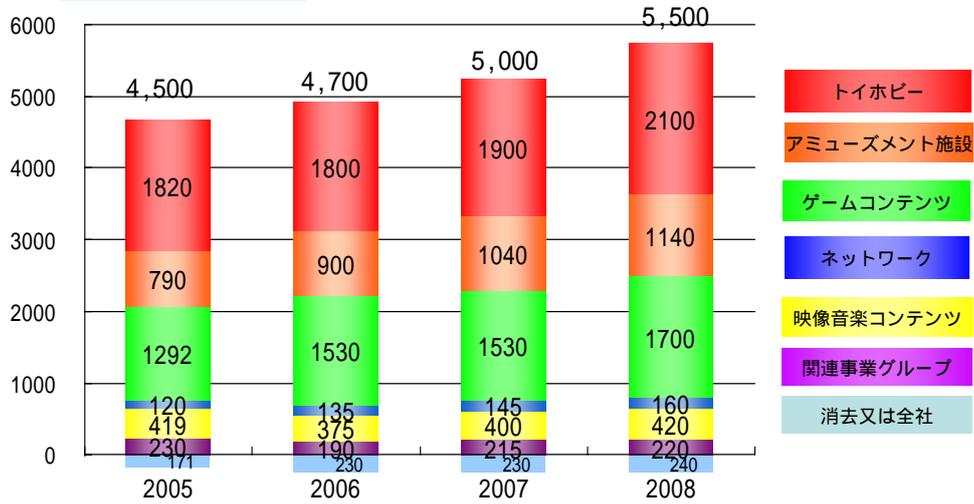
生産拠点から販売拠点へ  
中国市場での基盤構築 **CMDモデル確立**  
2008年玩具ホビー 50億円目標  
AM施設 10億円目標

3ヶ年計数計画（各SBU毎）



売上高

単位：億円

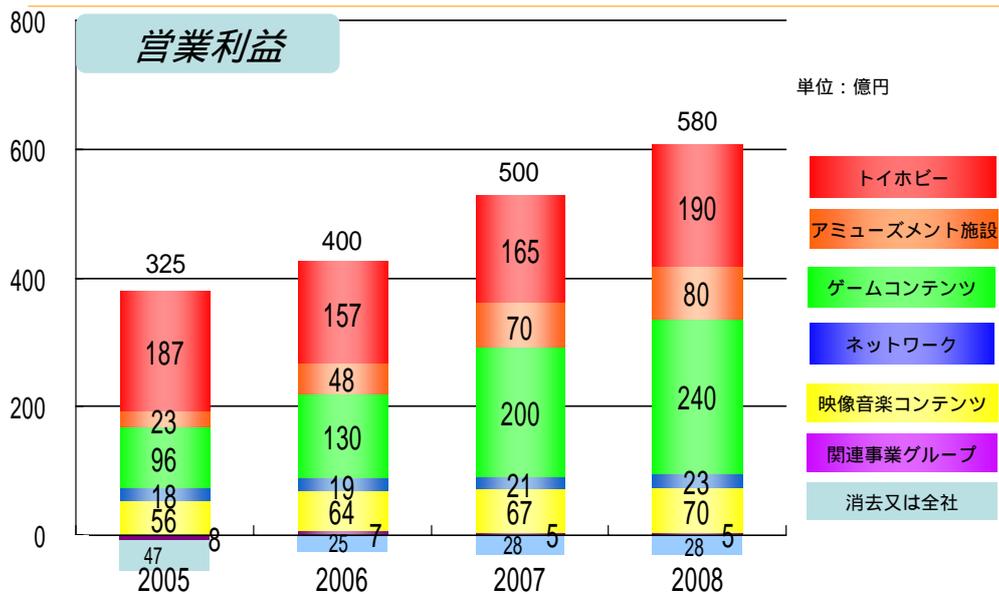


3ヶ年計数計画（各SBU毎）



営業利益

単位：億円



### 3ヶ年計数計画（各SBU毎）



#### SBUの中期計画

SBUに権限を委譲し、SBUは3ヶ年計数計画達成の責任を負う

上段：売上 下段：営業利益

単位：億円

	2005	2006	2007	2008
トイホビー	1,820	1,800	1,900	2,100
	187	157	165	190
AM施設	790	900	1,040	1,140
	23	48	70	80
ゲーム コンテンツ	1,292	1,530	1,530	1,700
	96	130	200	240
ネットワーク	120	135	145	160
	18	19	21	23
映像音楽 コンテンツ	419	375	400	420
	56	64	67	70
関連事業	230	190	215	220
	8	7	5	5
消去又は全社	171	230	230	240
	47	25	28	28
合計	4,500	4,700	5,000	5,500
	325	400	500	580
	7.2%	8.5%	10.0%	10.5%



## 中期経営計画 （2006年度～2008年度）



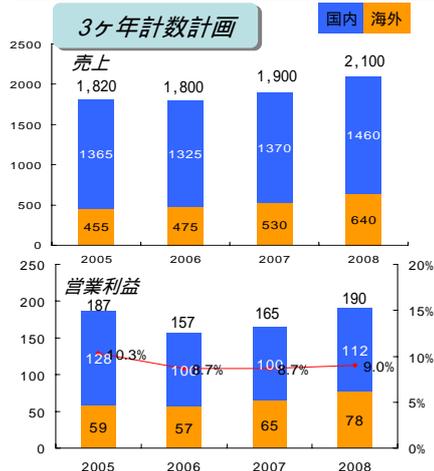
## トイホビー SBU



### 中期ビジョン

キャラクターマーチャンダイジングを進化させ常にユニークな顧客価値の創造に挑戦し続ける。

### 3ヶ年計数計画



### 環境分析

1. 少子化による市場の縮小
2. 業界再編による大手寡占化
3. 顧客ニーズの多様化
4. 業界構造の変化

### 中期戦略

1. 海外事業（特に米国、中国）の強化
2. コンテンツ戦略・メディア政策による国内事業の強化  
エンターテインメント・ハブ構想
3. ユニークな価値（新規事業）の創造
4. コスト構造の改善

## トイホビー SBU



### 中期戦略

#### 海外事業の強化

- （米国）抜本的な経営改革による事業の再建
- （欧州）地域、事業ポートフォリオの強化
- （アジア）キャラクターマーチャンダイジングの中国市場における基盤確立
- ◆ 海外売上比率30%以上を目指す

#### コンテンツ・メディア政策による国内事業の強化

- ◆ 業界構造の変化に対応したコンテンツ戦略・メディア政策 エンターテインメント・ハブ構想
- ◆ すべてのカテゴリでNo.1を目指す
- ◆ 市場シェア（加重平均）35%を目指す

#### ユニークな価値（新規事業）の創造

- ◆ 事業創出のプロセスを改革し、顧客軸・価値軸での新領域を開拓 ハブの拡張
- （顧客軸）女性（中学生以上）およびシニア
- （価値軸）モノとサービスの融合など
- ◆ 新規事業で50億円の売上を目指す

#### コスト構造の改善

- ◆ 企画開発生産における業務プロセスの見直し
- ◆ 流通改革などによりコスト構造を改善
- ◆ 収益性の向上により営業利益率9%を目指す

## トイホビー SBU 中期経営計画



### 2006キャラクター トピックス

#### 轟轟戦隊ボウケンジャー

スーパー戦隊第30作



2006 テレビ朝日・東映AG・東映

#### 新デジタルモンスター

満を持して登場！



本棚あきよし・東映アニメーション・フジテレビ

#### たまごっちシリーズ

全世界販売累計1,700万個  
(2005.12末)



BANDAI・WIZ 2004

#### ナムコ連動企画



たまごっちCafé (仮称)

#### ナムコゲームキャラクターの商品化



ACE COMBAT 5



レッツTVプレイ  
ナムコノスタルジック

2004 NAMCO LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

1982 NAMCO LTD. ALL RIGHTS RESERVED.

## アミューズメント施設 SBU



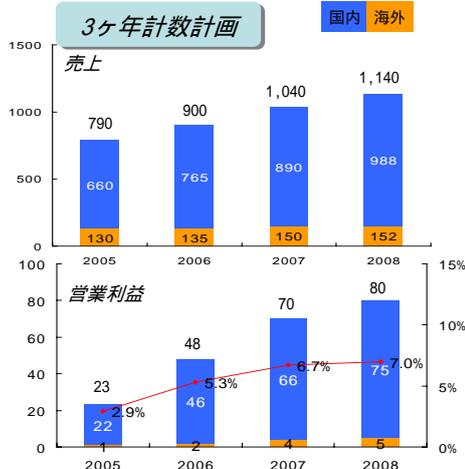
### 中期ビジョン

エンターテインメント施設事業における  
多角化を実現し、収益の拡大を図る。

### 環境分析

1. 事業収益構造の変化
2. 顧客嗜好・時間消費の多様化
3. 将来的に消費税率アップ

### 3ヶ年計数計画



### 下降トレンドの要因

1. ロケーション事業のコスト構造変化  
変化に対するスピーディーな対応の不足
2. 顧客ニーズの多様化  
新規性のある施設開発の遅れ
3. 北米事業の収益改善策の遅延  
レベニュー・シェア拡大の遅れ

### 中期戦略

1. コスト構造の改善による収益性向上
2. シナジーによる集客拡大
3. 業態の多様化による顧客層の拡大
4. 海外事業における収益基盤の確立

中期戦略

コスト構造の改善による収益性向上

- ◆ 中小型店舗のスクラップ、大型店の出店による収益向上
- ◆ 既存店舗の適正な人員配置とシフトの見直しによる効率化
- ◆ 既存店舗から新規業態への人材の流動化
- ◆ 電子マネー等の新しい課金形態導入への対応

シナジーによる集客拡大

- ◆ 顧客接点を生かし、グループ企業との協業による顧客提案型施設運営、機器開発
- ◆ キャラクターを活用した新規施設展開によるファミリー層の集客拡大
- ◆ グループの保有するコンテンツを最大限活用し、自社店舗のみならず他社との連動によりチャネル戦略の充実、事業拡大を図る

業態の多様化による顧客層の拡大

- ◆ ターゲット顧客別の店舗展開を強化  
20代・30代向けの「知・好・楽」  
ファミリー・シニア向けの「スパ事業」  
未就学児童向けの「しましまタウン」  
シニア向けの「玄創工房」(仮称)
- ◆ 2008年度に新業態ビジネスで300億円の売上を目指す

海外事業における収益基盤の確立

- (米国) 不採算店舗の撤退、レベニューシェアの拡大により、リスクを抑えつつ収益基盤を拡充  
新業態施設の開発、テスト展開
- (欧州) 店舗増による収益の安定化
- (アジア) アジア圏での展開を見据えた上で日本のビジネスモデルを移植

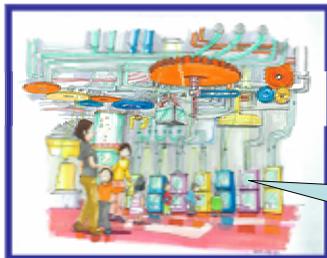
2006年度出店予定

宮城県	500坪
群馬県	600坪
東京都	500坪
神奈川県	1,000坪
大阪府	400坪
兵庫県	500坪
石川県	400坪

大型複合施設等10店舗程度予定



玄創工房(仮称)  
大人がもの創りを楽しめるクリエイティブな空間。来春出店予定。



“ガシャポンファクトリー(仮)” 出店計画  
バンダイグループとの共同企画

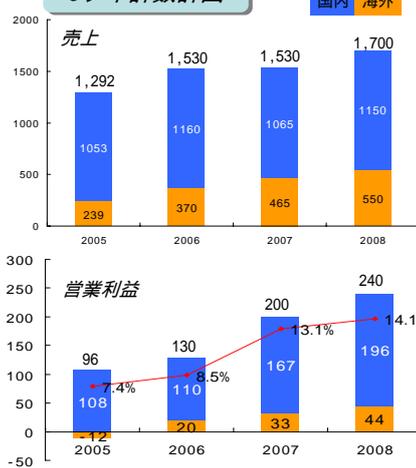
## ゲームコンテンツSBU



### ゲームコンテンツSBUビジョン

人々が喜び・楽しみ・満足するゲームを常に提供し続ける  
世界一のエクセレントゲームメーカー

#### 3ヶ年計数計画



#### 中期戦略

- (家庭用) 1. ターゲット戦略の見直し  
2. 開発プロセスの機構改革  
3. 海外事業に関わる選択と集中
- (業務用) 1. 顧客ニーズにあった製品開発  
2. カテゴリーNo. 1  
3. 業務改善の実施
- (WMC) 1. BNGコンテンツの最大限の活用  
2. 家庭用・業務用ゲームとの運動  
3. 海外での収益拡大
- (P7) 1. 優良なコンテンツの創出継続により、  
企画提案型のパートナーメーカーへ

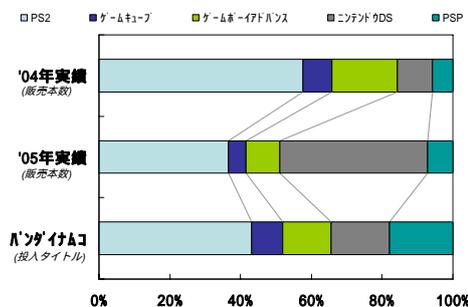
家庭用 = 家庭用ゲームソフト  
業務用 = AM施設向けゲーム機器  
WMC = 携帯電話機向けゲームソフト  
P7 = パチンコ・パチスロ向けコンテンツ

## ゲームコンテンツSBU (家庭用)



### 環境分析

1. 顧客嗜好の多様化・変化による不透明な市場環境
2. プラットフォーム別売上シェアの変動



資料：当社調べ

### 業績修正の要因

#### 1. 期待タイトルの大幅未達

##### ナムコタイトル

- ・PS2「ツルギヤリバ-3」(2005年11月 計画対比 27万本)
- ・PS2「テイルズ オブ レジエンティア」(2005年8月 計画対比 31万本)
- ・PS2「クリティカルロジック」(2005年10月 計画対比 32万本)
- ・PS2「アール・ルイン」(2005年9月 計画対比 18万本)
- ・Xbox360「リッジレーサー6」(2005年12月 計画対比 11万本)

##### バンダイタイトル

- ・PS2/GC「ワルビス バレオコバル」(2005年11月 計画対比 27万本)
- ・PS2「ファイティング フォー ワルビス」(2005年9月 計画対比 19万本)
- ・PS2「エルカブーン TR.1」(2005年10月 計画対比 16万本)

#### 2. 不透明な市場環境を見据えた財務戦略

棚卸資産(仕掛品)を厳格に評価し、  
筋肉質な財務体質へ

## ゲームコンテンツSBU(家庭用)



### 業績不振の背景

1. 市場・顧客などの環境変化への対応不足
  - ◆ライトユーザー向けタイトル不足による収益機会の逸失
  - ◆新市場開拓力の不足
2. 開発プロセスの課題
  - ◆販売予測の市場とのミスマッチ
  - ◆費用対効果のアンバランスによる収益悪化
3. 海外事業の不振
  - ◆米国市場の変化による期待タイトルの計画未達

### 重点施策

1. ターゲット戦略の見直し
  - ◆既存機、次世代機でのバランスの取れたタイトル編成による顧客ニーズへの対応
  - ◆統合によるグループの優良フランチャイズ、MD・技術を活用した顧客訴求力向上
2. 開発プロセスの機構改革
  - ◆販売本数を厳格見積、適切なコスト進捗管理
  - ◆共通開発環境の構築  
効率的開発とハイエンドな技術力強化の両立
  - ◆クリエイターの最適配置
3. 海外事業に関わる選択と集中
  - ◆統合によるコストシナジーの追求
  - ◆顧客ニーズに合った有力タイトルの選別
4. 新たなビジネスモデルへの取組み
  - ◆次世代機のネットワーク化や新たなコンテンツへの課金方法に積極的な対応

## 2006年度主要タイトル(BNG家庭用ゲームソフト)



### **namco** ナムコレラベル 約40タイトル予定

NDS	「テイルズ オブ ザ テンペスト」	2006/4
XB360	Love FOOTBALL 青き戦士たちの軌跡	2006年春
PS2	Xenosaga EPISODE [ツアラトウストラはかく語りき]	2006年春
PSP	鉄拳 DARK RESURRECTION	2006年春
PSP	ポータブル・アイランド 手のひらのリゾート	2006年
NDS	怪盗ルソー	2006年
PS2	今日から魔王! はじまりの旅	2006年



### バンダイレラベル 約50タイトル予定

PSP	ドラゴンボールZ 真武道会	2006/4
PSP	新世紀エヴァンゲリオン2 造られしセカイ~another cases~	2006/4
PS2	.hack//G.U. Vol.1 再誕	2006/5
PS2	.hack//G.U. Vol.2 君想フ声	2006/9
PS2	.hack//G.U. Vol.3 歩くような速さで	2006/12
NDS	たまごっち2	2006年
PS2	超ドラゴンボールZ	2006年
PSP	Every Extend Extra	2006年



### バンプレスト 約20タイトル予定

PS2	スーパーロボット大戦シリーズ など
-----	-------------------



## ゲームコンテンツSBU (業務用・モバイル・パチンコ・パチスロ)

### 環境分析

- (業務用) 大型店への集中・多様化する顧客嗜好
- (WMC) リッチコンテンツへのニーズ拡大  
ボーダレスなコンテンツニーズ
- (P7) 人気機種へ集中するニーズ

### 中期戦略

#### (業務用) カテゴリーNo.1

- ◆ 消費者ニーズを発掘し、製品開発を実施
- ◆ すべてのカテゴリーでNo.1を目指す

#### (パチンコ・パチスロ) OEMから パートナーへ

- ◆ 優良コンテンツ創出と独創的メカ、高性能ハードの提案でパートナーポジションへ

#### (モバイル) コンテンツエクспанション

- ◆ バンダイナムコゲームスの優良なコンテンツ資産を継続的に投入
- ◆ 家庭用ゲーム、業務用ゲームとの連動コンテンツを継続的に立ち上げ

#### 海外収益の拡大

- ◆ 世界各地で相互利用が可能なコンテンツを創出し、海外収益を拡大



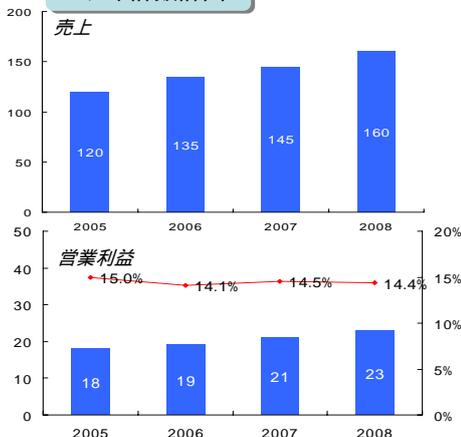
## ネットワークSBU

### 中期ビジョン

総合ネットワーク企業への飛躍

#### 3ヶ年計数計画

国内



### 環境分析

1. ブロードバンド環境等ネットワークインフラの充実
2. 携帯電話機の大容量化・高機能化
3. 携帯電話向けワンセグ放送スタート

### 中期戦略

#### 総合ネットワーク企業へ向けた展開強化

1. コンテンツ事業、ソリューション事業、コマース事業、マーケティング事業による総合力の拡大
2. エンタメポータルサイト構想
3. バンダイナムコグループ資産の有効活用

海外はゲームコンテンツSBUで計上 (IMC)

## ネットワークSBU



### 中期戦略

#### エンタメポータルサイト構想

「ここに来ればとにかく遊べる、楽しめる」  
～ パーチャルなテーマパーク ～

ゲーム、サウンド、キャラクター、  
コマース等すべてのコンテンツを集約

「コンテンツ」を「ソリューション」が  
サポートし付加価値を向上し、「マーケ  
ティング」を実施



#### 4つの事業によるチャンネル戦略

- コンテンツ事業  
映像配信事業への進出(モバイル・PC向け)  
リッチコンテンツの拡充
- ソリューション事業  
「画像認識エンジン」のサービス化と拡大  
企業向けソリューション事業の拡大
- コマース事業  
モバイルコマース…パートナー企業の拡大  
キャラクターコマース…サービスとしての展開
- マーケティング事業  
「ネット広告事業」に着手

#### M & Aの積極推進

- ◆ 事業拡大、事業のスピードアップを目的に、  
様々な方向でのM & Aを検討・推進

## 映像音楽コンテンツSBU



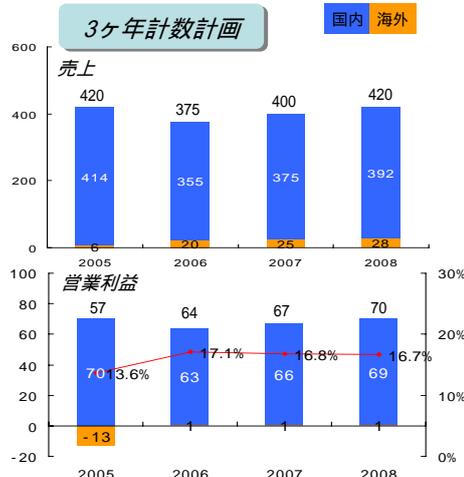
### 中期ビジョン

優良なコンテンツを創出し、効率的な  
マネジメントを実現出来る、コンテンツ  
プロデュース企業グループを目指す。

### 環境分析

1. 次世代ハード機の登場
2. ノンパッケージ市場の拡大
3. メディア業界の構造変化による  
コンテンツ価値の向上(異業種の参入)

### 3ヶ年計数計画



### 中期戦略

1. 優良なオリジナルコンテンツの創出  
および取得
2. マルチプラットフォーム戦略による  
効果的なコンテンツ活用
3. 映像事業から音楽・出版への事業の多角化
4. 映像音楽配信事業におけるコンテンツ  
サプライヤーとしての地位確立
5. 海外(特に米国)における事業基盤の再構築

## 映像音楽コンテンツSBU



### 中期戦略

#### オリジナルコンテンツの創出・取得

- ◆ サンライズを中心とした優良コンテンツの創出
- ◆ 横断機能強化による積極的な映像投資
- ◆ 他SBU創出コンテンツ・商品の映像化

#### マルチプラットフォーム

- ◆ 効率的にあらゆるプラットフォームに対応させることで、収益の最大化を図る
- ◆ 過去コンテンツの再活用による利益の最大化

#### 音楽・出版事業への参入

- ◆ 映像に関連したオープニング・エンディング曲、ドラマCD等の音声や出版物の発売
- ◆ 既存のパッケージ流通だけでなく、Webコンテンツ等のデジタルデータをネットワーク上で販売
- ◆ 他社とのアライアンスにより、音楽事業へ本格的に進出

#### コンテンツ配信事業の強化

- ◆ コンテンツ伝達メディアとしての機能強化
- ◆ 権利元との関係強化による配信作品数の拡大
- ◆ ブロードバンド先行配信などによる差別化
- ◆ アニメ系ポータルサイトの構築

#### 海外事業基盤の構築

- ◆ 発売タイトルを優良作品、グループ作品への絞込み
- ◆ マルチプラットフォーム展開による過去作品の有効活用
- ◆ 映像配信事業開始
- ◆ 高品質、高付加価値商品展開

## 映像音楽コンテンツSBU



『リーンの翼』富野由悠季総監督・原作



©サンライズ・バンダイビジュアル・バンダイチャンネル

- ・サンライズ制作
- ・バンダイチャンネル12月より先行配信
- ・バンダイビジュアル4月26日DVD発売

『.hack//Roots』4月放映開始



©2006 .hack Conglomerate

- 『.hack//G.U.』
- ・バンダイナムコゲームス
- 5月/9月/12月ゲーム発売

『機動戦士ガンダム -星の鼓動は愛-』



©創通・サンライズ

(3月4日劇場公開)

- 『機動戦士ガンダム -恋人たち-』
- ・バンダイビジュアル2月24日DVD発売
- ・バンダイチャンネル2月限定映像配信



© HEADGEAR/BANDAI VISUAL/TFC

バンダイビジュアルUSA  
米国発売第1弾

- 『PATLABOR THE MOVIE LIMITED COLLECTOR'S EDITION』
- (パトレイバー ザムービー リミテッド コレクターズ エディション)
- 発売日：2006年4月25日



[www.bandainamco.co.jp](http://www.bandainamco.co.jp)

見通しに関する注意事項

当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。