

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

BANDAI
NAMCO

Management

トップインタビュー

バンダイナムコグループ新中期計画

NO.1を目指す強い想いを込めて
中期ビジョンは「挑戦・成長・進化」

(株)バンダイナムコホールディングスは、このほど2012年4月からスタートする新中期計画について発表しました。今回は新中期計画策定の背景や、計画を推進するグループ体制、具体的な戦略について、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。

—新中期計画の方向性について教えてください。

石川 バンダイナムコグループは、「夢・遊び・感動」を世界中の人々に提供することをミッションとし、ビジョンは「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」です。そして、2012年4月からの新中期計画の中期ビジョンを、「挑戦・成長・進化」としました。この言葉には、バンダイナムコグループが、10年、50年、そして100年と、継続発展を目指す中、次の3年では、事業も業績も、そして社員1人ひとりも、常に上昇していこう、変化に対応し、NO.1を目指そうという強い想いを込めています。さらに、過去最高益への「挑戦」、過去最高売上高に向けた「成長」、IP*価値提供モデルの「進化」を目標に掲げるということでもあります。

—中期計画が3段階目に入ります。

石川 バンダイとナムコは、2005年に

エンターテインメントビジネスにおけるさらなる飛躍

を目的に経営統合しました。2006年4月からの中期計画では、組織や体制の整備など、「経営基盤の整備」を実施。そして2009年4月からの現中期計画は、グローバル規模で成長するための「成長基盤整備」を目的にスタートし、さまざまな戦略に取り組みました。

業績面では、2010年度に続き2011年度も前年実績を上回る見込みです。しかし、統合直後の2006年度の営業利益422億円を上回る結果を出せていません。特に現中期計画では、環境の変化にスピーディに対応できず、2009年度にコンテンツ事業を中心に厳しい業績となりました。2010年から「スピードあるグループへの変革」と「収益向上・財務体質の強化」を目的にスタートしたリスタートプラン効果により、業績は回復傾向にありますが、私はまだバンダイナムコグループの本来の実力を発揮しきれていないと感じています。

新中期計画の策定にあたっては、現場のさまざまな社員に参加してもらいました。現場からの提案による



新中期計画について説明する(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男代表取締役社長

方向性と経営陣が考えていた方向性は、実はほぼ合致していました。双方の考えをブラッシュアップしていくことで、環境とバンダイナムコの特徴を踏まえた、地に足のついた中期計画が策定できたと思います。

—改めて経営統合からの6年を総括してください。

石川 バンダイとナムコの経営統合により、幅広い事業領域、世界中にファンを持つIP、高い技術力、そしてエンターテインメントへの強い想いが溢れる社員が1つになりました。しかし、これまでは、これらの強い武器を手に入れただけで、本当の意味で活かしきれていませんでした。ここ2年の業績回復の原動力は、リスタートプランを機に自分たちの強みを見つめ直した結果、自発的・自然発生的に、事業領域、IP、技術力、社員の強い想いを、本当の意味で活用し始めることができたからだと思っています。6年を経て新中期計画に向け、我々の本来の実力を発揮できる体制が整ったと感じています。

(次ページに続く)

* IP: キャラクターなどの知的財産

Contents

Management	1~5
Holdings News / Portrait	6
Financial Data	7
Group News	8~11
Information	12

各事業に関する3つの「事業領域戦略」とグループを横断する2つの「機能戦略」を推進

— 2009年4月からの現中期計画の成果と課題について説明してください。

石川 トイホビー事業は、事業間連動による定番キャラクター展開の強化に加え、ターゲット拡大により、国内NO.1戦略を大きく推進することができました。一方、当初成長を目指した海外は欧米を中心に苦戦しました。

コンテンツ事業は、リスタートプラン効果で、国内では各事業とも市場ニーズにスピーディに対応し、ヒットが生まれ、収益の安定化が図られ始めました。また、新たにSNSコンテンツという柱が1つ増えました。しかしながら、苦戦中の家庭用ゲームの海外展開を含め、全体ではまだ回復途上にある状態です。

アミューズメント施設事業は、顧客セグメント別戦略により、他社ではできない差異化施設の展開ができています。また、日々の努力の積み上げで収益体質となりました。基盤はできましたので、今後は新たな収益ドライバーの構築が課題です。

総括すると、現中期計画では、国内では全事業で一定の成果をあげる一方、海外は全事業が苦戦しました。また、リスタートプラン効果が上がりつつあるものの、コンテンツは本来の

実力を発揮しきれていない状況です。

— 推進するグループ体制は？

石川 中期計画を確実に実行・達成するため、4月より体制強化を行います。

まず、バンダイナムコホールディングスは、国内外の事業を力強く束ねていくため、代表取締役2名体制に移行。(株)バンダイ代表取締役社長の上野がホールディングス代表取締役副社長を兼務します。上野はトイホビー事業成長の実績、ホールディングス取締役としてグループ経営に参画している経験などから、グループの舵取りに最適な人材だと判断しました。私がCEOとしてグループ経営全般を担当し、上野と二人三脚で中期計画達成に向けグループ経営を行います。

そして、バンダイも上野と新たに代表取締役副社長に就任する田口の代表取締役2名体制で経営を行います。また、(株)バンダイナムコゲームスでは、私はグループ経営に専念するため、取締役会長となります。バンダイナムコゲームス代表取締役社長には、新たにバンダイビジュアル(株)社長の天下が就任し、代表取締役副社長の鶴之澤との2名体制で経営

を行います。(株)ナムコは引き続き、橘が指揮をとります。

— 新中期計画の具体戦略は？

石川 5つの重点戦略として、各事業に関する3つの「事業領域戦略」とグループを横断する2つの「機能戦略」を推進します。「事業領域戦略」では、事業領域を3つに分類し、戦略を遂行します。

1つ目が「基盤事業領域」。すでに安定したシェア・収益を獲得している領域で、今後はグループの基盤事業として、利益に重点をおいたさらなる成長を目指します。つまり、日本の各事業におけるNO.1を目指す領域です。

2つ目が「収益回復領域」。現在課題を抱えているものの、市場が大きく、戦略の変更により、まずは赤字から脱却し、収益回復を行うことで基盤を確固たるものにしていきます。つまり、主に欧米の事業で赤字脱却を目指す領域です。

3つ目が「新成長領域」。バンダイナムコならではの事業展開を行うことで、新たな事業や地域の柱として成長を目指します。つまり、将来の成長に向けアジアを攻めるといふことです。

— 「基盤事業領域」の戦略は？

石川 まず国内トイホビー事業では、国内で「圧倒的NO.1戦略」をさらに強化し、すべてのカテゴリーでNO.1

◆グループ役員体制

2012年4月～

トイホビー事業
主幹会社：バンダイ
代表取締役社長 上野和典
代表取締役副社長 田口三昭

コンテンツ事業
主幹会社：バンダイナムコゲームス
代表取締役社長 天下 聡
代表取締役副社長 鶴之澤伸

アミューズメント施設事業
主幹会社：ナムコ
代表取締役社長 橘 正裕

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
代表取締役副社長 上野和典

◆中期ビジョン

過去最高益への挑戦
営業利益425億円
過去最高益への挑戦

成長戦略の実行
売上高4,800億円
過去最高売上に向けた成長

IP価値提供モデルの進化
バンダイナムコID 3,000万人獲得
IPモデルの進化

◆2014年度計数目標

売上高	4,800億円	営業利益	425億円	ROE	10%
-----	---------	------	-------	-----	-----

シェア獲得を狙います。具体的には、未就学児向けでは、定番キャラクターの事業間横連動モデルと、メディアとの連携によるIP育成により、売上の維持・拡大を図ります。順調にシェアを拡大している小学生男児向けには、今後も継続的に新規IPを投入するほか、女児や乳幼児、ハイターゲット向けも強化・拡大を目指します。

国内コンテンツ事業でも各市場でNO.1を目指します。業務用機器では、従量課金制度など機器販売方法の多様化を図るほか、ゲームカードの相互利用サービスの活用やアミューズメント施設との関係強化により、国内シェアの拡大を図ります。業務用機器向け景品では、書籍流通など新規流通の開拓を行い、圧倒的NO.1を目指します。また、SNSコンテンツでは、プラットフォームメーカーとの共同開発を行う(株)バンダイナムコゲームス、自社開発運営を行う(株)バンダイナムコオンライン、スマートフォン向けで海外を視野に入れた(株)BDNA、この3社から異なる強みのコンテンツをスピーディに投入し、シェアを拡大します。SNS市場については、変化の速い市場動向をふまえ、今後も臨機応変に対応していきます。そして、映像音楽コンテンツでは、アニメ市場におけるシェア

拡大を目指し、主軸のガンダムでは世代別に作品を投入していくほか、女性向けやハイエンド作品を強化します。

国内アミューズメント施設事業では、バンダイナムコならではの強みを発揮しシェアNO.1を目指します。顧客セグメント別営業を進化させ、ファミリー層に加え、学生・社会人層やシニア層に向け、ターゲットにあわせた施設・サービスの導入を強化します。さらに、これまで培ったノウハウを活用し、IPの力を使った新たな価値を持つ施設展開に着手します。このほか、オペレーションとサプライチェーンをブラッシュアップし、サービスの標準化と向上、効率的な店舗運営を行います。

— 「収益回復領域」の戦略は？

石川 トイホビー事業の欧米では、「欧米一体ブランドマネジメント強化戦略」を推進します。強みであるキャラクタービジネスのノウハウを最大限生かすべく、Power Rangersなど主力IPのブランドマネジメントを欧米一体で行う体制に移行します。具体的には、企画・マーケティングなどを欧米一体で行うことで、効率化を図るとともに、IP価値を最大化していきます。まず、ボーイズのアクションフィギュアカテゴリーで売上拡大を図り、ほかのカテゴリーのIPも

選択と集中を行った上で投入・強化します。このほか、Power Rangersの展開に合わせ、中南米・中近東へ順次販売エリアを拡大していきます。

コンテンツ事業の家庭用ゲームでは、国内ではリスタートプラン効果やIP軸への組織変更でヒットが生まれ、収益の改善が図られてきています。今後は、新たに設立する開発会社(株)バンダイナムコスタジオの活用や、業務用機器発で連動を図ることができるフランチャイズタイトル導入により、効率と収益性の向上を図ります。また、ソフトのワールドワイド展開にあたっては、日本開発のフランチャイズタイトル・主要IPタイトルを軸に絞り込みを行うとともに、バランスの取れた編成とします。このほか海外拠点は、営業・マーケティングに特化し最適な体制への見直しを行いました。我々の販売網を最大限活用し、サードパーティタイトルの販売にも注力します。

— 「新成長領域」はどうですか？

石川 アジアのトイホビー事業は、「日本発アジア一気通貫強化戦略」を推進します。既存IP強化に加え、プラモデルなどホビー事業とハイターゲット向けのコレクターズ事業の2事業は、日本とアジアの連動を特に強化します。ガンダム公式サイト

「GUNDAM.INFO」の活性化と、イベント活用により、日本と連動した情報発信をさらに強化するほか、現地ニーズに対応した低価格商品も導入します。また、2012年度には香港で直販サイトを立ち上げ、順次エリアを拡大します。

コンテンツ事業の業務用機器は、今後アジアに加え、新興国に積極的にアプローチします。また、海外でニーズの高い機器の開発・投入を行うほか、1番くじ事業で台湾などアジア展開を強化します。(次ページに続く)

◆重点戦略		トイホビー	コンテンツ	アミューズメント施設
事業領域戦略	基盤事業領域 基盤事業の利益ある成長 日本	トイホビー【日本】	コンテンツ【日本】 ・業務用機器 ・SNSコンテンツ ・映像音楽	アミューズメント施設【日本】
	収益回復領域 低収益・赤字事業の利益回復 欧米	トイホビー【欧米】	家庭用ゲーム【ワールドワイド】	
	新成長領域 新成長領域の創出・育成 アジア	トイホビー【アジア】	業務用機器【アジア】	アミューズメント施設【アジア】
機能戦略	◆グループ連動ネット戦略		◆人材戦略	

日本は強みを強化、欧米は収益改善 アジアは日本発のノウハウの拡大を目指す

アミューズメント施設事業では、アジアをターゲットに、IPを活用した施設展開に本格着手します。すでに日本発のIPを採用したテスト展開を中国で実施しており、この検証結果をふまえ、キャラクター施設のアジア圏展開を行います。

—重点戦略の「機能戦略」について教えてください。

石川 機能戦略としては、グループを横断する戦略として、「グループ連動ネット戦略」と「人材戦略」を推進します。

「グループ連動ネット戦略」は、すでにグループ横断プロジェクトとしてスタートしています。今後は、我々が展開するさまざまなWebサイトやネットワークサービスのユーザーを1つのバンダイナムコIDでつないでいきます。既存メディアやサービスと連携を図り、ユーザーに直接情報発信を行うマーケティングツールとして活用していきます。次の3年間で3,000万IDの獲得を目標に、バンダイナムコならではの新しい形のネットワーク活用のビジネスモデルを構築していきたいと思えます。

—「人材戦略」はどのようなものですか？

石川 これまでご説明したさまざまな戦略を進めるエンジンとなるのがグループ人材です。人材戦略では、グループの将来を担う人材の発掘・育成に積極的に取り組みます。発掘という観点では、各事業のワールドワイド展開を加速するための、グローバル新卒採用の継続強化と、地域や事業をまたいだ戦略的人事異動を行います。そして育成という観点では、グローバル化を目指し、海外拠点社員の登用強化と、将来の幹部候補育成のための研修プログラムを実施します。

—事業別に戦略を説明してください。

石川 「事業領域戦略」でご説明した戦略を事業別に簡単に整理したのが以下の表です。

トイホビー事業の中期ビジョンは、「真のグローバル化 我々の強みを世界に広げ、キャラクタービジネスでオンリーワン企業を目指す」です。具体的には、「欧米一体ブランドマネジメント強化戦略」、「日本発アジア一気通貫強化戦略」、「国内事業圧倒

的NO.1戦略」を推進します。そしてトイホビーの横断戦略として、「バリューチェーン改革による競争力強化戦略」を実施します。バリューチェーン改革では、開発生産面で、スピーディかつ価格競争力のある商品展開を可能にするため、一連のバリューチェーンを最適化します。開発生産機能の集約により、機能強化と効率化を図るほか、環境変化とグローバル展開強化に伴う生産拡大に対応するため、新たな生産地の検討も本格的に行います。

—コンテンツ事業はどうですか？

石川 中期ビジョンは、「コンテンツ事業国内NO.1 + ボーダレス展開」です。各主要事業領域で、「既存事業再構築→NO.1戦略」を目指すとともに、各事業を横断し「IP軸・事業横断最大化戦略」を推進します。またグループの機能戦略「ネット構想戦略」を推進します。コンテンツの横断戦略「IP軸・事業横断最大化戦略」では、IP軸でさまざまな出口に向けコンテンツを提供していくほか、グループの優位性を発揮できる未展開の地域・出口に向け戦略的にコンテンツの発信を行います。

また、新中期計画スタートに合わせ、バンダイナムコゲームスの約

◆事業別戦略

	トイホビー		コンテンツ		アミューズメント施設	
中期ビジョン	真のグローバル化 我々の強みを世界に広げ、キャラクタービジネスでオンリーワン企業を目指す		コンテンツ事業国内NO.1 + ボーダレス展開 ゲーム・映像・音楽、あらゆるコンテンツをお客様に深く提供し、海外へもボーダレスに展開する		圧倒的 リーディングカンパニーになる 顧客満足度300%への挑戦・ シェア30%への挑戦	
基盤事業領域	【日本】		業務用機器【日本】、SNSコンテンツ【日本】、映像音楽【日本】		【日本】	
収益回復領域	【欧米】		家庭用ゲーム【ワールドワイド】		—	
新成長領域	【アジア】		業務用機器【アジア】		【アジア】	
重点戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米一体ブランドマネジメント強化戦略 ・日本発アジア一気通貫強化戦略 ・国内事業圧倒的NO.1戦略 ・バリューチェーン改革による競争力強化戦略 		<ul style="list-style-type: none"> ・既存事業再構築→NO.1戦略 ・IP軸・事業横断最大化戦略 ・ネット構想戦略 		<ul style="list-style-type: none"> ・顧客セグメント別営業の進化 ・チェーンストアマネジメントの確立 ・施設におけるIP活用モデルの展開 ・海外市場の開拓 	
2014年度 計数目標	売上高	2,200億円	売上高	2,200億円	売上高	700億円
	営業利益	220億円	営業利益	200億円	営業利益	35億円

1,000名の開発部門を分社化し、(株)バンダイナムコスタジオを2012年4月2日に設立します。より小回りの効くスピーディな開発部門となるとともに、開発に特化した制度・仕組みを導入することで、開発レベルのアップ、効率化の推進を行います。

—アミューズメント施設事業は？

石川 中期ビジョンは、「圧倒的リーディングカンパニーになる～顧客満足度300%への挑戦・シェア30%への挑戦」です。国内では、「顧客セグメント別営業の進化」、「チェーンストアマネジメントの確立」、「施設におけるIP活用モデルの展開」を推進。「新成長領域」のアジアでは、「海外市場の開拓」を推進します。

新中期計画では、各事業において、日本では現状の強みをさらに強くし、欧米は立て直しを図り収益を向上します。これに加え、アジアは日本と一体型の市場として日本発のノウハウを導入・拡大します。

—資本政策についてご説明下さい。

石川 バンダイナムコグループでは、資本効率の向上を、新中期計画においても重要施策と位置づけています。引き続き、安定配当年間24円を基本に、連結業績に応じ配当性向30%を目標に株主還元を実施することを基本方針とします。また、資本効率の向上を目的に、当期純利益から配当を控除した残りの金額については、保有資金、業績動向、直近の株価、投資案件の有無などを勘案し、その一部を自己株式取得に充当することとしており、ROEの向上も目指します。

なお、2012年3月末日の株主名簿に記載・記録されている株主の方よ

り、株主優待については、皆様の多様化するニーズにお応えするため、選択制の導入を行います。

—新中期計画に向けた意気込みを聞かせてください。

石川 バンダイナムコグループは、統合6年を経て、我々が持つ事業領域、IP、技術力、そして社員の情熱を、スピーディかつダイナミックに活用できる体制が整いました。新中期計画は、バンダイナムコグループが本来の強みを発揮する第1ステップです。中期ビジョンである「挑戦・成長・進化」に向け、変化に対応し常に登りつめていくグループでありたいと思います。

—株主の皆様へメッセージをお願いします。

石川 2011年は、我々エンターテインメント企業の存在価値について考えさせられた1年でもありました。この1年で、改めて、遊びこそ人間に不可欠なものであり、我々は常に上質なエンターテインメントを提供していく責任があることを認識しました。そうした役割を、新中期計画でもしっかりと果たすことで世界の人々に笑顔をもたらし、その結果、収益面も成長させていきたいと思えます。

今後とも引き続きご指導、ご鞭撻をよろしくお願いいたします。

◆バンダイナムコグループ主要会社取締役体制

(株)バンダイナムコホールディングス

(2012年4月) (2012年6月定時株主総会後・予定)

代表取締役社長	石川祝男	代表取締役社長	石川祝男
代表取締役副社長	上野和典	代表取締役副社長	上野和典
取締役 相談役	高須武男	取締役	大津修二
取締役	大津修二	取締役	浅古有寿
取締役	浅古有寿	取締役 (非常勤)	大下 聡
取締役 (非常勤)	橘 正裕	取締役 (非常勤)	橘 正裕
取締役 (社外)	田崎 學	取締役 (社外)	田崎 學
取締役 (社外)	佐山展生	取締役 (社外)	佐山展生
取締役 (社外)	田淵智久	取締役 (社外)	田淵智久

※新任代表取締役 (2012年4月)



(株)バンダイナムコホールディングス
代表取締役副社長
上野和典
1953年9月16日生
神奈川県出身
(株)バンダイ代表取締役社長との兼務



(株)バンダイナムコゲームス
代表取締役社長
大下 聡
1953年7月3日生
山口県出身

(株)バンダイ

(2012年4月)

代表取締役社長	上野和典
代表取締役副社長	田口三昭
常務取締役	川口 勝
常務取締役	福田祐介
取締役	埜 義孝
取締役	佐藤明宏
取締役	飛田尚美
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 (2012年4月)

取締役会長	石川祝男
代表取締役社長	大下 聡
代表取締役副社長	鷗之澤伸
常務取締役	清嶋一哉
取締役	竹野史哉
取締役	萩原 仁
取締役	本田耕一
取締役	辻 雅明

(株)ナムコ

(2012年4月)

代表取締役社長	橘 正裕
常務取締役	川崎 寛
常務取締役	名村 宏
取締役	出川敬司
取締役	浅見和夫
取締役	有賀英雄
取締役 (非常勤)	猪野修平

編集後記

今回のニュースレターでは、2月に発表した中期計画の内容についての説明を中心にお届けしました。グループの経営陣をはじめ、さまざまな現場社員も策定プロセスに参加した中期計画ですが、

いよいよこれからは本番となります。中期ビジョンである「挑戦・成長・進化」にあるように、前へ前へ攻めていくことで、バンダイナムコらしいエンターテインメント商品・サービスをご提供し、計画達成を目指したいと思います。

今後も本紙では、株主の皆様に向け、中期計画の進捗状況やグループの動きなどをできるだけタイムリーにご紹介したいと考えております。引き続きよろしくお願いいたします。

(広報IR担当)

株主優待制度の変更のお知らせ

(株)バンダイナムコホールディングスでは、グループの事業内容の理解をより深めていただくことを目的に、株主優待制度を変更します。2012年3月末日現在の当社株主名簿に記載または記録されている株主様に対する株主優待より変更します。詳細については、2012年6月下旬にご案内させていただく予定です。

◎変更の内容 (予定)

1) 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株以上所有の株主様
(年1回実施)

2) 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申込またはハガキによる申込(500ポイント単位で複数選択可)
- ・次の株主優待品からの選択
 - ①こども商品券(500円券)
 - ②イタリアントマトお食事券(500円券)
 - ③「プレミアムバンダイ」プレミアムポイント*1(インターネットによる申込のみ)
 - ④寄付*2

所有株式数 (毎年3月末日)	取得 ポイント
100~499株	2,000
500~999株	4,000
1,000~4,999株	6,000
5,000~9,999株	10,000
10,000株~	20,000

※株主優待品は500ポイント単位で複数選択ができます。

*1: プレミアムポイントは、(株)バンダイが運営する通販サイト「プレミアムバンダイ」(<http://p-bandai.jp/>)でご使用いただけるポイントです。プレミアムバンダイでは、当サイト限定のキャラクター玩具やフィギュアなどさまざまな限定アイテムをご購入いただけます。

*2: 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンを通じ、東日本大震災被災地の子どもたちへの支援を予定しています。寄付にご賛同いただきました株主様の寄付金額と同額を当社も寄付します。なお、寄付の合計金額は最低1,000万円とし、合計金額が1,000万円に満たない場合は、1,000万円になるように不足分を当社が拠出して寄付を行います。

CSR Topics

震災被災地でイベント実施

バンダイナムコホールディングスは、2011年末に岩手県陸前高田市と宮城県名取市で現地の子ども達を対象にしたイベントを行いました。このイベントは、公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン(SCJ)との連携により実施したもので、陸前高田市ではSCJが設置した子ども達のためのスペース「仮設子どもセンター」と「滝の里工業団地仮設住宅」で絵本「くまのがっこう」をモチーフにしたクリスマスリース作りを、名取市では美田園第3仮設住宅でプラモデル教室を実施しました。



クリスマスリース作りの様子

バンダイナムコグループでは、東日本大震災の被災地に向けては、グループならではの支援活動の中長期的に実施することを予定しています。今後もSCJと連携し、現地の子ども達に向けたイベント活動を実施するなど、バンダイナムコグループができることを継続的に実施していきます。

Portrait

現場から

キャラクターの世界観を活かしたソーシャルゲームが大人気 (株)バンダイナムコゲームス 第2事業本部 プロダクションディビジョンマネージャー 冷泉弘隆

急速に拡大を続けるソーシャルゲーム市場で、バンダイナムコゲームスが配信するソーシャルゲームが人気となっています。今回はソーシャルゲーム事業を統括する(株)バンダイナムコゲームスの冷泉弘隆に話を聞きました。

Q ソーシャルゲーム市場が活況ですね。

A 国内のソーシャルゲーム市場は、6,000万人以上のユーザーがいると言われており、グループが保有するコンテンツの認知拡大や、新たな顧客開拓のための有力な出口の1つになっています。また、家庭用ゲームに比べて初期開発コストが少なく、利益率が高いこと、ユーザーの反応がすぐに分かることも魅力です。そうした理由から、大手プラットフォームと連携してソーシャルゲームの提供を推進しています。

Q ソーシャルゲームの特徴は?

A ソーシャルゲームは無料で配信し、

ユーザー同士で協力しあいながら、その中でゲームを有利に進めるためのアイテムなどを有料オプションとして販売するビジネスモデルが定着しています。集客力が低いと課金にもつながらないので、開発現場では無料で遊べる部分の面白さにこだわろうと話しています。また、ソーシャルゲームはサービスインしてからの運営が最も重要なので、積極的に微調整やイベントなどを行い、人気を維持する仕組み作りを行っています。当社の強みは、家庭用ゲームの開発で培ったコンテンツの世界観を活かしたゲームの企画・開発力です。展開を開始した当初は手探りでしたが、ユーザー嗜好の調査やマーケティングを継続的に実施する中で、少しずつですが、ポイントがつかめるようになりました。その成果もあり、当社のソーシャルゲームの累計登録者数は、

1,000万人を突破しています。

Q 今後の展開は?

A 今後も当社の強みを活かしたゲームを投入します。また、スマートフォンが急速に普及

しているため、スマートフォンのスペックに適したソーシャルゲームの開発が急務です。昨年、DeNAさんと共同で設立した新会社では、我々が有するキャラクターゲームの企画・開発ノウハウと、DeNAさんが持つソーシャルゲームの開発・運営ノウハウを融合して、スマートフォン向けのタイトルを開発中です。今後はグローバル市場も視野に当社ならではの新しいサービスを提供していきたいと思っています。



2005年バンダイネットワークス入社。経営統合の際にバンダイナムコゲームスに移籍。主に携帯電話などネットワークを介したコンテンツの企画に携わる

2012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2012年3月期第3四半期連結累計期間の業績は、トイホビー事業の定番キャラクター玩具やカードなどの玩具周辺商材、コンテンツ事業の業務用ゲーム機、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームソフトなどが業績に貢献しました。また、アミューズメント施設事業においては、国内既存店売上が堅調に推移しました。この結果、当第3四半期連結累計期間の業績は表の通りとなりました。

<トイホビー事業>

国内において、「仮面ライダー」シリーズ、「海賊戦隊ゴーカイジャー」の商材が各カテゴリーを連動した展開により非常に人気となりました。また、「ドラゴンボールヒーローズ」などのデジタルカード、「バトルスピリッツ」などのトレーディングカード、「プロ野球オーナーズリーグ」などのネットワークと連動したカードを中心に、カードゲームが業績に

大きく貢献しました。さらに、「ダンボール戦機」のプラモデルが小学生男児を中心に人気となるとともに、コレクション性の高い大人向けの玩具が好調に推移しました。

海外においては、アメリカ地域ではPower Rangersシリーズの2年ぶりの新作となる「Power Rangers SAMURAI」の商材が人気となるとともに、アジア地域では日本と連動した展開により好調に推移しました。一方、ヨーロッパ地域では女兒向けや幼児向けなどの新しいカテゴリーの商品展開を実施しましたが、人気キャラクター玩具を中心に堅調に推移した前年同期には及びませんでした。

<コンテンツ事業>

業務用ゲーム機においては、「鉄拳タッグトーナメント2」などの人気シリーズの最新機器に加え、定番の景品機器のリピーター販売や景品の販売等が業績に貢献しました。また、家庭用ゲームソフトでは、「テイルズオブエクシリア」や「機動戦士ガン

ダム EXTREME VS.」「AKB1/48 アイドルとグアムで恋したら…」などが人気となりました。さらに、ネットワークコンテンツは、「機動戦士ガンダム」シリーズを中心にソーシャルゲームが非常に好調に推移するとともに、映像音楽コンテンツでは「機動戦士ガンダムUC」や「TIGER & BUNNY」の映像パッケージソフトが人気となりました。

<アミューズメント施設事業>

国内において、ショッピングセンター内の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人気となり、既存店売上高は前年同期比101.9%と好調に推移しました。

海外においては、厳しい市場環境のなか、欧米において売上が減少したものの、店舗の選択と集中により利益面においては順調に推移しました。

2012年3月期通期予想につきましては、第3四半期連結累計期間の実績および直近の事業動向を踏まえ、2011年10月に公表した予想を表の通り修正しました。

◆2012年3月期 第3四半期 連結累計期間の業績

(2011年4月1日～2011年12月31日、単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
第3四半期実績	323,397	30,783	30,811	16,301
前年同期実績	288,030	16,616	16,577	3,673

◆2012年3月期通期の業績予想

(2011年4月1日～2012年3月31日、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 (2011年10月公表)	420,000	25,000	26,000	15,000
今回予想 (2012年2月公表)	440,000	31,500	31,500	18,500
前年同期実績	394,178	16,338	16,399	1,848

◆2012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
トイホビー	133,570	17,485
コンテンツ	151,411	11,636
アミューズメント施設	45,967	1,827
その他	17,749	1,758
消去・全社	▲25,300	▲1,924
合計	323,397	30,783

※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。

ガンダムシリーズの最先端エンターテインメント・スペース 「ガンダムフロント東京」4月19日オープン

(株)バンダイ(上野和典社長)、(株)サンライズ(内田健二社長)、(株)創通の3社はガンダムフロント東京有限責任事業組合(以下、LLP)をこのほど設立しました。臨海副都心エリアに4月19日開業予定の複合施設「ダイバーシティ東京」内に、ガンダムシリーズをより身近に体感いただける空間を創出します。

LLPでは、「ダイバーシティ東京プラザ」のフェスティバル広場にガンダム立像「RG 1/1 RX-78-2ガンダム Ver.GFT」を設置するほか、7階にはガンダムシリーズの最先端エンターテインメント・スペース「ガンダムフロント東京」(有料施設 *一部無料)を展開。「ガンダムフロント東京」は大迫力映像体験ゾーン、企画展示ゾーン、ガンプラ展示、アパレルショップなどで構成されます。また、2階には「GUNDAM Café ダイバーシティ東京 プラザ店」もオープン。国内のみならずアジアを中心に海外に向けても広くガンダム情報を発信していきます。



「RG 1/1 RX-78-2ガンダム Ver.GFT」



「ガンダムフロント東京」入口

■「ガンダムフロント東京」施設概要(予定)
住所:東京都江東区青海1-1-10
面積:約2,050㎡(約620坪)
オープン予定:2012年4月19日
有料ゾーン入場料:
大人(高校生以上)1,000円、
小人(小中学生)800円、未就学児無料
*チケットは日時指定の完全予約制で発売予定
公式HP: <http://gundamfront-tokyo.com>

*画像はイメージです。©創通・サンライズ

「Power Rangers SUPER SAMURAI」 北米で放映開始



米国を皮切りに昨年2月より放映を開始した「Power Rangers SUPER SAMURAI」(『侍戦隊シンケンジャー』のリメイク版)は、これまでに世界10か国以上で放送され、2011年の海外における玩具売上は前年を大きく上回る66億円に達する人気キャラクターとなっています。この続編として、今年2月18日から「Power Rangers SUPER SAMURAI」の放送が米国でスタート。本編全20話の放送に加え、すでに再放送や特別番組の放送も計画されています。バンダイアメリカでは、各種アクションフィギュア、ロボット商材、武器などの“なりきりアイテム”など、多彩なラインナップで商品を発売していくほか、番組の放送に合わせて、今後、欧州・アジアでも順次商品を展開していく予定です。



剣撃アクションが楽しめる「6.5" Morphin Figure」(12.99ドル、今夏発売予定)

TM&© 2012 SCG Power Rangers LLC. All Rights Reserved.

2012年 新キャラクター情報

今年も期待の新キャラクターが登場しました。戦隊シリーズは第36作品目となる「特命戦隊ゴバスターズ」が2月26日よりスタート。今回は3人のヒーローと3人の相棒「バディロイド」の6人が、チームを組んで戦う新しいタイプの戦隊です。

女兒キャラクターは9年目となるプリキュアシリーズ最新作「スマイルプリキュア！」が、2月5日よりスタート。女の子たちが憧れる可愛い5人のプリキュアが活躍します。バンダイでは、玩具を中心に玩具菓子、カード、カプセル玩具、アパレル商品など、幅広いカテゴリーで展開するとともに、商品連動なども行い、商品・キャラクターを盛り上げていきます。ご期待ください。

特命戦隊ゴバスターズ

テレビ朝日系列 毎週日曜日朝7:30 ~

都市生活を支える巨大なエネルギーを狙う敵が現れた。この地球の危機に人々を守る“特命”を帯びたゴバスターズがバディロイドとともに立ち向かう。



◆バスターマシンCB-01 DXゴバスターエース
「特命戦隊ゴバスターズ」のレッドバスターが操るマシン。相棒のバディロイドフィギュアが付属し、フィギュアと組み合わせると下のように4モードに変形できます。(発売中/5,040円)

バスターマシンとバディロイドフィギュアが合体

合体

変形

バスタービークルCB-01チャーター

変形

変形

ゴバスターエース

バスターアニマルCB-01チャーター

©2012 テレビ朝日・東映AG・東映

スマイルプリキュア!

ABC・テレビ朝日系列 毎週日曜日朝8:30 ~

お伽の国「メルヘンランド」の女王を復活させるため、5人のプリキュアたちが散り散りになった幸せの象徴「キュアデコル」を集めることを決意します。



◆カラフル変身!スマイルパクト

女の子の憧れ「コンパクト」モチーフの変身アイテム。キーアイテムとなる「キュアデコル」をセットすると、パフに色が移り光ります。お化粧品感覚でパフを顔や体にタッチすることで変身なりきり遊びが楽しめます。他の商品に付属、もしくはカプセル玩具や玩具菓子などで販売される「キュアデコル」とも連動し、サウンド遊びも楽しめます。(発売中/3,675円)



©ABC・東映アニメーション

キャラクターパッケージ型遊戯施設 新バージョンが続々登場

(株)ナムコ(橋 正裕社長)は、バンダイナムコグループの持つノウハウを生かし、子ども向け人気キャラクターをテーマに期間限定で設置する可動式のキャラクターパッケージ型遊戯施設を2010年度から展開。新しい遊び場の提供を通じてファミリーの集客強化を推進しています。

現在、山口県で稼働している「ウルトラヒーローズ2 パトルスタジオ」や、宮城県・北海道などで稼働中の「仮面ライダーアクションスタジアム」フォーゼバージョンに加え、2月17日には(株)バンダイと共同企画した女兒向けのテーマパーク「プリキュアなりきりスタジオ」の新バージョンを神奈川、愛知、大分の各県に同時オープンしました。女兒に人気の「プリキュア!」シリーズの世界観を演出した遊具やアトラクションなどを多数そろえ、2~8歳の女兒が



仮面ライダーアクションスタジアム



プリキュアなりきりスタジオ

©2011 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©ABC・東映アニメーション

プリキュアになりきって遊べる当施設は、これまで全国4か所に設置して好評を博しました。今回オープンした3店は、TVアニメの新シリーズ「スマイルプリキュア!」のスタートに合わせてバージョンアップしたものです。

接客サービス強化を目指し 「ナムコ 笑顔の達人100」開催

ナムコは、バンダイナムコグループ内で顧客と直接接点をもつ企業として、“接客サービス強化”を経営戦略の重要施策と位置づけ、毎年さまざまな取り組みを行っています。2011年は、お客様の投票により接客の優秀なスタッフを選出するコンテスト「ナムコ 笑顔の達人100」を開催。グループの施設を含め、全国218店舗の社員・準社員・アルバイト約3,000名を対象に、約3週間の投票期間中に全国で3万票を超える投票数を得て、優秀な接客として投票が多かった100名のスタッフを表彰しました。

また、他の接客サービス業と競うことで接客の質を高めることを目的に、店舗スタッフが“各種接客コンテスト”に積極的に参加しています。その一環として、1月12日に開催されたイオングループ所属の同友店約2万3,000店の接客NO.1を決定する「第1回イオン同友会ロールプレイングコンテスト全国大会」に、「namcoイオンモール大日店」の郡真規が出場。22名の出場者のうち入賞者5名に入り、「審査員特別賞」を受賞しました。

ナムコでは今後も、より質の高い接客サービスの実現とおお客様の満足度向上を目指した施設運営を追求します。



「ナムコ 笑顔の達人100」の表彰会場と授賞風景

イベントインフォメーション

●「ナムコでポケモンゲットだぜ!!キャンペーン」

ファミリーのお客様向けサービスとして、オリジナルグッズをプレゼントする「ナムコでポケモンゲットだぜ!!キャンペーン」を全国のナムコ直営アミューズメント施設145店舗で実施。イベント開催に合わせて、「ポケットモンスターベストウイッシュ」の大型メダルゲームがナムコの店舗に登場しました。(3月4日まで)



●ナムコ・ナンジャタウン「にゃんこデザートフェスティバル」

2月22日の「猫の日」にちなんで、かわいくておいしい“にゃんこデザート”が登場する「にゃんこデザートフェスティバル」を開催。ナンジャタウン内の「アイスクリームシティ」や「東京デザート共和国」で猫をモチーフにしたデザートが登場しているほか、バーガーやハッシュドビーフの“にゃんこフード”まで全13種類が勢ぞろいしています。(4月8日まで)



●「TIGER & BUNNY in ナムコ・ナンジャタウン」

2011年に放送されて以来、大人気となり、今年の劇場版製作も発表されたアニメ「TIGER & BUNNY」とのコラボレーションイベントです。作品をモチーフにしたデザート&フードのほか、期間限定ミニアトラクション、オリジナルグッズが手に入る「グッズショップ」、ここだけでしか撮ることのできない限定フレーム「シールプリント機」、商品・フィギュアや等身大パネルなどを展示した「TIGER & BUNNY ミュージアム」、そしてナンジャタウンオリジナルの限定パスポートも販売中です。(5月13日まで)



©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©SUNRISE/T&B PARTNERS, MBS

バンダイナムコゲームス配信のソーシャルゲームが 1月に累計登録者数1,000万人を突破

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)が配信するソーシャルゲームの累計登録者数が、1月12日に1,000万人を突破しました。これは急速に拡大を続け、日々新しいタイトルが配信されるソーシャルゲーム市場で、「ガンダムロワイヤル」をはじめとする3タイトルの登録者数が600万人を超えたガンダムコンテンツや、「テイルズ オブ 仮面ライダー」など、さまざまなコンテンツの世界観を生かしたゲームを企画開発し、幅広いターゲットに向けて配信していることが大きな要因となっています。

また、1月17日から配信を開始したTVアニメ「ワンピ

ース」を題材にした「ワンピースグランドコレクション」も、開始17日で登録者数が200万人を突破するなど好調に推移し、2011年度のバンダイナムコグループのソーシャルゲーム年間売上高は、100億円を超えました。

バンダイナムコグループは、今後もプレイヤーの期待に応えるソーシャルゲームを続々と投入していきます。

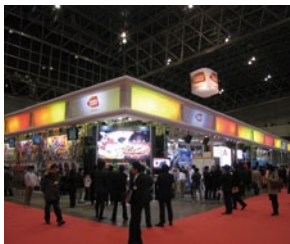


「仮面ライダーレジェンド」
(Mobage配信)

©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映ビデオ・東映 ©2011 NBGI

「AOU 2012 アミューズメント・エキスポ」 業務用ゲーム機新製品を多数出展

バンダイナムコゲームスは、2月に幕張メッセで開催された「AOU 2012 アミューズメント・エキスポ」に、“釣り”をモチーフにした新感覚のビデオメダルゲーム「釣リスピリッツ」や、通常のパック(円盤)以外にゲーム終盤などに投入される大量のミニパックを打ち合っ競うエアホッケーゲーム「ビッグバンスマッシュ」、バンダイの新型カードマシン「百獣大戦グレートアニマルカイザー」(バンダイナムコゲームス開発)など、業務用ゲーム機の新製品を多数出展しました。また、「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」の最新作「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス フルブースト」や、2人で本格的な恐怖体験ができる全身体感3Dホラーガンゲーム「ダークエスケープ3D」を初めてプレイアブル(実際にプレイできる状態)で出展しました。



シリーズ初の3DCGアニメーション 「ドットハック セカイの向こうに」劇場公開

バンダイナムコゲームスは、シリーズ累計300万本以上を販売している人気アクションロールプレイングゲーム「.hack」シリーズを原作とした、フルCG長編アニメーション「ドットハック セカイの向こうに」を1月に全国劇場公開しました。現実と虚構、2つの世界を交差する人間関係を描くアクション&ラブロマンスが、最先端の3DCGのみずみずしく描かれています。声優には桜庭ななみ、^{とおり}松坂桃李、田中圭を起用。人気俳優の豪華キャストが物語をよりドラマチックに演出しています。「.hack」シリーズは今後も幅広いメディアでその世界観を拡大していく予定です。



©2012 .hack Conglomerate

PS3/Xbox 360用ソフト 「ソウルキャリバー V」

発売中/8,300円 (株)バンダイナムコゲームスシリーズ累計1,300万本以上を出荷している武器対戦格闘ゲーム「ソウル」シリーズの最新作がプレイステーション3とXbox 360に登場。臨場感溢れる迫力の格闘シーンを、各ハードそれぞれの性能を最大限に生かした高精細かつ美しい3Dグラフィックスで楽しめます。前作から17年後の世界を舞台に壮大なスケールで描かれた本作は、新システムの搭載でより爽快なバトルを実現。新キャラクターも多数登場し、UBISOFT社の人気アクションゲーム「アサシン クリード ブラザーフッド」から“エツィオ・アウディトーレ・ダ・フィレンチェ”が参戦しています。



©2012 NAMCO BANDAI Games Inc.
©2012 Ubisoft Entertainment. All Rights Reserved. Assassin's Creed, Ubisoft, and the Ubisoft logo are trademarks of Ubisoft Entertainment in the U.S. and/or other countries.

AM用品「ワンピース DXフィギュア～ THE GRANDLINE MEN～vol.12」

3月下旬投入予定 (株)バンプレスト
(株)バンプレストは、全国のアミューズメント施設向けに、人気フィギュアシリーズ「THE GRANDLINE MEN」の第12弾「ワンピース DXフィギュア～THE GRANDLINE MEN～vol.12」を3月下旬より投入します。「麦わらの一味」の「サンジ」「ゾロ」「チョッパー」が新世界編のデザインで登場。よりたくましくなった姿を、表情や衣服の質感など細部にまでこだわり表現したシリーズ最新作です。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション

「宇宙戦艦ヤマト2199」 4月7日よりイベント上映スタート

1974年に放送され、今なお絶大な人気を誇るアニメ「宇宙戦艦ヤマト」が、完全新作アニメーション「宇宙戦艦ヤマト2199」として蘇ります。全26話を7章に分け、全国10館の劇場でイベント上映を行います。第1章（第1・2話、第2章以降は各4話）は4月7日から上映を開始し、5月25日には早くもBlu-rayとDVDで第1巻を発売します。夢の布陣と豪華なキャストで、ついに発進した21世紀の「ヤマト」をぜひ劇場とご自宅でお楽しみください。



宇宙戦艦 2199
SPACE BATTLESHIP YAMATO 2199
ヤマト

<上映館>
新宿ピカデリー、横浜ブルク13、MOVIX柏の葉、MOVIXさいたま、MOVIX宇都宮、なんばパークスシネマ、MOVIX京都、ミッドランドスクエアシネマ、福岡中洲大洋、札幌シネマフロンティア

<Blu-ray&DVD 第1巻>
Blu-ray:7,140円、DVD:6,090円

<公式サイト> yamato2199.net

©2012 宇宙戦艦ヤマト2199 製作委員会

映画「ウルトラマンサーガ」3月24日公開

劇場版「ウルトラマン」シリーズの最新作「ウルトラマンサーガ」が、3月24日に全国公開されます。若き最強戦士「ウルトラマンゼロ」、伝説の英雄「ウルトラマンダイナ」、慈愛の勇者「ウルトラマンコスモス」の3ヒーローが、危機に瀕した地球を救うために集結、勇気と希望で未来をつかむストーリーです。



<http://www.ultramansaga.com/>
©2011「ウルトラマンサーガ」製作委員会

新ヒーロー「ウルトラマンゼロ」に変身するタイガ・ノゾム役はDAIGO、ウルトラマンダイナのaska・シン役はつるの剛士、ウルトラマンコスモスの春野ムサシ役は杉浦太陽が出演。また、シリーズ初の女性だけの地球防衛隊“チームU”にAKB48から秋元才加など7名が加わるほか、宿敵バット星人の声を東国原英夫前宮崎県知事が務めるなど、豪華な顔ぶれとなっています。

3月24日より森田監督のラストエール 「僕達急行 A列車で行こう」全国公開

「家族ゲーム」(83年)や「失楽園」(97年)、「武士の家計簿」(10年)など数々のヒット作を手がけ、昨年12月に逝去された森田芳光監督の「僕達急行 A列車で行こう」が3月24日より全国公開されます。本作は、「鉄っちゃん」(鉄道ファンの愛称)の友情と恋や仕事に悪戦苦闘する姿を描いた、心が豊かになるコメディです。「ノルウェイの森」(10年)、「マイ・バック・ページ」(11年)の松山ケンイチと、「ディア・ドクター」(09年)や「ワイルド7」(11年)の瑛太という、昨今の日本映画を代表する演技派俳優がダブル主演。劇中には合計20路線、80モデルもの電車が登場し、また、全キャラクターが特急の名前になっているなど、細かい演出にも注目です。



公式サイト <http://boku9.jp/>
©2012「僕達急行」製作委員会

DVD-BOX「EMOTION the BEST プラネテス」

3月23日発売予定 / 15,750円 バンダイビジュアル(株)

西暦2075年。衛星軌道に浮遊する宇宙のゴミ「デブリ」の回収任務に挑むサラリーマン宇宙飛行士たちの奮闘を描いた不朽の名作アニメ「プラネテス」が、スペシャルプライスの「EMOTION the BEST」シリーズとしてDVD-BOXで発売します。時代を先取りしたリアルスペースドラマは、今だからこそ見ていただきたい作品です。

©幸村誠・講談社/サンライズ・BV・NEP



ライブイベント「Kiramune Music Festival 2012」

バンダイビジュアル(株)・(株)ランティス・(株)バンダイナムコライブクリエイティブ 2009年にNHKホール、2010年に幕張メッセ国際展示場ホールで開催されたKiramuneレーベルのライブイベント「Kiramune Music Festival」の第3弾が、3月17日(土)、18日(日)に幕張メッセイベントホールで開催されます。

CONNECT (岩田光央・鈴村健一)、入野自由、神谷浩史、浪川大輔、柿原徹也、岡本信彦、Trignal (江口拓也・木村良平・代永翼)のフルメンバー10人が出演。

ファンに新しい驚きと感動を届けます。ランティスでは、2日間で1万2,000人以上の動員を予定しています。



Kiramuneはバンダイビジュアルとランティスによる男性声優のエンターテインメントレーベルです
©Kiramune Project

「AG 1/144 ガンダムAGE-2 ノーマル」 「GB 1/100 ガンダムAGE-2 ノーマル」

発売中/AG 1/144: 735円、GB 1/100: 2,940円 (株)バンダイ

第2世代「アセム編」に突入したTVアニメ「機動戦士ガンダムAGE」(毎週日曜日17:30～MBS・TBS系列)。バンダイでは「アセム編」に登場するモビルスーツを続々と商品化しています。「AG 1/144 ガンダムAGE-2 ノーマル」(写真上)は、主人公アセム・アスノが搭乗する主役機のプラモデル。道具を使わずパーツが手で外せるほか、あらかじめ色分けされているので簡単に組立てることができます。フィギュア「GB(ゲイジングビルダー)シリーズ」にも主役機が登場。「GB 1/100 ガンダムAGE-2 ノーマル」(写真中央)は、すべての「GBシリーズ」とパーツ換装ができ、カスタマイズ遊びの幅がますます広がります。また、両シリーズをスキャンして遊ぶ店頭用無料ゲーム筐体も進化。「ゲイジングバトルベース AGE-2」(写真下)は第1世代の商品を組み合わせることはもちろん、新ステージや新ゲームシステムを搭載しています。



©創通・サンライズ・MBS

「VooVファーストライドシリーズ」

3月17日発売予定 / 525円

(株)バンダイ

“変身”をコンセプトにしたミニカーブランド「VooV」から、新シリーズ「VooVファーストライドシリーズ」が登場。1台の車や電車などを開いてひっくり返し、別の車や電車などに“変身”させて遊ぶことができる「VooV」は、1台で2台分遊べるのが人気となり、累計出荷数が200万台を超えるヒット商品となっています。「VooVファーストライドシリーズ」は、ボディをくるりと回転させることで変身できる新しいギミックを採用。小さな子どもでも迷うことなく、簡単に変身遊びを楽しむことができます。また、525円という低価格で気軽に購入することも魅力の1つ。小さな子どもが「VooV」の変身ギミックに最初に触れるエントリーモデルとして最適です。主なターゲットは未就学の男児で、玩具専門店、百貨店・量販店などの玩具売り場で販売します。第1弾として、青のマツダRX-8からパトカーへ変身するモデルなど5種類を発売し、その後も新しいラインナップを続々と展開する予定です。



PS3専用ソフト「ワンピース 海賊無双」

3月1日発売予定 / ソフト単品版: 8,190円、
TREASURE BOX: 12,390円 (株)バンダイナムコゲームス

(株)バンダイナムコゲームスが企画制作し、(株)コーエーテックモゲームスが開発を手がける「ワンピース 海賊無双」が、プレイステーション3に登場します。本作は、1997年に『週刊少年ジャンプ』に連載が開始されて以来、幅広い層に人気を誇る「ワンピース」を主題とし、コーエーテックモゲームスの人気アクションゲーム「無双」シリーズがコラボレーションした作品です。「無双」の特徴であるシンプルな操作で無数の敵をなぎ倒す、一騎当千のアクションを楽しめる爽快感はそのままに、主人公ルフィをはじめとした「ワンピース」の個性溢れるキャラクターたちが、海賊や海軍を相手に大暴れる新しい“無双アクション”です。「ワンピース」と「無双」シリーズの魅力を結合した本作で、従来のワンピースファンや無双ファンはもとより、新たなファン層の拡大を目指します。かつてない爽快感で描かれるルフィたちの戦いに、ぜひご期待ください。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©2012NBGI 開発: コーエーテックモゲームス

DVD-BOX「交響詩篇エウレカセブン」全2巻

第1巻: 3月23日、第2巻: 5月25日発売予定 / 各18,900円
(5月25日より1年間の期間限定生産) バンダイビジュアル(株)

2005年にTV放送されて一大ムーブメントを巻き起こしたSFジュブナイルアニメーション「交響詩篇エウレカセブン」のDVD-BOX普及版を発売します。監督の京田知己(劇場版『ラーゼフォン 多元変奏曲』)、キーキャラクターデザインの吉田健一(『OVERMAN キングゲイナー』)、ニルヴァージュ(主人公が乗るマシン)デザインの河森正治(『マクロスF』)など、トップクリエイターが集結し、「鋼の錬金術師」や「トワノクオン」などハイクオリティな作品を創出するボンズが制作したオリジナルロボットアニメーション。謎の美少女・エウレカと出会った少年・レントンが、「世界」を知るため旅立つ物語です。4月より本作の続編にあたる新作TVシリーズ「エウレカセブンAO」の放送開始も予定されており、今後も盛り上がりを見せる「エウレカセブン」シリーズにご期待ください。



©2005 BONES/Project EUREKA