

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

新たな「パーパス」のもと世界中のファンとともに 新時代を切り拓いてグループの価値向上を目指す

(株)バンダイナムコホールディングスは、2021年度(2022年3月期)第2四半期累計期間(2021年4～9月)の業績を発表しました。今回は川口勝社長に、業績や各事業の動向、新たに制定した「パーパス」などについて話を聞きました。

— 2021年度第2四半期累計期間(上半期)業績を発表しました。

川口 2021年度上半期の業績は、売上高3,936億円、営業利益617億円、経常利益641億円、四半期純利益395億円となり、売上高と全ての利益において過去最高業績となりました。事業別では、トイホビー事業が国内外のハイターゲット層(大人層)向け商品や玩具周辺商材の好調などで大きく伸び、過去最高業績となりました。また、前年度に新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けたアミューズメント施設やライブイベント関連ビジネスが回復しました。グループ全体では、バンダイナムコの幅広い事業やIPのポートフォリオ効果に加えて、各現場のスピーディな対応や頑張りがエンジンとなってくれました。

— 今年度通期予想を修正しました。

川口 上半期の好調な実績を受け修正を行うこととしました。上半期の実績に加え、第3四半期以降の商品・マーケティング計画や年末年始商戦の動向、依然不透明な市場動向などを踏まえ見直しを行いました。この結果、年初の通期計画は売上高7,500億円、営業利益750億円でしたが、売上高7,950億円、営業利益900億円に修正しました。

— 東京証券取引所の市場区分が見直されます。

川口 2022年4月よりプライム市場・スタンダード市場・グロース市場の3つに見直されます。当社は、東京証券取引所より新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果を受領し、プライム市場の上場維持基準に適合していることを確認しました。これを受け、所属する市場区分としてプライム市場を選択し東京証券取引所に申請しました。今後は東京証券取引所の定めに従い、手続きを進めていきたいと思えます。

— 各事業の上半期の状況や今後の動向について教えてください。デジタル事業はどうですか？

川口 9月発売の『テイルズ オブ アライズ』の販売本数が、発売1カ月で100万本を突破しました。メタスコア評価(海外のレビュー収集サイトメタクリティックが公表している評価)で高い評価をいただいています。従来は日本中心の展開でしたが、海外でのマーケティングにも力を入れ、今年度170万本の販売を見込んでいます。また、既存タイトルの上半期のリピート販売本数、フルパッケージのダウンロード販売比率とも高い水準となりました。

ネットワークコンテンツでは、主力タイトルが安定的に推移し、「僕のヒーローアカデミア」の新規タイトルが好スタートを切ったものの、全



体では巣ごもり需要の追い風を受けた前年度には及びませんでした。

上半期は、家庭用ゲームとネットワークコンテンツともに、前年同期と比較し、新規大型タイトルの投入が増えたため、開発費やマーケティング費用などの初期費用が先行しました。

— デジタル事業の下半期は？

川口 世界中のファンから大きな期待をされている家庭用ゲームの新作『ELDEN RING』を2022年2月に発売します。今年度内に全世界で400万本の販売を目指しており、長く支持されるタイトルに育てていきます。

ネットワークコンテンツは、「アイドルマスター SideM」の新作など下半期に国内外で11本の新作のリリースを予定しています。これにより新規ユーザーの獲得を目指します。

下半期も、家庭用ゲームの大型タイトル投入、ネットワークコンテンツの新規タイトル数増加により、開発費やマーケティング費用などの初期費用が先行します。家庭用ゲームのリピート販売については、徐々に新型コロナウイルス感染拡大前の状況に近づいていくものとみています。

(次ページに続く)

IP創出とプロデュース力強化のため IPプロデュースユニット内の再編を実施

『テイルズ オブ アライズ』のヒットで、やはりファンの声をしっかり聞いて開発したクオリティの高いタイトルは、支持していただけると実感しています。今後も良質なタイトルをつくること、そして長く遊んでいただけるファンコミュニケーションにこだわり続けます。また、ゲームの世界でも「メタバース」を活用した遊びへの移行が進んでおり、これまでと全く違う遊び方、時間の使い方が生まれる可能性があります。こういった新しい分野にも取り組んでいきます。

—トイホビー事業の動向は？

川口 上半期のトイホビーは、「ガンブラ」やコレクターズフィギュア、ロトなどのハイターゲット層向けの商品において、巣ごもり需要で獲得した新たなファンが定着して好調に推移しました。海外では、北米や中国など重点地域と位置付けた地域でのカテゴリーや販路の拡大が業績に貢献しました。国内では、「鬼滅の刃」などの新規IPを活用した商品が引き続き好調でした。また、「ガシャポン」(カプセルトイ)がタッチポイントの拡大によって女性などへファン層が拡大しているほか、海外向けの「DRAGON BALL」や「デジモン」のトレーディングカードゲーム、

エンターテインメント性を盛り込んだ菓子商品といった玩具周辺商材も人気となりました。

—トイホビーの今後については？

川口 年間最大の年末年始商戦に向けて、国内では「仮面ライダー」や「プリキュア」などの定番IP商品、「鬼滅の刃」などの新規IP商品、自社IPの「たまごっち」などの話題商品を投入していきます。また、足元では、国内外のガンブラ需要増加に対応するべく、生産体制のさらなる増強が急務です。現在あらゆる方向から検討しており早急に手を打っていく予定です。

トイホビー全体では、新作アニメがスタートした「デジモン」をはじめ下半期に複数のIPの立ち上げ、来年度以降に向けた種まきのための費用を見込んでいます。また、輸送コストなどの増加、海外における拠点統合に伴う費用も発生する見込みです。

トイホビーでは、グローバル事業の拡大を目指しています。そのためにも、海外展開が先行し、かつハイターゲット層向け商品と親和性の高い、同じユニットのデジタル事業とのさらなる連携が必須です。体制面では、前述の通り各地域で会社や拠点の統合を進めています。社員が直接顔を合わせることで、これまでで

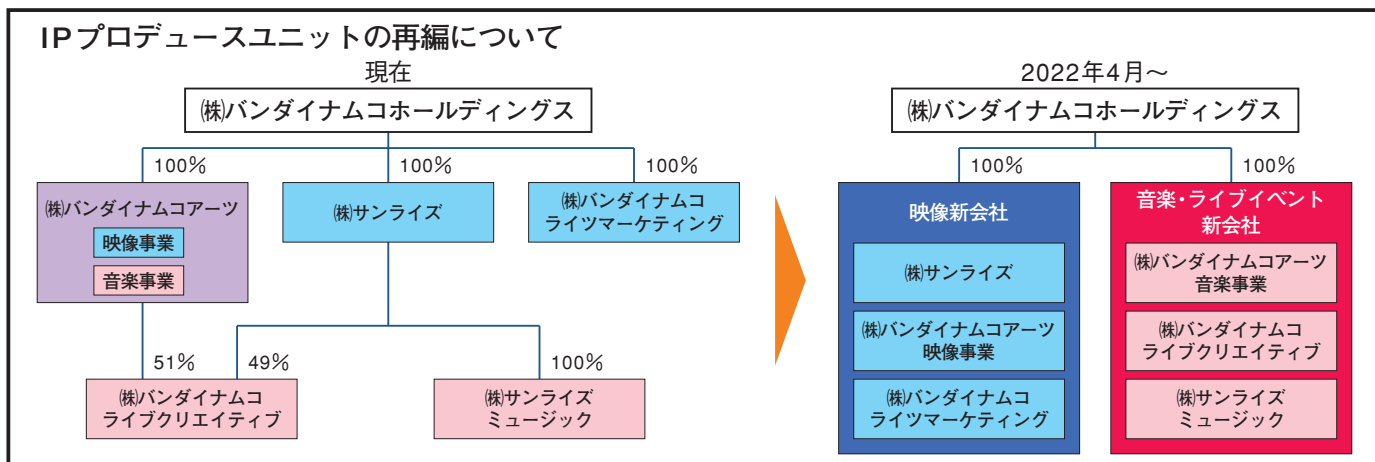
上に連携を強化します。国内でも、11月開催のハイターゲット層向けのイベント『TAMASHII NATION ONLINE 2021』は、ユニット横断でデジタルとフィジカルを融合した内容で開催し好評でした。

—映像音楽事業については？

川口 上半期は、海外向けゲームアプリケーションなどのライセンス収入、主力IPのパッケージ販売などが業績に貢献しました。また、ライブイベントは、規制緩和に伴い、前年度より多くの開催をすることができました。下半期も、ライブイベントについては、IPやファンの特性に応じてリアルと配信、Eコマース、新技術との組み合わせで開催していきます。イベント動員数の制限は緩和されますが、開催数については上半期よりも減少する予定です。ライセンス収入については、下半期は通常ベースに戻る見込みです。

—クリエイション事業については？

川口 上半期は『機動戦士ガンダム閃光のハサウェイ』や「ラブライブ!」シリーズなどの新作増加に伴い制作収入が増加しましたが、コスト先行のビジネスモデルのため、利益への貢献は限定的となりました。また、ガンダムの商品化権収入が好調だった一方で、IPの情報発信の拠点である『GUNDAM FACTORY YOKOHAMA』が新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けました。



同事業では10月より、20カ所以上に拠点が分散していた制作スタジオを、荻窪の新オフィス（ホワイトベース）に順次集約しています。クリエイターが安心・安全に制作に集中できる環境を整え、制作力アップをはかります。

— IPプロデュースユニット内の再編を発表しました。

川口 2022年4月1日付で、映像事業では、(株)サンライズと(株)バンダイナムコアーツの映像事業、(株)バンダイナムコライツマーケティングを統合します。また、音楽・ライブイベント事業では、(株)バンダイナムコアーツの音楽事業と、(株)バンダイナムコライブクリエイティブ、(株)サンライズミュージックを統合します。

再編により、異なるノウハウや強みを掛け合わせ、保有するIPや楽曲を効果的に活用することで、IP軸戦略の核となるIPの創出やプロデュース力をさらに強化していきます。また、豊富な人脈を持つスタッフが集結し、外部パートナーとの接点が増えることで、社内の人材の活性化にもつながると期待しています。

— アミューズメント事業は？

川口 上半期は、緊急事態宣言の発令による影響を受けましたが、国内施設の既存店売上高が「東京リベンジャーズ」などのIPキャンペーン効果もあり、前年同期比で139.1%となり、海外では英国や中国・香港のアミューズメント施設についても回復しました。また、業務用ゲームの販売も回復基調にあります。なお、事業全体では、前年度末に構造改革に取り組んだ効果もあり、上半期は黒字化できました。下半期も国内外の動向を慎重に見ながら、引き続き効率化を推進します。

事業面では、IPや商品・サービスなどグループのリソースと、店舗の企画運営力をミックスしたバンダイナムコならではの展開を推進します。

11月からは「鬼滅の刃」とのコラボキャンペーンも始まっており良い出足です。環境変化を慎重に見つつ、年末年始商戦に向けて盛り上げをはかります。

— 2022年4月からは次期中期計画がスタートします。

川口 上半期の業績は好調でしたが、

まだまだ課題や、やりきれないこと、取り組むべきテーマがたくさんあると認識しています。次期中期計画では、これら課題を踏まえた戦略に基づく施策を推進していく予定です。具体的な戦略につきましては、改めて本誌で詳しくご説明したいと思います。

バンダイナムコの存在意義を表す「パーパス」を最上位概念に掲げる

— 「パーパス」の制定と新ロゴマークの導入を発表しました。

川口 次期中期計画の戦略策定にあたっては、グローバル市場で持続的な成長を目指すために、さまざまな方向から議論しました。その一環として、ALL BANDAI NAMCOの一体感と総合力を高めるために、“社会やファンとどう向き合っていくのか”“バンダイナムコは何のために存在するのか”という企業の原点について、改めて考えることが必要だと認識しました。

このような考えの下、次期中期計画からは、現在の企業理念であるミッション・ビジョンにかわり、バンダイナムコの社会における存在意義や、なぜその事業や企業活動を行うのかを表す「パーパス」をグループの最上位概念として制定することとしました。また、現在のロゴマークは、バンダイとナムコが統合した2005年に、2つの企業の融合をテーマに作成

されましたが、15年以上を経た今、我々は次のステージに進むべき時期にいます。そこで、「パーパス」の意味合いを踏まえ、新たなロゴマークを導入することとしました。

「パーパス」の制定にあたっては、社内外への企業イメージ調査、各地域の社員のディスカッションからあがった要素を基に、2年以上かけて討議し決定しました。「パーパス」で、特に我々がこだわったのは、“つながる”“ともに創る”という要素です。バンダイナムコのエンターテインメントで世界中のファンがつながり、人々を笑顔にし、幸せを追求することが我々の存在意義であり使命です。これからも、バンダイナムコの存在意義に誇りを持ち、IPに愛情を持ち、あらゆるステークホルダーと真摯に向き合い、ともに新しい時代を切り拓いていくことで、グループの価値を向上させていきたいと思っています。

Bandai Namco's Purpose (パーパス)

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。勇気もらう。
誰かに伝えたい。誰かに会いたくなる。

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。

株)バンダイナムコホールディングスは、2022年3月期の第2四半期累計期間(2021年4月～9月)の連結業績を公表しました。当第2四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。依然として新型コロナウイルス感染拡大による影響はあるものの、各事業で顧客のライフスタイルや嗜好の変化に適合するためのさまざま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『テイルズオブアライズ』などの新作タイトルの販売が好調だったほか、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、全体としては好調だった前年同期には及びませんでした。なお、当第2四半期累計期間においては、前年同期と比較し新規大型タイトルの投入が増えたた

め、開発費などの初期費用が先行しました。

<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、ロト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、海外における事業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>

「機動戦士ガンダム」シリーズや「ラブライブ!」シリーズ、「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形のライブイベントへの取り組みを進めたことなどにより、前年同期に比べ開催回数が増加しました。

<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!」シリーズなどの新作映像作品の公開増加により制作収入が増加しましたが、コスト先行のビジネスモデルのため利益への貢献は限定的となりました。また、ガンダムの人気拡大に伴い商品化権収入が好調だった一方で、IPの情報発信拠点となる『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139.1%となり回復の兆しが見えたほか、欧州やアジアのアミューズメント施設についても前年同期比で回復しました。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。

なお、通期の予想数値につきましては、当第2四半期累計期間の実績に加え、不透明な市場環境や各事業の足元の動向、第3四半期以降に予定している商品・サービスのマーケティング計画などを踏まえ、下表の通り見直しを行いました。

◆2022年3月期第2四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	393,646	61,751	64,111	39,527
前年同期増減率	16.8%	34.4%	35.8%	24.6%

◆2022年3月期第2四半期累計期間のセグメント別実績

(単位:百万円)

事業分野	売上高	セグメント利益
デジタル	149,597	26,008
トイホビー	178,123	33,092
映像音楽	23,627	3,059
クリエイション	15,696	909
アミューズメント	39,005	2,447
その他	13,642	580
消去・全社	△26,046	△4,347
合計	393,646	61,751

◆2022年3月期通期の連結業績予想数値と前年実績

(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当期純利益
今回予想* (2021年4月～2022年3月)	795,000	90,000	93,000	58,000
前年実績 (2020年4月～2021年3月)	740,903	84,654	87,612	48,894

*通期の予想数値に関しては、2021年5月11日に公表いたしました予想数値を修正いたしました。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。

デジモンゴーストゲーム

「デジタルモンスター」(以下「デジモン」)シリーズのTVアニメ最新作『デジモンゴーストゲーム』が、10月より放送開始しました(毎週日曜朝9時~、フジテレビほか)。

本作では、近未来を舞台に主人公がデジモンたちの生きる不思議な世界に足を踏み入れていく物語がホラーテイストで描かれます。「デジモン」シリーズは、(株)バンダイが1997年に発売し累計800万個以上を販売した携帯型液晶玩具『デジタルモンスター』を基に、1999年よりTVアニメが制作され、シリーズを通して劇場版アニメやコミックなどのクロスメディア展開を行っています。本作ではバンダイ、(株)バンダイナムコエンターテインメントをはじめとしたグループ各社が関連商品・サービスを展開予定で、すでにバンダイから、キーアイテムとして劇中に登場し、主人公たちが使用する『バイタルブレス デジヴァイス-V-』(4,730円)を発売中です。



▲バイタルブレス デジヴァイス-V-



©本郷あきよし・フジテレビ・東映アニメーション ©BANDAI

フットサルボーイズ!!!!!!

(株)バンダイナムコアーツとバンダイナムコエンターテインメントが製作に参画するTVアニメ『フットサルボーイズ!!!!!!』が、2022年1月から放送開始します。

本IPは、高校のフットサル部を舞台に、日本の頂点を目指す男子高校生たちの熱い姿を描くもので、アニメ×スマートフォン向けゲームアプリケーション×フットサル試合イベントの3つのメディアが相互に連動する新型メディアミックスプロジェクトとして展開します。スマートフォン向けゲームアプリケーションはアニメに先行して11月にサービスを開始しており、12月29日には試合イベント『Get Ready!! ハイファイカップ~僕たちのデビュー戦!~』を開催します。さらに、1月からのアニメ放送開始により、いよいよ3つのメインメディアが全て始動します。喜びも悔しさもともに、この“瞬間”に全てを賭ける、本気男子応援プロジェクトとなっています。

©FUTSALBOYS!!!!!!PROJECT



薔薇王の葬列

(株)バンダイナムコアーツが製作に参画するTVアニメ『薔薇王の葬列』が、2022年1月から連続2クールで放送開始します。

「月刊プリンセス」で連載中の「薔薇王の葬列」待望のTVアニメ化で、シェイクスピアの史劇「ヘンリー六世」「リチャード三世」を原案に、中世イングランドのヨーク家とランカスター家が王位争奪を繰り返す薔薇戦争時代を描く禁断のダーク・ファンタジー作品です。王座を巡る戦いの中、残酷な運命に導かれ、自らの闇と対峙する主人公・リチャードの魂の彷徨が華麗に描き出されます。

本作は、リチャード役に斎賀みつき、ヘンリー役に緑川光、ヨーク公爵リチャード役に速水奨など、豪華実力派キャストが集結しています。なお、音楽制作は、バンダイナムコアーツの音楽レーベル「ランティス」が担当します。

©菅野文(秋田書店) / 薔薇王の葬列製作委員会



ガンダムが日本館のPRアンバサダーとして活躍

10月1日から2022年3月31日まで開催している「2020年ドバイ国際博覧会」日本館のPRアンバサダーを、ガンダムが務めています。「アイディアの出会い」がテーマとなる日本館の展示コーナーでは、アニメ作品「機動戦士ガンダム」を起点に日本で生まれたさまざまな分野のアイデアやソリューションの広がりをミニチュア作品で表現し、世界に向けて日本の魅力を発信しています。

さらに、PRアンバサダーとしてデザインされたガンダムをプラモデル化し、世界の「THE GUNDAM BASE[®]」などで販売中のほか、ドバイ市内では10月下旬より「ガンプラショールームドバイ」という展示も実施し、ドバイ国際博覧会を盛り上げています。ワールドワイドでガンダムの存在感を示す機会と捉え、ドバイ国際博覧会日本館とともにドバイ国際博覧会の成功に向けて協力していきます。



※ガンプラを主体とした総合施設

©創通・サンライズ

「ガンダムワールド CONTRAST」開催

バンダイナムコグループは、これまで開催してきたガンダムの世界観を体感できるイベント「ガンダムワールド」をリニューアルした新たなイベント「ガンダムワールド CONTRAST in 名古屋」を12月24日から開催します。

「ガンダムワールドCONTRAST」は、『機動戦士ガンダム』と『機動戦士ガンダムSEED』の2つの作品を、主人公の心の成長ストーリーに焦点を当て、単独のストーリーでは語れないコントラストを織りなす、今までにないイベントとして展開します。本イベント初お披露目となるジオラマの展示、会場限定のガンプラやアパレル、雑貨の販売など「ガンダムワールドCONTRAST」限定のコンテンツが盛りだくさんとなっています。

第1回は、12月24日から2022年1月16日まで「名古屋パルコ」（愛知県名古屋市）にて開催し、今後全国を巡回していく予定です。



©創通・サンライズ

『ASOBISTORE EXPO 2021』オンラインで実施

株バンダイナムコエンターテインメントは、エンタメコマースサイト「アソビストア」が贈る日本最大級のオンライン博覧会イベント『ASOBISTORE EXPO 2021』を10月1日～11日に開催しました。「配信番組」「ライブコマース」「展示会」「ゲームコンテンツ」など、オンラインだからこそ楽しめるさまざまなエンターテインメントを展開し、総勢20以上のIPによるプログラムや、東京ゲームショウとの連動など、圧倒的なコンテンツ量でお客さまにお楽しみいただきました。

会期中には、新プロジェクト『SUKIMA music』と『Visual Karma』の始動も発表しました。『SUKIMA music』は「共感できる」等身大の漫画ストーリーと音楽を提供していくプロジェクトとして、『Visual Karma』は本格派ビジュアル楽曲で展開する音楽原作のIPプロジェクトとして展開していきます。



©窪岡俊之 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©いのまたむつみ ©藤島康介
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

バンダイナムコアーツ出資作品『彼女が好きなものは』公開

株バンダイナムコアーツが製作に参加する映画『彼女が好きなものは』が12月3日に公開されます。原作は小説家・浅原ナオトの「彼女が好きなものはホモであって僕ではない」（角川文庫刊）で、2019年4月にNHKで「腐女子、うっかりゲイに告る。」のタイトルでドラマ化され大反響を呼んだ作品の映画化です。ゲイであることを隠しながら生活する男子高校生とBL好きの女子同級生との恋愛を通じ、世間にはびこる“ふつう”という価値観とのギャップに向き合う男女の姿を描きます。主人公の安藤純を演じるのは神尾楓珠で、そのほか、山田杏奈、前田旺志郎、三浦獠太、池田朱那、今井翼と、個性豊かな実力派キャストが集結しました。なお、本作品は本年度の第26回釜山国際映画祭のOpen Cinema部門に正式出品されました。



©2021「彼女が好きなものは」製作委員会

トイホビー×アミューズメント 新たな店舗ブランドを続々展開

(株)バンダイナムコアミューズメントは、新たな店舗ブランドとして、(株)バンダイとの協業による『ガシャポン バンダイオフィシャルショップ』を「東京ソラマチ」(東京都墨田区)と「OSシネマズ神戸ハーバーランド」(兵庫県神戸市)に、サンスター文具(株)との協業による『さんすたーぶんぐのおみせ』を「池袋サンシャインシティ」(東京都豊島区)にオープンしました。

バンダイの「ガシャポン」(カプセルトイ)やサンスター文具の「アイデア・キャラクター文具雑貨」などワクワク感のあるユニークな商品と、バンダイナムコアミューズメントの施設運営ノウハウを掛け合わせ、バンダイナムコグループならではの商品販売を行うとともに、お客さまの声を今後の商品開発や事業展開に生かすことを目指します。



楽天コレクション オンライン クレーン Powered by とるモ

バンダイナムコアミューズメントは、楽天グループ(株)と協業し、同社が運営する限定グッズオンラインショップ「楽天コレクション」において、バンダイナムコアミューズメントが運営するネットクレーンモール「とるモ」を活用した『楽天コレクション オンラインクレーン Powered by とるモ』のサービス提供を開始しました。クレーンゲームをPCやスマートフォンなどを使用して遠隔でプレイし、獲得した景品を自宅に配送する「とるモ」の仕組みを活用し、「楽天コレクション」内にオンラインクレーンモールを開設しています。

楽天ユーザーは、プレイに必要な「コイン」を購入する際「楽天ポイント」を使用することができます。本サービスにより、これまでオンラインクレーンゲームをプレイしたことがないお客さまとのタッチポイントの拡大を目指します。

Rakuten コレクション
オンラインクレーン Powered by とるモ

循環型社会の実現に向けリサイクル活動を拡大

バンダイナムコグループでは、プラスチックのリサイクル活動に取り組んでいます。

(株)BANDAI SPIRITSが展開する「ガンプラ」シリーズでは、4月より、ファンの皆さまから回収したランナー(プラモデルの枠部分)をリサイクルして循環型社会の実現を目指す『ガンプラリサイクルプロジェクト』をスタートしています。さらに、10月20日の「リサイクルの日」から約1カ月間「ガンダムリサイクル作戦」を展開し、リサイクル材を使用したプラモデル『エコプラ』の体験キットを全国各所で無料配布しました。楽しくガンプラを作成した後、ランナーを実際に回収ボックスに入れてもらうことでリサイクルについて学び、身近に感じていただくことを目的としたものです。

また、バンダイが展開する「ガシャポン」では、空カプセルのリサイクル事業「ガシャポン カプセルリサイクル」を9月よりスタートしました。バンダイナムコアミューズメントが運営する国内4店舗のガシャポン取り扱い店舗などでお客さまから回収した不要なガシャポンの空カプセルを、(株)バンダイロジパルが回収・配送し、プラスチックの再生加工などを行う協力会社で再資源化します。バンダイは、再資源化した素材を原料に「リサイクルエコカプセル」を生産し、新商品のカプセルとして今年度中に市場投入する予定です。この取り組みによる空カプセルの回収量は、2022年3月末までに20t(直径5cmのガシャポンカプセル400万個相当)を見込んでいます。

バンダイナムコグループでは今後も継続して取り組みを行い、循環型社会の実現に向けて企業としての責任を果たしていきます。



©創通・サンライズ

スマートフォン向けゲームアプリケーション 『アイドルマスター SideM GROWING STARS』

配信中／基本無料（アイテム課金あり）

（株）バンダイナムコエンターテインメント

10月よりApp Store／Google Playにて配信を開始したスマートフォン向けゲームアプリケーションです。アイドルたちとの出会いから始まるストーリーを軸に、華やかな表現で楽曲を楽しむことができる正統派リズムゲームとなっています。プレイヤーは、電話やトーク機能でアイドルたちとのコミュニケーションを楽しめるほか、アイドルたちとのストーリーの中でプロデューサーとして能動的に関わりながら、アイドルをより身近に感じられる世界観を体感いただけます。また、リズムに合わせて譜面をたたく爽快感あるゲーム仕様で、アイドルたちとともに充実感の高いライブを上げることができます。ストーリー、ゲーム性がともに進化した本作で、唯一無二のプロデューサー体験をお届けします。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

家庭用ゲーム『スーパーロボット大戦30』

発売中／9,460円

（株）バンダイナムコエンターテインメント

Nintendo Switch™／PlayStation®4／STEAM®向けの新作家庭用ゲームです。

「スーパーロボット大戦」は、さまざまなアニメーションに登場したロボットたちが作品の垣根を越えて一堂に会し、共通の敵と戦うシミュレーションRPGシリーズです。これまでに90作品以上のタイトルを発売しており、2021年にシリーズ30周年を迎えました。30周年記念作品となる本作は、新たなゲームシステム「タクティカル・エリア・セレクト」を採用したことで、ストーリー展開や機体とキャラクターの入手順をユーザー自身で選択可能になりました。多数のロボットアニメが融合して生み出される、新たな興奮や世界観をお届けします。



©天酒之瓢・主婦の友社/ナイツ&マジック製作委員会
©CLAMP・ST／講談社・TMS ©サンライズ
©SUNRISE/PROJECT L-GEASS Character Design ©2006-2017 CLAMP・ST
©SUNRISE/PROJECT L-GEASS Character Design ©2006-2018 CLAMP・ST
©創通・サンライズ©創通・フィールズ／MJP製作委員会
©円谷プロ©2018 TRIGGER・雨宮哲／「GRIDMAN」製作委員会
©東映
©永井豪／ダイナミック企画・MZ製作委員会
©永井豪・石川賢／ダイナミック企画
©1998 永井豪・石川賢／ダイナミック企画・「真ゲッターロボ」製作委員会
©2005 AIC・チームダンチェスター／ガンソードパートナーズ

家庭用ゲーム『PUI PUI モルカー Let's！モルカーパーティー！』

12月16日発売／6,240円

（株）バンダイナムコエンターテインメント

新しいまち「モルタウン」を舞台に、プレイヤーが『PUI PUI モルカー』の世界観を楽しめる、Nintendo Switch™向けのパーティーゲームです。

ダンスやサッカーなど、多彩なジャンルのミニゲームを10種類用意し、1人はもちろん、最大4人まで同時にお楽しみいただけます。また、ゲームを遊びながら「モルタウン」を発展させていくと、40台以上のモルカーと交流することができるほか、80種類以上のアクセサリを組み合わせることでモルカーを自分好みにカスタマイズできる着せ替え機能も搭載しています。

人気作品『PUI PUI モルカー』のかわいらしい世界に飛び込み、ゲームを通じてモルカーと触れ合える体験をお届けします。



©見里朝希JGH・シンエイ動画／モルカーズ ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

鬼滅の刃 全集中パッド（グリーン／ピンク）

発売中／各18,700円

（株）バンダイ

小学校の基礎科目やプログラミング、「漢検10～8級」の問題まで、遊びながら幅広く学べるオールインワンパッドです。学習メニューは48種類、出題数は1400問以上とボリュームある内容で、入学準備から小学校中学年頃まで長く遊べます。また、学習進捗に応じて本体に登場するキャラクターが増えていくため、学習へのモチベーション維持も期待できます。さらに、「タッチペンで斬る」「カメラでなりきり撮影」など直感的操作で楽しめる複数のゲームやカメラのお楽しみメニューに加え、「一緒に勉強しよう！」などのキャラクターボイスも200種類以上収録し、「鬼滅の刃」の世界観を存分に楽しめます。なお、本体カラーに関わらず、ホーム画面を「炭治郎」と「禰豆子」で自由に変更することができます。



©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable

超合金魂 GX-100 ガイキング&大空魔竜

12月より順次発売予定／82,500円

(株)BANDAI SPIRITS

1997年より販売を開始した合金玩具を代表する「超合金魂」シリーズの究極の集大成として、シリーズ100体目となる『超合金魂GX-100 ガイキング&大空魔竜』を日本およびアジア各国、欧米などワールドワイドで順次発売します。

TVアニメ『大空魔竜ガイキング』の劇中に登場するロボット「ガイキング」と恐竜型移動要塞「大空魔竜」をセットにし、「大空魔竜」はシリーズ最大級の全長約750mmで再現しました。「大空魔竜」に「ガイキング」を格納できるほか、2体の連動による変形合体が可能となっています。さらに、3機の「恐竜型メカ」をダイキャストを使用したマイクロボピニカとして付属するとともに、ささきいさおが歌う番組主題歌2曲を内蔵したギミックも搭載しています。当時の子どもたちが夢になった懐かしの変形合体や格納基地遊びを、「超合金魂」シリーズで積み重ねた技術で再現した、迫力ある合金ギミック玩具です。



©東映アニメーション

機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ (Blu-ray特装限定版)

発売中／9,900円

(株)バンダイナムコアーツ

2021年6月11日公開の大ヒット映画『機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ』のBlu-rayです。新時代のガンダム劇場作品にふさわしい壮大なスケールで描くハイクオリティ映像を収録しました。特典映像には、2020年3月に開催されたファンイベント「GUNDAM FAN GATHERING —『閃光のハサウェイ』Heirs to GUNDAM —」の映像や、2020年11月にガンプラEXPO内で開催されたスペシャルステージ「GUNPLA EXPO 2020『機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ』」の様態を収録。また、GUNDAM FACTORY YOKOHAMAの“動くガンダム”の前で演奏された、『閃光のハサウェイ』の音楽を担当する澤野弘之による『機動戦士ガンダムUC』の大迫力の音楽も収録しました。さらに、特製ブックレット、オリジナルサウンドトラックCDを付属し、キャラクターデザイン・pablo uchida描き下ろしによるスリーブケースの豪華仕様の商品となっています。



特典映像には、2020年3月に開催されたファンイベント「GUNDAM FAN GATHERING —『閃光のハサウェイ』Heirs to GUNDAM —」の映像や、2020年11月にガンプラEXPO内で開催されたスペシャルステージ「GUNPLA EXPO 2020『機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ』」の様態を収録。また、GUNDAM FACTORY YOKOHAMAの“動くガンダム”の前で演奏された、『閃光のハサウェイ』の音楽を担当する澤野弘之による『機動戦士ガンダムUC』の大迫力の音楽も収録しました。さらに、特製ブックレット、オリジナルサウンドトラックCDを付属し、キャラクターデザイン・pablo uchida描き下ろしによるスリーブケースの豪華仕様の商品となっています。

©創通・サンライズ

THE IDOLM@STER SHINY COLORS 2ndLIVE STEP INTO THE SUNSET SKY (Blu-ray【初回生産限定版】)

12月8日発売予定／27,500円

(株)バンダイナムコアーツ

3月20日、21日に開催されたライブイベント「THE IDOLM@STER SHINY COLORS 2ndLIVE STEP INTO THE SUNSET SKY」のBlu-ray BOXです。イルミネーションスターズ、アンティーカ、放課後クライマックスガールズ、アルストロメリア、ストレイライト、ノクチルの6ユニットが出演したライブ映像に加え、特典として「THE IDOLM@STER SHINY COLORS SPRING PARTY 2020」で公開を予定していた撮り下ろし映像「春のピクニック プロデューサーさんに刺さるのはどれ？ 手作り弁当グランプリ」を特別収録します。さらに「特典映像投票券&発売記念イベント視聴券」も封入しており、発売記念イベントでは特典映像の「手作り弁当グランプリ」の投票結果の配信を予定しています。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

VS PARK セブンパーク天美店

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 セブンパーク天美店』を大型ショッピングモール「セブンパーク天美」(大阪府松原市)内に出店しました。

「VS PARK」はこれまでに日本国内で4店舗(大阪府吹田市、愛知県東郷市、宮城県利府町、埼玉県越谷市)、海外で1店舗(中国上海市)を展開しており、「まるでテレビのバラエティ番組のような体験ができる」と若者を中心に人気を博しています。

『セブンパーク天美店』では、これまでの「VS PARK」で人気のアクティビティはもちろん、初登場となるダイナミックでユニークな新アクティビティを含む、「VS PARK」最多となる全34種類のアクティビティをお楽しみいただけます。



挑戦と創造を促進する体制を強化し IP価値の最大化を目指す

エンターテインメントユニットでデジタル事業の事業統括会社を担う(株)バンダイナムコエンターテインメントは、ネットワークコンテンツと家庭用ゲームを事業の柱に、トイホビー事業とユニット内の融合・連携を深めながら、IP戦略の強化を推進しています。今回は、同社の宮河恭夫社長に、デジタル事業の動向やグループの強み、目指す姿などについて聞きました。

— 足元の状況を教えてください。

宮河 前年度は、新型コロナウイルス感染拡大による巣ごもりの影響もあり、家庭用ゲームのリピート販売が海外を中心に大きく伸長しました。本年度上半期も好調に推移し、業績に貢献しています。ゲームタイトルのロングライフ化に向け、当社では、品質にこだわった良質なタイトル開発と、継続的なファンコミュニケーションに力を注いできました。これまでのそうしたこだわりがリピート販売の好調につながったことは、大きな収穫だと感じています。

— 昨今のゲーム市場で注目している変化は？

宮河 ゲーム市場は年々競争が激化しており、その中でユーザーに選ばれるためには、クオリティの高いタイトル開発がますます重要になっています。こうした点を踏まえ、引き続きしっかりと制作に取り組んでいきます。また、世界では「メタバース」と呼ばれるインターネット上の仮想3次元空間を活用したサービスに注目が集まっています。メタバース

では、自分の分身となるアバターを通じて、仮想空間内を行き来し、ユーザー同士が自らコミュニケーションを取り合い楽しむことができます。非常に自由度が高い空間で、これまでのゲームの延長線ではない新たなエンターテインメントの可能性を秘めていると感じています。こうした新しい分野においてもバンダイナムコらしさを発揮できるよう、準備を進めています。

— 市場におけるバンダイナムコの強みは？また、その強みをどのように生かしていきますか？

宮河 2021年4月のユニット再編でデジタル事業とトイホビー事業が1つのユニットになりましたが、ゲームというデジタルと、トイホビーというフィジカルの両面からIPを展開できるのは、他の会社には見られないバンダイナムコならではの強みです。バンダイナムコのデジタル事業は、「パックマン」や「鉄拳」「アイドルマスター」など自社IPの宝庫です。デジタル事業とトイホビー事業の2つの事業の連携や融合を進めることで、今ま

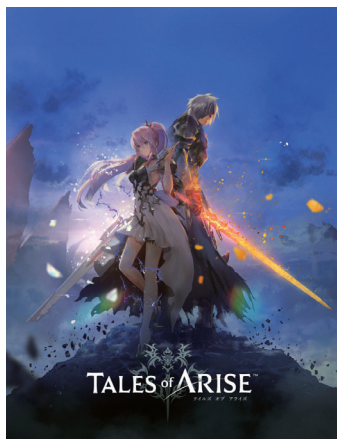
で以上にこうしたIPの価値を向上させることができると考えています。

また、我々の強みをさらに活かしていくためにはアイデアや技術を持った外部パートナーやクリエイターと積極的に連携することも必要です。オープンなバンダイナムコとして、社内外から知見を集め、IP価値の最大化に取り組みます。

— 環境変化に対応するために重視していることは？

宮河 何よりも「挑戦しよう」という姿勢です。バンダイナムコグループでは、挑戦して失敗したとしても、何度でもチャレンジすることができます。成功するためには、とにかく挑戦し続けることが不可欠なので、社員のチャレンジを支援するための仕組みづくりが重要です。成功する人は、必ず失敗もしています。失敗を恐れずに挑戦を続けるからこそ成功することができる。そうした観点から、人事評価は失敗したら減点するのではなく、あくまでも加点主義であるべきだと考えています。

また、ゲーム開発は以前に比べて人的資本や開発コストを含めて格段に規模が大きくなりました。そのため、コンテンツを厳しく精査し、厳選したタイトルにリソースを集中させています。必然的に年間の発売タ



▲家庭用ゲーム『ELDEN RING』
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc. / ©2021 FromSoftware, Inc.

▲家庭用ゲーム『テイルズ オブ アライズ』
Tales of Arise™ & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



▲ABWの導入に伴い改装したフロアの様子

イトル数が絞られるため、個人として挑戦できるチャンスはどうしても少なくなります。個人の評価だけでなく、集団としてのチャレンジをいかに促し評価するか、そのための制度づくりが急務だと考えています。

—販売好調なタイトルについて教えてください。

宮河 「テイルズ オブ」シリーズの最新作として9月に発売した家庭用ゲー

ム『テイルズ オブ アライズ』の販売が好調です。以前は日本とアジアでの販売が中心でしたが、本作は欧米でも好調です。国や地域によってユーザーの嗜好が異なることを前提に、展開地域ごとにきめ細やかなマーケティングを行ったところ、各地で支持を得ることができました。欧米でのマーケティングの成功例を作れたことは非常に大きいと考えています。



みやかわ やすお
■宮河 恭夫社長のプロフィール

<経歴>

1956年6月8日生

1981年4月 (株)バンダイ入社

1996年1月 (株)バンダイ・デジタル・エンターテインメント取締役

2004年4月 (株)サンライズ取締役

2014年4月 同社代表取締役社長

2018年6月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役IPクリエイションユニット担当

2019年4月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役ネットワークエンターテインメントユニット担当

(株)バンダイナムコエンターテインメント代表取締役社長 (現職)

2021年4月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役エンターテインメントユニットデジタル事業担当 (現職)

国や地域に合わせた施策で全世界のシェア拡大 社員が誇りを持って働くことができる会社に

—世界での事業拡大に向けた取り組みは？

宮河 今やデジタル事業は、全世界がターゲットです。日本だけでなく、北米や欧州、中国をはじめとするアジアの各地域に現地法人を持つことも、バンダイナムコグループの大きな強みです。現地のことを最も良く理解している現地社員が中心となりマーケティング施策を立案することで、『テイルズ オブ アライズ』のようなファンに寄り添ったタイトル展開が可能になります。また、日本発のタイトル開発にとどまらず、それぞれの地域から世界に向けてゲームを開発し展開できるよう、体制のさらなる強化にも取り組みます。前年度に、家庭用ゲームタイトルの開発などを行うカナダの制作スタジオの Reflector Entertainment Ltd. を子会社化したのも、その一環です。

—今後発売される『ELDEN RING』も期待されています。

宮河 2022年2月の発売が迫り、制作は追い込み段階です。欧州最大規模のゲームイベント「gamescom 2021」で発表になった「gamescom award 2021」で、大賞となる「Best of gamescom」や「Best RPG」など、5冠を達成しました。世界中からの期待に応えられる良質なゲームに仕上がるよう、最後まで妥協せず

制作に当たっていきます。

—ネットワークコンテンツは？

宮河 データを活用したマーケティングに力を入れています。収集・分析したデータに基づき各タイトルを高いクオリティで開発し運営することで、「DRAGON BALL」や「ワンピース」^{ドラゴンボール}「アイドルマスター」をはじめとするIPタイトルのロングライフ化に成功しています。データに基づき的確に判断していくとともに、展開地域の拡大にも取り組み、ワールドワイドでさらなる成長を目指します。—新しい働き方の導入にも取り組んでいるそうですね。

宮河 テレワークを進める一方で、ABW*の導入も行い、半個室の1人用ブース席や4人掛けのボックス席、カフェのようなソファ席などを設置して、自由に雑談できるフロアをつくりました。社員が、仕事をしやすい席に各自移動し、より良い環境で働くことができます。

作業は自宅でもできますが、クリエイティブな発想は人同士が話をする中で生まれてきます。何かアイデアが欲しいと思った時はボックス席でお茶を飲みながら雑談してもいいし、1人で作業に集中したい時は1人用のブース席や自宅でもやっていい。ABWは、当社における今後の働き方を示すものです。こうした環

境の中から、当社の次の時代を支える企画や発想が生まれてくることを期待しています。

—仕事におけるポリシーは？

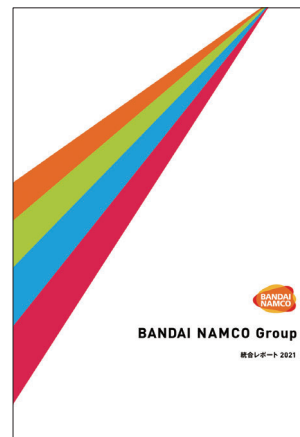
宮河 仕事では、ゴールのイメージを持つことが重要です。人にただ「走ってきて」と言うだけでは、言われた方は短距離か長距離なのかわからなければ、ペース配分もできません。だから「ゴールはここです」と示す必要があります。そうすると、ゴールから段階的に逆算して、今いる場所からいつまでにここに到達しなければいけないと把握できます。あとはそれを一つずつ達成していけば、ゴールにたどり着くことができます。社員に対して、できるだけ具体的にゴールを示すことが私の役割です。全社員が成功に向かって誇りを持って働ける会社にできるよう、全力で取り組んでいきます。

*ABW : Activity Based Working。オフィスの内外を問わず、働く場所や時間を自由に選べる働き方

▶▶▶ 「統合レポート2021」発行のお知らせ

このたび(株)バンダイナムコホールディングスは、グループの財務情報・非財務情報を総合的に報告する「バンダイナムコグループ 統合レポート2021」を発行しました。本誌では、グループが将来目指す姿や社会に提供する価値、ビジネスモデルや強みなどを紹介しています。(株)バンダイナムコホールディングスの公式ホームページよりPDFのダウンロードが可能ですので、ぜひご覧ください。

統合レポート URL : <https://www.bandainamco.co.jp/ir/library/annual.html>



株主優待 寄付のご報告

2021年3月末時点のバンダイナムコホールディングス株主名簿に基づき実施した株主優待において、750名以上の株主の皆さまに寄付を選択いただきました。その金額と当社からの拠出額を合わせ、合計1,000万円を公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに寄付します。この寄付金は、日本国内の子どもたちへの支援活動資金として活用される予定です。ご賛同くださいました株主の皆さまのご厚意に、この場を借りて心より感謝申し上げます。

「デジモン」シリーズの長期的な育成とIP価値の最大化に挑戦

現場から

はらだ まさし
(株)バンダイ メディア部 原田 真史

「デジモン」シリーズ(以下「デジモン」)は、1997年の展開開始以来、国内外の多くのファンに支持され続けているバンダイナムコグループ原案のIPです。現在、グループ横断プロジェクト「デジモンリブートプロジェクト」を中心に、IPのさらなる活性化に取り組んでいます。今回は、同プロジェクトのリーダーを務めるバンダイの原田真史に話を聞きました。

Q 「デジモンリブートプロジェクト」について教えてください。

A バンダイナムコグループの事業展開を国内外で加速させるための重要なIPとして「デジモン」を長期的に育成していくというミッションのもと、グループ各社が参画し2018年に発足したプロジェクトです。デジモンを応援してくれるファンの期待に応え続けるとともに、新規層にもIPの魅力を伝えるべく、さまざまな施策に取り組んでいます。

Q 現在の「デジモン」の展開状況は?

A 2020年に放送開始したテレビアニメ『デジモンアドベンチャー:』に続き、2021年10月から新作アニメ『デジモンゴーストゲーム』の放送が開始しました(詳細はP.5参照)。『デジモンゴースト

ゲーム』は、既存ファンはもちろん、新規層も入りやすい一話完結型のストーリーとなっていますので、ファン層の拡大につながると期待しています。商品面では、液晶玩具、トレーディングカードゲームを中心に展開中で、今後家庭用ゲームの新作タイトルも発売となる予定です。中でもトレーディングカードゲームは北米・欧州において大きく売上を伸ばしています。トレーディングカードゲームは、これまでに他のIPでも海外展開に挑戦しており、そこで積み重ねてきたノウハウが「デジモン」で最大限生かされたと感じています。また、徹底したファン目線での商品開発も好調の要因と分析しています。トレーディングカードゲームの遊びの楽しさと「デジモン」というIPの魅力を、担当者自身が深く理解した上で開発に臨むことで、良質な商品の提供につながっていると思います。

Q サービス面での取り組みは?

A ファンのニーズに応える新たな取り組みとして、デジモン公式総合サイト「デジモンウェブ」で、デジモン図鑑やデジモンの原案設定をまとめたファン向けコンテンツを公開しています。海外のデジモンファンにも楽しんでいただけるよ



1993年(株)バンダイ入社。家庭用ゲーム、デジタルカードゲームなどの企画プロデュースを担当したのち、「アイカツ!」などの新規IPや新規事業の立ち上げを経験。2018年より現職。
©BANDAI
*本欄あきよし・フジテレビ・東映アニメーション

う、同サイトは英語、繁体字、簡体字にも対応しました。今後もファンの目線に立ち、良質なサービスをしっかりと展開していきます。

Q 今後の抱負は?

A 2022年6月に「デジタルモンスター25周年」を迎えます。1997年の展開開始以来、さまざまな商品・サービスを提供してきましたが、IPを長期的に育成するために、まだまだできることはたくさんあると考えています。今後もグループ丸となってIP価値の最大化に努めてまいりますので、ぜひご期待ください。

