

BANDAI NAMCO

Fun for All into the Future

BANDAI NAMCO NEWS

株式会社バンダイナムコホールディングス

〒108-0014 東京都港区芝5-37-8 バンダイナムコ未来研究所

Management

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 グループCEO 川口 勝第1四半期はデジタル事業・トイホビー事業
ともに好調で業績に貢献

(株)バンダイナムコホールディングスは、2025年3月期(2024年度)第1四半期(2024年4～6月)の決算を発表しました。今回は、業績や中期計画最終年度の出足の状況などについて、バンダイナムコホールディングス代表取締役社長の川口勝に話を聞きました。

—第1四半期の業績は？

川口 2024年度第1四半期の業績は、売上高2,806億円、営業利益440億円、経常利益490億円、親会社株主に帰属する四半期純利益340億円となりました。事業面では、デジタル事業の家庭用ゲーム「ELDEN RING」の大型ダウンロードコンテンツ「ELDEN RING SHADOW OF THE ERDTREE」のヒットが、業績に貢献しました。また、トイホビー事業においては、国内外でハイターゲット(大人)層向け商品やトレーディングカードゲームなどのカード商材、カプセルトイなどの人気が続きました。

—第1四半期の状況を事業ごとに総括してください。

川口 デジタル事業では、ネットワークコンテンツにおいて「DRAGON BALL」シリーズや「ONE PIECE」などの主力アプリタイトルがユーザーに向けた継続的な施策により国内外で引き続き安定的に推移したことに加えて、新作アプリの「学園アイドルマスター」が非常に好調なスタートを切りました。家庭用ゲームにおいては、「ELDEN RING SHADOW OF THE ERDTREE」がワールドワイドでヒットし、業績に貢献しました。

トイホビー事業では、世界的な映像配信の普及により、グローバル市場における日本発IP*の人気の拡大

していることを受け、国内外で展開カテゴリーの拡大、リアルイベントや店舗によるタッチポイントの拡大、生産体制の強化などを図ったことで、引き続き好調に推移しました。具体的には、「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向けの商品が、ラインナップの強化や販売・マーケティングが功を奏し好調に推移しました。また、「ONE PIECE」や「DRAGON BALL」シリーズの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、菓子・食品などが、商品ラインナップやターゲット層、展開地域の拡大に加え、顧客とのタッチポイントの強化により業績に貢献しました。

IPプロデュース事業は、劇場作品「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」の上映国・地域を拡大し、IP認知の拡大に取り組んだこともあり、グループの商品・サービスの好調につながりました。新作劇場作品を公開した「ブルーロック」をはじめ、「ガンダムシリーズ」や「ラブライブ！シリーズ」「アイドルリッシュセブン」「転生したらスライムだった件」などの映像配信やライセンスビジネスが好調でした。また、リアルなエンターテインメント需要の高まりに伴い、ライブイベントや関連グッズの販売なども好調に推移しました。



アミューズメント事業では、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105.9%となりました。また、「バンダイナムコ Cross Store」や「ガシャポンのデパート」のようなグループの商品・サービスと連携したバンダイナムコならではの施設展開が、国内外で好調に推移しました。業務用ゲームにおいては、新製品「湾岸ミッドナイト マキシマムチューン 6RR PLUS」の販売が好調でしたが、前年同期との製品ラインナップの違いが、業績に影響しました。

—上期の業績見込みについてはどうですか？

川口 第1四半期の実績が大きく進捗したことや、足元の各事業の動向、第2四半期の商品・サービスのマーケティング計画などを踏まえて、2024年5月9日に公表した上期業績見込みを見直しました。年初計画の売上高5,150億円、営業利益550億円に対し、新たな業績見込みは売上高5,550億円、営業利益は820億円です。この数値は上期として過去最高業績となります。(次ページに続く)

* Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産

第2四半期の商品・サービスなどの計画を踏まえ
上期過去最高業績を目指す

ただし現時点では、2024年度通期の連結業績見込みについては、見直しを行っておりません。国内外における市場環境やファンの嗜好の変化、競争環境の激化などの外部環境の動向、さらには第3四半期以降に予定している大型の家庭用ゲームタイトルの販売動向や、年末年始の大型商戦の動向などを踏まえた上で、連結業績見込みを精査します。

――各事業の今後の動向や注目トピックを教えてください。まずデジタル事業からお願いします。

川口 次期中期計画に向けて、タイトルポートフォリオを構築し、クオリティーにこだわったタイトルを作り切り、長く売り伸ばすための体制の立て直しに取り組んでいます。

今後のタイトルとしては、家庭用ゲームでは、8月末に発売したばかりの「ガンダムブレイカー 4」や、10月に発売する「ドラゴンボール Sparking! ZERO」などがあります。ガンダムについては、IP出口としてゲームの存在感を中長期的に高めていきたいと考えています。「ドラゴンボール Sparking! ZERO」は王道の対戦アクションゲームです。10月は、「DRAGON BALL」の新作アニメ「ドラゴンボールDAIMA」の放送開始でIP人気盛り上がるタイミングでもあり、ワールドワイドでファンにアプローチしていきます。ネッ

トワークコンテンツでは、新作アプリ「学園アイドルマスター」が、従来のファンに加えて新規ファンの方にも多く遊んでいただいています。デビューライブも8月からスタートし、ファンとともにタイトルやアイドルたちを育てていきます。「アイドルマスター」シリーズについては、2025年にIPブランド20周年を迎えることを記念して、年末に大型イベントも開催予定です。アプリ、ライブイベント、グループの商品、さらには外部パートナーとの協業により、IP価値の最大化を目指します。

――トイホビー事業はどうですか？

川口 引き続き各カテゴリーのラインナップやグローバル市場での展開拡大を図っていきます。カード商材では、「ONE PIECEカードゲーム」が、日本と北米を中心に高い人気が続いています。今後も、大型イベントの開催、新規ファン獲得のためのプロモーションも強化します。海外に向けては、年末にフランス語版も投入する予定で、計5言語、49の国と地域で展開します。また、2月に発売を開始した「ドラゴンボール スーパーカードゲーム フュージョンワールド」も、順調に立ち上がっています。デジタルとフィジカルの両方で楽しめる新しい切り口のカードゲームとして訴求します。

データカードダスでは、新筐体

「ドラゴンボールスーパーダイバーズ」を投入予定です。4画面を使用した、迫力あふれるバトルを楽しむことができるもので、今夏にロケテストを実施しました。中国内地では、現地で人気が高いウルトラマンの大型新筐体が稼働し始めました。トレーディングカード、データカードダス双方でカード市場における存在感を確立していきます。

ハイターゲット層向け商品のプラモデルでは、海外でのイベント出展、組み立て体験会の実施など、地道な努力を続けてきたことで認知や販路が広がっています。主力のガンブラに加え、さまざまな人気IPを商品化することでファン層も拡大しています。北米では現在5千店以上の店舗でプラモデルを取り扱っていたおり、今後も、定番カテゴリーとしての定着を目指します。また、ローエイジ向けを中心とした玩具も話題が豊富です。定番IPの新シリーズに関しては、ウルトラマンの新作アニメとして世界配信されている「Ultraman: Rising」や、お菓子をモチーフとした新ライダー「仮面ライダーガヴ」などの商品展開を行います。7月には、90年代後半に大ヒットした「ハイパーヨーヨー」に、新ギミックを盛り込んで発売しました。かつてのファン層も巻き込んでおり、人気を集めています。トイホビー事業では、今後も多彩なIPを各カテゴリーにおいて、スピーディーに商品化していきます。

―― IPプロデュース事業は？

川口 82以上の国と地域での公開が決定している「機動戦士ガンダム SEED FREEDOM」に続いて、ベネチア国際映画祭のコンペティション作品にノミネートされたVR映像「機動戦士ガンダム: 銀灰の幻影」、Netflixでの配信が決定した「機動戦士ガンダム 復讐のレクイエム」と話題作が続きます。第2四半期以降、ガンダム以外にもさまざまな作品を提供していきますので、ご期待ください。

好調のライブイベントでは、国内だけでなく海外公演も積極的に実施します。10月からは「ラブラライブ！シリーズ」初のアジアツアーも予定しています。IPプロデュース事業では、あらゆるパートナーと組み、多彩なIPを創出し、グループ内外の出口を活用してIP育成を行います。

――アミューズメント事業は？

川口 グループの商品・サービスの売り場や、ファンとのタッチポイントとしての役割の重要性が増しています。IPの世界観に合った魅せ方を行ったり、遊び方のレクチャーを実施したりと、単に商品・サービスの販売にとどまらない提案を行っています。また、ファンとのコミュニケーションで得た反応やデータをグループ内にフィードバックしています。こうした取り組みで好調な「バンダイナムコ Cross Store」や「ガシャポンのデパート」などは、国内のみ

ならず海外にも出店し好調です。

業務用ゲームでは、安定した収益を見込むことができる定番商品のシリーズ化に加え、「アイドルマスター TOURS」など新たな製品も開発し

ています。アミューズメント事業は、外部環境や市場変化の影響を受けやすい業態です。常に効率化も意識しながら、施設と機器の両軸でバランスよく事業を推進します。

競争の激化と環境の変化に
さらなるスピードアップで柔軟に対応していく

―― 海外の動向を教えてください。

川口 世界のIPファンに向けた大型イベントが、各地で開催されています。7月にロサンゼルスで開催されたAnime Expo、サンディエゴのComic-Con、上海のChina Joyなど、世界各地で行われるイベントにグループで出展しています。各地域で各事業の拠点をワンオフィス化したことによって、社員間のコミュニケーションが深まり、事業間の連携経験も蓄積されてきました。

イベントについては、従来は会社ごとに出席していましたが、現在はALL BANDAI NAMCOで一体となり、IPを切り口に、ファンに寄り添った出展をしています。イベントに限らず、事業間の連動やコミュニケーションはさらに自然に深まっていくと考えています。これが今後、各事業でグローバル拡大のエンジンになってくれると期待しています。

――最後に、読者にメッセージを。

川口 バンダイナムコでは、常に安定した収益を上げることができる基

盤を厚くすることに取り組んできました。戦略商品の発売タイミングやヒットの規模で、短期では業績が変動する可能性はあります。しかし、この収益基盤をベースに、中長期で見れば、着実に成長していくバンダイナムコでありたいと思います。2023年度は通期の売上高が初めて1兆円を超え、外部からの私たちの見られ方も変化しているように感じます。競争が激化し、環境が変化し続ける中、さらにスピードアップし、柔軟に変化に対応していくことが必要だと感じています。しかし、「パーパス “Fun for All into the Future”」に示している通り、私たちが一番大事にしていることは、変わりません。ファンとともに、笑顔と幸せあふれる未来を創っていく存在であり続けたいという思いです。おそらく、バンダイナムコで働く社員は、誰もがこの思いを持っていると思います。これからも、私たちは、真摯にIPやファンと向き合っていくたいと思います。



▲「ELDEN RING」のダウンロードコンテンツがワールドワイドでヒット

©Bandai Namco Entertainment Inc. / ©2024 FromSoftware, Inc.



▲国内外でカード商材の人気が続く

©尾田栄一郎／集英社 ©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©バードスタジオ／集英社・東映アニメーション



▲7月にロサンゼルスで開催されたAnime Expo 2024

◆2025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	280,627	44,023	49,072	34,050
前年同期比	124.8%	157.3%	149.9%	156.3%

◆2025年3月期第2四半期累計期間の連結業績予想

(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中間純利益
今回予想* (2024年8月発表)	555,000	82,000	88,000	60,000
年初計画 (2024年5月発表)	515,000	55,000	57,500	40,000
前年実績 (2023年4～9月)	502,002	65,479	73,931	52,167

※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。

◆2025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)

事業分野	売上高	セグメント利益
デジタル	106,309	14,731
トイホビー	132,815	26,957
IPプロデュース	17,503	2,495
アミューズメント	33,027	2,774
その他	8,307	342
消去・全社	△17,335	△3,277
合 計	280,627	44,023

「ドラゴンボール Sparking! ZERO」を10月に発売

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、「ドラゴンボールZ Sparking!」シリーズの最新作、「ドラゴンボール Sparking! ZERO」(8,910円から)を日本国内で10月10日※に、海外では10月11日に発売します。

本作は、「かめはめ波」や「舞空術」など、ドラゴンボールならではの技を駆使しながら闘う3D対戦アクションゲームです。キャラクターの持つ個性豊かな能力や特徴を生かし、超サイヤ人^{スーパー}への変身や、極限まで気を溜めて放つ強力な必殺技での一発逆転など、ドラゴンボールらしいドラマチックな闘いを思いのままに楽しめます。

吹っ飛ばした後の追撃や、タイミングを読んで行うカウンターなど、「Sparking!」シリーズ伝統のバトルシステムはそのままに、新たなアクションが加わり、前作「ドラゴンボールZ Sparking! METEOR」から進化しました。シリーズ最大規模のプレイアブルキャラクターが登場する、究極の3Dドラゴンボールバトルゲームです。
(対応プラットフォーム:PlayStation®5 / Xbox Series X|S / STEAM®)



※国内STEAM®版は10月11日の発売となります

©バードスタジオ／集英社・東映アニメーション ©Bandai Namco Entertainment Inc.

学園アイドルマスター DEBUT LIVE 初 TOUR —初心公演— を開催

(株)バンダイナムコエンターテインメントが5月にリリースした「アイドルマスター」シリーズの、完全新作スマートフォン向けゲームアプリ「学園アイドルマスター」が、記念すべき初のライブツアーを「初声」「初心」「初恋」の3つのテーマを設け、8月より開始しました。9月1日からは「—初心公演—」と題し、大阪、愛知、広島で公演を行います。現地でのライブ公演に加え、配信やアーカイブ配信も実施し、現地に来られない方もライブの模様をお楽しみいただけます。公演の詳細については公式サイトをご確認ください。「学園アイドルマスター」の今後のさらなる展開にぜひご期待ください。



THE IDOLM@STER™ & ©Bandai Namco Entertainment Inc.

「ACE COMBAT™7: SKIES UNKNOWN DELUXE EDITION」

発売中／6,490円から 発売元:(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は、Nintendo Switch™版にて、「ACE COMBAT™7: SKIES UNKNOWN DELUXE EDITION」を7月に発売しました。

本作は、2019年に発売以来、シリーズ最高となる世界累計販売本数500万本を突破した「ACE COMBAT™7: SKIES UNKNOWN」の本編に、他機種版で配信されたダウンロードコンテンツ6種と各種特典を同梱しています。フライトシューティングゲーム「ACE COMBAT™7: SKIES UNKNOWN」は、プレイヤー自身がエースパイロットとなり、リアルな空を追求したグラフィック空間を、愛機を駆って360度自由に飛び回る爽快感と、自らの状況判断で敵を選択して撃破する快感、数々の難局を乗り越え英雄となる達成感を楽しめます。

(対応プラットフォーム:Nintendo Switch™)



ACE COMBAT™7: SKIES UNKNOWN & ©Bandai Namco Entertainment Inc.
©2024 DigitalGlobe, Inc., a Maxar company.
All trademarks and copyrights associated with the manufacturers, aircraft, models, trade names, brands and visual images depicted in this game are the property of their respective owners, and used with such permissions.

「仮面ライダーガヴ」放送開始

最新作「仮面ライダーガヴ」が9月1日より放送を開始します(テレビ朝日系、毎週日曜日朝9時から)。本作は、シリーズ初のお菓子モチーフの仮面ライダーです。主人公は、お菓子のモンスター「ゴチゾウ」を、「お腹の口・ガヴ」に食べさせることで変身し、人間を襲う敵、グラニユートと戦います。

(株)バンダイから、ゴチゾウを“ガヴガヴ”食べさせることで「仮面ライダーガヴ」への変身なりきり遊びを楽しめる「DX変身ベルトガヴ」(7,920円)を発売中です。同商品に付け替えて遊べる「ライダーゴチゾウシリーズ」(550円から)は、玩具のほかに食玩、カプセルトイなどで展開し、子どもに身近なお菓子をフックに、さらなるユーザー拡大を目指します。



▲「DX変身ベルトガヴ」発売中／7,920円



©2024石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映

新作アニメ「ドラゴンボールDAIMA」10月より放送開始

新作アニメ「ドラゴンボールDAIMA」が、10月から放送されます。「DRAGON BALL」40周年記念作品となる本作は、鳥山明氏が原作・ストーリー・キャラクターデザインを手がけた完全新作テレビアニメシリーズです。

(株)バンダイの「ドラゴンボールスーパーカードゲーム フュージョンワールド」や、(株)BANDAI SPIRITSの「S.H.Figuarts 孫悟空(ミニ)-DAIMA-」をはじめ、さまざまな商品を展開予定です。



▲【左】「ドラゴンボールスーパーカードゲーム フュージョンワールド スタートデッキ 孫悟空(ミニ)」
【右】「S.H.Figuarts 孫悟空(ミニ)-DAIMA-」



©バード・スタジオ／集英社・東映アニメーション

「びっくらたまご ゆけっ! ポケモンタイプ別入浴剤シリーズ」

9月16日発売／858円 発売元:(株)バンダイ

(株)バンダイは、マスコット入り入浴剤「びっくらたまご」シリーズより、ポケモンの全18タイプにフォーカスした商品を発売します。

当商品は、入浴剤にポケモンの各タイプをイメージした成分を配合しました。お湯に入れると、お湯が白からそれぞれのタイプをイメージした湯色へ変化し、その後そのタイプをもったポケモンのマスコットが出現します。

第1弾は、「こおりタイプ」と「ゴーストタイプ」を展開し、今後全タイプを発売していく予定です。



©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon

クリスマス催事商品 「プラノサウルス入り手さげBOX」発売

10月28日発売／1,760円 発売元:(株)ハート

(株)ハートは、(株)BANDAI SPIRITSとのコラボ商品をクリスマスお菓子売場にて発売します。恐竜プラモデル「プラノサウルス」シリーズから、子どもに大人気のティラノサウルスを、ここでしか手に入らないクリアグリーンカラーで商品化しました。ボディはクリア仕様で、中の骨格も楽しむことができます。恐竜柄のラムネ菓子付きです。



©BANDAI SPIRITS

人気シリーズや人気原作の 劇場作品・TVアニメを 続々と展開

(株)バンダイナムコフィルムワークスは、ガンダムシリーズ第1作目「機動戦士ガンダム」(1979年)の舞台となる一年戦争中のヨーロッパ戦線にフォーカスを当てた、「機動戦士ガンダム 復讐のレクイエム」(画像左上)を10月17日からNetflix独占で、世界に向けて配信を開始します。

また、TVアニメでは2021年にスタートした「ラブライブ! スーパースター!!」待望の第3期(同右上)が10月6日から、原作漫画単行本の発行部数が全世界累計4,000万部を突破(2024年7月時点)した「ブルーロック」第2期(同左下)が10月5日から放送を開始します。

劇場作品では、7月から上映を開始している「ヤマトよ永遠に REBEL3199」(全七章)の二章目となる「ヤマトよ永遠に REBEL3199 第二章 赤日の出撃」(同右下)が11月22日から上映を開始します。

IPプロデュースユニットでは、今後も“いいもの”をつくり続け、さまざまなメディアを通じ、世界中のファンに魅力あるIPをお届けします。



©SOTSU・SUNRISE ©2024 プロジェクトラブライブ! スーパースター!! ©金城宗幸・ノ村優介・講談社/「ブルーロック」製作委員会 ©西崎義展/宇宙戦艦ヤマト 3199 製作委員会

「機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ」主題歌の 「閃光」がJASRAC賞銅賞を受賞

(株)バンダイナムコミュージックライブが音楽著作権を管理しているロックバンド[Alexandros]が歌う「機動戦士ガンダム 閃光のハサウェイ」の主題歌「閃光」が、2024年JASRAC賞の銅賞を受賞しました。

「閃光」は、幅広い層から支持を得ており、ストリーミング累計再生数は1億回を突破。インタラクティブ配信の分配額で1位を記録しました。

今回の受賞は、前回受賞の「機動戦士ガンダム SEED BGM」から約20年ぶりの快挙でした。



▲2024年JASRAC賞の贈呈式に登壇したバンダイナムコミュージックライブ代表取締役社長の埴義孝

「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」 Blu-ray&4K UHD-BD&DVD発売決定

12月25日発売(予約受付中) / 4,000円~27,500円
発売元:(株)バンダイナムコフィルムワークス

2024年1月26日に公開され、観客動員数は290万人を突破、興行収入は48億円超という大ヒット作品となった「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」のBlu-ray、DVDの発売が決定しました。Blu-rayとDVDに加え、映画館の感動がよみがえる4K Ultra HD Blu-ray版や豪華特典付きの特別仕様版を含む全6種類の展開となっています。



©創通・サンライズ

「太鼓の達人」北米での展開を開始

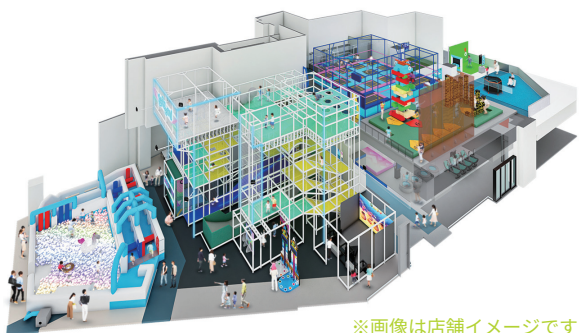
(株)バンダイナムコアミューズメントとBandai Namco Amusement America Inc. (以下、BNA)は、業務用ゲーム機「太鼓の達人」の北米地域での展開を開始します。バンダイナムコアミューズメントがゲーム機の企画・開発、BNAが現地での生産・販売を担当し、11月から稼働を開始する予定です。太鼓の達人シリーズは北米でも多くのユーザーに「どんちゃん・かっちゃん」のキャラクターとともに親しまれています。2004年発売の家庭用ゲーム機ソフト「Taiko: Drum Master」、2021年から配信中のApple Arcade向けゲームアプリ「太鼓の達人Pop Tap Beat」に続き、今回業務用ゲーム機が市場に初参入します。国内同様オンラインアップデートで最新の楽曲を定期的に収録するほか、ユーザー認証カード「Bandai Namco Passport」にプレイ履歴を残すことができます。



▲浅草花やしきで開催された世界一決定戦の様様
Taiko no Tatsujin™Series & ©Bandai Namco Entertainment Inc.

「トンデミ枚方 枚方モール店」オープン

(株)バンダイナムコアミューズメントは、屋内アスレチック施設「トンデミ枚方 枚方モール店」を、「枚方モール」(大阪府枚方市)内に9月6日にオープンします。国内で5店舗目、関西エリアでは初の出店で、同店の特徴の一つである高い吹き抜けを生かしたアクティビティ「トンデミタワー」を設置。また、既存の店舗で人気のトランポリンやクライミングウォール、SNSでも話題のデジタルアクティビティなども設置し、子どもから大人まで幅広い層が思い切り楽しめる空間を提供します。



※画像は店舗イメージです

「すみっコぐらしあそびスタジオ」「ウルトラアスレチック」 名古屋エリアにオープン

(株)バンダイナムコアミューズメントは、「すみっコぐらし」の世界観の中でぐっこあそびが楽しめるキッズパーク施設「すみっコぐらしあそびスタジオイオンモール大高」(愛知県名古屋市)を、7月にオープンしました。また、同月に、「ウルトラヒーローと一緒に街を守る子ども隊員になれる」をテーマにしたキッズパーク施設「ウルトラアスレチック名古屋」(愛知県西春日井郡)をリニューアルオープンしました。



©2024 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.



©円谷プロ

▲「すみっコぐらしあそびスタジオイオンモール大高」(左)と「ウルトラアスレチック名古屋」(右)

「ガシャポンバンダイオフィシャルショップ」国内200店舗突破

(株)バンダイナムコアミューズメントは、(株)バンダイのカプセルトイブランド「ガシャポン」の専門店「ガシャポンバンダイオフィシャルショップ」の国内200店舗目を出店しました。2021年9月に1店舗目(東京ソラマチ店)をオープンして以降、全国に出店を拡大し、2023年9月に国内100店舗、2024年8月に国内200店舗を出店し、運営しています。

※画像は店舗イメージです



「ガシャポン®」は(株)バンダイの登録商標です。

各ユニットがそれぞれの個性を発揮するため グループ間にある課題の解決が私たちの使命

2022年4月の中期計画スタートに合わせ、(株)バンダイナムコホールディングス内にグループ事業戦略本部が新設されました。今回は、グループ事業戦略本部長として3年目を迎えた桃井信彦取締役役に、ユニット間での連携を深めるための取り組みや、海外でのビジネス展開などについて聞きました。

—経歴や現在の役割について教えてください。

桃井 私は、(株)バンダイに中途で入社し、23年になります。グループの外にいた経験を踏まえ、バンダイナムコを客観的に見て言語化し、社員に伝えることは役割の一つだと思っています。その際には、できるだけ相手が分かりやすい言葉で話すことを大切にしています。

現任のグループ事業戦略本部長の役割の一つは、グループの渉外担当だと思っています。基本的に、事業に関するさまざまな案件は、事業特性に合わせて各ユニットが担当しますが、グループ間の隙間に存在する案件や、どの事業にも属さない新たな商機があった際の窓口になるのが私の役割だと考えています。ほかにも、グループを横断して調整を行うことも重要です。例えば、バンダイナムコグループは、商品化ライセンスとしての機能と、自社IPを活

用するライセンサーとしての機能の両方を持っている珍しいグループですが、それぞれのノウハウを生かし、相乗効果の発揮に結びつけ、IP価値を高めていくための判断や施策を実施するようにしています。

また、グループの事業会社によくいましたので、ホールディングスの中で事業の感覚や温度を伝えていくことも私の役割です。各ユニットが、それぞれの個性を発揮した事業を展開するために環境を整備し、連携を深めるための課題解決を率先して行いたいと思います。

—取り組まれてきた施策やその進捗についての総括をお願いします。

桃井 まず、これまでに進めている施策として、グループ全体視点の統合的なプラットフォームであるデータユニバース構想の推進があります。さまざまなカテゴリーでの商品・サービス展開がグループの強みになっている一方で、グループ全体視点の統合的なデータプラットフォームはありませんでした。その強みを最大限に生かすため、多岐にわたる事業それぞれが持つデータを相互活用できれば、大きな成長へつながります。さまざまな視点からの分析を踏まえて仮説を導き出し、未来予測できる仕組みが理想です。シ

ステムはほぼ完成したので、今後しっかりと事業にひも付け、さらに価値を高めていきたいと思っています。

グループ事業戦略本部は、2025年に大阪で開催される日本国際博覧会(大阪・関西万博)でのパビリオン出展事務局の役割も担っています。パビリオン名は、「GUNDAM NEXT FUTURE PAVILION」で、ガンダムの世界観にフォーカスした展示となります。未来の生活や宇宙を想像したとき、ガンダムが持つストーリーや壮大な世界観は、最適なモチーフです。ガンダムを通じ、新たな技術や宇宙について多くの人が興味・関心を持つきっかけとなれば幸いです。

また、パビリオンは出展元の国名や企業名で出展する決まりになっていますが、粘り強い交渉の結果、世界で初めてIP名での出展ができることになりました。パビリオン全体をガンダムの世界観に統一し、作品を知らない方にも分かりやすい展示にしています。進捗も順調ですので、ぜひご期待ください。

中期計画の最終年度としては、これまで検討・推進してきたことを、次期中期計画にどのような形で生かすかが重要です。バンダイナムコの強みをより鮮明に打ち出しながら、引き続きファンのことを一番に考えて取り組んでいきます。

—海外でのビジネスについては？

桃井 私はバンダイの取締役として欧州のトイホビー事業も担当しており、現状はフランス、イギリス、スペインを軸に展開しています。新たに展開を試みたドイツでは、もともと自国の玩具文化が根付いており、

当初は展開が非常に難しかったのですが、現地の文化や商慣行を理解したスタッフたちとともに取り組んだことで、ようやく軌道に乗り始めました。また、イギリスのロンドンに続いてスイスのジュネーブでテストオープンした「ガシャポンバンダイオフィシャルショップ」の反応が非常に良く、今後の欧州でのビジネス拡大につなげていきたいと考えています。

海外での展開で、私たちは単に商品を売るだけでなく、同時に文化を輸出していると考えています。例え

ば、イベントでのプラモデルの組み立て体験や、ガシャポンなどに初めて触れた海外の方からは、単純に商品を購入する以上の価値を評価いただいています。

また、人材育成は海外でも重要な課題です。これまでは、主に日本から来た人材が現地の人材に、日本のIPやIP軸戦略などの教育・育成をしていましたが、今後は成長した現地の人材が日本からの若手人材を育成し、現地だけで業務を推進するサイクルを確立できるように取り組んでいきます。

ファンのことを一番に考える企業文化を強みに デジタルの時代でも伸び続ける会社を目指す

—バンダイナムコの優位性はどこにあると考えていますか？

桃井 ファンのことを常に一番に考え、それらが企業文化として積み上げられていることは、優位性だと思っています。また、新しいことを始める人を応援したいというグループの意志が、人材育成の取り組みにもつながっています。私が担当する「バンダイナムココンテンツファン」では、新たにIPを生み出すさまざまなコンテンツに対して、全体最適の視点からグループとしてプロデュースなどの支援を行います。そうして生まれたIPについては、失敗を恐れずにトライアンドエラーができるグループの実行力を生かし、ファンの方たちとともに育てていきたいと考えています。今後も個性と我慢強さを持った、ゼロからイチを生み出すことができるプロデューサーを全面的に支援していきます。

—「パーパス“Fun for All into the Future”」について感じることは？

桃井 「Fun for All into the Future」は、過去から常に私たちが思い、実行していることを改めて言語化したものだと考えています。それぞれが仕事をする中で、「Fun for All into

the Future」の目線で考え、実践していくことが理想です。

同時に、「パーパス“Fun for All into the Future”」を各国の人々がより良く理解できる方法を考えることも必要だと強く思っており、各国の社員に協力してもらいながら、パーパスの多言語化をしています。言葉が持つニュアンスを、各言語でどのように紡ぐか議論することが、みんなで「パーパス“Fun for All into the Future”」そのものを考えるきっかけとなり、多言語化はプロセスとしても価値がありました。

—仕事におけるモットーや夢について聞かせてください。

桃井 まずは伝えるということが非常に重要だと思っています。できる限り物事を複雑にしないで、相手にとってなじみのある言語で分かりやすく伝えることが基本です。「パーパス“Fun for All into the Future”」や中期ビジョンである「Connect with Fans」は、言葉こそ違うものの、もともと私の心の中にありました。会社の目標と、個人の目標が一致していると考えています。

また、私の夢としては、常にグループの役に立ちたいと思っています。



■桃井 信彦取締役のプロフィール

<経歴>

1968年12月25日生	
1991年4月	ソニー(株) (現 ソニーグループ(株)) 入社
1998年12月	ネミックラムダ(株) (現 TDKラムダ(株)) 入社
2001年10月	(株)バンダイ入社
2004年7月	同社新規事業室ゼネラルマネージャー
2016年4月	同社業務執行役員メディア部ゼネラルマネージャー
2018年4月	同社取締役欧米事業政策担当・ライフ事業カンパニー長 BANDAI ESPANA S.A.代表取締役会長 (現任)
2021年4月	(株)バンダイ常務取締役メディア政策担当、欧米事業担当 Bandai Namco Entertainment Europe S.A.S. (現 Bandai Namco Europe S.A.S.) 取締役 (現任)
2022年4月	Bandai Namco Holdings USA Inc.代表取締役社長 (現任) (株)バンダイ取締役欧米事業政策担当 (株)バンダイナムコホールディングス執行役員グループ事業戦略本部長
2022年6月	同社取締役グループ事業戦略本部長 (現任)
2024年4月	(株)バンダイ取締役欧州事業政策担当 (現任)

す。私自身の価値として、ほかの人ができない仕事や、最も難しく手間がかかる仕事に、積極的に取り組む人間でいたいです。

—読者に伝えたいことは？

桃井 バンダイナムコの、人の気持ちに寄り添う手触り感のある仕事は、デジタルが発達すればするほど今後も鮮明に残っていくと考えています。AIではなく人間が取り組む仕事として各事業を伸ばし続け、さらなる成長を目指します。引き続き、さまざまな角度からバンダイナムコグループの可能性を感じていただければと思います。



▲日本国際博覧会で出展する「GUNDAM NEXT FUTURE PAVILION」のイメージ



▲「GUNDAM NEXT FUTURE PAVILION」のジオラマ



▲スイス・ジュネーブの「ガシャポンバンダイオフィシャルショップ」

©BANDAI

“オセロで学ぶ ユニバーサルデザインってなに？” 小学生向け教育プログラム実施中

(株)メガハウスは、自社ならではのサステナブルな取り組みとして、未来を担うかけがえのない宝物である子どもたちの教育を支援したいという思いから、小学4～6年生向けの無償の教育プログラムを、教育事業を手がけるカンコーマナビネクト(株)とともに開発しました。ユニバーサルデザインを取り入れた「一体オセロ」とわかりやすい動画を組み合わせたこのプログラムでは、ユニバーサルデザインと課題発見・解決のプロセスを学ぶことができます。4月より教育機関などからの申し込みを受け付けており、6月から小学校の授業で活用されています。

オセロは、2023年に発売50周年を迎え、子どもから大人まで多くの方に親しまれています。また、凹凸のある石と盤面を一体化した「一体オセロ」は、そのユニバーサルデザインを視覚障害のある方からも高く評価されており、多くの子どもたちに楽しく学んでもらえることを期待しています。



▲「一体オセロ」(上)とオセロ石のアップ(中)、教育プログラム開催時の模様(下)

TM&© Othello, Co. and MegaHouse

Front Line

現場から

「HYPER YOYO ACCEL」展開開始

(株)バンダイ トイ事業部 企画4チーム

(株)バンダイ トイ事業部 企画4チーム

(株)バンダイ トイ事業部 事業戦略チーム

さいとう ようた
齋藤 洋太
おおむね ゆうき
大年禮 佑基
やぎした そら
柳下 大空

Q「HYPER YOYO ACCEL」開発の経緯や狙いを教えてください。

A ハイパーヨーヨーは、1997年から2014年まで断続的に展開してきた、バンダイが誇る小学生ホビーです。新シリーズを商品化するためには、過去の商品の復刻ではなくギミックや機能などの革新的な進化が必要でした。実現に長期間を要しましたが、このたび「アクセルシステム」という今までのヨーヨーにはないシステムを開発することができました。この新システムは、本体の両サイドに独立して回転する2枚のディスクがあり、手で挟んで引っ張ると回転する機構で、これまでにない最大の特徴です(日米で特許出願中)。

過去のハイパーヨーヨーでは“ロング・スリーパー”という基本的な技が最初で最大のハードルとなり、それがで

きない子どもたちがヨーヨー遊びから離脱してしまう原因になっていました。基本技から発展させてさまざまな技につながるのですが、基本技ができないことで次のステップに進めなかったのです。それを新システムの搭載によって、ひもを引っ張るだけで誰でも簡単にできるようにしました。過去の商品を分析し、子どもたちの遊び始めのハードルを低くすることで、継続して遊んでもらうことが狙いです。

Q販売の工夫は？

A もっと手軽に遊べるようにという商品の仕様に合わせて、本体の色味やデザイン、パッケージもライトな印象になるようこだわりました。子どもの趣味趣向の多様化に合わせ、さまざまな色・デザインを用意しました。また、現在の子どもはテレビより動画配信サ



齋藤(左):2011年(株)バンダイ入社。玩具の企画開発担当として、「ユニトロボーン」などのオリジナル企画を多く担当。
大年禮(中央):2021年(株)バンダイ入社。「デジモン」の玩具企画担当を経験し、前期より小学生向けホビー企画を担当。
柳下(右):2017年(株)バンダイ入社。日用雑貨の営業を経て、玩具のマーケティングやプロモーションを担当。

イトを観る時間が長くなっています。視聴時間は限られるため、販促動画はなるべく短く、かっこよく、やってみたいと思わせるような動画を多数制作しました。売り場では通常横置き店頭モニターをあえて縦置きにすることで、ちょっとした目新しさを演出しています。動画配信サイト、SNS、店頭など、どこかで映像に触れた時に、「楽しそう！やってみたい！」と思える環境をつくっています。

株主優待お申込期限のお知らせ

当社では、2024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株以上を保有いただいている株主の皆様に対して、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。

株主優待の申込期限:2024年9月30日(月)

※WEBサイトは当日中の申し込み完了、はがきは当社への必着期限です。期限を過ぎると、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月下旬にお送りした案内をご覧ください。



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製造されています。

株式会社バンダイナムコホールディングス