



'07年度の総括と'08年度の展望

Top Message

2008年度の基盤整備をステップに 次期中期経営計画では世界市場で戦うグループを目指す

バンダイナムコグループは、バンダイネットワークス(株)とバンダイビジュアル(株)の完全子会社化に続き、ゲームコンテンツ事業内の組織再編、グループの管理業務の集約など、引き続きグループ組織再編を進め、ポートフォリオ経営の基盤を強化しています。今回の巻頭インタビューは、2007年度の総括と2008年度の展望、そして来期からスタートする次期中期経営計画の方向性について、(株)バンダイナムコホールディングスの高須武男社長に聞きました。

——事業別に2007年度の総括と2008年度の方向性を聞かせてください。

高須 トイホビー事業は定番のキャラクター玩具が好調でしたが、「データカードダス」や「たまごっちプラス」シリーズが大ヒットした2006年度におよびませんでした。海外では、「BEN10」のキャラクター玩具がアメリカに加えてヨーロッパでも人気となりました。今年度は定番キャラクターと海外展開をさらに強化するとともに、バンダイの組織を一部変更し、コレクターズ事業部を新設したり、サーフブランド「Real B Voice」を独立させて事業部とするなど、大人向け商品も強化しています。

これにより主軸の玩具を強化しつつ、多様な方面で展開を進めます。

——アミューズメント施設事業が苦戦しましたね？

高須 ナムコが国内既存店舗の苦戦により、大幅な減益となりました。このため橋新社長のもと国内店舗約2割の閉鎖を進めるとともに組織改革や出退店ルールの見直しにより、収益率を回復させていく取り組みを行っています。

今回、ナムコが苦戦したのは、市場予測を見誤り素早い手を打てなかったことにあります。これは組織面で情報伝達や実行をスピーディに行うことができなかったことも原因です。そこでこのほど機構改革を行い、本部を廃止し、組織をフラットにしました。これによって、現場の状況に応じてスピーディに即断即決ができるようになりました。このほかにも出退店ルールの見直しを行うとともに、次期中期経営計画に向け、国内海外ともさまざまな角度から課題の洗い出しと対応策の検討を進め、収益性の改善を図ります。

アミューズメント施設事業は厳しい市場環境にあります。川崎にある「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」のように、他社と差別化



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 高須 武男

した施設は依然として好調です。またアミューズメント施設はファミリー向けに流れが変わっており、グループ内のキャラクターマーチャンダイジングのノウハウは、ナムコにとって強みとなると考えています。

——ゲームコンテンツ事業は？

高須 2007年度のゲームコンテンツ事業は、業務用ゲーム機も家庭用ゲームソフトも順調でした。特にバンダイナムコゲームスでは、統合による相乗効果がいい形で現れています。今年度は、家庭用ゲームソフトではルーカスアーツ社と提携し、ワールドワイドで展開する「ソウルキャリバーIV」など戦略タイトル投入に加え、総タイトル数を絞り込み収益性を向上させるとともに、マルチプラットフォーム戦略をさらに推進します。業務用ゲーム機では、カテゴリNo.1を目指す中、メダル機に注力。今夏に大型メダル機「海物語 ラッキーマリンシアター」を投入します。

(次ページに続く)

Contents

Top Message	1~3
'07年度の総括と'08年度の展望 バンダイナムコホールディングスの新組織	
Financial Data	4
2008年3月期の連結業績 関連事業会社紹介	5
株式会社バンプレスト	
CSR Topics	
海外展開	6
グループニュース	7~11
米国発キャラクター「BEN10」好調 「花やしき」リニューアルオープン 声優体験コンテンツ「アフレコ！」開発 キャラクターアバターアイテムを提供開始 藤沢周平作品「山桜」が5月31日より全国公開	
Business Angle	12~13
(株)ナムコ 橋 正裕社長	
Information	14
「ミルクィパレット」、「やじきた道中てれすこ」他	

新たな仕組みの導入により 新しいビジネスの芽を育成

— ネットワーク事業はどうですか？

高須 ネットワーク事業は、ゲームコンテンツが引き続き好調で、有料会員数が回復しています。また、インターネット上で自分だけのオリジナルキャラクターが作れる「アバター」（10ページ参照）の販売も良好です。今後もユーザーニーズにあわせ、メリハリあるコンテンツ展開を行います。

— 映像音楽コンテンツ事業は？

高須 映像音楽コンテンツ事業は、2007年度は次世代規格への移行に伴う端境期で苦戦しました。また、2008年度に次世代規格への本格移行を推進するため、市場在庫の返品を政策的に受け入れました。今年度はBlu-ray商品を強化し、パッケージの世界展開、配信などを融合させた新たなビジネスモデル構築に取り組みます。同時にこれらの戦略を実行するにあたり、最適な組織体制の検討も進めます。

— このほどバンダイが所有していた青山の土地や、ナムコが所有していた湯の川観光ホテルの株式を売却しましたが、この目的は？

高須 青山の土地は、効率的な資産運用の観点から、また事業に直結した活用予定がないことから売却することにしました。また湯の川観光ホテルについては、グループに観光ホテル経営のノウハウが少なく、専門家の方に経営していただくことがベストであろうということで以前から売却交渉を進めていたものです。今後も資産の有効活用については継続的に検討していきたいと思えます。

— この売却で特別利益が出ましたが、配当に関する基本的な考え方や資本政策を教えてください。

高須 配当に関しては、安定配当額として年間24円を基本とし、連結業

績に応じて配当性向30%を目標に株主様に還元させていただくことを基本方針としています。今回、土地の売却などで特別利益が出ましたが、事業面では計画未達でした。このため通期の配当は、1株当たり年間24円とさせていただきます。特別利益については、市場からの自己株式買い入れで還元したいと思っており、800万株、120億円を上限に、今年12月末までに取得していく計画です。なお、これまで期間損益の最終利益のうち配当を控除した残りについては、内部留保に充当してきましたが、このたび利益配分の考え方を明確にしました。従来内部留保に充当していた金額については、保有資金額、業績動向、直近の株価推移、投資案件などを総合的に勘案したうえで、その一部を自己株式の取得に充当することとしました。

エンターテインメント業界において 世界のトップランナーと互角に戦える企業を目指す

— 来年度から新しい中期経営計画がスタートしますが、基本的な方向性は決まっていますのですか？

高須 バンダイナムコグループは、2006年度より「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」をテーマとする中期経営計画を進めてきましたが、計画立案当時と大きく環境が変わったこともあり、最終年度の計数目標に関しては、皆さまのご期待に沿えず遺憾ながら2006年に発表した目標に対し未達となる見込みです。今年度は、売上よりも収益を重視した数値目標を掲げ、まずこの目標をきちんと達成することで、次の中期経営計画につなげていきたいと思っています。今、我々がアドバルーンとして掲げている長期的な目標は、「売上高

— バンダイナムコホールディングスで機構改革を実施しましたね？

高須 4月1日付でバンダイナムコホールディングスに「経営企画本部」と「グループ管理本部」を設置しました。このうち「グループ管理本部」は、バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームス、バンプレストの4社の管理部門を集約したもので、効率化と業務の標準化を目的としています。

— 新しいビジネスを育成する仕組みを導入するそうですね？

高須 新しい仕組みとして「ドリームファンド」を導入します。これは中長期的な競争力向上のための、研究・技術開発や新ビジネス創造のために、一定の予算を決め、バンダイナムコホールディングスにて配分を行い投資をするものです。各SBUは予算達成のため、単年度やSBU内の取り組みが中心となりがちですが、この仕組みにより、事業を横断した新たなビジネスの芽を育成していきたいと思えます。

1兆円、利益1,000億円、海外売上比率50%」です。この目標をいつまでに達成するかということ、次期中期経営計画を策定する中で明確にしたいと思っています。そこから逆算して、次の3か年計画の期間中に達成すべき目標を定めていくつもりです。

現在の中期経営計画は、バンダイとナムコの経営統合によるシナジーに重点を置いた内容となっていますが、次はさらに一歩踏み出し、エンターテインメント業界において世界のトップランナーと互角に戦える企業になりたいという夢を目指していきたいと思えます。もちろん、各SBUを強化し、グループ各社の持っているコンテンツやノウハウをパートナーに使ってもらうことで、お互

'07年度の総括と'08年度の展望

いにウィンウィンの関係を目指そうという「エンターテインメント・ハブ構想」の考え方は基本的に変わりませんが、この延長線上だけでは長期的目標である「売上高1兆円、利益1,000億円、海外売上比率50%」という大きな目標は達成できません。次の中期経営計画は、その達成に向けた基盤づくりが中心になると考えています。

すでに、コンサルティング会社なども加わったグループを横断したメンバーで議論を重ねており、グループ全体として目指すべき姿が見えてきました。今後は、各SBUごとに計画の策定に向けた具体的な作業を開始し、半年ほどかけて全体の骨組みをつくり、来年2月頃には中期経営計画の具体的な内容が発表できると

思います。

——今後の抱負を聞かせてください。

高須 1つは、今年2月のバンダイネットワークスとバンダイビジュアルの完全子会社化を受け、グループの中長期的なコンテンツ戦略の方向性を検討するとともに、重複している機能の統合などを進めていきたいと思っています。もう1つは、売上よりも収益を重視していく経営を推進していくことです。たとえば売上のために、点数を増やすのではなく、1点あたりの売上・利益を増やすことで収益率を改善したいと考えています。

バンダイナムコグループはエンターテインメント企業グループです。玩具、ゲーム、アミューズメント施

設、映像、音楽などのエンターテインメントを通じ世界中の子どもたちをはじめ、大人にも「夢・遊び・感動」を届けています。各分野で既存の事業や商品から脱却するのではなく、さらに強化するとともに、ターゲットや地域を広げていきたいと思っています。

我々のDNAが活用できるエンターテインメントは、その延長線上にいろいろな可能性が考えられます。それを掘り起こしていくためには、我々のたゆまぬ挑戦意欲と、ときにはM&Aなど大胆な手法も必要となります。このような前提で、次の中期経営計画、あるいはその先の長期経営計画を考えていきたいと思っています。

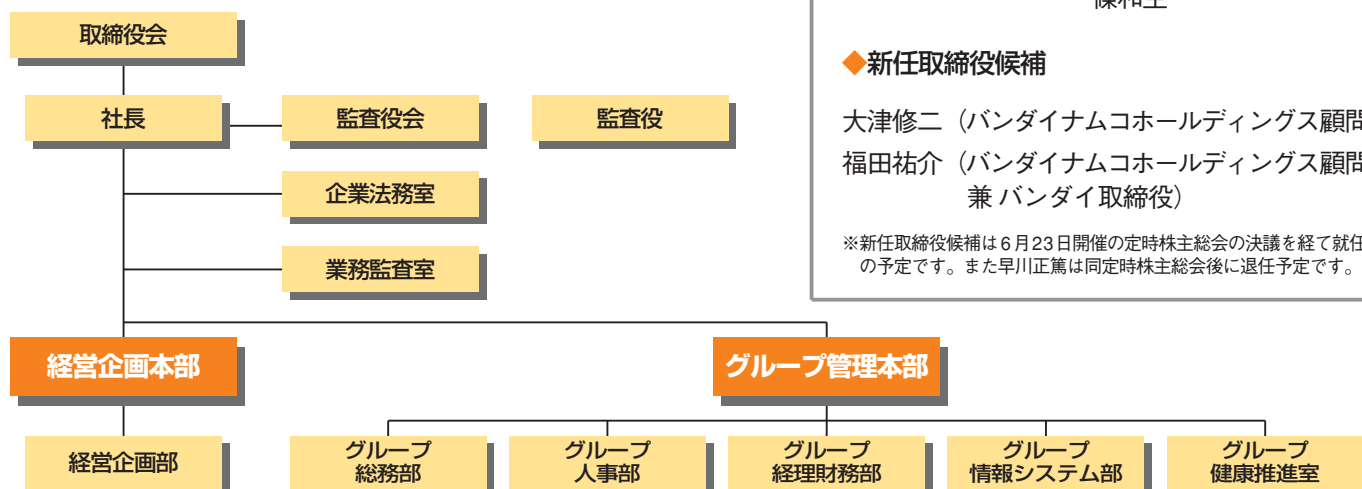
Holdings News

バンダイナムコホールディングスが機構改革

(株)バンダイナムコホールディングスは、グループ管理業務の集約に伴い、4月1日付で機構改革を行いました。まず、本部制を導入し、グループの経営戦略の推進、モニタリング、コミュニケーション活動などを行う「経営企画本部」と、グループの管理業務を集約・実施する「グループ管理本部」を設置しました。

「経営企画本部」の下に「経営企画部」を置き、「グループ管理本部」の下に、グループ4社の管理業務を行う部門を設置しました。

バンダイナムコホールディングスの新組織



取締役人事

(2008年4月1日現在)

◆バンダイナムコホールディングスの取締役

代表取締役社長	高須武男
取締役	東 純
	早川正篤
取締役 (非常勤)	上野和典
	橘 正裕
	石川祝男
	大下 聡
	川城和実
取締役 (社外)	米 正剛
	一條和生

◆新任取締役候補

大津修二 (バンダイナムコホールディングス顧問)
 福田祐介 (バンダイナムコホールディングス顧問
 兼バンダイ取締役)

※新任取締役候補は6月23日開催の定時株主総会の決議を経て就任の予定です。また早川正篤は同定時株主総会後に退任予定です。

Financial Data

2008年3月期の連結業績 売上高4,604億円、営業利益334億円で増収減益

2008年3月期の業績は、ゲームコンテンツ事業が好調に推移したものの、トイホビー事業や映像音楽コンテンツ事業は前期には及びませんでした。アミューズメント施設事業は低調に推移し事業戦略を再検討した結果、収益性改善を目的に一部の店舗の閉鎖を決定しています。また費用面では、ゲームコンテンツ事業の拠点統合や、減価償却費の制度変更などの増加要因がありました。この結果、連結売上高4,604億73百万円、営業利益334億11百万円、経常利益361億98百万円となり、当期純利益は固定資産の売却に係る特別利益の計上やアミューズメント施設の閉鎖に伴う特別損失の計上などにより、326億79百万円となりました。

◆トイホビー事業

国内では「仮面ライダー電王」や「Yes!プリキュア5」のキャラクター玩具が好調に推移しましたが、「たまごっちプラス」シリーズや「データカードダス」などのヒット商品を中心に好調に推移した前期には及びませんでした。

海外では、「POWER RANGERS」^{パワーレンジャー}「たまごっち」シリーズが堅調に推移するとともに、米国発のキャラクター「BEN10」^{ベンテン}の玩具が人気となりました。

◆アミューズメント施設事業

国内既存店の売上が前期比で94.1%となりましたが、前期および今期出店した大型店が概ね順調に推移し、売上面で補完することができました。しかしながら、利益面においては既存店の苦戦に加え、売上構成の変化に伴う粗利率の低下により低調に推移しました。

海外では、ヨーロッパで複合施設を中心に堅調に推移したものの、アメリカでは低調に推移しました。

◆ゲームコンテンツ事業

家庭用ゲームソフトでは、「ACE COMBAT 6 解放への戦火」「ドラゴンボールZ Sparking! METEOR」などを中心に、全世界へ向けた展開を強化しました。このほか国内では「SDガンダム ジージェネレーションスピリッツ」などを中心に堅調に推移し、海外ではアメリカで「NARUTO」関連のソフト、ヨーロッパで「ドラゴンボールZ」関連のソフトを中心に好調に推移しました。

業務用ゲーム機では、「鉄拳6」や「湾岸ミッドナイト MAXIMUM TUNE 3」が人気となるとともに、前期発売機器のリピート販売も業績に貢献しました。

◆ネットワーク事業

モバイルコンテンツにおいて「ドラゴンボールモバイル」などの高付加価値コンテンツから「SIMPLE 100」シリーズなどのカジュアルゲームまで、ユーザーのニーズに合わせたゲームコンテンツが好調に推移し

ました。またソリューション分野では、他社モバイルコンテンツサイトの開発・運営などの受託業務が好調に推移しました。

◆映像音楽コンテンツ事業

「コードギアス 反逆のルルーシュ」などの映像パッケージソフトや、「らき☆すた」関連の音楽パッケージソフトなどが人気となるとともに、「機動戦士ガンダム劇場版メモリアルボックス」^{ダブルオー}や「機動戦士ガンダム00」のDVDパッケージソフトの販売を開始しました。しかしながら、業界全体が低迷する中、DVDソフトの販売が低調に推移するとともに、本格的なBlu-ray Discへの移行を見据えて期末に一部商品の返品引当を計上し、全体としては苦戦しました。

<配当金について>

配当金については、安定配当部分である年間24円といたします。なお、保有資産の有効活用と経営環境の変化に対応した機動的な資本政策実行を目的に、2008年4月1日～12月30日の期間に、800万株・120億円を上限に自己株式の取得を行う予定です。

◆2008年3月期の連結業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
当期実績(2008年3月期)	460,473	33,411	36,198	32,679
前期実績(2007年3月期)	459,132	42,224	45,615	24,252
前年比増減率	0.3%	▲20.9%	▲20.6%	34.7%
2009年3月期の業績予想	470,000	38,000	39,500	22,500

※見通しに関しては種々の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。

事業セグメント別実績

(単位:百万円)

事業分野	売上高	営業利益
トイホビー	180,164	14,309
アミューズメント施設	89,829	1,631
ゲームコンテンツ	145,672	14,793
ネットワーク	12,044	904
映像音楽コンテンツ	36,949	3,832

※上記事業セグメント別実績にその他事業は含まれていません。また内部取引・全社費用消去前の数値を記載しています。

地域セグメント別実績

(単位:百万円)

地域	売上高	営業利益
日本	346,736	24,480
アメリカ	52,623	2,318
ヨーロッパ	46,387	6,830
アジア	14,726	2,854

※上記地域セグメント別の売上高は外部企業への売上を記載しています。

Affiliated Business Companies

グループ組織の再編で「新生バンプレスト」誕生 幅広いターゲットに景品などを展開

バンダイナムコグループは、ゲームコンテンツ事業におけるノウハウやリソースの有効活用を目的に、(株)バンプレストの家庭用ゲームソフト事業と業務用ゲーム機事業を今年4月に(株)バンダイナムコゲームスに移管・統合しました。これにより、バンプレストはバンプレスト販売(株)とBANPRESTO (H.K.) LTD.の株式を含む景品事業を新設会社である新生バンプレストに承継しました。

新生バンプレストは、アミューズメント施設向けのプライズ景品の企画・開発・販売を行う「プライズ事業」と、コンビニエンスストア向けのスピードくじ「一番くじ」の企画・開発・販売を行う「ロト事業」を中心に展開しています。最近では、オリジナルキャラクターの「カピバラさん」など、女性やファミリー層の開拓にも積極的に取り組んでいます。また、バラエティ雑貨・ピンズなどの企画・開発・販売を行う「新規事業」を「プライズ事業」「ロト事業」に続く柱として育成しており、コインをパクパク食べる貯金箱「FACE BANK」(2007年8月発売)が8か月で18万個以上を販売するなど、幅広いターゲットに向けた商品展開を行っています。

新生バンプレストでは、家庭的な心温まる愛や親子のふれあいをテーマとした商品と遊びの空間を提供することで、“心の豊かさ”、“潤い”、“安らぎ”を提案し、社会的に広く認知されることを経営のビジョンとしています。この経営ビジョンにのっとり、今後も「愛ディア YOUモア」を提案し、バンプレストならではのワクワクさせる物づくりを行っていきます。



女性層・ファミリー層をターゲットにしたキャラクター「カピバラさん」
©TRY WORKS

株式会社バンプレスト

所在地 東京都品川区東品川4-12-2
 設立 2008年4月
 代表者 代表取締役社長 吉川昌之
 事業 アミューズメント施設・コンビニエンスストア向け景品、日用雑貨の企画・開発・販売

お客さまを驚かせる“モノづくり”と品質管理の徹底に努めます

このたび、家庭用ゲームソフトと業務用ゲーム事業がゲームコンテンツSBUの主幹会社であるバンダイナムコゲームスへ移管・統合されました。



吉川昌之社長

この再編により設立された新生バンプレストは、景品事業に専門特化した企画開発会社として、変化の激しいアミューズメント市場のニーズを素早く捉え、長年培ってきたキャラクターマーチャンダイジングのノウハウと実績を活かして、お客様が「こんな商品見たことない!」と驚くような“モノづくり”を推し進めてまいります。

また、夢と感動を創造する企業として、“モノづくり”はもちろんのこと、お客さまに安心で高品質な商品・サービスを提供できるよう品質管理の徹底に努め、キャラクタービジネスの魅力を高めると同時に、一人でも多くのバンプレストファンの獲得を目指してまいります。

CSR Topics

洞爺湖サミットのカウントダウンイベント協賛など「YOSAKOIソーラン祭り」を応援

バンダイナムコグループはエンターテインメント創造に挑戦する人々を応援することを目的に、2007年度に続き、6月4日～8日に北海道で開催される「第17回札幌YOSAKOIソーラン祭り」と全国10都市以上で開催される同様の祭りに協賛します。6月の「第17回札幌YOSAKOIソーラン祭り」では、7月に開催される洞爺湖サミットのカウントダウンイベントとして、世界平和と環境をテーマに開催されるオープニング企画を「EARTH DAY inワールドソーラン Presented by バンダイナムコ」として、オリジナルデザインのハッピーを提供するなど応援します。また、「YOSAKOIソーラン祭り」の新イメージキャラクター「ヨサコイ チャビ」の企画には、バンダイナムコグループでオリジナルキャラクターの企画・開発・育成などを行う(株)キャラ研(相原博之社長)が協力しています。このほか、会場でのオリジナルグッズの配布、全国で開催される祭りに参加者への応援を行います。



イメージキャラクターの「ヨサコイ チャビ」

©Yosonet/CHARAKEN・ROBOT

ミャンマー・サイクロン被害および中国四川省地震災害救援金の送付について

バンダイナムコホールディングスは、このたびのミャンマー・サイクロン被害および中国四川省地震の被災地の皆様を支援するための救援金として、バンダイナムコグループを代表し、日本赤十字社を通じてそれぞれ300万円の合計600万円を送付しました。被災地の1日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

Overseas Business Activities

香港にグループシナジーを活かした
大型アミューズメント施設をオープン

バンダイナムコグループで、香港地区のアミューズメント施設の企画運営を行うNAMCO ENTERPRISES ASIA LTD. (猪野修平社長)が4月19日に香港中心部の銅鑼灣にあるワールドトレードセンター9階にアミューズメント施設「ワンダーパークプラス」をオープンしました。

「ワンダーパークプラス」は、バンダイナムコグループのシナジーを活かした大型施設で、海外初登場となる「機動戦士ガンダム 戦場の絆」が8台設置されているほか、「太鼓の達人11 亞洲版」「パシャパシャシール たまごっちとたまごちゃん」など、約200台の業務用ゲーム機が設置されています。

また、「初代ガンダム RX-78」「シャア専用ザク」「まめっち」「めめっち」などのキャラクター立像が設置されていたり、「太鼓の達人」の内装が施されるなど、グループ関連コンテンツが満載となっています。このほか、BANDAI ASIA CO., LTD.がホワイトベースをイメージしたキャラクターグッズショップも展開しています。

オープンに先駆けて、4月17日にオープニングセレモニーを行い、報道関係者など160名以上が来場し、大盛況となりました。

「ワンダーパークプラス」の初年度の来場者は100万人を見込んでいます。



4月17日に行われたオープニングセレモニーに参加したバンダイナムコホールディングスの高須武男社長(左)とNAMCO ENTERPRISES ASIA LTD.の猪野修平社長(右)

アジア地域にトイホビー事業の
新会社2社を設立

バンダイナムコグループでは、トイホビー事業強化のためにアジア地域に新会社2社を設立しました。

まず、従来BANDAI (H.K.) CO.,LTD.の生産管理・品質保証部門の拠点として機能してきた深圳地区のオフィスを、BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.として法人化し、玩具の生産における管理・品質保証をさらに徹底・強化します。将来的には日本で行っている量産前の各種検査を行い、生産リードタイムの短縮を図るほか、現在第三者に委託している協力工場の労働環境監査についても新会社で実施していく方針です。

また、今後さらなる経済発展が見込める西南アジア地域には、BANDAI SOUTH ASIA PTE.LTD.を設立し、5月より本格的に稼働を開始。西南アジアおよびオセアニアにおける玩具・模型などの販売及びマーケティングを強化します。

■ BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.

資本金 2.6百万US \$
設立 2008年4月
代表者 代表取締役社長 平野雄二
事業 品質保証及び品質管理業務、協力メーカーの生産管理及び工場監査などの委託業務

■ BANDAI SOUTH ASIA PTE.LTD.

資本金 1.0百万S \$
設立 2008年2月
代表者 代表取締役社長 平野雄二
事業 西南アジア・オセアニアにおける玩具・模型などの販売及びマーケティング

バンダイナムコグループの情報検索サイト
「バンダイナムコ.Net」オープン

バンダイナムコグループが運営するWEBサイトや、商品情報が検索できるポータルサイト「バンダイナムコ.Net」がオープンしました。このサイトでは、カテゴリーやキャラクター名でWEBサイトや商品情報が検索できるほか、グループのオススメ情報を提供する特集ページなどで構成されています。また、ユーザーが過去にどのようなページを見たかという履歴をもとに、嗜好が似ているほかのユーザーがどのような商品をチェックしているかがわかる機能も盛り込んでいます。

URL <http://www.bandainamco.net/>



米国発のキャラクター「BEN10」が好調 4月より北米にてTV新シリーズがスタート

2006年にCartoonNetworkで放送がスタートした「BEN10」が、全世界50か国以上で放映され、6～10歳男児の人気キャラクターとなっています。現在バンダイナムコグループでは、北米だけでなく欧州やアジアでの商品展開を進め、主力商品である変身アイテム「Omnitrix」は全世界で累計販売数が200万個を突破。イギリスでは2007年の「TOY of the year (ボーイズ部門)」を受賞しました。グループの2007年度のキャラクター玩具売上は約70億円となり、パワーレンジャーに続く海外男児向けキャラクターの柱として着実に成長しています。

今年4月からは、主人公のベンが15歳になる新シリーズのアニメ「BEN10 ALIEN FORCE」の放映が北米でスタート。これに合わせエイリアンのフィギュア「4 inch figures」(\$ 4.99) や、ベンの変身アイテム「Ultimate Omnitrix」(\$ 19.99)などを7月から発売します。

今後は昨年度好調に推移したイギリスとフランスでの商品展開をさらに強化するほか、スペインでの商品展開もスタートします。また、昨年より展開が始まったアジア地域でさらに拡販し、海外市場における柱として、強化していきます。



「Ultimate Omnitrix」
TM&©2008 Cartoon Network

<BEN10 ストーリー>

主人公の少年ベン・テニソンは、ある日落下した隕石の中から腕時計を見つけます。ベンはそれを使って10種類のエイリアン・ヒーローに変身し、宇宙から襲い来る敵と戦います。

実写TV番組「ケータイ捜査官7」に登場する 携帯電話玩具シリーズを展開

近未来を舞台に携帯電話型ロボット(ボディ)が活躍する実写番組「ケータイ捜査官7」(テレビ東京系/毎週水曜夜7時～)が好評放映中ですが、このほど(株)バンダイ(上野和典社長)が番組に登場するアイテムを商品化した「DXフォンブレイバー7」(5,250円)を発売しました。モバイルフォーム(携帯状態)時には、「フォンブレイバー」のさまざまなおしゃべりが楽しめ、番組内に登場するネットワーク犯罪に対抗する秘密組織「アンカー」の一員になった気分が味わえます。アクティブフォーム(ロボット状態)時には、液晶がさまざまな色に発光して表情が変化します。また、別売りの「ブーストフォンシーカー」(2,940円)や「ブーストフォンスピーカー」(2,940円)と組み合わせて楽しむことができます。バンダイは同商品を「ブーストフォン」シリーズとして、番組と連動しながら年間を通じて新商品を投入していきます。



©WiZ・Production I.G・ボディ携帯プロジェクトLLP/テレビ東京

仮面ライダーキバ 4フォーム変形DX仮面ライダーキバ

発売中/3,465円 (株)バンダイ

番組内でも印象的なキバフォーム、ガルルフォーム、バッシュフォーム、ドッグフォームの4フォームへの変身を超絶変形で再現したフィギュアです。高密度ボディ全高約220ミリの中に4フォームを秘め、キックシーン再現ギミックも搭載。ベルト背面部のダイヤル操作でキバットの目の色がチェンジし、それぞれのフォームを再現できます。ガルルフォーム時に使用するガルルセイバー、バッシュフォーム時のバッシュマグナム、ドッグフォーム時のドッグハンマーも付属しています。



©2008 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

むげん ∞エダマメ

(顔デザイン全12種+シークレット1種)
発売中/630円 (株)バンダイ

累計販売数200万個を突破した「∞プチプチ」に続く、「∞にできるシリーズ」の第2弾。豆を押すと豆がつまみ出され、手を離すと引っ込む仕組みになっており、枝豆をつまみ出す感触をいつでも、どこでも、何度でも楽しめます。3粒の豆のうち、真ん中の豆には顔が描いてあります。主なターゲットは20代～30代の男女で、雑貨店、百貨店、専門店の玩具売場や玩具専門店などで販売し、2008年9月までに100万個の販売を目指しています。



©2008 BANDAI・WiZ

データカードダス ワンピース ワンピースベリマッチ

5月下旬より順次導入/1回1枚100円 (株)バンダイ

カードの累計販売数が4億7,000万枚を突破したデータカードダスに、「From TV animation ONE PIECE」が初登場。筐体画面でアクションバトルを繰り広げます。ターゲットは小学校の中高学年の男子に加え、「週刊少年ジャンプ」連載、テレビアニメ放映で10年を超える人気キャラクターならではの20代男女のワンピースファンも見込んでいます。データカードダスでワンピースを展開することで、さらなるターゲット拡大を図ります。



右:データカードダス筐体
左上:プレイ画面 左下:カード

©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©BANDAI 2008

「NAMCOLAND鳳店」オープン 仮面ライダーキバがお祝いに参上

(株)ナムコ(橋 正裕社長)は、東映(株)とコラボレーションした大型アミューズメント施設「NAMCOLAND(ナムコランド)鳳店」(約600坪)を、3月に大阪府堺市の大型ショッピングセンター・アリオ鳳の3階にオープンしました。

オープン当日は、仮面ライダーシリーズやスーパー戦隊シリーズなどの東映のキャラクターとコラボレーションした無料遊具コーナー「ヒーローズキャンプ」に、「仮面ライダーキバ」がお祝いに駆けつけ、握手会を開催。約1,000人のお客様が「NAMCOLAND鳳店」ならではの感動を体験しました。

そのほか、景品獲得ゲーム機などの楽しさを体験できる無料イベント「景品100個取れるまでチャレンジ」など、さまざまなイベントを行い、多くのお客様に楽しんでいただきました。今後も同施設では年間通じてキャラクターショーなどさまざまなイベントを開催していきます。



オープン初日に行われた「仮面ライダーキバ」による握手会 ©2008 石森プロ・テレビ朝日・東映

「花やしき」リニューアルオープン 地元商店街と連携し江戸町風に景観整備

(株)花やしき(田中英利社長)が、地元浅草の「花やしき通り商店街」と連携して江戸町風の景観整備を行い、「花やしきエンターテイメント通り商店街」として3月29日にリニューアルオープンしました。

園外の商店街に面した「大江戸ステージ」や、園内にある「フラワーステージ」では、日本のアクション・スタントのパイオニアである「JAE」(旧JAC)のタレントが、派手なアクションを交えてネオ時代劇「忍術武芸帖」を繰り広げ、連日、お客様を楽しませています。また、園内では、「水戸黄門様ご一行」「お姫様」などのパフォーマンスが行われるほか、忍者・侍・お姫様などの衣装を着て写真撮影ができる「なりきり屋」も新たにオープン。さまざまな「江戸町エンターテイメント」が繰り広げられています。



写真上:江戸町風にリニューアルした花やしき
写真下:新設された「大江戸ステージ」

*「大江戸ステージ」や「フラワーステージ」では、全国各地の「忍者」たちが勢揃いし、自慢の奥義を競い合い、忍術を応酬するアクションショー「忍術武芸帖」を公演している。

接客日本一を決めるコンテスト 「N1グランプリ」の優勝者決定

接客ナンバーワンスタッフを決める「N1(ナムコ ロケーションスタッフ ナンバーワン)グランプリ」で、(株)ナムコのプリッツ広島店に勤務する吉長美鈴(写真)が、グランプリに輝きました。大会当日は各地区の予選を勝ち抜いたナムコと(株)プレジャーキャスト(山本宏史社長)の代表者13名により、ロールプレイング形式で接客技術を競いました。吉長は終始、丁寧に親近感に満ちた元気な笑顔と、おもいやりのある接客を展開し、激戦を制しました。



なお、吉長は、接客などに必要な知識やコミュニケーション能力を測る(財)実務技能検定協会主催の検定試験「サービス接客実務検定」1級において、最も優秀な成績を修めた1名に対して授与される文部科学大臣賞も受賞しています。

ナムコでは今後もお客様に満足いただけるように、日本一の接客サービスを目指し、施設運営を行っていきます。

ナムコ新店舗情報

5月から夏にかけて、山口県、大分県、兵庫県、広島県にナムコのアミューズメント施設が続々オープン予定です。ご期待ください。



※オープンに関する情報は変更になる可能性があります。
なお、画像はイメージとなります。

アニメと声の合成映像を再生する 声優体験コンテンツ「アフレコ！」開発

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)は、(株)エクシングが展開する通信カラオケ「JOYSOUND」の専用声優体験コンテンツ「アフレコ！」を開発。3月に開催された「東京国際アニメフェア」に出展し、好評を博しました。



©2008 NBGI

「アフレコ！」は、撮影された映像に後から音声を録音する手法である“アフレコ”を、声優になった気分で手軽に楽しめるようにした新たなカラオケ専用コンテンツです。好きなアニメーションとシーンを選び、「お手本」を見た後に台詞に沿って「収録」すれば、アニメーションと声の合成映像が「再生」されます。歌手になりきって歌うカラオケと同様に、声優を体験する人も、周囲で見ている人たちも、一緒になって盛り上がるすることができます。

フライトシューティングゲーム 「スカイ・クロラ(仮) (Wii専用) 今秋発売

バンダイナムコゲームスは、Wii専用ソフト「スカイ・クロラ(仮)」を2008年秋に発売します。本作は8月2日に公開される押井守監督の劇場アニメーション映画「スカイ・クロラ The Sky Crawlers」の世界観をそのままに、オリジナルのキャラクターたちが新たな物語を描くドラマチックなフライトシューティングゲームです。



©2008 森博嗣/「スカイ・クロラ」製作委員会 ©2008 NBGI ©GeoEye ©JAPAN SPACE IMAGING CORPORATION

Wiiの拡張コントローラである「ヌンチャク」をプロペラ機の操縦桿に見立て、前後左右に傾けてプロペラ機の上昇・下降・旋回を行い、敵機を撃ち落とします。Wiiならではの分かりやすい直感的な操作で目の前に広がる大空を自由に飛び回り、敵を撃墜する爽快感を誰でも味わうことができます。また、機体に映る光の加減や戦闘機が雲を突き抜けていく爽快感を描き出しているほか、遙か上空の深く青い空、量感のある白い雲、プロペラ機ならではの浮遊感も美しく表現するなど、バンダイナムコゲームスがエースコンバットシリーズなどで培った開発技術を活かした作品となっています。

ニンテンドーDS専用ソフト 「めっちゃ！太鼓の達人DS 7つの島の大冒険」

発売中/5,040円 (株)バンダイナムコゲームス

「太鼓の達人」シリーズの最新作である「めっちゃ！太鼓の達人DS 7つの島の大冒険」が、ニンテンドーDS専用ソフトで発売されました。前作から全曲を入れ替え、最新の楽曲から今話題の楽曲まで盛りだくさんの楽曲が詰まっており、“バチベン”で音楽を演奏する楽しさだけではなく、ストーリー形式でライバルと演奏対決しながら道場破りの冒険をする「道場やぶり」モードを新たに追加。「演奏で敵キャラクターに勝つ」という新しい遊び方で、「太鼓の達人」の演奏をさらに楽しむことができます。



©2000-2008 NBGI

業務用ゲーム機「海物語 ラッキーマリンスター」

今夏導入予定 (株)バンダイナムコゲームス

パチンコ市場で絶大な人気を集めている「海物語」シリーズが、イメージをそのままにメダルゲーム機として登場します。32インチの大型液晶モニターを6面設置し、映像をつなげて海中を表現しました。メインキャラクターの「マリンスター」が、モニター内を軽やかに泳ぎまわります。シンプルで分かりやすいゲームルールの中にも、大がかりなメカミックを用意。「ジャックポット抽選」では、大型液晶モニターがせり上がり、中央の巨大抽選機が出現して抽選が行われます。



©SANYO BUSSAN CO.,LTD. ※「海物語」は株式会社三洋物産の登録商標です

アミューズメント専用景品 「機動戦士ガンダム ガンダムヘッド型ファン」

導入中 (株)バンプレスト

「機動戦士ガンダム」のヘッドをモチーフとした卓上ファン「機動戦士ガンダム ガンダムヘッド型ファン」が、5月より全国のアミューズメント施設に登場しました。頭部の両サイドのカバーを開くと左側がファン、右側がスイッチとなっており、卓上で心地よい風を楽しむことができます。また、ファンとして使用しない時は、鑑賞用フィギュアとして飾っておくこともできます。景品の種類は原作に忠実な彩色のノーマルバージョンと、涼しげなスケルトンの全2色です。



©創通・サンライズ

au携帯電話の「au oneアバター」で キャラクターアバターアイテムの提供を開始

バンダイネットワークス株式会社(天下 聡社長)は、自分のオリジナルキャラクターを作って遊ぶことのできるau携帯電話のコミュニケーションツール「au oneアバター*」向けに、「機動戦士ガンダム」「機動戦士ガンダムSEED DESTINY」「フモフモさん」のキャラクターを使用したアバターアイテムの提供を開始しました。自分の分身であるアバターに、キャラクターのコスチュームを着せたり、ぬいぐるみを持たせたりして、自分だけのオリジナルアバターが作成できます。今後もバンダイネットワークスでは、KDDI株式会社および沖縄セルラー電話株式会社と共同で、「au oneアバター」をより楽しく使っていただけるようにサービスを充実していきます。なお、価格は315～420円で、料金はアイテムごとに異なります。



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・毎日放送



©SHINADA CO., LTD.

*au one アバター
EZアプリを使って顔や髪型、服装などさまざまなアイテムを組み合わせることで自分だけのオリジナルキャラクターを作ることができるサービス。作成したアバターを使ってファッションコンテストへ参加したり、デコレーションメールのテンプレートを作成することができます。携帯電話はもちろん、PCからも利用可能。

マンガ「ふびん系ネコドナドナちゃん」

発売中/880円 バンダイネットワークス株式会社

小・中学生を中心とした情報交換サイト「サークルリンク」で好評連載中のマンガ「ふびん系ネコドナドナちゃん」(ホシノユミコ著)が、本になって登場しました。ふびんな仔猫「ドナドナちゃん」と食料(たまご)から生まれたツンデレひよこ「ピヨちゃん」の、ちょっとふびんで心あたまるストーリーです。また、書籍発売を記念したマグカップやTシャツなどのオフィシャルグッズも、e-コマースサイト「ララビットマーケット」(URL <http://lalabitmarket.channel.or.jp/>)で限定で販売しています。



「ドナドナちゃん」



「ピヨちゃん」

©2008 ホシノユミコ & TYRELL SYSTEMS・サークルリンク

Portrait

携帯電話向け人気コンテンツ「ONE PIECE モバイルジャック」の担当者

バンダイネットワークス株式会社 コンテンツ事業部ゲーム&サービスグループ 近藤貴浩、桑原 顕、講元大輔

バンダイネットワークス株式会社の携帯電話向けコンテンツ「ONE PIECE モバイルジャック」は、人気コミック「ONE PIECE」のキャラクター総合サイトで2005年夏にサービスを開始し、現在会員数が10万人を超える人気となっています。今回はこのコンテンツを担当するコンテンツ事業部の近藤貴浩、桑原顕、講元大輔に話を聞きました。

Q コンテンツの内容を教えてください。

A 「ONE PIECE モバイルジャック」は、累計販売数が1億部を突破した大人気コミック「ONE PIECE」を題材にし、人気キャラクターがさまざまな種類のゲームやメールアプリに登場するなど、「ONE PIECE」の世界観を携帯電話で楽しむことができる複合型エンターテインメントコンテンツです。

Q コンテンツを上げたきっかけは?

A 「ONE PIECE」という幅広い層に支持されているキャラクターのサイトを作りたいと思っていた時に、原作者の尾田栄一郎先生より「ONE PIECE」のメールアプリができないかというアイデアをいただきまして、これにミニゲームをプラスする形でサイトをスタートさせました。会員の皆様の

声を聞きながらより高い満足感を追及し、改良やコンテンツの追加を行ってききましたが、2006年からRPGと対戦格闘ゲームのサービスを開始してから利用者が急増しました。

Q RPGと対戦格闘ゲームが人気の理由は?

A RPGに関しては、原作のシナリオを壊さないようにゲームに落とし込んだところがファンの皆様に受け入れられたのだと思います。今後も原作の要素は活かしながら、お客様の声を取り入れていきたいと思っています。対戦格闘ゲームは、迫力のある演出と格好良さを突きつめているところでしょうか。原作に登場する新キャラクターをすぐに登場させていることや、カレンダーにあわせたイベントの要素も支持されているようです。また、サイト名の「モバイルジャック」、略して「モジャ」と呼んでいただいています。この妙に印象に残る響きもよかったです。

Q 開発する上で大変なことは何ですか?

A 家庭用ゲーム機と違って対応機種が非常に多いことです。携帯電話の機種によって性能もそれぞれ違いますので、高機能だけにこだわるのではなく、なるべく会員の方



左から桑原 顕(対戦格闘ゲームディレクション)、近藤貴浩(全体統括)、講元大輔(RPGディレクション)

全員が同じように楽しんでいただけるものを心がけています。

Q 今後の展開を聞かせてください。

A 毎月定額をいただいて運営していますので、常に飽きさせない新しいものを提供し続けなければいけません。また、「ONE PIECE」のファンは小学生も多いことから、月額315円のこのサイトで「ONE PIECE」のさまざまな遊びが楽しめるようにする必要があります。そのために、今後もお客様の要望を取り入れた改良とコンテンツの追加を随時行い、お客様のニーズに合わせた運用を行ってきたいと思います。

バンダイビジュアルが製作参加した 藤沢周平作品「山桜」が5月31日より全国公開

バンダイビジュアル(株)(川城和実社長)が製作参加した映画「山桜」が、5月31日より全国公開されます(原作者の藤沢周平さんの故郷である山形県では4月から先行公開中)。

失意の日々を毅然と耐えて過ごす人びとを描き、今なお絶大な人気を誇る藤沢周平作品。その中でも名作として名高い短編時代小説「山桜」を映画化。江戸時代後期の海坂藩を舞台にした切ない恋物語を、北国の美しい四季の情景とともに描きます。

不幸な結婚生活に耐える主人公・野江には初の時代劇出演となる田中麗奈。正義感に満ちた武士を演じるのは3年ぶりの映画出演となる東山紀之。ほかにも篠田三郎、檀ふみ、村井国夫、富司純子などの豪華キャストを得て、文庫本でわずか20ページほどの短編に描かれた人間ドラマが、奥行き深く、端正に、美しく映画化されています。監督は「はつ恋」で田中麗奈の魅力を引き出した篠原哲雄。



©2007「山桜」製作委員会

監督初挑戦の時代劇で田中麗奈の新たな一面を引き出しています。

また、藤沢作品映画「蝉しぐれ」に続き、一青窈がテーマ曲「葉」を歌い、感動の余韻を残します。

是枝裕和監督の最新作 「歩いても 歩いても」6月公開

バンダイビジュアルが製作参加している是枝裕和監督の最新作「歩いても 歩いても」が、6月28日より全国公開されます。

この作品は、「誰も知らない」でカンヌ国際映画祭最優秀男優賞(主演:柳楽優弥)を受賞した是枝裕和監督の最新作で、成人して家を離れた子供たちと老いた両親の夏の一日をたどるホームドラマです。実力派の阿部寛が、父へのコンプレックスを克服できない不器用で、平凡な主人公を等身大のリアリティで演じ、樹木希林が家族の中心となる母親を演じます。また、夏川結衣、原田芳雄、YOU、寺島進といった豪華キャストが参加。特別な事件が起きるわけではない24時間の家庭劇には、家族の関係や歴史が刻み込まれ、家族というものの愛しさ、厄介さ、人の心の奥底に横たわる残酷さが浮かび上がってきます。是枝監督が「自分にひとつも嘘をつかずに作れた」と語る自信作です。



©2008「歩いても歩いても」製作委員会

Blu-ray Disc、DVD「マクロスF (フロンティア) 1」

7月25日発売予定/バンダイビジュアル(株)
Blu-ray Disc:5,040円、DVD:3,990円

2008年4月からTV放送を開始したマクロスシリーズ25周年記念作品「マクロスF (フロンティア)」のBlu-ray Disc & DVDが、7月に登場します。原作・総監督・バルキリーデザインを務める河森正治のもと、新進気鋭のスタッフが集結。最新の3DCGとハイクオリティ2Dアニメーションの融合が魅了する恋と友情と、惑星の運命が交差する超銀河ラブストーリーです。初回特典は「娘々(にゃんにゃん)五十周年記念グッズ」、毎回封入特典は16ページのライナーノートが付属します。 ©2007 ピックウエスト/マクロスF製作委会・MBS



Blu-ray Disc、DVD「コードギアス 反逆のルルーシュ R2 Volume 01 <.ANIME>特別セット」

8月22日発売予定/株アニメチャンネル
Blu-ray Disc:4,200円、DVD:3,150円

毎週日曜午後5時より全国ネットで大人気放送中のTVアニメ「コードギアス 反逆のルルーシュ R2」を、8月22日にBlu-ray DiscとDVDで同時発売します。初回特典としてCLAMPの美しいエンディングイラストを使用したポストカードセット(全8枚)と、特製ラジオCDが付き、さらに映像特典には「R2」の先行上映会レポートやイラストドラマなどを収録するという豪華な内容です。(株)アニメチャンネルでは、オリジナル特製ポストカードセットを付属した<.ANIME>特別セットを販売します。



©SUNRISE/PROJECT GEASS・MBS Character Design©2006-2008 CLAMP



株式会社ナムコ 代表取締役社長 橋 正裕

アミューズメント施設事業の中核を担う(株)ナムコが、厳しい市場環境の中で収益性改善を図るため、約2割の国内施設閉鎖を決めるとともに、4月1日付で大幅な機構改革を実施するなどさまざまな施策を推進しています。今回はナムコの新社長に就任した橋 正裕に、アミューズメント施設事業の現状と今後の計画を聞きました。

■橋 正裕 (たちばなまさひろ) 社長のプロフィール

<経歴> 1951年4月16日生 兵庫県出身
大阪大学基礎工学部卒業
78年4月 (株)ナムコ入社
86年7月 営業部長
88年6月 取締役営業担当代理兼営業部長
89年6月 常務取締役営業担当兼営業部長
94年6月 代表取締役常務取締役
02年5月 常務取締役経営戦略本部長
04年4月 代表取締役専務取締役CTカンパニープレジデント兼CT編成局長
05年4月 専務取締役
05年9月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役
08年4月 (株)ナムコ代表取締役社長

経営判断と実行のスピードアップを図るとともに 店舗ごとにマーケティングを推進

— アミューズメント施設市場の現状を教えてください。

橋 市場環境は厳しい状況が続いており、郊外の大型ショッピングセンター内店舗などでは、昨年後半から原油高や景気の不透明感で集客に影響が出ているところがあります。また、家庭用ゲーム機の進歩も影響を与えているという意見もあります。しかし、ナムコで新規出店した大型店などは概ね順調に推移しており、業界全体が軒並み悪いというわけではありません。

— ナムコが苦戦した理由は？

橋 市場環境の悪化に加え、ユーザーの嗜好の変化に対応するための設備投資の増加、そして新業態店舗の不振などが重なり、収益が大幅に減少しました。この間、ユーザー嗜好の変化に対応すべくプライズゲーム機の強化を図りましたが、従来のビデオゲーム機に比べ利益率が低いこともあり、投資効果を十分に出すことができませんでした。今後は各店舗の特性に合わせ、プライズゲーム、ビデオゲーム、メダルゲームなどをバランスよく配置し、各店舗ごとに

しっかりと利益が出せる体制にする必要があります。また、アミューズメント施設以外の事業についても早急に検証を行います。

— 施設の2割閉鎖を発表しました。

橋 国内施設の約2割にあたる約70店舗の閉鎖・売却を決め、その大半を上期に実施する予定です。閉鎖の条件については、年間売上総利益や店舗のおかれた市場環境などを総合的に判断し決定しました。店舗のスクラップ&ビルドは毎年行っていますし、また、アミューズメント機器の大型化や環境変化の速さに対応するため、今回は将来を見据えて早い段階で対応しました。今後は出店・退店に関する社内基準を見直し、市場環境や需要供給にあった展開を行います。

— 新規出店に対する方針は？

橋 もちろん、新規出店も収益性を最優先し前向きに行っていきます。出店の条件については、その地域で競争力のある大型商業施設と連携し、ファミリーなど幅広い層をターゲットにします。

— 4月1日付で大幅に機構改革を行いました。この目的は？

橋 まず、経営判断と実行のスピードアップを図るため、本部制度を廃止しフラットな体制としました。また、これまでは接客能力のある人材を本部に集め、そのノウハウを形にして共通の店舗運営のマニュアルなどを作成し、全国の店舗で共有化してきました。しかし、現在のように市場が不透明でお客様のニーズが多様化している環境の中ではあまり適していません。むしろ今は、それぞれの店舗でも主体的に考えお客様に対応し、違いを感じていただく創意工夫を必要としています。そこで今回の機構改革では、本部にいる接客が優秀な人材をお客様に最も近い現場へと異動してもらいました。彼らには、「自分のお店に来るお客様が、何を求めて来ているのかを考えなさい」と伝えています。当然、前提となる方針や枠組みは全社方針を基本としますが、実際に何をサービスするのかについては、現場に裁量権を与えています。こうして彼らが現場で活躍することで、各店舗のスタッフがその姿勢やノウハウを学び、サービスをさらに向上させていくことも、今回の機構改革の大きな目的です。

— マーケティングも必要ですね？

橋 はい。我々の最大のテーマは、



神奈川県川崎市にある大型複合アミューズメント施設「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」



香港にオープンした大型アミューズメント施設「ワンダーパークプラス」では、日本で大人気の対戦ゲーム「機動戦士ガンダム 戦場の絆」を海外で初めて設置。現地のファンの注目を集めている



店舗のマーケティング強化です。キャラクターマーチャンダイジングが得意なバンダイと経営統合したわけですから、それを有効に活用していきたいと考えています。実は昨年より、グループ内での人材交流を積極的に行う中で、バンダイからマーケティングに精通したスタッフにも来てもらっており、彼らのノウハウとナムコのノウハウを融合した施設展開を検討しています。経営統合後にオープンした「ナムコ ワンダーパー

ク ヒーローズベース」は、アミューズメントとキャラクターが融合した施設として高い評価を受けています。また、アミューズメント施設で感じたお客様の反応やニーズを、ゲームコンテンツ事業における業務用ゲーム機にフィードバックし活用できることも強みです。これらのノウハウや考え方を他の店舗に活かすことができれば、競合他社と差別化を図ることができ、当社施設の優位性を全国に示すことができるでしょう。

い案件があれば、積極的に取得していきたいと思います。一方、米国は、日本以上に市場環境が悪化しています。現在、状況を精査し、事業の再構築に向けたプランを検討しているところです。

——今後の目標を聞かせてください。

橘 まず、一刻も早く営業利益率を向上させていきたいと思っています。それが維持できるようになれば、改めてナムコの強みを活かした新規事業の創出に取り組みたいですね。もちろん、何をやるにしても、お客様に遊びや楽しい時間を提案するという創業以来のスタンスに変わりはありませんが、アミューズメント施設事業が苦しい時に補完できるようなもう一本の事業の柱をぜひとも構築したいと思っています。

私はこの2年半、バンダイナムコホールディングスの取締役として旧バンダイグループの人たちや、アミューズメント業界以外の方々とお付き合いをさせていただき、貴重な体験をしてきました。そこで学んだことを社員に伝え、彼らの視野を広げ、ナムコの総合力アップに結びつけていきたいと思っています。

一刻も早く営業利益率を向上し もう1本の柱となる新規事業の創出を目指す

——海外展開について現状を教えてください。

橘 アジア地域では、香港に大型アミューズメント施設「ワンダーパークプラス」をオープンしました。ここは「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」と同じように、グループが保有する人気コンテンツを多数盛り込んだアジア初の施設です。その目玉として、中国・東南アジアでもファンが多い「機動戦士ガンダム」の対戦ゲーム「機動戦士ガンダム 戦場の絆」を国外で初めて設置しまし

た。このように海外でも、キャラクターを活かした店舗やゲーム機で競合他社との差別化を図り、存在感を発揮していきたいと思っています。また、この施設は、アジア地域に対するグループの情報発信基地としての機能も期待されています。

——欧州や米国の状況は？

橘 欧州ではイギリスで展開している施設が順調です。欧州の施設ではアミューズメント施設のほかに、ボウリング場やバーなどが併設されている複合施設が人気です。今後も良

編集後記

当社は2008年3月期の株主優待として、今年3月31日最終の当社の株主名簿に記載または記録されている100株以上保有の株主の皆様へ、保有株式に応じて「こども商品券」を贈呈させていただ

きます。株主優待は6月下旬から7月にかけお手元に届く予定です。

さて、本号では、ナムコの新社長に就任した橘正裕と、会社分割により設立された新生バンプレストにスポットを当て、2008年度より新体制でスタートし

た2社についてご紹介しました。

今後もバンダイナムコグループの現状と方向性をいち早くお伝えしていきたいと考えております。本年度も何卒よろしく願いいたします。(経営企画部コーポレートコミュニケーションチーム)

ミルキパレット

発売中/3,675円 (株)バンダイ

バンダイは、5年目のテレビアニメシリーズが絶好調の「Yes!プリキュア5GoGo!」(毎週日曜朝8:30～、ABC・テレビ朝日系)に4月から登場している新キャラクター“ミルキローズ”の変身・必殺技アイテム「ミルキパレット」を4月中旬に発売しました。

「ミルキパレット」は、アニメ中でミルキローズが使用するメインアイテムで、マルチ発光LEDを搭載した“変身モード”と“アクションモード”の2つのなりきり遊びが楽しめる商品です。“変身モード”では、本体の蓋を開けて付属のブラシペンでスペシャルボタンと紫色の3つのカラーパレットをタッチすると、LEDが紫色に光り、ミルキローズの変身セリフとメロディが流れます。“アクションモード”では、ブラシペンを本体に差し込み、スペシャルボタンを押してからハンドルスイッチを押してパワーチャージし、再度ハンドルスイッチを押すとメロディが流れてLEDがカラフルに光ります。また、なりきり遊び以外にも、「カラフル記憶ゲーム」「色まぜパレット遊び」「ハッピーカラーパレット」の3種類の色遊びゲームが楽しめます。



©ABC・東映アニメーション

ニンテンドーDS専用ソフト

「無限のフロンティア スーパーロボット大戦OGサーガ」

5月29日発売予定/6,090円 (株)バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスのバンプレストレーベルとして発売される本作は、シリーズ累計1,260万本以上を販売しているロングセラー人気作品「スーパーロボット大戦」シリーズの中で、オリジナルキャラクターが集合した「スーパーロボット大戦OG」と世界観の設定がリンクしている異色SFファンタジーRPGです。クロスゲートによって繋がった異なる6つの世界によって構成される異世界「エンドレス・フロンティア」を舞台に、人間、アンドロイド、獣人、人魚、悪魔、ロボットなどのさまざまな種族が登場し、熱いバトルを繰り広げます。

なお、本作は家庭用ゲームソフトの企画制作を手がける(株)モノリスソフトとの共同開発であることから、モノリスソフトの代表作である「ゼノサーガ」シリーズや「ナムコ クロス カブコン」からもゲストキャラクターが登場します。



©2008 MONOLITHSOFT ©BANPRESTO ©2008 NBGI

「やじきた道中 てれすこ」

発売中/～花のお江戸版～(初回限定版):6,300円
通常版:3,990円 バンダイビジュアル(株)

バンダイビジュアルは、世界が注目する歌舞伎俳優、18代目・中村勘三郎の46年ぶりの主演映画作品「やじきた道中 てれすこ」のDVDを発売します。この作品は、弥次喜多コンビと売れっ子の花魁が繰り広げる笑いと涙の珍道中映画で、弥次郎兵衛役の中村勘三郎、喜多八役の柄本明、花魁・お喜乃役の小泉今日子のほか、ラサール石井、間寛平、國村隼、吉川晃司、ほしのあきなど彩り豊かな豪華キャストが登場。「しゃべれどもしゃべれども」の平山秀幸監督の最新作です。初回限定版の「～花のお江戸版～」は、中村勘三郎がデザイン監修した行李型特製化粧箱(写真上)付き。そのほかにも、主演3人と監督による座談会「てれすこ裏斬」などが収録された特典ディスクや、てれすこ写真集、画コンテ集などを封入した豪華仕様となっています。



©「てれすこ」講中

Blu-ray Disc 「機動戦士ガンダム00 第1巻・第2巻」

8月22日発売予定/第1巻(2話収録):5,040円
第2巻(4話収録):7,350円 バンダイビジュアル(株)

2007年10月より放送され、人気を集めたガンダムシリーズの最新作「機動戦士ガンダム00」は、TVシリーズとしては初めてのハイビジョンで制作されており、DVDでは再現できないオリジナルクオリティの美麗で迫力のあるハイビジョン映像をBlu-ray Disc(以下BD)で提供。ガンダムマスター達の“武力による戦争の根絶”という大いなる矛盾を抱えた孤独な戦いを描いています。

また、フル3DCGオリジナルアニメ「機動戦士ガンダムMSイグラー1年戦争秘録」(全3巻同時発売、各6,090円)も、「機動戦士ガンダム00」の発売日にBDで同時発売します。



©創通・サンライズ・毎日放送