

バンダイナムコグループ 2022年度（2023年3月期） 第1四半期決算説明会

2022年8月5日



(株)バンダイナムコホールディングスの川口です。

2022年度第1四半期は、グループの最上位概念となる「パーパス」と新たなロゴマークを導入し、バンダイナムコが新たなステージを目指すための中期計画をスタートした最初の3カ月となりました。

2022年度第1四半期業績

	2021年度 第1四半期実績	2022年度 第1四半期実績	前年同期比
売上高	1,780	2,162	+382
営業利益	270	443	+173
経常利益	287	512	+225
親会社株主に帰属する 四半期純利益	209	370	+161
設備投資	65	101	+36
減価償却実施額	55	51	▲4
ゲームコンテンツ 開発投資	178	158	▲20
広告宣伝費	82	94	+12
人件費	182	194	+12

2

第1四半期の業績は、
売上高 2,162億円、営業利益 443億円、経常利益 512億円、
四半期純利益 370億円となり、
第1四半期としては売上高・利益とも過去最高業績となりました。

2022年度第1四半期業績

		2021年度 第1四半期実績	2022年度 第1四半期実績	前年同期比
デジタル	売上高	668	895	+227
	セグメント利益	118	294	+176
トイホビー	売上高	830	948	+118
	セグメント利益	144	143	▲1
IPプロデュース	売上高	174	156	▲18
	セグメント利益	32	10	▲22
アミューズメント	売上高	152	230	+78
	セグメント利益	▲6	21	+27
その他	売上高	66	70	+4
	セグメント利益	1	1	±0
消去・全社	売上高	▲112	▲139	▲27
	セグメント利益	▲20	▲27	▲7
合計	売上高	1,780	2,162	+382
	営業利益	270	443	+173

2022年度第1四半期業績

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」リピート販売好調
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
カード等玩具周辺商品好調
原価上昇、運賃増の影響あるも高水準の収益を維持

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、機器販売事業回復
- 効率化施策を継続推進

4

デジタル事業は、大型の新作タイトル発売があった前年同期と異なり、今第1四半期は、家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツとも、大型タイトルの投入は無く、既存タイトルを中心とした展開となりました。

ネットワークコンテンツは、新作のリリースが無い中「DRAGON BALL」や「ONE PIECE」のタイトル、前年度に投入した「転生したらスライムだった件」などのタイトルが、ゲーム内イベントや継続的なファンコミュニケーションにより好調に推移し、前年同期を上回りました。

家庭用ゲームでは、前年の第4四半期に発売した「ELDEN RING」を6月末までにワールドワイドで累計1,660万本を販売しました。リピートタイトルの販売本数は前年同期の813万本に対し、1,096万本となり、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79%となりました。この結果、デジタル事業では第1四半期としては、過去最高の業績となりました。

トイホビー事業は、ガンプラやコレクターズフィギュア、一番くじなどのハイターゲット（大人層向け）商品が、商品ラインナップや販売・マーケティングの強化によって国内外で好調を継続しました。海外では特に北米が拡大しました。また、トレーディングカードゲーム、菓子やカプセルトイなどの玩具周辺商品も人気となりました。

2022年度第1四半期業績

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」リピート販売好調
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
カード等玩具周辺商品好調
原価上昇、運賃増の影響あるも高水準の収益を維持

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、機器販売事業回復
- 効率化施策を継続推進

5

トイホビーでは、原価の上昇による粗利率への影響や、運賃などコストの増加、アジアにおける新型コロナウイルス感染拡大の影響などがありましたが、一方で今後に向けた種まきにしっかり取り組みつつ、トップラインを伸ばすことで、過去最高業績の前年同期と同水準の着地となりました。

映像音楽とクリエイション事業が1つになったIPプロデュース事業は、「ガンダム」シリーズや「ラブライブ！」シリーズなどのIP映像の制作、パッケージ販売、ライブイベントの開催・配信などを行いました。事業全体では、ライセンス収入が好調だった前年同期には及びませんでした。計画通りの進捗となりました。

アミューズメント事業では、アジアの店舗では新型コロナウイルス感染拡大による休業などの影響を受けましたが、国内の既存店売上高の前年同期比が127.1%となるなど、国内外の施設事業が回復しました。また、機器販売についても欧米を中心に好調に推移しました。

この結果、アミューズメント事業では第1四半期としては、過去最高の業績となりました。不透明な市場動向を踏まえ、今後も引き続き筋肉質化に向け効率化にも取り組んでまいります。

2022年度第1四半期業績

		2021年度 第1四半期実績	2022年度 第1四半期実績	前年同期比
デジタル	売上高	668	895	+227
	セグメント利益	118	294	+176
トイホビー	売上高	830	948	+118
	セグメント利益	144	143	▲1
IPプロデュース	売上高	174	156	▲18
	セグメント利益	32	10	▲22
アミューズメント	売上高	152	230	+78
	セグメント利益	▲6	21	+27
その他	売上高	66	70	+4
	セグメント利益	1	1	±0
消去・全社	売上高	▲112	▲139	▲27
	セグメント利益	▲20	▲27	▲7
合計	売上高	1,780	2,162	+382
	営業利益	270	443	+173

6

先程もお話ししましたが、この第1四半期は、「パーパス」と新たなロゴマークの導入、中期計画のスタートと、バンダイナムコが新たなステージを目指すためのスタート地点でした。

私自身、様々な現場の様子を通じて、社内の意識が変わってきていることを感じています。外部環境が激しく変化する中、各現場が過去の成功体験や現状に満足することなく、よりアグレッシブにチャレンジしていこうという高い意識を持っています。これが足元の業績好調の一因になっているのではないかと思います。

2022年度上半期業績予想

	2021年度 上半期実績	2022年度 上半期年初計画	2022年度 上半期今回見込	年初 計画比
売上高	3,936	4,000	4,300	+300
営業利益	617	460	720	+260
経常利益	641	465	800	+335
親会社株主に帰属する 四半期純利益	395	330	570	+240
設備投資	130	130	170	+40
減価償却実施額	125	110	110	±0
広告宣伝費	190	220	210	▲10
人件費	357	355	375	+20

7

次に2022年度上半期の業績予想について、お話しします。

年初時点では、

上半期は売上高 4,000億円、営業利益 460億円を見込んでいましたが、
第1四半期の実績と足元の事業動向等を踏まえ、
売上高 4,300億円、営業利益 720億円に上方修正しました。

上半期としても過去最高業績の達成を目指していきます。

2022年度上半期業績予想

		2021年度 上半期実績	2022年度 上半期年初計画	2022年度 上半期今回見込	年初 計画比
デジタル	売上高	1,495	1,600	1,700	+100
	セグメント利益	260	200	400	+200
トイホビー	売上高	1,781	1,800	2,000	+200
	セグメント利益	330	270	310	+40
IPプロデュース	売上高	361	350	350	±0
	セグメント利益	40	40	40	±0
アミューズメント	売上高	390	400	450	+50
	セグメント利益	24	10	25	+15
その他	売上高	136	130	130	±0
	セグメント利益	5	0	0	±0
消去・全社	売上高	▲228	▲280	▲330	▲50
	セグメント利益	▲43	▲60	▲55	+5
合計	売上高	3,936	4,000	4,300	+300
	営業利益	617	460	720	+260

8

こちらが事業別の内訳です。
事業別では、デジタル、トイホビー、アミューズメントの3事業を見直しました。

2022年度通期計画

	2021年度 通期実績	2022年度 通期年初計画
売上高	8,892	8,800
営業利益	1,254	1,000
経常利益	1,336	1,010
親会社株主に帰属する 当期純利益	927	700
設備投資	279	250
減価償却実施額	257	250
広告宣伝費	535	560
人件費	730	730

現時点では通期見込を見直さず
今後改めて精査

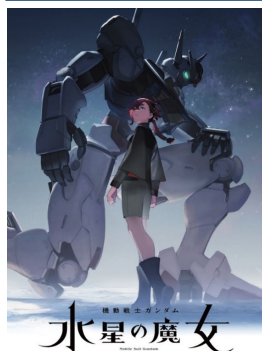
2022年度通期業績については、この段階では見直しておりません。
今後精査した上で改めて開示いたします。

まず、下期に家庭用ゲームの大型タイトルの発売や、年間最大の年末年始商戦があるためです。また、新型コロナウイルス感染拡大、為替の変動など様々な外部要因がある中で、第1四半期3か月の実績だけで、年間の動向を判断することは難しいと考えています。

定番IP商品・サービスを強力に展開

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

機動戦士ガンダム



DRAGON BALL



ONE PIECE



10

今年度は、我々の商品・サービスにとって、定番主力IPである「ガンダム」「DRAGON BALL」「ONE PIECE」が映画公開などのメディア展開もあり話題となっています。

我々も作品と、商品・サービスの連携をはかるほか、7月に北米で開催された大型イベント Anime ExpoやComic-ConではこれらIP商品を大々的に打ち出したブースを出展し、海外のファンに向けたアピールを強化しています。

「ガンダム」では、大型イベント「GUNDAM NEXT FUTURE」を6月末から開催しています。国内外の実物大ガンダム立像と横浜の動くガンダムがリンクしたイベントや、10月放送開始の「機動戦士ガンダム 水星の魔女」をメインとした展示イベントも全国各地で行っています。

商品・サービスでは、ガンプラ、フィギュア、データカードダス、ゲームなど幅広いカテゴリーで映像と連携し、盛り上げをはかります。海外では、ガンプラやフィギュアが好調な北米と中国を中心に、コアユーザー向け流通、ライトユーザー向け流通、さらにはEC流通をバランスよく展開していきます。また、ガンダムメタバース構想も、第1弾のガンプラコロニーの打ち上げに向け進行中です。進捗については、今後のガンダムカンファレンス等でお伝えしていきます。

定番IP商品・サービスを強力に展開

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

機動戦士ガンダム



DRAGON BALL



ONE PIECE



11

「DRAGON BALL」と「ONE PIECE」については、家庭用ゲームの期待の新作として、10月に「ドラゴンボールザ ブレイカーズ」を、2022年度中に「ONE PIECE ODYSSEY」を発売します。

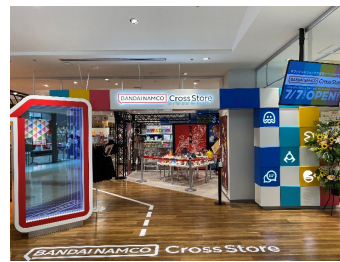
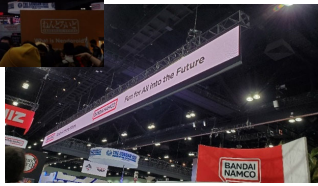
「ONE PIECE」については、7月22日・23日にパートナーと共同で、世界同時配信イベントを開催し大変盛り上がりました。また、「ONE PIECE」では新商材としてトレーディングカードゲームを日本で7月に発売しました。CMの投入など様々な先行プロモーションも効奏し、非常に好調な出足です。今後欧米など海外でも発売予定ですので、期待したいと思います。

我々はIP軸戦略の推進にあたっては、商品・サービスによる短期的な収益だけでなく、いかに中長期でIP価値を最大化していくかを考えるべきだと思っています。

短期的には収益につながらないことであっても、IPの可能性を伸ばすことであれば、パートナーと共に、ファンと向き合い、真摯に取り組んでいきたいと思っています。

ALL BANDAI NAMCOでの取り組み

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future



12

さて、前年度までに海外の主要地域での組織再編やオフィス集約はほぼ完了しました。これら地域では、事業をまたいだコミュニケーションが自然発生的に生まれています。

この流れから、海外の大型イベントでは、事業ごとではなく、ALL BANDAI NAMCOでグループとして出展し、展開IPや、デジタルからフィジカルまでの商品カテゴリーの幅広さをアピールしています。

国内でも、展開するIPや商品ブランドをグループ横断で一堂に集めたALL BANDAI NAMCOの施設「バンダイナムコ Cross Store」を7月に横浜と博多にオープンしました。

我々バンダイナムコは、これまで、各事業の成長の積み重ねで成長していくフェーズでした。今中期計画からは、それだけではなく、各地域でグループが一体となった総力戦で成長を目指すことも必要だと考えています。

ただ、ALL BANDAI NAMCOで一体となっても、各社や社員、商品ブランドの個性は、角を削ることなく、これまで以上にスパイキーでいきたいと思っています。

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。



13

今回の中期計画は、重点戦略においても、それを実行する社員の行動においても、「パーパス」の実践を目指しています。

「パーパス」のもと、バンダイナムコが目指す姿に向け、世界中のファン、あらゆるパートナー、グループ社員、そして社会と常に向き合い、深く、広く、複雑につながる存在を目指してきます。
皆様の期待に応えるバンダイナムコであるべく、グループ一丸となって取り組んでまいります。

ご清聴ありがとうございました。

(株)バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長 グループCEO 川口 勝

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・MBS ©創通・サンライズ ©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 ©Bandai Namco Entertainment Inc.
©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・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.
©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

バンダイナムコグループ 2022年度（2023年3月期） 第1四半期決算説明会

2022年8月5日

