

バンダイナムコグループ 2023年度（2024年3月期） 第2四半期決算説明会

2023年11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、ご説明をさせていただきます。

2023年度 上半期業績

単位:億円

	2022年度 上半期実績	2023年度 上半期前回予想	2023年度 上半期実績	前年同期比	前回見込比
売上高	4,776	4,750	5,020	+244	+270
営業利益	816	600	654	▲162	+54
経常利益	923	650	739	▲184	+89
親会社株主に帰属する 四半期純利益	665	440	521	▲144	+81
設備投資	165	130	168	+3	+38
減価償却実施額	112	120	145	+33	+25
広告宣伝費	224	340	280	+56	▲60
人件費	390	420	438	+48	+18

2

2023年度の上半期は、売上高 5,020億円、営業利益 654億円となりました。

売上高については、前年同期を上回り、初めて5,000億円を超えて過去最高となりました。

また、営業利益、経常利益、四半期純利益の各利益とも、前回見込に対し上振れる結果となりました。

2023年度 上半期業績

単位:億円

		2022年度 上半期実績	2023年度 上半期 前回予想	2023年度 上半期実績	前年同期比	前回見込比
デジタル	売上高	1,938	1,600	1,743	▲195	+143
	セグメント利益	446	170	155	▲291	▲15
トイホビー	売上高	2,133	2,400	2,498	+365	+98
	セグメント利益	335	400	457	+122	+57
IPプロデュース	売上高	350	360	333	▲17	▲27
	セグメント利益	34	40	23	▲11	▲17
アミューズメント	売上高	486	570	592	+106	+22
	セグメント利益	48	50	69	+21	+19
その他	売上高	150	150	160	+10	+10
	セグメント利益	4	5	6	+2	+1
消去・全社	売上高	▲284	▲330	▲307	▲23	+23
	セグメント利益	▲53	▲65	▲57	▲4	+8
合計	売上高	4,776	4,750	5,020	+244	+270
	営業利益	816	600	654	▲162	+54

3

こちらが事業別の内訳です。

今上半期は、トイホビー事業とアミューズメント事業が過去最高業績となりました。

どこか1つの事業に偏らず、リアルからデジタルまで幅広い事業を展開するバンダイナムコのポートフォリオ経営が強みを発揮することができました。

エンターテインメントユニット

デジタル事業：ネットワークコンテンツ

- ・「DRAGON BALL」「ONE PIECE」など主要アプリタイトルが好調
- ・新作P C オンラインゲームスタート

家庭用ゲーム タイトル編成やプロダクトミックスの違いが影響

- ・「ARMORED CORE VI」 ワールドワイドでヒット
→開発費償却・マーケティングコスト先行
- ・リピートタイトル販売本数 好調だった前年同期比減

トイホビー事業：国内外で好調カテゴリーの人気継続

- ・ハイターゲット（大人層向け）商品、カード商材、カプセルトイなど好調
- ・定番I P 商品が好調に推移
- ・ノンI P 商品も積極的に商品化

事業別に概況をご説明します。

デジタル事業は、ネットワークコンテンツの売上高が前年を上回りました。これは、「DRAGON BALL」や「ONE PIECE」などの主力アプリタイトルが、周年イベントやアップデート等の効果によって、好調に推移し前年を上回ったこと、また、PC向けの新作タイトルを投入したことによるものです。

家庭用ゲームでは、8月発売の「ARMORED CORE VI FIRES OF RUBICON」が、上半期にワールドワイドで250万本を販売するヒットとなりました。第2四半期の3カ月では、開発費の償却やマーケティングコストが先行しますが、ファンの評価も高いので、長く楽しんでもいただけるタイトルとしてファンコミュニケーションを継続します。

一方、リピートタイトルの総販売本数は、「ELDEN RING」が大きく貢献した前年同期の1,921万本に対し、1,322万本となりました。また家庭用ゲーム全体に占めるフルパッケージのDL販売比率は54%となりました。

デジタル事業全体では、特に家庭用ゲームのタイトル編成やプロダクトミックスの違いが業績に影響しました。

トイホビー事業は、ガンプラや一番くじなどのハイターゲット（大人）層向け商品、トレーディングカードなどのカード商材、カプセルトイなどの国内外での人気が続きました。

I P別では、「機動戦士ガンダム 水星の魔女」によりファン層が拡大した「ガンダム」、トレーディングカードゲームの発売から1周年のタイミングでプロモーションによる盛り上げをはかった「ONE PIECE」のI P売上高が伸長しました。「DRAGON BALL」についても、昨年の映画公開からの盛り上がりを商品展開にしっかりつなげることができました。

また、キャンディトイやカプセルトイなどのカテゴリーでは、ノンI P商品も積極的に商品化し展開しました。
この結果、事業全体では過去最高業績となりました

IPプロデュースユニット

- ・複数の大型作品制作
「機動戦士ガンダム 水星の魔女」ヒットがグループ商品・サービス人気に波及
- ・ライセンス等好調に推移
- ・前年同期比でパッケージラインナップの違い、大型イベント開催数減少が影響

アミューズメントユニット

- ・業務用ゲーム新製品、アップデートキットの販売好調
- ・国内施設既存店売上高前年同期比102.4%
- ・IPや商品・サービスと連携したバンダイナムコならではの施設も人気に

5

IPプロデュース事業は、TVアニメーションや劇場作品など大型作品を含めた複数の新作の制作を行いました。「機動戦士ガンダム 水星の魔女」は、グループの商品・サービスとの連携により、他事業への波及効果を大きく生みました。また、劇場作品では「アイドルリッシュセブン」がロングランでヒットしました。

このほか、「ガンダム」や「ラブライブ!」、「アイドルリッシュセブン」、「ブルーロック」などのライセンスビジネスや、映像配信などが好調に推移しました。

一方で、映像・音楽パッケージの販売では、前年同期とのタイトルラインナップの違いが影響しました。また、大型ライブの開催数の減少などにより事業全体では前年同期に及びませんでした。

アミューズメント事業は、業務用ゲームの新製品「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス2 オーバーブースト」や「マリオカート アーケードグランプリ」のアップデートキットの販売が好調に推移しました。

施設においては、国内施設の既存店売上高が前年比で102.4%となったほか、「バンダイナムコ Cross Store」や「ガシャポンのデパート」など、IPや商品・サービスと連動したバンダイナムコならではの施設が人気となりました。

この結果、事業全体では、過去最高業績となりました。

2023年度 通期業績予想

	2023年度 通期年初計画	2023年度 通期今回予想
売上高	10,000	10,000
営業利益	1,250	1,250
経常利益	1,290	<u>1,340</u>
親会社株主に帰属する 当期純利益	910	910
設備投資	280	280
減価償却実施額	270	270
広告宣伝費	660	660
人件費	830	830

為替差益等による営業外収益が増加する見込みであることから経常利益の予想数値を修正

こちらが、通期の業績予想数値です。

通期の売上高、営業利益は変更ありませんが、為替差益等による営業外収益が増加する見込みであることから、経常利益の予想数値を50億円修正します。

2023年度 通期業績予想

		2023年度 通期年初予想	2023年度 通期今回予想	前回比
デジタル	売上高	3,900	3,600	▲300
	セグメント利益	580	410	▲170
トイホビー	売上高	4,500	4,800	+300
	セグメント利益	630	750	+120
IPプロデュース	売上高	830	830	—
	セグメント利益	110	110	—
アミューズメント	売上高	1,100	1,100	—
	セグメント利益	50	80	+30
その他	売上高	310	310	—
	セグメント利益	10	10	—
全社消去	売上高	▲640	▲640	—
	セグメント利益	▲130	▲110	+20
合計	売上高	10,000	10,000	—
	営業利益	1,250	1,250	—

7

事業別の内訳についても見直しを行いました。

上半期の実績、足元の事業環境、下半期の商品・サービスのマーケティング計画、さらには来期以降の成長に向けた取り組みを踏まえたものです。

好調なトイホビー、アミューズメントを中心に見直しを行いました。バンダイナムコグループ一丸となり、これらの数字の達成を目指します。

次に各事業の動向をお話しします。

この下半期から3カ年の中期計画の後半戦となります。各事業においては、足元の各施策をしっかりと推進するとともに、中長期での成長を視野に入れた取り組みも行います。

デジタル事業の動向

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

ネットワークコンテンツ

アプリ主力タイトル好調

ユーザー動向のデータ分析でビジネス基盤を強化



クオリティ重視の新規タイトル投入



家庭用ゲーム

下半期

大型タイトルを複数投入

ロングライフ化を推進



ワールドワイドで高い評価獲得



2023年11月16日発売予定



2024年1月26日発売予定

開発力を強化

→強みを発揮できるポートフォリオ

→ノウハウを相互活用し事業全体で開発に取り組む

8

まず、デジタル事業です。

ネットワークコンテンツは、実績のご説明でもお話ししましたが、アプリの主力タイトルが好調です。

イベントやプロモーションと、ユーザーの動きの相関性をしっかりデータ分析し、アプリビジネスの基盤をより強いものにしていきます。

また、今後は、「アイドルマスターシャイニーカラーズ Song for Prism」や「SDガンダム ジージェネレーション エターナル」など、クオリティにこだわったタイトルを投入します。

PCオンラインの「BLUE PROTOCOL」は、今後スタート予定のコンソール版との相乗効果発揮を目指します。

家庭用ゲームのワールドワイドタイトルでは、「ARMORED CORE VI FIRES OF RUBICON」に続き、今月「NARUTO」の新作「NARUTO × BORUTO ナルティメットストームコネクションズ」を、1月に「鉄拳8」をリリースします。

「鉄拳8」発売直前には、アメリカでeスポーツの世界大会を開催し盛り上げを図ります。いずれのタイトルもファンコミュニケーションによりロングライフで展開していきます。

また、中長期を見据え、ワールドワイド市場での存在感を高めるため、開発体制をさらに強化していきます。

デジタル事業の各社が強みを発揮できるポートフォリオを見直し、ビジネスプランや投資に基づいた体制で推進します。

これらは、各グループ会社や開発スタジオごとで取りくむのではなく、それぞれが持つ特徴を再確認し、ノウハウを相互活用することで、デジタル事業全体で取り組んでいきます。

このほか、先日ガンダムメタバースの期間限定公開が終了しました。一部機能を制限した期間もあり、ご心配をおかけしましたが、今後はファンのアンケート結果をもとに、ファンの満足度をさらに高めるコミュニティ構築を目指します。

トイホビー事業の動向

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

国内年末商戦期待アイテム



発売1周年大型プロモーションで新規ファン層獲得

TAMASHII NATIONS STORE
NEW YORK 9月オープン



GUNPLA



ガシャポン

バンダイ オフィシャルショップ

GASHAPON

BANDAI OFFICIAL SHOP

海外市場での定番カテゴリー化を目指す

デジタル×リアルで商品ブランドの認知を拡大

次にトイホビー事業です。

まもなく始まる国内玩具の年末年始商戦では、「仮面ライダーガッチャード」の変身ベルト、Tamagotchi Uni、「ちいかわ」のパソコン型ラーニングトイを重点アイテムとし、ローエイジ層もしっかり獲得していきたいと思っています。

好調な「ONE PIECEカードゲーム」は、この夏発売1周年で大型プロモーションを行い、特に国内でライトユーザー層にもファンを拡大することができました。今後も定期的な新弾の発売に加え、バンダイナムコアミューズメントが運営するオフィシャルショップでの大会やティーチングで、新規ファンの定着を目指します。

海外においては、ハイターゲット商品やカプセルトイ、トレーディングカードを中心に北米・中国で、IPや商品ラインナップの拡大、ECを含めた流通の強化をはかっています。

我々が目指すのは、一過性の収益ではなく、各地域の市場において定番としてしっかり根付かせることです。このため、デジタルプロモーションだけでなく、イベントや店頭、さらにはオフィシャルショップで商品に直接触れてもらう機会を増やしています。

9月にニューヨークのタイムズスクウェアにオープンしたTAMASHII NATIONSのフラッグシップショップは、現地のファンでにぎわい、「DRAGON BALL」や「ガンダム」商品の販売も好調です。リアルな場を通じ、クオリティの高いブランドの認知を強化していきます。

IPプロデュース事業の動向

ガンダムシリーズ 各世代に向け継続的に話題発信



IP創出力を強化

- ・オリジナルIP創出力の強化
- ・外部ネットワーク活用により多彩なIPを創出
- ・制作環境の整備と人材育成
- ・IPの世界観にあったマネタイズ展開



下半期以降の期待作品

様々なアプローチで多彩な作品を提供



10

次にIPプロデュース事業です。

主力のガンダムでは、足元では配信アニメ「ガンダムビルドメタバース」が好評です。

また、来年1月に公開予定の劇場版「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」は、20年ぶりの新作続編です。8月からの総集編の上映などでファンの期待も高まっており、商品とも連動し盛り上げていきたいと思っています。今後、ガンダムに加え、様々なIPで、継続的に話題作を発信していきます。

我々のIP創出における強みは、オリジナル作品の企画制作力に加え、社外のクリエイターやスタジオとのネットワークを活かし様々な座組やアプローチで制作を行うことができます。

さらに、グループの商品・サービスと映像を連携させ、立ち上げ時から一気にIPの世界観を広げることが可能となります。

今後も多彩なIP創出を目指し、環境整備や人材育成に加え、デジタル事業とも連動し、ゲーム開発のナレッジ活用やAIの研究など、新技術を活用した取り組みも行います。

また、創出したIPの価値最大化に向け、どの出口で公開すべきか。さらにパッケージ、ライセンス、ライブなど、どの分野に注力すべきかなど、作品の世界観にあったマネタイズ方法を推進します。

アミューズメント事業の動向

BANDAI NAMCO
Fun for All into the Future

ユーザーのニーズをとらえた業務用ゲーム開発



中国内地でオンライン稼働開始



バンダイナムコならではの施設を国内外で展開



バンダイナムコCross Store英国出店

ガシャポン
バンダイ オフィシャルショップ

GASHAPON
BANDAI OFFICIAL SHOP



下半期以降新オープン・リニューアルオープン施設



バンダイナムコCross Store 東京



バンダイナムコCross Store 京都



VS PARK イオンモールKYOTO

11

最後にアミューズメント事業です。

アミューズメントは、行動制限解除に伴う市場の回復の波に乗り、施設と業務用ゲームの両輪でしっかり展開することが可能になりました。一方で燃料費や人件費の上昇の影響も大きく受けますので、引き続き効率化に取り組めます。

上半期に大きく貢献した業務用ゲームは、足元で「太鼓の達人」の中国内地でのオンライン筐体の稼働が好調なスタートをきっています。また、人気タイトルの「湾岸ミッドナイト マキシマムチューン」シリーズの新作も稼働予定です。

今後は、業務用ゲームの開発にあたっては、安定して人気を獲得できるタイトルに絞り込むほか、ロケテストを強化しユーザーの声をタイムリーに反映させることで、ニーズをとらえた開発を行います。

施設においては、IPや商品・サービスと連動したバンダイナムコならではの施設展開を強化します。その代表格の1つである「バンダイナムコCross Store」では、15以上のIPや商品ブランドのオフィシャルショップを出店しています。8月にイギリスに初出店した店舗も好調ですので、立地やファン層にあわせ、コンテンツを検証しながら出店を行います。また、これまでの施設の企画開発力を生かし、他社の施設のプロデュースも行います。

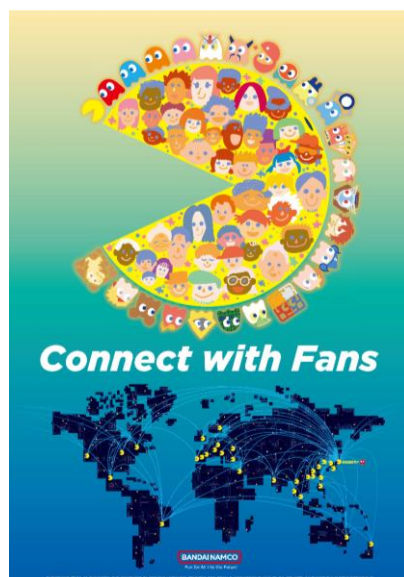
Bandai Namco's Purpose

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。



12

私が世界の各地域の拠点やイベントに足を運んで感じるのは、IPに対するファンの熱量、そして、ALL BANDAI NAMCOで一体となっていこうという社内の気運の高まりです。

これは、中期計画のスタートに併せ、我々の存在意義であるパーパス“Fun for All into the Future”を導入し、全ての商品・サービスにBANDAI NAMCOのロゴを入れたこと。そして何よりも、事業や地域を横断した連動プロジェクトで成果があがっていることが理由だと思います。

私達の1番の喜びでありエンジンは、バンダイナムコの商品・サービスで、ファンが感動してくれる瞬間を見ることです。

これまで、IPや商品、そしてバンダイナムコを育ててくれたのはファンの力です。

あらゆる人々と、笑顔と幸せあふれる未来をともに創る存在となることを目指して、IPやファンと真摯に向き合っていきます。

ご清聴ありがとうございました。

以上

バンダイナムコグループ 2023年度（2024年3月期） 第2四半期決算説明会

2023年11月7日

