

バンダイナムコグループ 2022年度（2023年3月期） 第2四半期決算説明会

2022年11月10日



バンダイナムコホールディングスの川口勝です。
それでは、まず上半期の実績をご説明します。

2022年度 上半期業績

単位:億円

	2021年度 上半期実績	2022年度 上半期前回見込	2022年度 上半期実績	前年同期比	前回見込比
売上高	3,936	4,300	4,776	+840	+476
営業利益	617	720	816	+199	+96
経常利益	641	800	923	+282	+123
親会社株主に帰属する 四半期純利益	395	570	665	+270	+95
設備投資	130	170	165	+35	▲5
減価償却実施額	125	110	112	▲13	+2
広告宣伝費	190	210	224	+34	+12
人件費	357	375	390	+33	+15

2

2022年度の上半期は、売上高4,776億円となりました。
利益面では、事業が好調に推移したことにより、営業利益816億円、
経常利益923億円、四半期純利益665億円となり、過去最高の売上高と
利益となりました。

2022年度 上半期業績

単位:億円

		2021年度 上半期実績	2022年度 上半期前回見込	2022年度 上半期実績	前年同期比	前回見込比
デジタル	売上高	1,495	1,700	1,938	+443	+238
	セグメント利益	260	400	446	+186	+46
トイホビー	売上高	1,781	2,000	2,133	+352	+133
	セグメント利益	330	310	335	+5	+25
IPプロデュース	売上高	361	350	350	▲11	±0
	セグメント利益	40	40	34	▲6	▲6
アミューズメント	売上高	390	450	486	+96	+36
	セグメント利益	24	25	48	+24	+23
その他	売上高	136	130	150	+14	+20
	セグメント利益	5	0	4	▲1	+4
消去・全社	売上高	▲228	▲330	▲284	▲56	+46
	セグメント利益	▲43	▲55	▲53	▲10	+2
合計	売上高	3,936	4,300	4,776	+840	+476
	営業利益	617	720	816	+199	+96

3

事業別の内訳はご覧のとおりで、特にデジタル、トイホビー、アミューズメントの3事業が、上半期としては過去最高業績となりました。

エンターテインメントユニット

デジタル事業：家庭用ゲーム「ELDEN RING」リピー特販売好調
新規タイトル安定推移
ネットワークコンテンツ 既存主力タイトルなど好調

トイホビー事業：国内外 ハイターゲット層向け商品の好調継続
国内 定番IP玩具、カード、菓子など好調
原価上昇、運賃増の影響あるも高い水準を維持

IPプロデュースユニット

- 計画通り推移
- 前年同期ライセンス収入好調

アミューズメントユニット

- 施設事業、海外機器販売事業前年比好調
- 効率化施策を継続推進

4

事業別の概況をご説明します。

まず、デジタル事業です。家庭用ゲームでは、前第4四半期に発売した「ELDEN RING」が9月末までにワールドワイドで累計1,750万本を販売しました。上半期のリピー特タイトルの総販売数は、前年同期の1,520万本に対し、1,921万本となったほか、フルパッケージ販売売上高におけるダウンロード販売比率は63%となり、いずれも収益に貢献しました。

また、第2四半期に発売した、「デジモン」「太鼓の達人」などの複数の新作タイトルがスマッシュヒットとなりました。ネットワークコンテンツは、新作タイトルのリリースはありませんでしたが、既存の「DRAGON BALL」や「ONE PIECE」のタイトルが、映画公開によるIP熱の高まりとの相乗効果もあり、好調に推移しました。

トイホビー事業は、原価の上昇による粗利率への影響や運賃等の増加、アジアのロックダウンの影響などがあるなか、事業全体でトップラインをしっかりと伸ばすことで前年同期を上回りました。

カテゴリー別では、「ガンプラ」やコレクターズフィギュア、「1番くじ」などのハイターゲット商品、定番IP玩具、さらには、トレーディングカードやデジタルカードなどのカード商材、菓子などのカテゴリーが好調でした。

IPでは、「ガンダム」「DRAGON BALL」「ONE PIECE」などの定番IP商品が、メディアと連携したタイムリーな展開で、国内外ともに好調に推移しました。海外では北米が好調に推移しました。

IPプロデュース事業は、ユニット統合と組織再編を行い、IP創出強化に向けた取り組みを進めました。また「ガンダム」シリーズや「ラブライブ！」シリーズなどの主力IPを中心に、映像制作、パッケージ販売、配信、ライブイベント、ライセンスビジネスなどを行いました。

事業全体では、ライセンス収入が好調だった前年同期に及びませんでした。しかし、ほぼ計画通りに進捗しました。

アミューズメント事業は、一部地域で新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けましたが、国内ではトイホビーのプライズやデジタルカードの好調もあり、既存店売上高が121.6%となるなど、施設事業が好調でした。

また、グループのIPや商品ブランドと連携したバンダイナムコならではの店舗の出店を進めました。機器販売については欧米を中心に好調に推移しました。

2022年度 通期業績予想

単位:億円

	2021年度 通期実績	2022年度 通期年初計画	2022年度 通期今回見込	前年同期比	年初 計画比
売上高	8,892	8,800	9,400	+508	+600
営業利益	1,254	1,000	1,280	+26	+280
経常利益	1,336	1,010	1,390	+54	+380
親会社株主に帰属する 当期純利益	927	700	950	+23	+250
設備投資	279	250	250	▲29	±0
減価償却実施額	257	250	250	▲7	±0
広告宣伝費	535	560	570	+35	+10
人件費	730	730	750	+20	+20

5

次に通期業績予想についてです。

今回、通期業績の見直しを行いました。年初予想の売上高8,800億円 営業利益1,000億円に対し、新たな通期業績見込みは、「ELDEN RING」の大ヒットがあった前年度の過去最高業績を上回る売上高9,400億円 営業利益1,280億円としました。

1つのIPやヒット商品に大きく依存するのではなく、各事業の積み上げで好調を維持できたことは、成長に向けた土台となる基盤：自力がさらに厚くなってきたということだと思います。

営業利益1,280億円は、中期計画最終年度の目標数値を上回る数字となりますが、中期計画の達成がバンダイナムコのゴールではありません。ファンやあらゆるステイクホルダーの期待に応えるべく、これからも持続的な成長を目指していきます。

2022年度 通期業績予想

単位:億円

		2021年度 通期実績	2022年度 通期年初計画	2022年度 通期今回見込	前年同期比	年初計画比
デジタル	売上高	3,781	3,500	3,700	▲81	+200
	セグメント利益	696	450	630	▲66	+180
トイホビー	売上高	3,736	4,000	4,300	+564	+300
	セグメント利益	523	530	610	+87	+80
IPプロデュース	売上高	799	800	800	+1	±0
	セグメント利益	88	100	100	+12	±0
アミューズメント	売上高	823	850	970	+147	+120
	セグメント利益	40	20	50	+10	+30
その他	売上高	276	260	260	▲16	±0
	セグメント利益	3	0	10	+7	+10
消去・全社	売上高	▲525	▲610	▲630	▲105	▲20
	セグメント利益	▲96	▲100	▲120	▲24	▲20
合計	売上高	8,892	8,800	9,400	+508	+600
	営業利益	1,254	1,000	1,280	+26	+280

6

こちらが通期見込の事業別の内訳となります。

デジタル事業は、家庭用ゲームではリピートタイトル中心の上半期と異なり、下半期はリピートタイトルの販売本数が落ち着くと見えています。また、複数の大型タイトルのリリースがあり、開発費やマーケティング費などの費用が先行する見込みです。ネットワークコンテンツは、新作タイトルが上半期ゼロに対し、下半期は国内外5タイトルを予定しており、こちらも費用先行となることを見込んでいます。

トイホビー事業の下半期は、円安による影響が継続すると想定しています。また、国内外でマーケティング強化などを行うことで、上半期よりも販管費の増加を見込んでいます。

IPプロデュース事業は、「機動戦士ガンダム」、「転生したらスライムだった件」「ブルーロック」など、下半期に戦略IP作品の展開が増えますので、これに伴い、配信や商品化権収入の増加を見込んでいます。

アミューズメント事業は、アミューズメント施設での仕入れ商材の原価や光熱費の上昇、新店出店や機器の新製品投入に伴う償却費の増加を見込んでいます。また、コロナの動向の影響を受けやすい事業のため、今後の環境についても慎重に見ています。

NEW YORK
COMIC CON



BANDAI NAMCO

7

続いて足元や今後のトピックをお話しします。

まず、グループを横断したトピックです。

上段は、10月に開催されたNew York Comic Con、下段は、タイムズスクウェアの「ONE PIECE」ジャックの画像です。大型のイベントがリアルに開催されるようになり、我々も各地域で積極的に出展しています。これまでは、各社が個々にブース展開をしていたのですが、今は、ご覧のようにIPごとに展示を行っています。これは、トップダウンではなく、国内外の社員がIP価値を最大化するために何をすべきかを考え動いてくれたものです。

こういった展開で、ALL BANDAI NAMCOの総合力や、カテゴリーの広さを海外ファンにもアピールできています。私も現場に行きましたが、IPに対するファンの熱気を直接感じることで、手応えを感じました。この追い風をしっかりと味方につけたいと思います。

また、各地域でオフィス拠点を集約したことで、社員の気持ちも心機一転し、融合が進んでいます。“グローバルで成長を目指すんだ”“IP価値最大化を目指すんだ”という意識がより強くなり、バンダイナムコの可能性が広がっていると感じています。

これからも重点地域の北米と中国を中心に、各地域でALL BANDAI NAMCOの取り組みを強化し、さらなる成長を目指します。

新作ゲーム



開発力強化・新技術への取り組み



Bandai Namco Entertainment
021 FUND

8

続いて各事業のトピックをお話しします。

まずデジタル事業です。家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツとも、クオリティの高いタイトルを提供し、長く、深く遊んでいただく戦略は変わりません。大ヒットとなった「ELDEN RING」も長く、深く遊んでいただくための施策に加え、トイホビーで商品化するなど、IPとして育てていきます。

家庭用ゲームの新作では、10月に「ドラゴンボールザブレイカーズ」を発売しました。2023年1月には、かねてよりファンからの要望が多かった「ONE PIECE」のRPG「ONE PIECE ODYSSEY」を発売し、期内に110万本の販売を見込んでいます。両タイトルとも、IPのメディア展開と連携し、ワールドワイドで長く展開していきます。

ネットワークコンテンツについては、既存タイトルの安定展開に加え、「ソードアート・オンライン」などの新規タイトルを投入し、柱に育成していきます。

また、IPメタバースについては、2022年度内にガンプラコロニーのクローズドテストを行います。

デジタル事業では、開発力強化や新技術への取り組みも進めています。国内ではハイエンドの開発力を強化するため、開発パートナーと新会社を設立しました。また、海外発タイトルの開発力強化のため、ドイツのスタジオを子会社化しました。この会社とは現在「Park Beyond」というタイトルを開発中です。

このほか、スタートアップへの投資を行うファンド「Bandai Namco Entertainment 021 Fund」を設立しました。直近では、ブロックチェーンソーシャルゲームを開発・運営する会社に出資するなど、バンダイナムコ内にとどまらず、様々なパートナーとつながる取り組みを推進しています。

各カテゴリーで好調継続

IPを軸に面の展開へ



「仮面ライダーギーツ」
変身ベルト



「機動戦士ガンダム 水星の魔女」
ガンプラ



「ONE PIECE」
カードゲーム



「キャラパキシリーズ」



「釣りグミシリーズ」



ガシャポンのデパート
CAPSULE TOY STORE

ガシャポン

バンダイ オフィシャルショップ



GASHAPON
BANDAI OFFICIAL SHOP

次にトイホビー事業です。

9月にTV放映がスタートした「仮面ライダーギーツ」商品が順調な出足です。

また、10月にTV放映がスタートした「機動戦士ガンダム 水星の魔女」主役機のプラモデルは、非常に好調な消化状況で初動をスタートしました。女性やティーンエイジャーなどの新しい購買層へも広がっていますので、新規ファンを逃がさない継続的な取り組みを行います。

また、カードや菓子、ガシャポンなどのカテゴリーがここ数年で大きく伸びています。カードでは、7月から「ONE PIECE カードゲーム」を発売し、ゲーム性やイラストにも高い評価をいただき好調な出足です。海外では11月から中国語版、12月から英語版の発売を予定しており、期待が高まっています。

菓子では、IPと菓子の美味しさを融合したヒット商品を創出しているほか、ガシャポンはアミューズメントとタグを組んだ専門店展開によりファンの間口を広げています。

今後もトイホビーでは、様々なIPタッチポイントを生かし、バンダイナムコならではの、点ではなく面での展開を推進します。

一方で、円安の進行は原価上昇につながります。引き続き、コスト削減、生産の効率化、仕様面での工夫など様々な方向から対応していきます。

【IPプロデュース事業】 下半期 複数の戦略IP投入



「機動戦士ガンダム 水星の魔女」

「劇場版 転生したらスライムだった件 紅蓮の絆編」



「ブルーロック」



【アミューズメント事業】 バンダイナムコにしかできない店舗の展開



下半期 新機種投入



IPプロデュース事業では、4月より体制変更を行い、IP創出力をさらに強化すべく、ノウハウの集約や人材交流を行っています。自社で創出する旧サンライズ、パートナーと協業して創出する旧バンダイナムコアーツの異なるアプローチを組み合わせることで、より多彩なIPの創出が可能になりました。来年にはユニット内の会社のオフィス統合も進め、融合をさらに加速します。今年度は下半期に、複数の戦略IPの展開がスタートします。

自社スタジオ制作の「機動戦士ガンダム 水星の魔女」は、国内の放映に加えて、様々なプラットフォームから全世界に配信されています。作品面での評価も高く、Twitterトレンドで世界一位になるなど大きな話題になっています。

今後もIPのクオリティにこだわるとともに、IPを起点に、パッケージ、ライブイベント、他社へのライセンス許諾、さらにここ数年で大きく伸びているグローバル展開、配信によりIP価値最大化をはかります。

最後にアミューズメント事業です。

アミューズメントはコロナ禍からの市場の回復、従来から取り組んできた筋肉質化に向けた構造改革などにより、上半期好調に推移しました。

今後も効率化に取り組むとともに、プライズやデジタルカードなどグループリソースの積極活用、「ガンダムパーク」「バンダイナムコ Cross Store」「VS PARK」など、企画・運営、様々な面で我々にしかできないノウハウを生かした店舗を展開していきます。

また、機器については、下半期に人気の高い景品機「クレナ」シリーズの新機種を投入します。今後も市場のニーズをとらえた機器を開発し投入していきます。

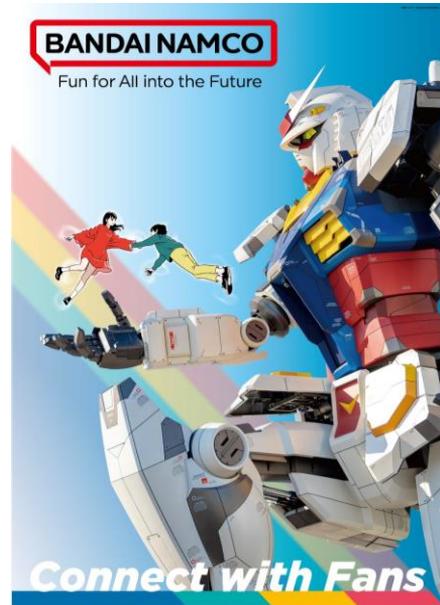
Bandai Namco's Purpose

Fun for All into the Future

もっと広く。もっと深く。
「夢・遊び・感動」を。

うれしい。たのしい。泣ける。勇気をもらう。
誰かに伝えたい。誰かに会いたくなる。

エンターテインメントが生み出す心の豊かさで、
人と人、人と社会、人と世界がつながる。
そんな未来を、バンダイナムコは世界中のすべての人とともに創ります。



11

ここ数年、そして今年度の業績好調のエンジンとなっているのは社員であり、バンダイナムコにとって一番の財産は人材です。各社やイベントに足を運ぶ中で、改めてそのことを感じました。グループの成長は社員の成長の積み重ねであり、社員の成長を後押しし、ともにグループを成長させていきたいと思えます。

まずは、通期業績の過去最高業績を達成し、中長期での持続的な成長を目指します。今後のバンダイナムコにどうぞご期待ください。

以上

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、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。

©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション ©Bandai Namco Entertainment Inc. ©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©Bandai Namco Entertainment Inc.
©2020 川原礒/AODOKAWA/SAO P Project ©Bandai Namco Entertainment Inc. Park Beyond™& © Bandai Namco Europe ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS ©Bandai Namco Entertainment Inc.
©2022 三森プロ・TV新日・ADK EM・東映 ©創通・サンライズ・MBS ©尾田栄一郎/集英社 ©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©2022 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO.1.6.31212
©創通・サンライズ・MBS ©金城宗幸・ノ村優介・講談社/「ブルーロック」製作委員会 ©川上泰樹・伏瀬・講談社/転スラ製作委員会 ©栗・伏瀬・講談社/転スラ日記製作委員会 ©創通・サンライズ
©荒木飛呂彦&LUCKYLAND COMMUNICATIONS/集英社・ジョジョの奇妙な冒険THE ANIMATION PROJECT © Bandai Namco Amusement Inc.

バンダイナムコグループ 2022年度（2023年3月期） 第2四半期決算説明会

2022年11月10日

