

BANDAI NAMCO NEWS



株式会社バンダイナムコホールディングス

〒140-8590 東京都品川区東品川4-5-15 バンダイナムコ未来研究所

Management

トップインタビュー

「面白さで勝つ人材経営の企業グループ」でありたい

4月より中期経営計画がスタートし、(株)バンダイナムコホールディングスの社長に石川祝男が就任しました。今回は石川社長にバンダイナムコグループの経営方針を聞きました。

—今の心境を聞かせてください。

石川 バンダイナムコホールディングスの社長として前に進んでいくしかないという覚悟を決めています。これまでゲームコンテンツの現場には足を運んでいましたが、就任以来、できるだけいろいろな事業の現場に行き社員と会うようにしています。そこで改めて実感したのは、バンダイナムコグループにはユニークで優秀な人材がたくさんいるということです。これから中期経営計画を実現させていく上で、非常に頼もしい気がしています。

—経営ポリシーを教えてください。

石川 私なりに日頃思っているのは、「面白さで勝つ人材経営の企業グループ」でありたいということです。我々のグループは、製品やサービスを通じて「夢・遊び・感動」を提供して事業を営んでいます。それを生み出すのは人、すなわち社員です。社員がお客様に面白さや感動を感じていただける製品やサービスをどんどん提供することが、グループが成長していく糧になります。バンダイとナムコが統合してから3年半が経ち、これからは自然発生的にシナジーが出てくると思いますが、事業やグループ会社を横断し、そのきっかけをつなげていくのも私の役目だと思っています。

—世界的な経済危機に直面していますが、どう対応していきますか？

石川 エンターテインメント業界は不況に強いと言われてきましたが、今回は大変深刻で楽観視はできません。しかし、人々がエンターテインメントに興味なくなったわけではありませんし、人間にはやはり遊びが必要です。こんな環境だからこそ、社会の閉塞感を突き崩す製品やサービスを提供することが我々にとって一番大切なことではないでしょうか。

—前期の業績はどうでしたか？

石川 厳しい市場環境の中で個人消費が低迷しましたが、トイホビー事業では国内外で人気キャラクターの男児玩具が好調に推移し、ゲームコンテンツ事業も海外の家庭用ゲーム

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 石川 祝 男

ソフトの人気タイトルが業績に貢献しました。しかし、全体としては低調で、残念ながら2008年3月期には及びませんでした。

費用面では、完全子会社化したバンダイビジュアルやバンダイネットワークスののれんの償却、投資有価証券の評価損、そしてアミューズメント施設の減損損失などを計上しました。(詳細は4ページをご覧ください)

—今期の業績予想については？

石川 2010年3月期は依然厳しい経済環境が世界で続く中、ある程度保守的な前提で計画を立てています。また中期経営計画に基づく、成長へ向けた投資コストを吸収し、ほぼ前期並みとなる予想としました。

(次ページに続く)

Contents

Management	1~3
Financial Data	4
Group Companies	5
Portrait	
Group News	6~9
Business Angle	10~11
Information	12

この3年間は「攻めの仕込み」をしていく

—各事業の状況を教えてください。

石川 トイホビー事業は、国内では、定番キャラクターの新シリーズ「侍戦隊シンケンジャー」「仮面ライダーディケイド」「フレッシュプリキュア！」が好調なスタートを切っています。特に仮面ライダーの人気はデータカードダスにも貢献し、安定的なビジネスが展開できています。またトレーディングカードでは、昨年秋にスタートし発売7か月で2億枚を販売した「Battle Spirits」は、この夏からは米国での展開も決定しており、



ワールドワイドで展開していきます。

—海外展開コンテンツの拡大については？

石川 「BEN10」は今期、世界37か国で展開するほか、第2、第3の「BEN10」を目指して新コンテンツの創出に着手しています。日本発のコンテンツでは、第2のパワーレンジャーを目指し「仮面ライダードラゴンナイト」の商品販売を北米でスタートします。一方、欧州では販路拡大を目的に、東欧に販売会社設立を検討しています。

—ゲームコンテンツ事業は？

石川 家庭用ゲームソフトでは、全世界で200万本を計画している「鉄拳6」、ガンダムやドラゴンボール、そしてWii向けのファミリーシリーズなどを展開していく予定です。全体のタイトル数をさらに絞り込み、有力タイトルに開発・マーケティングを集中させます。

家庭用ゲームソフトの開発販売体制については、今期から地域、ジャン

ル、プラットフォームごとに開発・販売スケジュールを共有するツールとして、「ポートフォリオマップ（5か年マップ）」を導入しています。各ジャンルごとに、いつ、どこで、どのプラットフォーム向けに発売するのか、そのために開発リソースをどのように配分するのかを管理します。これにより中長期的に戦略を共有し、効率的でバランスのとれた資源配分を行っていきます。また、欧州の販売会社であるDistribution Partnersと国内の(株)ディースリーの完全子会社化も決定しています。今後、Distribution Partnersを通じた欧州市場の販路拡大、ディースリーの持つ「BEN10」のゲームソフトとのトイやモバイルゲームとの連動など、さまざまなシナジーを発揮していけると考えています。

業務用ゲーム機は、今後、全世界導入予定の体感型バトルパーティゲーム「TANK! TANK! TANK!」のようなアミューズメント施設でなければ楽しめない付加価値のある機器の開発に注力していきます。そのためにナムコとバンダイナムコゲームスが連携したプロジェクトもスタートしました。

石川祝男社長の横顔

◆遊園地

石川祝男社長の故郷は山口県岩国市。当時近郊に遊園地がなかったため、広島まで連れて行って遊んだことを覚えている。関西大学時代は教員志望で、高校の英語教師を目指していたが、就職情報誌で「遊びをクリエイトするナムコ」という募集広告を目にし、幼いころ遊園地で遊んだ楽しい思い出がよみがえり、ナムコへ入りたいという気持ちが一気に高まったという。

◆営業

ナムコに入社後、最初に配属にされたのは営業部門。東北地方を担当し、業務用のゲーム機を販売していた。新規開拓が多く、苦勞も絶えなかったが、「このときの経験が後で開発に異動になったときに役立った」と振り返る。

◆転機

入社4年目にアミューズメント用ロボットを企画・販売する部門に異動。ナムコ本社の受付で今でも活躍している「受付小町」は、この部署から生まれた。ロボット開発の経験が石川社長にとって大きな転機となり、ものづくりの楽しさの虜になったという。その後、31歳で業務用ゲーム機器の開発部門に配属となり、「ワニワニパニック」など数々のヒット商品を開発していく。

◆直談判

ロボット企画販売部門時代、石川社長は開発のことで上司と意見が合わず、創業者の中村雅哉社長（現・バンダイナムコホールディングス最高顧問）に直談判した。当時を振り返って、「これは売れると思ったら、上司が何を言おうと、とにかく実現させたいという熱い思いで何度も社長のところへ行った」と話す。

◆尊敬

自分より優れているところがあれば、どんな人でも尊敬する。とくに中村顧問や本田宗一郎氏（ホンダ創業者）のように、「ものづくりに対する執念を持った人」への畏敬の念は強い。

◆信条

過去の失敗を糧にして、できるだけ前を見て進んでいくのが信条。あまりよくよしたり、プレッシャーを感じないようにしているという。

◆愛読書

仕事のオンとオフをはっきりと切り替えるという石川社長は、自宅では仕事を忘れ、軽い本を読むことが多い。なかでも東海林さだおのエッセイが好きだという。また、趣味の一つである料理を題材にしたコミックも数多く所有している。

モバイルコンテンツについては、バンダイネットワークスとバンダイナムコゲームスの統合による基盤整備を進め、海外を含めて中期的な成長を目指していきます。

—映像音楽コンテンツ事業は？

石川 2008年の国内ビデオソフト市場は、2004年と比較すると4分の3程度に縮小しており、Blu-ray Discの浸透がまだまだ進んでいないことを示しています。このような不透明な環境下、コアファン向けとファミリー向けコンテンツのバランスを図り、効率的な投資による収益向上を目指します。例えば「AKIRA」のような世界的に人気のコンテンツはBlu-ray Discの世界展開で収益性向

上を目指します。また、このほど映像化が決定した「機動戦士ガンダム UC (ユニコーン)」は多言語対応の世界同時展開を予定しています。これを今後の新しいビジネスモデル構築につなげていきたいと考えています。

—アミューズメント施設事業は？

石川 前期は国内店舗の約2割に相当する63店舗を閉鎖するとともに、設備投資の選択と集中、オーナーとの条件交渉など、コスト削減に取り組みました。これを基盤に今後はショッピングセンター内、ロードサイド・繁華街における展開について、それぞれのターゲットに合ったサービスや品揃え・販促活動を行います。さらに、キャラクターと融合した施設などグループなら

ではの差異化された展開を図ります。

—今期の抱負を聞かせてください。

石川 私の原点、そしてバンダイナムコグループの原点はものづくりであり、いかにお客様に喜んでいただけるのかというところにあります。統合してからの最初の3年間は基盤整備の期間でした。私の役割は、その基盤をもとにグループのいたる所からヒット製品やサービスが生まれるような仕掛けをつくることだと思っています。バンダイナムコグループは、2015年度からスタートする中期経営計画で営業利益1,000億円、海外売上比率50%・ROE10%以上を目指しています。その目標に向けて、この3年間は「攻めの仕込み」をしていきます。

Holdings News

「ガンダム30周年プロジェクト」記者発表会を開催

バンダイナムコグループは、「機動戦士ガンダム」のTVシリーズ放送開始30周年を記念した「機動戦士ガンダム30周年プロジェクト」を始動するにあたり、3月11日に記者発表会を開催しました。

当日は、全体コンセプト「Always Beginning いつだって始まりだ。」のもと、グループ横断でさまざまな企画を実施することを発表。本プロジェクトの第1弾として製作される18mの実物大立像は、「GREEN TOKYO ガンダムプロジェク

ト実行委員会」により東京都品川区の潮風公園内に設置され、収益の中から「緑の東京募金」へ還元されます。そのほか詳細は10～11ページの「Business Angle」をご覧ください。



「東証ディスクロージャー表彰」受賞

(株)バンダイナムコホールディングスが、平成20年度「東証ディスクロージャー表彰」を受賞しました。この制度は、東京証券取引所が企業内容などを適時、適切に、投資家にわかりやすい形で開示しているなど、情報開示に積極的に取り組んでいると認められる会社を毎年1回表彰するものです。



バンダイナムコホールディングスは、決算短信のセグメント別業績分析が定性的・定量的に詳しく説明されていること、事業リスクの記載がわかりやすいこと、アニュアルレポートやCSR報告書が親しみやすくわかりやすいこと、特集において工夫や情報開示が行われていること、そしてホームページに決算説明会の動画やニュースレター「BANDAINAMCO NEWS」を掲載していることも評価されました。

「バンダイナムコの森」で「冬体験」

バンダイナムコグループは、3月に志賀高原（長野県山ノ内町）にある「バンダイナムコの森」で、グループ社員約20名による「冬体験」活動を実施しました。今回は、自然体験として「バンダイナムコの森」とその近辺を約3時間ほどスノーシューで歩き、



冬の厳しさや生態系の様子を観察したほか、かまくら作りを行いました。バンダイナムコグループは、今回の体験の結果を今後の「バンダイナムコの森」での活動や、地域交流活動に生かすなど、森林保護と理解に繋がる各種活動の場としていきます。

2009年3月期の連結業績

2009年3月期のバンダイナムコグループは、事業面においては、厳しい市場環境のなか、玩具ホビー事業では国内外で人気キャラクターの男児玩具が好調に推移し、ゲームコンテンツ事業では海外の家庭用ゲームソフトの人気タイトルが業績に貢献しました。しかし、個人消費が低迷するなか、全体としては低調に推移し、前期には及びませんでした。

費用面では、2008年3月期に完全子会社化したバンダイビジュアル(株)およびバンダイネットワークス(株)ののれんの償却費の計上、投資有価証券評価損の計上、アミューズメント施設の減損損失の計上などがありました。

2009年3月期の事業別概況は以下の通りです。

【玩具ホビー事業】

国内では、「炎神戦隊ゴーオンジャー」の男児キャラクター玩具やカードゲーム「Battle Spirits」が人気となりましたが、個人消費が低迷するなか、玩具菓子や子供服などの玩具周辺事業が苦戦しました。海外では、欧米で「BEN10」の男児キャラクター玩具が業績に貢献しましたが、「Tamagotchi」が好調に推移した前期には及びませんでした。

【アミューズメント施設事業】

厳しい市場環境のなか、国内の既存店売上が前期比86.7%と低調に推移しましたが、収益性の改善へ向け引き続きコスト削減を図るとともに、国内店舗の約2割に相当する63店舗の閉鎖による効率化を実施しました。海外では、米国で引き続き事業の効率化を追求する一方、欧州ではイギリスの複合施設を中心に堅調に推移しました。

【ゲームコンテンツ事業】

家庭用ゲームソフトで、全世界で発売した「ソウルキャリバーIV」が

業績に大きく貢献したほか、欧米で「Active Life Outdoor Challenge (日本語名：ファミリートレーナーアスレチックワールド)」や「WE SKI (日本語名：ファミリースキー)」が好調に推移しました。国内では、「ガンダム無双2」「太鼓の達人」シリーズが人気となりましたが、中小型のタイトルは総じて苦戦しました。なお、2009年4月からの中期経営計画に向けて、開発中のゲームに関わる仕掛品の見直しを行い、一部の費用化を実施しました。

業務用ゲーム機では、「海物語 ラッキーマリンシアター」が人気となったものの、リピート販売を中心に好調に推移した前期には及びませんでした。

【ネットワーク事業】

モバイルコンテンツ事業では、高付加価値コンテンツからカジュアルゲームまで、さまざまなニーズに対応したゲームコンテンツが好調に推移しました。また、待受画面では、携帯電話カスタマイズコンテンツが

人気となりましたが、着信メロディは会員数の減少傾向が続きました。

【映像音楽コンテンツ事業】

国内では、映像パッケージソフト「機動戦士ガンダム00」^{ダブルオー}「マクロスF」^{フロンティア}「コードギアス 反逆のルルーシュ R2」をBlu-ray DiscとDVDで発売し、人気となりましたが、ハードウェアの移行に伴う端境期のなか、全体的には低調に推移しました。また、音楽パッケージソフトは、アニメーション向けを中心に好調に推移しました。海外では、米国におけるパッケージ販売のビジネスモデルの見直しに伴い、市場在庫の返品を受入れることとしました。

【その他事業】

その他事業は、グループの各戦略ビジネスユニットへ向けた物流事業、ビル管理事業などを行っている会社から構成されており、これらのグループサポート関連業務における効率的な運営に取り組みました。

なお、配当金については、当社の利益配分に関する基本方針に基づき、第2四半期末・期末合わせて24円といたします。

◆ 2009年3月期連結業績

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2009年3月期実績	426,399	22,348	24,513	11,830
前年同期比 (%)	▲7.4	▲33.1	▲32.3	▲63.8

◆ 2010年3月期通期連結業績予想

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2010年3月期予想	430,000	22,500	23,500	12,500

◆ 2009年3月期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
玩具ホビー	165,725	11,533
アミューズメント施設	77,269	393
ゲームコンテンツ	139,405	10,940
ネットワーク	10,890	669
映像音楽コンテンツ	34,638	38
その他事業	19,009	565

※セグメント別実績は内部取引・全社費用消去前のものです。

※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。

Group Companies

グループ会社紹介

キャラクターとアミューズメントを融合したエンターテインメント施設づくりを展開

(株)プレジャーキャストは、2003年に設立されたアミューズメント施設の企画・運営を行う会社です。ファミリー向けのアミューズメント施設「キッズプラザきゃらんど」など約20店舗に加え、



2006年にオープンした「こち亀ゲームぱ〜く」
©秋本治・アトリエびーだま/集英社・フジテレビ・ADK

2006年以降はキャラクターとアミューズメントを融合した施設として「こち亀ゲームぱ〜く」(東京都葛飾区)、「ゲーセン クレヨンしんちゃん嵐を呼ぶプリプリシネマスタジオ」(埼玉県春日部市)をオープン。キャラクターの世界観を活かした内装や、アミューズメント機器、オリジナル商品や景品などが支持され、ファミリーを中心に高い人気となっています。また、今秋には「きかんしゃトーマス」を活用したエンターテインメント施設もオープンさせる予定です。

今後はバンダイナムコグループならではのノウハウを活かしたユニークな施設を展開するほか、ファミリーに向けたわかりやすいオペレーション運営を実施し、差別化を図っていきます。

株式会社プレジャーキャスト

住所 東京都品川区大井3-5-6 アルジャン大井2F
設立 2003年4月
代表 代表取締役社長 和才 始
事業 商業施設におけるファミリー向けプレイゾーンの企画開発及びコンサルティング業務、ファミリー向けアミューズメント施設「きゃらんど」など遊技場の経営およびコンサルティング業務、ほか

<社長から一言>

プレジャーキャストは、ナムコの子会社としてキャラクターを活用したエンターテインメント施設づくりを行っています。これまでに「こち亀葛飾区亀有公園前派出所」や「クレヨンしんちゃん」などをテーマにした施設を開設し、地域のお客様に愛されてきました。



今年9月には、「きかんしゃトーマス」の世界観を忠実に再現した屋内型テーマパーク「トーマスタウン」を、三井不動産が開発する「ららぽーと新三郷」(埼玉県三郷市)にオープンします。この「トーマスタウン」は、従来のゲーム機を設置しない「新遊空間の創造」を提案します。

私たちプレジャーキャストは、これからも「世界で存在感のあるエンターテインメント企業グループ」の一員として飛躍してまいります。

Portrait 開発者紹介

新世代トレーディングカードゲーム「Battle Spirits」開発担当者

株式会社バンダイ カード事業部カードダsteam リーダー 川戸 祐太

バンダイの新世代トレーディングカードゲーム「Battle Spirits」は、テレビ・雑誌などと連動したメディアミックス展開や大会の開催などが奏功し、2008年9月の発売から7か月で累計出荷数2億枚を突破。小学生高学年男児を中心に人気となっています。

今回は「Battle Spirits」の立ち上げから開発を担当してきたカード事業部の川戸祐太に話を聞きました。

Q 「Battle Spirits」の人気の理由は？

A 一番の理由はカードゲームとしての面白さだと思います。今回、世界中で数々の大ヒットカードゲームを生み出している米国人のマイケル・エリオット氏に協力をお願いしました。カードとあわせて「コ



2001年4月入社。玩具部門の市場開発を経て02年よりカードの開発を担当

ア」というチップを戦略的に使用することで、今までのカードゲームになかったスピード感ある奥深いバトルを楽しむことができます。カードゲームの場合、その面白さをわかっているにはルールを覚えてプレイするのが一番です。そのため、発売前からスターターセットを雑誌の付録にしたり、全国のお店で体験会を開催するなど、できるだけ多くの方に触れていただく機会をつくりました。さらに、雑誌「ケロケロエース」での掲載や、サンライズ製作のテレビアニメーション「バトルスピリッツ 少年突破バシン」など、メディアとの連動の影響も非常に大きいです。番組中の大会と実際の大会を同時期に開催するなど、多くの方に楽しんでいただける工夫をしています。

Q こだわっている点は？

A カードゲームは対戦して楽しむものなので、対戦する場所をできるだけ提供することによって力を入れています。全国の店舗にご協力いただき、月間約1,500の大会を開催しています。また商品に関しては、他社との差別化と幅広い層への提供を考慮し、

カードのデザインや素材などの仕様により「Battle Spirits」ならではの特色を持たせました。

Q アメリカでの展開も予定されていますね？

A 夏からの発売を予定しています。カードゲームの本場アメリカでは、高い年齢層の方がじっくりと複雑なゲームを楽しむという傾向があります。すでに商談会などで体験してもらいましたが、「コア」を使うことでより深みを増すゲーム内容に、流通の方から大変ご好評いただきました。今後は日本と同様に、まずはゲームの面白さを知っていただくこと、店舗にトライアルセットを提供するなど、より多くの方に体験していただけるよう展開していきます。

Q 今後の計画を聞かせてください。

A 1年目はとてもいい形で立ち上がったと思います。今後も常に楽しんでいただける場を提供し続けるとともに、ユーザーの方のニーズを柔軟に取り入れていくことで、「Battle Spirits」をカードゲームNo.1にし、5年、10年と続くものになるように、挑戦し続けていきたいと思っています。

トレーディングカードゲーム「Battle Spirits」 日本一を決める「バトスピチャンピオンシップ」開催

(株)バンダイ(上野和典社長)は、小学生高学年男児を中心に「バトスピ」の愛称で人気を集めている「Battle Spirits」の初めての全国カードバトル大会「バトスピチャンピオンシップ」を開催し、4月19日に池袋サンシャインシティで行われた決勝大会で日本一の「バトスピ」プレイヤーが決定しました。

「Battle Spirits」は、カード発のキャラクターとして、(株)サンライズ製作のTVアニメ「バトルスピリッツ少年突破バシン」(テレビ朝日系/毎週日曜日7:00~)などのメディアミックス展開を行い、カード発売から約7か月で累計出荷数が2億枚を突破するなど、好調に推移しています。今後も、「バトスピチャンピオ



4月19日に開催された決勝大会の様

「バトスピチャンピオンシップ」はもちろん、カードショップや量販店での体験会やバトル大会を通し、「バトスピ」の楽しさを広めていきます。

バンダイ公式ショッピングサイト 「プレミアムバンダイ」オープン

バンダイの公式ショッピングサイト「プレミアムバンダイ」(パソコン・携帯電話共通)が、4月20日にオープンしました。これは、バンダイがこれまで展開してきたインターネット通販の各ショップを統合したポータル機能と、お客様に楽しんでいただけるさまざまな情報やサービスを提供する総合サイトで、このサイトでしか買えない限定商品や高価格

帯のこだわり商品を中心に、500点以上のセレクトされた商品を販売します。

商品購入の際は会員登録(無料)が必要ですが、会員になるとショッピングポイントの付与や情報提供などの各種サービスが利用できます。



プレミアムバンダイ (<http://p-bandai.jp>) の携帯サイト(左)とWEBサイトの画面



バンダイは、お客様に合った情報提供をメールマガジンなどを通じて効果的に行い、プロモーションも強化していきます。

遊歩計 課長島耕作 ～歩いてサクセス! 社長への道～

発売中/4,725円 (株)バンダイ

作品のストーリーを楽しみながらウォーキングが継続できるエンターテインメントデジタル歩数計「遊歩計」の第3弾。今回は「モーニング」(講談社刊)で『社長島耕作』(原作者:弘兼憲史)が連載されている『島耕作』シリーズをセレクトしました。ウォーキング効果が期待される90日間の中で、課長からスタートし、最終的に社長を目指します。バッグやポケットに入れたままで計測できる3Dセンサー(3軸加速度センサー)を搭載しているほか、専用無料ウェブサイトとの連動によってウェブ上での健康管理も可能です。



©弘兼憲史/講談社 ©BANDAI ©2009 SSD COMPANY LIMITED



∞缶ビール/∞ソーダ

6月27日発売/各819円 (株)バンダイ

累計販売数が500万個を突破した「∞(むげん)にできるシリーズ」の第4弾は、∞に缶ビールや炭酸飲料のプルタブを開けた瞬間の「プシュッ!」という感触と、「シュワシュワ」と泡が弾ける爽快感を楽しめる「∞缶ビール」「∞ソーダ」です。本体上部のプルタブ部分を開けると「プシュッ!」という音の後に、グラスに注ぐ時の「シュワシュワ、トクトク…」というリアルな音声が鳴り、ビールや炭酸飲料を飲んでいるような感覚が味わえます。

©BANDAI 2009



Kamen Rider Dragon Knight with Dragon Cycle

発売中/US\$ 12.99 BANDAI AMERICA INC.

米国で好評放映中のライブアクションシリーズ「KAMEN RIDER DRAGON KNIGHT(仮面ライダードラゴンナイト)」で、主人公・ドラゴンナイトが操るドラゴンサイクルとフィギュアのセット。LEDを搭載し、ヘッドライトとサイドライトが番組さながらに光ります。付属エフェクトパーツで、さらに臨場感あふれるシーンを再現。別売りのバイク商品(バトルダメージ付きバイク2台セット)に付いているプルバックユニットを使用すれば、前輪を地面から浮かせるウィリー走行もできます。



©2009 Ishimori Production, Inc., Toei Company, Ltd., Adness Entertainment Co. Ltd.

「テイルズ オブ」シリーズの 2009年度ラインナップ発表会を開催

(株)バンダイナムコゲームス(鷗之澤伸社長)は、4月6日に、「『テイルズ オブ』シリーズ2009年度ラインナップ発表会」を開催しました。この発表会は、2009年度に発売を予定している「テイルズ オブ」シリーズの新作を紹介するもので、会場には多数のメディアが来場しました。



発表会では各担当者の意気込みが語られた

2009年度の「テイルズ オブ」シリーズは、Wii向けのマザーシップタイトル「テイルズ オブ グレイセス」(今冬発売予定)のほか、PSP用の「テイルズ オブ バーサス」(今夏発売予定)、PS3用「テイルズ オブ ヴェスペリア」の3タイトルを予定しており、各タイトルについて担当者より意気込みが語られました。また、製品情報以外にも、当日が初の告知となる「テイルズ オブ ヴェスペリア」の劇場版「テイルズ オブ ヴェスペリア～The First Strike～」の発表や、昨年に引き続き開催するイベント「テイルズ オブ フェスティバル2009」の概要も発表されました。なお、当日は「テイルズ オブ バーサス」のテーマソングを歌う「GIRL NEXT DOOR」もゲスト出演し、発表会に華を添えました。

社会や企業の仕組みを楽しく学べる 「サークルリンクお仕事タウン」開始

2005年11月にバンダイネットワークス(株)*がサービスを開始し、現在、小学生を中心に38万人以上の会員が登録しているジュニア向けの情報共有サイト



「サークルリンクお仕事タウン」の全体MAPイメージ ©サークルリンク

「サークルリンク」内で、子供たちが楽しみながらさまざまな社会勉強や仕事の体験ができるサービス「サークルリンクお仕事タウン」を開始しました。実在する企業に協力をいただき、各社の持つノウハウを生かした現実感の高い、魅力あるアトラクションを体験できるのが特徴で、「野村證券でキッズアナリスト体験」や「東芝で植林体験」などのアトラクションを通じて、社会や企業の仕組みを楽しく学ぶことができます。子供たちが将来の夢を実現するために必要と考えられる意識・意欲を高めていく仕掛けを提供するとともに、今後はさらにさまざまな企業との連携を深め、子供たちへの教育をサポートするサービスとして拡張していく予定です。

*バンダイネットワークス(株)は2009年4月1日に(株)バンダイナムコゲームスと統合しました。

業務用ゲーム機「貳輪-NIRIN-」

順次稼働中 (株)バンダイナムコゲームス

真夜中の架空の街を舞台にハイスピードで疾走するバイクレースゲームです。最大4名まで対戦可能で、バイクレースゲームとしては業界初の乱入対戦機能も搭載。対戦相手のプレイを傍らで感じながら、臨場感のあるレースバトルを展開できます。ゲーム機はボタンによる操作が不要で、バイク型のゲーム機を直感的に操作し、実際に運転しているような感覚を体感することができます。さらにプレイ中にバイクを傾け、再び起こすだけで極限の加速を生み出す「ブースト」機能が、ハイスピードのスリル感を盛り上げます。4月から順次稼働を開始しています。

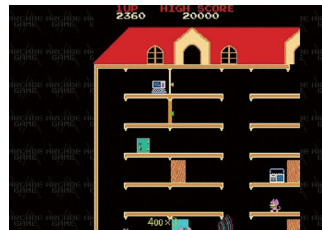


©2008 NAMCO BANDAI Games Inc.

Wii「バーチャルコンソールアーケード」向けタイトル

順次配信中 (株)バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスは、Wiiでアーケードビデオゲームのオールドタイトルをダウンロード購入して遊べる「バーチャルコンソールアーケード」に、手軽に遊べる30タイトルの配信を開始しました。アーケード版を忠実に再現した30タイトルは、アクション、シューティング、パズルなど多彩なジャンルから選定。プレイヤーは、懐かしいオールドタイトルを昔ながらの雰囲気を楽しむことができます。国内では初回配信の後、週1本のペースで配信していきます。「マッピー」のゲーム画面 ©1983 2009 NBGI



アミューズメント機器向け景品 「劇場版ポケットモンスターダイヤモンド&パール スーパーDXぬいぐるみ～2009～」

6月下旬より導入予定 (株)バンプレスト

7月に公開される映画「劇場版ポケットモンスターダイヤモンド&パール アルセウス 超克の時空へ」の主役ポケモンである「アルセウス」(写真左)と、「ギザみみピチュー」(同右)のぬいぐるみ(全2種類)が、映画の公開より一足早い6月下旬より全国のアミューズメント施設で景品として登場します。「アルセウス」はかっこよく、「ギザみみピチュー」はかわいく仕上げた、約25cmのビッグサイズぬいぐるみです。



©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©2009 ピカチュウプロジェクト

「機動戦士ガンダムUC」のアニメ制作決定 2009年冬よりグループ総力を挙げて展開

(株)サンライズ(内田健二社長)は、ガンダムシリーズ最新作「機動戦士ガンダムUC」のアニメ制作を決定し、2009年冬より展開します。

「機動戦士ガンダムUC」は、作家の福井晴敏氏が2006年から「月刊ガンダムエース」(角川書店刊)に連載中の小説で、単行本も8巻まで発行され、累計160万部を突破しています。

サンライズでは、2009年冬より「機動戦士ガンダムUC」をガンダム作品ラインナップの中核に据え、全世界に向けた戦略作品群の一つとして位置づけています。イベント上映、映像パッケージ販売、さらにインターネット網などを利用し、英語のほか、多言語対応による世界同時配信を提案しており、視聴形態に縛られないマルチメディア展開を予定しています。

今後、バンダイナムコグループを挙げて幅広いカテゴリーで商品・サービス展開を実施し、ガンダムの世界観を盛り上げていきます。



©創通・サンライズ

<物語&スタッフ>

劇場版「機動戦士ガンダム 逆襲のシャア」(1988年公開)から3年後の「宇宙世紀0096年」を舞台に、少年バナーズの成長とユニコーンガンダムの出会い、そして禁忌の箱「ラブラス」をめぐる宇宙規模の抗争を描いた待望の「機動戦士ガンダム」の新章。

監督: 古橋一浩

脚本: むとうやすゆき

アニメーションキャラクター

デザイン: 高橋久美子

メカニカルデザイン: カトキ

ハジメ、佐山善則、石垣純哉、

玄馬宣彦

劇場版「交響詩篇エウレカセブン ポケットが虹でいっぱい」 公開2か月後にBDなど各メディアで発売

バンダイビジュアル(株)(川城和実社長)が製作に参加し、2005年にTV放映されて数々の賞を受賞した大ヒットアニメーション「交響詩篇エウレカセブン」の劇場版「交響詩篇エウレカセブン ポケットが虹でいっぱい」が、4月25日より劇場公開されました。

レントンとエウレカのもうひとつの物語として再び“エウレカブーム”を巻き起こした本作を、劇場公開から2か月後の6月26日に、BD、DVD、UMD-Videoで発売します。公開後のスピーディーな発売により、劇場の興奮が覚めないうちにファンに作品をお届けします。BDは国内アニメーションとしては初めて、インターネットに接続されたBDプレイヤーを通じてコンテンツにアクセスできるBD-Live機能に対応しており、舞台挨拶の様子などの特典映像を配信する予定です。



BD限定版:13,440円、BD:8,190円
DVD:5,040円、UMD-Video:2,940円

©2009 BONES/Project EUREKA MOVIE

DVD「映画! たまごっち うちゅーいちハッピーな物語!？」

6月26日発売予定/3,990円 バンダイビジュアル(株)

昨年12月に全国公開された「たまごっち」映画の第2弾。新たな出会いと友情が奇跡を起こす最高のハッピーストーリーです。監督は最初の劇場版を手がけた志村錠児が続投したほか、スタッフも再集結。新キャラクター「ハビハビっち」の登場や、Pabo(里田まい・スザンヌ・木下優樹菜)の「グリーンフラッシュ伝説」を主題歌に起用し話題を呼んだヒット作品です。



©2008 Team たまごっち

映画「ディア・ドクター」

6月27日全国公開 バンダイビジュアル(株)

カンヌ国際映画祭正式出品「ゆるる」で高い評価を得た西川美和監督が原案・脚本・監督を手がけた最新作「ディア・ドクター」が6月27日より公開されます。本作で映画初主演を務める笑福亭鶴瓶が無医村に赴任した医師を演じ、医師の失踪をきっかけにユーモラスかつシリアスに心理劇が展開される極上の人間ドラマが完成しました。研修医を演じる瑛太のほか、余貴美子、井川遥、香川照之、八千草薫など演技派が集結し、物語に厚みを与えています。



©2009「Dear Doctor」製作委員会

CDシングル LAZY「感じてKnight」

発売中/1,200円 (株)ランティス

伝説のロックバンド「LAZY」が復活し、4月より放送を開始したTVアニメ「真マジンガー 衝撃! Z編 on television」の主題歌「感じてKnight」をリリース。「LAZY」は1977年、史上最年少のハードロックバンドとしてデビューし、3年半で解散したものの、1998年に再結成。その後ベースの田中宏幸、ドラムの樋口宗孝が他界しました。今作では、田中と樋口が演奏するライブ音源を使用し、1980年発売の「感じてナイト」をオリジナルメンバーにより「感じてKnight」としてリメイクしました。「LAZY」をリスペクトする奥田民生、斉藤和義、アニメソング界のスーパーユニットJAM Projectがサポートとして参加し、話題を呼んでいます。

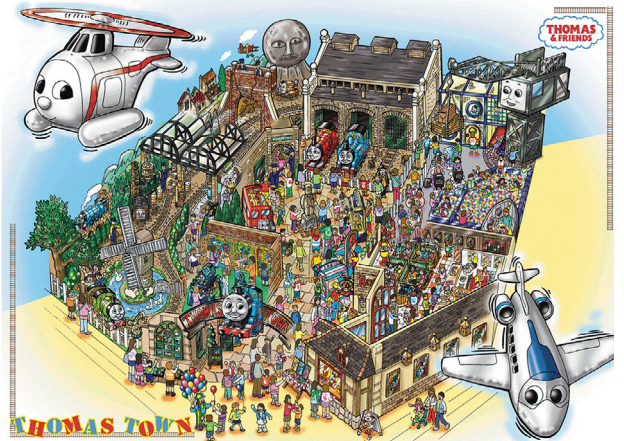


“きかんしゃトーマス”の屋内型テーマパーク 今秋、世界で初めて三郷にオープン予定

バンダイナムコグループでアミューズメント施設の企画・運営を手がける(株)プレジャーキャスト(和才 始社長)は、世界中の子供たちとその親に愛され続けている人気キャラクター「きかんしゃトーマス」の幼児向け屋内型テーマパーク「トーマスタウン」を、今年秋に世界で初めて「ららぽーと新三郷」(埼玉県三郷市)にオープンさせます。

この施設は、「きかんしゃトーマス」のテーマでもある「友情」や「友達を大切にする」という“社会教育”に加え、「きかんしゃトーマス」がイギリス生まれであることから、“英語知育”も遊びながら体験できる施設であることをコンセプトにしています。

施設内は「きかんしゃトーマス」の世界観で演出され、子供たちが大好きな遊具や乗り物などの「遊び」や、親



トーマスタウンの完成予想図 ©2009 Gullane (Thomas) Limited

子でくつろぎながら軽食も楽しめる「飲食」、ここでしか手に入らないオリジナルグッズなどを販売する「販」などで構成され、親子で楽しめる要素が盛りだくさんの屋内型テーマパークとなる予定です。

ナムコの2009年春夏は プリン三昧

(株)ナムコ(橋 正裕社長)と(株)ポッカコーポレーションの両社で共同開発した「菓子工房フラノデリス プリンシェイク」が3月末に発売されました。

この商品は、「プリン博覧会」でピン型プリンブームの火付け役となった「ふらの牛乳プリン」で有名な菓子工房フラノデリスの藤田美知男シェフが監修を担当。デザートとして満足できるとろとろ系プリンの味わいと、飲料としての手軽さを両立させた、これまでにない「飲むプリン」が誕生しました。

ナムコは同時に、プリンを満喫できるイベントを各地で開催しています。まず、東京・池袋の「ナムコ・ナンジャタウン」では、王道プリンから既成概念を超えたニューウェーブプリンまで、珠玉のプリンを大集合させた「プリン博覧会2009」を3月20日から9月13日まで開催中です。

また、全国に展開する「デザートフォレスト」でも、「プリン博覧会」で大人気のプレミアムご当地プリンばかりを集結させて販売する「ご当地プリンプレミアム2009」を7月12日まで開催しています。2009年の春から夏にかけて、ナムコは“プリン三昧”です。



「ポケモン」「リラックマ」のキャンペーン GWに全国のナムコ店舗で開催

ナムコはゴールデンウィーク期間中に、全国の店舗(一部店舗を除く)で、子どもから大人まで幅広い人気を集める「ポケモン」と「リラックマ」を使ったキャンペーンを同時開催しました。



「ナムコでポケモンゲットだぜ!! 入手せよナムコ限定バンバン風船」では、ナムコ公式モバイルサイト「アミューズメントナビ」に会員登録されたお客様に、この夏公開のポケモン映画のデザインをあしらった「ナムコ限定バンバン風船」をプレゼントしました。

「リラックマナムコでGWいちごキャンペーン」では、ナムコ限定「オリジナルいちご柄マグカップ(全2種)」をはじめ、「いちごリラックマ景品」を多数ラインナップしたほか、5月4日のみどりの日に「いちごリラックマエコバッグ」をお客様に配布し、環境保護を呼びかけました。両キャンペーンとも、多くのお客様にご参加いただき好評を得ました。

イベント情報

浅草花やしき

2009年の夏も、花やしきらしい面白さがいっぱい「ビアガーデン」を開催します。

ナムコ・ナンジャタウン

- ・3つのフードテーマパークで夏のイベントを開催します。
- ・ナンジャタウンの13周年を祝う記念イベントを7月4日～12日に開催します。

限定イベントなど盛りだくさんの企画でお届けします。

※イベント情報などは予定につき変更となる可能性があります。



30周年記念ロゴマーク

1979年に初めてTV放映され、大ブームを巻き起こした「機動戦士ガンダム」が、数々の金字塔を打ち立て、今年で生誕30周年を迎えました。今回はバンダイナムコグループが展開する「機動戦士ガンダム30周年プロジェクト」の概要と、ガンダムという希有なコンテンツの価値、そして今後のガンダムビジネスについて、チーフ・ガンダム・オフィサーでもある(株)バンダイの上野和典社長に聞きました。

ファンへの“お礼とお返し”の意味を込め 30周年記念プロジェクトを実施

—— 機動戦士ガンダムが生誕30周年を迎えました。

上野 これまでバンダイナムコグループは、ガンダムというたぐいまれなコンテンツによって大きなビジネスをさせてもらいました。これはファンの方々がずっと支えてきてくださったおかげです。そこでファンへのお礼とお返しの意味を込め、また、これからもガンダムを通じて皆様に感動をお届けできるように、30周年を記念したプロジェクトを開始しました。

—— 記念プロジェクトの内容は？

上野 ガンダムは、30年間にわたり人々に感動を与え続けてきましたが、さらに素晴らしいことは、ガンダム自身も毎日が出発点であるかのように成長を続けていることです。その世界観が多くファンに愛され、新たなファンを獲得してきました。我々は30周年という節目にその精神を再認識し、ガンダムにとって新た

な出発点とするため、メインテーマを「Always Beginning オールウェイズ いつだっ ビギニング て始まりだ。」にしました。

具体的には、あらゆる世代のファンがさまざまな角度からガンダムの歴史や世界観を体験できる3つのイベントを用意しました。まず、第1弾「Real G」では、「1/1の夢 ガンダム大地に立つ！」をテーマに、世界初となる大地に立つガンダムを実物大の18メートルで忠実に再現します。完成後は「GREEN TOKYO ガンダムプロジェクト実行委員会」の活動の一環として、お台場の潮風公園(品川区)で公開される予定です。東京都の公園ですから、たくさんの人たちに直接触れていただき、感動していただきたいと思っています。ガンダムのストーリーには、環境の悪化により人類が地球に住みにくくなったという設定があり、当時から環境問題を考えてきました。ですから、この実

物大立像を「緑あふれる都市、東京再生のシンボル」とし、東京の未来と次世代を担う子供たちに向けて、強力なメッセージを発信したいと思っています。なおイベントを通じて得た収益の一部は、「緑の東京募金」に還元し、緑あふれる都市づくりをガンダムを通じてサポートしていきます。

第2弾「Feel G」は、「ガンパクに行こう！」と銘打ち、30周年記念大博覧会「GUNDAM BIG EXPO」を8月21日から3日間にわたり東京ビッグサイトで開催します。トイホビー、ゲームコンテンツ、映像音楽コンテンツなど、バンダイナムコグループが展開するさまざまな商品や協賛各社の展示、ステージイベントなどを予定しています。

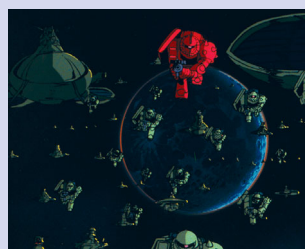
そして第3弾「Soul G」は、「すべての戦士に捧げる音楽祭」をテーマに、ガンダム30周年記念音楽ライブを年末に開催する予定です。ガンダムの世界観を歌っていただいた数々のアーティストが集結し、30周年のエンディングに花を添える予定です。

<機動戦士ガンダム>

(株)サンライズが企画・製作し、1979年に放映されたTVアニメーション。人類が人口爆発や食糧問題、環境問題によって宇宙のスペースコロニーへ移り住むことを余儀なくされた世界を舞台に、それまでのロボットアニメには少なかった緻密な科学考証・設定や、複雑に織りなす人間ドラマによって、「リアルロボットアニメ」という新しいジャンルを確立。30年にわたり多くのファンを獲得し続けているガンダムシリーズの第1作。

<ガンダムシリーズ関連売上データ>

- ◇グループ売上高 09年3月期：428億円 08年3月期：509億円
- ◇作品 TVアニメーション：12作品 劇場長編：13作品
オリジナルビデオアニメ：12作品
- ◇リアルシリーズのプラモデル：3億9,300万個('80.7~'08.12)
- ◇BB戦士シリーズのプラモデル：1億4,950万個('87~'08.12)
- ◇アクションフィギュアシリーズ：754万個('96.6~'08.12)
- ◇映像ソフト：1,500万枚本('87.12~'09.2)



メディアや技術の進化に対応し 常に時代の最先端を走り続ける

— そのほかにはどんな展開を？

上野 すでに30周年を記念したWebサイト・携帯電話向けサイトをオープンしたほか、商品ではプラモデルやフィギュア、ゲームコンテンツ、映像ソフトなど、グループが手がける幅広い領域でさまざまな記念大型商品、戦略商品を発売する予定です。また、福井晴敏先生が執筆中の小説「機動戦士ガンダムUC」(『月刊ガンダムエース』掲載)の映像化も決定したほか、3月にTVシリーズが終了した「機動戦士ガンダム00」の劇場版も制作がスタートしました。

ガンダムは、バンダイナムコグループのビジネスモデルであるキャラクターマーチャンダイジングが最も反映されているコンテンツです。当初はこれほどのビッグビジネスになるとは思っていませんでしたが、時代考証やリアルなストーリーが非常に特殊な世界観を作り出し、“ガンプラ”と呼ばれるプラモデルをはじめ、ゲームコンテンツ、映像作品など、

グループの事業展開とともに市場が成長してきました。

— ガンダムの売上規模は？

上野 ここ数年は年間400～500億円前後で推移しています。ガンダムは毎年売上を大きく伸ばしていくというよりは、現在の規模を維持しつつ、この先10年、20年と長く展開し続けることを目指しています。クオリティの高い商品、作品の世界観を補完できるような商品・サービスの提供を最優先に考え、新たなファンを増やし、長期的な視野でビジネスを考えています。キャラクターの寿命を縮めることなく、さらに世界観を拡げるための施策として、グループ内の選抜メンバーで「ガンダムプロジェクト」を組織しています。そのメンバーが部門や会社の利害を超えて基本戦略を決めていることが、好循環を生む要因となっているようです。

— 今後の抱負を聞かせてください。

上野 ガンダムはバンダイナムコグループにとって大切な資産ですので、



■上野 和典 社長のプロフィール

<経歴> 1953年9月16日生 神奈川県出身
77年4月 株式会社バンダイ入社
91年4月 自販キャンディ事業部部长
99年6月 執行役員 ライフ事業本部副部长
00年4月 執行役員
兼キャラクター玩具事業部ゼネラルマネージャー
兼玩具事業戦略室ゼネラルマネージャー
01年6月 取締役就任
03年4月 常務取締役玩具ホビーカンパニープレジデント
兼ガンダムマネージャー
04年4月 常務取締役玩具ホビーグループリーダー
兼チーフガンダムオフィサー
兼玩具ホビーカンパニープレジデント
05年6月 株式会社バンダイ代表取締役社長に就任

細心の注意を払って事業展開していく必要があります。その一方で、ガンダムはカラーコンテンツとしての認知度が高く、メディアや技術の進化に対して親和性がある作品ですので、常に挑戦を続け、時代の最先端を走り続けたいと思っています。ファンの皆様には、30周年記念のイベントや商品、サービスを通じて、ガンダムの魅力を思う存分お楽しみいただければ幸いです。バンダイナムコグループが手がける今後のガンダムビジネスにご期待ください。



東京都品川区の潮風公園に設置予定の18m実物大ガンダム
(画像はイメージ、7月11日～8月31日一般公開予定)



実物大ガンダムの工事の様子
(2009年5月中旬撮影)

編集後記

弊社は、2009年3月期の株主優待として、3月31日最終の当社株主名簿に記載または登録されている100株以上保有の株主様に、保有株式数に応じて「こども商品券」を贈呈させていただきます。お届けは6月下旬

前後を予定しています。

弊社は4月より、新たな中期経営計画のスタートに伴い、代表取締役会長の高須武男、代表取締役社長の石川祝男による2名の代表取締役体制に移行いたしました。世界経済は依然厳しい状況が続いていますが、閉

塞感を突き崩す「夢・遊び・感動」を世界中の皆様にお届けできるように、グループ社員一丸となり全力で取り組んで参ります。2009年度も何卒よろしくお願いたします。

(経営管理部 広報IR担当)

超合金魂 GX-45 マジンガーZ

発売中/7,140円 (株)バンダイ

バンダイは、「超合金」シリーズが生誕35周年を迎え、約35年ぶりにTVアニメ化されたのを機に、「マジンガーZ」の商品展開を本格化します。第1弾として、好評放映中のアニメ「真マジンガー 衝撃! Z編 on television」(テレビ東京系、毎週土曜日23:20~)に登場する「マジンガーZ」を商品化した「超合金魂 GX-45 マジンガーZ」を発売しました。

本商品は、これまでの「超合金魂」シリーズを凌駕する可動域の広さが大きな特徴になっており、ダイキャスト製玩具では不可能と考えられていた「立膝をついてのロケットパンチ」のポーズを実現しました。ダイキャスト製パーツもふんだんに使用され、ずっしりとした手ごたえは健在です。さらに、これまでの「超合金魂」ではパーツの差し替えとなっていた“ホバーパイルダー”(マジンガーZのコクピットとなる戦闘機)の変形も再現し、風防ガラス部にはクリアパーツを使用しました。

バンダイでは今後も、「真マジンガー 衝撃! Z編」に登場するメカを豊富なラインナップで展開していきます。



©2009 永井豪/ダイナミック企画・くろがね屋

流しそうめん そうめんや

発売中/8,140円 (株)バンダイ

楽しく簡単に料理や菓子づくりが楽しめるバンダイの調理玩具「クックジョイシリーズ」。食卓をより楽しく演出するパーティラインに、あこがれの本格的流しそうめんが自宅で簡単に楽しめる「流しそうめん そうめんや」が仲間入りしました。

組み立て式の本体は、幅約52cm、高さ約36cm(組み立て後サイズ)、レールの長さは約140cmで、高低差と水流を利用してそうめんを勢い良くすべり落とすことができます。本体上部には水車小屋が付属し、そうめんの風情と涼やかな雰囲気を演出します。電池式なので自宅でお楽しみいただくことはもちろん、アウトドアなどにも最適です。「流しそうめん そうめんや」の主なターゲットは子供から大人までの幅広い層で、販売ルートは、玩具店、百貨店・量販店の玩具売場などです。そうめんを食べる機会が増えるこれからのシーズンに、ご家族で、またお友達同士で楽しい“そうめんパーティー”をお楽しみください。



ニンテンドーDS専用ソフト「有罪×無罪」

発売中/5,040円 (株)バンダイナムコゲームス

バンダイナムコゲームスは「裁判員制度」の施行に合わせ、裁判員制度をテーマにしたニンテンドーDS用ソフト「有罪×無罪」を発売しました。このソフトは、プレイヤーが「裁判員」という新たな視点で真相を究明する推理アドベンチャーゲームです。プレイヤーは、審議を進めることにより得られる証拠品や証言、被告人への質問やほかの裁判員との評議などから、有罪とも無罪とも取れる事件のただ一つの真実を探し出し、判決を下します。「有罪」「無罪」の判決はプレイヤーの選択、行動によって変わるので、一つひとつの証拠に対する細かな検証作業や、大胆な推理が真実を見つけ出す鍵となります。

元検事総長の松尾邦弘氏を監修に迎えることにより、複雑な人間ドラマと数々の謎が複雑に絡み合う奥深いシナリオや、法廷での検察と弁護の駆け引きなどに、実際の法廷を彷彿とさせる独特の緊迫感と臨場感をつくりだしています。



©2009 NBGI

「ガンダム OP/ED COLLECTION Volume1-20th Century-」 「ガンダム OP/ED COLLECTION Volume2-21st Century-」

8月25日発売予定/DVD各3,000円 バンダイビジュアル(株)
(2010年03月31日までの限定販売)

ガンダム30周年記念商品として、2009年までに発表されたガンダムのTVシリーズとOVAのノンクレジット版のオープニングとエンディングを集めたDVDを、2枚同時に発売します。Volume1は1979年の「機動戦士ガンダム」から1999年の「V(ターンエー)ガンダム」まで、名曲「翔べ!ガンダム」(池田鴻)、「STAND UP TO THE VICTORY〜トゥ・ザ・ビクトリー〜」(川添智久)のほか、「JUST COMMUNICATION」(TWO-MIX)など計39曲を収録。Volume2は2002年の「機動戦士ガンダムSEED」から2009年春まで放送の「機動戦士ガンダム00」まで、「INVOKE-インヴォーク」(T.M.Revolution)、「FIND THE WAY」(中島美嘉)、「DAYBREAK'S BELL」(L'Arc〜en〜Ciel)など計42曲を収録しています。歌詞字幕のON/OFF機能のほか、各OP/EDの全バージョンとアイキャッチ集、ガンダム30周年記念店頭PV(プロモーション・ビデオ)の収録を予定しています。



©創通・サンライズ
©創通・サンライズ・毎日放送