

【ご質問】

2014年度(2015年3月期)は、トイホビー事業の海外、コンテンツ事業の海外、アミューズメント施設事業で増益を見込んでいます。増益に向けてどのような施策をとりますか？

【ご回答】

トイホビーの海外の最優先課題は欧米の立て直しです。今年2月にスタートした主力IP「Power Rangers」の新番組は、視聴率・商品販売と好調ですので、まずは主力IPをしっかりと展開するとともに、日本発の「たまごっち」や海外発の「Big Hero6」など複数IPを投入しラインナップを強化します。これら施策により、2014年度は欧州での黒字化と米国での赤字幅縮小を見込んでいます。

コンテンツの海外では、アジアや中東、南米などに向けた業務用ゲーム機の販売を行います。このほか、ネットワークコンテンツについても本格的に投入をスタートする予定です。

アミューズメント施設については、2013年度に不採算店舗の閉鎖などをおこなったことで身軽な体制となりました。引き続き事業におけるコスト構造の見直しを行い、利益体質の追及を行うとともに、IPと施設を融合した施策によりバンダイナムコならではの価値提供を行い、集客の向上を目指します。

【ご質問】

「妖怪ウォッチ」の商品が人気ですが、生産体制などはどのようになっていますか？ また他のIP商品の販売に影響は出ていますか？

【ご回答】

「妖怪ウォッチ」は世界観が非常に面白くヒットすると見込んでいましたが、発売以来、我々の想定を超える人気となっており、お客様にご迷惑をおかけしております。商品をお届けできるように、フィリピン工場での生産なども行うことで生産体制の増強をはかります。主力の「妖怪メダル」は1月の発売以来3月までに700万枚を販売しましたが、生産体制を整えた結果、6月までの累計生産数は2500万~3000万枚となる予定です。

今後は、玩具売場だけでなく、ガシャポン(カプセル自販機商品)や玩具菓子売り場など、商品面での接点を増やしていきたいと考えています。また商品ラインナップについても、玩具やカード、プラモデルなどに広げ、IPの水平展開をはかりたいと思います。また、女兒にも人気が高いIPですので、商品ターゲットの拡大も考えたいと思います。

他のIP商品への影響についてですが、「妖怪ウォッチ」は我々がこれまで展開しきれていなかった小学生男児をメインターゲットにしていることから、足元では大きな影響は出ていません。

【ご質問】

ネットワークコンテンツ売上げの内訳を教えてください。

【ご回答】

2013 年度実績は、SNS 関連：465 億円 オンラインゲームとアプリ関連：220 億円 合計 685 億円でした。2014 年度については、SNS 市場が若干落ち着くと見ている一方、アプリ市場は拡大するものと予想しています。この結果、SNS とオンラインゲームは主力タイトルの安定維持を行い、アプリについては戦略タイトルの投入を行います。2014 年度については、SNS 関連：350 億円 オンラインゲームとアプリ関連：310 億円 合計 660 億円を見込んでいます。

【ご質問】

海外でのネットワークコンテンツの投入予定について教えてください。

【ご回答】

ネットワークコンテンツの海外展開については、中長期的な成長を視野に取り組んでいきます。すでに発表している中国市場に向けた NARUTO のオンラインゲームを 2014 年度投入予定です。このほか、アジア市場や北米市場に向け、有力 IP を活用した複数タイトルを投入する予定ですが、収益面での本格的な貢献は少し先になるものと予想しています。

以上