

バンダイナムコグループ 2024年度（2025年3月期） 第1四半期決算説明会

2024年8月8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。

2024年度 第1四半期業績

(億円)

	2023年度 1Q実績	2024年度 1Q実績	前年同期比
売上高	2,248	2,806	+558
営業利益	279	440	+161
経常利益	327	490	+163
親会社株主に帰属する 四半期純利益	217	340	+123
設備投資	69	123	+54
減価償却実施額	64	74	+10
広告宣伝費	109	107	▲2
人件費	224	243	+19

2

まず、2024年度の第1四半期の実績についてです。

第1四半期は、売上高 2,806億円、営業利益 440億円、経常利益 490億円、四半期純利益 340億円となりました。

第1四半期としては、売上高は過去最高、営業利益も2022年度の過去最高益443億円とほぼ同等のレベルとなりました。

また、前期との比較においても、売上高・利益とも大きく伸ばすことができました。

現場の社員の頑張りで、中期計画最終年度を良い形でスタートすることができました。

2024年度 第1四半期業績 -事業別-

(億円)

		2023年度 1Q実績	2024年度 1Q実績	前年同期比
デジタル	売上高	680	1,063	+383
	セグメント利益	26	147	+121
トイホビー	売上高	1,203	1,328	+125
	セグメント利益	236	269	+33
IPプロデュース	売上高	149	175	+26
	セグメント利益	10	24	+14
アミューズメント	売上高	282	330	+48
	セグメント利益	31	27	▲4
その他	売上高	80	83	+3
	セグメント利益	4	3	▲1
全社消去	売上高	▲149	▲173	▲24
	セグメント利益	▲30	▲32	▲2
合計	売上高	2,248	2,806	+558
	営業利益	279	440	+161

3

こちらが事業別の内訳です。
各事業の概況については、次でご説明します。

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」ダウンロードコンテンツ
発売3日間で販売本数500万本突破
- ・リピートタイトル販売本数814万本

ネットワークコンテンツ

- ・主力アプリタイトル国内外で好調継続
- ・新作アプリ「学園アイドルマスター」非常に好調なスタート



トイホビー事業

- ・プラモデルなどハイターゲット層向け商品好調
- ・トレーディングカードゲーム、カプセルトイ、菓子・食品など好調
→各カテゴリーのタッチポイント、グローバル展開を拡大

4

デジタル事業は、家庭用ゲームとアプリの新タイトルが貢献しました。

家庭用ゲームでは、6月21日に発売した「ELDEN RING」の大型ダウンロードコンテンツが発売3日間で販売本数500万本を突破するヒットとなりました。これにより、リピートタイトルでは、「ELDEN RING」本編のリピート販売も好調に推移し、第1四半期のリピートタイトル全体での販売本数は、前年同期の669万本に対して814万本となりました。

ネットワークコンテンツでは、「DRAGON BALL」シリーズや「ONE PIECE」の主力アプリタイトルが国内外で好調を継続しました。また、5月にローンチした新作アプリ「学園アイドルマスター」が非常に良いスタートを切りました。おかげさまで「学園アイドルマスター」は、新規ファンも多く、楽曲やゲームにも高い評価をいただいています。

トイホビー事業は、ガンプラ、コレクターズアイテム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、菓子・食品などのカテゴリーが好調に推移しました。

カード商材など利益率の高い商品の人気や各カテゴリーにおいてファンとのタッチポイントやグローバル展開を拡大したことで、トイホビーの第1四半期は、過去最高業績を更新しました。グローバル市場における日本IPの人気の高まりに対し、現場がスピーディーに商品をお届けできたことも背景にあると考えています。

IPプロデュースユニット

- ・「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」 上映国・地域を拡大
関連商品・サービスヒット
- ・主力IP作品の映像配信、ライセンスビジネス好調
- ・ライブイベント、ライブ関連グッズ販売好調



アミューズメントユニット

- ・バンダイナムコ Cross Store、アクティビティ施設など好調
→国内既存店売上高前年比105.9%
- ・業務用ゲームの新製品好調も、前期とのラインナップの
違いが影響



5

IPプロデュース事業は、劇場作品「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」の上映国・地域を拡大し、IP認知を拡大したほか、SEED関連商品の好調にもつながりました。なお、本作品の興行収入は第2四半期に計上予定です。

また、新作映像を公開した「ブルーロック」や「転生したらスライムだった件」をはじめ、「ラブライブ！シリーズ」や「アイドルリッシュセブン」などの映像配信、ライセンスビジネスが好調に推移しました。

このほか、リアルなエンターテインメントへの需要が高まっていることから、ライブイベントや関連グッズの販売も人気となりました。

アミューズメント事業は、バンダイナムコ Cross Storeや、ガシャポンのデパート、アクティビティ体験施設など、バンダイナムコならではの施設が好調でした。第1四半期の国内既存店 前年比売上高は105.9%となりました。

業務用ゲームでは、「湾岸ミッドナイト マキシマムチューンシリーズ」の最新作が人気となりましたが、前年同期との機器ラインナップの違いが業績に影響しました。

2024年度 第1四半期業績のポイント

(億円)

	2023年度 1Q実績	2024年度 1Q実績	前年同期比	
			増減	(%)
売上高	2,248	2,806	+558	124.8%
営業利益	279	440	+161	157.3%
経常利益	327	490	+163	149.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	217	340	+123	156.3%

- ・ 多彩なIP、幅広い事業によるポートフォリオ経営が効果を発揮
- ・ 収益基盤強化の取り組みと各事業のヒットにより好業績に

6

第1四半期は、前年同期比で売上高は24.8%増、営業利益は57.3%増、経常利益と四半期純利益についてもご覧のように大きく伸長しました。これは、多彩なIP、幅広い事業によるバンダイナムコのポートフォリオ経営が効果を発揮した結果と言えます。

また、私たちは従来より、中期計画ごとに、安定してあげられる収益基盤を厚くすることに取り組んできました。第1四半期は、この取り組みに、各事業におけるヒットが加わり好業績となりました。

今後も、戦略商品の発売タイミングやヒットの有無で、四半期ごとに業績が変動することがあると思います。しかし、中長期で見れば着実に成長していくバンダイナムコでありたいと思います。

2024年度 上期業績予想

(億円)

	2023年度上期 実績	2024年度上期 年初計画	2024年度上期 今回見込	前年同期比		年初 計画比
				増減	(%)	
売上高	5,020	5,150	5,550	+530	110.6%	+400
営業利益	654	550	820	+166	125.3%	+270
経常利益	739	575	880	+141	119.0%	+305
親会社株主に帰属する 中間純利益	521	400	600	+79	115.1%	+200

第1四半期の実績、足元の各事業の動向、第2四半期の商品・サービスのマーケティング計画などを踏まえ売上高・利益予想を修正



上期過去最高の業績を見込む

7

次に今後の業績見込についてお話しします。

年初計画の上期の見込に対し、第1四半期の業績が大きく進捗しました。この結果と、足元の各事業の動向、第2四半期の商品・サービスのマーケティング計画などを踏まえ、上期業績見込を売上高 5,550億円、営業利益 820億円に見直しました。この数値は上期として過去最高業績となります。

2024年度 上期業績予想 -事業別-

(億円)

		2023年度上期 実績	2024年度上期 年初計画	2024年度上期 今回見込	前年同期比	年初計画比
デジタル	売上高	1,743	1,800	2,000	+257	+200
	セグメント利益	155	130	270	+115	+140
トイホビー	売上高	2,498	2,500	2,750	+252	+250
	セグメント利益	457	390	500	+43	+110
IPプロデュース	売上高	333	380	380	+47	±0
	セグメント利益	23	60	60	+37	±0
アミューズメント	売上高	592	600	650	+58	+50
	セグメント利益	69	45	55	▲14	+10
その他	売上高	160	160	160	±0	±0
	セグメント利益	6	3	3	▲3	±0
全社消去	売上高	▲307	▲290	▲390	▲83	▲100
	セグメント利益	▲57	▲78	▲68	▲11	+10
合計	売上高	5,020	5,150	5,550	+530	+400
	営業利益	654	550	820	+166	+270

8

こちらが事業別の内訳です。

デジタル事業、トイホビー事業、アミューズメント事業の上期見込を見直しました。

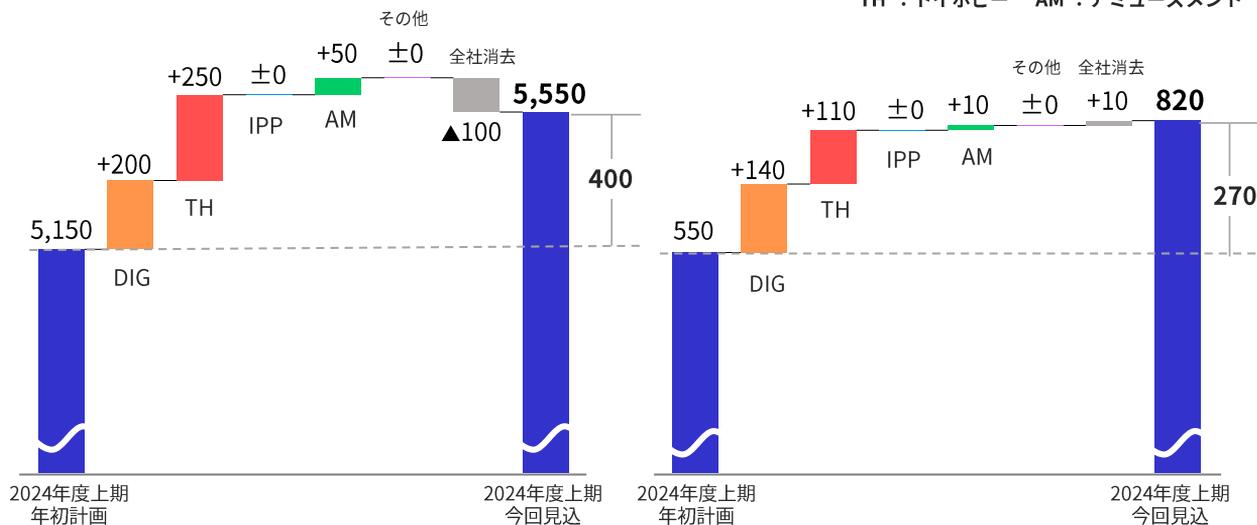
2024年度 上期業績予想 -年初計画比-

(億円)

■ 売上高

■ 営業利益

DIG : デジタル IPP : IPプロデュース
TH : トイホビー AM : アミューズメント



デジタル事業は、「ELDEN RING」のダウンロードコンテンツの販売状況やファンからの評価、また、主要アプリタイトルの足元の動向を踏まえ、家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツとも上期見込を修正しています。

デジタル事業の第2四半期は、新作タイトルでは、「ガンダムブレイカー4」の発売を予定しています。

リピートタイトルについては、各地域で様々なプロモーションなどを行い、上期のリピートタイトル全体での販売本数は、1,400万本を見込んでいます。

主力アプリタイトルについては、引き続き安定的な貢献を見込んでいます。

トイホビー事業は、足元でカード商材やハイターゲット商品など各カテゴリーの国内外での好調が継続していることを受け、上期見込を見直しました。

第2四半期については、攻めの局面ということで、発売2周年を迎える「ONE PIECE」のトレーディングカードゲームなど、好調カテゴリーでプロモーションを強化します。また、各地域で自社開催のイベントや大型イベントへの出展も積極的に行います。

アミューズメント事業については、バンダイナムコCross Storeやアクティビティ施設の好調を踏まえ、上期見込を修正しています。

2024年度 通期業績予想

	2024年度 通期年初計画
売上高	10,800
営業利益	1,150
経常利益	1,190
親会社株主に帰属する 当期純利益	810

→ 通期計画は見直さず

- 外部環境の変化
- 第3四半期に予定している大型タイトルの販売状況
- 年末年始の大型商戦の動向

などを踏まえて、改めて精査予定

通期の見込については見直していません。

市場やファンの嗜好などが目まぐるしく変化する中、3カ月の実績だけで年間を見通すことは難しいと考えています。

第3四半期に予定している大型ゲームタイトルの販売状況や、年末から年始にかけての大型商戦の動向なども見たうえで、改めて精査します。

次に各事業の動向についてお話しします。

タイトル開発・マーケティング体制を強化

しっかりと作りきり、長く売り伸ばす

- ・開発着手前の段階でポートフォリオ戦略に基づき、事業全体の視点で進行を判断
- ・クオリティの担保 + 開発におけるリソース配分やスケジュール管理を強化
- ・グループ内スタジオノウハウを集約
- ・日米一体で全世界のマーケティングを統括 → 戦略的なリソース配分



「DRAGON BALL Sparking! ZERO」開発中

11

デジタル事業では、次期中期計画に向けて、タイトルポートフォリオを構築し、クオリティにこだわったタイトルを、作りきり、長く売り伸ばすための体制の立て直しに取り組んでいます。

開発においては、従来の開発審査会に加え、今年から新たにポートフォリオ会を設置しました。ポートフォリオ会では、開発着手前のタイトルを対象に、ポートフォリオ戦略に基づき、事業全体の視点で、進行の可否を判断します。

開発の進行にあたっては、クオリティの担保とリソース配分やスケジュール管理をしっかり行い、作り切ることを目指します。

また、バンダイナムコスタジオが中心となり、社内スタジオのノウハウ集約を行います。

さらに、日米が一体となって、長く売り伸ばすための全世界のマーケティングを統括します。リソースの配分を戦略的に行うとともに、各地域の特性を生かしたファンへのアプローチを行います。

この体制のもと、成長に向けた足場固めを、スピードをもって進めていきます。

今後のタイトルとしては、家庭用ゲームでは、8月29日に「ガンダムブレイカー4」を、10月に「DRAGON BALL Sparking! ZERO」を発売します。ガンダムについては、IP出口としてゲームの存在感を中長期的に高めていきたいと考えています。

「DRAGON BALL Sparking! ZERO」は王道の対戦アクションゲームです。10月は新作アニメでIP人気が増えるタイミングでもあり、ワールドワイドでファンにアプローチしていきます。

アプリの「学園アイドルマスター」は従来のファンに加え、新規ファンの方にも多く遊んでいただいています。8月10日からはデビューライブ全3公演9ステージがスタートし、ファンとともにタイトルやアイドルたちを育てていきます。

アイドルマスターについては、2025年にIPブランド20周年を迎えることを記念して年末にEXPOも開催予定です。

アプリ、ライブイベント、グループの商品、さらには外部パートナーとの協業により、IP価値の最大化を目指します。

- ・各カテゴリーのラインナップやグローバル展開を拡大
- ・多彩なIPをスピーディに商品化

トレーディングカードゲーム、 デジタルカードの存在感アップを目指す

ONE PIECE
CARD GAME



DRAGON BALL
CARD GAME
Fusion World



「BANDAI CARD GAMES」新商品投入
(トレーディングカードゲーム)

データカードダス



プラモデル
定番IP+人気IPを商品化



ローエイジ向けも注力

12

トイホビー事業は、引き続き各カテゴリーのラインナップやグローバル市場での展開拡大をはかります。

カード商材では、「ONE PIECEカードゲーム」が、日本と北米を中心に高い人気が続いています。今後も、大型イベントの開催、新規ファン獲得のための商品やプロモーションも強化します。海外に向けては、年末にフランス語版も投入し、計5言語、49の国と地域で展開を行います。

また、2月に発売開始した「ドラゴンボールスーパーカードゲーム フュージョンワールド」についても、順調に立ち上がっています。デジタル、フィジカルで楽しめる新しい切り口のカードゲームとして訴求していきます。

データカードダスでは、新筐体「ドラゴンボールスーパーダイバーズ」を2024年に投入予定です。4画面を使用した迫力あふれるバトルを楽しむことができるもので、現在ロケテストを実施中です。

中国では、現地で人気が高いウルトラマンの大型新筐体が稼働し始めました。

トレーディングカード、データカードダス双方でカード市場における存在感を確立していきます。

ハイターゲット商品のプラモデルでは、海外でのイベント出展、組み立て体験会の実施など、地道な努力を続けてきたことで認知や販路が広がっています。主力のガンダムに加え、様々な人気IPを商品化することでファン層も拡大しています。北米では現在5千店以上の店舗でプラモデルを取り扱っていただいております、今後も一過性ではなく定番カテゴリーとしての定着を目指します。

ローエイジ向けを中心とした玩具も話題が豊富です。定番IPの新シリーズとしては、ウルトラマンの新作アニメとして世界配信されている「Ultraman：Rising」、お菓子をモチーフとした新仮面ライダー「仮面ライダーガヴ」の映像作品と連動し、商品展開を行います。

7月には90年代後半に大ヒットした「ハイパーヨーヨー」を新ギミックも盛り込み発売。かつてのファン層も巻き込み人気です。

トイホビー事業では、今後も多彩なIPを各カテゴリーにおいて、スピーディーに商品化していきます。

IPプロデュースユニット



VR映像/世界配信



VR映像/世界配信



TVアニメ第2期



アジアツアー開催



主題歌をLantisが担当

アミューズメントユニット



グループIP・商品のタッチポイントとして
国内外に出店し好調



「アイドルマスター TOURS」開発中



アクティビティ施設も好調

IPプロデュース事業は、82以上の国と地域で公開が決定した「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」に続き、ベネチア国際映画祭のコンペティション作品にノミネートされたVR映像「機動戦士ガンダム：銀灰の幻影」、Netflixでの配信が決定した「機動戦士ガンダム 復讐のレクイエム」と話題作品が続きます。

今後は、ガンダム以外にも、様々な話題作品を提供していきますので、ご期待ください。

IPプロデュースでは、IP創出をさらに強化すべく、様々な取り組みを行っています。4月より「ブルーロック」や「転生したらスライムだった件」を制作するアニメスタジオ(株)エイトビットがグループ入りしました。

また、玩具ホビー事業と連携し、縦スクロール漫画に取り組んでいます。このほか、小説投稿サイトを通じて個人のクリエイターとのコラボレーションによるIP創出も目指します。

好調のライブイベントでは、国内だけでなく海外公演も積極的に実施します。10月からは「ラブライブ！シリーズ」初のアジアツアーも予定しています。

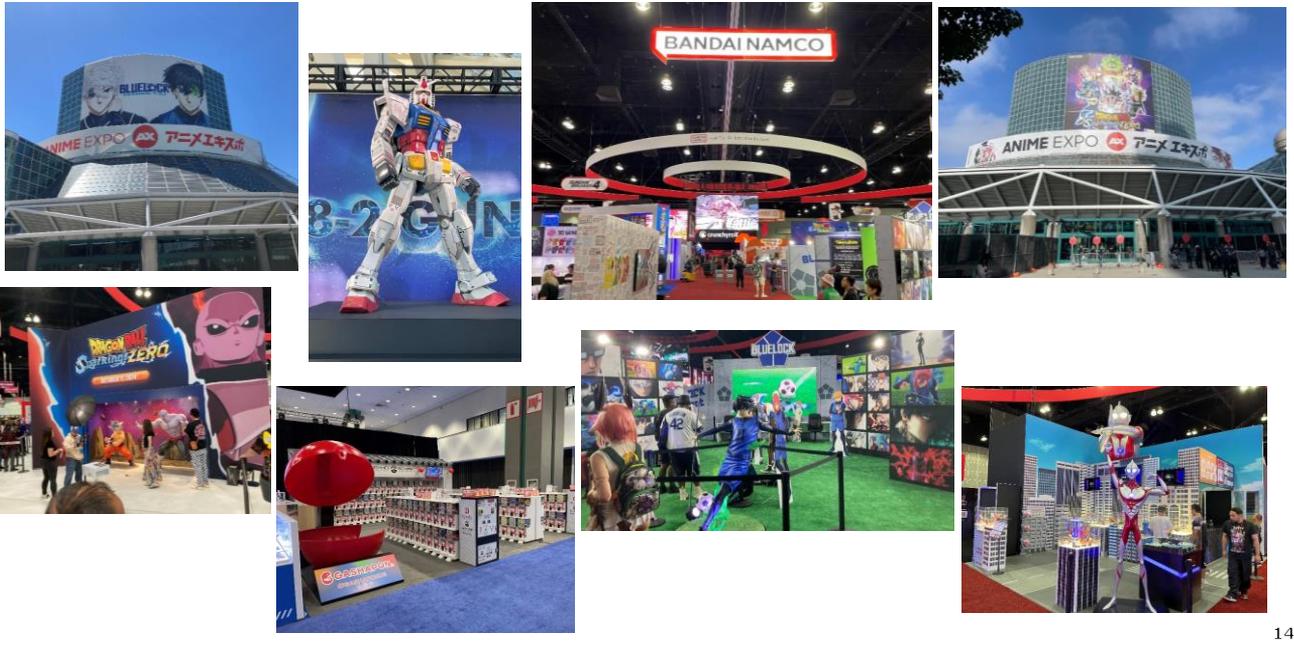
IPプロデュース事業では、あらゆるパートナーと組み、多彩なIPを創出し、グループ内外の出口を活用しIP育成を行います。

アミューズメント事業は、グループの商品・サービスの売り場として、そして、ファンとのタッチポイントとしての役割の重要性が増しています。単に商品・サービスを販売するのではなく、IPの世界観にあった見せ方を行い、遊び方のレクチャーも実施。また、ファンとのコミュニケーションで得られた反応やデータをグループ内にフィードバックしています。このような取り組みで好調なバンダイナムコCross Storeや、ガシャポンのデパートは、国内のみならず海外にも出店し好調です。

業務用ゲームの開発においては、安定した収益を見込むことができる定番商品のシリーズ化に加え、「アイドルマスターTOURS」など新たな製品の開発も行っています。

アミューズメント事業は、外部環境や市場変化の影響を受けやすい業態です。常に効率化も意識しながら、施設と機器の両軸でバランスよく事業を推進します。

ALL BANDAI NAMCOでの取り組み



14

足元では、世界のIPファンに向けた大型イベントが各地で開催されています。こちらは、7月にロサンゼルスで開催されたAnime Expoの会場の様子です。このほかにもサンディエゴのComicon、上海のChina Joyにも、バンダイナムコグループで出展を行いました。

各地域で各事業の拠点をワンオフィス化したことによって、社員間のコミュニケーションが深まり、事業間の連携経験も蓄積されてきました。イベントについては、従来は会社ごとに出展していましたが、現在はこのようにALL BANDAI NAMCOで一体となり、IPを切り口に、ファンによりそった出展をしています。

これは一例ですが、イベントに限らず、さらに連動やコミュニケーションは自然に深まっていくと考えています。これが今後、各事業におけるグローバル拡大のエンジンになってくれると期待しています。

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。



15

冒頭でもお話ししましたが、我々は、常に安定してあげることができる収益基盤を厚くすることに取り組んできました。この収益基盤をベースとし、戦略商品の発売タイミングやヒットの規模で、短期では業績が変動する可能性はあります。しかし、中長期で見れば着実に成長していくバンダイナムコでありたいと思います。

前年度は、通期の売上高が初めて1兆円を超え、外部からの私たちの見られ方も変化しているように感じます。競争が激化し、環境が変化し続ける中、さらにスピードアップし、柔軟に変化に対応していくことが必要だと感じています。

しかし、「パーパス“Fun for All into the Future”」にあるよう、私たちが1番大事にしていることは、変わりません。

ファンとともに、笑顔と幸せあふれる未来を創っていく存在であり続けたいという思いです。

おそらく、バンダイナムコで働く社員は、誰もがこの思いを持っていると思います。これからも、私たちは、愚直に真摯にIPやファンと向き合っていきたいと思います。

以上です。ご清聴ありがとうございました。

バンダイナムコグループ 2024年度（2025年3月期） 第1四半期決算説明会

2024年8月8日

