



バンダイナムコグループ 2021年度(2022年3月期) 第3四半期決算説明会



バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長 川口 勝

2021年度業績(3Q累計)

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年同期比	(億円)
売上高	5,434	6,283	+849	
営業利益	729	921	+192	
経常利益	751	955	+204	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	506	617	+111	
設備投資	170	189	+19	
減価償却実施額	161	182	+21	
ゲームコンテンツ 開発投資	580	662	+82	
広告宣伝費	293	328	+35	
人件費	492	531	+39	

2

2021年度第3四半期は、売上高6,283億円、営業利益921億円、経常利益955億円、四半期純利益617億円となり、売上高と全ての利益で過去最高となりました。

セグメント別業績(3Q累計)

			2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年同期比	(億円)
エンターテインメント ユニット	デジタル事業	売上高	2,540	2,423	▲117	
		セグメント利益	473	376	▲97	
	トイホビー事業	売上高	2,245	2,859	+614	
		セグメント利益	361	507	+146	
IPプロデュース ユニット	映像音楽事業	売上高	211	352	+141	
		セグメント利益	6	35	+29	
	クリエイション事業	売上高	162	245	+83	
		セグメント利益	26	16	▲10	
アミューズメント ユニット	アミューズメント事業	売上高	425	613	+188	
		セグメント利益	▲97	43	+140	
その他		売上高	182	210	+28	
		セグメント利益	8	8	±0	
全社消去		売上高	▲334	▲421	▲87	
		セグメント利益	▲50	▲65	▲15	
合計		売上高	5,434	6,283	+849	
		営業利益	729	921	+192	

3

事業別では、前年同期に比べ、特にトイホビー事業、映像音楽事業、アミューズメント事業が業績を伸ばすことができました。

事業別概況(3Q累計)

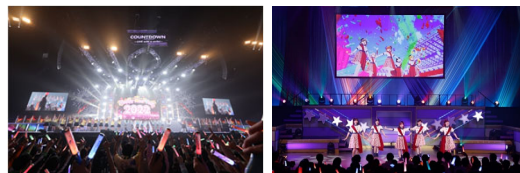
トイホビー事業

ハイターゲット商材が国内外で好調継続
玩具周辺商材・新IP商品も貢献



映像音楽事業

ライブイベントの開催制限の緩和
IP関連のライセンス収入が業績に貢献



アミューズメント事業

国内既存店売上高 前年同期比120.7%
欧州・アジアについても回復傾向



4

トイホビー事業は、ガンプラやコレクターズアイテム、ロトなどのハイターゲット層向け商品が、国内に加え、海外でも展開を拡大し、好調に推移しました。また、トレーディングカードやガシャポンなどの玩具周辺商材、「鬼滅の刃」などの新規IP商品も業績に貢献しました。

映像音楽事業では、前年にコロナの影響を大きく受けたライブイベントビジネスが、開催制限の緩和や、新しい形式でのライブイベント開催により、前年同期を上回る業績となりました。

アミューズメント事業においても、国内アミューズメント施設の既存店売上高が前年同期比で120.7%となり回復の兆しが見えました。

グループ全体では、地域、事業、IPのポートフォリオが良い形で効果を発揮しました。

通期見込

	2020年度	2021年度 前回見込	2021年度 今回見込	前年同期比	前回見込比	(億円)
売上高	7,409	7,950	8,100	+691	+150	
営業利益	846	900	960	+114	+60	
経常利益	876	930	990	+114	+60	
親会社株主に帰属する 当期純利益	488	580	670	+182	+90	
設備投資	227	250	250	+23	±0	
減価償却実施額	246	280	280	+34	±0	
広告宣伝費	452	510	520	+68	+10	
人件費	667	700	710	+43	+10	

5

通期業績見込については、各事業において、第3四半期までの実績や足元の市況、第4四半期の商品・サービスやマーケティング計画を踏まえ見直しを行いました。

来年度以降に向けた種まきも行いながら、足元の商品・サービスにもしっかりと取り組み、売上高8,100億円 営業利益960億円を目指します。

通期事業セグメント別見込

			2020年度 実績	2021年度 前回見込	2021年度 今回見込	前年同期比	前回見込比
(億円)							
エンターテインメント ユニット	デジタル事業	売上高	3,379	3,100	3,100	▲279	±0
		セグメント利益	567	400	400	▲167	±0
	トイホビー事業	売上高	3,008	3,500	3,650	+642	+150
		セグメント利益	390	500	550	+160	+50
IPプロデュース ユニット	映像音楽事業	売上高	342	450	450	+108	±0
		セグメント利益	15	40	40	+25	±0
	クリエイション事業	売上高	282	300	300	+18	±0
		セグメント利益	27	25	25	▲2	±0
アミューズメント ユニット	アミューズメント事業	売上高	639	840	840	+201	±0
		セグメント利益	▲83	20	20	+103	±0
その他		売上高	246	250	250	+4	±0
		セグメント利益	6	5	5	▲1	±0
全社消去		売上高	▲488	▲490	▲490	▲2	±0
		セグメント利益	▲77	▲90	▲80	▲3	+10
合計		売上高	7,409	7,950	8,100	+691	+150
		営業利益	846	900	960	+114	+60

6

事業別の見込数値では、第3四半期までの実績を踏まえ、好調なトイホビー事業の見込み等を見直しています。

配当予想

安定的な配当額としてDOE2%をベースに、
総還元性向50%以上を目標に株主還元を実施する

2021年度 配当予想 年間 153円

- ベース配当 48円
- 業績連動配当 105円

7

2021年度の配当予想については、安定的な配当額として、DOE 2 %をベースに、総還元性向50%以上を目標とする株主還元に関する基本方針にのっとり、年間で、1株あたりのベース配当48円、業績連動配当105円、合計153円を見込んでいます。

バンダイナムコグループ中期計画 2022-2024

2022年2月8日



8

バンダイナムコグループの中期計画についてご説明します。

Purpose



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。
誰かに伝えたくなる。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**。

10

バンダイナムコの社会における存在意義を示す「パーパス」は“Fun for All into the Future”のタグラインとそれを補完する文章で構成されています。

この文章の中では、「つながる」ということと、「ともに創ります」という部分が、非常に重要なキーワードだと考えています。

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。誰かに会いたい。

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。

**“世界中の人々に楽しさと感動を届け、
未来に向かって笑顔と幸せを追求していく”**

11

世界中の人々とつながり、ともに創った結果が「Fun for All into the Future」です。この意味するところは、「世界中の人々に楽しさと感動を届け、未来に向かって笑顔と幸せを追求していく」ということです。これがバンダイナムコグループの存在意義であり使命です。

このパーパスは我々の最上位概念として掲げる非常に重要なものとなります。中期計画においても、この「パーパス」の実践が非常に重要な柱となります。

Brand



Brand



2005年 バンダイ、ナムコ経営統合

バンダイとナムコの『融合』がテーマ



経営統合から16年…

バンダイナムコは次のステージへ



13

今のバンダイナムコのロゴマークは、2005年にバンダイとナムコが経営統合した際に「融合」をテーマに制作されたものです。それから16年が経ち、いよいよバンダイナムコは次のステージへと進みます。

Brand



□ バンダイナムコ 新ロゴマーク

★デザイン：吹き出し …「コミュニケーション」「つながる」

★カラー：RED …「情熱的」「楽しい」「アクティブ」



□ ベクトルエレメント

バンダイナムコの「多様性」を表現



14

4月から導入する新たなロゴマークは、「パーパス」の「つながる」「ともに」を表現しており、マンガなどに使われる吹き出しをモチーフにしています。カラーは、全世界の社員のアンケート調査でバンダイナムコが目指すイメージとして多くあがった「情熱的」「楽しい」「アクティブ」を表現するレッドとしました。

また、バンダイナムコの多様性を表現した4色の「ベクトルエレメント」を名刺やホームページなどのコーポレートツールに使用します。

ファンとつながるための 新しい仕組み



15

先程、パーパスの中で「つながる」ということが非常に重要だとお話ししました。我々がファンとつながるということはどういうことを意味しているかについて少し詳しくお話しします。

ファンとつながるための新しい仕組み

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future



16

我々バンダイナムコは「IPファン」だけでなく、「パートナー」、「社員」、「社会」などあらゆるステークホルダーと密接につながっていきたいと考えています。

バンダイナムコは世界中のファンとつながる

■ IPファンとつながる

IPファンとバンダイナムコなしではいられなくなるほどつながる

■ パートナーとつながる

パートナーから選ばれる存在となる

■ コミュニティとつながる

社会の様々なコミュニティと未来に向かって共生する

17

IPファンからは、バンダイナムコなしではいられなくなるほど、深くつながりたいと思います。また、あらゆるパートナーから、「バンダイナムコと組みたい」と選ばれる存在を目指します。

さらに、コミュニティとつながるということでは、社会の様々なコミュニティとつながり、持続可能な未来に向かって共生していきたいと思っています。

ファンとつながるための新しい仕組み

BANDAI NAMCO
Fun for All Into the Future



18

バンダイナムコは、既存ファンの人々とは今よりもっと「深く」つながり、そして新たな新規ファンの人々とはより「広く」つながり、そしてより複雑につながるという姿を目指します。

我々は1人のファンに対しても、複数のIPを通じてつながるという形が考えられます。また、ファン同士がつながっているコミュニティともつながっていきますので、文字通りあらゆる方向から複雑につながることになります。

ファンとつながるための新しい仕組み

BANDAI NAMCO
Fun for All Into the Future

IPファン

パートナー

大切なのは、つながり方の『質』

社員

世界
社会

19

そして、重要なのはつながりかたの質を高めるということです。
バンダイナムコは質にこだわってファンやパートナーとつながっていき
たいと思います。

メタバース



20

次の中期計画ではつながる仕組みとして、メタバースは非常に重要になります。

メタバース：ファンとつながるための新しい仕組み



21

我々が考えるメタバースは、ファンに寄り添ったIPごとのメタバースです。第一弾の目指すメタバースの形としては、ガンダムのメタバースを開発します。

メタバース：ファンとつながるための新しい仕組み

- 「ガンダム」情報の集約

ファン自らがアバターに扮して集約された情報にアクセスできる

- メタバースコンテンツ開発

現実世界と融合した新たなサービスを提供

- コミュニティ構築

ファンやパートナーにとって最適な「場」を提供する

22

開発にあたっては、ガンダムの世界観を重要視しますので、当然ながら舞台は宇宙コロニーです。この中で色々なこととができることを想定しています。

ここにいけば、ゲーム、アニメ、ガンプラやeスポーツ、イベントなど様々な情報が得られるということになります。また、自らが、アバターに扮して、情報にアクセスすることができます。我々はGeniesと協業しており、そのアバター技術がここに生かされることになります。

また、コンテンツ開発にあたっては、現実世界と仮想空間が融合した新たなメタバースならではのサービスを提供します。コミュニティ構築という点では、ファンやパートナーにとって最適な場を提供するということを目指します。バンダイナムコの中に閉じずにあらゆる外部のファンやパートナーに対しても開かれたメタバースを考えていきます。

具体的な内容に関しては、今後開催するガンダムカンファレンスにてお話しさせていただく予定です。

IP軸戦略の進化



23

続いて、「IP軸戦略の進化」についてお話しします。

バンダイナムコの強みは 「デジタル」でも「フィジカル」でもつながれること



バンダイナムコの強みは、幅広い事業領域を活かして「デジタル」と「フィジカル」両方でファンとつながっていることが強みと認識しています。

ガンダムの場合、デジタルの世界では、メタバースやプレミアムバンダイ、ゲーム、GUNDAM.INFOなどの接点があります。フィジカルでつながるものとしては、THE GUNDAM BASEのような直営店、アミューズメント複合施設、イベント、ガシャポンのデパートなどのように様々な接点を持っています。

我々の強みは、デジタルとフィジカル両方で接点を持っているということです。この2つを活用してバンダイナムコならではの「IPのプラットフォーム」をつくっていきたいと思います。



また、これまでの事業の最大化のためIPを活用するということに加え、今後はIPの価値を最大化する取り組みを行います。時には、事業の最大化に向けた取り組みよりも、IP価値の最大化に向けた取り組みを優先することも考えられます。これがIP軸戦略の進化といえることではないかと思います。

グループ中期ビジョン



26

次に「中期ビジョン」です。

Connect with Fans

バンダイナムコに好意・共感を持つ
世界中のFans(IPファン、パートナー、社員、社会)と
「深く」「広く」「複雑に」つながっている存在でありたい

27

中期ビジョンは「Connect with Fans」です。

先ほどご説明しました通り、Fansは、IPファン、パートナー、社員、社会を示しており、その全てとつながるという意味を表しています。

まさしくパーパスの実践を、グループの中期ビジョンとして掲げました。

中期ビジョン

Connect with Fans

重点戦略

IP軸戦略

IP×Fan

IPでファンとつながる

ファンとつながるための新しい仕組み

IP×Value

IPの価値を磨く

IP軸戦略の進化

IP×World

IPで世界とつながる

ALL BANDAI NAMCOでの事業構築

人材戦略

多様な人材の育成

サステナビリティ

笑顔を未来へつなぐ

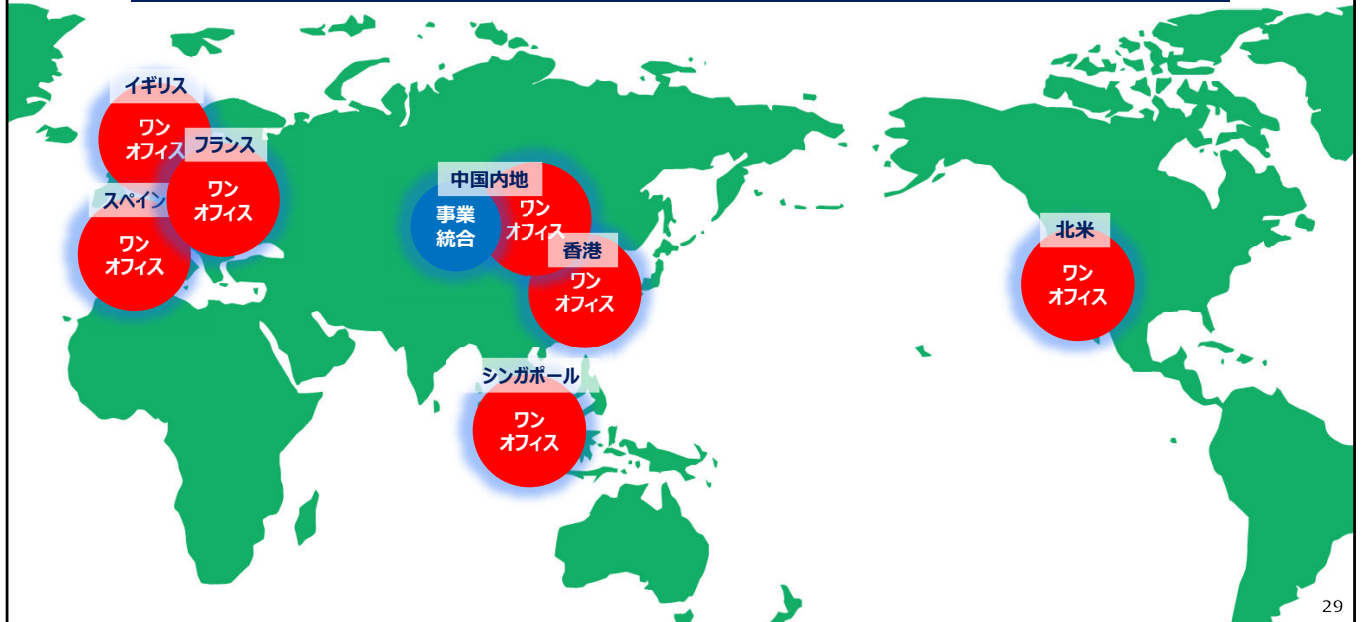
28

中期計画の重点戦略は、ご覧の3つの戦略を推進します。

ALL BANDAI NAMCOでの事業構築



世界各地域でALL BANDAI NAMCOで戦うための体制構築完了



29

グローバル展開についてお話しします。

各地域における組織再編や拠点統合を推進し、ALL BANDAI NAMCOで戦うための体制づくりはほぼ完了したと考えています。

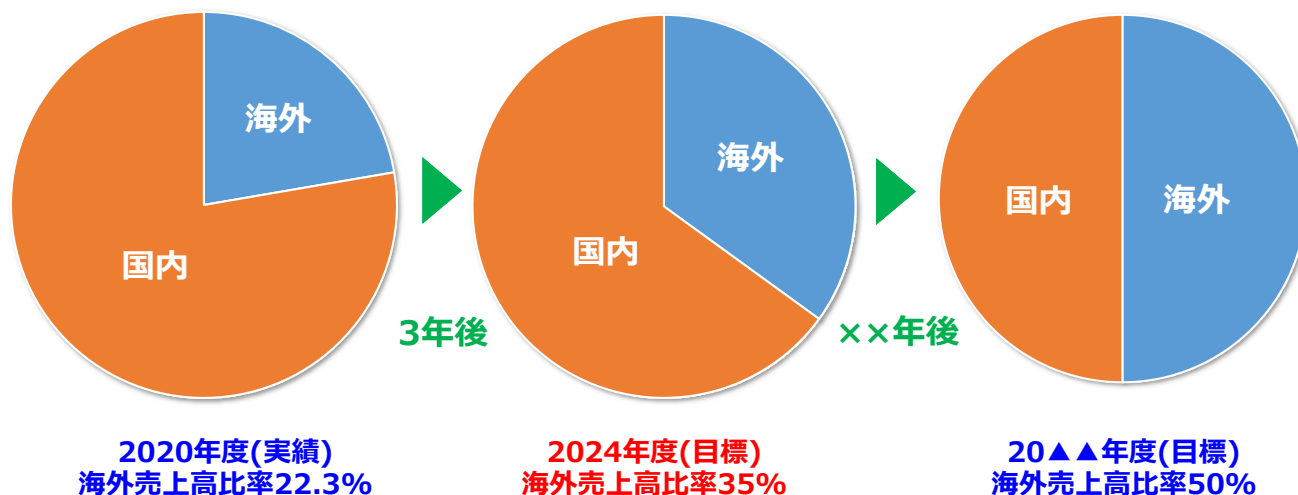
新たな中期計画はこの体制のもと、いかに各エリアで各事業が協力を連携できるかが重要です。事業連携や横断プロジェクトの推進により、さらに海外での事業展開を伸ばしていきたいと考えています。

ALL BANDAI NAMCOでの事業構築



まずは「海外売上高比率35%」を目指す

※「所在地別」売上高比率



30

このような取り組みにより、海外売上高比率を中期計画最終年度の2024年度に35%へ高めていきたいと思えます。そして、できるだけ早期に50%まで目指すということの一つの目標にします。簡単なことではありませんが、ALL BANDAI NAMCOで丸となり取り組んでいきます。

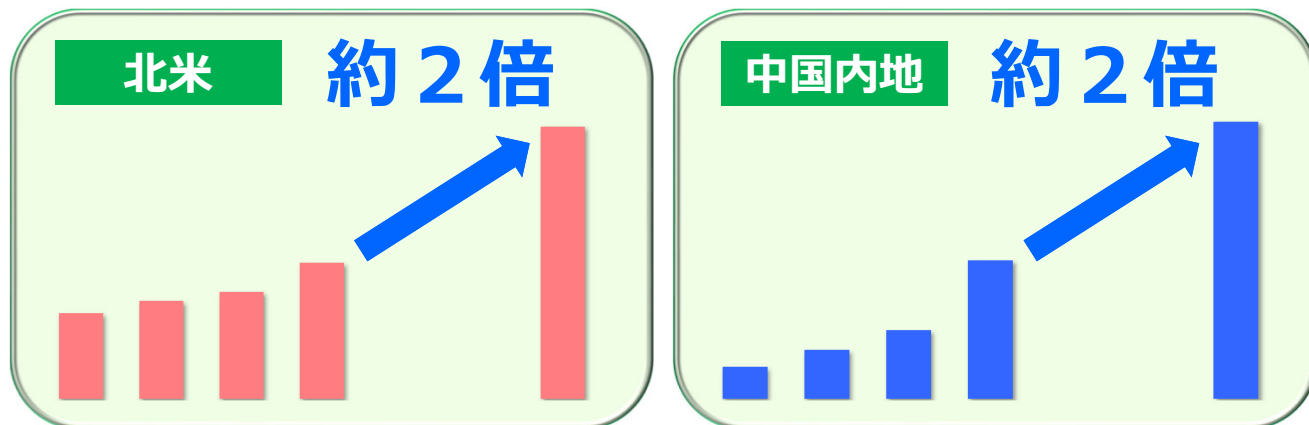
ALL BANDAI NAMCOでの事業構築



□ 重点エリア

デジタル事業 : WW大型タイトルの投入 (北米)

トイホビー事業 : ハイターゲット事業の拡大 (北米・中国内地)



事業拡大にともなう生産体制の強化も実施

31

グローバル展開においての重点エリアと位置付けた北米や中国内地では、現在の2倍くらいの規模を目指していきたいです。そのため、事業展開の強化に併せ生産体制も強化します。

ワールドワイド展開を推進するガンプラにおいては、海外需要に対応するべく2024年までの体制強化に向けた施策を進めていきます。

IP軸戦略（投資計画）

□ IP軸戦略の進化に向けた投資の継続

次期中期計画期間においては、IP軸戦略の進化に向けた投資を推進する

2022～2024年度

IP軸戦略の進化に向けた投資

※パートナーシップ強化投資(出資)は含まず

400億

● IP価値最大化に向けた投資

250億

- ・新規IP創出
- ・IPプロジェクト(ガンダムプロジェクトなど)
- ・オープンイノベーション

● 『IPメタバース』開発に向けた投資

150億

- ・『IPメタバース』開発
- ・『データユニバース』構想

IPへの戦略投資に関しても積極的に対応していきます。
前中期計画では250億円の戦略投資を行いました。この中期計画においては400億円の戦略投資を行いたいと思います。
新規IP創出、IPプロジェクトなどのIP価値最大化に向けた投資として250億円、IPメタバース開発などに向けた投資に150億円 合計で400億円の戦略投資を行います。

IP軸戦略（投資計画）グループデータ一元管理



□ 『データユニバース』構想

グループのデジタル&フィジカルファンデータを1箇所に集約・分析するためのデータ基盤を整備

ファンの満足度向上、コミュニティ形成・メタバース構築へつなげる



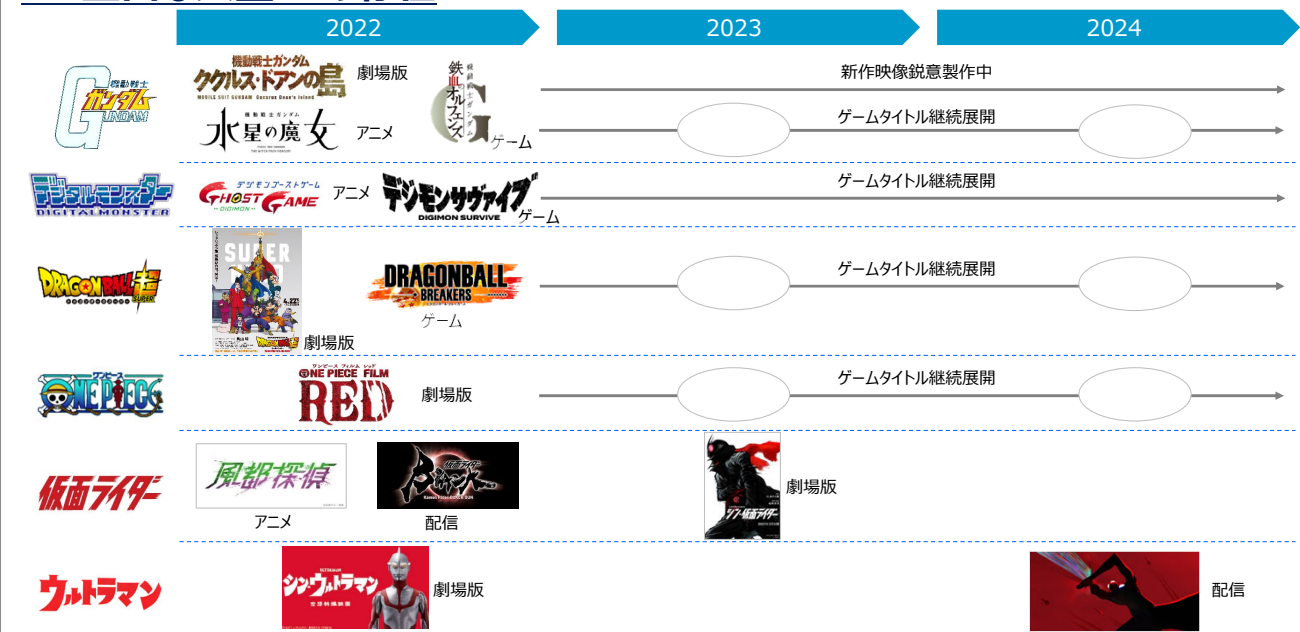
33

IPメタバース開発に向けた投資の中から、ファンのデータを一元管理する仕組みの構築を行います。今までは各社がそれぞれでデータを収集していましたが、データユニバース構想とのもとに、グループのデータを一元管理していきます。これにより、ファンのデータや嗜好を分析し、商品・サービスに対するファンの満足度向上やメタバース開発につなげていきます。

投資が必要なことではありますが、我々にとって非常に重要なことだと認識していますので、データユニバース構造をしっかりと進めていきます。

IPを取り巻く環境

□ 豊富な大型IPの存在



こちらは中期計画において、我々が商品・サービス展開するIPを取り巻く環境です。ご覧のように複数の強力なIPの様々な作品公開が予定されています。

ガンダムでは6月に「機動戦士ガンダム ククルス・ドアン of the Island」が映画公開され、TVシリーズとしては「機動戦士ガンダム 水星の魔女」がスタートします。そしてさらに、ハリウッドと共同制作している実写版映画も控えています。中期計画中は我々のIPを取り巻く環境が追い風であるといえますので、パートナーと連携し商品・サービスでも相乗効果を発揮していきたいと思ひます。

IP創出に向けた投資（映像投資）

□ IP創出に向けた映像投資（IPPユニット）

	映像製作 投資額	作品数	作品タイトル		
2022 年度	120億	40	新規 IP	10作品	ブルーロック ヒーラーガール BIRDIE WING
			既存 IP	30作品	ガンダム 4 水星の魔女 機動戦士ガンダム クワース・ドアン島の 他シリーズ 26 TIGER & BUNNY 2 誕生したら スライム だった件 食い寝回 スクールアイドル同好会
2023 年度	160億	40	新規IP	10作品	
			既存IP	30作品	ガンダム 5 他シリーズ 25
2024 年度	170億	40	新規IP	12作品	
			既存IP	28作品	ガンダム 3 他シリーズ 25

35

こちらはIPプロデュースユニットの映像作品のタイトル編成です。新規IP、既存IP合わせて中期計画において450億円の映像投資を行っていきます。既存IPファンに向け作品を提供するとともに、新規IP創出にも積極的にチャレンジしていきます。

デジタル事業タイトル編成（ゲーム開発投資）



□ WWタイトル編成

	2022	2023	2024
家庭用ゲーム PC	・ドラゴンボール ザ ブレイカーズ ・ガンダム大型タイトル 新作 ・Unknown9(海外発タイトル) ・他 2タイトル 5タイトル	・人気IPタイトル 新作 ・他 6タイトル 7タイトル	・人気IPタイトル 新作 ・他 7タイトル 8タイトル
ネットワーク コンテンツ	・ガンダム 鉄血のオルフェンズG ・他 3タイトル 3タイトル	・人気IPタイトル 新作 ・他 1タイトル 2タイトル	・人気IPタイトル 新作 ・他 2タイトル 3タイトル
	主要タイトル 8	主要タイトル 9	主要タイトル 11

36

こちらは、デジタル事業におけるワールドワイドタイトルに関してのタイトル編成です。ご覧のように、2024年度までの編成をしっかりと組んでいます。内容はまだ詳しく申し上げられませんが、粒はそろっていますので、ワールドワイドでのヒットを目指し開発を進めていきます。

サステナビリティ

笑顔を未来へつなぐ



37

「サステナビリティ」についても、重要な経営課題と考えています。

バンダイナムコグループのサステナビリティ方針



□ サステナビリティ方針

バンダイナムコグループは、IP軸戦略のもと、ファンとともに、バンダイナムコグループが向き合うべき社会的課題に対応したサステナブル活動を推進します。

脱炭素化に向けた中長期目標

目標	2050年まで： 自社拠点（社屋、自社工場、直営アミューズメント施設等）におけるエネルギー由来の 二酸化炭素排出量 実質ゼロ
中間目標	2030年まで： 自社拠点におけるエネルギー由来の二酸化炭素排出量 2019年度比 35%削減 （2013年度比 50%削減）
主な取り組み	省エネルギー施策のさらなる推進、再生可能エネルギーの導入等

□ マテリアリティ（重要項目）

- 地球環境との共生
- 適正な商品・サービスの提供
- 知的財産の適切な活用と保護
- 尊重しあえる職場環境の実現
- コミュニティとの共生

38

我々は、昨年「バンダイナムコグループのサステナビリティ方針」を掲げるとともに、脱炭素化に向けた目標も掲げました。

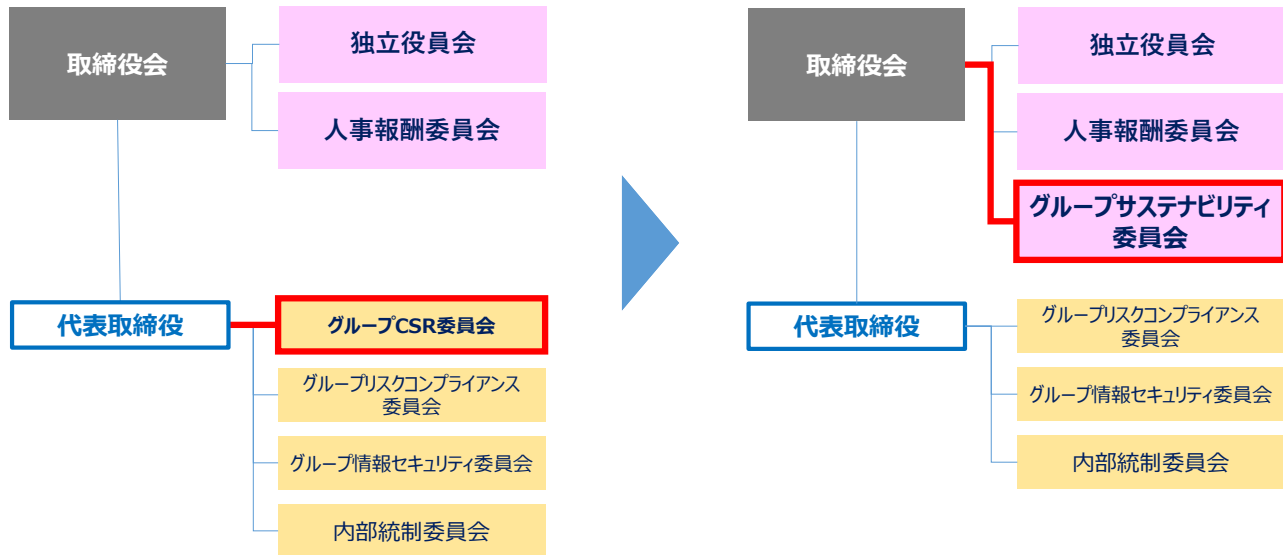
脱炭素化に向けては、2050年までにエネルギー由来の二酸化炭素排出量を実質ゼロに、2030年までに13年度対比 50%削減するという目標を掲げています。

また、重要度の高い項目を5つのマテリアリティとして特定しました。サステナビリティ方針に掲げたように、サステナブル活動においても、持続的な社会をファンとともに作りあげていきたいと思えます。

グループサステナビリティ委員会

「グループCSR委員会」を「グループサステナビリティ委員会」として、取締役会直下の会議体へ格上げ

2022年4月～



39

サステナビリティを推進する組織面では、これまでの「グループCSR委員会」を「グループサステナビリティ委員会」として再編し、取締役会直結の会議体に格上げしました。

サステナビリティに関しては取締役は勿論、グループ全体で笑顔を未来へつなげるための活動に取り組んでいきます。

新しい体制

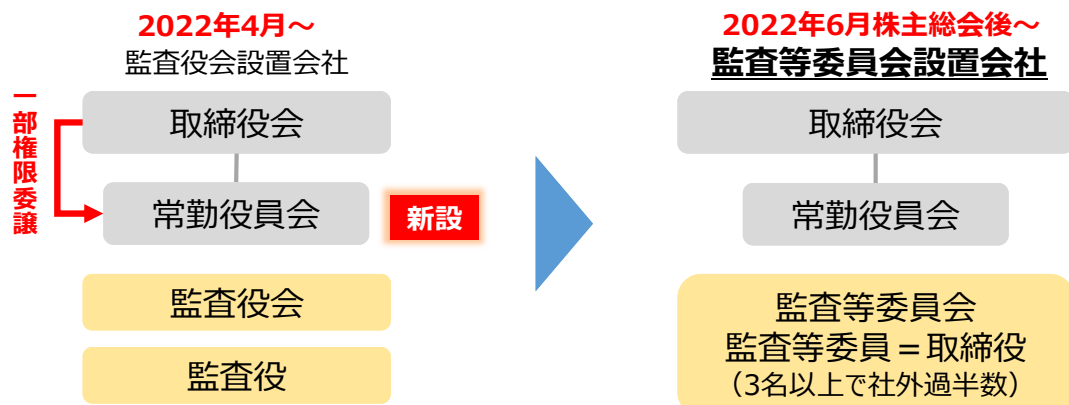


40

中期計画を推進する体制についてご説明します。

新しい体制

□ BNHDはガバナンスの強化に向け、新しい体制へ移行



● 監督機能が強化される(監査等委員の権限強化)

- 取締役会での議決権がある
- 取締役選解任・報酬の意見陳述権がある
- 監査等委員会に内部監査部門等に対しての指示権限を付与することができる

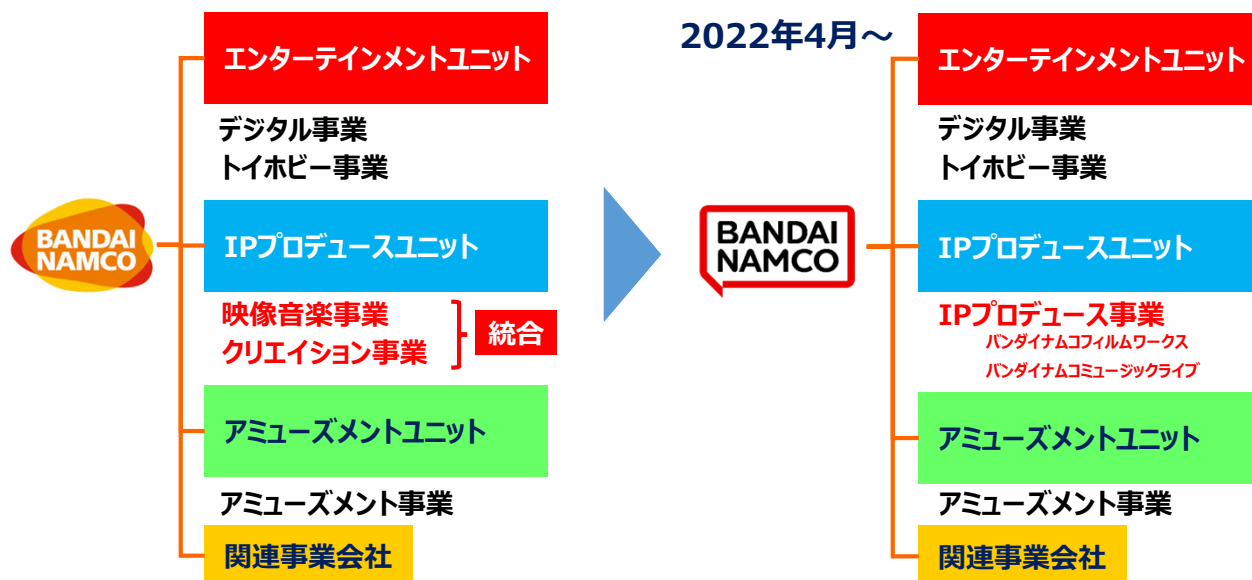
41

バンダイナムコホールディングスは、現在の「監査役会設置会社」から「監査等委員会設置会社」へと移行します。

これにより、今まで以上にグループ全体のガバナンスの強化をはかるとともに、さらにスピーディな意思決定と業務執行を行います。

新しい体制

□ IPプロデュースユニット再編



42

ユニット体制については、現在の3ユニット体制に変更はありません。IPプロデュースユニットに関しては、再編を行ったほか、映像音楽事業とクリエイション事業を統合し、IPプロデュース事業とします。

2024年度計数目標

2024年度計数目標



連結売上高

11,000億円

連結営業利益

1,250億円

ROE

12%以上

44

中期計画の最終年度の2024年度の計数目標としては
連結売上高 1兆1千億円、
連結営業利益 1,250億円、
ROE 12%以上
を目標とします。

容易な達成目標ではありませんが、グループ一丸となって目標達成に向けて戦略に取り組んでいきます。

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。誰かに会いたい。

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。

**“世界中の人々に楽しさと感動を届け、
未来に向かって笑顔と幸せを追求していく”**

45

最後に、私たちのパーパスを再度画面で紹介させていただきます。

Fun for All into the Future、世界中の人々に楽しさと感動を届け、
未来に向かって笑顔と幸せを追求していく。

バンダイナムコは、事業、サステナビリティ、社員の行動などすべてにおいて、「パーパス」が示す姿を体現していきます。

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。

©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS ©本郷あきよし・東映アニメーション ©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション ©バードスタジオ/集英社 ©「2022 ドラゴンボール超」製作委員会 ©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション
©BANDAI ©本郷あきよし・フジテレビ・東映アニメーション ©尾田栄一郎/2022「ワンピース」製作委員会 ©創通・サンライズ ©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション ©Akiyoshi Hongo, Toei Animation ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ
©石森プロ・東映/2023「ワン・ペイン・トゥー・フェイス」製作委員会 ©円谷プロ ©2021「シン・ウルトラマン」製作委員会 ©円谷プロ ©円谷プロ ©金城宗幸・ノ村健介・講談社/「ブルー・ドラゴン」製作委員会 ©Healer Girl Project
©川上泰樹・伏見・講談社/「転スラ」製作委員会 ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS ©BNP/BIRDIE WING Golf Club ©BNP/T&B2 PARTNERS ©2020 プロジェクトラブライブ! 虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©岩崎呼世晴/集英社・アニプレックス・ufotable ©2017 プロジェクトラブライブ! サンシャイン!! ©2020 プロジェクトラブライブ! 虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会 ©2021 プロジェクトラブライブ! スーパースター!! ©2021 プロジェクトラブライブ! スーパースター!!

バンダイナムコグループ中期計画 2022-2024



参考資料 2024年度計数目標

2024年度計数目標				(億円)
エンターテインメントユニット	デジタル事業	売上高	4,800	
		セグメント利益	580	
	トイホビー事業	売上高	4,500	
		セグメント利益	590	
IPプロデュースユニット	IPプロデュース事業	売上高	1,000	
		セグメント利益	170	
アミューズメントユニット	アミューズメント事業	売上高	1,000	
		セグメント利益	60	
その他		売上高	400	
		セグメント利益	10	
全社消去		売上高	▲700	
		セグメント利益	▲160	
合 計		売上高	11,000	
		営業利益	1,250	