

【2019年度(2020年3月期)業績】

2019年度通期の業績は、売上高:7,239億89百万円、営業利益:787億75百万円、経常利益:797億97百万円、親会社株主に帰属する当期純利益:576億65百万円となりました。第4四半期は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を各事業で受けましたが、年間の業績については、売上高・営業利益とも計画を達成することができました。

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)や「DRAGON BALL」「ワンピース」等のフィギュア、アミューズメント施設向けの景品、1番くじ等のハイターゲット層(大人層)に向けた商品が、国内外で好調に推移しました。

これにより、トイホビー売上高に占めるハイターゲット層向け割合は、約40%となりました。また、国内で「仮面ライダー」や「スーパー戦隊」等の定番IPの玩具及び菓子等の玩具周辺商材が人気となりました。第4四半期には、新型コロナウイルスの影響で、海外の自社工場や協力工場の生産に遅れが発生したほか、欧米等での玩具小売店休業や流通制限の影響を受けました。しかしながら、年間ではトイホビーとして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では、ネットワークコンテンツの主要タイトルが堅調に推移し、2018年度のスマートフォン向けゲームアプリケーション売上高は1,946億円に対し、2019年度は1,880億円となりました。第4四半期においては、「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」の5周年イベントが2月に国内過去最高の売上高となりました。これは、「DRAGON BALL」の底固い人気と、顧客に向けた継続的なアプローチが効果を発揮したためと考えています。

家庭用ゲームについては、2019年度は大型タイトルの端境期としておりましたが、「ドラゴンボールZ KAKAROT」が220万本、「CODE VEIN」が120万本と計画を上回る販売本数となりました。リピート販売についても、在宅需要の可能性もあると考えていますが、第4四半期の販売本数が前年比約150%の505万本となるなど、好調に推移しました。なお、第4四半期のフルパッケージのダウンロード販売比率は52%となりました。

新型コロナウイルスの影響としては、第4四半期において、海外のゲーム小売店の休業の影響を受けたほか、大型イベントの延期や自粛によるプロモーション面での影響が発生しました。

リアルエンターテインメント事業は、第3四半期まで国内既存店が好調に推移していましたが、第4四半期については、新型コロナウイルス感染拡大の影響で休業を行ったことにより、3月の国内既存店売上高が前年比42%となりました。また、海外の施設も3月より順次休業しました。業務用ゲームでは、新製品投入の遅れや、販売計画の未達により、前年度に及びませんでした。

今回、最も新型コロナウイルスの影響を受けたのが、リアルエンターテインメントです。今後においても、各地域での施設休業が続く可能性があります。また、それに伴い業務用ゲーム機販売の需要もダウンするリスクがあるとみています。このような市場環境を踏まえ、財務体質を強化するため、業務用ゲームの仕掛品等の評価損約30億円を第4四半期に計上しました。併せて、施設においても一部苦戦している施設の固定資産に係る減損損失として特別損失約30億円を計上しました。リアルエンターテインメント事業は、我々のIP軸戦略にとって重要な役割を果たす事業です。これら施策及び新業態の出店や業務用ゲームの開発体制を見直すことで、新しい環境の中にも適合することができる筋肉質な体質にしていきたいと考えています。

映像音楽プロデュース事業は、「アイドルマスター」シリーズや「ラブライブ！」シリーズ、「アイドルリッシュセブン」などのIPで、映像、音楽、ライブイベントが連携したIPプロデュース展開をはかり、人気となりました。しかしながら、高付加価値のパッケージソフトの販売が複数あった2018年度とのプロダクトミックスの違いが業績に影響しました。

第4四半期には、新型コロナウイルスの影響でイベント自粛を行いました。自粛以前に開催したイベントの好調等により、業績面での影響は限定的となりました。

IPクリエイション事業は、「機動戦士ガンダム」40周年に伴い、様々な話題の発信、TVアニメや映画等の新作映像の展開を行いました。また、IP創出強化のため、制作体制の強化やグループ横断プロジェクトの推進等を行いました。IPクリエイション及び映像音楽プロデュースにおける新型コロナウイルスの影響については、2019年度よりも2020年度に影響が出てくる見込みです。

なお、新たにグループ入りした(株)創通は、2020年度はIPクリエイションユニットの所属となり、グループ一体となって、「機動戦士ガンダム」をさらに盛り上げていきます。

2019年度の業績に対し、新型コロナウイルス感染拡大の影響が、どこまであったかという具体的な数値については線引きが非常に難しいのですが、施設の休業やイベント中止といった明らかなものを合算しますと、2019年度のグループ全体での影響額は、売上高で約140億円、営業利益で約40億円と考えています。

#### 【2019年度配当】

バンダイナムコグループでは、長期的に安定した配当水準を維持し、併せて資本コストも意識した、DOE（純資産配当率）2%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います。この方針に基づき、2019年度の年間配当は132円（ベース配当：40円、業績連動配当：92円）とさせていただきます。2020年度の配当予想につきましては、2020年3月末の自己資本に基づき、ベース配当部分を決算短信に記載しています。

#### 【見直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、戦略、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

### 【2020年度業績予想】

現時点では、2020年度の業績予想は未定とさせていただきます。全世界における新型コロナウイルス感染拡大が終息しておらず、経済や社会全体、個人の消費の動向が不透明な状況が当面継続するものと予想しており、このような中で、ステイクホルダーの皆様にも、適切な予想を算出し、ご提示することは難しく、算出が可能になった段階で改めて、速やかに開示させていただきます。

### 【2020年度の新型コロナウイルス感染拡大で想定される影響と対応】

この問題に対して、我々は、お客様、社員やその家族、パートナー企業等のステイクホルダーの皆様の安全を最優先に考え、感染拡大防止のための取り組みに加え、様々な外部パートナーと継続的な取引を行っていくための取り組みを行っていきます。

2020年度においては、現在のような新型コロナウイルスの状況が続いた場合、各事業において、次のような影響が発生すると考えています。各事業を横断した影響としては、小売店の休業や物流制限、イベントの自粛及びそれに伴う各種プロモーションへの影響があります。これに加え、トイホビーでは、足元では戻りつつありますが、海外の自社工場・協力工場における生産への影響、アミューズメント施設休業に伴うプライズ景品やデータカードダス販売への影響などが想定されます。ネットワークエンターテインメントでは、家庭用ゲームやネットワークコンテンツ開発の遅れや、イベントやアップデート等に関する運営体制への影響などを想定しています。リアルエンターテインメントでは、国内外の施設休業及び、それに伴う機器販売需要への影響を想定しています。

なお、施設の休業が継続していることを受け、5月よりアルバイト従業員の処遇の変更を行っています。このような状況を受け、新型コロナウイルス感染拡大に対する危機を経営として重く受け止め、グループとしてこの局面を乗り越えるべく、(株)バンダイナムコホールディングス及び(株)バンダイナムコアミューズメントの2社の常勤取締役9名の2020年度5月～9月の月額基本報酬の減額を決定しています。映像音楽プロデュース、IPクリエイションでは、作画や収録など映像制作の遅れ、劇場などにおける公開スケジュールやパッケージの発売スケジュールの遅れ等を想定しています。また、イベントの延期自粛が行われた場合、特に映像音楽プロデュースで、この影響を大きく受けると想定しています。

これらの事業上の影響を出来るだけ軽減すべく、各事業においては、これら課題に向けた取り組みを行うとともに、これまで以上に情報収集とスピーディな判断を行います。危機管理という観点では、バンダイナムコホールディングス常勤取締役に加え、5つのユニットのトップが参加する危機管理委員会を定期的に開催し、決定した方針を国内外グループ内に周知し、各社が方針に沿った動きを行っています。

## 【中長期的な方向性】

進行中の中期計画では、中長期の将来に向けて、様々な仕込みを行ってきました。グループ横断では、世界に向けたガンダム IP のアピールと展開強化、中国市場における事業の拡大、定番 IP のイノベーションや新規 IP 創出プロジェクトに取り組んでいます。

トイホビーでは、ガンプラ 40 周年の企画や、グローバルでの E コマースの体制強化を行います。ネットワークエンターテインメントでは、新たなネットワークサービスや大型家庭用ゲームの開発、パックマン 40 周年の企画を進めています。リアルエンターテインメントでは次の成長に向けた財務面・事業面での足場固めを行います。映像音楽プロデュースと IP クリエイションでは、定番 IP の新シリーズや新規映像の制作、ライブイベントの開催等を進めています。新型コロナウイルス感染拡大により、スケジュール等の見直しも発生していますが、中長期で、IP 軸戦略の元、エンターテインメントをグローバルに展開するという大きな方向性に変わりはありません。これら施策にはしっかりと取り組んでいきます。

今回の新型コロナウイルス終息後、ユーザーの嗜好や価値観、また、私達の働き方も大きく変わると思います。ユーザーの価値観という点では、デジタル化がさらに加速する一方、リアルな場でのエンターテインメントが改めて見直されると考えています。働き方という点では、自ずと、業務の選択と集中が行われていくと思います。今後も様々な変化が予想されますが、バンダイナムコグループとしては、厳しい環境においても積極的に環境に適合すべく、グループ内の体制や事業、財務面をさらに強化していきます。

国内外で様々な制限がかかる中、我々は、エンターテインメントが人々の心や暮らしの支えとなり、求められるものであることを、改めて実感しています。新型コロナウイルスの感染拡大が 1 日も早く終息を迎えることを願うとともに、世界の人々の心が 1 日も早く明るくなれるよう、グループの社員達が、商品・サービスのアイデアに知恵を絞り、準備をしています。

世界の人々に夢や楽しみを提供し、心を潤すという我々の使命を果たすべく、今回の大きな変化の後の期待やニーズに対応していきたいと考えています。

以上

(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