

【ご質問】

デジタル事業の家庭用ゲーム「ドラゴンボール Sparking! ZERO」が好調な要因の一つである、マーケティング面での体制の変更について、具体的な内容を教えてください。

【ご回答】

今期4月より日本と北米にて全世界のマーケティングを統括する体制に変更しました。「ドラゴンボール Sparking! ZERO」は欧米での販売比率が約9割となるなど、海外を中心にヒットしていますが、マーケティング面においては、地域ごとの特性に合わせたきめ細かい対応を行っています。具体的には、ある地域では SNS でのマーケティングに注力する一方、別の地域ではリアルなイベントを重視するなど、それぞれの地域特性に合わせた取り組みを行い、その効果を発揮しました。

【ご質問】

デジタル事業の開発体制について、厳格に管理しすぎるとクリエイティブな面にマイナスの影響がでるように思いますが、どのような管理を行っていますか。

【ご回答】

開発の過程においては、品質、コスト、納期など複数の視点で管理を行っています。従来のタイトル審査会に加え、今期より優先すべき開発タイトルを決定するポートフォリオ会を新たに設置しさらに強化していますが、最重要視しているのはファンの期待を超えるタイトルをつくることです。

【ご質問】

トイホビー事業が好調な背景を教えてください。

【ご回答】

トイホビー事業は、現時点の通期見込では、7年連続で過去最高業績を達成する見込みです。ハイターゲット（大人）層向け商品やカード商材が全体を牽引していますが、それに限らずほぼすべてのカテゴリーが好調に推移しています。特にIPを軸にグローバルで展開している取り組みが伸長しており、今後も現状の強みを発揮し、次期中期計画につなげていきます。

【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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。

【ご質問】

プラモデルの新工場が竣工するとのことですが、来期以降、需給バランスはどのように変化すると考えていますか？

【ご回答】

プラモデル生産工場「バンダイホビーセンター」の新工場については、2025年1月に竣工し、同年夏頃稼働開始を予定しています。新工場には、多色成形機10台、単色成形機84台を順次設置し、本格稼働は2026年を予定しています。生産量はプラモデル事業全体で2023年度比約35%の増産が可能となる見込みであり、ご期待に沿えるような生産量に近づけていきたいと考えています。

【ご質問】

「機動戦士ガンダム 復讐のレクイエム」について、アジアでは人気ですが、欧米ではまだ認知が進んでいない印象があります。今後実写版映像作品も控える中、欧米に向けての課題はどのように認識していますか。

【ご回答】

本作をグローバル展開の第一歩と位置付け、世界配信や海外スタッフを起用した内容となっています。ガンダムシリーズで初めてNetflixから世界配信しましたが、10月23日発表のNetflix週間グローバルTOP10（英語シリーズ）にて7位を記録し、手応えを感じています。今後はガンダムシリーズの認知をさらに拡大していきたいと考えていますが、本作品は実写版映像作品の公開に向けて認知を広める良い機会となったと考えています。

【ご質問】

アミューズメント事業の好調について、現在の市場環境と今後の見通しについてどのように考えていますか。

【ご回答】

市場環境としては、ステイホームの時期が明けてからリアルな場でのエンターテインメントの需要が高まっています。我々のアミューズメント施設では、クレーンゲームが若年層からファミリーまで幅広い層で人気となっています。この環境はしばらく続くとみています。

【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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。

そのような環境の中、「バンダイナムコ Cross Store」など幅広いIPと幅広い商品を展開するバンダイナムコならではの施設が非常に好調で、バンダイナムコの施設に足を運んでいただく理由の一つとなっていると感じています。

【ご質問】

修正後の業績見込について、デジタル事業やアミューズメント事業では上期に比べて下期の利益貢献が少なく感じますが、何か損失の発生が見込まれているのでしょうか。

【ご回答】

下期に特別な損失は見込んでいません。上期の動向と下期の商品・サービスを精査したうえでの業績見込となります。デジタル事業においては、年初計画時点で「ELDEN RING」のリピート販売は下期に比重を置いていましたが、上期に想定以上の計上となりました。また、2025年1月にサービス終了することを発表した「ブループロトコル」については、運営期間中はランニングコストが発生しますが、業績見込に取り込んでおり、追加の損失はない見込みです。アミューズメント事業においては、次期中期に向けた種まきの投資として新規出店や機器の積極投資を見込んでいます。

【ご質問】

中期計画ごとに業績が伸長し、10年で倍近くの利益水準となっていますが、次期中期計画の目標をどのように考えていますか。

【ご回答】

エンターテインメント企業は拡大のチャンスがある時に伸ばしきることが大切だと考えています。単年度で見ると大型タイトルの有無などにより多少の上下はありますが、中期計画3年間の平均値を比較すると、着実に営業利益水準がステップアップしています。このような成長の仕方こそバンダイナムコらしい成長だと考えています。グローバルでみると日本IPの成長可能性は大きいですが、我々がまだ展開しきれていない地域やカテゴリーもありますので、それぞれのIP価値を最大化し、次期中期計画においてもより収益基盤の厚みを増していきたいと考えています。

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。

※決算説明会の質疑の一部を抜粋し概要を掲載しております。