

バンダイナムコグループ新中期計画

トップインタビュー

2022年4月からの新中期計画を発表 ファンなどあらゆるステークホルダーと 深く、広く、複雑につながる姿を目指す

このたび、バンダイナムコグループは、2022年4月にスタートする中期計画を発表しました。今回は、(株)バンダイナムコホールディングスの川口勝社長に、新中期計画の概要および2021年度（2022年3月期）の業績などについて話を聞きました。

— 2021年度の業績を発表しました。

川口 2021年度第3四半期累計期間（2021年4～12月）は、売上高6,283億円、営業利益921億円、経常利益955億円、四半期純利益617億円となり、売上高と全ての利益で過去最高となりました。前年同期比では、ガンブラなどのハイターゲット層向け商品やトレーディングカードなどの玩具周辺商材が好調だったトイホビー事業が業績を伸ばし、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映像音楽事業やアミューズメント事業が、前年同期を上回る結果となりました。グループ全体では、地域、事業、IPのポートフォリオが引き続き良い形で効果を発揮することができたと感じています。

2021年度の通期予想数値については、この第3四半期までの各事業の実績、足元の市況、第4四半期の商品・サービスやマーケティング計画を踏まえ見直しを行いました。将来に向けた種まきも行いながら、足元の事業にもしっかりと取り組み、通期業績予想数値の売上高8,100億円、営業利益960億円を達成し、新たな中期計画につなげていきます。

2021年度の配当予想については、安定的な配当額としてDOE（純資産

配当率）2%をベースに、

総還元性向50%以上を目標とする株主還元に関する基本方針にのっとり、年間で1株当たりのベース配当48円、業績連動配当105円、合計153円を見込んでいます。

— 新中期計画のスタートに当たり「パーパス」を制定しました。

川口 2022年4月より、グループの最上位概念となる「パーパス」を導入します。パーパスとは、「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」「私たちがバンダイナムコで働く意味」を表すものです。制定にあたっては、全世界の社員へのアンケート調査、各地域の社員ディスカッションなどであがってきた要素を基に、何度も議論を重ね決定しました。

パーパスの中で我々が大事にしたキーワードは、「つながる」ということと、「ともに創る」という部分です。ファンの笑顔と夢の実現を追求し、常にファンに寄り添ってきたバンダイナムコの歴史を通して、我々の中には同じ未来を目指す「思い」が根付いています。それを改めて定義し直したものがパーパスです。「つながり」「ともに創る」結果が「Fun for All into the Future」であり、それは、「世界中の人々に楽しさと感



▲オンライン説明会で新中期計画について発表したバンダイナムコホールディングスの川口勝社長

動を届け、未来に向かって笑顔と幸せを追求していく」ということです。
— ロゴマークを一新します。

川口 これまでのロゴマークは、2005年にバンダイとナムコが経営統合した際につくられたもので、「融合」を表現していました。経営統合から16年が経ち、バンダイナムコは次のステージへと進むという思いを込めて、ロゴマークを一新します。新たなロゴマークは、パーパスの「つながる」「ともに創る」というキーワードを表現しており、コミュニケーションをコンセプトに、マンガなどに使われる「吹き出し」をモチーフにしています。カラーについては、全世界の社員のアンケート調査をもとに、バンダイナムコが目指すべきイメージとして多く挙がった言葉と色を紐づける学術的なメソッドにより選定した候補の中から、「情熱的」「楽しい」「アクティブ」「大胆」などの印象を与える鮮やかなレッドを採用しました。

新ロゴマークは、グループのあらゆる商品・サービスに表示します。世界での成長を目指すバンダイナムコの旗印として、世界で認知されるロゴマークにしていくべく、ブランディングを強化していきます。

(次ページに続く)

IP軸でファンと寄り添う IPごとのメタバースを開発

—「つながる」が中期計画のキーワードの1つですね？

川口 その通りです。新中期計画では、パーパスが示すあるべき姿に向けて、まず、ファンとつながるためのバンダイナムコオリジナルの仕組みづくりに取り組みます。バンダイナムコは、商品・サービスを通じて長期にわたりつながっている多くのファンに支えられています。我々が目指す姿は、パーパスを中心に、世界中のIPファン、あらゆるパートナー、社員、世界や社会などの全てのステークホルダーとしっかりとつながりあっている状態です。

まず、IPファンとつながります。我々はIPファンに常に寄り添って、喜ばれる商品・サービスを提供し続けることで、“バンダイナムコなしでは

いられない”と提供いただけるように強くつながりたいと思います。そして、あらゆるパートナーともつながります。幅広い事業領域や、IP価値の最大化を目指すIP軸戦略で培ってきたノウハウで、“バンダイナムコと一緒に組みたい”とパートナーから選んでいただける存在となることを目指します。

さらに、コミュニティともつながります。IPのコミュニティに限らず、社会のさまざまなコミュニティとIPを軸にしてつながり、サステナブルな未来を築いていきます。パーパスが示す姿を追求するには、ファンとより「深く」つながり、より「広く」



▲IPメタバースのイメージ

つながり、より「複雑に」つながるなければなりません。既存ファンと「深く」つながり、新規ファンと「広く」つながる。そして、既存ファンと新規ファン、そこで生まれたコミュニティが「複雑に」つながりあう。そんな夢のあるファンとのつながりを目指します。つながるに当たって大切なのは、どうつながるかというつながり方の「質」です。

—この考えが新中期計画の重点戦略にもつながりますか？

川口 新中期計画のIP軸戦略の重点戦略「ファンとつながるための新しい仕組み」では、IPを軸にファンに寄り添う仕組みとしてIPごとのメタバースを開発します。この「IPメタバース」では、アバターを使ってキャラクターになりきったり、映像を楽しんだり、ライブで盛り上がったるほか、ゲーム対戦やショッピングなどでもできるような仕組みを想定しています。我々が一番こだわるのは、仕組みの中心にあるのはあくまでIPであり、IPごとにそれぞれの世界観を生かしたさまざまな世界（メタバース）が存在するという事です。そして、ファンと「深く」「広く」「複雑に」つながるための、ファンのためのメタバースであることです。

—メタバースについてもう少し詳しく教えてください。

川口 具体的なコンテンツや設計については今後検討を進めますが、まず、グループのオリジナルIPでワー

< 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。

<新ロゴマーク>

BANDAI NAMCO

バンダイナムコグループ新中期計画

ルドワイド展開を進めている「ガンダム」を活用し着手していきます。あくまでもイメージですが、ガンダムのメタバースの場合、その世界は宇宙、そしてスペースコロニーのようなIPの世界観を最大限に生かした夢のある空間となるのではないのでしょうか。

我々がメタバース開発に向けて行うことは、1つ目が、IP情報の集約です。ファン自らが、アバターに扮して、さまざまな情報にアクセスできるようにします。2つ目が、メタバースコンテンツの開発です。フィジカルなガンプラと、デジタルなゲームが融合するような、バンダイナムコならではの独自のサービスを提供します。3つ目が、コミュニティの構築です。ファンやパートナーが集い、つながるための最適な「場」を提供します。—「IP軸戦略の進化」については？
川口 バンダイナムコが、IP軸戦略で次のステージに進むためには、これまでの事業軸から、今まで以上にIP軸に重点を置いた横展開を目指し、プラットフォーム思考へと切り替える必要があります。プラットフォ

ーマーという誤解を与えるかもしれませんが、いわゆるプラットフォームを運営するというのではなく、考え方を事業軸から、本質的なIP軸へ変えるということです。

バンダイナムコの強みは、幅広い出口を活用しファンとつながることができることです。例えば、ガンダムは、デジタルでは、メタバースやECサイト、ゲーム、映像配信などの出口があります。フィジカルでは、ガンプラの直営店舗やアミューズメント複合施設、イベントなどの「場」でファンとつながることができます。ファンとデジタルでもフィジカルでもつながることができるようなIPのプラットフォームをつくることで、バンダイナムコとファンがつながり、ファン同士もつながることができるIPプラットフォームをつくるのが、IP軸戦略の進化に向けた第一歩となります。

これまでバンダイナムコで取り組んできたIP軸戦略の大きな流れは、IPが持つ世界観を生かしながら、幅広い商品・サービスとして活用してい

くことでした。このように事業の最大化のためにIPを活用することも引き続き進めていきますが、これからはIPプラットフォームという考えのもと、これまで以上に、IP自体の価値を最大化していくための取り組みを強化していきます。

IPの価値をどうすれば最大化できるかを考えた場合、多くのファンがIPに触れる機会を増やし、IPの可能性をどんどん広げていくことが必要になるかもしれません。事業の最大化を行いつつ、短期と長期の取り組みを推進するに当たっては、時にはIP価値を最大化するために長期的な視点や取り組みを優先することも出てくる可能性があります。また、自分たちでできないことは、パートナーと手を組んでIP価値の最大化に向けた取り組みを進めるべきだと考えています。

—中期ビジョンもこれまでの話を受けてのものですか？

川口 次の3年間のグループ中期ビジョンは「Connect with Fans」です。
(次ページに続く)

バンダイナムコグループ中期計画

中期ビジョン

Connect with Fans

重点戦略

IP軸戦略

IP×Fan
IPでファンとつながる

ファンとつながるための新しい仕組み

IP×Value
IPの価値を磨く

IP軸戦略の進化

IP×World
IPで世界とつながる

ALL BANDAI NAMCOでの事業構築

人材戦略

多彩な人材の育成

サステナビリティ

笑顔を未来へつなぐ

ALL BANDAI NAMCOでグローバル展開を強化し 海外売上高比率35%を目指す

パーパスが示すあるべき姿の実現に向け、ALL BANDAI NAMCOで一丸となって進んでいこうという目標を示したものになります。

この中期ビジョンが示している通り、常にファンと向き合い、ファンと「深く」「広く」「複雑に」つながっているオンリーワンのバンダイナムコを目指したいと思います。

—「ALL BANDAI NAMCOでの事業構築」については？

川口 バンダイナムコグループの業績は、ここ数年安定的に推移していますが、海外はどの地域においても成長できる可能性があります。海外では、我々の事業規模が国内に比べて小さいため、事業単位ではなくALL BANDAI NAMCOで取り組むことが必要です。そこで新中期計画に先駆け、各地域でALL BANDAI NAMCOで戦うための体制整備を行いました。

中国内地では、デジタル事業と玩具事業を統合した新会社が2022年1月より始動しているほか、米国とフランスは、デジタル事業と玩具事業のオフィスを集約しALL BANDAI NAMCOで戦略を推進するための体制を整えています。今後は、ALL BANDAI NAMCO体制のもと、事業間で強力に連動を行うとともに、事業や地域を横断するIPプロジェクトを推進し、事業とIP価値の最大化に取り組みます。さらに、各地域発のIP創出にも注力します。グループの海外と日本の売上高は、いつまでと明言するのは難しいものの、できるだけ早期に50%ずつになることを目指さなければならないと考えます。そこで、まず新中期計画では、海外売上高比率を現状の20%強から35%まで引き上げることを目標とします。

国内の事業も成長していく中で、35%まで引き上げるのは、なかなか大変なことかもしれませんが、ALL BANDAI NAMCOで一丸となり達成を目指します。海外においては、全ての地域に成長の可能性があります。特に足元でも伸びている北米と中国内地を重点地域とします。デジタル事業では、さまざまな地域とターゲットに向けたタイトルを投入して、海外事業全体の底上げを図ります。また、玩具事業は、ハイターゲット層（大人層）向けのビジネスを拡大していきます。このほか、海外における事業拡大のためには、生産体制の強化も必要です。海外展開を拡大していくガンブラでは、各地域での需要に応えるため、さらなる生産体制の拡充に取り組みます。

—戦略を推進するに当たって、投資計画を教えてください。

川口 前中期計画では、IP軸戦略の強化に向け250億円の戦略投資を行

い、足元では「スカーレットネクサス」や「境界戦機」など、グループ横断で取り組んだIPが生まれはじめました。

新中期計画では、IP軸戦略の進化に向けて400億円の戦略投資を行います。そのうちIP価値の最大化に向けて250億円を投資し、新規IP創出や横断プロジェクトに取り組みます。また、IPメタバースのデータ基盤の構築を中心に150億円を投資し、グループ内のファンデータを集約し一元管理する仕組みの構築などに活用します。

我々につながるファンのデータは非常に貴重で価値があるものです。これを最大限に活用すべく、グループ内で保有するファンの顧客データをデータユニバースと呼ぶ保管庫に集約します。集約したデータは、ファンの行動や購買、嗜好などを分析して商品・サービスの満足度向上や、ファン同士のコミュニティ形成、IP

バンダイナムコグループのサステナビリティ方針

バンダイナムコグループは、IP軸戦略のもと、ファンとともに、バンダイナムコグループが向き合うべき社会的課題に対応したサステナブル活動を推進します。

マテリアリティ（重要課題）

- ・地球環境との共生
- ・適正な商品・サービスの提供
- ・知的財産の適切な活用と保護
- ・尊重しあえる職場環境の実現
- ・コミュニティとの共生

脱炭素化に向けた中長期目標

目標	2050年まで： 自社拠点（社屋、自社工場、直営アミューズメント施設等） におけるエネルギー由来の二酸化炭素排出量 実質ゼロ
中間目標	2030年まで： 自社拠点におけるエネルギー由来の二酸化炭素排出量 2019年度比 35%削減（2013年度比 50%削減）
主な取り組み	省エネルギー施策のさらなる推進、再生可能エネルギーの導入等

バンダイナムコグループ新中期計画

メタバースの開発につなげていきます。

— IPを取り巻く市場環境をどう見えていますか？

川口 今後幅広い地域、幅広いターゲットに向け、複数の大型IPの作品が展開される予定です。例えば「ドラゴンボール」は、新作映画の公開が発表されました。前回公開された映画では、ライセンサーをはじめとするパートナーとともに全世界でイベントを開催し、世界中のIPファンが大いに盛り上がりました。さまざまなIPにおいて、パートナーとして連携し、相乗効果が発揮できるよう、積極的に商品・サービスを展開していきたいと思っています。

グループのIPプロデュースユニットにおいても、3年間で約120作品、450億円の映像投資を計画しています。このうち新規IP創出については、毎年10作品以上にチャレンジします。また、既存IPでは、複数のガンダムの新作映像をラインナップしているほか、その他のIPでも、IPそのものやファンを盛り上げるべく継続的に新作映像を投入し話題を提供していく予定です。デジタル事業においては、新中期計画の3年間に家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツ合計で約30のワールドワイドタイトルを予定しています。今後ワールドワイドでのヒットを目指して、クオリティにこだわって開発していきます。

と考えます。新卒・キャリア、性別、国籍にこだわらず人材の確保・登用を行います。そして、多様な人材が活躍できて、心身ともに健康に働くことができる制度や環境整備にさらに注力していきます。

また、社員のチャレンジを支援する取り組みとともに、多様な働き方や新たな働き方への対応を推進します。このほか、IP軸戦略をグローバルで推進するマーケター人材、IP創出や商品・サービス開発に関わるクリエイター・エンジニア人材、経営戦略や事業戦略の推進の基盤となる管理系人材などさまざまな分野で多様な人材の育成を図り、バランスが取れた人材の構成を目指します。

—新中期計画を推進する体制について教えてください。

川口 バンダイナムコホールディングスが新たな体制に移行します。6月に開催する株主総会での可決承認を経て、これまでの「監査役会設置会社」から、「監査等委員会設置会社」へ移行します。これにより、ガバナンスの強化を図るとともに、新たに設立する新会議体へ業務執行に関する一部権限を委譲し、さらにスピーディな意思決定と業務執行を行います。(次ページに続く)

重要な経営課題であるサステナビリティを重点戦略に掲げる

—重点戦略にサステナビリティが加わりました。

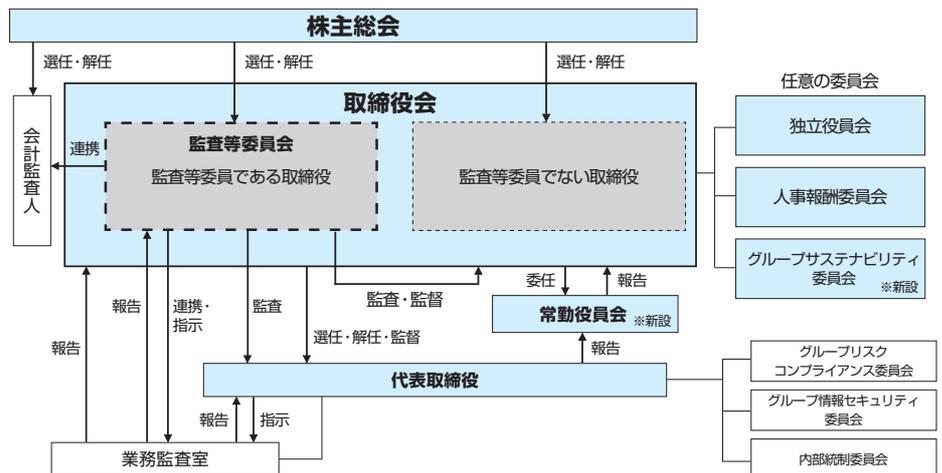
川口 サステナビリティは重要な経営課題と考え、初めて中期計画の重点戦略の1つに掲げました。バンダイナムコでは持続的な社会を実現するために、すでに「バンダイナムコグループサステナビリティ方針」と脱炭素化に向けた中長期の目標を掲げています。我々のサステナブル活動は、未来の持続的な社会の実現に向けて、ファンと「ともに」取り組んでいくことを目標としています。さらに、重要度の高い項目を5つのマテリアリティとして特定しました。すでに、ガンダムでは、IPを軸にリサイクルや教育などに多方面から活動に取り組んでいますが、このようにIP軸戦略と連動し、ファンとともにさまざまな活動を進めていきます。また、サステナビリティの推進体制として、これまで社長直轄であった「グループCSR委員会」を「グループサステナビリティ委員会」として再編し、取締役会直轄の委員会へと位置付けを

変更します。事業戦略の遂行に加えて、サステナブル活動についても、笑顔を未来へつなぐための活動として取り組んでいきます。

—人材戦略については？

川口 社員はグループの最大の財産であり宝です。バンダイナムコグループは、パーパスのもと、さまざまな才能、個性、価値観を持つ企業や社員が生き生きと活躍することができる「同魂異才」の集団でありたい

監査等委員会設置会社移行後の体制図（予定）



新体制に移行しガバナンスを強化 目標は連結売上高1兆1,000億円

監査等委員会設置会社には、6月の定時株主総会で承認をいただいた後に移行します。新たな取締役体制は、取締役14名のうち5名が社外取締役で構成されることとなります。

ユニット体制は、引き続き3ユニット体制となりますが、IPプロデュースユニットについては映像音楽事業とクリエイション事業を統合してIPプロデュース事業に一本化します。組織体制としては、映像事業を行う3社と、音楽・ライブ事業を行う3社をそれぞれ統合し新会社とします。

— 中期計画の計数目標は？

川口 最終年度の2024年度に連結売

上高1兆1,000億円、連結営業利益1,250億円、ROE12%以上を目標とします。売上高1兆円、営業利益1,000億円は、一般的に高い壁と言われていますが、グループ一丸となって戦略に取り組むことで中期計画最終年度の目標を達成することを目指します。

なお、株主還元政策については、DOE2%をベースに総還元性向50%以上を目標に実施するという方針を継続いたします。

— メッセージをお願いします。

川口 バンダイナムコは、新たなパーパスのもと、世界中の人々に楽しさと感動を届け、未来に向かって笑顔と

新中期計画の計数目標

2025年3月期

連結売上高 1兆1,000億円

連結営業利益 1,250億円

ROE 12.0%以上

幸せを追求していくため、事業、サステナビリティ、社員一人ひとりの行動いずれにおいても、パーパスが示す姿を体現していきます。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、よろしく御願いいたします。これからのバンダイナムコに、どうぞご期待ください。

バンダイナムコグループ 主要会社の取締役体制

(2022年4月1日時点)

(株)バンダイナムコホールディングス

※2022年6月開催予定の定時株主総会後

代表取締役社長	川口 勝
取締役	浅古 有寿
取締役	桃井 信彦☆
取締役(非常勤)	宮河 恭夫
取締役(非常勤)	竹中 一博☆
取締役(非常勤)	浅沼 誠
取締役(非常勤)	川崎 寛
取締役(非常勤)	大津 修二*
取締役(非常勤 社外)	川名 浩一
取締役(非常勤 社外)	島田 俊夫
取締役 監査等委員	永池 正孝☆
取締役 監査等委員(社外)	篠田 徹☆
取締役 監査等委員(非常勤 社外)	桑原 聡子*
取締役 監査等委員(非常勤 社外)	小宮 孝之☆

(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	宮河 恭夫
専務取締役	片島 直樹*
常務取締役	藤原 孝史
取締役	金野 徹
取締役(非常勤)	内山 大輔
取締役(非常勤)	宇田川 南欧☆
取締役(非常勤)	Arnaud Muller☆

(株)バンダイ

代表取締役社長	竹中 一博
取締役	桃井 信彦*
取締役	鍛冶 慎次郎
取締役	宮谷 大樹☆
取締役	富樫 憲
取締役	古澤 圭亮☆
取締役(非常勤)	辻 太郎
取締役(非常勤)	宮河 恭夫

(株)BANDAI SPIRITS

代表取締役社長	宇田川 南欧
取締役	榊原 博
取締役	水野 貴大
取締役	富樫 憲
取締役	古澤 圭亮☆
取締役(非常勤)	竹中 一博
取締役(非常勤)	佐々木 新

(株)バンダイナムコフィルムワークス

代表取締役社長	浅沼 誠
取締役副社長	河野 聡*
専務取締役	埜 義孝☆
常務取締役	佐々木 新
取締役	正木 直也
取締役	濱田 健二☆
取締役	上山 公一☆
取締役(非常勤)	鈴木 孝明☆
取締役(非常勤)	藤原 孝史☆
取締役(非常勤)	古澤 圭亮☆
取締役(非常勤)	堀内 美康

(株)バンダイナムコミュージックライブ

代表取締役社長	鈴木 孝明*
取締役	伍賀 一統☆
取締役	尾崎 雅之☆
取締役	櫻井 優香
取締役	栗田 英幸
取締役(非常勤)	上山 公一*
取締役(非常勤)	田中 快☆

(株)バンダイナムコアミューズメント

代表取締役社長	川崎 寛
常務取締役	香川 誠二
常務取締役	岩屋口 治夫*
取締役	堀内 美康
取締役	池田 宏☆
取締役(非常勤)	水野 貴大
取締役(非常勤)	浅古 有寿

☆新任 * 役職変更

2022年3月期の第3四半期累計期間（2021年4月～12月）の連結業績は下記の通りです。

<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、好調だった前年同期には及びませんでした。なお、当第3四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、海外向けのトレーディングカード、菓子やカプセルトイ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！」シリーズ等の新作映像作品の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などに伴いライセンス収入が好調でしたが、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120.7%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・サービスとの連携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。

通期の予想数値につきましては、当第3四半期累計期間の実績に加え、足元の市場環境や各事業の動向、第4四半期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。

なお、バンダイナムコホールディングスでは、安定的な配当額としてDOE（純資産配当率）2%をベースに、総還元性向50%以上を目標に株主還元を実施することを基本方針としています。これに基づき、2022年3月期年間の1株当たり配当予想について、下表の通りとなります。

◆2022年3月期第3四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	628,311	92,153	95,558	61,703
前年同期増減率	15.6%	26.4%	27.2%	21.9%

◆2022年3月期通期の連結業績予想と前年実績

(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※ (2022年2月発表)	810,000	96,000	99,000	67,000
前年実績 (2020年4月～2021年3月)	740,903	84,654	87,612	48,894

◆1株当たり配当金

	第2四半期末	期末	合計
今回予想 (2022年2月発表)	24円(実績)	129円 ベース配当:24円 業績連動配当:105円	153円 ベース配当:48円 業績連動配当:105円
前期実績 (2020年4月～2021年3月)	21円(実績)	91円(実績)	112円(実績)

◆2022年3月期第3四半期累計期間の

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	242,321	37,633
トイホビー	285,957	50,765
映像音楽	35,292	3,519
クリエイション	24,503	1,612
アミューズメント	61,395	4,333
その他	21,002	822
消去・全社	△42,162	△6,534
合計	628,311	92,153

※見通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、保証したりするものではありません。

暴太郎戦隊ドンブラザーズ

「スーパー戦隊」シリーズ46作目となる新番組「暴太郎戦隊ドンブラザーズ」(テレビ朝日系、毎週日曜朝9時30分～)が3月6日より放送中です。

本作は、桃の形のカプセルに乗せられてこの世界に飛来した「ドンモモタロウ」が個性豊かな4人のメンバーとともに、変身銃「ドンブラスター」で暴太郎という“アバターヒーロー”に変身して、この世を脅かす脅威から世界を守るために戦っていく物語です。

株バンダイから、なりきり玩具『DXドンブラスター』(5,280円)や、初の試みとして本作に先んじて前作「機界戦隊ゼンカイジャー」から登場しているロボ『DXドンゼンカイオー』(8,250円)、カプセルトイ、食玩、アパレルなど多彩な商品を展開中です。



▲ DXドンブラスター



▲ DXドンゼンカイオー

©テレビ朝日・東映AG・東映

デリシャスパーティ♡プリキュア

TVアニメ「プリキュア」シリーズ19作目となる新番組「デリシャスパーティ♡プリキュア」(ABCテレビ・テレビ朝日系、毎週日曜朝8時30分～)が、2月6日より放送中です。

おいしい料理をひとり占めしようとする〈ブndl団〉からレシピボンを取り戻し、みんなのおいしい笑顔を守るため、エナジー妖精と一緒にプリキュアに変身し、ブndl団に立ち向かうストーリーです。

バンダイから、『にぎにぎ変身! おしゃべりコメコメ』(4,378円)をはじめとするなりきり玩具や、宝石のような見た目のおしゃれなギフト菓子『Pretty Holic Sweets』シリーズを発売します。また、本格派キッズコスメシリーズを引き続き展開するほか、カプセルトイ、食玩、日用雑貨など多彩な商品を展開していきます。



▲ にぎにぎ変身! おしゃべりコメコメ



▲ 『Pretty Holic Sweets』シリーズ ©ABC・A・東映アニメーション

BIRDIE WING -Golf Girls' Story-

株バンダイナムコピクチャーズが製作し、株バンダイナムコスタジオがキャラクター原案を担当するオリジナルアニメーション『BIRDIE WING -Golf Girls' Story-』がテレビ東京系にて4月より放送を開始します。監督・稲垣隆行氏×シリーズ構成・黒田洋介氏のタッグで、近年国内でも人気を集めるゴルフを題材に女子ゴルファーたちの青春ストーリーを描きます。個性豊かなキャラクターたちが紡ぎだす物語は、ゴルフ知識の有無を問わず幅広い世代にお楽しみいただけます。

また、本作のキャラクターのイメージに合わせたゴルフウェアをバンダイがゴルフアパレルブランド「Jack Bunny!!」とのコラボレーションで商品化します。ディテールにこだわったゴルフウェアのほか、雑貨アイテムまで幅広く商品展開する予定です。



▲ ゴルフウェア各種 (2022年5月発売予定)

©BNP/BIRDIE WING Golf Club

TIGER & BUNNY 2

バンダイナムコピクチャーズ製作のオリジナルアニメーション『TIGER & BUNNY 2』が、4月よりNetflixで配信を開始します。

大ヒットシリーズ『TIGER & BUNNY』待望の続編となる本作は、『劇場版 TIGER & BUNNY -The Rising-』後の世界を描く完全新作ストーリーです。さらに、オープニングテーマは、TV版オープニングと劇場版2作品の主題歌を担当してきた「UNISON SQUARE GARDEN」が手掛けます。

また、3月12日には幕張メッセで『TIGER & BUNNY 2』初の大型イベントを開催予定です。イベントでは豪華キャスト陣が登場するほか、新ヒーローの解禁やヒーロースーツに付くスポンサーロゴ(プレイメント協賛社)の発表を予定しています。



©BNP/T&B2 PARTNERS

「テイルズ オブ」シリーズ最新作 待望の舞台化

株バンダイナムコエンターテインメントが運営する配信プラットフォーム「アソビステージ」にて3月26日・27日に、舞台『TALES of ARISE Online Theater リベレーターズ -希望を託されし解放者たち- New Attempt』を配信します。

本舞台は、「テイルズ オブ」シリーズ最新作である家庭用ゲーム『TALES of ARISE』の世界を、オンラインシアターから生の役者が生の演技でお届けする、映像と舞台が融合した作品です。「さまざまな過去から『TALES of ARISE』を描く、もう一つの物語」として、ゲームとは異なる魅力を舞台化で表現します。4面大型LEDを完備したバンダイナムコエンターテインメントの常設スタジオ「MIRAIKEN studio」から生配信を行い、瞬時の場面転換や心情の投影など、映像による空間演出で、視聴者の感情をより高度に揺さぶる舞台をお送りします。



Tales of Arise™ & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

くまのがっこう20周年

株キャラ研が展開する、絵本から誕生したバンダイナムコグループのオリジナルIP「くまのがっこう」が2022年に20周年を迎えます。12ひきのくまのこたちの、



何でもないけれど温かい日々を描いた絵本シリーズは、累計発行部数222万部を超え、国内外で愛されるIPとなっています。また、絵本の温かみのある世界観を生かし、バンダイナムコグループのCSRイメージキャラクターを務めているとともに、「がんばるこどもを応援する」という理念のもと、「チア ジャッキーズ！」活動として、保育園・幼稚園への訪問や被災地支援など幅広い活動を行っています。

アニバーサリーイヤーとなる今年も、書店や雑貨店でのフェア企画、さまざまな企業とのコラボレーション、百貨店などでの物販催事、大学との産学連携プロジェクトなど、多彩な施策を展開していく予定です。

©BANDAI

「あんさんぶるスターズ!! -Road to Show!!-」劇場上映

大人気スマートフォン向けゲームアプリケーション「あんさんぶるスターズ!!」の完全新作アニメーションの特別上映版で株バンダイナムコアーツが製作に参加する『あんさんぶるスターズ!! -Road to Show!!-』が、全国の映画館で3月4日より上映中です。



アイドルの世界ならではの深いストーリーに定評のある「あんさんぶるスターズ!!」は、アジア圏を中心に海外ファンも多く、CD、小説、コミックス、2.5次元舞台、キャストライブ、バーチャルライブなど、多方面に展開しています。本作は、原作アプリのストーリーライターが脚本を担当しており、アイドル映画の祭典「アイドルフィルムフェスティバル」が行われるニューヨークを舞台に、アイドルたちの生き生きとした姿と、新たな活躍が描かれます。

©Happy Elements K.K./あんスタ!!アニメ製作委員会

「実物大vガンダム立像」 福岡に設置

実物大^{ニュー}vガンダム立像『RX-93ffvガンダム』が、「三井ショッピングパーク ららぽーと福岡」(福岡県福岡市)前に設置され、同施設の開業に合わせて4月より展示を開始します。実物大ガンダム立像としては歴代6体目^{*}で、西日本地区では初の設置となります。

「vガンダム」は、ガンダムシリーズ初の完全オリジナル劇場版映画『機動戦士ガンダム 逆襲のシャア』に登場するモビルスーツで、現在も国内外で高い人気を誇ります。同シリーズの総監督を務める富野由悠季監修のもと、新たにデザインされた『RX-93ffvガンダム』は、最高部24.8メートルで歴代実物大ガンダムの中で最大の高さです。アジアの玄関口・福岡でvガンダムの新たな魅力をお届けします。



※動くガンダム1体を除く

©創通・サンライズ

家庭用ゲーム『ELDEN RING』 (PlayStation®4 / PlayStation®5 / Xbox One / Xbox Series X|S / STEAM®対応)

発売中／北米59.99USドル(税抜)、欧州69.99ユーロ(税込)
(株)バンダイナムコエンターテインメント
(株)バンダイナムコエンターテインメントと(株)フロム・ソフトウェアとの共同開発による新作アクションRPGゲームです(開発・国内販売元:フロム・ソフトウェア、海外販売元:バンダイナムコエンターテインメント)。「gamescom award2021」「The Game Awards 2021」で賞を獲得するなど、発売前から多くの注目を集めました。フロム・ソフトウェアのゲームディレクター宮崎英高氏と、ファンタジー小説シリーズ『A Song of Ice and Fire(邦題:氷と炎の歌)』などの代表作を持つ作家ジョージ・R・R・マーティン氏が共同制作した重厚感あるストーリーをはじめ、多彩なシチュエーションを持つオープンフィールドや、作りこまれた巨大なダンジョンが織り成す広大な世界を自由かつ快適にお楽しみいただけます。さらに、オリジナルのキャラクターカスタマイズや豊富なアクションバトルにより、想像を超える濃密なゲームを体験することができます。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc. / ©2022 FromSoftware, Inc.

家庭用ゲーム『.hack//G.U. Last Recode』 (Nintendo Switch™対応)

発売中／通常版5,478円(DL版同価格)、Begins Edition7,128円
(PKG版のみ) (株)バンダイナムコエンターテインメント

「.hack」は、架空のネットワークゲーム「The World」を舞台として、その異変に巻き込まれていくプレイヤーをゲームとリアル両面から描いた物語を題材にしたシリーズです。圧倒的なクロスメディア展開と、映像作品を同梱の販売スタイルで世界中のゲームユーザーに支持され、2022年に20周年を迎えます。



これまでに発売した『.hack//G.U.vol.1 再誕』から『.hack//G.U.vol.3 歩くような速さで』までをHDリマスター化し、追加エピソード『.hack//G.U.vol.4 あるいは世界を紡ぐ蛇たちの見る夢』を収録したPlayStation®4 / STEAM®向け家庭用ゲーム『.hack//G.U. Last Recode』を、Nintendo Switch™向けに再収録しました。RPG4作品分の大ボリュームの内容で、主人公「ハセヲ」の物語をしっかりと堪能することができます。

©.hack Conglomerate ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

エクスプローリングラボネイチャー マンモス

発売中／1,650円 (株)BANDAI SPIRITS
立体物を組み立てることで、より深い学びにつながることを目的とした新感覚のプラモデルシリーズです。骨格から組み立てる「発掘フェーズ」と、冷やして色を変化させる「復元フェーズ」の2段階で組み立てます。骨格モデルは四肢が可動し、ポージング遊びができます。
毛皮パーツの素材には、温度が約10℃を下回ると色味を帯びる特殊成形材料を採用し、冷蔵庫などで冷やすことでマンモスの毛皮パーツが茶色く変化します。氷河期を思わせるマンモスの復元を体感できる、精密骨格と温感変色樹脂が生み出す新感覚プラモデルとなっています。なお、取扱説明書は、恐竜・古生物などを数多く手がけるイラストレーター・川崎悟司氏描き下ろしのイラストを多数掲載し、組み立てページを折り込むことでフルカラーのミニ図鑑になります。



※画像はイメージです。

©BANDAI SPIRITS

キャラパキ ポケモン発掘チョコ

3月15日先行発売、4月25日一般発売予定／108円 (株)バンダイ
(株)バンダイのオリジナル菓子「キャラパキ」シリーズより、カセキから復元されるポケモン「カセキポケモン」を発掘できる新商品を発売します。

本商品は全国の博物館で開催予定の巡回展「ポケモン化石博物館」をコンセプトとした商品です。パフ入りの板チョコレートにキャラパキと割って、カセキポケモンの骨格をイメージしたチョコ型を型抜き発掘することで、食べる過程での発掘体験を楽しめます。

パフ入りチョコ、ホワイトチョコに加えて「バナナ味チョコ」の「発掘ピカチュウ」も入っており、3つの味を1度に楽しめます。チョコのデザインは「ガチゴラス」「プレラ」など、全8種で展開します。3月15日に巡回展「ポケモン化石博物館」の会場物販スペースと全国のポケモンセンターで先行発売後、4月25日より一般発売予定です。



※カセキポケモンの骨格図は想像図です。

©Pokémon. ©Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK Inc. ポケットモンスター・ポケモン・Pokémonは任天堂・クリエーターズ・ゲームフリークの登録商標です。

「THE IDOLM@STER SHINY COLORS 3rdLIVE TOUR PIECE ON PLANET / NAGOYA」Blu-ray

3月16日発売予定 / 16,500円

(株)バンダイナムコアーツ

2021年4月3日、4日に開催されたライブイベント「THE IDOLM@STER SHINY COLORS 3rdLIVE TOUR PIECE ON PLANET / NAGOYA」のBlu-ray BOXです。アイドルマスターシャイニーカラーズ初の全国ツアー「THE IDOLM@STER SHINY COLORS 3rdLIVE TOUR PIECE ON PLANET」の名古屋ライブの映像を余すことなく収録しています。「イルミネーションスターズ」「アンティーク」「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」「ノクテル」の6ユニットによる全体曲、ユニット曲、シャッフルユニット曲に加え、日替わりでのソロ曲を収録しているほか、特典としてDAY1・DAY2のメイキング映像、キャストによるオーディオコメンタリー、フォトブックを同梱します。各店舗オリジナル特典も満載の豪華な商品です。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

「クレヨンしんちゃん オラの あそべるゆめば〜く」

2月25日オープン / 有料

(株)プレジャーキャスト

大人気キャラクター「クレヨンしんちゃん」をテーマにしたこどものあそび場『クレヨンしんちゃん オラの あそべるゆめば〜く』を「三井ショッピングパーク ららぽーと富士見」(埼玉県富士見市)内2階にオープンしました。

日本初の「クレヨンしんちゃん」のテーマ型常設インドアプレイグラウンド施設で、アニメに登場するお菓子のチョコビやキンすべり台をモチーフにした大型遊具など「クレヨンしんちゃん」の世界観を存分に楽しめる施設となっています。さらに、室内アスレチックやボールプールなどお子さまに人気の遊具を取りそろえ、親子で一緒に安心して過ごすことができる、楽しい思い出を提供する施設を目指します。



©臼井儀人/双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK

キッズカードバトルゲーム 「真・百獣大戦 アニマルカイザー」

中国にて稼働中 / 1プレイ6元〜*

(株)バンダイナムコアミューズメント

ゲームセンター向けキッズカードバトルゲーム『真・百獣大戦 アニマルカイザー』の稼働を中国市場で開始しました。2007年に日本で稼働を開始した「アニマルカイザー」シリーズは、お子さまに世界普遍的に人気がある「動物」を題材としたカードゲームとして人気を博し、これまでに北米・南米・欧州・アジア・オセアニアにおける11の国・地域で5,000台以上を展開してきました。中国市場でも2012年から稼働し、多くのプレイヤーから支持を集めています。中国におけるキッズカードゲーム市場の急成長と現地からの強いリクエストを受け、このたび新しい筐体を投入しました。今後全14弾の稼働を予定しています。



*運営会社によりプレイ料金は異なります。

©2007 BANDAI NAMCO Entertainment Inc. ©2021 BANDAI NAMCO Amusement Inc. ANIMAL KAISER is a trademark/registered trademark of BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

カプセル景品ゲーム機「スプーン」

発売中 / 1プレイ100円〜*

(株)バンダイナムコアミューズメント

新しい業務用省スペースカプセル景品ゲーム機です。プレイヤーは、セットされている3つの景品の中から1つを選び、回転する円盤の獲得穴に合わせて発射ボタンを押します。獲得穴にカプセルが入れば景品を獲得できる単純明快なゲームとなっています。シンプルなゲーム性で、気軽に楽しめるゲームとして、お子さまやファミリーを中心とするライトユーザーに向けて展開します。また、筐体の省スペース化や、バンダイナムコアミューズメントの既存の景品機とのデザインの統一感、使用するカプセルの耐久性の向上など、店舗運営のしやすさにも配慮したカプセル景品機となっています。

スプーン



*運営会社によりプレイ料金は異なります。

©BANDAI NAMCO Amusement Inc.

2022年3月末の株主さまに対する株主優待のお知らせ

当社は、毎年3月末日現在の当社株主名簿に記載または記録された100株以上保有の株主さまに対し、年1回、保有株数に応じて株主優待ポイントを贈呈し、複数の選択肢の中から優待品を選択いただく株主優待制度を導入しています。

■ ご優待の内容例（選択制度）※一例として前回の優待品を記載しています。

500ポイント単位で複数選択可

- ① こども商品券（500円券）
- ② イタリアントマト食事券（500円券）
- ③ アミューズメントチケット（500円券）
- ④ 「プレミアムバンダイ」プレミアムポイント（500pt）
- ⑤ バナコイン（500バナコイン）
- ⑥ アート・コレクション
（株主優待限定・描き下ろし複製イラスト/
額装、シリアルナンバー付）
- ⑦ 寄付

毎年ご好評いただいている「アート・コレクション」のイラストの2022年のテーマは、「機動戦士ガンダム」シリーズと「アイドルマスター」シリーズです（絵柄は毎年変更となります）。

500株（4,000ポイント）でいずれか1つのイラストをご選択いただけますので、ぜひご検討ください。

なお、株主優待のお申し込みに関する詳しいご案内は、6月に開催予定の定時株主総会後に発送させていただきます。

■ 贈呈基準

保有株式数	株主優待ポイント (1ポイント=1円相当)
100～499株	2,000
500～999株	4,000
1,000～4,999株	6,000
5,000～9,999株	10,000
10,000株～	20,000

家庭用ゲーム『ELDEN RING』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 第2IP事業ディビジョン第2プロダクション2課

よしむら あつお
吉村 篤雄 (右)

いのうえ うづき
井上 卯月 (左)

(株)バンダイナムコエンターテインメントと(株)フロム・ソフトウェア（以下フロム）の共同開発による家庭用ゲーム『ELDEN RING』（詳細は10ページ参照）が2月25日に発売されました。今回は、バンダイナムコエンターテインメントの同作担当者に話を聞きました。

Q 「ELDEN RING」の概要は？

A 壮大な世界観と、フロムさまが得意とする手に汗握るアクション、そして同社史上最大規模となるゲームボリュームで、圧倒的なプレイ体験を楽しめるのが特徴です。14言語に対応し、ワールドワイドで展開中です。

Q 両社の役割分担は？

A コンテンツ開発と日本国内の販売をフロムさまが担当し、当社は実際に遊びやすいものになっているかを確認するためのプレイテストや、全世界に広めるためのローカライズ、海外版のデバッグ、ならびに海外販売を担当しています。フロムさまの高い開発力と、当社の海外ネットワークを駆使したマーケティング力を掛け合わせることで、世界中のお客さまに楽しんでいただくことを目指しています。

Q 開発面でのこだわりは？

A 3つのコンセプトにこだわりました。1つ目が「スケール感」です。プレイヤーは、多彩なシチュエーションをもつオープンなフィールドで広大な世界を自由に探索して楽しむことができます。両社にとって、これだけの規模感でフィールドを描くのは初めてでした。ぜひ圧倒的なスケール感をお楽しみいただきたいと思います。

2つ目は「RPG要素」です。フロムさまが得意とされている剣戟の面白さや手応えはしっかりと用意しつつ、RPG要素によってプレイヤーが困難に直面した時のアプローチの幅を広げました。これにより、プレイヤーが自分に合った戦術で攻略することが可能になっています。

3つ目は「世界観とストーリーライン」です。ディレクターの宮崎英高氏と作家のジョージ・R・R・マーティン氏との強力タッグで実現した、壮大な世界観と奥深いストーリーラインをぜひお楽しみください。

Q マーケティングや制作上の工夫は？

A フロムさま、そして、当社グループ内の各地域拠点・担当部門としっかりと連



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc./©2022 FromSoftware, Inc.

吉村 篤雄 (右) 2006年(株)バンダイナムコゲームス(現バンダイナムコエンターテインメント)入社。海外マーケティング業務や海外外向を経て、帰国後は他社開発タイトルの海外展開に携わり、現在に至る。井上 卯月 (左) 2019年、バンダイナムコエンターテインメント入社。入社当初より「ELDEN RING」のマーケティングを担当しているほか、「ゴブ国」シリーズ(制作・発売元(株)レベレファイト、海外発売バンダイナムコエンターテインメント)のプロデュースを担当。

携しながら全体のマーケティング計画を立案し、各地域で実行に移しています。また、当社において早い時期から国内外で定期的にプレイテストを実施し、その結果を両社で共有の上、快適なゲームプレイにつながる仕様へと磨き上げていただきました。

Q 今後の意気込みを聞かせてください。

A 『ELDEN RING』の世界観や魅力を、ゲームを含めてさまざまな形で展開し、長期にわたって支持されるIPに育てていきたいと考えています。これからの展開に、ぜひご注目ください。

