

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

バンダイナムコグループの次のステップに向け 2011年は足場固めを徹底的に行う

エンターテインメント業界における年間最大の商戦期である年末年始商戦が終わり、バンダイナムコグループはこのほど、2011年3月期第3四半期連結累計期間の業績を発表しました。今回は、グループの業績、各事業の状況、そして2011年の抱負について、(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に聞きました。

国内トイホビー事業好調などで営業利益見込みを修正

— 年末年始商戦はどうでしたか？
石川 国内市場は概ね好調に推移しました。トイホビー事業は、国内市場で「仮面ライダーオーズ／OOO」「ハートキャッチプリキュア!」「たまごっち」などのキャラクター玩具が好調で、特に「仮面ライダーオーズ／OOO」の商品は、変身ベルトが発売4か月で40万個を販売するなど高い人気となりました。コンテンツ事業では、PSP向け「AKB1/48 アイドルと恋したら…」が話題となり、年間で当初計画を大きく上回る40万本を販売する見込みです。また、国内のアミューズメント施設も、キャラクターを活用した横断キャンペーンや人気キャラクター景品の導入効果も

あり、好調に推移しました。海外市場については、各事業とも残念ながら苦戦しましたが、2011年からの巻き返しに向け、昨年からの各地域でさまざまな仕込みに着手しています。

— 第3四半期連結累計期間（第3四半期）の業績について総括してください。

石川 第3四半期は、トイホビー事業の国内定番キャラクター玩具やカード商材などが好調に推移しました。また、「スピードあるグループへの変革」と「収益力向上と財務体質強化」を目的に実施したリスタートプランのさまざまな施策により、コンテンツ事業、アミューズメント施設事業を中心に一定の成果を挙げることができました。この結果、第3四半期の業績は、売上高2,880億30百万円、営業利益166億16百万円、経常利益165億77百万円となりました。四半期純利益は、投資有価証券評価損、資産除去債務会計基準適用に伴う影響額、法人税などの増加により、36億73百万円でした。



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 石川祝男

— 2011年3月期の通期見込みについて教えてください。

石川 第3四半期までの実績と各事業の足元の状況をふまえ、通期見込みを修正しました。売上高については、主にコンテンツ事業における海外の家庭用ゲームソフトの苦戦を受け、前回（2010年11月公表）見込みの4,000億円を3,950億円としました。一方、営業利益については、国内トイホビー事業の好調とアミューズメント施設事業の国内既存店の売上向上により、前回見込みの110億円を135億円に修正しました（業績についての詳細は4ページをご参照下さい）。

2011年3月期については、おかげさまで年初計画を上回る営業利益となる見込みですが、気を緩めることなく、営業利益135億円の達成を目指したいと思っています。

（次ページに続く）

Contents

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

トイホビーは海外での巻き返しに着手

—各事業の状況を教えてください。
石川 トイホビー事業では、ここ数年主力キャラクター「Power Rangers」の放映環境悪化の影響で海外が苦戦していました。しかし、2月7日より「侍戦隊シンケンジャー」をリメイクした新作「Power Rangers SAMURAI」の放映が米国最大の子ども向けチャンネルNickelodeonで始まり、毎週末の本放送と再放送に加えて関連チャンネルでも放映され、環境面が大きく改善されました。バンダイアメリカでは、TV局とタイアップして昨年よりイベントを開催したり、一部商品を先行して販売開始するなど、マーケティング・プロモ

ーション面でさまざまな仕込みを進めており、良い手応えを感じています。今後、放映にあわせてアクションフィギュアやロボットなどの商品を展開するほか、売り場作りなどを徹底し、「Power Rangers」復活に向けた足場固めを着実に進めます。

一方、国内でも、2月より主力2キャラクターの新番組「海賊戦隊ゴーカイジャー」と「スイートプリキュア♪」の放映が始まりました。「スーパー戦隊」シリーズは、絶好調の仮面ライダーに比べて商品販売面でやや苦戦していましたが、35作目の記念作品である新シリーズは、過去の歴代ヒーローに変身できる魅力あふれる設定



米国で放映を開始した「Power Rangers SAMURAI」の商品

TM and ©SCG Power Rangers LLC

となっています。商品面でも、キーアイテムを核に、トイだけでなく各カテゴリーを横断して相互連動を図ります。プリキュアについても、これまでと同様、女兒NO.1キャラクターとして強力に商品展開していきます。

このようにトイホビー事業では、好調な国内市場の勢いをさらに加速するとともに、海外における巻き返しを図っていきます。

新たなコンテンツのビジネスモデル構築に取り組む

—コンテンツ事業はどうですか？
石川 コンテンツ事業では、ワールドワイド展開を目指した家庭用ゲームソフトの新規タイトルが苦戦したことを受け、これまでの日米2拠点開発体制から、米国での開発を中止し、日本主導でクオリティとスケジュールのコントロールを強化する開発体制に変更しています。また、2012年3月期に向け、フランチャイズタイトルと新規タイトルの展開バランスについても見直しを行い、新たな市場に向けたチャレンジも積極的に行っています。急拡大しているSNS市場に向けて昨年12月よりサービス提供を開始した「ガンダムロワイヤル」は、約1か月で登録ユーザー数が200万人を突破しました。このほか、新しいプラットフォームであるニンテンドー3DS向けにも、「リッジレーサー3D」などバンダイナムコのテクノロジーを生かしたタイトルを投入しています。
映像音楽コンテンツでは、3月より「機動戦士ガンダムUC」第3話のクロスオーバー展開がスタートし

ます。本シリーズは、第2話も第1話と同様に好調な実績を挙げていますので、今後の展開にご期待いただきたいと思います。

コンテンツ事業では、今年度より従来の出口別組織からコンテンツ軸組織に変更しています。今後も、我々の持つコンテンツ価値を最大化できるあらゆる出口に向けて、コンテンツを活用していきます。また、環境とユーザー嗜好の急速な変化に合わせ、中長期的な視点でバンダイナムコグループらしい新たなコンテンツビジネスモデルの構築にも本格的に取り組めます。

—アミューズメント施設事業は？

石川 アミューズメント施設事業では、ファミリー層に向けてキャラクターの世界観を体感できる差異化された店舗を展開するなど、顧客セグメント別営業戦略が効果を発揮し、国内既存店売上が第3四半期で前年を上回っています。また、各種効率化施策の成果により収益性が向上しました。昨年12月からは、期間限定

キャラクターパッケージ型店舗で、たまごっち、ウルトラマンに続き、仮面ライダー版「仮面ライダーアクションスタジアム」の投入を開始し、おかげさまで上々の出足となっています。今後も収益安定を基盤にしつつも、競合施設ではできないバンダイナムコグループらしい攻めの施策を積極的に行っていきます。

エンタメグループらしくのびのびチャレンジ

—2011年は中期経営計画の最終年度です。

石川 2010年はリスタートプランに伴うさまざまな施策を実施しました。グループ全体が危機感を持ち、現場で社員が頑張った結果が、国内市場におけるヒット商品・サービスの創出、収益の改善につながってきたと思います。しかし、中期経営計画の重点戦略である海外における事業拡大については、まだ当初見込んでいた成果を挙げるに至っていません。バンダイナムコグループが海外の事業展開を中長期的に拡大するという方向性に変更はありません。中期経営計画の

最終年度である2011年については、海外の巻き返しに向けた取り組みを行うとともに、リスタートプランの効果の良い方向につなげ、徹底した足場固めを行っていきたいと思います。

なお、2012年4月からスタートする次期中期経営計画については、グループのマネジメント陣だけでなく、現場の中堅・若手社員の意見や提案もふま

え、具体的な策定に着手しています。2011年の基盤をステップに、次期中期経営計画では、ぜひ次の成長に向けたステップに向かいたいと思います。

— 2011年の抱負をお願いします。
石川 2011年は、2012年以降のステップに向けた足場固めをしっかりと行います。経営統合から5年以上がたち、各事業の現場では社員が自然発

生的にグループ内のノウハウを活用し、バンダイナムコグループでしかない新しい商品・サービスが生まれてきています。2011年は、収益面の安定をしっかりと確保しつつ、商品・サービスを提供する各事業の現場では、エンターテインメントグループらしく元気にのびのびとチャレンジしていきたいと思います。

Holdings News

■ バンダイナムコグループ主要会社の取締役体制 (2011年4月1日付)

◆(株)バンダイナムコホールディングス

役職	氏名
取締役会長	高須 武男
代表取締役社長	石川 祝男
取締役	大津 修二
取締役	浅古 有寿
取締役(非常勤)	上野 和典
取締役(非常勤)	橘 正裕
取締役(社外)	米 正剛
取締役(社外)	一條 和生
取締役(社外)	田崎 學

◆(株)バンダイ

役職	氏名
代表取締役社長	上野 和典
取締役副社長	田口 三昭
常務取締役	川口 勝
取締役	福田 祐介
取締役	本田 耕一
取締役	埜 義孝
取締役	佐藤 明宏
取締役(非常勤)	五十嵐 正治
取締役(社外)	松永 真理

◆(株)バンダイナムコゲームス

役職	氏名
代表取締役社長	石川 祝男
代表取締役副社長	鶴之澤 伸
常務取締役	清嶋 一哉
取締役	中谷 始
取締役	竹野 史哉
取締役	萩原 仁
取締役	本田 耕一
取締役(非常勤)	浅古 有寿

◆(株)ナムコ

役職	氏名
代表取締役社長	橘 正裕
取締役	名村 宏
取締役	川崎 寛
取締役	猪野 修平
取締役	出川 敬司
取締役	浅見 和夫
取締役(社外)	中藤 保則

自己株式の市場買付 および取得終了に関するお知らせ

(会社法第165条第2項の規定による定款の定めに基づく自己株式の取得)

(株)バンダイナムコホールディングスは、会社法第165条第3項の規定により、読み替えて適用される同法第156条の規定に基づく自己株式の取得について、下記のとおり実施しました。なお、このたびの買付をもちまして2010年11月5日開催の取締役会決議による自己株式の取得は終了しました。

1. 取得対象株式の種類	普通株式
2. 取得期間	2010年12月1日～ 2010年12月24日
3. 取得した株式の総数	5百万株
4. 株式の取得価額の総額	4,169百万円
5. 取得方法	東京証券取引所における市場買付

CSR Topics

環境展示会「エコプロダクツ2010」に出展

昨年12月に開催された日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ2010」に、バンダイナムコグループから(株)バンダイナムコホールディングスと(株)バンダイが出展しました。

ブースでは、グループのCSR

活動推進キーワードである「Fun for the future～楽しみながら、楽しい未来へ～」のコンセプトや、長野県志賀高原の「バンダイナムコの森」における活動実績を映像や写真で紹介しました。また、リサイクル樹脂を使用したプラモデルなど、バンダイの商品におけるさまざまな環境への取り組みを実際に触れることができる展示で説明したほか、グループ会社の各拠点にあった不要な紙をリサイクルして作った折り紙を使用し、子供たちが「たまごっち」のキャラクターを折ってエコに関するメッセージを書くワークショップなどを開催しました。



「エコプロダクツ2010」会場の様子

2011年3月期 第3四半期 連結累計期間の業績

バンダイナムコグループの2011年3月期第3四半期連結累計期間の業績は、国内のトイホビー事業が好調に推移したことに加え、リスタートプランに基づき着手したさまざまな施策が、コンテンツ事業、アミューズメント施設事業を中心に一定の成果を挙げることができました。この結果、第3四半期連結累計期間の売上高、営業利益、経常利益は下記の表の通りとなりました。

なお、投資有価証券評価損、資産除去債務会計基準の適用に伴う影響額を第1四半期に特別損失として計上したこと、および海外販社を中心とした子会社の赤字幅拡大の一方、主として国内子会社の増益に伴い法人税などが増加したことから、四半期純利益は表の通りとなりました。

<トイホビー事業>

国内において年末商戦を中心に「仮面ライダーオーズ／OOO」、「ハートキャッチプリキュア!」、「たまごっち」などの定番キャラクター玩具が好調に推移するとともに、乗り物玩具「VooV」が人気となりました。また、デジタルカードゲームの

データカードダス、カードゲームの「プロ野球オーナーズリーグ」などが好調に推移し、業績に大きく貢献しました。さらに玩具菓子、子供服などの周辺事業も、「仮面ライダー」シリーズなどの人気キャラクターの水平展開により、業績が改善しました。

海外では、欧米において「Power Rangers」シリーズのテレビ放映頻度の減少に伴い苦戦するなか、中長期的な成長へ向けた新しいカテゴリーやコンテンツの開拓に着手しましたが、「BEN10」が好調に推移した前年同期にはおよびませんでした。

<コンテンツ事業>

家庭用ゲームソフトは、海外を中心に新たなフランチャイズ化を目指して展開した新規タイトルが計画を下回る結果となりました。しかしながら、国内においては、より迅速な顧客ニーズへの対応により、PSP向け「GOD EATER BURST」、「AKB1/48 アイドルと恋したら…」などが人気となりました。

業務用ゲーム機については、「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」や人気キャラクターの景品を中心に好調に推移しました。また、映

像音楽コンテンツについては、好調な「ガンダムUC」のパッケージ販売に加え、タイトルの選択と集中により収益性が改善しましたが、モバイルコンテンツは低調な推移となりました。

なお、前連結会計年度に一部子会社に係るのれんを減損処理したため、当第3四半期連結累計期間において、前年同期比でのれんの償却費が減少しており、さらに効率化施策の実施により固定費が減少しました。

<アミューズメント施設事業>

国内市場において底打ち感が出てきたなか、顧客セグメント別の営業戦略に取り組みました。具体的には、キャラクターの世界観を体感できる差異化された店舗を中心に好調に推移し、既存店売上は前年同期比で100.9%となりました。

海外においては、ヨーロッパ地域において低調な推移となったものの、アメリカ地域においては、前連結会計年度に実施した効率化施策の効果により、収益性が改善しました。

なお、通期の連結業績予想については、第3四半期連結累計期間の実績、直近の事業動向などを踏まえた上で、2010年11月5日に公表した予想数値を表の通り修正します。

◆2011年3月期 第3四半期 連結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	四半期純利益
第3四半期	288,030	16,616	16,577	3,673
前年同期比増減比率 (%)	1.8%	253.0%	235.9%	—

◆2011年3月期通期の連結業績予想 (単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回予想 (2010年11月公表)	400,000	11,000	10,500	1,800
今回予想 (2011年2月公表)	395,000	13,500	13,500	1,800

◆2011年3月期 第3四半期 連結累計期間 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 (▲損失)
トイホビー	116,309	13,561
コンテンツ	130,261	3,553
アミューズメント施設	46,489	1,454
その他	13,406	796
消去・全社	▲18,436	▲2,749
合計	288,030	16,616

※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、保証するものではありません。

ハイクオリティで幅広いジャンルの作品を製作販売 今後もコンテンツの創出と裾野拡大に取り組む

バンダイビジュアル(株)は、1983年に(株)バンダイが企画製作する映像パッケージソフトの販売会社として設立しました(1991年より現社名)。現在は「ガンダム」シリーズをはじめ、「攻殻機動隊」シリーズなど海外でも人気の高い作品や、「クレヨンしんちゃん」シリーズなどファミリーに人気のアニメーション作品、北野武監督の劇場実写作品など、ハイクオリティで幅広いジャンルの作品の製作・パッケージ販売を行っています。

設立初年度の1983年には、押井守監督作品で世界初のOVA(オリジナル・ビデオ・アニメーション)となる「ダロス」を発売。最近ではイベント上映、パッケージ販売、ネットワーク配信を世界同時期に行う「機動戦士ガンダムユニコーン」シリーズ展開の一翼を担うなど、常に時代を先取りする取り組みを行っています。今後は、バンダイビジュアルならではのハイクオリティな作品提供に加え、音楽やコミックなどコンテンツの裾野拡大、新たなコンテンツの創出、そしてグループ会社間で連携し、シナジー効果を生み出せるような取り組みも積極的に行っています。



©臼井儀人/双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK 2010 ©創通・サンライズ ©2010「アウトレージ」製作委員会 ©1995・2008 士郎正宗/講談社・バンダイビジュアル・MANGA ENTERTAINMENT ©1995 士郎正宗/講談社・バンダイビジュアル・MANGA ENTERTAINMENT

バンダイビジュアル株式会社

所在地 東京都品川区
設立 1983年8月23日
代表取締役社長 大下 聡
事業 映像コンテンツおよびパッケージソフトの企画・製作・販売

<社長から一言>

バンダイビジュアルは1983年の創業以来、最先端の映像を最高のクオリティでお届けすることを使命として走り続けてきました。目前に迫った30周年を盛り上げるため、2011年末からさまざまな企画を用意し、皆様に感謝の意を表したいと思っています。同時に、40周年、50周年に向けて成長を続ける責任を強く感じます。映像・音楽コンテンツ市場は今、大変厳しい状況にあります。そんな逆境すら、我々がさらなる進化を遂げるための訓練だと捉え、それをバネに飛翔するべく、これからも走り続けていきます。



Portrait

現場から

人気の「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」をプロデュース

株式会社バンダイナムコゲームス プロデューサー 馬場 龍一郎

対戦アクションゲーム「機動戦士ガンダム VS.シリーズ」の9作目、業務用ゲーム機「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」が、50億円を超えるヒットを記録。その背景を(株)バンダイナムコゲームスの馬場龍一郎プロデューサーに聞きました。

Q ゲームの特徴を教えてください。

A 「極限進化」をキャッチフレーズに、あらゆる部分を進化させています。グラフィックも前作までと比べて格段に向上したほか、ICカードに対戦結果を保存したり、携帯サイト「ガンダムVS.モバイル」に登録すれば、デザインやアイテムを自由にカスタマイズできるようにしました。そのほか対戦の模様を中継する「ライブモニター」を設置したり、新しい機体の追加やゲームの調整などオンラインによるアップデートも好評です。

Q 開発で苦労した点は？

A 開発スタート時はバンダイとナムコが経営統合した直後で、両社の仕事の進め方や考え方、ガンダムに対する理解もバラバラでした。そこで、「僕らは僕らで考えよう」を合い言葉に開発を進めました。ガンダムへの愛着こそ良作を生む原点ですので、プロジェクトメンバーはすべての作品を視聴し、デザインの資料に使うガンプラも1人1個は必ず作るようにしました。そこで生まれた愛着とこだわりが作品の細部に宿っていると思っています。

Q ヒットの要因は何ですか？

A まず驚いたのは、初回のロケテストに300人の行列ができたことです。それが業界内で話題となり、各アミューズメント施設で購買意欲をかき立てることができました。もちろん、この作品のターゲットは15〜23歳までの男子学生が中心ですので、彼らの流行や価値観を意識し

たプロモーションを行いました。海外の人気ロックバンド「LINKIN PARK」とのタイアップや、歌手のGACKTさんを声優に起用したこともその一環で、プロモーションや販売戦略でも妥協せず、「極限進化」を目指したことが成功に繋がったと分析しています。4月から全国大会もスタートし、出荷店舗の半分が大会にエントリーする予定ですので、さらなる盛り上がり期待されます。このゲームで初めてガンダムに触れたユーザーも多くいますので、これを機会に新たなガンダムファンを増やし、キャラクターの価値をより一層高めていきたいですね。

1999年バンプレスト入社。「機動戦士ガンダムカードビルダー」なども手がける

©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・毎日放送



2011年の新キャラクター情報

戦隊シリーズは、第1作の「秘密戦隊ゴレンジャー」から数えて35作品目となる記念すべきシリーズ最新作「海賊戦隊ゴーカイジャー」が、2月13日よりスタート。「海賊」をモチーフにした最強戦隊が登場します。女兒キャラクターNo.1の人気を誇るプリキュアシリーズは、最新作「スイートプリキュア♪」が2月6日よりスタート。女兒キャラクターとしては最長となる8年目に突入しました。バンダイでは、玩具を中心にカード商品、カプセル玩具、玩具菓子、アパレルなど幅広いアイテムを発売するとともに、遊びの幅を広げるアイテム運動により、商品・キャラクターを最大限に盛り上げていきます。ご期待ください。

海賊戦隊ゴーカイジャー

テレビ朝日系列 毎週日曜日朝7:30～
地球の平和を守り続けてきた伝説のスーパー戦隊。そのすべての力を受け継ぎ、冒険とロマンを求めて宇宙の大海原に行く若者たちがいた。



©2010 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

スイートプリキュア♪

ABC・テレビ朝日系列毎週日曜日朝8:30～
人間界に飛び散った「伝説の楽譜」の「音符」たちを集め、世界の平和を守ると言われている「幸福のメロディ」を復活させるために、新たなプリキュアが立ち上がる。



©ABC・東映アニメーション

ガシャポン初 対戦型フィギュアバトル「BATTLE BREAK」始動

(株)バンダイ(上野和典社長)は、4月よりガシャポン(カプセルトイ)初のトレーディングフィギュアバトル「BATTLE BREAK」を展開します。

「BATTLE BREAK」は、コインとバトルダイスを駆使してさまざまな勢力のフィギュアを操る、まったく新しい対戦型フィギュアバトルです。集英社の『Vジャンプ』と完全連動した企画となっており、第1弾には「Dr.スランプ」や「ドラゴンボール」などの鳥山明氏が、第2弾以降も集英社の作家陣による企画のフィギュアを発売します。さらに専用ホームページ、TVコマーシャル、実際にバトルを体験できる全国体験ツアーなど各種プロモーションを予定。また、カプセル自販機(200円)での販売に加え、スターターセット(1,260円)、拡張パックシリーズ(315円)も展開。シンプルでありながら奥深く、拡張性の高いルールで幅広い層の方々に楽しんでいただけるフィギュアカテゴリーを創出します。



専用HP: <http://www.battlebreak.com/>

©BANDAI

変身ブローチ キュアマージュレ

発売中 / 4,725円 (株)バンダイ

「スイートプリキュア♪」の「プリキュア」変身アイテム。「フェアリートーン」と呼ばれる音符の妖精型の音声ユニットを本体にセットし、変身キーを押すと中央のクリスタルディスクが回転し、変身なりきり遊びや音遊びが楽しめます。他の商品に付属、もしくはガシャポンや玩具菓子として販売される「フェアリートーン」とも連動して遊べます。



©ABC・東映アニメーション

成長に合わせた4つのステップ! ごきげんバウンサー

3月12日発売予定 / 16,800円 (株)バンダイ

脳科学に基づいたベビートイ「BabyLabo」シリーズから、赤ちゃんの好奇心を引き出す遊びを満載したバウンサーが登場です。付属のマスコットを付け替えたり、見せ方を変えることにより、赤ちゃんの成長に合わせて4つのステップに遊びを変えることができます。



©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

また、トイバーの根元や足元部分には、赤ちゃんが触れることで音を出して楽しめる遊びを盛り込んでおり、フレームはワイヤーのバネ性で心地よく揺れ、赤ちゃん自身で揺らして遊ぶこともできます。バウンサー本体は3段階のリクライニング機構付きで、2つ折りでの収納も可能です。

ストアブランド統一や従業員教育推進 顧客接点強化策を本格始動

バンダイナムコグループのアミューズメント施設運営会社として、2006年に新設分割により“新生ナムコ”としてスタートし、今年3月で5周年を迎える(株)ナムコ(橋 正裕社長)では、中期経営計画に基づき“選択と集中による収益力強化”を推進していますが、最終年度となる2011年は、この戦略を確実に達成させるため、引き続き顧客セグメント別営業強化などにより他社との差異化を図るとともに、顧客接点強化策を本格的に開始します。

具体的には、グループ唯一の直接顧客接点を持つ企業として、ストアブランドを社名と同じ「namco」に統一



画像はイメージです

します。また、店舗スタッフのユニフォームを一新するほか、オリジナルのアミューズメント機器や景品の開発、店舗改装を進め、一層の期待と安心を提供する店舗作りを推進します。さらに、顧客満足度の向上を目指して従業員教育を強化し、接客コンテストや接客優秀店表彰など、ブランド価値向上を目指した総合的な施策を展開していきます。

子供向けパッケージ型遊戯施設 「キッズ・アート・ミュージアム」登場

ナムコは、文具大手コクヨS&T(株)との共同企画により、幼児・低学年向けテーマパーク「キッズ・アート・ミュージアム」を、「ゆめKIDSゆめタウン店」



(広島市/ゆめタウン広島3階)に昨年12月より期間限定でオープンしています。この施設では、親子で楽しめるコクヨのえほん「WORK×CREATEシリーズ」の世界に子供が入り込み、絵本のコンテンツを活用した5つのアーティストが体験できます。ナムコでは、キャラクターパッケージ型遊戯施設の導入で新しい遊びを提供し、ファミリー層の集客強化を進めており、エデュケーション要素を加えた今回の「キッズ・アート・ミュージアム」をステップに、子供向けコンテンツの充実を図っていきます。

接客コンテスト「N1グランプリ」開催

ナムコは、このほどアミューズメント施設スタッフの接客ナンバーワンを決める「N1グランプリ」を開催しました。2006年



に業界に先駆けてスタートして以来5回目となる今回は、全国約220店舗、4,000名の中から決勝に進んだ15名によるハイレベルな戦いが繰り広げられ、「NAMCOLAND イオン かほく店」(石川県かほく市)の松本政治(写真右)が接客日本一の座を獲得。今回も他業種から迎えた特別審査員、役員、社員など総勢約250名の審査員が、接客の基本項目(笑顔、あいさつ、アイコンタクト)や、要望への対応力など6つの基準で採点しました。ナムコでは、今後もお客様の期待を上回る接客サービスを生み出すアミューズメント施設運営を行っています。

浅草花やしきに新アトラクション 「お化け屋敷」が3月に登場

江戸時代末期に花園として開園し、158年の歴史を持つ「浅草花やしき」(株)花やしき運営、田中英利社長)は、菊人形や珍獣を中心とした時代を経て現在



に至り、長く浅草の娯楽スポットとして親しまれています。そんな中で、密かに語り継がれる不思議な話や怖い話も多くあります。このほど、その語り継がれる怪談話の1つ、園内の桜の木を切ったことで始まる不思議な出来事を題材にしたウォークスルータイプの新アトラクション「お化け屋敷」が、3月下旬にオープンします。屋敷の中で起こる数々の呪い現象、桜の木に宿る怨霊、そして気配……。花やしきならではの元祖「お化け屋敷」にご期待ください。

イベント インフォメーション

●「ナムコ・ナンジャタウン」キャラクターイベント開催

2月26日～3月6日、仮装やコスプレのままアトラクションやフードテーマパークが楽しめる「ナンジャ☆レイヤーズカーニバル」を開催。コスプレイヤーや仮装ファンの皆さんのためのスペシャルデイズです。



●映画タイアップキャンペーンを展開

「劇場版マクロスF～サヨナラノツバサ～」の公開を記念したキャンペーンイベントを、全国のナムコ直営アミューズメント施設70店舗とナムコ・ナンジャタウンで4月10日まで開催。実施店舗でしか手に入らない限定景品やナンジャタウンのオリジナルデザート&フードなどが楽しめます。



©2011 ビックウエスト/
劇場版マクロスフロンティア製作委員会

●「ピーターラビット」が幼稚園を訪問

プレジャーキャストが運営する「ピーターラビットのもみの木のおうち」(神奈川県小田原市/ダイナシティウエストモール4階)では、社会貢献活動の一環として、地元の幼稚園・保育園に無償でピーターラビットを出張させて、ショー形式で園児たちとふれあいを図っています。



BEATRIX POTTER™ and
PETER RABBIT™ ©F.W.&Co.



「ガンダムロワイヤル」の登録者数がサービス開始6日で100万人突破

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)が(株)ディー・エヌ・エーの協力で企画・開発し、昨年12月に「モバゲータウン」で配信を開始した「ガンダムロワイヤル」が、サービス開始から6日で登録者数が100万人を突破しました。(※2011年1月下旬時点で200万人突破)

現在、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下:SNS)の利用者数は、日本国内だけで4,500万人を超えているといわれています。急成長を遂げているこのSNS市場の中で

も、2,000万人以上の会員数を誇る「モバゲータウン」で、人気の高い「機動戦士ガンダム」の世界観を再現し、配信したことが、今回の記録的な登録者数となりました。

バンダイナムコゲームスでは、多くのユーザーから「提供サイト」と「配信コンテンツ」に対する信頼性と期待感が得られたととらえ、今後も市場動向を常に調査し、新しいゲームのプラットフォームであるSNS市場向けにさまざまなコンテンツを提供していく予定です。



©創造・サンライズ

「NARUTO-ナルト- 疾風伝 ナルティメット ストーム2」の出荷数が全世界で100万本突破

バンダイナムコゲームスが昨年10月に、プレイステーション3とXbox 360向けに発売した対戦型アクションゲーム「NARUTO-ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム2」の出荷本数が、このほど全世界で



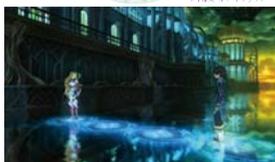
©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ ©2010 NBGI

100万本を突破しました。「NARUTO-ナルト-」は1999年に「週刊少年ジャンプ」で連載がスタートし、現在はテレビ東京系列で「NARUTO-ナルト- 疾風伝」が放映されています。本作はこの最新アニメを題材とした家庭用ゲームソフト「ナルティメット」シリーズの最新作です。プレイヤーは、ドラマとバトルで構成される本作のメインモード「アルティメットアドベンチャー」で「NARUTO-ナルト- 疾風伝」の世界を追体験できるほか、多彩な「忍術」や「奥義」を繰り出しながら、華麗で爽快なバトルを楽しむことができます。

「テイルズ オブ」シリーズ15周年を記念し新作タイトル発表パーティーを開催

バンダイナムコゲームスは、このほど「テイルズ オブ」シリーズの15周年記念タイトル発表パーティーを開催しました。1995年12月にシリーズ1作目の「テイルズ オブ ファンタジア」を発売してから15年。その記念タイトルとして、プレイステーション3向け「テイルズ オブ エクシリア」を2011年中に発売します。本作では同シリーズのキャラクターデザインでお馴染みの藤島康介氏と、いのまたむつみ氏が描いたシリーズ初となる男女のW主人公が登場。テーマソングは浜崎あゆみさんが手がけます。このほかにも、ファン感謝イベント「テイルズ オブ フェスティバル 2011」の開催告知など、15周年を盛り上げる施策を発表しました。

TALES OF XILLIA



©いのまたむつみ ©藤島康介 ©2011 NBGI



業務用機器 「アンパンマンはどーこだ?」「たいこでどんどん」

稼働中 (株)バンダイナムコゲームス

子供たちに大人気の「アンパンマン」のアーミューズメント機器です。「アンパンマンはどーこだ?」は、おうちの中に入り、モニターを見ながらアンパンマンや仲間たちを探します。見つけて画面をタッチすると、まるで飛び出す絵本のようにキャラクターが楽しく動き出します。「たいこでどんどん」は、太鼓を叩くと、お話に参加できたり、アンパンマンの楽曲を楽しむことができます。パチを握れるようになったばかりの子供が自由に叩いても、自然に演奏ができるように開発した不思議な太鼓です。体を動かす太鼓遊びで、子供の健やかな発育を応援します。



©やなせたかし/フレール館・TMS・NTV

AM用景品 「ワンピース ワールド コレクタブル フィギュア vol.12」

3月下旬導入予定 (株)バンプレスト

全国のアミューズメント施設向けに「ワンピース」を題材としたコレクションフィギュアシリーズの最新作「ワンピース ワールドコレクタブルフィギュア vol.12」を投入します。細部にまでにこだわった造形はもちろん、シリーズを通じて作品に登場するサブキャラクターを豊富にラインアップした人気アイテムです。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション

スーパーヒーローアクション 「TIGER & BUNNY」4月スタート

(株)サンライズ(内田健二社長)が制作し、バンダイビジュアル(株)(大下聡社長)が共同出資するTVアニメ「TIGER & BUNNY」が、4月より放送を開始します(Blu-ray・DVDは5月から発売予定)。スポンサーのロゴ入りスーツを着たスーパーヒーローたちが、さまざまな事件に挑みます。昨年11月、劇中のヒーロスーツへのプレイスメントスポンサーを募集するという広告を掲載した結果、多数の企業からオファーを受けています。また、キャラクター原案に「ZETMAN」を連載中の漫画家・桂正和氏、脚本にTVドラマ「怪物くん」の西田征史氏を迎えるなど、アニメ業界外からも多彩なクリエイターが集結しておくる、これまでにないスーパーヒーローアクションです。



TIGER & BUNNY
4月スタート予定 (MBS 土曜深夜、
TOKYO MX 火曜23:00～、
BS11デジタル 土曜24:30～)

©SUNRISE/T&B PARTNERS, MBS

「攻殻機動隊 S.A.C. SOLID STATE SOCIETY 3D」3月26日公開

国内ビデオグラム販売累計230万本を突破し、世界中で支持を集める「攻殻機動隊」シリーズ。そのうち神山健治監督が手掛けたTVアニメーション「攻殻機動隊 STAND ALONE COMPLEX」シリーズの3作目にあたる「攻殻機動隊 S.A.C. Solid State Society」が、同監督の陣頭指揮のもと3D化され、3月26日に公開されます。作品は、情報ネットワークとサイボーグ技術の発達により、人々の意思が脳で繋がれた近未来の日本を舞台に、より複雑化する犯罪に立ち向かう内務省直属の独立部隊「公安9課」の活躍を描きながら、現代社会にも共通する社会問題に切り込んだSFアニメです。3D化にあたり完全新作の作画をオープニングに加え、観客が自らサイボーグになったような視点で展開するまったく新しい3D映画に仕上がりました。



攻殻機動隊 S.A.C. SOLID STATE SOCIETY 3D
3月26日公開
(新宿バルト9など全国10館)

©2011 土郎正宗・Production I.G / 講談社・攻殻機動隊製作委員会

新コミックレーベル「エモーションコミックス」

毎月10日ごろ発売／税別600円～ (株)エモーションエモーション(森本浩二社長)が、自社コミックレーベル「エモーションコミックス」を設立しました。これはエモーションが現在運営しているモバイル・Webサイト「ゲッキン」で連載している人気作品を書籍化したもので、昨年12月の創刊以来、毎月4アイテムずつ発売しています。今後も他のメディアと連動しながら、出版事業の拡大を目指していきます。



©Kazumi Hoshi 2010 ©Go Nagai / Dynamic Planning-MS 2010
©Jun SASAMEYUKI 2010 ©CHUNSOFT/Project CANAAN
©Shinki KITSUTSUKI 2010 ©Nihon Falcom Corp. ©Nozomu TAMAKI 2010
©Yushi KANOE 2010 ©Naoyuki FUJISAWA 2011 ©IKUKO KUJIRAI 2011
©Kotori MOMOYUKI 2011 ©Kguchi 2011 ©Yu YOSHIKAGE 2011

レンタル専用DVD「デジモンクロスウォーズ」

第1～3巻：4月22日よりレンタル開始予定、以降毎月1巻ずつリリース (全12巻予定) バンダイビジュアル(株)

バンダイの人気シリーズ「デジモン」のTVアニメ最新作「デジモンクロスウォーズ」のDVDがレンタル専用でリリースされます。第1～3巻の音声特典として収録されているDVD先行収録の「デジメロディ」は、バンダイより発売中の玩具「デジモンクロスローダー」で音を感じさせ、リロードに成功するとメロディに応じたデジモンを仲間にすることができます。第4巻以降も「デジメロディ」を紹介する番組内コーナーがそのまま収録されますので、レンタルDVDなら何度でもデジモン召喚に挑戦できます。なお、「デジメロディ」は、後日、公式サイトでも配信する予定です。



©本郷あきよし・東映アニメーション・テレビ朝日・電通

G.Addict 1stフルアルバム「HIGH-END」

発売中／3,000円 (株)ランティス

梶裕貴・阿部敦・寺島拓篤・堀江一眞の4人によるユニット「G.Addict」。ランティス(井上俊次社長)がプロデュースするオリジナルアニメーション「グラール騎士団」のメインキャストにより2009年に結成。以来、ミクスチャー・ポップ・ロック×声優ユニットの化学変化を提唱し続けてきた彼らのフルアルバムが、いよいよ発売となりました。各メンバーの声優としての活動も顕著になり、4月3日には横浜BLITZで初の単独ライブも決定。人気実力ともに兼ね備えたアーティスト「G.Addict」にご期待下さい。



©Lantis

株式会社バンダイ 取締役 トイ事業政策担当 佐藤 明宏

国内のトイホビー事業が好調に推移しています。なかでも仮面ライダーシリーズはキャラクター玩具の販売も好調で、(株)バンダイの2011年3月期のキャラクター別売上高でトップに立つなど、業績を牽引しています。

今回はバンダイのトイ事業政策を担当する佐藤明宏取締役に、ボーイズトイの商品戦略について話を聞きました。

■佐藤 明宏 (さとう あきひろ) 取締役のプロフィール

<経歴> 1965年9月30日生 埼玉県出身

88年12月 (株)バンダイ入社

06年4月 ボーイズトイ事業部 ゼネラルマネージャー

09年4月 取締役 トイ事業政策担当 兼 ガールズトイ事業部、プレイトイ事業部管掌
兼 トイ戦略室、ボーイズトイ事業部 ゼネラルマネージャー



当社のすべてのタッチポイントを使い「事業部連動」を展開していく

—玩具市場の状況はどうか？

佐藤 直近の年末年始商戦について当社が調べたところ、国内の玩具市場は堅調に推移しており、おかげさまで当社も昨年対比105%と昨年を上回る実績を残すことができました。特に「仮面ライダーオーズ／000」関連の商品が好評を博しており、「変身ベルト DXオーズドライバー」は、我々の予想をはるかに上回る売れ行きとなりました。変身ベルトは前作の「仮面ライダーW」が平成シリーズでは過去最高の54万個を販売しましたが、今回の商品は9月の発売から4か月間ですでに40万個を突破しており、2年連続で記録を更新する勢いです。

—仮面ライダーシリーズが好調な理由を教えてください。

佐藤 2009年より、スーパー戦隊シリーズと仮面ライダーシリーズの番組放映開始時期がずれたことも好調の要因の1つだと考えていますが、何より作品自体が面白いことです。そして、“平成ライダー”シリーズ10年の経験の積み重ねにより、商品ラインナップの組み方が熟成されてきたことも大きな要因でしょう。その商品戦略に、当社が展開するタッチ

ポイントのすべてを使って商品価値を繋げていく「事業部連動」があります。

今回の変身ベルトは、「オーメダル」を使って変身アクションを行うのですが、この「オーメダル」は、カプセル自販機や玩具菓子などでも商品化しており、大人気の「データカードダス 仮面ライダーバトルガンバライド」でも遊ぶことができます。つまり、トイ以外の事業部が連動することで、親や子供の“生活導線”にある商品が、変身ベルトと連動するという仕組みになっているのです。こうしたさまざまな施策が功を奏して、現在のブームが演出できたのではないかと分析しています。

—今や世代を超えたキャラクターに成長していますね。

佐藤 トイで遊ぶ3～6歳の男児はもとより、初期の平成ライダーを見て育った20代前後の若者や、昭和のシリーズを楽しんだ親世代へとファン層が拡大しています。番組の内容についても、大人と一緒に楽しめる脚本になっていることもあり、親世代が子供を通じて玩具やデータカードダスに触れ、若者世代はコレクターズ事業部が手掛ける精巧なフィギ

ュアを購入するなど、商品の幅が広がっています。世代を超えて楽しまれていることは仮面ライダーの最大の強みですので、引き続きこの調子を維持していきたいですね。

—スーパー戦隊シリーズはどうですか？

佐藤 今期の商品販売は苦戦を強いられました。その要因や反省点は検証できていますので、必ず復調させます。新作の「海賊戦隊ゴーカイジャー」は、シリーズ35作品目となる記念すべき作品で、ストーリーも歴代のスーパー戦隊のヒーローに変身して戦うことができるなど、幅広い層に受け入れられる内容になっています。もちろん、商品も1号ロボットの「海賊合体DXゴーカイオー」をはじめ、変身アイテムである「変身携帯モバイレッツ」や武器などのなりきりアイテムを販売します。

また、なりきり遊びを拡張する「レンジャーキー」をキーアイテムとして、玩具菓子、カプセル玩具、アパレルなどさまざまなカテゴリーの商品を展開し、番組を盛り上げていきます。番組を制作されている東映さんと強力にタッグを組み、作品内容、マーケティング展開、商品構成、メディアミックスなど、かなり練り込んでいますので、ご期待ください。

海賊戦隊ゴーカイジャー



海賊合体DXゴーカイオー



©2011 石森プロ・テレビ朝日・東映AG・東映

「変身携帯モバイルーツ」は200種以上の「レンジャーキー」を認識。レンジャーキーをセットして回すとクロスボーンが開いて変身音が鳴る

仮面ライダーオーズ/000



仮面ライダーオーズ/000の「変身ベルトDXオーズドライバー」(左)と「オーメダル」が大ヒット

©2010 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

VooV (ブーブ)



「変身」をコンセプトにした乗り物玩具「VooV」が未就学児に人気を集めている

JR東日本商品化許諾済 JR東海承認済 JR西日本商品化許諾済

新規ターゲット・カテゴリーを拡大し国内NO.1の地位を確固たるものにする

—小学生向けの展開はどうか？
佐藤 昨年2月に「ハイパーヨーヨー」を復活させ、1年間で50万人のユーザーを獲得できたととらえています。今期の戦略は店頭での実演やイベントによる認知促進が中心でしたが、今後はメディア展開をさらに強化するなどチャレンジを継続します。商品面では、自分のプレイスタイルに合わせてヨーヨーを自由にカスタマイズできる「ハイパークラスタ」を発売しており、今後も性能が異なるさまざまなカスタマイズパーツを発売する予定です。

一方、昨年7月にアニメシリーズを開始した「デジタルモンスターシリーズ」の商品販売は、やや苦戦しています。関連商品の価格設定などの課題を含め、テコ入れを検討しています。小学生カテゴリーの獲得は

大きなテーマです。新たなコンテンツを駆使するなど、頭一つ抜け出したと思っています。

—未就学児向け「VooV」は？
佐藤 乗り物玩具の「VooV」が昨年3月の発売以来、120万個を超えるヒットを記録しています。これは車や電車を開いてひっくり返すと、別の車や電車に「変身」というもので、これまで手薄だった乗り物玩具市場のシェアを獲得することができました。新たなターゲット・カテゴリーの拡大は必須でしたので、息の長いシリーズとなるように、来期は安定と定着に向けた取り組みに力を入れていきます。

—流通政策はどうか？
佐藤 昨年から、より売り場を意識し、担当者が販売店を巡回して、魅

力的な売り場づくりのサポートにも取り組んでいます。すでに一定の成果が出ていますので、引き続き当社の商品やマーケティングの考え方が消費者にダイレクトに伝わる軒先を増やしていくつもりです。

—今後のボーイズトイの抱負を聞かせてください。
佐藤 ボーイズトイ事業部が手掛けるキャラクターや商品は、子供たちにとって「正義」や「勇気」などの性格形成に大きな影響を及ぼしますので、その自覚を忘れずにモノづくりに携わることが大切です。ボーイズトイ事業部のスタッフは、そうした商品作りに対する使命とともに、そのキャラクターがどうすれば全社的に盛り上げていけるかということを常日頃から考えています。これからも高い意識を持って商品開発に取り組むことで、国内NO.1の地位を確固たるものにしていくつもりです。

編集後記

2011年を迎え、最初のニュースレターをお届けいたします。今年はバンダイナムコグループにとって、現在進行中の中期経営計画の最終年度の年となります。中期経営計画に基づく戦略推進や

リスタートプランの実施、そして社員の頑張りにより、ヒット商品やトレンドの創出など明るい話題も生まれてきています。今年も気を緩めることなく、グループ丸となってスピーディな攻めとチャレンジを行い、バンダイナムコらしい強

みを各分野で発揮していきたいと考えております。

ニュースレターを通じ、今後もグループの動きをお伝えしていきます。何卒よろしく願いいたします。

(広報IR担当)

デジモンジントリックス

発売中/カード3枚1セットのブースターパック:315円
カード2枚1セットの自販機ブースター:200円 (株)バンダイ

カードとインターネットを融合させたオンラインカードゲーム「ネットカードダス」の新商品。デジタルモンスター(以下:デジモン)カードに記載されたシリアルコードをPC上の公式サイトに登録、または二次元コードを携帯電話で読み取って携帯電話上の公式サイトに登録し、自分だけのデジモンチームを編成して「デジタルワールド」で領土を巡る陣取り合戦を行うオンラインカードゲームです。第1弾は新旧のデジモンTVシリーズに登場する歴代のデジモンから全120種と豊富なラインナップで展開します。なお、この商品はカードの制作・販売をバンダイが、オンラインゲームの構築を(株)バンダイナムコゲームスが担当しています。バンダイは今後も、カードとインターネットを融合させた「ネットカードダス」事業の拡大を図っていきます。



©本郷あきよし・東映アニメーション・テレビ朝日・電通

Tamagotchi iD L

たまごっち アイディーエル
3月19日発売予定/全6色・各5,040円 (株)バンダイ

ダウンロードで自分仕様にカスタマイズでき、アイテム交換機能を搭載した「たまごっちシリーズ」の最新機種です。これまでの育成や携帯電話からアイテムやミニゲームをダウンロードできる機能のほか、赤外線通信によって「Tamagotchi iD L」同士でアイテム交換ができるようになり、友達とのコミュニケーションがさらに広がります。また、育てられるキャラクターが11人から32人へと大幅に増え、アクセサリだけでなく洋服の着せ替えができるなど、遊びの幅が広がり、自分だけのたまごっちにカスタマイズする楽しみがより増えました。好評放映中のTVアニメ「たまごっち!」(テレビ東京系、毎週月曜日夜7時ほか)との番組連動も引き続き図ります。

バンダイは、「Tamagotchi iD L」を2011年12月末までに80万個販売する計画です。



©BANDAI・WIZ 2004

「ニンテンドー 3DS」用タイトル

各タイトル:6,090円 (株)バンダイナムコゲームス

◆リッジレーサー 3D (発売中)

ハイスピードで華麗なドリフトを決めてコーナーを曲がる爽快感を立体視映像で表現。臨場感と迫力が増した新しい「リッジレーサー」が体感できます。初登場となるコースやマシン、歴代の人気コースもリニューアルして収録しています。



◆GUNDAM THE 3D BATTLE (3月24日発売予定)

「機動戦士ガンダム」「機動戦士Zガンダム」「機動戦士ガンダム 逆襲のシャア」の物語を追体験できるアクションゲーム。立体視の効果により、迫力の戦闘シーンを直感的、快適な操作で楽しめます。



◆プロ野球 ファミスタ2011 (3月31日発売予定)

立体視で選手がグラウンドに立っているかのような存在感を表現し、ホームランやラッキー7などの演出も立体視映像で盛り上げます。特徴ある選手のフォームや、用具の色の違いも表現しており、選手カードには初めて実在のプロ野球選手の写真を使用しました。



©2011 NAMCO BANDAI Games Inc. ©創通・サンライズ ©2011 NBGI (社)日本野球機構承認 NPB BIS プロ野球公式記録使用 プロ野球フランチアイス球場公認

OVA「機動戦士ガンダムUC episode3『ラプラスの亡霊』」

イベント上映:3月5日より2週間限定で上映予定
Blu-ray:6,090円、DVD:5,040円/4月7日発売予定
配信:3月5日よりPlayStation®Storeで配信予定
バンダイビジュアル(株)

第1話と第2話のBlu-ray・DVD累計出荷数が、ともに20万枚を超える大ヒットを記録しているOVA(オリジナルビデオアニメ)シリーズ「機動戦士ガンダムUC」。待望の第3話「ラプラスの亡霊」は、Blu-ray・DVDを4月7日に発売。それに先駆け、3月5日より全国10館でイベント上映および劇場限定版Blu-rayの先行販売を行います。また、第1~3話のBlu-rayを特製ボックスに収納したスペシャルセット「機動戦士ガンダムUC episode1-3 BD-BOX」(17,220円)を4月7日に発売します。この商品は、バンダイとバンダイビジュアルの直営オンラインショップである「プレミアムバンダイ」(<http://p-bandai.jp/>)、「ドットアニメ」(<http://www.dot-anime.com/>)それぞれで完全受注生産となります。



©創通・サンライズ