

【ご質問】

デジタル事業における 2023 年 3 月期（2022 年度）の家庭用ゲームの新作タイトル、リピートタイトルの販売本数の見込みと、開発コストの考え方について教えてください。

【ご回答】

2022 年度の家庭用ゲームの販売本数は、新作タイトル 1,100 万本、リピートタイトル 3,250 万本を見込んでいます。2021 年度に大ヒットした『ELDEN RING』については、ユーザー層拡大のための施策やToy ホビー事業との連携を含め、ロングライフ化のためのさまざまな施策を検討しています。また、「DRAGON BALL」のタイトルや「鉄拳」シリーズなどの既存タイトルについても、さらなるロングライフ化に向けてマーケティング施策をしっかりと展開していきます。なお、開発コストについては、2021 年度のゲームコンテンツ開発投資 951 億円に対して、2022 年度は 1,000 億円を見込んでいます。

【ご質問】

2022 年度はデジタル事業が減収減益となる見込みですが、その理由を教えてください。

【ご回答】

『ELDEN RING』の大ヒットがあった 2021 年度に比べて、家庭用ゲームの売上高が減収となる見込みです。また、2022 年度の家庭用ゲームは、「DRAGON BALL」の大型タイトルや海外発タイトル、PC 向けタイトルを含め、複数の新作タイトルのリリースを予定しており、開発費や宣伝費などの初期費用が発生する見込みです。また、デジタル事業全体として、タイトルのクオリティアップのための取り組みの一環として技術研究費が増加する見込みです。

なお、2022 年度のネットワークコンテンツの売上高見込みは、合計 1,900 億円（ゲームアプリケーション：1,770 億円、SNS：30 億円、PC オンラインゲーム他：100 億円／海外比率：39%）となっています。

＜ご参考：2021 年度ネットワークコンテンツ売上高＞

合計 1,855 億円（ゲームアプリケーション：1,741 億円、SNS：37 億円、PC オンラインゲーム他：77 億円／海外比率：39%）

【ご質問】

「DRAGON BALL」の商品・サービスの売上高が好調に推移していますが、特に注目すべき商品・サービスについて教えてください。

【ご回答】

デジタル事業においては、『ドラゴンボール Z ドッカンバトル』を中心としたネットワークコンテンツ

【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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。

が堅調に推移しているほか、2022 年度は家庭用ゲームの大型タイトルを発売する予定です。Toyホビー事業においては、海外におけるビジネスが大きく拡大しています。新作映画の公開を控え、当社グループにおいても、引き続き ALL BANDAI NAMCO で商品・サービスを展開していきます。

【ご質問】

為替の変動や原材料費の上昇による事業への影響をどのように考えていますか？

【ご回答】

当社グループは事業や展開エリアが多岐にわたっているため、事業ごとに為替の変動や原材料費の上昇による影響が異なります。例えば、Toyホビー事業では、為替の変動による仕入高や原材料費上昇による原価高への影響がある一方で、海外ビジネスが拡大していますので円安によるポジティブな影響と相殺することが可能と考えています。また、デジタル事業は、ワールドワイドでビジネスを展開しており、特に欧米における事業が好調に推移しています。そのため、円安はポジティブに作用しています。グループ全体では、現時点では為替の変動や原材料費の高騰に伴う影響は限定的であると考えていますが、影響が長引いた場合に備え、対応策は随時検討していきます。

【ご質問】

Toyホビー事業における 2021 年度の国内外のビジネスの概況と、2022 年度の見込みについて教えてください。

【ご回答】

Toyホビー事業における 2021 年度の国内売上高は、2,719 億円、海外売上高は 1,018 億円（地域別売上高：米州 245 億円、欧州 163 億円、アジア 610 億円）となりました。特に第 4 四半期は、欧米、アジアともに好調に推移し、2022 年度に良い形でつなげることができました。これは、新型コロナウイルスからの市場の回復といった外部要因に加え、流通拡大など当社がこれまでに行ってきた取り組みの効果が徐々に表れてきた結果だと考えています。

2022 年度は、展開する IP、商品・サービスのラインナップに基づき、国内売上高 2,890 億円、海外売上高 1,110 億円（地域別売上高：米州 280 億円、欧州 130 億円、アジア 700 億円）を見込んでいます。海外は成長市場と考えていますので、引き続き事業拡大を強化していきます。なお、2022 年度の営業利益は、国内では増益見込み、海外では広告宣伝費や物流費、体制強化に伴う固定費の増加に伴い、減益見込みとなっています。

【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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。

【ご質問】

2022 年度は複数の新作映画が予定されていますが、新作映像の展開に合わせたビジネス展開について教えてください。また、「ガンダム」シリーズの実写映画の進捗状況について教えてください。

【ご回答】

2022 年度は、「DRAGON BALL」に加え、「ワンピース」や「ウルトラマン」、「ガンダム」など、定番 IP の新作映画や TV シリーズが複数予定されています。また、LEGENDARY 社との共同制作で世界展開する「ガンダム」シリーズの実写映画（公開時期未定）も鋭意制作を進行中です。映像展開にあわせて、グループ内外との連携を強化しながら商品・サービスをしっかりと展開していきますので、ぜひご期待ください。

【ご質問】

アミューズメント事業の 2022 年度の見込みについて教えてください。

【ご回答】

アミューズメント事業については、売上高 850 億円、営業利益 20 億円を見込んでいます。国内既存店売上高は直近で新型コロナウイルス感染拡大前の水準近くまで戻ってきているものの、引き続き不透明な環境が続いていますので、現時点では慎重に見込んでいます。営業利益については、家賃の減免終了などによる一部固定費の増加を見込んでいます。

【ご質問】

バンダイナムコグループは、今後どのように次のステージを目指していくのでしょうか。

【ご回答】

2022 年 4 月に、バンダイナムコグループの最上位概念となる「パーパス」を制定しました。「パーパス」の中で特に重要な要素が“つながる”“ともに創る”です。当社グループが目指す姿は、世界中の IP ファン、あらゆるパートナー、グループ社員、そして社会とつながる姿です。目指す姿に向け、中期計画のビジョンは「Connect with Fans」としました。当社グループは、川上から川下まで幅広く事業を展開していますが、グループ内に閉じることなく、ファンはもちろん、あらゆるステイクホルダーとつながることで、ビジネスを世界に拡大していくことができます。この中期計画はその考えを実践する期間だと考えています。

「パーパス」の実践において重要なことは、つながりにおける「質」を高めることにあります。そのため重要な施策となるのが、「IP メタバース」で、第 1 弾として「ガンダム」のメタバースを計画し

【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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。

ています。仮想空間であるスペースコロニーの中に、アニメ、ガンブラ、ゲーム、音楽などカテゴリーごとのコミュニティとなるコロニーを打ち上げ、これらをバンダイナムコ ID で連結していく構想ですが、すでに、ガンダム情報を集約した『ガンダムナビアプリ』をスタートしているほか、2022 年度中には「ガンブラ（ガンダムシリーズのプラモデル）」のコロニーも打ち上げる予定です。さらに、2023 年には e スポーツのコロニーを打ち上げる予定で、FPS（First-person Shooter）ゲーム『GUNDAM EVOLUTION』の開発を進め、グローバルレベルの大規模な e スポーツ大会の開催も行いたいと考えています。

バンダイナムコグループは、これまで個々の事業会社の力でビジネスを拡大してきました。しかし、ワールドワイドでさらなる成長を目指すためには、ALL BANDAI NAMCO でグループ一丸となってファンと向き合っていく必要があります。デジタルとフィジカルを融合させた新しいカテゴリーの創出など、グループの総合力を活用した新たな取り組みを行うことで、世界のファンに IP の価値を届け、さらなる成長を目指していきたいと考えています。

以上

【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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。