

バンダイナムコグループ 2024年度（2025年3月期） 第2四半期決算説明会

2024年11月6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 上期業績

(億円)

	2023年度上期 実績	2024年度上期 前回見込 (2024.8.8)	2024年度上期 実績	前年同期比		前回 見込比
				増減	(%)	
売上高	5,020	5,550	6,113	+1,093	121.8	+563
営業利益	654	820	1,136	+482	173.6	+316
経常利益	739	880	1,155	+416	156.3	+275
親会社株主に帰属する 中間純利益	521	600	807	+286	154.7	+207



前年実績、前回見込を大きく上回り 上期過去最高業績に

1

2024年度の上期の業績は、売上高 6,113億円、営業利益 1,136億円、経常利益 1,155億円、中間純利益 807億円となり、前年同期、年初計画、そして8月時点の修正見込みを上回り、過去最高業績となりました。

各地域で社員が頑張ってくれたおかげで、中期計画最終年度を良い形で折り返すことができました。

2024年度 上期業績 -事業別-

(億円)

		2023年度 上期実績	2024年度 上期前回見込 (2024.8.8)	2024年度 上期実績	前年同期比	前回見込比
デジタル	売上高	1,743	2,000	2,285	+542	+285
	セグメント利益	155	270	447	+292	+177
玩具ホビー	売上高	2,498	2,750	2,916	+418	+166
	セグメント利益	457	500	597	+140	+97
IPプロデュース	売上高	333	380	412	+79	+32
	セグメント利益	23	60	67	+44	+7
アミューズメント	売上高	592	650	716	+124	+66
	セグメント利益	69	55	72	+3	+17
その他	売上高	160	160	173	+13	+13
	セグメント利益	6	3	12	+6	+9
全社消去	売上高	▲307	▲390	▲391	▲84	▲1
	セグメント利益	▲57	▲68	▲60	▲3	+8
合計	売上高	5,020	5,550	6,113	+1,093	+563
	営業利益	654	820	1,136	+482	+316

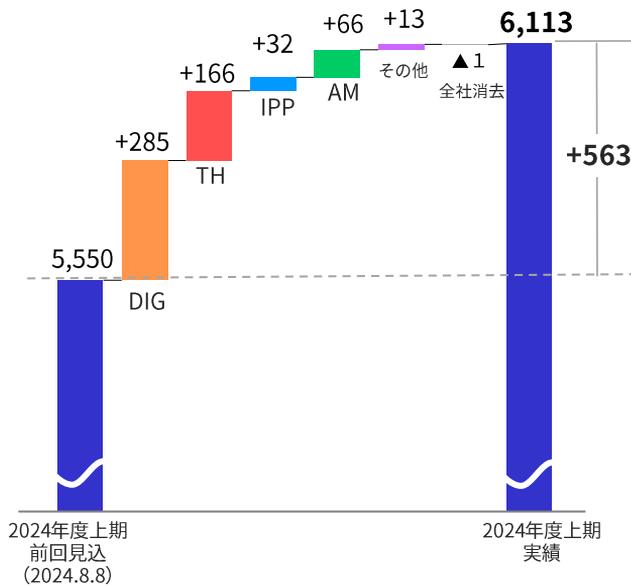
2

こちらが上期の事業別の内訳です。

全ての事業が、上期としては過去最高業績となりました。

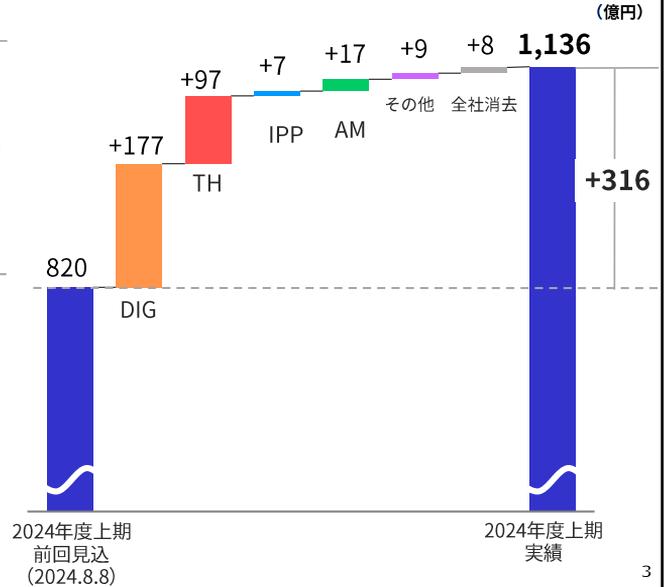
2024年度 上期業績 -前回見込比-

■ 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



グループ全体では、前回見込に対して、上期は特にデジタル事業とトイホビー事業が大きく伸長しました。

これは、家庭用ゲーム、カード商材やハイターゲット（大人）層向け商品などの、利益率の高い商品・サービスが好調だったためです。

IP別では、「ガンダム」、「DRAGON BALL」、「ONE PIECE」の定番IP商品が、引き続きしっかりと存在感を発揮しました。

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、本編リピート販売好調
- ・「ガンダムブレイカー4」好スタート

→リピートタイトル全体販売本数：1,507万本、フルパッケージに占めるDL比率：61%

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」新規ファンも獲得し好調なスタート

トイホビー事業

- ・プラモデルなどハイターゲット（大人）層向け商品好調継続
- ・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
- ・ガンダムシリーズ、「DRAGON BALL」シリーズ、「ONE PIECE」が大きく貢献

4

事業別に上期業績をご説明します。

デジタル事業では、家庭用ゲームにおいて、6月に発売した「ELDEN RING」の大型ダウンロードコンテンツが、発売3日間で500万本の販売を達成しその後も好調に推移しています。これに伴い「ELDEN RING」本編のリピート販売も、高い人気となりました。

リピートタイトル全体の販売本数は、「ELDEN RING」の貢献により、前年同期の1,322万本に対し、1,507万本となりました。

新作では、8月に発売した「ガンダムブレイカー4」が好調なスタートとなり、今期60万本を販売する見込みです。

ネットワークコンテンツでは、「DRAGON BALL」シリーズや「ONE PIECE」の主力アプリが好調だったほか、新作の「学園アイドルマスター」が新規ファンの方にも多数遊んでいただけたことで、非常に良い立ち上がりとなりました。

トイホビー事業は、ハイターゲット商品、トレーディングカードゲームなどのカード商材、カプセルトイや菓子など、好調なカテゴリーが商品ラインナップやファンとのタッチポイントの拡大により人気が続きました。

IP別では、ガンプラなどのハイターゲット商品が好調なガンダムシリーズ、カード商材をはじめ幅広いカテゴリーで商品展開を行っている「ONE PIECE」、ワールドワイドで人気の高い「DRAGON BALL」の定番IP商品が国内外で貢献しました。

海外の地域別では、北米と中国を中心に業績を伸ばしました。

IPプロデュースユニット

- ・「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」「ブルーロック-EPIISODE凧-」 興行収入計上
- ・主力IP作品のグローバル展開、映像配信、ライセンスビジネス好調
- ・リアルエンターテインメント需要に対応し、ライブイベント開催数拡大

アミューズメントユニット

- ・国内 大型SC内施設、繁華街施設、バンダイナムコ Cross Store、アクティビティ施設好調
→国内既存店売上高 前年比108.8%
- ・海外 バンダイナムコ Cross Store、カードゲームショップ好調
- ・業務用ゲーム機 新シリーズ販売好調

5

IPプロデュース事業は、ガンダムシリーズ劇場公開作品歴代No.1 興行収入となった「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」や劇場版「ブルーロック - EPIISODE凧-」の興行収入を第2四半期に計上しました。

また、「ガンダム」や「ブルーロック」「ラブライブ！シリーズ」、「転生したらスライムだった件」など、私たちが制作に携わっている作品のグローバル展開や映像配信が好調でした。

このほか、リアルエンターテインメント需要の高まりに対応し、ライブイベントの開催回数も増加しました。

アミューズメント事業は、国内では大型ショッピングセンター内や繁華街の施設に加え、グループのIPや商品ブランドと連携したバンダイナムコ Cross Storeや、VS PARKなどのアクティビティ施設が人気となりました。海外では、バンダイナムコ Cross Storeや「ONE PIECE カードゲーム」のショップ展開などが好調でした。

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。

2024年度 通期業績予想

(億円)

	2023年度 通期 実績	2024年度 通期 年初計画	2024年度 通期 今回見込	前期比		年初計画比
				増減	(%)	
売上高	10,502	10,800	11,500	+998	109.5	+700
営業利益	906	1,150	1,600	+694	176.4	+450
経常利益	1,041	1,190	1,630	+589	156.5	+440
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,014	810	1,100	+86	108.4	+290



- 上期業績の伸長、足元の市場環境や事業動向、下期の販売計画などを踏まえて修正
- 通期過去最高業績を目指す

6

2024年度の通期業績は、上期業績が予想以上に大きく伸長したこと、足元の市場環境や商品・サービスの動向、下期の各事業の計画などを踏まえ、年初計画を修正しました。

修正後の売上高 1兆1,500億円、営業利益 1,600億円、経常利益 1,630億円、当期純利益 1,100億円は、いずれも過去最高業績です。

世界の各地域でALL BANDAI NAMCOで一体となり、この業績を達成し、次期中期計画につなげていきたいと思っております。

2024年度 通期業績予想 -事業別-

		2023年度 通期 実績	2024年度 通期 年初計画	2024年度 通期 今回見込	前年比	年初計画比
デジタル	売上高	3,726	3,700	4,100	+374	+400
	セグメント利益	62	300	550	+488	+250
トイホビー	売上高	5,098	5,300	5,700	+602	+400
	セグメント利益	786	800	980	+194	+180
IPプロデュース	売上高	824	830	830	+6	±0
	セグメント利益	100	120	120	+20	±0
アミューズメント	売上高	1,196	1,250	1,300	+104	+50
	セグメント利益	68	70	80	+12	+10
その他	売上高	323	330	330	+7	±0
	セグメント利益	9	5	15	+6	+10
全社消去	売上高	▲668	▲610	▲760	▲92	▲150
	セグメント利益	▲121	▲145	▲145	▲24	±0
合計	売上高	10,502	10,800	11,500	+998	+700
	営業利益	906	1,150	1,600	+694	+450

こちらが通期見込の事業別の内訳です。

デジタル事業、トイホビー事業、アミューズメント事業の3事業の見込みを見直しました。

エンターテインメントユニット

デジタル事業、トイホビー事業とも前年実績および前回見込を上回る見込み

デジタル事業

- ・一部海外開発タイトル厳しい出足も、「ドラゴンボール Sparking! ZERO」絶好調
- ・好調タイトル、「ドラゴンボールDAIMA」とのコラボ展開などプロモーション強化
- ・リピート販売はコロナ以前の水準感で見込む

トイホビー事業

- ・好調カテゴリー強化に向けたプロモーション、イベント等強化
- ・中長期での成長に向けた種蒔き等の投資を積極的に実施
- ・複数の新型データカードダス筐体の償却費発生

IPプロデュースユニット

- ・年初計画どおりに推移

アミューズメントユニット

- ・積極的な施設出店、業務用ゲーム機の投入を計画 → 償却費増加

8

次に各事業の下期の動向やトピックをお話しします。

エンターテインメントユニットの下期は、デジタル事業、トイホビー事業ともに、前年実績および前回見込を上回る見込です。

デジタル事業は、一部海外開発タイトルが厳しい状況ですが、「ドラゴンボール Sparking! ZERO」が発売24時間で300万本を販売し、それをカバーして余りある展開となっており、年間でも家庭用ゲームビジネスをけん引してくれると期待しています。

「DRAGON BALL」タイトルでは、TVアニメ「ドラゴンボールDAIMA」の放送開始にあわせ、家庭用ゲーム、アプリともアニメのキャラクターが登場するなどの連携を行い盛り上げていきます。

また、上期は「ERDEN RING」本編のリピート販売が大きく貢献しましたが、下期のリピート販売は、全体ではコロナ前の水準感に戻っていくと見込んでいます。

ネットワークコンテンツは、主力アプリの安定した貢献を見込んでいます。

中長期での成長に向けた施策を推進

- ・日本と北米がWWのマーケティングを統括する体制に変更
- ・最適なポートフォリオ構築に向け、取り組む優先順位を決めるポートフォリオ会の運営、開発過程で、タイトル品質／開発コスト／納期などを指標に審査を厳格化
- ・アイドルマスターブランドの盛り上げを推進



◀発売24時間で販売本数300万本を突破



▼200万ダウンロード達成



▲アプリ、家庭用ゲームでTVアニメ「ドラゴンボールDAIMA」との連動施策を実施

9

デジタル事業のトピックとしましては、先程も少しお話ししましたが、足元では「ドラゴンボール Sparking! ZERO」が非常に好調な出足となりました。ゲームに対するファンの評価も高く、長期で運営するタイトルとして展開していきます。

4月より、日本と北米で全世界のマーケティングを統括する体制に変更を行い、マーケティングリソースの配分やタイトル特性にあわせたプロモーションを強化しています。

「ドラゴンボール Sparking! ZERO」は欧米での販売比率が約9割と、特に海外でヒットしており、体制変更の効果も表れ始めたと考えています。

「ドラゴンボールDAIMA」放送開始に合わせ、家庭用ゲーム、アプリともに、アニメに登場するキャラクターの展開などの連携を行い、盛り上げていきます。

アプリの新作「学園アイドルマスター」は、本日200万DL突破の情報を発信しました。今後も新キャラクターや新シナリオの投入により、長く遊んでいただけるタイトルとして展開します。

また、大型イベント「THE IDOLM@STER EXPO」などの開催により、アイマスブランド自体の盛り上げもはかかります。

デジタル事業では、最適なタイトルポートフォリオ構築を進めています。開発の入口で、取り組むべきタイトルの優先順位を決めるポートフォリオ会の運営をスタートしました。開発過程においても、タイトルの品質、開発コスト、納期などの指標を重視した審査をこれまで以上に厳格に行っています。

開発の長期化が進む中、新体制で開発に着手したタイトルのビジネス展開がスタートするのは、次期中期計画の後半になると考えています。今がデジタル事業の重要なターニングポイントです。少し時間はかかりませんが、しっかりと立て直しに取り組めます。

エンターテインメントユニット

デジタル事業、トイホビー事業とも前年実績および前回見込を上回る見込み

デジタル事業

- ・一部海外開発タイトル厳しい出足も、「ドラゴンボール Sparking! ZERO」絶好調
- ・好調タイトル、「ドラゴンボールDAIMA」とのコラボ展開などプロモーション強化
- ・リピート販売はコロナ以前の水準感で見込む

トイホビー事業

- ・好調カテゴリー強化に向けたプロモーション、イベント等強化
- ・中長期での成長に向けた種蒔き等の投資を積極的に実施
- ・複数の新型データカードダス筐体の償却費発生

IPプロデュースユニット

- ・年初計画どおりに推移

アミューズメントユニット

- ・積極的な施設出店、業務用ゲーム機の投入を計画 → 償却費増加

10

トイホビー事業の下期も、デジタル事業同様、前年実績および前回見込を上回る見込みとなっています。

トイホビー事業は、好調カテゴリーのさらなる強化のためのプロモーションやイベントなどのマーケティング面での取り組みをさらに強化します。

また、グローバル市場における中長期での成長に向けた種蒔きや仕込みといった投資も積極的に行います。

これらの投資については、次期中期計画でしっかりと成果につなげ、刈り取っていきます。

中長期でさらなる成長を目指す

- ・多様なIPをスピーディーに幅広いカテゴリーで展開
- ・好調カテゴリーのグローバル展開を拡大

ONE PIECE
CARD GAME
ワンピースカードゲーム



バンダイホビーセンター新工場
2025年1月竣工



ローエイジ向けにも注力し、
将来に向けたファンを育成

トレーディングカードゲーム、デジタルカードゲーム
新シリーズ投入&ファンコミュニケーションの強化

11

好調が続くトイホビー事業は、引き続き多種多様なIPを、スピーディーに、幅広いカテゴリーで展開します。商品サイクルの速さや、低価格帯の商品カテゴリーの多さは、IPとファンとのタッチポイントを広げる機会にもなっています。

また、配信環境拡大による日本IPの人気上昇を受け、好調なカテゴリーを中心に、世界各地の拠点を通じてグローバルに拡大していきます。

足元では、お陰さまでトレーディングカードゲームなどカード商材の人气が続いています。今後も既存ファンの盛り上げ、新規ファンの取りこみに向け、新弾やブースターパックの投入、ワールドツアーの実施や店頭イベントなど、ファンコミュニケーションの強化を継続します。

新たな展開としては、11月7日よりデータカードダスの新筐体「ドラゴンボールスーパーダイバーズ」が稼働開始します。

2025年には「ガンダム」をテーマとしたトレーディングカードゲーム「GUNDAM CARD GAME」を投入します。

引き続き、新たなチャレンジを行っていきますので、ご期待ください。

また、プラモデル生産拠点である「バンダイホビーセンター」の新工場を2025年1月に竣工し、夏頃から稼働を開始することをリリースしました。安定的な生産体制を構築すべく、多色成形機10台、単色成形機84台を順次導入予定です。2026年度の本格稼働時には、2023年度比で約35%の増産が可能となり生産能力が向上する見込みです。プラモデルについては、クオリティをしっかりと担保しながら、静岡を中心に、他のグループ拠点も活用し、ファンの需要にこたえていきます。

海外においては、展開できていないIP、カテゴリーも多数あり、今後の成長のチャンスはまだあります。

一方で、私たちは自分たちの商品を一過性の人気で終わらせたくありません。短期的な収益拡大を目指すのではなく、定番として市場に定着させるため、IPの世界観の訴求、店頭やイベントでの遊び方のティーチングなど、ある意味手間のかかるマーケティングも丁寧に時間をかけて取り組んでいきます。

まもなく年末年始商戦も本番を迎えます。

ハイターゲット向け商品だけでなく、将来のユーザーとなり得る子供たちに向けて、ローエイジ向け商品もしっかりと展開していきます。

エンターテインメントユニット

デジタル事業、トイホビー事業とも前年実績および前回見込を上回る見込み

デジタル事業

- ・一部海外開発タイトル厳しい出足も、「ドラゴンボール Sparking! ZERO」絶好調
- ・好調タイトル、「ドラゴンボールDAIMA」とのコラボ展開などプロモーション強化
- ・リピート販売はコロナ以前の水準感で見込む

トイホビー事業

- ・好調カテゴリー強化に向けたプロモーション、イベント等強化
- ・中長期での成長に向けた種蒔き等の投資を積極的に実施
- ・複数の新型データカードダス筐体の償却費発生

IPプロデュースユニット

- ・年初計画どおりに推移

アミューズメントユニット

- ・積極的な施設出店、業務用ゲーム機の投入を計画 → 償却費増加

IPプロデュース事業については、おおむね計画通りに推移すると見込んでいます。

IPプロデュースユニット



VR映像



全世界配信開始



TVアニメ第2期



アジアツアー開催



IP創出力強化
社内外人材育成強化

アミューズメントユニット



IP、商品ブランドと連動



キッズ・ファミリー向け
施設強化

場を魅力的にプロデュースし
活用できる強みを最大限発揮



アクティビティ施設も好調

「アイドルマスター TOURS」開発中

IPプロデュース事業では、IP軸戦略の起点となるIP創出力を引き続き強化します。

自社スタジオでの制作、グループ横断プロジェクト、パートナーとの協業、新たなパートナーのグループ入りなど、あらゆる方向から作品の制作を行います。

また、従来から人材育成にも積極的に取り組んでいます。

一例となりますが、社員を対象に外部の演出家や脚本家がレクチャーを行うプログラムとして、シナリオ塾、演出塾を行っています。

さらに、業界全体の底上げをはかるため、社外から公募を行うプログラムとして、半年から1年間、奨励金で生活面の補助も行いながら学んでもらう作画塾、美術塾を実施しています。

足元では、これらの卒業生から、業界で活躍する有力な人材も多数生まれています。このように人材そのものやネットワークの育成の面からも、制作力の向上をはかっていきます。

創出した作品を広げることにも力を入れています。

従来のパッケージソフトを中心とした展開だけでなく、グローバルへの展開、映像配信、ライセンス機能拡大など多種多様な出口に展開することで作品の最大化をはかっていきます。

この下期もご覧のような様々な作品を送り出します。
ガンダムシリーズでは、Unreal Engine 5を使用した新作オリジナルアニメ「機動戦士ガンダム 復讐のレクイエム」のNetflixでの全世界配信がスタートし好調です。
モビルスーツ戦の映像表現やストーリーへの評価も高く、従来ファンだけでなく、海外ファンや新規ファンにも楽しんでいただける作品です。

「ガンダム」については、昨年放送した「機動戦士ガンダム 水星の魔女」のように、核となるものは守りつつも新たな切り口やアプローチで新規ファンを獲得することが可能だと考えています。
このたび、「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」の前日譚を描く「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM ZERO」の制作も決定しました。

今後も皆さんの期待を超える作品を投入していきます。

エンターテインメントユニット

デジタル事業、トイホビー事業とも前年実績および前回見込を上回る見込み

デジタル事業

- ・一部海外開発タイトル厳しい出足も、「ドラゴンボール Sparking! ZERO」絶好調
- ・好調タイトル、「ドラゴンボールDAIMA」とのコラボ展開などプロモーション強化
- ・リピート販売はコロナ以前の水準感で見込む

トイホビー事業

- ・好調カテゴリ強化に向けたプロモーション、イベント等強化
- ・中長期での成長に向けた種蒔き等の投資を積極的に実施
- ・複数の新型データカードダス筐体の償却費発生

IPプロデュースユニット

- ・年初計画どおりに推移

アミューズメントユニット

- ・積極的な施設出店、業務用ゲーム機の投入を計画 → 償却費増加

14

アミューズメント事業は、次期中期計画を見据え、積極的に出店や新しい業務用ゲーム機の投入を行います。

下期はそれに伴う償却費負担の増加などを見込んでいます。

IPプロデュースユニット



VR映像



全世界配信開始



TVアニメ第2期



アジアツアー開催



IP創出力強化
社内外人材育成強化

アミューズメントユニット



IP、商品ブランドと連動



キッズ・ファミリー向け
施設強化

場を魅力的にプロデュースし
活用できる強みを最大限発揮



アクティビティ施設も好調

「アイドルマスター TOURS」開発中

アミューズメント事業は、他の事業と比較して固定費が大きいことから、外部から、効率的ではないのではという意見をいただくことがあります。

しかしながら、私たちにとって、アミューズメント事業は非常に重要な役割を持つ事業です。カプセルトイやプライズなど、トイホビー商品の重要な売場でもあり、IPや私たちの商品ブランドの発信拠点でもあります。

バンダイナムコ Cross Storeのような店舗では、単にモノを販売するのではなく、商品の世界観の訴求や遊び方のティーチングによるファン発掘の役割も担っています。

今後も場を魅力的にプロデュースし、活用できる強みを最大限発揮していきます。

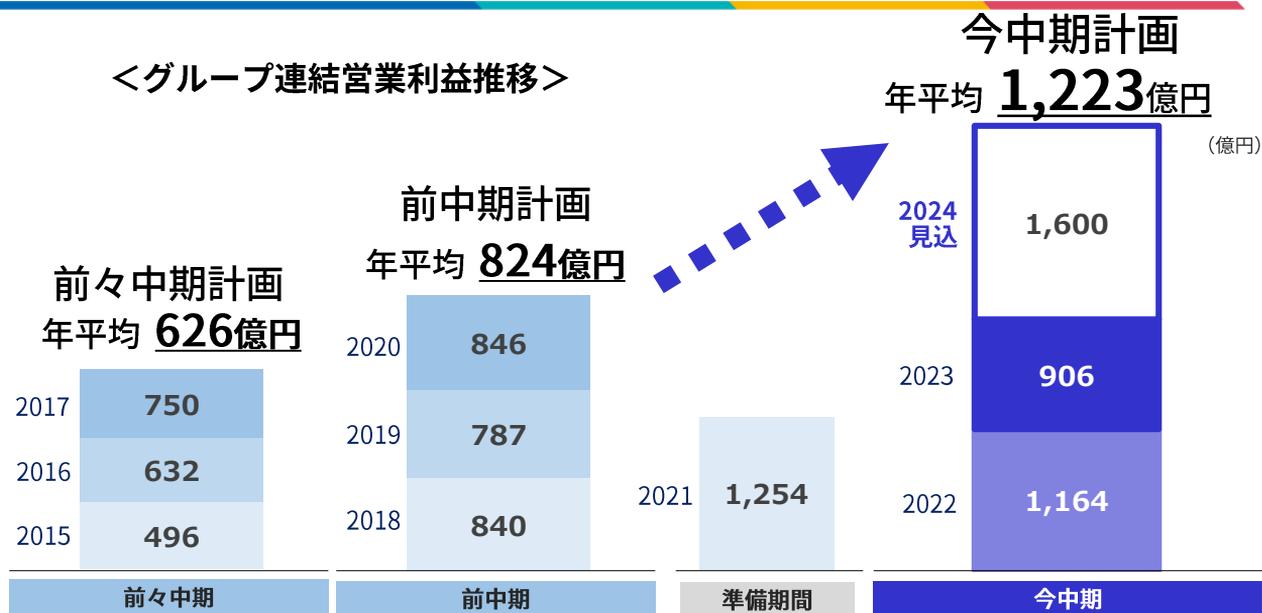
組織面では、次期中期計画に向けて、未就学児とそのファミリーに向けたアミューズメント施設運営に強みを持つグループ会社の(株)プレジャーキャストと、(株)バンダイナムコアミューズメントを統合することとしました。(株)プレジャーキャストでは、「アンパンマン」や「きかんしゃトーマス」などのIPをテーマにした施設を複数展開しています。

両社の強みを掛け合わせることで、未就学児とそのファミリーを対象とした事業領域をさらに強化していきます。

業務用ゲーム機では、近年人気定番機器の新シリーズの製品化が多かったのですが、新たな切り口の新製品として「アイドルマスター TOURS」などの投入も行います。

中期計画の進捗-安定した収益基盤の強化

<グループ連結営業利益推移>



16

中期計画の最終年度は、計画策定時の3年前に掲げた最終年度目標である売上高1兆1,000億円、営業利益1,250億円を達成する見込みです。

中期計画目標の達成は勿論重要ですが、私は、単年度や3年間の業績だけでなく、中長期で成長するための基盤をいかに厚くできるかが重要だと考えています。

バンダイナムコにおいては、IP軸戦略に集中することで、各中期計画での平均営業利益が着実に増えています。これは、環境変化やヒットの有無に左右されない利益基盤が厚くなっているということです。

基盤を強化できた背景には、まず、モノ・コンテンツ・場など、幅広い事業領域によるポートフォリオ経営、そして、グループ横断プロジェクトによる戦略的な仕掛けと取り組みで定番IPをグローバルに拡大できたこと、さらには、グループに閉じず、あらゆるパートナーとのオープンな協業による相乗効果が果たした役割が大きいと思っています。

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。



17

今後も単年度や短期で見れば、戦略商品の投入タイミングなどによって業績が上下に変動することはあるでしょう。

次の中期計画でも、さらに利益基盤を厚くすべく、変化を恐れることなく様々な各種施策を推進し、ファンの期待に応えるエンターテインメントを提供し続け、中長期で着実に成長するバンダイナムコを目指します。

是非これからのバンダイナムコにご期待ください。

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2四半期決算説明会

2024年11月6日

