

BANDAI NAMCO

Fun for All into the Future

Bandai Namco News

〒108-0014 東京都港区芝5-37-8 バンダイナムコ未来研究所

Newsletter June 2025 No.80

**2025年
新体制スタート!**

特集

(株)バンダイカード事業部
トレーディングカードゲーム

Close Up

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 CEO 浅古 有寿
取締役副社長 桃井 信彦

2024年度は過去最高業績を達成、 さらなる成長へ向け 新中期計画（2025-2027年度） の成長戦略を発表

（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）の業績と今後の見通しについて発表しました。今回は、業績や各事業の動向などについてバンダイナムコホールディングス 代表取締役社長の浅古有寿に聞きました。

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 CEO
浅古 有寿

— 2024年度の業績を発表しました

2024年度の業績は、売上高1兆2,415億円、営業利益1,802億円、経常利益1,864億円、親会社株主に帰属する当期純利益1,293億円となりました。グループ全体では、すべての事業において予算を達成し、前期比においても増収増益となり、中期計画最終年度を過去最高業績という非常に良い形で締めくくることができました。

前中期計画3年間（2022-2024年度）の平均営業利益は1,291億円となり、前々中期計画（2018-2020年度）の平均営業利益824億円との比較でも、大幅にベースアップをはかることができました。今中期計画（2025-2027年度）においても、環境の変化やヒットの有無に左右されづらい収益基盤を厚く、強くすることを目指します。

事業別にみると、デジタル事業の家庭用ゲームでは「ELDEN RING」本編やその大型ダウンロードコンテンツ「ELDEN RING SHADOW OF THE ERDTREE」の販売、新作タイトル「ドラゴンボール Sparking!ZERO」がワールドワイドで大ヒットしました。トイホビー事業ではトレーディングカードゲーム（以下、TCG）やガンプラなどのハイターゲット（大人）層向けの商品など、利益率の高い商品・サービスのヒット等により業績が大きく伸長しました。また、ガンダムシリーズの劇場作品「機動戦士ガンダム SEED FREEDOM」などがヒットしたIPプロデュース事業、バンダイナムコならではの施設「バンダイナムコ Cross Store」が好調だったアミューズメント事業も好調

に推移しました。

— 2024年度の株主還元について教えてください

2024年度の株主還元については、2025年度からの新たな株主還元方針のもと、年間配当金は、安定配当と業績連動配当をあわせて合計71円とさせていただきます。配当金と、第4四半期に実施した自己株式取得をあわせると、総還元性向は62.7%となります。2025年度の株主還元については、新たな方針にのっとり、改めて検討します。

（事業別業績の詳細は5ページを、配当の詳細は11ページをご参照ください）

— 2025年度業績予想については？

2025年度は、売上高1兆2,000億円、営業利益1,450億円を見込んでいます。

バンダイナムコは、中期計画ごとに、安定した収益基盤を、厚く、強くすることを目指していますが、今中期計画の1年目となる2025年度は、前中期計画の平均営業利益の110%以上となる営業利益1,450億円を目指します。米国の関税見直しにより、主にトイホビー事業においてコスト増加などが想定されます。現時点では不透明な要素が多く合理的に見積もることができないため、業績予想には影響額を織り込んでいません。今後の動向などを見ながら、必要に応じて影響額を数値に反映したいと思います。

各事業の市場動向と 新たな展開に向けた成長戦略

— 事業別の2025年度の動向を教えてください。
トイホビー事業は？

2025年度のトイホビー事業は、引き続き、IP※、カテゴリー、地域をかけあわせ過去最高業績更新を目指します。TCGの世界各国での大型大会の開催、ガンプラ45周年などに伴い積極的なプロモーションを行うとともに、グローバル需要に対応するための生産設備増強のための投資も実施します。

ワールドワイドで規模が大きく、デジタルゲームとの親和性も高いTCG市場では、定番商品化を目指し、定期的な新商品と既存商品の販売に加え、大型のゲーム大会、店頭でのイベントやティーチングを継続することで、既存ファンの定着と新規ファン獲得を図ります。まもなく3周年を迎える「ONE PIECEカードゲーム」では、フランス語版の販売も始まりました。7月には「GUNDAM CARD GAME」を3言語で54の国と地域に向けて同時発売する予定です。このTCGは、海外のプレイヤーも強く意識した遊び方になっており、ファンや流通からも高い期待を集めています。また、ガンプラのミニチュアゲーム「GUNDAM ASSEMBLE」とのコラボによって、没入感をアップする取り組みも行います。

45周年を迎えるガンダムは、「機動戦士Gundam GQuuuuuuX」（以下、ジークアクス）の商品展開に加え、記念イベントの開催、ブランドや作る楽しさを訴求するプロモーションを実施しています。海外では、先日、ニューヨークのタイムズスクエアの広告をジャックし、本作と商品を北米ファンにアピールしました。また、ガンプラ新工場については、現在本格稼働に向けた準備



▲2025年3月29日、ニューヨークのタイムズスクエアはガンダム一色に大勢のファンで賑わった

▶新規ファン層も獲得した「機動戦士Gundam GQuuuuuuX」のガンプラ「HG 1/144 GQuuuuuuX」
©創通・サンライズ



を着々と進めていますのでご期待ください。このほか、グローバル拡大にあたっては、日本発IPやカテゴリーだけでなく現地発のIP展開にも取り組んでいます。

— デジタル事業はいかがでしょうか？

2025年度は家庭用ゲームのワールドワイドタイトルが複数大ヒットした2024年度とのタイトルラインナップの違いが大きく影響する見込みです。一方、ネットワークコンテンツについては、前年度好調だった主力アプリタイトルと「学園アイドルマスター」に加え、新規タイトルにも期待しています。

現時点で公表可能な2025年度の家庭用ゲームのワールドワイドタイトルとしては、（株）フロム・ソフトウェアとの協業タイトルで、多人数での協力型サバイバルアクションゲーム「ELDEN RING NIGHTREIGN^{ナイトレイン}」、欧州開発タイトルの「リトルナイトメア3」などを発売予定です。いずれも、海外を中心に継続的に展開していくタイトルとして販売していきます。また、新プラットフォームはチャンスととらえ、Nintendo Switch 2にも、ELDEN RINGやたまごっちなどのタイトルを発売します。リピータタイトルについては、引き続き、ダウンロードコンテンツや継続的なファンコミュニケーションで売り伸ばしをはかります。

ネットワークコンテンツでは、4月にサービスを開始した「SDガンダム ジージェネレーション エターナル」がユーザー評価も高く好調な出足です。今後もガンダムシリーズの展開と合わせた連動イベントなども実施し、デジタル分野においてもガンダムタイトルを柱とするべく育成していきます。また、2025年に「DRAGON BALL PROJECT:Multi^{プロジェクト マルティ}」もリリースします。

このほか、デジタル事業発のオリジナルIPでは、「パックマン」が45周年、「アイドルマスター」が20周年、「アイドルリッシュセブン」が10周年を迎えます。グループでの商品化、他企業とのコラボなどを積極的に行い、IP価値拡大を目指します。



◀家庭用ゲーム「ELDEN RING NIGHTREIGN」
2025年5月30日発売
©Bandai Namco Entertainment Inc. /
©2025 FromSoftware, Inc.



▶ネットワークコンテンツ「SDガンダム ジージェネレーション エターナル」好調なスタート
©創通・サンライズ

— 映像音楽事業※はいかがでしょうか？ ※旧IPプロデュース事業

映像音楽事業では、2025年度も新たなファンへのアプローチ、オリジナルIPの創出など、さまざまな映像音楽コンテンツを提供するほか、ライセンスビジネスやライブ関連ビジネスを強化します。

主力のガンダムシリーズでは、スタジオカラーとの協業作品「ジークアクス」のTVアニメ放送が始まり、大きな話題となっています。国内で、TVアニメ放送に先駆け今年の1月から公開された劇場先行版「機動戦士Gundam GQuuuuuuX -Beginning-」は、注力地域でもある北米や中国でも公開されています。現在制作中の実写版ガンダムの劇場作品公開に向けて、中期的に各事業と連携しながら、ワールドワイドでのガンダムの認知を広げ深めていきます。大阪・関西万博の「GUNDAM NEXT FUTURE PAVILION」も、おかげさまで人気が高く、さまざまな地域のさまざまな世代の方に、ガンダムの世界観に触れていただける良い機会になっていると感じています。

ガンダムシリーズ以外にも、アニメと実写の両軸で展開する「九龍ジェネリックロマンス」など多彩な作品を提供します。また、「前橋ウィッチーズ」は映像、音楽ともバンダイナムコが手掛ける期待のオリジナル作品です。映像、音楽、ライブ、地域を絡めて盛り上げていきます。

映像音楽事業の一番のミッションは良質な作品づくりですが、今後は創出したIPの価値最大化のためのライセンスビジネスも強化します。4月より事業内のライセンス部門の組織を集約し、IPの世界観をしっかり保持したライセンス展開を行います。効率化とスピードアップも追求し、変化やチャンスにスピーディに対応していきます。

— アミューズメント事業については？

組織再編を行ったアミューズメント事業は、2025年4月から新体制でスタートしました。施設と機器の企画を行う(株)バンダイナムコエクスペリエンス、施設運営を行う

(株)バンダイナムコアミューズメント、機器の開発などを行う(株)バンダイナムコアミューズメントラボの3社が、それぞれの機能を強化し、役割に特化した人材を育成します。

アミューズメント施設は、ファンとIPや商品のタッチポイントとして、重要な存在です。それに加えて、ファンの反応をグループにフィードバックする機能も果たしています。また、「バンダイナムコ Cross Store」やアクティビティ施設、ガシャポン専門店などは、バンダイナムコならではの企画として、集客面への期待から、ショッピングセンターなどから多くの引き合いをいただいています。今後も差別化された施設を国内外で出店していきます。

業務用ゲーム機では、新たな戦略製品や人気シリーズのバージョンアップ「機動戦士ガンダム E X V S 2 エクストリームバーサス2 INFINITE BOOST」の稼働などを予定しています。2025年3月からは新製品の「アイドルマスター TOURS」が稼働を開始し好評です。アイマスの原点は業務用ゲーム機です。アミューズメント事業でもしっかりファンをとりこみ、グループ内にも循環させていきたいと思っています。

360投資によるIP価値最大化とグローバル戦略の推進

— 中期計画の柱の一つでもある360投資について、具体的な進捗はありましたか？

360度全方位であらゆるステークホルダーとConnectするための戦略投資である360投資の第1号案件のアナウンスをしました。ソニーグループ(株)、(株)バンダイナムコホールディングス、(株)Gaudiyの3社は、エンターテインメントとテクノロジー領域における戦略的パートナーシップを開始し、この協業の推進にあたり、バンダイナムコもGaudiyに



◀スタジオカラーとの協業作品、「機動戦士Gundam GQuuuuuuX」
©創通・サンライズ

▶期待のオリジナル作品「前橋ウィッチーズ」
©PROJECT MBW



◀アニメと実写の両軸で展開する「九龍ジェネリックロマンス」
© 眉月じゅん／集英社・「九龍ジェネリックロマンス」製作委員会
© 眉月じゅん／集英社・映画「九龍ジェネリックロマンス」製作委員会



▲「バンダイナムコ Cross Store」を国内外で展開
上：アメリカ・ブルックリン
下：イギリス・バーミンガム
PAC-MAN™& ©Bandai Namco Entertainment Inc.
©SOTSU・SUNRISE



▲2025年3月から稼働を開始した「アイドルマスター TOURS」
©窪岡俊之 THE IDOLM@STER™&
©Bandai Namco Entertainment Inc.
©Bandai Namco Experience Inc.

出資をさせていただきました。

本パートナーシップでは、グローバルでの事業展開、IP創出などさまざまなテーマで取り組みを行います。私たちが中期計画でさらなる強化を目指すグローバル展開という観点では、Gaudiyのグループ会社が運営し、99%が海外ユーザーである日本アニメ・漫画のコミュニティサイト「MyAnimeList」を、3社の連携によって、より良いサービスに成長させていきます。そして、より多くの世界中のIPファンと広く、深くつながり、その嗜好や熱量を分析し、事業に反映させていきたいと考えています。今後もさまざまな才能を持つ外部パートナーや外部クリエイターとつながり、WinWinな関係で協業・連携していきたいと思っています。

— 最後に、読者にメッセージをお願いします

バンダイナムコグループは、お陰様で、IP軸戦略を掲

げて以来順調に業績が推移しています。今後中長期でグローバルに拡大していくことを目指す中、今このタイミングで、成長を支えるためのより強固な基盤をつくる必要があります。私の社長としての一歩の役割は、強固な基盤をつくり、社員が安心して仕事に取り組み、事業のフロントが自由闊達にチャレンジできる環境を整えることです。先日国内グループ会社の退職金制度の統一についてお知らせしましたが、これも、グループ間の人材交流などを、より活発かつスムーズにするための取り組みです。このようなグループ全体のベース整備やレギュレーション統一は今後も進めていきたいと思っています。

これからも、社員が笑顔で働き、商品・サービスを通じ世界中のファンと笑顔でつながり、社員とその家族が誇りに思えるバンダイナムコをつくっていけるよう、力を尽くしたいと思います。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。

事業報告

2025年3月期（2024年度）連結業績ハイライト

◆売上高
(億円)

2022年度	2023年度	2024年度
9,900	10,502	12,415

◆営業利益
(億円)

2022年度	2023年度	2024年度
1,164	906	1,802

◆親会社株主に帰属する当期純利益
(億円)

2022年度	2023年度	2024年度
903	1,014	1,293

◆総資産・純資産
(億円)

2022年度	2023年度	2024年度
9,263	9,718	11,026
6,521	6,998	7,932

◆ROE（自己資本当期純利益率）

2023年度	2024年度
15.0%	17.3%

◆セグメント別売上高比率

セグメント	比率
エンターテインメント（デジタル）	34.5%
アジア	8.7%
日本	69.9%
ヨーロッパ	10.1%
アメリカ	11.3%
エンターテインメント（トイホビー）	45.2%
IPプロデュース	6.9%
その他	2.7%
アミューズメント	10.7%

◆所在地別売上高比率

所在地	比率
日本	69.9%
アジア	8.7%
ヨーロッパ	10.1%
アメリカ	11.3%
エンターテインメント（トイホビー）	45.2%
IPプロデュース	6.9%
その他	2.7%
アミューズメント	10.7%

◆2025年3月期のセグメント別実績
(単位：億円)

事業分野	売上高	セグメント利益
デジタル	4,556	685
トイホビー	5,969	1,022
IPプロデュース	907	117
アミューズメント	1,414	84
その他	362	16
消去・全社	△795	△120
合計	12,415	1,802



世界市場を席巻するBANDAI CARD GAMES※ —主力IPで描く成長戦略—

※(株)バンダイが手掛けるトレーディングカードゲームブランドの総称

ONE PIECE CARD GAME

GUNDAM CARD GAME

2022年の発売から成長を続け2024年度の業績にも大きく貢献した大ヒット商品「ONE PIECEカードゲーム」と2025年7月に本格リリースする「GUNDAM CARD GAME」。主力IPを軸に(株)バンダイ カード事業部が展開するトレーディングカードゲームブランド「BANDAI CARD GAMES」のグローバル戦略について、両タイトルの統括プロデューサーに話を伺いました。

— 2022年の発売以来、「ONE PIECEカードゲーム」が好調を維持しています

若生 「ONE PIECEカードゲーム」は、これまでに1,800種類ものカードをリリースしています。ゲーム性はもちろんコレクションとしての商品価値があること、またトレー

ディングカードゲーム（以下TCG）のライトユーザーにも遊んでいただけるようにCM等のプロモーションを実施したこと、発売弾数が増えてもできるだけ複雑化しないようにシンプルなカード効果を維持している点も好調の要因です。現在は日本語、英語、簡体字、韓国語、フランス語での言語展開を行い、海外でのマス流通向け商品の展開も開始。現地ユーザーをターゲットとしたイベントや体験会、プロモーションにより、ワールドワイドのTCG市場で存在感を示すことができました。

—今後の展開にも期待が持てますね

若生 重点戦略地域である欧米は日本の3倍を超える巨大なTCG市場であり、現在「ONE PIECEカードゲーム」は欧米タイトルの中で第5

位のシェアを獲得しています。IP認知拡大の潜在性も高く、TCGをきっかけに新たな顧客へリーチすることでさらなる成長ポテンシャルが見込めます。

2025年度はこの成長機会を最大化すべく、欧米先行商品の発売やTCGコミュニティ強化施策を進めると同時にマス市場流通チャネルの開拓も推進し、持続的な成長を目指します。

— 2025年7月には新作TCGである「GUNDAM CARD GAME」の発売も控えています

梨本 TCG人気拡大を受け、バンダイナムコグループの重点IPであるガンダムシリーズでもTCG展開がIPそのもののタッチポイント拡大に大きな役割を果たすと判断しています。そこで、「GUNDAM CARD GAME」はBANDAI CARD GAMES初となるスタート時からの世界同時展開TCGとして、日本語、英語、簡体字の3言語で展開します。

—本格展開前に、2024年12月に「リミテッドBOX Ver.β」を発売しています。ファンの反応はいかがですか？

梨本 世界中のファンから高い期待を寄せていただいています。2対2のチーム戦や4人での対戦も可能で、約5cmのガンプラを使用してバトルを行うミニチュアゲームシリーズ「GUNDAM ASSEMBLE」とのコラボレーションによってバトルへの没入感がアップするという面白さも兼ね備えるなど、企画段階から日本のみならず欧米エリアでも受け入れられるゲームシステムを採用し、これまで蓄積してきたTCGノウハウを結集させています。

—両タイトルともに、グローバル戦略と生産体制について教えてください

梨本 TCG需要の増加に応えるため、サプライチェーンへの追加投資を積極的に行っています。現在は日本国



「BANDAI CARD GAMES Fest 24-25 WORLD TOUR」の様子

内生産が中心ですが、コスト最適化と地域特性への対応を考慮し、グローバルな生産体制の構築を検討しています。多言語化については、各エリアのユーザーが使用する言語を選定し、日本語から翻訳する形で開発を進めています。

中長期的な目標として、「GUNDAM CARD GAME」の発売によって、BANDAI CARD GAMESブランド全体で世界2位のシェア獲得を目指しています。

若生 2024年9月には米国・ダラスに拠点を新設しました。店舗大会や大型大会などを現地からサポートすることが主な目的で、この拠点から北米1,600店舗以上に毎月大会キットや店頭用販促物等を送付するなど、現地に根付いた施策を展開していきます。

—株主、投資家の皆さまにメッセージをお願いします

若生・梨本 (株)バンダイ カード事業部では、「ONE PIECEカードゲーム」と「GUNDAM CARD GAME」を軸に、BANDAI CARD GAMESブランドのさらなる成長を目指します。「ONE PIECEカードゲーム」は欧米市場への拡大を加速させ、「GUNDAM CARD GAME」では世界同時展開でガンダムIPへのタッチポイントを強化することで、カードゲームを通じたIP価値向上とブランド全体の成長に貢献したいと思います。ぜひご期待ください。



画像左から日本語、英語、簡体字、フランス語
上記に韓国語を加えた5カ国語で展開中



「GUNDAM ASSEMBLE」とのコラボレーションでバトルへの没入感アップ

“Connect with Fans”で 全方位のファンとつながる 「新中期計画」が始動

バンダイナムコグループでは新たな中期計画（2025-2027年度）がスタートしました。

本年度より(株)バンダイナムコホールディングスの代表取締役社長と取締役副社長にそれぞれ就任した浅古有寿と桃井信彦より、バンダイナムコが目指す方向性について株主・投資家の皆さまにご紹介いたします。



株式会社バンダイナムコホールディングス
代表取締役 CEO

浅古 有寿 Yuji Asako

<プロフィール>

1966年1月18日生
1986年4月 (株)バンダイ入社
2005年9月 当社入社、経営管理部 広報・IR/経理・財務管掌 ゼネラルマネージャー
2010年6月 当社取締役経営企画担当兼経営企画本部長
2022年4月 当社取締役CFO、CISO、CSO、経営企画本部・グループ管理本部担当
2025年4月 当社代表取締役社長CEO（現任）

—まずは自己紹介を兼ねて、お二人の子供時代を教えてください

浅古 好奇心旺盛な性格で、これは今でも同じかもしれません。いろいろなことに興味を持ってとりあえずやってみる。スポーツは一通り……結果としてあまり長続きはしませんでした。野球にバスケ、柔道、剣道などいろいろやりました（笑）。

桃井 私はちょっと変わった子供でした。大相撲が好きだったので、放課後にみんなと野球をやっている中、「そろそろ土俵入りが始まるから」って帰っちゃう（笑）。一方で、常に「他人と同じことだけをしていてはだめ」と言う母による個性派教育を受けて育ちました。

—社長・副社長の打診を受けた際はどのように思われましたか

桃井 浅古さんとはすでに3年間、仕事を一緒にさせていただき、お互いにどのような考えを持っていて、何をどんな順番で大事にしているか、どういう倫理観を持っているかはわかり合っていましたから、社長が浅古さんとうかがったときは、思わずガッツポーズしたことを覚えています（笑）。

浅古 面倒くさいことは私に任せればよかったのか？（笑）

桃井 いえいえ。厳しい仕事も、浅古さんとならやり切れると感じたからです。浅古さんは「規範のある方」。規範のある人でなければ、エンターテインメントの会社のリーダーはできないと思っています。

浅古 桃井さんに最初に会ったときは「なんていかついやつだろう」と思いましたが（笑）、桃井さんの仕事に対するアプローチは愚直で丁寧。私としても、桃井さんと

バディを組んでやれるのは嬉しいことでした。個性豊かなグループをまとめるには、誰か一人のリーダーシップというよりは組織やチームで臨むべきだと考えれば、桃井さんは頼もしいパートナーになってくれるはずなので、「よっしゃ！やるか」という気持ちになりました。とはいえ、これまでの私は事業の基盤をしっかりと築くための地道な仕事が長かったので、突然スポットライトを浴びることになり、少し驚きました（笑）。

新中期計画について

—新中期計画がスタートしました
特に注力していくことを教えてください

浅古 フロントの各事業が安心して自由闊達なビジネスを展開できる環境作りをすることが私の一番大事なミッションだと思っています。そのためには「ヒト・モノ・カネ・情報」といった経営資源の過不足もきちんと整えなければなりませんが、新中期計画では特に“ヒト”にスポットを当てていて、事業の広がりに応じた会社の土台をしっかりと支えられるような人材をもっと育てていきたいですね。

新中期計画では中長期ビジョンとして「Connect with Fans」を掲げていますが、これは商品を買ってくださるファンだけではなく、株主の皆さまも社員も取引先も含め、すべてのステークホルダーの皆さまや社会と、つながりを深めていこうという姿勢を表しています。

桃井 10年後、20年後に成長し回収できる芽を、業績が安定している時に植えておかないといけないと思っています。“CW360”※を掲げ、全方向のステークホルダーとのつながりを強化し、成長のための土台にしたいです。

その中で、私のテーマは皆で稼いだお金をどうやって投資し、次の成長につなげるか。グループにとって、ここは意外と苦手になっていた部分だと思うんです。

浅古 そうですね。稼ぐのは得意だけど、中長期を見据えた成長投資に向けたアプローチはちょっと苦手だったかもしれません。

桃井 この3年間はそこをきちんとやっていきます。そうした中、従来の事業とは違う新たな領域を攻めるには、バンダイナムコグループにないスキルを持つパートナーとア



ライアンスしながら伸ばすことも必要でしょう。全方位のパートナーとつながる“CW360”を確実に推進していくことが私の役割と認識し、最後まで攻め抜きたいと思います。

—新中期計画のキーテーマには「データの利活用」も盛り込まれています

桃井 デジタル事業で先行していたデータ分析のノウハウを他の事業にどう活かせるかということで始まった取り組みです。事業における企画やマーケティングなどの判断材料として、「感覚値や温度感」と「データ分析」は、私たちにとってはどちらも大事で、どうミックスしていい判断につなげられるかが重要だと考えています。いまや必須の要素と言えるデータの利活用ですが、若い社員を中心にもっとデータドリブンしたいという意見も現場から出ていますので、両面をにらみながら上手くサポートしたいと思っています。



株式会社バンダイナムコホールディングス
取締役副社長

桃井 信彦 Nobuhiko Momoi

<プロフィール>

1968年12月25日生
2001年10月 (株)バンダイ入社
2018年4月 (株)バンダイ取締役欧米事業政策担当・ライフ事業カンパニー長 BANDAI ESPAÑA S.A. 代表取締役会長
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 Holdings Europe S.A.S.）取締役
2022年6月 当社取締役グループ事業戦略本部長
2025年4月 当社取締役副社長グループ戦略担当（CW360）（現任）

—新中期計画最終年度の目標数値についてお聞かせください

浅古 バンダイナムコが経営統合した20年前に掲げた目標の一つが連結営業利益1,000億円でした。新中期計画最終年度にはその倍となる2,000億円という高い目標を設定していますが、このグループのポテンシャルの高さからすれば必ずや実現できるターゲットだと考えています。また、単年度の売上や利益に一喜一憂することなく、収益基盤を厚くしていくことに重点を置き、中期計画期間中の平均営業利益を約2割程引き上げていきたいと考えています。

バンダイナムコのIPビジネス

—日本のIPビジネスやコンテンツ産業が国内外から大きな期待を受けていますが、どのように受け止めていますか？

桃井 もちろん、一番の理由はアニメや漫画の原作に力があることです。それを積極的に商品・サービスやイベントを通じて海外ファンに紹介し、海外のファンの熱量をしっかりと受け止めてきました。グローバル市場における日本IPの可能性はまだまだあります。地球は広く、そこに暮らす人はすべてお客さまだとわれわれは考えていて、中東やアフリカをターゲットとする企画案も出始めています。私たちのIPビジネスには「伸びしろ

しか残っていない」という感覚を私自身は持っています。浅古 IPホルダーには、そんなバンダイナムコをいい意味で利用していただきたいと思っています。私たちは魅力ある原作の数々を大切な文化と捉え、熱い思いをもって輸出する。パートナー企業さんから「バンダイナムコと組みたい、組んでよかった」と思っていただけよう、私たちも魅力ある企業であり続けたいですね。

—では最後に、今後の抱負やニュースレターをご覧の株主・投資家の皆さまにメッセージを

桃井 バンダイナムコの「パーパス“Fun for All into the Future”」は、私たちが本当に普段から意識していることを言語化したものです。海外でも、社員同士で意味を咀嚼したうえで、自国の言語にどう訳すべきかを社員が考えて、パーパスをスペイン語やフランス語など5言語に翻訳しています。このように、私たちの目指している姿や考えを、世界中のファンに浸透させていきたいです。浅古 経営統合20周年を迎える今期、「Connect with Fans」も第2章に入り、本格的なアクションフェーズが始まります。全方向のファンに向けて世界を笑顔でつないでいきたい。私たちのエンターテインメントビジネスのさらなる拡張を目指し、新しいステージに向けてチャレンジしていくバンダイナムコグループに、ぜひご期待ください。



INFORMATION 株主の皆さまへ

2025年3月期 年間配当金について

当社では2025年4月よりスタートした中期計画において、経営を取り巻く環境や成長に向けた戦略投資に関する方針等を踏まえ、さまざまな角度から検討を行った結果、株主還元に関する基本方針を以下のとおり変更しております。

＜新たな株主還元に関する基本方針＞

当社グループの競争力を一層強化するとともに、株主への適正な利益還元を経営の重要施策と位置づけ、総還元性向50%以上を基本方針とする。

- ・DOE（純資産配当率）3.60%を下限とし、長期的に安定的な配当を実施する。
- ・資本コストを意識し、適宜自己株式の取得を実施する。

2025年3月期の期末配当金におきましても、新たな基本方針を適用し、ベース配当11円に業績連動配当49円を加え、1株当たり60円として、6月23日に開催予定

の第20回定時株主総会に上程いたします。2024年12月10日に、1株当たり11円の間配当を実施していますので、期末配当金が株主総会で承認可決されますと、年間配当金は1株当たり71円となります。また、保有資産の有効活用により資本効率の向上を図るとともに、環境変化に対応し株主還元を含めた機動的な資本政策を実行することを目的に、第4四半期に自己株式の取得を行いました。取得した自己株式の総数は7,056,300株、株式取得価額の総額は34,999百万円となり、配当および本自己株式取得を踏まえた総還元性向は62.7%となります。また、2025年4月30日付で保有する全自己株式の内10,000,000株を消却しています。

2025年3月期 年間配当金 内訳

中間配当	期末配当	合計
11円	60円	71円

株式情報

株式の状況 (2025年3月31日現在)

会社が発行する株式の総数	2,500,000,000株
発行済株式総数	660,000,000株
総議決権数	6,464,086個
株主数	52,442名



連結財務諸表・その他株式情報につきましては、当社ホームページ (<https://www.bandainamco.co.jp/ir/index.html>) をご覧ください。



株主優待制度について

対象株主

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株以上所有の株主さまが対象となります。対象の株主さまには株主優待制度に関するご案内を2025年6月下旬以降に別送いたします。（年1回実施）詳細は同ご案内でご確認ください。

優待の内容

- インターネットによる当社株主優待専用サイトからのお申し込み、または申込専用はがきによるお申し込み（500ポイント単位で選択可）
- 次の株主優待品からの選択
 - ①こども商品券（500円券）
 - ②イタリアントマトオリジナルギフト
 - 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バンダイナムコ コイン（500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

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 ～ 299 株	1,000 ポイント
300 ～ 1,499 株	2,000 ポイント
1,500 ～ 2,999 株	4,000 ポイント
3,000 ～ 14,999 株	6,000 ポイント
15,000 ～ 29,999 株	10,000 ポイント
30,000 株 ～	20,000 ポイント

※保有株式数は2025年3月末日時点のものとなります

キッズ向けサステナビリティサイト「サステナランド」開設

バンダイナムコグループは、世界中のファンの皆さまとともにサステナビリティに取り組むことが重要と考えています。特に小・中学生の皆さまにもグループが取り組むサステナブル活動を知っていただきたいという思いから、キッズ向けサステナビリティサイト「サステナランド」を2025年4月1日に開設しました。

「サステナランド」では、動画やクイズ、漫画形式でサステナビリティを学ぶコーナーなど、バンダイナムコグループが取り組むサステナブル活動をより分かりやすくご紹介することで、自分の好きなIPを通じてサステナビリティの知識を深める学習の機会につなげることも目的としています。



キッズ向けサステナビリティサイト「サステナランド」

<https://www.bandainamco.co.jp/sustainability/kids/>



バンダイナムコグループ プラスチック環境配慮方針を制定

バンダイナムコグループは、プラスチックが持つ有用性を活かし、より多くのエンターテインメントを生み出し続けていくため、持続可能なプラスチック利用に取り組んでいきます。

プラスチックが使い捨てられることで地球環境に大きな影響を及ぼしていることを重要な社会課題と考え、再生プラスチックや代替素材の活用、および資材循環型社会の実現を目指し、企業として責任ある行動に努めます。

制定年月日 2025年4月1日

プラスチックでの環境配慮について

<https://www.bandainamco.co.jp/sustainability/plastic/index.html>



Bandai Namco News アンケート

Bandai Namco Newsを最後までお読みいただきありがとうございました。アンケートにて、ご意見・ご感想をお聞かせください。今後もバンダイナムコのさまざまな情報をお届けします。次回発行は2025年12月となります。

