

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

2023年2月7日



(株)バンダイナムコホールディングスの川口です。

それでは、ご説明させていただきます。

2022年度 3Q（累計）業績

単位:億円

	2021年度 3Q累計	2022年度 3Q累計	前年同期比
売上高	6,283	7,431	+1,148
営業利益	921	1,062	+141
経常利益	955	1,169	+214
親会社株主に帰属する 四半期純利益	617	844	+227
設備投資	189	249	+60
減価償却実施額	182	201	+19
広告宣伝費	328	380	+52
人件費	531	589	+58

2

まず2023年3月期第3四半期累計の実績です。

第3四半期累計の実績は、売上高7,431億円、営業利益1,062億円、経常利益1,169億円、四半期純利益844億円となり、売上高と全ての利益で過去最高業績となりました。

2022年度 3Q (累計) 業績

単位:億円

		2021年度 3Q累計	2022年度 3Q累計	前年同期比
デジタル	売上高	2,423	2,885	+462
	セグメント利益	376	466	+90
トイホビー	売上高	2,859	3,451	+592
	セグメント利益	507	529	+22
IPプロデュース	売上高	545	550	+5
	セグメント利益	52	63	+11
アミューズメント	売上高	613	754	+141
	セグメント利益	43	69	+26
その他	売上高	210	235	+25
	セグメント利益	8	11	+3
消去・全社	売上高	▲369	▲445	▲76
	セグメント利益	▲66	▲78	▲12
合計	売上高	6,283	7,431	+1,148
	営業利益	921	1,062	+141

3

事業別の内訳がこちらです。

各現場の社員がアグレッシブに頑張ってくれたことで、全ての事業が売上高、利益とも前年を上回ることができました。

特に、トイホビー、アミューズメントについては、過去最高の業績となりました。

エンターテインメントユニット

- ユニット全体 : 定番IPの新作映像との連動施策好調
- デジタル事業 : 家庭用ゲーム「ELDEN RING」などリピート販売好調
ネットワークコンテンツ 定番主カタイトルなど好調
- トイホビー事業 : 国内外 ハイターゲット層向け商品好調
国内 カード、菓子、カプセルトイなど好調
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

- 定番IP、新規IPの作品を幅広く展開
- 行動制限緩和によりライブイベントなどが前年を上回る

アミューズメントユニット

- 施設事業、機器販売事業前年比好調
- 光熱費の上昇等の影響あり

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「ELDEN RING」などの既存タイトルのリピート販売が好調だったほか、複数の新作タイトルの展開を行いました。

第3四半期末までのリピート総販売数は、前年の2,551万本に対し2,742万本、フルパッケージ販売売上高に占めるダウンロード販売比率は前年の54%に対し59%となりました。

ネットワークコンテンツは、「DRAGON BALL」や「ONE PIECE」の定番タイトルにおいて、映画公開と連動したIP盛り上げ施策が効果を発揮しました。

なお、デジタル事業においては、クオリティ重視のタイトル提供を目的とし、四半期ごとにタイトルの仕掛品の評価替えを行っています。第3四半期においては、競争が激化するマーケット環境を踏まえ、ビジネスプランを見直し、評価損など70億円強を計上しました。

トイホビー事業は、原価の上昇による粗利への影響、物流費の増加など外部環境の影響を受ける中、過去最高業績を更新しました。デジタル事業同様、「DRAGON BALL」「ONE PIECE」や「ガンダム」といった定番IP商品を、映像作品との連動施策により、しっかり伸ばすことができました。

カテゴリー別では、プラモデル、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、トレーディングカードなどのカード商材、菓子、カプセルトイなどが好調に推移しました。地域別では、国内に加え、海外においても各地域で好調に推移しました。

IPプロデュース事業は、「ガンダム」「ラブライブ！」などの定番IPから、「転生したらスライムだった件」「ブルーロック」などの幅広いラインナップで展開を行いました。また、行動制限の緩和により、ライブイベントビジネスや、動くガンダムの施設「GUNDAM FACTORY YOKOHAMA」の集客が前年を上回りました。このほか、IPのグローバル展開や配信の拡大も業績に貢献しました。

アミューズメント事業は、新型コロナウイルスの感染拡大や、燃料価格の上昇による光熱費上昇の影響を受けましたが、国内アミューズメント施設の既存店売上高が115.4%となるなど施設事業が好調に推移しました。また、国内外でアミューズメント機器の販売が好調でした。

2022年度 通期業績予想

単位:億円

	2021年度 通期実績	2022年度 通期見込	前年同期比
売上高	8,892	9,400	+508
営業利益	1,254	1,280	+26
経常利益	1,336	1,390	+54
親会社株主に帰属する 当期純利益	927	950	+23
設備投資	279	300	+21
減価償却実施額	257	250	▲7
広告宣伝費	535	560	+25
人件費	730	740	+10

6

こちらが通期の予想数値です。
通期予想数値は、売上高9,400億円、営業利益1,280億円から変更ありません。

2022年度 通期業績予想

単位:億円

		2021年度 通期実績	2022年度 通期前回見込	2022年度 通期今回見込	前年同期比
デジタル	売上高	3,781	3,700	3,700	▲81
	セグメント利益	696	630	580	▲116
トイホビー	売上高	3,736	4,300	4,350	+614
	セグメント利益	523	610	610	+87
IPプロデュース	売上高	799	800	800	+1
	セグメント利益	88	100	110	+22
アミューズメント	売上高	823	970	970	+147
	セグメント利益	40	50	70	+30
その他	売上高	276	260	260	▲16
	セグメント利益	3	10	10	+7
消去・全社	売上高	▲525	▲630	▲680	▲155
	セグメント利益	▲96	▲120	▲100	▲4
合計	売上高	8,892	9,400	9,400	+508
	営業利益	1,254	1,280	1,280	+26

事業ごとの内訳については、第3四半期までの実績や足元の動向を踏まえ、11月時点の数字から一部変更しています。

第4四半期については、パッケージのダウンロード販売などデジタル販売の動向や外部環境の急激な変化など変動要素はありますが、グループ全体としては、この数字の達成を目指していきます。

なお、今年度の期末配当につきましては、安定的な配当額としてDOE 2%をベースに、総還元性向50%以上を目標に株主還元を実施するという基本方針にのっとり改めて検討いたします。

■目的

株式流動性の向上と投資家層の拡大をはかり、株主様とより広くつながり、バンダイナムコを深く知っていただき、長くファンになっていただくため

■株式分割の概要

2023年3月31日（金）を基準日として、同日最終の株主名簿に記載または記録された株主様が所有する普通株式1株につき3株の割合をもって分割

株式分割前の発行済株式総数（自己株を含む）	222,000,000株
今回の分割により増加する株式数（自己株を含む）	444,000,000株
株式分割後の発行済株式総数（自己株を含む）	666,000,000株
株式分割後の発行可能株式総数	2,500,000,000株

■分割の日程

基準日	2023年3月31日（金）
効力発生日	2023年4月1日（土）

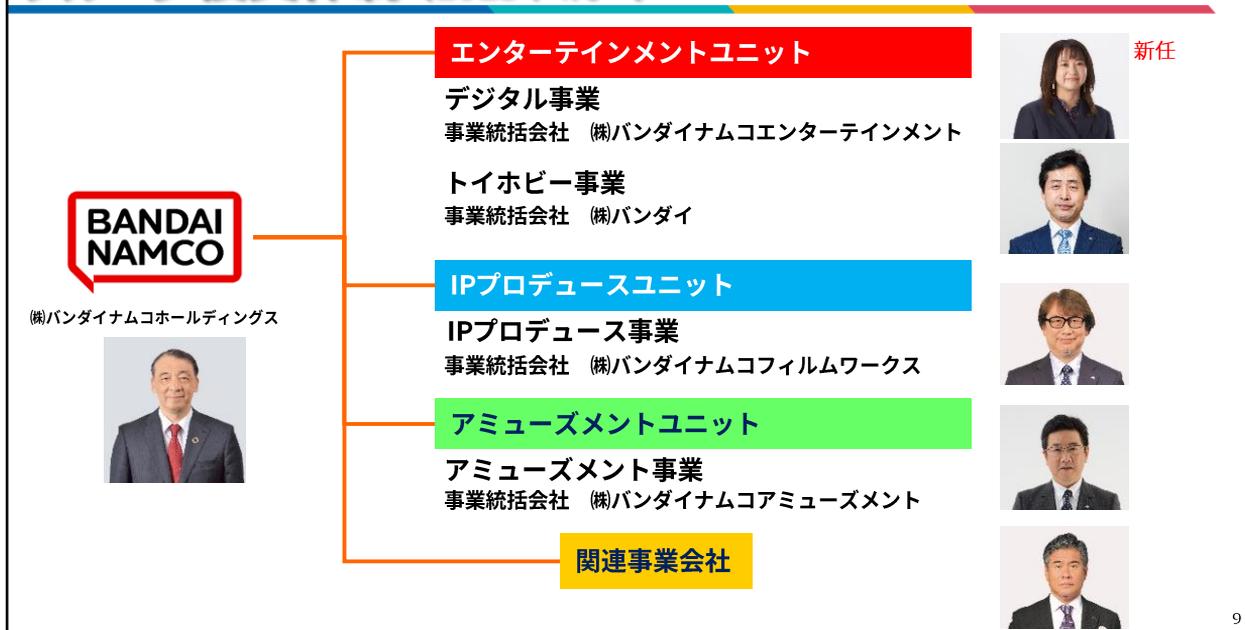
次に本日開示しました株式分割についてご説明します。

2023年3月31日を基準日として、同日の株主名簿に記載または記録された株主様が所有する普通株式1株につき3株の割合をもって分割することを決定しました。

バンダイナムコは、パーパス「Fun for All into the Future」のもと、世界中のIPファン、パートナー、グループ社員など、あらゆるステイクホルダーや社会と広く、深く、複雑につながる存在となることを目指しています。

株式分割により投資単位の金額を引き下げることによって、株式のさらなる流動性をはかるとともに、これまで以上に株主様と広くつながり、バンダイナムコを深く知っていただき、長くファンになっていただきたいと思えます。

グループ役員体制 (2023年4月～)



また、2023年4月からグループ役員体制が一部変更となります。

デジタル事業の事業統括会社、バンダイナムコエンターテインメントの代表取締役役に宇田川が就任します。

現在、宇田川は玩具ホビー事業のハイターゲットビジネスを推進するBANDAI SPIRITSの代表取締役です。

それ以前には、バンダイナムコエンターテインメントの取締役役もつとめており、デジタルと玩具ホビーの幅広い事業経験を活かし、ALL BANDAI NAMCOで一体となった連携の推進役となることを期待しています。

なお、バンダイナムコエンターテインメント現代表取締役社長の宮河は様々な事業を経験した知見を活かし、バンダイナムコホールディングスのシニアアドバイザーとして今後も助言をしてもらう予定です。

クオリティ重視の開発、継続的なファンコミュニケーション

多彩な開発アプローチ／クオリティとスケジュールコントロールを実施／
各エリアマーケティング強化



TEKKEN 8



REFLECTOR



ARMORED CORE VI FIRES OF RUBICON



22年度中にガンブラコロニーの
ユーザーテストを実施

10

次に各事業のトピックをお話しします。

デジタル事業では、ここ数年の家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツのロングライフ展開により、クオリティを重視した開発、そしてファンとつながり続ける重要さを感じています。

現在、家庭用ゲームでは、eスポーツでの盛り上がりも期待できる「鉄拳」の新作や「ELDEN RING」同様、フロム・ソフトウェアさんとの共同開発タイトルとなる「ARMORED CORE」シリーズの新作の発売が決定しています。さらには海外スタジオ発のタイトルを開発中です。

クオリティを重視したタイトル開発に向けては、国内外において開発スタジオの設立や子会社化を行っています。

これらのスタジオにおいては、独自の個性を発揮してもらいつつ、クオリティやスケジュールの管理という点では、国内からしっかりグリップする仕組みを作ります。

また、グループに閉じず、多彩なパートナーやクリエイターとつながるため、外部パートナーとの関係強化、ファンドによるスタートアップへの投資を行っています。

今後も様々なアプローチでクオリティを重視した開発を行います。

IPメタバースについては順調に開発が進んでいます。

いよいよ2022年度内にガンブラコロニーのクローズドテストを行う予定です。様々なパートナーとともに、ファンとつながるコミュニティの場としていきたいと思っております。

定番IP、好調カテゴリーを拡大



主力IP商品をワールドワイドに展開

ぬいぐるみ事業を拡大



ガシャポン
バンダイオフィシャルショップ

GASHAPON
BANDAI OFFICIAL SHOP

グローバルでの成長に向けて

- ・自社ECの拡大
- ・海外発IPのマーチャンダイジング展開
- ・配信との連動



11

次にトイホビー事業です。

トイホビーは、「DRAGON BALL」「ONE PIECE」「ガンダム」、さらには「ウルトラマン」や「デジモン」などの定番IP商品を、国内だけでなくワールドワイドで伸ばすことができました。

「ガンダム」では、「機動戦士ガンダム 水星の魔女」の主演機のプラモデルが、TVアニメ作品のHGシリーズ主演機では過去最高の初動でスタートし、足元でも好調が続いています。

また、「ONE PIECE」のトレーディングカードゲームもワールドワイドで人気商品となっています。

トイホビーにおいては、カード、菓子、カプセルトイなどのカテゴリーも伸びています。

さらに、幅を広げるため、新たにぬいぐるみ事業を行う会社を子会社化しました。こういった幅広いラインナップを持つことで、海外展開のチャンスも広がると感じています。

今後は、ECの強化、IP作品の配信との連携強化、海外発IPのマーチャンダイジング展開を行います。

さらに、このような事業拡大に対応するため、好調商材の生産体制の強化にも取り組みます。ECの強化という点では、2023年度に、新たに欧州で自社ECサイトの立ち上げも計画しています。

IPプロデュース事業・アミューズメント事業

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

【IPプロデュース事業】

幅広い個性を持つIP作品を展開



『SAND LAND』



新たなライブイベントの価値提供を推進

【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



新機種投入



CLENA B

12

次にIPプロデュース事業です。

先程もお話ししましたが、IPプロデュースでは、自社制作、他社との協業で様々な個性を持つ作品を提供しています。

定番IPの「ガンダム」では、「機動戦士ガンダム 水星の魔女」で、若者や女性などの新規ファンも獲得し大きな話題をつくることができました。

また、「転生したらスライムだった件」の新作映画が22の国と地域で公開されヒットしているほか、「ブルーロック」もサッカー人気が大きく盛り上がったこともあり、放送を重ねることに話題となっています。自社の商品・サービス、他社へのライセンスについても今後増えていく見込みです。

新規IPでは、鳥山明氏のコミック「SAND LAND」のアニメ制作、グループ横断でゲームとアニメが連動する「シンデュアリティ」プロジェクトも進めます。

このほか、行動制限の緩和を受け、ライブイベントにも期待しています。3月開催予定の「ラブライブ！」のライブイベント公演では、声出し応援を解禁する予定です。巣ごもり需要で獲得したデジタルとリアルの融合のノウハウも生かし、新しい価値の提供にも取り組んでいきます。

最後にアミューズメント事業です。

アミューズメントは、行動制限緩和による市場の回復、グループのIPや商品・サービスと連携した独自の施設展開などにより、施設事業が好調に推移しています。

一方で、環境変化の影響を受けやすい業態であること、足元では光熱費の上昇などの状況にもあることから、バンダイナムコならではのコンテンツの開発提供と、効率化への取り組みを両輪で進めていきます。

現在は、ショッピングセンター内のファミリー向けの施設が多いのですが、3月には秋葉原に、4月には新宿・東急歌舞伎町タワーにそれぞれ新たな切り口の大型施設を出店します。

また、グループ商品・サービスのオフィシャルショップが集結する「バンダイナムコCross Store」の新店舗も3月に2店舗出店します。

アミューズメント機器では、2022年末より投入したプライズ機の新機種「クレナ3」が好評です。「ガンダムエクストリームバーサス」や「湾岸ミッドナイト」など人気定番シリーズのアップデートなど、ファンの変化に対応していきたいと思えます。

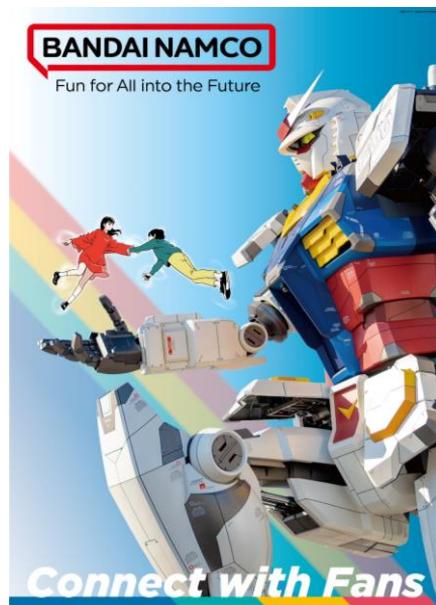
Bandai Namco's Purpose

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。



14

バンダイナムコが新しいステージに進み、グローバルマーケットで持続的に成長し続けるためには、10年後を見据え、そのためにこの1年間、中期計画の3年間、何をすべきかをバックキャストして考え、実行する必要があります。

リアルとデジタルの両面のタッチポイントを持つバンダイナムコだからこそできる強みを活かし、世界中のファンとつながり、ともに未来をつくるため、ALL BANDAI NAMCOで一体となり、チャレンジし続けます。

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。

TEKKEN® & ©Bandai Namco Entertainment Inc. ©Bandai Namco Entertainment Inc. / ©1997-2023 FromSoftware, Inc. All rights reserved. ©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.
©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS ©BANDAI ©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 ©BIRD STUDIO/SHUEISHA, TOEI ANIMATION
©円谷プロ ©ウルトラマンデッカー製作委員会・テレビ東京 ©宮内直子・PNP・東映アニメーション ©Naoko Takeuchi ©児嶋明彦 IGH・シンエイ動画/モルカーズ ©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS
©川上康樹・伏瀬 / 講談社 / 転スラ製作委員会 ©金城宗幸・ノ村優介 / 講談社 / 「ブルーロック」製作委員会 ©バード・スタジオ / 集英社 ©SAND LAND製作委員会 ©SYNDUALITY ©Bandai Namco Amusement Inc.

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

2023年2月7日

