

## トップインタビュー

株式会社バンダイナムコホールディングス  
代表取締役社長 川口 勝

### 次期中期計画につなげていく 重要な1年のスタートとして バンダイナムコグループらしい力強さを発揮

(株)バンダイナムコホールディングスは、2022年3月期（2021年度）第1四半期累計期間の業績を発表しました。今回は、その概況や今後の見通し、各事業の足元の動向などについて、代表取締役社長の川口勝に話を聞きました。

— 2021年度第1四半期の業績を発表しました。

川口 2021年度の第1四半期は、売上高1,780億円、営業利益270億円、四半期純利益209億円となり、第1四半期としては売上高と利益において過去最高の実績となりました。新型コロナウイルス感染拡大の影響はありますが、環境変化を新たな顧客獲得や市場創出の機会でもありととらえ、各現場がさまざまなチャレンジをしてくれています。次期中期計画につなげていく重要な1年のスタートとして、バンダイナムコグループらしい力強さを発揮できたのではないかと思います。

— 事業別に概況を説明してください。

川口 デジタル事業では、家庭用ゲームの新規タイトル『SCARLET NEXUS』が好調なスタートを切りました。それに加えて、既存タイトルのリピート販売本数が前年同期を上回るなど、海外を中心に引き続き好調に推移しました。ネットワークコンテンツでは、『僕のヒーローアカデミア』の新作タイトルが順調なスタートとなったほか、主力タイトルが安定的に推移しましたが、ネットワークコンテンツ全体では、巣ごもり需要により好調だった前年同期には及びませんでした。また、前年同期は、家庭用ゲーム、ネットワーク

コンテンツとも大型新規タイトルのリリースがありませんでしたが、当第1四半期には新規タイトル導入に伴う初期費用が先行しました。

トイホビー事業は、第1四半期としては過去最高の業績となりました。ガンプラやフィギュアなどのハイターゲット層（大人層）向け商品が、国内外で好調に推移したほか、前年同期に新型コロナウイルス感染拡大によるアミューズメント施設休業の影響を受けたプライズなどのカテゴリが回復しました。また、『鬼滅の刃』などの新規IP商品の人気が続いているほか、IPを活用した商品だけでなくノンキャラクターの商品もヒットしている菓子やカプセルトイが好調でした。さらに、北米市場向けの『デジモン』のトレーディングカードゲームも人気となり、これらの玩具周辺商材の好調も業績に貢献しました。

映像音楽事業は、主力IPの映像・音楽のパッケージ販売を行ったほか、ゲーム関連へのライセンス収入が業績に貢献しました。また、前年同期には新型コロナウイルス感染拡大の影響でほとんど開催できなかったライブイベントが、配信や新技術の活用もあり、開催数が大幅に増加しました。

クリエイション事業は、映像制作



収入が増加したほか、ガンダムIPの人気拡大に伴い、ライセンス収入が好調に推移しました。一方、2020年12月にオープンした『GUNDAM FACTORY YOKOHAMA』については、新型コロナウイルス感染拡大の影響で時短営業やイベントの中止などの対応をとりました。

アミューズメント事業は、施設の休業や時短営業といった新型コロナウイルス感染拡大による影響を受けましたが、前年同期より影響が少なかったことに加えて、IPを活用したキャンペーン効果などもあり、国内既存店売上高は前年同期比215.6%（2019年度同期比で70%強）となり、回復の兆しを見せはじめています。業務用ゲームの販売についても前年同期を上回りました。

— 上期業績見込を修正しました。

川口 2021年度の上期業績は、年初の時点で売上高3,500億円、営業利益350億円を見込んでいました。このたび、第1四半期の実績や足元の市場環境、事業の状況も踏まえ、トイホビー事業と映像音楽事業の見込みを見直し、グループ全体で売上高3,800億円、営業利益430億円に修正しました。  
(次ページに続く)

## 新ユニットの融合・連携を深め 一体感をさらに醸成

—通期見込については？

川口 通期見込については、年初計画を見直していません。下期には年間最大の商戦期である年末年始商戦があるほか、家庭用ゲームの大型タイトルの発売を予定しています。また、足元の緊急事態宣言の発令や対象地域の拡大を受けて、不透明な市場環境を今後も慎重に見ていきたいと考えています。

—4月のユニット再編後どのような動きがありますか？

川口 デジタル事業と玩具ホビー事業を統合したエンターテインメントユニットと、映像音楽事業とクリエイション事業を統合したIPプロデュースユニットでは、ユニット内の融合・連携をさらに深めています。

エンターテインメントユニットでは、IPや商品・サービスに関するさまざまなプロジェクトが進行中です。海外では、中国でデジタル事業と玩具ホビー事業の会社統合を予定しているほか、すでにワンオフィスとなっている中国オフィスに加え、韓国やスペインでもオフィスの集約を行っています。これによってユニット内のコミュニケーションがさらに活性化されることを期待しています。

IPプロデュースユニットにおいて

も、お互いのIP創出ノウハウの理解促進や、融合・連携の強化のためのさまざまなプロジェクトを進めています。また、社員やその家族に向けたファミリーイベントについても共同開催するなど、コミュニケーションの活性化と新ユニットとしての一体感の醸成を図っています。

—デジタル事業の動向について教えてください。

川口 デジタル事業では、家庭用ゲームにおいて前中期計画のIP戦略投資によって創出された『SCARLET NEXUS』が2021年度内に100万本を販売する見込みです。このタイトルは、家庭用ゲームと、クリエイション事業製作のアニメーションとの連動によって新規IPとして育成していきます。また、今後は9月に『テイルズ オブ アライズ』が、2022年1月には『ELDEN RING』といった大型タイトルが登場予定です。これら新規タイトルを、ファンとコミュニケーションをしっかりとりながら、ロングライフタイトルに育てていきます。リピート販売については、巣ごもり需要の追い風が徐々に落ち着いていくと見ており、今年度は前年度の既存タイトルのリピート販売中

心の構成から新作タイトルの販売比率が増加し、大型タイトル投入に伴う初期費用が先行する見込みです。

ネットワークコンテンツについても、家庭用ゲーム同様、クオリティの高い新規タイトルを投入し、新しいタイトルの柱を増やすことに注力します。このほか、デジタル分野では、競合の激化や新技術にいち早く対応するため、引き続き技術研究にしっかりと取り組んでいきます。さらに、2022年に劇場版「ドラゴンボール超」の最新作が公開されることが発表されました。ゲームコンテンツや玩具ホビー商品など、グループ全体で映画と連携し、盛り上げていきます。

—玩具ホビー事業については？

川口 玩具ホビー事業では、国内定番IPの新シリーズとして、7月に『ウルトラマントリガー』がスタートしたのに続き、9月には仮面ライダー50周年記念作品である『仮面ライダーリバイス』がスタートしました。また、11月にはウエアラブル型の「たまごっち」である『Tamagotchi Smart』を発売します。高い人気が続いている『鬼滅の刃』について



▲期待の大型タイトル『ELDEN RING』  
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc. / ©2021 FromSoftware, Inc.



▲『デジモン』の新作アニメと連動する『バイタルプレス デジヴァイス-V-』

©本郷あきよし・東映アニメーション  
©本郷あきよし・フジテレビ・東映アニメーション  
©BANDAI



▲劇場作品『機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ』  
©創通・サンライズ

は、アニメ第2期の放送に合わせ玩具をはじめとする幅広いカテゴリーで商品展開していきます。

好調な玩具周辺商材について、菓子は「キャラバキ」シリーズなどに続く商品ブランドの柱を増やしていきたいと思えます。カプセルトイは、アミューズメント事業とも連携し、お客さまとのタッチポイントを増やしていきます。また、玩具から生まれたIP『デジモン』については、ウェアラブル端末や北米におけるカードゲームが若年層を中心に好調です。秋からは新作アニメの放送も決定し、今後家庭用ゲームも発売予定ですので、ユニット横断で盛り上げていきます。

ハイターゲット層向け商品については、ガンダムの実物大立像を設置した中国、大手流通での展開が順調な北米で、ガンプラが好調に推移しています。海外展開にあたっては、IPや商品を一過性のブームに終わらせることなく、プラモデルをつくる文化そのものを定着させたいと思っています。また、ガンプラの訴求と並行し、材料であるプラスチックについては、リサイクルや新素材の採用にも取り組んでいます。

—映像音楽事業とクリエイション事業については？

川口 2021年度は、新型コロナウイルス感染拡大が作品の製作・公開や映像・音楽パッケージの発売スケジュールに影響を与えた前年度に比べ、ラインナップが充実する見込みです。サンライズ製作作品では、劇場作品『機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ』の評価が高く、8月初旬には興行収入20億円を突破しました。また、7月からはNHK Eテレで「ラブライブ!」シリーズの新作『ラブライブ! スーパースター!!』の放送がスタートし、話題となっていますので、ユニット横断で映像、音楽、ライブ事業で盛り上げていきます。

IP創出にあたっては、自社スタジオ発だけでなく、外部パートナーとも積極的に協業し、IP創出を強化します。そしてIPの展開先については、映像や音楽パッケージはもちろん、他の展開方法にも挑戦し、IP価値向上を目指しています。第1四半期に貢献したゲームのライセンス収入もその1つです。好調な『PUI PUI モルカー』では、映像パッケージに加えトイホビー事業への二次展開を行っています。

このように、IPを映像や音楽を核に多方面へ展開していきます。ライブイベントについては、現状は新型コロナウイルス感染拡大前の動員数には戻せない状況ですが、配信、新プラットフォームの活用など、リアルとバーチャルの要素をミックスした新たなライブイベント展開を図っていきます。

## 持続可能な社会における存在意義を定義していく

—次期中期計画の策定状況はどうか？

川口 基盤整備期間である2021年度を経て、2022年4月から次期中期計画がスタートします。現在、各戦略の議論のヤマ場を迎えています。次期中期計画の策定にあたっては、中期計画の最終年度である3年後をゴールとするのではなく、5年後～10年後にバンダイナムコグループが持続的な成長を続けるために、次の3年間で何に挑戦すべきかを考えています。成長のための挑戦には、それを支える安定基盤が必要ですので、体制、財務などさまざまな面からしっかりと守りを固めていきます。同時に、攻めるべき局面においては積極果敢に攻め、メリハリをつけていきます。また、戦略策定にあたっては、各現場で徹底的に議論することで、自分たちの強みや課題を再認識してほし

—アミューズメント事業の動向については？

川口 アミューズメント施設では、今後の市場動向が不透明な中ではありますが、足元では、バンダイナムコ限定のプライズキャンペーンや「ガシャポンのデパート」などのグループのリソースを活用した展開が話題となっています。また前年度から取り組んでいる構造改革による効率化の推進が効果を発揮しています。7月には業務用ゲームの期待の新製品『機動戦士ガンダム 戦場の絆II』の導入も始まりました。施設、機器ともにバンダイナムコらしい話題を投入しながら、効率化も引き続き推進します。アミューズメント事業は、グループのIP軸戦略における重要な出口の1つとして、またお客さまとの直接的な接点の場として、収益基盤の強化を目指していきます。

いと考えています。議論を通じて課題意識を共有することは、組織内において大いにプラスに働きますし、徹底的に議論することで自分たちが考え決めた戦略として、より主体的に取り組むことができるからです。

次期中期計画においては、事業戦略だけでなく、持続可能な社会におけるバンダイナムコの存在意義、つまりバンダイナムコグループは社会やファンなどのステークホルダーとともに歩むことでどのように社会的な責任を果たしていくのかという原点についても、改めて定義していきたいと思えます。株主の皆さまにおかれましては、引き続きご支援いただけますようよろしくお願いいたします。

株)バンダイナムコホールディングスは、2022年3月期の第1四半期累計期間(2021年4月～6月)の連結業績を発表しました。当第1四半期累計期間につきましては、新型コロナウイルス感染拡大により、国内外の多くの地域で小売店やアミューズメント施設の休業、イベントの中止などで各事業が大きな影響を受けた前年同期を上回る業績となりました。新型コロナウイルス感染拡大による影響はあるものの、各事業において顧客のライフスタイルや嗜好の変化に適合するための様々な施策をスピーディに推進したことや、グループの幅広い事業のポートフォリオが効果を発揮しました。

\*\*\*\*\*

<デジタル事業>

家庭用ゲームにおいて、ゲームとアニメーションの連動展開を図る新作タイトル『SCARLET NEXUS』を発売したほか、既存タイトルのリピート販売がユーザーに向けた継続的な施策により好調に推移しました。また、ネットワークコンテンツにおいては、主力タイトルが安定的に推移したものの、好調だった前年同期には及びませんでした。

<トイホビー事業>

「機動戦士ガンダム」シリーズのプ

ラモデルやコレクターズフィギュアなどのハイターゲット層(大人層)向けの商品が、デジタルを活用した販売・マーケティングや、海外における展開拡大により好調に推移しました。また、前年同期にアミューズメント施設の休業により影響を受けたプライズなどの商品販売が回復しました。さらに、国内においては、定番IPや新規IPを活用した玩具に加え、菓子やカプセルトイ、海外向けのトレーディングカードなどの玩具周辺商材が人気となりました。

<映像音楽事業>

「ラブライブ!」シリーズや「アイドルマスター」シリーズなどのIPの映像・音楽パッケージソフトの販売を行ったほか、IP関連のライセンス収入が業績に貢献しました。また、ライブイベントにおいては、配信や新技術の活用などの環境変化に対応した新たなライブイベントへの取り組みを行い、前年同期に比べ開催回数が大幅に増加しました。

<クリエイション事業>

「機動戦士ガンダム」シリーズや「ラブライブ!」シリーズなどの映像作品の製作や公開を行い話題となったほか、ガンダムの人気拡大に伴いライセンス収入が好調でした。一方で、IPの情報発信を行う『GUNDAM

FACTORY YOKOHAMA』については、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けました。

<アミューズメント事業>

新型コロナウイルス感染拡大による影響を受けたものの、国内アミューズメント施設の既存店売上高が前年同期比で215.6%となり回復の兆しが見えました。また、業務用ゲームについても売上高が回復しました。今後も効率化に加え、グループの商品・サービスの活用を強化するなどのバンダイナムコならではの取り組みを推進し収益基盤の強化を目指します。

2022年3月期の第2四半期累計期間の予想数値につきましては、第1四半期累計期間の実績及び足元の市場環境や第2四半期累計期間の商品・サービスのマーケティング計画などを踏まえ、下表の通り修正いたしました。なお、通期の連結業績予想数値につきましては、国内外において新型コロナウイルス感染拡大が続くなど不透明で変化が激しい市場環境が継続していることや、第3四半期以降に大型商戦である年末年始商戦や家庭用ゲーム大型タイトルの発売を控えていることなどを踏まえ、見直しをしていません。

◆2022年3月期第1四半期累計期間の連結業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する四半期純利益
連結業績	178,049	27,021	28,754	20,917
前年同期増減率	22.8%	35.7%	40.9%	58.7%

◆2022年3月期第1四半期累計期間のセグメント別実績

(単位:百万円)

	売上高	セグメント利益
デジタル	66,834	11,827
トイホビー	83,059	14,498
映像音楽	12,012	2,362
クリエイション	7,304	828
アミューズメント	15,221	△662
その他	6,656	147
消去・全社	△13,040	△1,980
合計	178,049	27,021

◆2022年3月期第2四半期累計期間および通期の連結業績予想

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
第2四半期累計期間(2021年4月～2021年9月)	380,000	43,000	46,000	32,500
通期予想 <sup>※</sup> (2021年4月～2022年3月)	750,000	75,000	76,000	52,000

※通期予想に関しては、2021年5月11日時点の計画から修正・見直しは行っていません。見直しに関してはさまざまな前提に基づいたものであり、記載された将来の予想数値や施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

## 仮面ライダーリバイス

仮面ライダー 50周年記念作品となる『仮面ライダーリバイス』が9月5日より放送中です(テレビ朝日系、毎週日曜日午前9時～)。

本作は、悪魔と契約した主人公が、相棒の悪魔バイスとともに、悪の組織デッドマンズと戦う物語です。「リバイスドライバー」を使って主人公は仮面ライダーリバイスに、相棒バイスは仮面ライダーバイスに変身します。

(株)バンダイから、変身遊びが楽しめる『変身ベルト DXリバイスドライバー』(7,150円)をはじめ、変身ベルトと連動して遊べる『DXバイスタンプシリーズ』(1,650円～)を発売中です。『バイスタンプ』は、子どもたちが直感的に楽しめるスタンプ遊びを採用し、『リバイスドライバー』にセットすることで、変身やさまざまななりきり遊びを楽しめます。



▲変身ベルトDXリバイスドライバー

©2021石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映

## プリンセス・プリンシパル Crown Handler 第2章

(株)バンダイナムコアーツが製作に参加し、(株)アクタスが制作を担当するオリジナルTVアニメーション「プリンセス・プリンシパル」の、その後を描くシリーズ最新作『プリンセス・プリンシパル Crown Handler』の第2章が9月23日より劇場上映を開始します。



本作は、19世紀末のロンドンを舞台に、共和国のスパイという裏の顔をもつ女子高生5人による「チーム白鳩」の新たな活躍を描きます。2021年2月11日に上映開始した『プリンセス・プリンシパル Crown Handler』第1章の続編として、奪われた共和国の新兵器の行方や王室に迫る危機と、「チーム白鳩」の波乱に満ちた第2章を、豪華スタッフ・キャストでお届けします。バンダイナムコグループでは今後もさまざまな展開でIPを盛り上げていく予定です。

©Princess Principal Film Project

## 境界戦機

(株)SUNRISE BEYOND初のオリジナル作品『境界戦機』が、10月4日より順次放送・配信を開始します。本作は、(株)BANDAI SPIRITSが共同で企画・製作に携わり、デザイン・演出・商品連動を2社で徹底的に検討した手描きロボットアニメーションです。分割統治された未来の日本を舞台に、主人公アモウは自律思考型AI「ガイ」と出会い、日本を取り戻すための戦いに身を投じることになります。迫力あるバトルシーンや、重厚感あるストーリー展開が特徴です。



登場する人型特殊機動兵器AMAIMは、メインメカデザイナーに工業デザイナー奥山清行が率いるKEN OKUYAMA DESIGNを迎え、本物の工業デザイン視点を導入したことで、従来のロボットとは一線を画すリアルさと機能美が感じられる特徴的なメカデザインとなっています。放送開始と同時期にBANDAI SPIRITSから商品を発売予定です(詳細は8ページ参照)。

©2021 SUNRISE BEYOND INC.

## バトルスピリッツミラージュ

「バトルスピリッツ」シリーズの最新作『バトルスピリッツミラージュ』が、10月29日よりバトルスピリッツ公式YouTubeチャンネルにて配信を開始します。前作『バトルスピリッツ かくめい 赫盟のガレット』に続き、渡辺正樹監督、富岡淳広脚本のもと主人公ガレットが世界の混乱に立ち向かう姿を描きます。



「バトルスピリッツ」シリーズは、(株)バンダイナムコピクチャーズがアニメーション制作を手掛け、バンダイがオリジナルトレーディングカードゲームを展開するIPで、10年以上にわたり幅広いファンからの支持を集めています。『バトルスピリッツミラージュ』においても、トレーディングカードゲームの最新ブースターや、エントリーデッキ2種をバンダイより10月30日に発売予定で、カードゲームとアニメーションの連動展開をお楽しみいただけます。

©BNP/BANDAI

## 『ガンダムオープンイノベーション』 エントリー受付開始

バンダイナムコグループは、企業や研究機関などさまざまな外部パートナーとともにサステナブルなテーマ・領域において革新的なアイデア・技術の実現を目指すプロジェクト『ガンダムオープンイノベーション』をスタートしました。

1979年に放送された「機動戦士ガンダム」は、増加する人口や悪化していく地球環境を受け、人類が宇宙へ移民を開始した世界を描き出しました。『ガンダムオープンイノベーション』では、そうした人口問題、環境問題、宇宙進出など、未来社会につながるテーマや領域において、革新的なアイデアや技術などを募集します。10月中旬までエントリーを受け付け、選考を行ったのち、2021年度内に採択パートナーを発表する予定です。採択されたパートナーには、ガンダムの素材や資料を活用して事業を推進していただく計画です。



GUNDAM  
OPEN  
INNOVATION

©創通・サンライズ

## 『ガンダムブレイカー バトローク プロジェクト』始動

バンダイナムコグループは、ガンブラをモチーフにしたゲーム「ガンダムブレイカー」シリーズとガンブラの連動をより強化するプロジェクト『ガンダムブレイカー バトローク プロジェクト』をスタートしました。

「ガンダムブレイカー」は、(株)バンダイナムコエンターテインメントが2013年から展開中のゲームシリーズです。本プロジェクトでは、プロジェクトオリジナルの機体をゲームとガンブラの双方で展開するとともに、プロジェクトオリジナル機体が活躍する全6話のショートフィルム『ガンダムブレイカー バトローク』(株)サンライズ制作)を2021年秋より配信します。ゲームとガンブラ、アニメを強力に連動させることで、グループ横断でIPを盛り上げていきます。



▲ショートフィルムを2021年秋配信予定

©創通・サンライズ

## 次世代のエンタメ創造・発信拠点 『MIRAIKEN studio』完成

バンダイナムコエンターテインメントは、リアルタイムモーションキャプチャを完備し、高画質な巨大LEDディスプレイをステージ4面に配置した自社スタジオ『MIRAIKEN studio』を本社内に設置しました。次世代のエンターテインメントを創造・発信する拠点として活用していきます。

『MIRAIKEN studio』は2つのスタジオで構成しており、A studioは高精細LEDを使用することでゲーム動画などの映像資産を美しく映し出すことができます。また、同社が運営するさまざまなバーチャル空間やゲーム、ライブ素材などと合成・拡張させることで新たな映像演出が可能です。B studioは、モーションキャプチャやスチール撮影、ラジオ収録などさまざまな用途に対応しています。

これらのスタジオの活用により多彩な感動体験をお客さまに提供していきます。



## 『アイドルマスター SideM』 他企業とのコラボ企画を開始

バンダイナムコエンターテインメントは、「アイドルマスター SideM」のIPを活用した新たな取り組み『アイドルマスター SideM 315 プロダクション お仕事コラボキャンペーン』を開始しました。

本キャンペーンは、IPの力を通じて、多くのお客さまに元気と笑顔を届けていくことを目指してスタートしたもので、「アイドルマスター SideM」を活用してプロモーションなどを行いたい企業・団体を8月31日まで募集しました。すでに、「スイーツパラダイス」を運営する井上商事(株)や、キッコーマンソイフーズ(株)など、複数の企業と取り組みを開始しており、今後ご応募いただいた企業・団体とのコラボレーションを順次展開していきます。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

## プラモデルの小学生向け オンライン授業開始

株BANDAI SPIRITSは、ガンプラをはじめとする自社のプラモデルを題材とした小学生向けオンライン授業のテスト展開を2021年2月より行っています。オンライン授業では、同社の生産拠点であるバンダイホビーセンターで行っているプラモデルの企画から設計・金型加工・生産までの工程や最新技術のほか、プラモデルの組み立て体験による“ものづくり”の楽しさや、プラスチック廃材のリサイクルなど地球環境に配慮したサステナブル活動の取り組みを学べます。

テスト展開の経験を踏まえ、株NHKエデュケーショナルの協力のもと、小学校高学年の学習指導要領にのった具体的な指導案や体験キットを新たに開発し、10月より全国の小学校へ本格展開していく予定です。



▲オンライン授業風景 (イメージ)

## 『釣りスピリッツ』で釣れる魚が 自宅に届くキャンペーン実施中

株バンダイナムコアミューズメントは、『釣りスピリッツ』で釣れる離島の魚が届く! 釣りスピリッツ ぱくぱくキャンペーン』を10月31日まで実施中です。

業務用ゲーム『釣りスピリッツ』は、魚釣り体験ができるメダルゲームです。同社公式Twitterで該当のツイートから『釣りスピリッツ』に登場する食べたい魚を選んでツイートすると、抽選で100名さまに離島で捕れた鮮魚セットをご自宅にお届けします。さらに、全国の直営ゲームセンター「namco」ほかアミューズメント施設(約200店舗)で環境に配慮したアルマイト製の洗濯バサミ「HOSSY」を先着順でプレゼントします。

バンダイナムコアミューズメントでは、今回のキャンペーンを通じて、次世代を担う子どもたちに向けて、魚資源や魚食品廃棄の問題のほか、海洋プラスチックごみなど、海に関するさまざまな環境問題について考えるきっかけを提供します。



©BANDAI NAMCO Amusement Inc.

## 10月公開映画、放送開始作品情報

株バンダイナムコアーツが製作に参加する作品が、10月に続々公開・放送されます。

劇場作品では、10月8日に『宇宙戦艦ヤマト2205 新たなる旅立ち前章-TAKE OFF-』(画像上)が上映されます。「宇宙戦艦ヤマト2」の続編として制作され、テレビスペシャルとして1979年に放映された「新たなる旅立ち」をモチーフに再構築した作品です。「宇宙戦艦ヤマト2202」の物語を受け継ぎつつ、「新たなる旅立ち」に「ヤマトⅢ」の要素を盛り込んだファン待望のシリーズ最新作となっています。また、10月29日には『アイの歌声を聴かせて』(画像下)が公開されます。ポンコツ“AI”とクラスメイトたちが織りなす、爽やかな友情と絆に包まれたエンターテインメントフィルムで、監督は国内外で高く評価されてきた吉浦康裕、声優は土屋太鳳、福原遥、工藤阿須加など豪華キャスト・スタッフが集結。土屋太鳳はさまざまな楽曲を彩り豊かに歌い上げます。

テレビ・配信作品では、10月3日から『テスラノート』が放送開始します。「TIGER & BUNNY」「とと姉ちゃん」など、ドラマ、映画、アニメ等多方面で活躍する西田征史の原作漫画のアニメ化作品です。同じく10月3日から『月とライカと吸血姫』が放送開始します。本作は、吸血鬼の少女と宇宙飛行士候補生の青年が共に宇宙を目指す青春コスモノーツグラフィティで、声優には林原めぐみ、内山昂輝をはじめ、豪華実力派キャストが集結します。また、10月5日からは『takt op.Destiny』が放送開始します。スマホゲーム×アニメの新たなIPとして、株ディー・エヌ・エー×バンダイナムコアーツ×株MAPPAが総力を挙げて展開する新規メディアミックスプロジェクト作品で、ゲームの展開も予定されています。



©西崎義展/宇宙戦艦ヤマト2205製作委員会

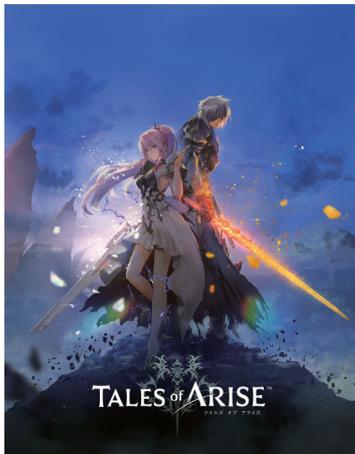


©吉浦康裕・BNArts / アイ歌製作委員会

## 家庭用ゲーム「テイルズ オブ アライズ」

発売中 / 8,778円 (株)バンダイナムコエンターテインメント

2020年に記念すべき25周年を迎えた「テイルズ オブ」シリーズの最新作です。最高品質のアニメ物語、革新的アクション性を兼ね備えた次世代JRPG\*として発売中です (PlayStation®4、PlayStation®5、Xbox One、Xbox Series X|S、STEAM®対応)。シリーズ新作として初めて世界同時発売と次世代プラットフォーム同時展開を実現しました。独自開発の最新グラフィック技術「アトモスシェーダー」で透明感ある絵画的な描写を表現しているほか、細かな表情のニュアンスまで表現する「フェイシャルCG」の技術により、キャラクターの感情表現を大幅に進化させ、没入度の高い世界観を実現しました。アクションパートでは、仲間との共闘バトルや3D演出が楽しめます。「テイルズ オブ」シリーズ25周年記念作品として、その歴史の歩みと進化を実感いただける作品となっています。



\*日本のRPG

Tales of Arise™ & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

## 家庭用ゲーム「アイドルマスター スターリットシーズン」

10月14日発売予定 / 9,020円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

2020年に15周年を迎えた「アイドルマスター」家庭用ゲームシリーズの最新作です。アイドルマスター 4ブランドのアイドルが登場するアイドルプロジェクトプロデュースゲームとなっています (PlayStation®4、STEAM®対応)。プレイヤーは、新規大型アイドルイベント「スターリットシーズン」に挑むため、スペシャルユニットを担当するプロデューサーとしてアイドルたちをプロデュースします。見た目を一新し、臨場感あふれる演出で生み出される究極のビジュアル表現のほか、新たな楽曲や有名楽曲のコラボ歌唱、事務所アイドルたちの垣根を越えたコミュニケーションシーンも必見です。本作ならではのアイドル同士の夢の競演を通して、進化を遂げたプロデュース体験をお届けします。



©窪岡俊之 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

## Tamagotchi Smart

11月23日発売予定 / 6,380円 (株)バンダイ

1996年の発売以降、時代とともに幾多の進化を遂げてきた「たまごっち」が、誕生25周年を迎える11月に『Tamagotchi Smart』として登場します。「スマートなたまごっち」をコンセプトに、ウェアラブル型でスマートウォッチのように身に付けて持ち歩けるほか、たまごっち初のタッチ液晶を採用し、たまごっちに直接触れる感覚でお世話ができるなど、時代に合わせた新機能を搭載しています。さらに、お世話をすればするほどたまごっちが懐いて、会話が増えたり、ユーザーの好みを覚えたりするので、たまごっちとのコミュニケーションをより「スマート」に楽しめます。

また、本商品のスペシャルサポーターを務めるグローバル・ガールズグループ「NiziU」とのコラボレーション商品『Tamagotchi Smart NiziUスペシャルセット』(8,800円)も同日に発売し、たまごっち25周年を盛り上げます。



©BANDAI

## 境界戦機 プラモデル&フィギュアシリーズ

HG 1/72 ケンプ : 10月発売予定 / 2,640円

ROBOT魂 < SIDE AMAIM > ケンプ : 10月発売予定 / 4,950円

(株)BANDAI SPIRITS

(株)SUNRISE BEYONDが制作するアニメ『境界戦機』に登場する人型特殊機動兵器AMAAMのプラモデルとフィギュアです。

プラモデル『HG 1/72 ケンプ』は、胸部にシリンダーによるギミックを搭載しているほか、剣や銃によるアクションのポージングを広範囲な可動域で再現しています。さらに、作品中で描かれる未完成状態を選択式で再現できるパーツも付属しています。完成品ロボットフィギュア『ROBOT魂 < SIDE AMAIM > ケンプ』は、メタリック彩色や軸関節と全身のボールジョイントの組み合わせにより、作品中のリアルでしなやかな躍動感を再現しています。プラモデル、フィギュアともに今後シリーズ化を予定しています。



▲「HG 1/72 ケンプ」



▲「ROBOT魂 < SIDE AMAIM > ケンプ」

©2021 SUNRISE BEYOND INC.

## ▽ガンダム Blu-ray Box I・II (特装限定版)

9月28日発売/各35,200円 (株)バンダイナムコアーツ

人気TVシリーズ『Vガンダム』のBlu-ray Boxです。富野由悠季が原作・総監督を務める全ての“ガンダム”の歴史を包括した一大叙事詩を、2014年9月に発売した期間限定生産版Blu-ray BOXと同仕様・同価格(税抜)の特装限定版で発売します。

音声特典には、キャスト&スタッフのオーディオコメンタリー、特典には、キャラクターデザインを手掛けた安田朗のインタビューや富野由悠季のインタビューが収録された特製ブックレットが付属します。安田朗描き下ろし収納BOXと、本作のスタッフとして活躍した重田敦司、菱沼義仁による描き下ろしインナージャケット仕様の豪華特典満載の内容となっています。



▲『Vガンダム Blu-ray Box I』(上)、  
同『Blu-ray Box II』(下)



©創通・サンライズ

## おれパラ 2020 Blu-ray ～ORE!!SUMMER2020～& ～Original Entertainment Paradise ～おれパラ～ 2020 Be with～

発売中/BOX仕様完全版 22,000円 (株)バンダイナムコアーツ

全公演を配信にて開催した「ORE!!SUMMER 2020」と「Original Entertainment Paradise ～おれパラ～ 2020 Be with」を収録したBlu-ray BOXです。

小野大輔、鈴村健一、森久保祥太郎、寺島拓篤の4人のホストと、総勢11組の超豪華ゲストで織り成す最大にして最強の男たちの宴「おれサマー」と「おれパラ」の映像を余すことなく収録しています。「BOX仕様完全版」に加え、「ORE!!SUMMER 2020 DAY1」「ORE!!SUMMER 2020 DAY2」「おれパラ～ 2020 Be with DAY1」「おれパラ～ 2020 Be with DAY2」の全5商品をリリースします。「BOX仕様完全版」は、ライブフォトカードとメイキング映像が収録された特大ボリューム仕様となっています。



©BANDAI NAMCO Arts Inc. All Rights Reserved.

## 業務用ゲーム「機動戦士ガンダム 戦場の絆II」

稼働中/有料 (株)バンダイナムコアミューズメント

2006年から全国のゲームセンターで稼働を開始し、両手両足を使ったリアルなMS(モビルスーツ)操縦体験ができることや、仲間と協力し勝利の喜びを分かち合えることで人気を博した『機動戦士ガンダム 戦場の絆』の正統続編です。

さまざまな特徴を持つMSに乗り込み、チーム内で連携を取りながら敵のMSや拠点を撃破して勝利を目指すという基本的なゲーム構造は踏襲しつつ、筐体形状をドーム型から高精細大型3連モニターを有したオープン型に一新しました。圧倒的に進化したグラフィック表現と、開放型でありながら包まれ感や臨場感を体感できる音響システムが特長で、業務用ゲームならではの深い没入感を味わえます。さらに、デッキシステムや帰艦・再出撃システム、MSカテゴリーごとのアクションなど、新たな要素も加わり、戦略性とゲームの奥行きがさらに向上しています。



©創通・サンライズ

## VS PARK イオンレイクタウンmori店

オープン中/有料 (株)バンダイナムコアミューズメント

新感覚バラエティスポーツ施設『VS PARK イオンレイクタウンmori店』を、大型ショッピングモール「イオンレイクタウンmori」(埼玉県越谷市)内に出店しました。

『VS PARK』は日本国内で3店舗(大阪府、愛知県、宮城県)、海外で1店舗(中国・上海市)を営業しており、「まるでテレビのバラエティ番組のような体験ができる」と若年層を中心に人気を博しています。このたび5店舗目となる『イオンレイクタウンmori店』のオープンは、関東では初めての出店で、これまでの店舗で展開してきた人気のアクティビティはもちろんのこと、『VS PARK』初登場となる新アクティビティ3種類を含む全24種類のアクティビティをお楽しみいただけます。



## トイホビー事業は過去最高の業績を記録 事業間の相乗効果でさらなる成長を目指す

2021年4月、バンダイナムコグループは次期中期計画に向けたユニット再編を行いました。今回は、新たに誕生したエンターテインメントユニットのトイホビー事業を統括する(株)バンダイの竹中一博代表取締役社長に、トイホビー事業の現状や今後の展望などについて聞きました。

—新型コロナウイルス感染拡大によるトイホビー事業への影響と足元の業績について教えてください。

竹中 2021年3月期のトイホビー事業は、特に第1四半期において、新型コロナウイルス感染拡大に伴うアミューズメント施設の休業により、施設向けの景品やデジタルカードなどのビジネスが影響を受けました。

その一方で、デジタルを活用した販売やマーケティングをいち早く強化したことにより、巣ごもり需要の追い風を獲得し、ガンプラやコレクターズアイテムなどのハイターゲット層(大人層)向け商品が国内外で好調に推移しました。また、国内では、新規IPを活用した商品や菓子などの関連商品も人気となりました。この結果、トイホビー事業全体で過去最高の売上高・営業利益となりました。

2022年3月期第1四半期についても、引き続き好調な事業がけん引するとともに、前年同期に新型コロナウイルス感染の影響を受けた事業が復調したことで、第1四半期として過

去最高の売上高、営業利益となっています。

—新規IPへの取り組み状況は？

竹中 「鬼滅の刃」や「ディズニー ツイステッドワンダーランド」「呪術廻戦」などの新規他社IPの商品化にスピード感をもって取り組んでおり、玩具はもちろん、関連商品でもたくさんのヒットが生まれています。

かねてより、事業サイクルのスピードが早い景品やロト(くじ)を担当する事業部門では、新規IPへのアンテナを高く広く張り巡らせ、いち早い商品化に取り組んできました。そうしたアンテナの張り方が、今では他の事業会社や部門にも波及しています。玩具、フィギュア、プラモデル、玩具菓子・食品、カプセルトイ、カード、アパレル、日用雑貨など、多彩な出口をもつトイホビー事業が一丸となってスピーディに展開することで、低年齢層からハイターゲット層まで幅広いお客さまに、最適なタイミングで商品を提供することができます。この総合力とスピード感

こそ、トイホビー事業の大きな強みだと考えています。

また、自社の新規IPという点では、『キャラパキ』や『釣りグミ』などの「エンターテインメント菓子」がヒットしています。こうしたトイホビー事業ならではのIP創出にもしっかりと取り組んでいきたいと考えています。

—デジタルを活用した販売・マーケティングにも力を入れていますね。

竹中 コロナ禍の影響もあり、社会全体のデジタル化が急速に加速していることを受け、トイホビー事業でもオンラインを活用したプロモーションやEコマースに積極的に取り組んでいます。

オンライン施策は、特にハイターゲット層との相性が良く、オンラインイベントの中には、3日間で70万人ものファンにご参加いただいたものもありました。オンラインイベントのメリットは、誰でも気軽に参加できる点にあります。これにより、新規層や休眠層の掘り起こしにつながることができています。

一方で、参加者の盛り上がりという点では、リアルイベントがもたらす熱量は別格です。アフターコロナを見据えて、オンラインとリアルの双方のメリットを生かし、ハイブリッドで効果的なプロモーションを行っていく必要があると考えています。



▲「鬼滅の刃 DX日輪刀」  
©吾峠呼世晴/集英社・アニプレックス・ufotable

「2020年開催イベント  
TAMASHII EXPO 2020」(上)、  
(下)



©創通・サンライズ ©ダイナミック企画  
©永井豪・石川賢/ダイナミック企画・真早乙女研究所  
Voltron TM & ©WEP, LLC. All rights reserved.



▲「DIGIMON CARD GAME BOOSTER  
BATTLE OF OMNI [BT05]」  
©Akiyoshi Hongo, Toei Animation

— トイホビー事業とデジタル事業が1つのユニットになりました。

竹中 トイホビー事業とデジタル事業は、エンターテインメントという大きな括りでは同じ市場に属しますが、展開する商品の特徴は大きく異なります。例えば、トイホビー事業は数カ月から1年の短いサイクルでたくさんの商品を回転させるのに対して、デジタル事業は数年単位の長い時間をかけて1つのタイトルを開発・運営します。私たちが目指す融合とは、こうした異なる性質を完全に同じにするのではなく、お互いの強みを学び、活用し合うことだと考えています。デジタル事業にとって、トイホビー事業のIPに対するアンテナやスピード感は刺激になると思いますし、トイホビー事業にとっても、1つのコンテンツを長く、そしてワールドワイドに展開するデジタル事業に

対する理解を深めることで、さらなる成長につながると考えています。

融合に向けては、4月からグループ施策として(株)BANDAI SPIRITSと(株)バンダイナムコエンターテインメントの経営陣の間で交換人事を行うなど、事業間の人材交流が活発に進んでいます。また、6月からバンダイ、BANDAI SPIRITS、バンダイナムコエンターテインメントの3社合同でアイデアコンテストを実施しました。3社がそれぞれ自社の商品に関するテーマを設定し、企画を全社員から公募するもので、応募された企画は3社内に公開し、役員を含めた全社員が、良いと思う企画に投票できるようにしました。3社の社員が自由に意見を示し合える場を作ることで、相互理解を深めるきっかけにもなったと考えています。



#### ■ 竹中 一博社長のプロフィール

<経歴>

1964年2月11日生  
1987年4月 (株)バンダイ入社  
2006年4月 同社メディア部ゼネラルマネージャー  
2011年4月 同社業務執行役員 ベンダー事業部  
ゼネラルマネージャー  
2013年4月 同社業務執行役員 コレクターズ事業部  
ゼネラルマネージャー  
2015年6月 同社取締役  
2018年4月 (株)BANDAI SPIRITS取締役  
2019年4月 同社常務取締役  
2021年4月 (株)バンダイ代表取締役社長 兼  
(株)バンダイナムコホールディングス  
執行役員 (現職)

## 海外事業の拡大に向け組織再編を実施

— 海外展開の状況は？

竹中 中国と北米を注力地域と位置付けています。中国では、5月に上海で「実物大フリーダムガンダム立像」を公開したことに合わせ、ガンブラのフラッグシップショップの上海2号店をオープンし、好調に推移しています。また、「ウルトラマン」や「仮面ライダー」の商品も人気で、今後さらなる売上高の拡大を目指します。

北米では、ハイターゲット層向けのビジネスが順調に拡大しています。前期には、「Target」をはじめとする大手流通約3,000店舗にガンブラを、約4,000店舗にガンダムやドラゴンボールのフィギュアを導入することに成功しました。また、足元では、新たに展開を開始した「デジモン」のトレーディングカードゲームが好調に推移するなど、新しい動きが出てきています。

バンダイナムコグループが引き続き成長するためには、海外事業の強化は必要不可欠です。そのための組織再編もグループとして進めています。2022年1月には中国において、デジタル事業を展開する会社とトイホビー事業を展開する会社を統合する予定です。また、同年4月には、北米で専門店流通向けにトイホビー事業を展開する会社と大手流通向けにトイホビー事業を展開する会社を統合します。こうした再編により、各地域における中長期的な事業の拡大を目指していきます。

— 下期以降の展望は？

竹中 下期からは「仮面ライダー」や「鬼滅の刃」の新番組がスタートします。さらに、2022年には劇場版「ドラゴンボール超」の最新作公開も予定されています。こうした他社IPについて、版權元様との強力なパートナーシップのもと、良質な商品の

企画・開発にますます注力していきます。また、「境界戦機」や「ガシャポンのデパート」「一番くじ公式ショップ」など、グループの他ユニットとの連携によるIPの創出・育成や事業展開にも積極的に取り組み、グループ全体の業績に貢献していきたいと考えています。

— 仕事におけるポリシーは？

竹中 モノづくりの仕事に携わる者として、何よりもお客さまに喜んでいただく商品を生み出すことを大切にしています。お客さまに喜んでいただける商品は、社員のやる気につながり、結果として業績にもつながります。そのやる気が、さらにお客さまに楽しんでいただける商品の創出につながる。そうした良いサイクルを生み出せるよう、トイホビー事業一丸となって尽力してまいりますので、どうぞご期待ください。

## 株主さまに対する株主優待お申込期限のお知らせ

当社では、2021年3月31日の基準日に、当社株主名簿に記載または記録された100株以上保有いただいている株主の皆さまに対して、株主優待のご案内を6月下旬に発送させていただいております。株主優待の申込受付は、9月30日が締め切りとなりますので、まだお申し込みされていない株主さまは、改めてご確認いただけますようお願い申し上げます。

**2021年株主優待の申込期限：2021年9月30日(木)**

※WEBサイトは当日中、はがきは必着です。  
期限を過ぎますと、株主優待ポイントは無効となりますのでご注意ください。  
※お申し込み方法の詳細は、6月下旬にお送りしましたご案内をご覧ください。



©BANDAI

## グループオリジナルIP『SCARLET NEXUS』を担当

### 現場から

(株)バンダイナムコエンターテインメント 飯塚 啓太  
(株)バンダイナムコスタジオ 穴吹 健児  
(株)サンライズ 塚本 樹佳

バンダイナムコグループの新規オリジナルIP『SCARLET NEXUS』の展開が2021年6月よりスタートしました。今回は家庭用ゲームとアニメ制作に携わる3社の担当者に話を聞きました。

**Q 『SCARLET NEXUS』立ち上げのきっかけは？**

**A** 本プロジェクトは、家庭用ゲームの企画からスタートしました。これまで家庭用ゲームをワールドワイド展開していく中で、日本のコンテンツを楽しんでくれる世界のファンの熱量の高さを、身をもって感じてきました。本作も世界のファンに日本のコンテンツの魅力に触れてもらいたいという思いで取り組んでいます。企画を進めていく上でこだわったのは、IPとしてどう世界観を広げていくかです。そのためには、ゲームで完結することなく、アニメも同時に展開したいと考え、早いタイミングから家庭用ゲームとアニメの協働プロジェクトとしてスタートしました。

**Q 制作上のこだわりは？**

**A** 『SCARLET NEXUS』は、特殊能力を操るキャラクターたちが、戦いを通じて苦難を乗り越えながら成長する物語です。仲間との絆を深めていくことがストーリーの軸になっており、ぜひそのおもしろさを、ゲームでもアニメでも感じ

てもらえればと思います。また、ワールドワイドで展開するIPですので、海外の視点を取り入れられるよう、欧米のグループ拠点の意見も取り入れています。例えば、キャラクターがフードをかぶったデザインは、当初ゲーム内の一部でしか登場しない予定でしたが、海外ではフードをかぶったダークヒーローのようなデザインが人気という意見をもらい、システムを構築し直して露出を増やしました。こうした現地ならではのアドバイスをもらえる点も、海外に拠点をもつバンダイナムコグループの強みだと思います。

**Q 苦労した点は？**

**A** 今回ゲームとアニメを同時期にスタートさせたのですが、ゲームとアニメの同時期スタートは、ゲームの世界観が固まっていない段階からアニメの企画をスタートさせる必要があり、とても難しいことです。成功した大きな要因は、グループ内の協業というメリットを生かし、ゲーム制作側からアニメ制作側にたくさんの資料を共有できたことにあります。ゲーム内のマップやCGはもちろん、キャラクターの呼称や雰囲気まで、豊富な情



飯塚(左):2007年バンダイネットワークス(株)入社。これまでに『CODE VEIN』などの家庭用ゲームのプロデュースを担当  
穴吹(中央):2003年(株)ナムコ・テイルズスタジオ入社。「テイルズ オブ」シリーズなどの家庭用ゲームのディレクションを担当  
塚本(右):2006年(株)サンライズ入社。『銀魂』や『機動戦士ガンダム THE ORIGIN』などを経て、アニメ『SCARLET NEXUS』のプロデューサーを担当

SCARLET NEXUS™ & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

報を活用することで、ゲームにしっかりと寄り添ったアニメを制作することができました。ここまで密な連携ができたのは、同じグループ内だからこそだと思います。ゲームとアニメの双方から同時期にIPを展開できたことにより、IPの世界観を大きく広げることができました。

**Q 今後の意気込みを教えてください。**

**A** 日本のコンテンツが世界に受け入れられていること、そして、事業間で連携して新規IPにチャレンジできる環境がグループとして整っていることで、世界的なIPを創出するチャンスが広がっていると感じます。新規IPの創出は困難も伴いますが、仲間を信じて、挑戦を続けていきたいと思っています。



このニュースレターは、CO2を排出しないグリーン電力100%で印刷されています。



この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で作られています。