

Management

トップインタビュー

中期計画初年度の目標を確実に達成し グループの中長期での成長につなげる

4月より新たな中期計画がスタートしました。今回は2011年度(2012年3月期)の業績と2012年度の見通し、グループの新体制、各事業が推進する戦略や現在の状況について、(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に話を聞きました。

2011年度は環境変化にスピーディに対応し グループ内に好循環が生まれた

— 2011年度の業績を発表しました。石川 2011年度連結業績は、売上・利益とも、前年および年初計画を上回ることができました。これは各現場で社員が環境変化にスピーディに対応し、商品・サービス展開に知恵を絞った結果、ヒット商品・サービスが次々生まれ、グループ内に好循環が生まれたことが要因です。

事業別では、玩具ホビーは定番キャラクター商品やカード商材の人気のため、国内が好調でした。一方、海外は欧米で「Power Rangers SAMURAI」が好調な立ち上がりとなりましたが、その他のIP(キャラクターなどの知的財産)の苦戦を補うまでにはいたりませんでした。

コンテンツは、国内では業務用ゲーム機・景品、家庭用ゲームソフト、映像音楽コンテンツ、ネットワークコンテンツとも好調に推移しました。海外では組織・体制などの基盤整備に注力したものの、事業面では苦戦しました。

アミューズメント施設は、キャラクターを活用した施設が好調で、国内既存店売上が前期比100.1%となりました。

グループ全体では、2011年度は国内は好調でしたが、欧米は赤字と

なりました。一刻も早く海外での基盤を確固たるものとし、赤字脱却を図ることが、2012年度以降の最優先課題だと考えています(※詳細は4ページをご参照ください)。

— 2011年度を総括すると？

石川 この4月からの中期計画スタートに向け、バンダイナムコグループの本来の力を発揮できる基盤が整ってきました。2年前からのリスタートプランが着実に成果を挙げ、IPを最大限に活用して、収益をあげていくんだという意識が、グループ全体に浸透してきたことを実感しています。

— 株主還元について教えてください。

石川 当社の利益配分に関する基本方針に基づき、安定配当部分として年間24円に加え、連結業績を勘案して、期末配当を2円増配させていただきました。これにより、年間配当は合計26円とさせていただきます。

— 2012年度の見通しは？

石川 2012年度の業績予想数値は、売上高4,400億円、営業利益300億円です。しかし、バンダイナムコグループが守りに入るといった意味ではありません。2011年度は、現場の頑張



(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(左)と上野和典代表取締役副社長(株)バンダイ代表取締役社長との兼任)

りで国内全事業が好調となり、年初計画以上の実績となりましたが、不透明かつ変化の速い環境の中、2011年度の好調の延長上で計数計画を立てることはリスクを伴います。また、欧米については、基盤整備の第1段階は終わりましたが、まだ課題も残っています。我々としては、2011年度の勢いを2012年度も続けるべく、前へ攻めていきますが、環境と商品・サービスのラインナップを踏まえて、計数計画をたてています。

— 代表取締役2名体制になりました。

石川 4月よりバンダイの上野和典社長が、バンダイナムコホールディングスの代表取締役副社長を兼務しています。中期計画をグループ全体で達成するために、国内外の事業をさらにしっかりと束ねていくことが目的です。上野は玩具ホビー事業を成長させた実績と経験がありますので、キャラクターマーチャンダイジングのノウハウを、グループ全体に広げる推進役となって欲しいですね。バンダイナムコグループが中長期で成長していくための礎を、二人三脚で築いていきたいと思っています。

(次ページに続く)

IPを軸に時期、地域、ターゲット、出口を考え グループ横断でコンテンツ価値の最大化を図る

—中期計画がスタートしました。

石川 今回の中期計画は、初年度につまづいた前中期計画の轍を踏むことなく、各戦略に全力で取り組み、まず初年度である2012年度の目標を確実に達成したいと思います。そして中長期的なグループの成長につなげていきます。中期計画は、大きな目標の中の通過点です。10年先、50年先でもグループがグローバル市場で成長し続ける力をつけるためにも、中期目標で掲げた過去最高売上と過去最高益を1年でも早く達成したいと思います。

—トイホビー事業の状況は？

石川 国内では、「仮面ライダーフォーゼ」の好調が続くとともに、2月にスタートした「特命戦隊ゴーバスターズ」「スマイルプリキュア！」も良いスタートを切りました。好調のカード商材に加え、小学生男児向け、幼児向け、ハイターゲット向けなどでも強力IPや新規IPを投入し、全てのターゲットでのNo.1獲得を目指します。

—トイホビーの海外はどうですか？

石川 欧米では、これまで企画開発やマーケティングを各地で行ってききましたが、欧米一体でマネジメント

する体制に移行しました。主力IPを欧米一体で展開することで、ダイナミックな商品展開と効率的なリソース配分を行います。主力の「Power Rangers」シリーズでは、北米で2月にスタートした「Power Rangers SUPER SAMURAI」の商品販売が好調で、売り場も順調に拡大中です。欧州では、主要国での展開に加え、ロシアなど周辺地域への拡大を図ります。トイホビー事業の海外立て直しのためにも、Power Rangersを軌道に乗せることが最優先課題です。欧米一体型マネジメントによるワールドワイドの視点で体制を整え、中期的にIPと地域の拡大を図ります。

アジアでは、プラモデルやハイターゲット向け商品の日本発アジア一貫戦略を進めています。「GUNDAM.INFO.」などのネットを活用した情報発信に加え、香港と中国でのネット通販開始、アジア3か国でのデータカードダスの展開など、販売面でも強化を行っています。また、4月にオープンした施設「ガンダムフロント東京」も日本・アジアに向けたガンダム情報発信基地として活用していきます。

—コンテンツ事業はどうですか？

石川 IPを軸に最適なタイミング・地域・ターゲット・出口を考え、コンテンツ価値を最大化する戦略に取り組んでいます。IPごとにグループの優位性を発揮できる地域や出口に向け戦略的に発信をしていきます。さらに、トイホビーなどほかの事業とも連動させ、くまなく展開できることが理想の姿です。これを開発面からスピーディに進める施策の1つが、(株)バンダイナムコスタジオの設立です。責任と権限を明確にし、開発環境を整えることで、開発クオリティ向上と効率化追求を目指すとともに、今後の柱となる新規IPを創出する集団になってもらいたいですね。

—コンテンツの各事業は？

石川 国内では、各事業でNo.1を目指し、地域を含めボーダレスに展開していきます。業務用ゲーム機では人気シリーズに加え、エアホッケーなど新たな切り口のゲーム機を投入するほか、海外開拓も進めます。景品では新規流通への拡大とアジア展開を行います。映像音楽コンテンツでは、「機動戦士ガンダムUC」などの人気シリーズに加え、新規IP創出に向け新たな作品展開を積極的に行います。

ネットワークコンテンツでは、PC向けオンラインゲームのラインナップを拡大しています。また、SNSでは、安定した運営を目指し、トイホビー商品との連携など、バンダイナムコならではの取り組みを行います。今後は、業界団体やプラットフォームとの協調をさらに深め、より安心していただける市場環境づくりとサービスの提供を行っていきます。

—家庭用ゲームについては？

石川 課題の家庭用ゲームの立て直しという面では、開発機能の日本集約とタイトルの選択と集中により、2009年に約50%だった赤字タイトル比率が2011年度には27%となり、チャレンジが必要なエンターテイン

代表取締役副社長就任のご挨拶

今年4月に(株)バンダイナムコホールディングス代表取締役副社長に就任いたしました。今後はバンダイナムコグループという視点で、トイホビービジネスの強みであるキャラクターマーチャンダイジングをグループ全体でさらに加速させていくことが、私のミッションと認識しております。

トイホビー、コンテンツ、そしてアミューズメント施設という幅広い事業領域を展開するバンダイナムコグループには、まだまだできることがたくさんあると感じています。これまで以上に、グループのさまざまな領域に踏み込み、新たなエンターテインメント創出に注力していきます。



上野和典
(株)バンダイナムコホールディングス代表取締役副社長
※(株)バンダイ代表取締役社長との兼任

メント分野において適正な水準になってきました。2011年度に米国の組織再編、欧州販売拠点の統廃合という基盤整備の第一段階は終了しましたので、今後も継続的な体制整備と効率化追求で収益体質を目指します。

また、タイトル編成では、「鉄拳タッグトーナメント2」など実績ある

フランチャイズタイトルに絞り込んだ展開を行います。また、ゲームと映像を組み合わせたハイブリッドパック、高付加価値商品の展開、ダウンロード販売による継続的な収益確保など、ユーザーニーズの多様化に合わせ、さまざまな形で商品・サービスの提供を行います。

義」とは、グループ内外のリソースを巻き込み、泥臭く、ヒットを生み出すことができる社員という意味です。今後も人材育成に向け、グループ横断で、各SBUで人材戦略を進めていきます。

— 2012年の抱負をお願いします。

石川 国内においては、No.1事業は、おごることなく緊張感を持って、さらなる圧倒的No.1を目指します。No.1を獲得できていない事業については、チャレンジャーとして果敢に攻めて行きます。海外においては、アジアでは積極的にチャレンジを行います。そして、回復途上の欧米では、赤字脱却に向け基盤整備を進めます。

バンダイナムコグループには、やりたいこと、できていないことがまだまだあります。グループ社員も前へ前へ進むべく元気ですので、バンダイナムコ本来の力を発揮すべく、「挑戦・成長・進化」し続けたいと思います。

バンダイナムコ本来の力を発揮し 挑戦・成長・進化し続ける

— アミューズメント施設事業は？

石川 キャラクターパッケージ型遊戯施設やキャラクターイベントなど、バンダイナムコならではの取り組みを進めています。世界観やファンの嗜好を理解した上で企画を行い、内容をブラッシュアップし、進化させています。

中期的には、ターゲットに合わせた施設・サービス展開を進めるほか、2011年に中国に出店した施設の検証を行うなど、アジアでの展開を目指

します。

— 戦略推進の原動力は何ですか？

石川 やはりグループ社員1人ひとりの力です。グループが求める人材コンセプトは、「自主独立主義」「グローバル主義」「プロデュース主義」です。「自主独立主義」とは、熱い思いと高い当事者意識によりグループを牽引していただける社員。「グローバル主義」とは、国境や事業領域の枠にとらわれずボーダレスに活躍の場を広げられる社員。「プロデュース主

CSR Topics

社会貢献活動

東日本大震災被災地への支援活動報告

2011年3月の東日本大震災発生以降、バンダイナムコグループでは、さまざまな支援活動を実施してきました。その一部を右記の通りご報告します。

このほかに、株主優待制度に選択制度を導入し選択肢の1つに寄付を設け、支援活動の一環として、被災地の子ども達への支援活動を行う公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン(SCJ)に寄付します。寄付に賛同いただいた金額と同額をバンダイナムコホールディングスも寄付し、寄付合計金額は最低1,000万円とします。合計金額が1,000万円に満たない場合は、不足分をバンダイナムコホールディングスが拠出します。また、株主優待制度以外でも、SCJとのパートナーシップにより、被災地での子ども達に向けた活動を実施していく予定です。

今後もバンダイナムコグループでは、復興に向けた支援活動を中長期的に継続展開していきます。

※株主優待制度に関する詳細については6月下旬にご案内する予定です。

2011年3月～12年3月 主な支援活動の実績(一部)

- 日本赤十字社への寄付
2011年3～9月の合計金額：1億4,600万8,638円*
- 米国赤十字社への寄付
米国拠点からの寄付：13万4,400米ドル
- 被災地の子ども達への玩具・衣料の寄付
- 「東北こども博」など複数の復興支援イベントへの出展、協賛、玩具の提供
- バンダイホビーセンター(バンダイのプラモデル工場)に静岡市に避難されている方々を招待
- 「ナムキャラ応援団」(全国47都道府県オリジナルキャラクター)を複数の復興支援イベントに派遣
- 浅草花やしきのアクターズスタジオ所属歌手などが複数の復興支援イベントに参加
- 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンとの連携により被災地の子ども達に向けたイベントを実施

*グループとしての寄付に加え、国内外グループ会社社員の募金、ナムコのアミューズメント施設における「太鼓の達人」の売上および施設における募金活動、「浅草花やしき」入場料の一部、ランティスやバンダイナムコゲームスのイベントでの募金活動などを含んでいます

2012年3月期の連結業績

トイホビー事業、コンテンツ事業が業績に貢献
アミューズメント施設事業も順調に推移

バンダイナムコグループは、2012年3月期通期の業績を発表しました。事業面では、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は、国内既存店売上が順調に推移しました。この結果、2012年3月期連結業績は、下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、「スーパー戦隊」シリーズの商材が各カテゴリーで連動した展開を行ったことにより、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、新たな展開としては、「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、大人向けのコレクション性の高い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「Power Rangers」シリーズの2年ぶりの新作となる「Power Rangers SAMURAI」の商品が人気となるとともに、アジア地域では日本で人気のキャラクター商材を中心に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、「湾岸ミッドナイト マキシマムチューン4」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ト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、「Dark Souls」が欧米で人気になるとともに、国内においては「テイルズ オブ エクシリア」「ワンピース海

賊無双」「AKB1/48 アイドルとゲームで恋したら…」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」シリーズや「ワンピース グランドコレクション」などの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、市場環境が不透明ななか、既存店売上が前期比100.1%と順調に推移しました。また、収益性向上を目的にコア事業への特化を進めるため、一部事業の譲渡を実施しました。

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。

2013年3月期の連結業績予想は表の通りとなります。

◆2012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
2012年3月期実績	454,210	34,606	34,960	19,303
前期比 (%)	15.2%	111.8%	113.2%	944.3%

◆2012年3月期セグメント別実績

(単位:百万円)

事業分野	売上高	セグメント利益
トイホビー	177,994	16,112
コンテンツ	225,503	17,003
アミューズメント施設	61,032	2,380
その他	27,482	2,050
消去・全社	▲37,801	▲2,941
合計	454,210	34,606

◆2013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
2013年3月期予想	440,000	30,000	30,000	17,500

◆2012年3月期の1株当たりの配当について

2012年3月期第2四半期末	12円
2012年3月期末	14円 (安定配当12円) (業績連動配当2円)
2012年3月期間	26円 (安定配当24円) (業績連動配当2円)

※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。

(単位:億円)

経営統合以降のグループ業績推移

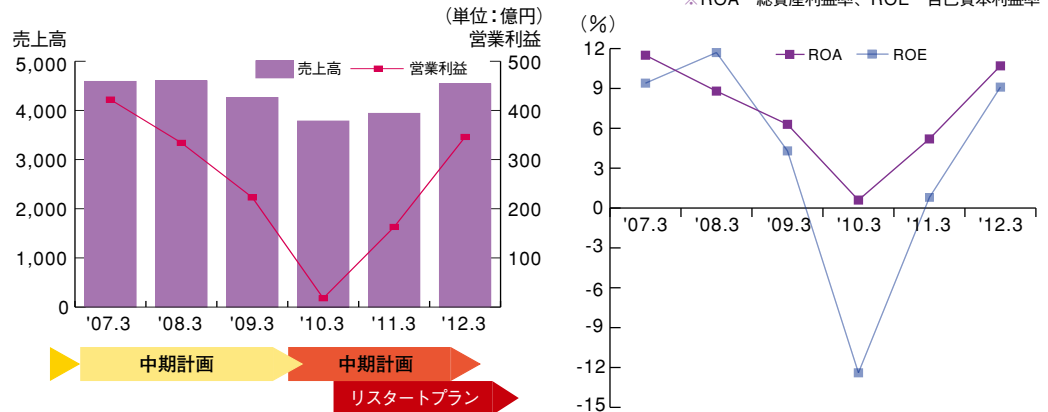
このコーナーでは、バンダイナムコグループの現状や取り巻く環境をより理解していただくために、業績や商品・サービスに関するデータをご紹介します。今回は、2005年の経営統合以降の業績を振り返ります。

バンダイナムコグループの業績は、図表の通り、2010年3月期に大きく落ち込みましたが、2010年4月にスタートしたリスタートプラン効果などにより、回復傾向にあります。

しかしながら、業績面では、経営統合直後の売上・営業利益を更新することができていません。2012年4月スタートの3か年中期計画では、過去最高売上と過去最高益の更新に加え、ROEの向上を目指します。

	2007年 3月期	2008年 3月期	2009年 3月期	2010年 3月期	2011年 3月期	2012年 3月期
売上高	4,591	4,604	4,263	3,785	3,941	4,542
営業利益	422	334	223	18	163	346
経常利益	456	361	245	19	163	349
当期純利益	242	326	118	▲299	18	193
ROA(%)	11.5%	8.8%	6.3%	0.6%	5.2%	10.7%
ROE(%)	9.4%	11.7%	4.3%	▲12.4%	0.8%	9.1%

※ROA…総資産利益率、ROE…自己資本利益率



Portrait

現場から

キャラクターイベントでより魅力的なテーマパークへ

株式会社ナムコ テーマパーク事業部ナンジャタウンNTマーケティングチーム チームマネージャー 笹谷 隆三

2011年7月に15周年を迎えた屋内型テーマパークの「ナムコ・ナンジャタウン(以下ナンジャタウン)」では、キャラクターをテーマにしたイベントを積極的に実施し、新たな顧客層を開拓しています。今回はキャラクターイベントの仕掛人、(株)ナムコの笹谷隆三に話を聞きました。

Qキャラクターイベントを継続的に実施するようになったきっかけは？

Aナンジャタウンの企画運営で培ったノウハウで、他社にはできないナムコならではのイベントの打ち出し方ができるのではと考えたことがきっかけです。ナンジャタウンは多くのアニメファンが足を運ぶ池袋にあり、新たな顧客層の獲得にもつながると考えました。2009年夏の「NARUTO」以降、「ワンピース」「銀魂」など、さまざまなキャラクターイベントを定期的実施しています。

Qイベントを実施する際のこだわりは？

Aスタッフ全員で作品の世界観を理解するため、とことん研究します。その上で、お客様に納得していただける企画やフードの提案、接客を行っています。

また、開催期間中に何度足を運んでも楽しんでいただける仕掛けを考えています。2011年度は20タイトルのイベントを実施しましたが、常に半年先、1年先を見据えたプランを練るようにしています。

Q集客効果はありましたか？

Aキャラクターイベントをきっかけにナンジャタウンを知っていただくことで、新たなファンを開拓できています。イベントを通じ、改めて漫画やアニメ、ゲームなどの文化は、若者のライフスタイルにしっかり根付いているものだと実感しています。

Qグループコンテンツの「^{タイガー}TIGER & ^{バニー}BUNNY」のイベントも実施しました。

A5月中旬まで93日間開催し、20~30代女性を中心に、多くのファンにお越しいただきました。作品のどの部分がファンの気持ちに響くのか研究したほか、期間中はツイッターを活用した告知やマーケティングにより、ネット上での話題づくりを行いました。また、グループIPということで、アニメ製作を担当した(株)サンライズからたくさんのアイデアを提供してもらいました。グループIP発

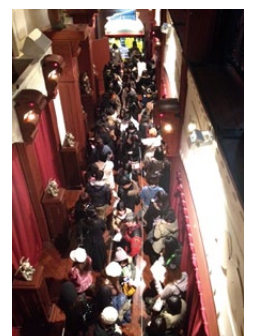


1997年入社
テーマパーク事業部
に在籍し、イベント
チームを経て、
2011年より現職

信の出口の1つとして、「場」を持つナムコの強みが活かせたと思います。

Q今後の抱負をお願いします。

Aナンジャタウンにキャラクターイベントが加わり、テーマパークとしての魅力が倍増したと自負しています。今後もさまざまなことに挑戦し、常に進化し続ける施設であり続けたいと思います。スタッフ一同、みなさんに楽しんでいただきたいという思いでお待ちしていますので、ぜひ遊びに来てください。



「TIGER & BUNNY」の
イベントの様子

ダイバーシティ東京 プラザに 「ガンダムフロント東京」オープン

(株)バンダイ(上野和典社長)と、サンライズ、創通の3社で設立したガンダムフロント東京有限責任事業組合(以下、LLP)は、4月19日、ダイバーシティ東京 プラザ7階に「ガンダムフロント東京」をオープンしました。本施設は「1/1」や「リアル」をコンセプトに、今なお進化し続けるガンダムワールドを体験・体感できる有料施設(一部無料)で、運営はナムコが担当します。

「ガンダムフロント東京」は、ガンダムシリーズの名シーンや新作CGを大迫力スケールで天球全体に投影するドーム施設のほか、1/1のストライクフリーダムガンダム胸像や、キャラクターとの写真撮影が楽しめるスポットなど、

ガンダムワールドをさまざまな角度で楽しめる多彩な演出・展示で構成されています。また無料ゾーンとして、ガンプラ展示コーナーやアパレルショップも設置。ダイバーシティ東京 プラザの広場には、実物大のガンダム立像を設置して夜間には大迫力の演出を実施。2階には「GUNDAM Café」2号店もオープンしました。LLPでは、国内はもちろん、アジアなど海外に向けてもガンダムの魅力を広く発信していきます。

写真上:広場に設置した実物大ガンダム立像
中:直径16mの特設巨大ドームなどがある施設内部
下:ガンダムフロント東京のオープン初日の様子



©創通・サンライズ

次世代ペットロボ「スマートペット」発表

バンダイは、iPhoneやiPod touchが顔になって動く次世代ペットロボット「スマートペット」を、6月16日に発売する予定です。本商品は、iPhoneやiPod touchに専用アプリをダウンロードし、商品本体にセットし「スマートペット」(2種/オープン価格)で楽しむ新しいペットロボットで、タッチパネルを操作してお世話やゲームが楽しめるほか、カメラやマイク機能を使って歩かせたり芸をさせるなど、さまざまな動きが楽しめます。



発売に先駆けて開催されたマスコミ向け発表会には、約100名の報道関係者が来場。CMキャラクターの黒木メイサさんのトークショーなどを行い、大々的に商品をアピールしました。

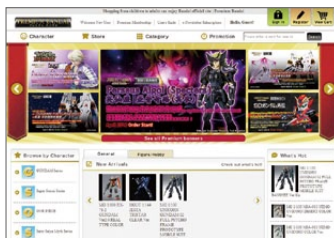


3月26日開催のマスコミ向け発表会で商品を手にするバンダイの上野和典社長と黒木メイサさん

©BANDAI 2012 ※対応機種:iPhone 4S/4,iPhone 3GS, iPod touch (第4世代)
※iPhone/iPod touchは商品に含まれません。
※iPod touchは、米国およびその他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。

香港で公式ショッピングサイトオープン

バンダイは、公式ショッピングサイト「プレミアムバンダイ」(<http://p-bandai.jp/>)の香港版「プレミアムバンダイ香港」(<http://p-bandai.hk/>)を4月20日にオープンしました。「プレミアムバンダイ」は日本国内限定でしたが、今回のサイト開設により、香港のお客さまもバンダイ商品を購入できるようになりました。当初の取扱商品は、日本の「プレミアムバンダイ」で発売中のプラモデル、コレクター向けフィギュアの全16アイテムで、今後限定商品を中心に取り扱い点数やカテゴリーを拡大する予定です。



瞬足バギー ワイルド

7月発売予定/株シー・シー・ピー 2色・各4,179円

子ども達に大人気のアキレス社製シューズ「瞬足」とコラボレーションして誕生したラジオコントロール「瞬足バギー」シリーズから、「瞬足バギー ワイルド」が発売されます。発売2年目に突入し、さらに進化した最新作は、ボリュームアップした新シャーシにグリップ力もアップさせた新型タイヤを装着し、パワフル走行を実現しました。さらに防塵仕様で悪路などアウトドアでも楽しめるので、夏のレジャーにおすすめのアイテムです。



※「瞬足」はアキレス(日本)の商標でありライセンスのもとに使用されています。

ウルトラエッグ

発売中/株バンダイ 945円

「たまご」からウルトラ怪獣に変形する新しい玩具シリーズ「ウルトラエッグ」。第1弾として、「ウルトラエッグ バルトン星人」「ウルトラエッグ ゼットン」「ウルトラエッグ エレキング」「ウルトラエッグ レッドキング」「ウルトラエッグ ダダ」「ウルトラエッグ ピグモン」の6種を発売します。怪獣ごとに異なる多彩な変形バリエーションと、怪獣状態でフィギュア遊びを楽しめることが特長です。今後も人気の怪獣を順次ラインナップしていく予定で、コレクション商品としても楽しめます。



©円谷プロ

期間限定キャラクターパッケージ型遊戯施設 「スーパー戦隊ドリームパーク」3月より展開開始

(株)ナムコ(橋正裕社長)は、バンダイナムコグループのノウハウを活かした期間限定の子ども向け“キャラクターパッケージ型遊戯施設”を開発し、2010年よりアミューズメント施設に併設。新しい遊び場の提供を通じてファミリーの集客強化を図っています。これまで、「ウルトラマン」「たまごっち」「仮面ライダー」「プリキュア」などのキャラクターを活用してきましたが、2012年3月より新規施設「スーパー戦隊ドリームパーク」の展開を開始しました。この施設は、子ども達に人気のスーパー戦隊シリーズ「特命戦隊ゴーバスターズ」になりきって遊ぶことができるキャラクター体験型の遊戯施設で、エアー遊具とアトラクションで遊ぶコーナー、バンダイ製の玩具



「スーパー戦隊ドリームパーク」の外観と店舗内の様子(左)
©2012 テレビ朝日・東映AG・東映

◆「スーパー戦隊ドリームパーク」導入中の店舗
「ナムコワンダーパークヒーローズベース店」内(神奈川県)
「namcoイオンモール大日店」内(大阪府)

*期間限定 上記2店は7月8日まで

を使って遊ぶコーナー、ゴーバスターズの新製品玩具などを取りそろえたグッズ販売コーナーなどで構成されており、「特命戦隊ゴーバスターズ」の世界観が体感できます。

「namcoイオンモール船橋店」 「namcoアルプラザ城陽店」オープン

ナムコは、ファミリーで気軽にゲームを楽しめるアミューズメント施設「namcoイオンモール船橋店」(千葉県船橋市)を4月25日に、「namcoアルプラザ城陽店」(京都府城陽市)を4月27日にオープンしました。いずれも店舗内は明るく入りやすい雰囲気、ファミリーに人気の高い景品ゲーム機や乗り物などを数多く取り入れ、ワクワク感をお届けする構成となっています。オープン記念としてバンダイナムコグループならではの人気キャラクターが登場する子ども向けイベントを多数開催しています。



namcoイオンモール船橋店



namcoアルプラザ城陽店

「こち亀ゲームぱ〜く」をリニューアル

(株)プレジャーキャスト(東啓二社長)は、「こち亀葛飾区亀有公園前派出所」をテーマに2006年にオープンしたアミューズメント施設「こち亀ゲームぱ〜く」(アリオ亀有3F)を、4月20日にリニューアルオープンしました。今回のリニューアルでは、施設内に設置された登場人物の両津や麗子の机の中身を見ることができるようになり、両津や大原部長のロッカーを開けることができるなど、至るところで「こち亀」ワールドを楽しめる仕掛けを追加。また、両津と中川が店内パトロールを行うイベントを実施していくほか、「こち亀」ファンにはおなじみの「海パン刑事」や「ドルフィン刑事」などのキャラクターも新たに登場します。



©秋本治・アトリエビーだま/集英社・ADK

インフォメーション

偽物語 化物語 in ナムコ・ナンジャタウン ～7月8日

西尾維新アニメプロジェクトによる人気小説のアニメ化作品「化物語」は、高校生の阿良々木暦が怪異と関わった少女達と出会い、その怪異にまつわる事件を解決していく物語。「偽物語」は、「化物語」から数か月後の物語です。この両作品をモチーフとしたオリジナルデザート&フードのほか、オリジナルグッズがもらえるミニアトラクション、キャラクターグッズが買える「グッズショップ」、景品の当たるガラポン屋台など、ナンジャタウンならではのタイアップイベントを開催中です。



©西尾維新/講談社・アニプレックス・シャフト

しろくまカフェ in ナムコ・ナンジャタウン 6月2日～7月29日

月刊誌で大人気連載中の漫画が4月よりアニメ化。カフェを営むしろくまさんと常連客のパンダくんたちが繰り広げる「ほっこり」としたストーリーで、豪華声優陣のキャストिंगも話題となっています。作品に登場する動物達をモチーフにした、かわいらしくて食べるのがもったいないオリジナルデザート&フードなどが登場します。



©ヒガアロハ・小学館/しろくまカフェ製作委員会 2012

バンダイナムコゲームス、セガ、カプコンが連携し ニンテンドー 3DS用ソフトの制作開始

バンダイナムコゲームスは、(株)セガ、(株)カプコンの3社が連携したニンテンドー 3DS用ソフト「プロジェクトクロスゾーン」の制作を開始しました。開発は(株)モノリスソフト、販売はバンダイナムコゲームスが担当します。

本作は各メーカーを代表する人気キャラクターが一堂に会し、協力しながら敵と戦うシミュレーションRPGです。「鉄拳」シリーズ、「サクラ大戦」シリーズ、「ストリートファイター」シリーズをはじめとする計20作以上の人気作品か

ら多数のキャラクターが登場。3社間のコラボレーションは今回が初めてで、作品数、キャラクター数ともに、過去に類を見ない最大規模の連携プロジェクトとなりました。今後もゲームを愛するお客さまに歓迎されるさまざまなコラボレーションを計画していきます。



©CAPCOM ©CAPCOM U.S.A.
©SEGA ©SEGA ©RED
©NBGI ©SRWOG PROJECT
©.hack Conglomerate ©藤島康介 ©2012 NBGI

「スーパーロボット大戦」シリーズ 20周年記念イベント「鋼の魂祭」開催

バンダイナムコゲームスは、「スーパーロボット大戦」シリーズ生誕20周年を記念したイベント「鋼の魂祭」を3月18日に開催しました。



「スーパーロボット大戦」は、歴代ロボットアニメキャラクターが数多く参戦するシミュレーションRPGで、これまでに61タイトルをリリース。4月5日には最新作のPSP用ソフト「第2次スーパーロボット大戦Z 再世篇」を発売しました。

イベントには、声優の神谷明や古谷徹などのシリーズキャストが多数登場し、20周年を振り返るゲーム紹介や、トークショー、生アテレコを行いました。さらに、水木一郎やJAM Projectをはじめとするアーティスト陣が、テーマソングや本作に参戦している原作の主題歌を披露し、集まったファンと一緒に20周年を盛大に祝いました。

BDNAをBNDeNAに社名変更 今春第1弾コンテンツ配信予定

(株)バンダイナムコゲームス(大下 聡社長)と(株)ディ



ー・エヌ・エーが昨年10月に共同出資して設立した(株)BDNA(鵜之澤伸社長)が、3月27日付で(株)BNDeNAに社名変更しました。

これは、両社の持つ強みや個性を融合してソーシャルゲーム市場に新しいムーブメントを起こしたいという思いを会社名でより明確に表現するために実施したもので、今後もスマートフォン向けコンテンツを中心に開発・販売を推進していきます。

BNDeNAでは、6月に第1弾タイトルとなる「マクロスSP クロスデカルチャー(仮)」の配信を予定。今後もバンダイナムコゲームスが持つハイスペックゲーム開発・技術力と、DeNAのソーシャルゲームノウハウを融合することで、鮮やかな描画による表現力の高いコンテンツを開発し、新しいソーシャルゲームのスタイルを切り開いていきます。

ドットハック セカイの向こうに + Versus Hybrid Pack

6月28日発売予定/株バンダイナムコゲームス
通常版7,140円
「THE WORLDエディション」(初回限定生産)
10,500円

今年1月に公開した劇場用3DCGアニメーション「ドットハック セカイの向こうに」の映像と、「.hack」シリーズ初となるPS3専用ゲーム「ドットハック//バーサス」をBlu-rayディスク1枚に収録したハイブリッドディスクを発売します。112分の映像本編のほか、歴代のシリーズ主要キャラクターが戦う対戦格闘アクションゲームや豪華映像特典が楽しめます。今後もバンダイナムコゲームスは、IPを軸に映像作品とゲームを1枚で楽しめる「ハイブリッドディスク」を展開します。



©2012 .hack Conglomerate ©2012 NBGI

AM用景品「カピバラさん スーパー DX ぬいぐるみ ~ふんわりフラワ〜ン The 7th Anniversary ~」

投入中/株バンプレスト

バンプレストは、全国のアミューズメント施設に向けて、「感謝」をテーマにしたカピバラさん7周年限定デザイン「カピバラさん スーパー DX ぬいぐるみ~ふんわりフラワ〜ン The 7th Anniversary~」を投入します。7周年を記念して“ありがとう”の感謝の気持ちを忘れない新しい仲間「ひだまりさん」も登場。「カピバラさん」ではこれまでになかった華やかなカラーリングの洋服をまとったアミューズメント限定デザインぬいぐるみです。



©TRYWORKS

4月より新作TVアニメ5作品放送中 7月には「貧乏神が！」なども放送予定

バンダイビジュアル(株) (川城和実社長) が映像パッケージ商品を発売するTVアニメ5作品「エウレカセブンAO」^{エイオー}「聖闘士星矢Ω」^{オメガ}「緋色の欠片」^{ヒイロ}「黒子のバスケ」^{クロノバスケ}「あらしのよるに〜ひみつのともだち〜」が、4月より好評放送中です。また、人気シリーズの続編である「境界線上のホライゾン」第2期、「輪廻のラグランジェ」第2シリーズが7月から放送されるほか、「ジャンプSQ.」で好評連載中の「貧乏神が！」が(株)サンライズ(内田健二社長)制作のTVアニメーションとして7月より放送開始予定です。

タイトル(放送開始日)	放送局
聖闘士星矢Ω(放送中)	テレビ朝日系列
緋色の欠片(放送中)	読売テレビ 他5局
あらしのよるに〜ひみつのともだち〜(放送中)	テレビ東京系列
黒子のバスケ(放送中)	MBS 他3局
エウレカセブンAO(放送中)	MBS 他3局
境界線上のホライゾン 第2期(7月~)	MBS 他6局
輪廻のラグランジェ 第2シリーズ(7月~)	読売テレビ 他5局
貧乏神が!(7月~)	未定

映画「グスコブドリの伝記」7月公開

東北岩手が生んだ作家・宮澤賢治原作の童話「グスコブドリの伝記」が、劇場アニメーションとして、7月7日に全国公開されます。メインキャストに小栗旬、忽那汐里など豪華俳優陣が参加。同原作の名作アニメ「銀河鉄道の夜」の杉井ギサブローと、ますむらひろしが描く幻想的な映像美と、自然への畏敬、勇気への賛歌を綴ったストーリーは、見るものすべてに勇気と感動を与えます。



©2012「グスコブドリの伝記」製作委員会/ますむらひろし

「機動戦士ガンダムUC」episode5 イベント上映、Blu-ray & DVD発売開始

episode1の上映以来、大反響を呼び続けている「機動戦士ガンダムUC」^{ユニコン}のepisode5が、5月19日にイベント上映&配信&限定版Blu-ray先行発売を開始しました。また、上映に先駆け、音楽・映像・ドラマを同時に楽しめるハイブリッドライブイベントや、前夜祭などの上映イベントを開催し、好評を博しました。6月8日にはBlu-ray & DVDが一般発売となります。



©創通・サンライズ

超時空要塞マクロス Blu-ray Box

発売中/バンダイビジュアル(株)、通常版:39,900円
Complete Edition(初回限定生産):47,250円

大人気アニメーション「マクロス」シリーズの原点である「超時空要塞マクロス」のTVシリーズ全36話が、HDリマスターに



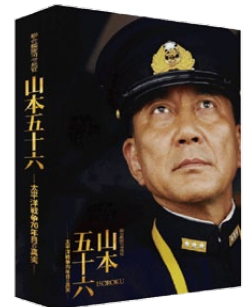
©1982 ビックウエスト

より初めてBlu-ray Box化され、5月25日に発売されました。初回限定生産の「超時空要塞マクロス Blu-ray Box Complete Edition」は、ミュージッククリップや「マクロス」30周年特番などのスペシャル映像を収録した特典DVDのほか、設定資料・原画などを収録した豪華ムック本「MACROSS PERFECT MEMORY」の復刻縮刷版、第1話シナリオ台本、絵コンテ集、イラスト集などが付属するファン必携の豪華仕様です。

聯合艦隊司令長官 山本五十六 —太平洋戦争70年目の真実—

7月13日発売予定/バンダイビジュアル(株)
愛蔵版(初回限定生産) Blu-ray:9,240円、DVD:8,190円
通常版 Blu-ray:5,040円、DVD:3,990円

2011年12月に全国公開された歴史超大作「聯合艦隊司令長官 山本五十六 —太平洋戦争70年目の真実—」のBlu-rayとDVDがそれぞれ愛蔵版と通常版で7月13日に発売されます。主人公の山本五十六は、日本映画界を代表する俳優の役所広司が務めており、そのほか玉木宏、柳葉敏郎、阿部寛、宮本信子、香川照之といった主役級の豪華キャストが集結しました。初回限定生産のBlu-ray & DVD愛蔵版には、監修・原作の半藤一利のインタビュー映像や映画公開記念特別番組、メイキング、記者会見の様態などを収録した特典DVD2枚と、縮小版の脚本、ブックレットが付属します。



©2011「山本五十六」製作委員会

Friendship Birthday ~あらしのよるに~

発売中/株)ランティス 初回限定盤:1,800円、通常盤:1,200円

テレビ東京ほかで好評放送中のTVアニメ「あらしのよるに〜ひみつのともだち〜」のオープニング主題歌が5月23日に発売されました。さわやかで元気な主題歌を歌うのはシンガポール出身のアニソンアイドル「Sea☆A」。シンガポールのメイドカフェで圧倒的な存在感を放ち話題となった4人組です。日本のアニメ、アイドル、コスプレ、フィギュアなどをこよなく愛する彼女たちが、年齢や性別、国籍など、あらゆる違いを乗り越える「絆」を歌い上げます。初回限定盤には、彼女たちのシンガポールでの姿を撮影したミュージッククリップDVDが付属します。



©あらしのよるに/TV PARTNERS

「コンテンツ事業No.1+ボーダレス展開」に向けIP軸の事業横断戦略を加速する

IP(キャラクターなどの知的財産)を、さまざまな出口に展開するコンテンツSBUでは、中期ビジョンとして新たに「コンテンツ事業国内No.1+ボーダレス展開」を掲げました。今回は2012年4月に(株)バンダイナムコゲームスの社長に就任した大下聡に、コンテンツSBUの方向性や今後の抱負について聞きました。

—バンダイナムコゲームスの社長に就任した今の心境を聞かせてください。

大下 私はこれまで、バンダイ、バンダイネットワークス、バンダイビジュアルで、さまざまな事業に携わってきました。その経験から、エンターテインメントビジネスを左右するのは、経済環境ではなく、変化するユーザー嗜好や進化するテクノロジーにスピーディに対応し、チャレンジし続けることができるかどうかだと思っています。コンテンツSBUには幅広い事業領域があり、我々の可能性はまだあります。とてもやり甲斐があって楽しみだというのが、今の心境です。

—新しい中期計画がスタートしました。

大下 前中期計画(～2012年3月)でコンテンツSBUは市場環境やユーザー嗜好の変化にスピーディに対応することができず苦戦しました。そこで「リスタートプラン」をスタートし、スピードあるグループへの変革、

収益力向上と財務体質の強化に取り組みました。その一環で、自分達の強みを活かすことができる商品・サービスへの選択と集中や、従来の出口別組織からIPを軸とした組織体制への見直しを図りました。この結果、特に国内の各事業ではヒットが生まれ、業績も上向いてきています。しかし、家庭用ゲームの世界ワイド展開や海外展開についてはまだ課題もあり、回復の途中段階です。これまでは「守り」中心でしたが、現中期計画では「攻め」に転じ、各事業で国内No.1を目指します。その上で、その強みを欧米やアジアなどにボーダレスで展開していきたいと考えています。

—重点戦略を教えてください。

大下 「既存事業再構築⇒No.1戦略」「IP軸・事業横断最大化戦略」を推進するほか、グループ横断の機能戦略である「グループ連動ネット戦略」をコンテンツSBUが推進役となり進め

ていきます。今後は、リスタートプランで進めたIP軸の展開を加速させます。いかにIPの価値を最大化させるかを重視し、コンテンツSBUで我々が展開する複数の出口間で連動を図り、戦略的に商品・サービスを提供していきます。これに加え、Toyホビーやアミューズメント施設など、ほかのSBUとの連動も図ります。さらに、事業領域という視点だけでなく、地域や年齢層などの視点からも、対応できていない部分はないか、もっとできることはないかを考え、IPを軸に戦略的に発信していきます。

「グループ連動ネット戦略」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IDでつなぐことで、既存のメディアやサービスとの連携を図り、ユーザーに直接情報発信するマーケティングツールとして活用しようというものです。バンダイナムコIDの登録者数は4月時点で200万人強ですが、これを3年後には3,000万人にし、バンダイナムコグループならではのサービスを提供する新しいビジネスモデルを構築していきたいと考えています。

—4月2日に(株)バンダイナムコスタジオを設立しましたが、この目的は?

大下 中期計画のスタートに合わせて、バンダイナムコゲームスの約1,000名の開発部門を分社化しました。これは責任と権限を明確にすることで、よりスピーディかつクオリティの高い開発部隊にするとともに、開発に特化した制度・仕組みを導入し環境を整えることで、モチベーションアップを図ることが目的です。すでに新会社はスタートしており、独立した開発会社として自立するために、知識や技術、経験といった財産が、社員のやる気と一緒に湧き出ており、これから楽しみです。今後は映像製作を行うサンライズのように、新たなIP創出も行う気鋭の

今後期待のコンテンツ



PS3・Xbox 360向け「鉄拳タグトーナメント2」



業務用ゲーム機「釣りスピリッツ」



スマートフォン向けソーシャルゲーム「マクロスSPクロスデカルチャー(仮)」

©NAMCOBANDAI Games Inc. ©2012 NBGI
©1982,1984,1992,1994,1995,1997,1999,2000,2002ビックウエスト
©2007ビックウエスト/マクロスF製作委員会・MBS
©2009ビックウエスト/劇場版マクロスF製作委員会
©2011ビックウエスト/劇場版マクロスF製作委員会
©BNDeNA

IP創出会社になってもらいたいと思っています。

—家庭用ゲームの戦略は？

大下 国内は収益が回復してきましたので、バンダイナムコスタジオも有効活用し、業務用と連動可能なフランチャイズタイトルの投入や、旬なタイトルのスピーディな投入に努めていきます。また、パッケージソフト発売後のダウンロード販売で継続的な収益を上げるなど、ユーザーニーズの変化にも対応します。課題は欧

米ですが、組織と体制の整備により、海外拠点を営業・マーケティングに特化しました。日本発でワールドワイドで通用するフランチャイズタイトルの販売を行うことで、収益が出せるビジネスモデルを構築していきたいと考えています。2012年度も「鉄拳タッグトーナメント2」をはじめ、「機動戦士ガンダム」シリーズなど、これから期待のタイトルを続々と投入する予定です。



おおした さとし
■大下 聡 代表取締役社長のプロフィール

<経歴> 1953年7月3日生 山口県出身
1976年4月 株式会社バンダイ入社
2002年6月 バンダイネットワークス株式会社代表取締役社長
2009年4月 株式会社バンダイナムコゲームス常務取締役
2010年4月 バンダイビジュアル株式会社代表取締役社長
2012年4月 株式会社バンダイナムコゲームス代表取締役社長

業務用機器・景品は海外展開も推進 SNSや映像音楽も新たな挑戦を続ける

—業務用ゲーム機や景品は？

大下 すでに国内で高いシェアの業務用ゲーム機は、技術力・開発力に磨きをかけ、4月に導入開始した「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」のような人気シリーズに加え、「釣りスピリッツ」「ビッグバンスマッシュ」など新機種の投入も行います。また、海外に向けても、リデンプション機（ゲームの結果に応じてチケットを払い出す機械）など現地で人気の高い機器を展開していきたいと思っています。

景品では、フィギュアなどのクオリティの高さにより、市場でNo.1の地位を築いています。今後は「一番くじ」などロトビジネスで国内でのさらなるシェア拡大のために、従来のコンビニ流通に加え、書店、カラオケなどの新規流通を開拓するとともに、アジアを中心とした海外展開にも力を入れます。

—ネットワークコンテンツは？

大下 ネットワーク環境と端末の普及により、オンラインゲームの人気はSNS、PCともに高まっています。今後はバンダイナムコゲームス、バンダイナムコオンライン、BNDeNAでそれぞれの強みを活かしたネットワークコンテンツを提供し、安定的に事業展開していきます。業界団体やプラットフォームとの協調をさらに深め、より安心していただける市場環境づくりとサービスの提供を行ってきたいと考えています。

—映像音楽コンテンツはどうですか？

大下 映像音楽コンテンツにとっては、IPを創出育成する、獲得するということが重要なミッションの1つです。グループでIPの創出育成を行うことで、イベント上映とパッケージ販売をほぼ同時に行った「機動戦士ガンダムUC」のように、1つのIPを核にさまざまな仕掛けを行うことが可能になるからです。2012年度

は「機動戦士ガンダムUC」に加え、「宇宙戦艦ヤマト2199」でもその経験を活かした展開を準備しています。また、グループ発IPの「TIGER & BUNNY」の映画化も予定しています。映像音楽コンテンツでは、映像だけでなく、音楽やライブという出口も積極的に活用し、IPを盛り上げていきます。

—今後の抱負をお願いします。

大下 グループ全体の中期ビジョン「挑戦・成長・進化」のスローガンの通り、まずは計画を達成し、国内事業No.1を目指します。そのためには、社員には明るく元気に、ポジティブに取り組んでもらいたいですね。

編集後記

本紙でご説明させていただいた通り、2012年3月期業績は、国内の各事業の好調により、前年を上回る実績となりました。すでに新しい年度に入っていますが、国内では前年度の勢いを継続すべく、

海外では一刻も早い回復を目指し、グループ丸となり事業に取り組んでおります。4月にはグループの重要IPの1つであるガンダムシリーズの国内外に向けた情報発信基地の役割を担う施設「ガンダムフロント東京」(有料、一部無料ゾーン

あり)がオープンしました。同施設のあるダイバーシティ東京 プラザの広場には、実物大ガンダム立像も設置されています。お近くにお出かけの際は是非お立ち寄りいただき、ガンダムの世界観を体感いただければ幸いです。

広報IR担当

「S.H.Figuarts アキバレッド、ブルー、イエロー」

アキバレッド：6月下旬発売予定、アキバブルー：7月発売予定
アキバイエロー：8月発売予定/各3,360円 (株)バンダイ

4月より放送中の「非公認戦隊アキバレンジャー」(毎週金曜日25:30～BS朝日、毎週月曜日25:00～TOKYO MX)の主人公たちを、アクションフィギュアとして商品化しました。



左：「S.H.Figuarts アキバイエロー」
中：「S.H.Figuarts アキバレッド」
右：「S.H.Figuarts アキバブルー」

「S.H.Figuarts アキバレッド」を皮切り

に、「S.H.Figuarts アキバブルー」、「S.H.Figuarts アキバイエロー」を順次発売します。

「非公認戦隊アキバレンジャー」は東映が制作する新しいコンセプトの特撮ヒーロー番組で、ひょんなことからヒーローになった3人組が彼らの聖地“秋葉原”を守るというストーリー。現在放送中の「特命戦隊ゴーバスターズ」(毎週日曜日7:30～テレビ朝日系列)を含む「スーパー戦隊シリーズ」とは一線を画す、大人向けの特撮番組として注目されています。

バンダイではフィギュアのほか、番組に登場するなりきり武器や車などの商品化を予定しており、20～30歳の男性を主なターゲットとして初年度3億円の売上を計画しています。

©東映AG・東映

ネットカードダス「オーナーズホース」

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

カードと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」から、新タイトル「オーナーズホース」が登場。現役や引退した競走馬および騎手のカードを集めて最強の馬主王を目指すオンラインカードゲームです。難しい操作や競馬の知識がなくても、カードに記載されたシリアルコードをパソコンまたは携帯電話、スマートフォンの公式サイトに登録するだけで、さまざまなレースに出走し、全国の馬主たちと競い合うことができ、誰でも手軽に楽しめます。競走馬や騎手が実名、実写でカード化された商品は、パソコン、携帯、スマートフォン対応ゲームでは初めてで、競馬ファンにはたまらない豪華ラインナップとなっています。また、ゲーム内で他のユーザーと同じレースに出走したり、友達同士で「馬主会」を結成して遊べるなど、コミュニティ要素も充実しています。



©BANDAI 2012

**アーケード用ビデオゲーム
「機動戦士ガンダム EXTREME VS. FULL BOOST」**

稼働中 (株)バンダイナムコゲームス

「機動戦士ガンダム EXTREME VS.」の最新作が全国のアミューズメント施設に登場。2001年に稼働を開始した2on2で対戦するチームアクションバトルゲーム「機動戦士ガンダムVS.」シリーズの10作目で、歴代ガンダム作品から選りすぐりのモビルスーツが登場し、作品によって異なる世界観を堪能できます。新しいシステムやステージの追加、シリーズ最多となるモビルスーツの参戦で遊びの幅が格段に広がったほか、ユーザー認証カード「バナパスポートカード」の導入や、アーケード連動のモバイルサイト「ガンダムVS.モバイル」がスマートフォンに対応するなど、利便性も向上しました。オープニング楽曲には、「Hi-STANDARD」の難波章浩と、「A A = / THE MAD」の



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS

CAPSULE MARKETS」の上田剛士が初共演した書き下ろし楽曲「FIGHT IT OUT feat. K (Pay money To my Pain)」を採用。勢いのある楽曲でコンテンツの魅力さをさらに広げ、プレイヤーの高揚感を高めます。

絵本付Blu-ray & DVD「コードギアス 反逆のルルーシュ ナナリー in ワンダーランド」

7月27日発売(初回限定生産)/Blu-ray+絵本：4,200円
DVD+絵本：3,675円 バンダイビジュアル(株)

TVアニメ「コードギアス」シリーズが、新たなプロジェクトを開始。4月7日～16日に舞台上演されたほか、6月28日～7月8日にはオール男性キャストによるミュージカル版「コードギアス 反逆のルルーシュ 魔人に捧げるプレリユード」が上演されます。また、待望の新作アニメ「コードギアス 亡国のアキト」が今夏、8月4日より劇場にてイベント上映される予定です。バンダイビジュアルでは、大好評だった「コードギアス」シリーズの一番くじ「ギアス in ワンダーランド」をモチーフにしたスピンオフ作品「コードギアス 反逆のルルーシュ ナナリー in ワンダーランド」を発売します。キャラクターデザイナーの木村貴宏がデザイン・作画監督したオリジナル新作ピクチャードラマアニメ(約30分)と、同内容のオールカラー絵本(約40ページ)をセットにした豪華装丁です。



公式サイト <http://www.geass.jp/>

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