

Management

トップインタビュー

中期計画の計数目標を2012年度に達成 2013年度は中長期成長に向け、種まきと構造改革を推進

バンダイナムコグループの2012年度（2013年3月期）の連結業績は、売上高4,872億円、営業利益486億円となり、2012年4月にスタートした3カ年の中期計画で掲げた計数目標を初年度で達成しました。今回は2012年度業績と2013年度以降の見通しなどについて、(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。

— 2012年度の業績を発表しました。
石川 各事業現場の頑張りが、2013年2月の第3四半期業績発表時点の想定以上に第4四半期の業績を押し上げました。2012年度通期では、玩具ホビー事業は、国内で定番キャラクター商品を中心に順調に推移しました。玩具ホビーの海外では、欧米地域は厳しい結果となりましたが、アジア地域の日本との連動展開が好調でした。コンテンツ事業は、IP*を軸とした連動展開により各カテゴリーで好調だったことに加え、ソーシャルゲームなどネットワークコンテンツが大きく業績に貢献しました。アミューズメント施設事業は、バンダイナムコならではの差異化された店舗が人気となりましたが、国内既存店売上高が前年を下回りました。

この結果、売上高4,872億41百万円、営業利益486億42百万円となり、2012年4月にスタートした3カ年の中期計画で掲げた計数目標である過去最高売上と過去最高益の更新を、中期計画初年度で達成することができました（詳細は4ページをご参照ください）。

これは、2009年度の業績不振を受け、グループ一丸となり、危機感を持ちスピーディに改革に取り組んだ結果だと思っています。

2012年度については、コンテンツ事業が健闘して良い結果を出した一方、ここ数年グループを引っ張って来ていた玩具ホビー事業が、欧米で思うような結果を出すことができず年初計画を達成できなかったことが残念です。玩具ホビーの欧米の立て直しについては、すでにさまざまな手を打っています。2013年度は、全ての事業がそろって結果を残し、次につなげていきたいと思っています。

— 株主還元について教えてください。
石川 当社の株主還元に関する基本方針に基づき、2012年度の配当は、安定配当部分の年間24円に加え、業績連動部分21円を加え、年間配当は1株当たり45円（第2四半期末：12円、期末：33円）とさせていただきます。

— 中期計画の見直しなどありますか？
石川 過去最高売上と過去最高益の更新を達成しましたが、我々としては、経営統合直後のスタートラインに戻っただけだととらえています。また、中期計画で掲げた目標は数字だけではありません。欧米の収益基盤強化や国内全カテゴリーでのNo.1獲得など、課題ややるべきことはまだまだあります。私は、2013年度以降が、バン



(株)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

ダイナムグループの真の中長期成長に向けた正念場だととらえています。これまで以上に緊張感を持って中期計画に取り組みたいと思います。

— 2013年度の見通しは？

石川 2013年度の業績予想数値は、売上高4,800億円、営業利益400億円です。2013年度予想数値は2012年度実績を下回りますが、グループ内の意識としては、中長期的な成長に向け、むしろ積極的に攻める年だととらえています。

中期ビジョンである「挑戦・成長・進化」には、バンダイナムコグループがこれから50年、100年と継続して発展していくために、社員一人ひとりが常に上昇志向を持ち、変化に対応して各事業分野でNo.1を目指そうという強い思いが込められています。中期計画の残りの2年間では、グループ全体が中長期でもう一回り大きくなるために、やらなければならないことがまだまだたくさんあります。

* IP: 知的財産

(次ページに続く)

トイホビーは国内圧倒的No.1に向けIP投入 アジアは一気通貫を強化、欧米は収益基盤を回復

そのために、2013年度は将来のための種まきと構造改革を行う年と位置づけています。新たなIPの創出・獲得・育成や、戦略IP・商品投入に向けたマーケティング施策、そしてバンダイナムコならではの新しいビジネスモデル構築を目的とした種まきを行います。これに加え、地にしっかりと足のついた成長を目指すために、グループ全体をさらに筋肉質にすべく構造改革を行います。これら施策を着実に推進した上で、2014年度以降に改めて売上と営業利益の成長を目指していきたいと思えます。—国内のトイホビー事業の状況について教えてください。

石川 国内のトイホビー事業は、2月に放映が始まった「獣電戦隊キョウリュウジャー」が非常に良いスタートを切ることができました。明るく楽しい番組が子どもたちに人気で、商品の販売状況も順調です。「仮面ライダーウィザード」とともにキーアイテムを核とした事業間連動により、未就学男児に向け引き続き強力に展開します。

女児向けでは、2月に新番組が始

まった「ドキドキ!プリキュア」の商品が好調ですし、オリジナルIP「アイカツ!」も高い人気が続いています。今年重点IPの1つに位置づけている「アイカツ!」は、2012年10月に投入した当初の予想を超えた早いタイミングで盛り上がっています。現在は「アイカツフォン」などの玩具、アパレルや玩具菓子、さらにゲームソフトやイベントショップ展開などグループを挙げて盛り上げており、5年、10年と続く定番キャラクターに育てていきたいと考えています。未就学児向けの「プリキュア」から、小学生向けの「アイカツ!」や「たまごっち」へという流れができれば理想的ですね。

ハイターゲット向けの展開も引き続き強力に行いますので、これらの取り組みで、国内圧倒的No.1を追求し続けていきます。

—トイホビー事業はほかにどんな動きがありますか？

石川 今年はウルトラマンシリーズの新作「ウルトラマンギンガ」がシリーズとしては6年ぶりにTV放映されます。スーパー戦隊シリーズ、

仮面ライダーシリーズとともに男児向けのもう1つの大きな柱として、ウルトラマンを盛り上げようと考えており、商品連動や新しいカードマシンの投入などを準備しています。7月の放映開始が楽しみです。

ほかにも、7月に公開されるディズニー・ピクサーの最新作「モンスターズ・ユニバー

シティ」のキャラクターを使った幅広い商品展開に加え、まだお話しできませんがさまざまなIPや商品の投入を予定しています。

—海外のトイホビー事業について聞かせてください。

石川 中期計画の「新成長領域」であるアジア展開は「日本発アジア一気通貫強化戦略」が効果を発揮しています。ハイターゲット向けの商品やプラモデルに加え、2013年度からはカード事業も一気通貫での展開を開始し、今春より「Power Rangers」のカードマシンの設置をアジア3カ国で始めました。アジアでは日本と同じテイストが受け入れられる土壤がありますので、今後はアジア地域向け仕様の商品販売なども検討していきたいと思えます。

一方、収益基盤の回復が急務となっている欧米ですが、4月より欧米一体ブランドマネジメント強化戦略の中核となるBANDAI AMERICA INC. 社長に、バンダイの取締役としてトイ部門を統括していたキャラクターマーチャンダイジングのエキスパートが就任し、事業の強化や組織再編などさまざまな施策を進めています。まずは、主軸の「Power Rangers」をしっかりと根付かせて、次に控えている「パックマン」、そして第3、第4のIPへとつなげていきたいと思えます。

—コンテンツ事業はどうですか？

石川 コンテンツ事業では、「IP軸戦略」の考え方が浸透し、それが具体的な実績として結びつき始めたのが2012年度でした。既存の家庭用ゲームソフト、業務用ゲーム機や景品、映像音楽コンテンツ、そして、パチンコ・パチスロの液晶基板などがすべて好調に推移しました。さらにソーシャルゲームなどのネットワークコンテンツという新しいカテゴリーが大きく成長し、「IP軸戦略」がそれぞれの事業領域でまさしく機能し始めたという実感を持ちました。



コンテンツは全事業領域でIP軸戦略が奏功 バンダイナムコ流ビジネスモデル構築を目指す

—コンテンツ事業を取り巻く環境が大きく変わっています。

石川 家庭用ゲームソフトでは、数年前まではタイトルを開発しパッケージとして販売するというスタイルが主流でしたが、現在はパッケージ販売とダウンロードコンテンツの融合、F2P*など、さまざまな新しい動きが生まれています。2012年度にバンダイナムコグループでは、ダウンロード専用の家庭用ゲームソフトや、家庭用ゲームソフトの一部を先行無料配信するなど新しいビジネスモデルに挑戦し成果をあげてきました。今後もさまざまな環境変化が予想されますので、「IP軸戦略」を軸に、スピーディかつ臨機応変に挑戦し、次世代に向けたバンダイナムコ流ビジネスモデルを構築していきたいと思えます。

「機動戦士ガンダム」シリーズや「ワンピース」、「アイドルマスター」シリーズなどで2012年度に業績に大きく貢献したソーシャルゲームやオンラインゲームなどのネットワークコンテンツは、コンテンツ事業におけるIP出口の柱として定着しました。今後は市場環境やユーザー動向を見ながら、スピーディかつバランスのよい安定的な展開を図っていきます。

—コンテンツ事業で今期の注力商品を教えてください。

石川 今期はなんといってもオリジナルIPである「パックマン」のワールドワイド展開が目玉です。6月に北米でアニメ放映が開始され、その後も世界20以上の放送局での放映が決まっています。コンテンツでは家庭用ゲームソフトや業務用ゲーム機、ネットワークコンテンツなどの複数タイトルを準備しており、トイホビーの商品やライセンス商品とともに、2013年度から2014年度にかけ、しっかりと立ち上げていきたいと思えます。

家庭用ゲームソフトでは、「NARUTO—ナルト—疾風伝 ナルティメットストーム3」が、国内外で累計出荷数120万本を突破するなど定番シリーズが評価されています。今後も「機動戦士ガンダム」シリーズや「GOD EATER」シリーズなど人気タイトルを投入します。業務用ゲーム機では今夏稼働予定の「マリオカート アーケードグランプリDX」などバンダイナムコらしい遊びの提供をしてい

施設事業もIP活用でグループの強みを発揮

—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は、7月にオープンする屋内型テーマパーク「ナンジャタウン」と「J-WORLD TOKYO」をいかに盛り上げていくかが2013年のポイントです。グループ全体の情報発信基地という位置づけですから、グループを挙げてアピールしていきます。一方で、消費税の増税を目前に控え、事業の収益体質強化をさらに推し進める必要があります。具体的には、IPを活用した施設やキャンペーンなどバンダイナムコならではの展開を推進するほか、時間課金制度施設の導入などで収益を上げていきたいと思えます。さらに、既存事業に加え、テーマパーク事業を新たな柱として育成していくほか、本部機能の見直しなどの構造改革に取り組み、環境変化に負けない収益基盤の整備を行います。

くほか、景品では「ワンピース」などの人気IPを軸に多彩なIPを商品化していきます。

映像音楽コンテンツでは、引き続きクオリティの高い作品を提供することを重視します。TV放映効果で旧譜販売も好調な「宇宙戦艦ヤマト2199」、イベント上映・配信・パッケージ販売を同時展開する新作「攻殻機動隊 ARISE」、ハイターゲット向けのオリジナルIP「ラブライブ」などを展開します。いずれの категорияでも期待のタイトルが目白押しですので、楽しみにしていただきたいと思えます。

—今年の抱負を聞かせてください。

石川 おかげさまで中期計画の初年度を良い形でスタートすることができました。しかし冒頭でもお話しましたが、計数面では経営統合直後に戻ったに過ぎず、まだまだやるべきことや課題があります。

バンダイナムコグループが、中長期でグローバル成長を目指すという大きな方向性には変わりありません。そのためにも、2013年度にしっかりと種まきと構造改革を行い、より強いバンダイナムコグループとしてさらなる成長を目指していきます。社会の変化のスピードはどんどん速くなっていますから、厳しかった3年前を忘れず、常に緊張感をもって前に進んでいきます。これからもご支援をよろしくお願いいたします。

*F2P（フリー・トゥ・プレイ）：基本無料でアイテム課金などによって収益を得るビジネスモデル



©SUNRISE/BANDAI,DENTSU,TV TOKYO



海外で盛り上げを図る「パックマン」
定番キャラクターへの育成を目指す
「アイカツ！」(左)

©2012 NAMCO BANDAI Games Inc.



グループの情報発信基地を目指す
「J-WORLD TOKYO」

©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション
©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ

売上高4,872億円、営業利益486億円 コンテンツ事業が業績に貢献

(株)バンダイナムコホールディングスは、5月9日に2013年3月期(2012年度)の連結業績を発表しました。事業面では、コンテンツ事業がIPを軸とした連動展開により、ネットワークコンテンツを中心に各カテゴリで業績に貢献しました。各事業の概況は以下の通りです。

<トイホビー事業>

国内においては、「仮面ライダー」シリーズや「プリキュア」シリーズなどの定番キャラクターが、玩具を軸としたカテゴリの連動展開により順調に推移しました。なお、国内全体では、商品構成の変化に伴う粗利率の低下などにより、前期の業績には及ばなかったものの、女兒向けの新規キャラクター「アイカツ!」の商材や、小学生向けのプラモデル、大人向けのコレクション性の高い玩具などを展開し、ターゲットの拡大へ向けた取り組みを着実に推進しました。

海外においては、欧米地域では

「Power Rangers」シリーズ商品の販売が順調に推移しましたが、厳しい市場環境のなか、全体としては低調な推移となりました。

アジア地域においては、日本と連動した展開により、キャラクター玩具に加えて、プラモデルや大人向けのコレクション性の高い玩具が人気となりました。

<コンテンツ事業>

ネットワークコンテンツが、「機動戦士ガンダム」シリーズ、「ワンピース グランドコレクション」、「アイドルマスター シンデレラガールズ」などのソーシャルゲームを中心に業績に大きく貢献しました。また、業務用ゲーム機は、定番のシリーズ機器に加え、「釣りスピリッツ」などの新しいゲーム機が人気となるとともに、景品販売も人気キャラクターを中心に好調に推移しました。さらに、「機動戦士ガンダム UC」や過去に発売した映像パッケージのリピート販売が好調に推移した映像音楽コンテンツ、パチンコ・パチスロ向けの液晶

基板販売も業績に貢献しました。

家庭用ゲームソフトでは、国内外において「ソウルキャリバー」、「ナルト」、「テイルズ オブ」、「ワンピース」などの人気シリーズの最新タイトルの販売が好調だったことに加え、国内では、人気テレビ番組をコンセプトとしたタイトルなどが好調に推移しました。

<アミューズメント施設事業>

国内においては、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した店舗を中心に堅調に推移したものの、好調に推移した前期と比べて、既存店売上高が95.5%となりました。

海外においては、厳しい市場環境のなか、店舗の選択と集中による効率的な運営により、ほぼ前期並の業績水準で推移しました。

2014年3月期の連結業績予想は、下表の通りとなります。

なお、2013年3月期配当金については、還元に関する基本方針に基づき、連結業績を勘案して、年間の安定配当24円に業績連動配当21円を加え、1株につき年間45円とします。

◆2013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
連結業績	487,241	48,642	49,972	32,383
前年同期増減率	7.3%	40.6%	42.9%	67.8%

◆2014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
業績予想(2013年5月公表)	480,000	40,000	40,000	26,000

◆1株当たり配当金

基準日	第2四半期末	期末	合計
2013年3月期	12円	33円	45円
2012年3月期	12円	14円	26円

◆2013年3月期 セグメント別実績

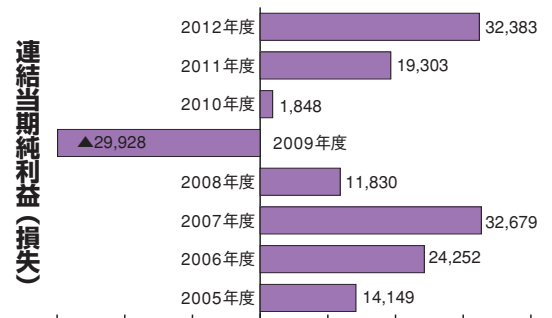
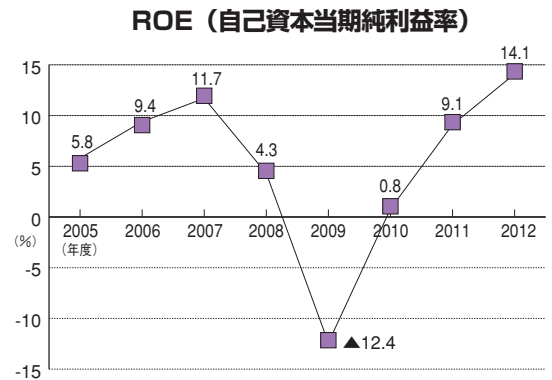
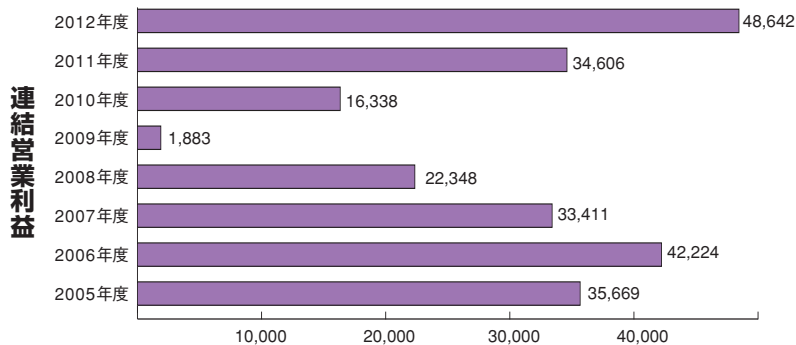
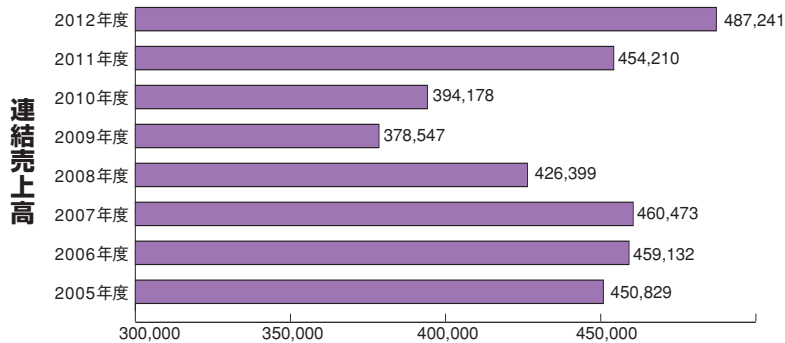
(単位:百万円)

事業分野	売上高	セグメント利益
トイホビー	172,977	11,255
コンテンツ	263,595	36,438
アミューズメント施設	60,185	1,683
その他	25,788	1,692
消去・全社	▲35,305	▲2,427
合計	487,241	48,642

※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。

バンダイナムコグループの業績推移

(単位：百万円、ROEを除く)



Portrait

現場から

ゲーム発IP「アイドルマスター」を総合プロデュース

株式会社バンダイナムコゲームス 第1事業本部 第3ディビジョン 第8プロダクション ゼネラルマネージャー 坂上 陽三

2005年に業務用ゲーム機として誕生した「アイドルマスター」が、ゲームの枠を超え、さまざまなカテゴリで人気を集めています。今回は総合プロデューサーを務める(株)バンダイナムコゲームスの坂上陽三に話を聞きました。

Q 総合プロデューサーの役割とは？

A アイドルマスターは、ユーザーがプロデューサーとしてアイドル候補生をトップアイドルに育成していくゲームです。私は総合プロデューサーとして、このIPの中期戦略を立案推進し、ゲームソフト、映像音楽コンテンツ、ライブイベント、関連商品などすべての出口戦略を統括しています。

Q 商品展開やマーケティング面でのポイントはありますか？

A アイドルマスターは独特の世界観があり、ファンの方はゲームやキャラクターに深い愛情を持っています。こうしたファンのコミュニティに向けて商品展開することで、認知度の向上とユーザー発の情報発信につながると感じています。

さまざまな出口に向けて展開するときにはアイドルマスターの世界観を踏まえ、バランスを重視し慎重に検討しています。

Q 商品・サービスの幅が広いですね。

A 最初は業務用ゲーム機からスタートし、2007年に家庭用ゲームソフトを投入しました。その映像が動画投稿サイトで反響を得るなど、インターネットとの親和性が高く、ダウンロードコンテンツも販売を伸ばしました。また、楽曲の人気も高く、音楽とゲームが密接に連携しています。現実世界でのライブイベントも人気で、関連CDタイトルは累計200万枚を突破し、2012年に日本レコード大賞の企画賞を受賞しました。映像では、今後劇場版の公開も予定しています。認知度を一気に高めるきっかけとなったソーシャルゲームでは、2011年にサービスを開始した「アイドルマスター シンデレラガールズ」が登録者数300万人を突破するなど、「機動戦士ガンダム」シリーズに匹敵するほどの人気です。ほかにもフィギュア、玩具菓子、アミューズメント



1991年ナムコ入社。ビジュアルデザイナーとして業務用ゲームを手がけ、家庭用ゲームでは「リッジレーサー」などの開発にも携わる。2007年にアイドルマスターの総合プロデューサー就任

施設などでも展開しています。

Q 今後の戦略について教えてください。

A アイドルマスターをさらに育成していくためにも、多方面に向けて、それぞれのターゲット層のライフスタイルに合った商品・サービスを展開していくことが大事だと思っています。今後はユーザーのタッチポイントを広げるとともに、いずれば原点回帰の意味も込めて業務用ゲーム機へ再挑戦したいと思っています。バンダイナムコグループの強みである、あらゆるエンターテインメントを創造・提供できる導線を存分に活用して、アイドルマスターを10年、20年と息の長いキャラクターに育てていきます。

ウルトラマンの新ヒーロー「ウルトラマンギンガ」登場

7月3日に番組がリニューアルされる「新ウルトラマン列伝」(毎週水曜夕方5:30～、テレビ東京系)内で、ウルトラマンシリーズの最新作「ウルトラマンギンガ」が7月10日よりスタートします。新シリーズは、闇の巨大な力により小さな人形(スパークドールズ)に変えられてしまったウルトラ戦士と怪獣たちを、主人公の少年が不思議な力をもつ「ギンガスパーク」を駆使して再び巨大な姿へと戻し、ウルトラ戦士や怪獣と一体化して戦うまったく新しいウルトラマンです。(株)バンダイ(上野和典社長)では放映にあわせ、劇中のキーアイテムとなる「ギンガスパーク」や50種類以上の「スパークドールズ」(ソフビ人形)などの玩具をはじめ、玩具菓子、カプセル玩具、カード、アパレル商品、生活雑貨などさまざまな商品を展開し、「ウルトラマンギンガ」を盛り上げていきます。



「DXギンガスパーク」
(4,410円、7月10日発売)
©円谷プロ

映画「モンスターズ・ユニバーシティ」の 人気キャラクターを続々商品化

バンダイは、7月6日公開のディズニー・ピクサー最新作「モンスターズ・ユニバーシティ」の商品を6月中旬から順次発売します。「モンスターズ・ユニバーシティ」は、アニメーション映画の歴史を大きく塗り替え、世界中を感動で包みこんだ2002年の大ヒット映画「モンスターズ・インク」のシリーズ最新作で、前作をはるかに超える大迫力のスリリングな冒険、そして夢と笑いと感動に満ちたストーリーで描かれています。

バンダイでは、前作の主人公であり、今回も大活躍のキャラクター「サリー」と「マイク」のおしゃべりや育成、通信遊びなどが楽しめる玩具「トレーニングサリー」と「コーチングマイク」をはじめ、ぬいぐるみ、ゲーム玩具、玩具菓子、カプセル玩具、シール商材など、幅広いジャンルの商品を展開していく予定です。



「トレーニングサリー」
(4,410円、6月22日発売)



「コーチングマイク」
(5,460円、6月22日発売)
©Disney/Pixar

「ダンボール戦機」TVアニメ3作目スタート

小学生の男児を中心に人気のコンテンツ「ダンボール戦機」のTVシリーズ3作目「ダンボール戦機ウォーズ」がテレビ東京系6局ネットで放映中です。新たなファンの獲得を目指し、世界観や登場人物を一新した今作でも、バンダイが劇中に登場する小型ロボット「LBX」のプラモデルを続々と商品化しており、武器がさまざまな形態に変形する新要素「マルチギミックサック」を搭載した「LBXドットフェイス」などを順次発売しています。

「ダンボール戦機」は、(株)レベルファイブの原作ゲームをもとに、2011年2月からゲーム、アニメ、マンガ、プラモデルなどでクロスメディア展開しているキャラクターで、バンダイが発売しているプラモデルの国内外累計出荷数は750万個を突破。今後も小学生男児プラモデル市場の拡大を目指します。



「LBXドットフェイス」(1,050円、発売中)
©L5/PDS・TX

「ジョジョの奇妙な冒険」

ALL STAR HI / JO

予約期間：6月20日まで / 12月上旬発売予定
10,290円 / (株)バンダイ

100年以上愛され続けている定番スニーカー「コンバースALL STAR」のアイコンである「星マーク」を、「ジョジョの奇妙な冒険」の主人公の血統の証である「星型のアザ」のイメージでデザインした、コンバースとのコラボレーション商品。裏地やインソールのデザインにも世界観を表現したこだわりの一品です。予約特典はマスクライトコレクション「石仮面 限定バージョン」。靴箱は特製デザインBOXです。



©荒木飛呂彦/集英社・ジョジョの奇妙な冒険製作委員会

tap me (タップミー)

7月中旬発売予定 / 全2種 各20,790円
(株)メガハウス

子どもに安心して使わせることができるキッズ専用タブレット端末を国内玩具メーカーで初めて開発しました。「tap me」



©megahouse2013

は、子どもにタブレット端末を使用させるにあたって不安となる要素を解消するため、「安心・安全」対策を強化。インストールアプリは教育系ソフトを充実し、30以上のアプリを内蔵しています。また、管理機能(パパママモード)や、「使いすぎ防止タイマー」「アウトカメラ・インカメラ」などを搭載し、シリコンバンパーも装備。メインターゲットは4～8歳です。

namco戎橋店、クロスガーデン多摩店、りんくうシークル店 オープン

(株)ナムコ(橘正裕社長)は、アミューズメント施設「namco戎橋店」、「namcoクロスガーデン多摩店」、「namcoりんくうシークル店」を4月にオープンしました。

戎橋店(大阪府大阪市)は、女子中高生に特化したアミューズメント施設です。明るい店内に、女子中高生に好まれる景品を取り揃えたプライズマシンの数々と最新のシールプリント機を多数設置。半地下階には人気の渋谷系ファッション誌「egg」とコラボレーションした「eggnam」コーナーを併設し、競合他社との差異化を図っています。

クロスガーデン多摩店(東京都多摩市)は親子で遊べる時間課金施設「あそびパーク」を併設し、子どもが大好き



戎橋店
(eggnamコーナー)



クロス
ガーデン多摩店(あそびパーク)



りんくう
シークル店

な砂場を設置しています。砂は抗菌のホワイトサンドを使用し、衛生面にも配慮した施設となっています。

りんくうシークル店(大阪府泉佐野市)は、明るく広々とした店内に、子どもが好きな乗り物、幅広い年代に人気のメダルゲーム、みんなで盛り上がるアーケードゲーム、多種多様な景品を揃えたクレーンゲームなどを展開。赤と白を基調にした店舗は親しみやすい雰囲気、誰でも気楽に立ち寄れます。

アイカツ! オフィシャルショップ 本格稼働

ナムコは、(株)サンライズ制作の人気アニメ「アイカツ!」のキャラクターイベント



©SUNRISE/BANDAI,DENTSU,TV TOKYO

ショップを(株)バンダイと共同で企画し、「アイカツ! オフィシャルショップ」として全国各地で期間限定オープンしました。

「アイカツ! オフィシャルショップ」の第1弾は、2012年12月に神奈川県にオープンし、大人気となりました。ショップでは、マイキャラパーツが先行配信される「データカードダス アイカツ!」コーナーや、オリジナルグッズなどが並ぶ「アイカツ! オフィシャルグッズ」コーナー、ミニゲームやくじでオリジナルグッズが当たるコーナー、さらに「アイカツ! カード」風の写真撮影ができるコーナーなど、「アイカツ! 体験」が楽しめます。現在、稼働中のショップは以下のサイトでご確認ください。

<http://www.namco.co.jp/ar/aikatsu/>

J-WORLD TOKYO、7月オープン

『週刊少年ジャンプ』の人気作品を使用した屋内型テーマパーク「J-WORLD TOKYO」が7月11日にオープンします。「ONE PIECE」「NARUTO -ナルト-」「ドラゴンボール」のアトラクションや、さまざまな作品が集う「ヒーローズアリーナ」、キャラクターとコラボする「J-WORLD KITCHEN」「アミューズメントアリーナ」、オリジナル商品が入る「J-WORLD STORE」などが登場します。



2013年7月11日 週刊少年ジャンプのジャンプのテーマパークが登場!

©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション ©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ

ナンジャタウン、リニューアルオープン

ナムコが池袋で運営する「ナムコ・ナンジャタウン」(現在休園中)は、新名称を「ナンジャタウン」として、7月11日にリニューアルオープンします。“もっとつながるテーマパーク”を



「魔法体験!マジカル学園」(イメージ)
©NAMCO LIMITED

目指し、「Emotional Link」をコンセプトに据えました。新街区「ドッキング広場」や新アトラクション「魔法体験!マジカル学園」、新エリア「福袋デザート横丁」などが登場。「餃子スタジアム」もリニューアルし、進化した遊びで今までにない感動体験を提供します。

ナムコでポケモンゲットだぜ!!キャンペーンスタート

4月26日から10月29日までナムコ店舗で無料配布している「ナムコ ポケモンクラブメンバーズカード」を持って店舗に行くと、「モンスターボールシール(全8種類)」を1日1枚プレゼント。また、「ナムコ ポケモンクラブ」に入会すると、映画情報や景品情報満載の



「ナムコ ポケモンクラブ通信」が店舗で手に入るほか、夏に行うナムコ限定グッズが当たる「ポケモンおたのしみ抽選会」へ参加できるなど特典が満載です。 ©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©2013 ビカチュウプロジェクト

トーマスタウンのレストランメニューがリニューアル

4月よりトーマスタウン(埼玉県三郷市、運営:(株)プレジャーキャスト)のレストランメニューをリニューアル。子ども向けメニューが豊富になり、スイーツなどのテイクアウトも充実しました。また、GWから石炭にみたてたボールを投げ入れるカーニバルゲーム「石炭でGo! Go! 出発進行!!」が登場しています。



「トーマスお子様プレート」
(ドリンク・おもちゃ付) 800円

©2013 Gullane (Thomas) Limited.

ディズニーとコラボしたゲームソフト発売

(株)バンダイナムコゲームス(大下 聡社長)は、夢の世界で暮らすゲーム「ディズニー マジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ」を8月にニンテンドー 3DS用に発売します。2006年からウォルト・ディズニー・ジャパン(株)がディズニーの公式ホームページで提供している日本独自のサービス「マジックキャッスル」に、3DSならではの工夫・演出を施し、新しい体験として生まれた作品で、ディズニーの80以上のキャラクターや1,000種以上のアイテムを収録。自由自在にディズニーライフを満喫できるゲームです。また、オリジナルデザインのニンテンドー 3DS LLをセットにした同梱パック「ディズニー マジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ 限定パック」も数量限定で発売します。



通常版/ダウンロード版: 5,480円 ©Disney
3DS LL同梱版: 24,380円 8月1日発売予定

ネットサービス「TamaGoLand」開始

バンダイナムコゲームスは、5月1日から「たまごっち」のキャラクターを使った小学生向けネットサービス「TamaGoLand」(たまGOランド)を開始しました。これは子どもたちが「たまごっち」のキャラクターとサイト内で楽しく遊びながらネットの使い方が学べるネットサービスで、パズルやミニゲームを楽しめるほか、子どもたちだけでも安心安全にサービスを利用できるさまざまな機能・サポートを搭載。自分の友達にメッセージを送るといったコミュニケーションをとりながら、将来経験するネットサービスへの対応力や利用ルールが自然と身につく仕組みとなっています。サービスの利用はバンダイナムコIDの登録が必要で、現在はPCのみの対応で、利用料は基本無料です。



4月25日の「TamaGoLand」発表会で
行われたお茶の水女子大学大学院
人間文化創成科学研究科の坂元章教授
とのトークセッションの様相
©B・W/T・T ©NBGI

シンガポールとカナダに海外子会社設立

(株)バンダイナムコスタジオ(中谷 始社長)は、海外子会社としてシンガポールに「NAMCO BANDAI Studios Singapore Pte. Ltd.」を、カナダのバンクーバー市に「NAMCO BANDAI Studios Vancouver Inc.」を設立し、6月より順次業務を開始します。新拠点では、東京のバンダイナムコスタジオとの連携のもとで、数多くのヒットタイトルを開発した国内のスタッフを派遣し、現地の市場・トレンドを熟知した地元採用のスタッフと協働。人材の育成・獲得や、開発協力会社との連携を深め、グローバルで通用するコンテンツが開発できる環境を中長期的に構築します。バンダイナムコスタジオでは、世界中の人びとに「夢・遊び・感動」を届けるため、今後も成長する地域でのユーザー獲得と、適切なコストによるコンテンツ開発を目指し、開発拠点の配置を検討していきます。

PS3用ソフト「ガンダムブレイカー」

6月27日発売予定/株バンダイナムコゲームス
7,980円

ガンブラをモチーフにした今までにないガンダム共闘アクション



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS

ゲームがPS3に登場。原作を再現した戦場とは違った「机の上」などのステージで、カスタマイズした自分だけのガンブラを操って爽快感あふれるバトルが楽しめます。また、初代ガンダムから平成のガンダムまで幅広く参戦。さまざまなサイズのガンブラを収録しており、1/144ガンダムが1/60ガンダムに挑むといった、ガンブラだからこそできる全く新しいガンダムゲームを味わうことができます。

ニンテンドー3DS用ソフト「クマ・トモ」

6月20日発売予定/株バンダイナムコゲームス
4,980円

ゲームの中に登場するクマと“しんゆう”になれる新しいコミュニケーションゲームです。クマは、さまざまな会話を通じてプレイヤーの会話の内容を覚え、いろいろな話題で話しかけてくるようになります。さらに、料理を食べさせてあげる、着替えさせてあげる、なでてあげるなど可愛がってあげることで、同じ時間を一緒に過ごしている友達と話しているような、より親密なコミュニケーションが可能となります。また、仲良し度でもあるラブレベルを上げていくことで、クマとの感動的な友情ストーリーを楽しむことができます。



©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

AM用景品「ドラゴンボール SCultures 造形天下一武道会3 其ノ一」

6月中旬投入予定/株バンプレスト

熱いハートを持った6名の原型師を集結させ、思い思いの「ドラゴンボール」作品に登場したキャラクターのフィギュアを製作し、造形力を競い合う大会「造形天下一武道会3」。今大会の参加作品がついに造形ブランドシリーズ「SCultures (スカルチャーズ)」より商品化。第1弾は「チチ」と優勝作品の「人造人間18号」を6月中旬よりアミューズメント施設へ投入します。



©バンダイナムコスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©2012BANPRESTO CO.,LTD.ALL RIGHTS RESERVED.

シリーズ最新作『攻殻機動隊ARISE』6月上映 劇場上映、有料配信、パッケージ販売を同時期展開

士郎正宗、黄瀬和哉、沖方丁、コーネリアスという豪華スタッフが集結したシリーズ待望の最新作『攻殻機動隊ARISE border:1 Ghost Pain』が、6月22日より全国の劇場で2週間限定上映されます。

本作は主要キャストを一新し、「攻殻機動隊」シリーズの前日譚として主人公・草薙素子の過去が描かれます。劇場上映、有料配信、パッケージ販売を同時期展開する超大型クロスオーバーコン

テンツとして、全4部作で構成。すでにバンダイビジュアル(株)(川城和実社長)の公式Webショップ「BANDAI VISUAL CLUB」で、制作スタッフのクロストークインタビューを収録したFirst Step DVDや、設定資料・キャラクターファイルをフルカラーで掲載したブックレット、劇場ポスターなどが付属する豪華特典付前売券「INVITATION TO ARISE」を数量限定発売。Blu-ray & DVDの一般発売は7月26日の予定です。



『攻殻機動隊ARISE』公式サイト
<http://kokaku-a.com/>
「BANDAI VISUAL CLUB」
<http://shop.bandaivisual.co.jp/>

©士郎正宗・Productoin I.G / 講談社・「攻殻機動隊ARISE」製作委員会

TVアニメ『有頂天家族』7月放送開始

京都を舞台に、狸と天狗と人間が繰り広げる赤裸々な家族愛物語のTVアニメ『有頂天家族』が、7月より放送を開始します。原作は20万部を突破した森見登美彦の人気小説。キャラクター原案には『さよなら絶望先生』の久米田康治が参加し、制作はP.A.WORKSが担当。6月16日に京都南座で開催する先行プレミアイ



©森見登美彦・幻冬舎 / 「有頂天家族」製作委員会

イベントをはじめ、京都市とのさまざまなタイアップを展開し、TVアニメ放送を盛り上げていきます。
新番組ではほかにも、2013年1月～3月に放送された『八犬伝—東方八犬異聞—』の第2作や、創立50周年を迎える(株)円谷プロダクション待望の新作『ウルトラマンギンガ』が7月より始まります。

没後40周年となる ブルース・リーの記念作品が7月公開

没後40周年となる伝説のアジアスター、ブルース・リーの知られざる香港時代が描かれた映画『李小龍 ブルース・リー マイブラザー』が、7月13日より新宿武蔵野館ほかで全国公開されます。ブルース・リーの実弟であるロバート・リーが製作総指揮・監修を担当し、若きブルース・リーの恋・友情・苦悩を描いた感動の青春ドラマです。



劇場映画ではほかにも、文化庁メディア芸術祭アニメーション部門大賞を受賞した『火要鎮』(監督・脚本:大友克洋)を含む最先端の映像美が結集した4本の短編アニメーションからなる劇場アニメ『SHORT PEACE』が7月20日より公開されます。

©2010 Media Asia Films (BVI) Ltd. Beijing Antaeus Film SHANGHAI TV MEDIA Beijing Meng Ze Culture & Media J'Star Group All Rights Reserved

CD「The Misfit Go」 OLDCODEX (TVアニメ『アラタカンガタリ〜革神語〜』ED)

発売中 / (株)ランティス
初回限定盤:1,800円 通常盤:1,300円

4月よりテレビ東京ほかで好評放送中のTVアニメ『アラタカンガタリ〜革神語〜』で歌われているエンディング主題歌のCDが発売されました。担当するのは、全国ツアーを好評開催中の人気ユニット「OLDCODEX (オールドコデックス)」。ボーカルのTa_2 (タツ、鈴木達央) は、自身もアカチ役で『アラタカンガタリ』に出演。作品のテーマである「友情と絆」を重厚なサウンドと説得力あふれる歌声で表現しています。初回限定盤にはミュージッククリップを収録したDVDが付属します。



翠星のガルガンティア Blu-ray BOX 1 (完全生産限定)

8月28日発売予定 / バンダイビジュアル(株)
Blu-ray BOX 16,800円

今年4月よりTOKYO MXほかで好評放送中のTVアニメ『翠星のガルガンティア』を全3巻のBlu-ray BOXとして発売します。第1巻には、映像特典として完全新作OVAの「第14話 廃墟船団」を収録。さらにスペシャルドラマCDと、キャラクター原案の鳴子ハナハルが描き下ろしたコミックや、書き下ろし小説などを掲載した冊子をセットにしたスペシャルCD BOOKが付いています。そのほか、200ページを超える絵コンテ集、そして鳴子ハナハル描き下ろし収納BOXなど、特典満載の豪華版です。



©オケアノス / 「翠星のガルガンティア」製作委員会

2012年度はIP軸戦略が効果を発揮 世界を視野に新たなビジネスモデルにも挑戦

「国内No.1十ポードレス展開」を中期ビジョンとして掲げるコンテンツ事業が好調に推移し、バンダイナムコグループが2012年度に過去最高益を達成する原動力となりました。今回はコンテンツ事業の動向と今後の展望、そして6月から放映が始まる注力IP*の「パックマン」などについて、(株)バンダイナムコゲームスの鶴之澤伸代表取締役副社長 兼 CPO (チーフ・パックマン・オフィサー) に話を聞きました。

— 2012年度コンテンツ事業が好調でした。

鶴之澤 バンダイナムコグループは、おかげさまで中期計画の計数目標としていた過去最高売上と最高益を初年度である2012年度に達成することができました。その原動力として、コンテンツSBUが貢献できたことを非常にうれしく思っています。前・中期計画の2009年度には、大きな損失を出し、ステークホルダーの皆様にご心配をおかけしましたが、そこから一丸となって改革に取り組み、事業を立て直してきたことが、業績回復の要因となりました。なかでも「IP軸戦略」への転換が大きかったと思います。例えば、それまでのバンダイナムコゲームスでは、スピード感を重視するバンダイと、クリエイティブ力が強みのナムコの仕事のやり方を無理に1つにしようとしていました。また、組織面では家庭用ゲーム部門などプラットフォームごとの出

口別の組織でしたが、これをIP軸の小規模な組織の集合体へと変え、権限も現場に委譲しました。これにより、1つのIPを使って、バンダイとナムコ双方の経験やノウハウを生かしながら、あらゆる出口を視野に入れたスピーディかつダイナミックな事業展開を行うことが可能になりました。

こうした「IP軸戦略」の浸透により、2012年度は全ての出口が好調に推移し、ソーシャルゲームなどのネットワークコンテンツの伸びも業績に貢献しました。しかし、コンテンツ業界の変化は激しく、好調を維持することは簡単ではありません。ですから必死で立て直しを図った時の危機感を忘れずに、たえず緊張感を持って事業を展開していきたいと思っています。

— 「IP軸戦略」における強みとは？

鶴之澤 2012年度は、PS3向けオンライン専用ゲーム「機動戦士ガンダム バトルオペレーション」でF2P*による販売方法にチャレンジし、非常に良い感触を得ました。これはやはり、ガンダムという強力なIPがグループにあったからこそで

きた挑戦だと思います。また、100人以上で同時対戦ができる「機動戦士ガンダムオンライン」の好スタートも、やはりガンダムというIPの強さをうまく生かしたからこそです。ほかにも、業務用ゲーム機から生まれたIP「アイドルマスター」が2012年度に大きく飛躍しました。その成長ぶりを見ると、バンダイナムコグループの強みが存分に発揮されているのを感じます。IPそのものの展開に加え、グループのさまざまな出口を活用した商品・サービス展開が相乗効果を発揮しました。コンテンツSBUのさまざまな事業においても、我々が活用できるIPを使ってうまく新しい挑戦ができています。

— バンダイナムコスタジオを設立し1年が経ちました。

鶴之澤 2012年、スピーディでクオリティの高い開発部隊を目指して(株)バンダイナムコスタジオを設立しましたが、開発に特化した体制での効果が表れ始めています。また、中長期的なグローバル成長を視野に、シンガポールとカナダのバンクーバー市に新たな拠点を設立しました。シンガポールは成長が著しく、市場としても魅力的なことから、東南アジアの開発総括拠点を目指します。一方、バンクーバーにはコンピュータや映画などの一流クリエイターが在住し、最先端の情報が集まっており、欧米地域向けのネットワークコンテンツを開発していく計画です。日本をコントロールタワーとしつつ、現地の嗜好やニーズを踏まえた開発ができるスタジオとしていきたいと思っています。



■ 鶴之澤 伸 (うのざわしん) 副社長のプロフィール

<経歴> 1981年4月 (株)バンダイ入社
1992年4月 バンダイビジュアル(株)取締役
1995年4月 (株)バンダイ・デジタル・エンタテインメント取締役
1998年1月 (株)バンダイ デジタルエンジンプロジェクト部長
1999年4月 (株)バンダイ ビデオゲーム事業部部長
2002年6月 (株)バンダイ取締役 ビデオゲーム事業部ゼネラルマネージャー
2004年6月 (株)バンダイ常務取締役 ゲームソフトグループリーダー
兼 ビデオゲームカンパニープレジデント
2006年4月 (株)バンダイナムコゲームス代表取締役副社長 兼 コンテンツ制作本部長
2009年4月 (株)バンダイナムコゲームス 代表取締役社長
兼 CPO (チーフ・パックマン・オフィサー)
2010年4月 (株)バンダイナムコゲームス 代表取締役副社長
兼 CPO (チーフ・パックマン・オフィサー)

欧米で「パックマン」のアニメ放映がスタート 注力IPとして商品・サービスも強力展開

—これからビジネススタイルも変わっていくのでは？

鶴之澤 ここ数年でゲーム市場は範囲の限定が難しいほど幅が広がりました。すでに専用機向けのパッケージ販売だけという考え方ではなくなり、パッケージとネットワークの融合、そしてソーシャルゲームから始まったF2Pというビジネスモデルが大きく成長しています。

一方で、我々のキャラクターマーチャンダイジングは、メディアを通して好きになったIPの商品を買っていただくビジネスモデルであり、言うなれば究極のフリーミアム*です。それを40年近くやってきたわけですから、我々にとってこの変化は大きなチャンスだと考えています。

バンダイナムコグループでは、すでに大きな実績を持つ有力IPを活用した商品・サービスを展開しています。これらの安定的な展開に加え、今中期計画期間中に、2015年度以降を見据えた種まきを行い、新たなIPを生み出し、好きだと言ってもらえるような土壌をいかに作っていくかが重要となります。その方法としては、世界中の人々にアプローチすることができるネットワークを使った仕組みづくりが重要だと思っています。

—パックマンの放映が始まります。

鶴之澤 3年ほど前から準備していた新作アニメ「PAC-MAN and the Ghostly Adventures」の放映が、6月に米国でスタートします。当初は秋の予定でしたが、前倒しとなりま

した。このビジネスを通じて、さまざまな大ヒット作品を送り出してきたプロデューサーでバンダイナムコグループの事業アドバイザーを務めたアヴィ・アラッド氏をはじめ、ハリウッドの一流の方々と仕事をするという大変貴重な経験をしています。ここで得たノウハウや人脈を次のステップにつなげていくためにも、まずはこのパックマンが市場でどう受け入れられるかをきちんと見届けたいと思っています。

パックマンの新作アニメは米国以外にも、全世界20以上の放送局で放映が決まっていますし、バンダイナムコグループ各社からゲームソフトや業務用ゲーム機、玩具などを発売し強気に盛り上げていきます。また、ライセンス商品も多数準備されており、すでに現地では盛り上りの予兆のようなものを感じています。2013年の注力IPとして注目していただきたいと思います。



—今後の抱負を聞かせてください。
鶴之澤 バンダイナムコグループの「IP軸戦略」の強みは、1つのIPを軸にさまざまな出口に向けダイナミックな展開ができることにあります。最近では、商品・サービスに加え、我々が手がけるライブもIP価値の最大化に大きく貢献しています。我々自身もライブという場を通じ、ファンの熱気や思いを共有することが、次の発想やビジネスにつながる原動力に結びついていると感じています。我々のビジネスは、IP創出に携わる多くの皆様の協力があって初めて成り立つものですし、皆様の大切なIPをお預かりしているわけですから、我々にはIPを育て、世界へ進出するようなビジネスモデルを確立する責任があると思っています。同時に、それを果たすことができるのがバンダイナムコグループだと自負しています。これからも応援のほど、よろしく願いいたします。

* IP：知的財産

* F2P（フリー・トゥ・プレイ）、フリーミアム：基本無料でアイテム課金などによって収益を得るビジネスモデル



上：6月よりワールドワイド展開がスタートする「PAC-MAN and the Ghostly Adventures」

左上：PS3 オンライン専用ゲーム「機動戦士ガンダム バトルオペレーション」

左下：「アイドルマスター」ライブイベントの様子

©創通・サンライズ ©2012 NAMCO BANDAI Games Inc.

編集後記

「挑戦・成長・進化」をビジョンに、2012年4月からスタートした3カ年の中期計画初年度の2012年度は、おかげさまで業績面で良い形でスタートを切ることができました。

中期計画2年目となる2013年度は、パックマンのワールドワイド展開、新テーマパークのオープン、オリジナルIPの育成など、グループ横断での取り組みが加速する予定です。中長期的な成長に向けてさまざまなチャレンジを行う

とともに、国内外の不透明な環境も踏まえ、より一層気を引き締めていきたいと思っています。

2013年度も引き続き、ご支援いただけますよう、よろしく願いいたします。

広報IR担当

あそんでまなべる！アンパンマンカラーパッド

7月中旬発売予定／14,490円

(株)バンダイ

タッチパネル式の大画面カラー液晶(95mm×55mm)を搭載し、小さな子どもでも指タッチで直感的に操作ができる「それいけ！アンパンマン」の知育玩具です(対象年齢：1.5歳以上)。

搭載されているアプリはアンパンマンの玩具では最大の100種類以上で、成長に合わせて3段階の難易度から遊びを選べる「知育ゲーム」や、ひらがな、英語、数字、ものの名前など幼児期に学んでおきたい要素が習得できる「学習メニュー」のほか、メロディに合わせてアンパンマンたちと一緒に歌ったり演奏したりできる「音楽メニュー」、着替えや歯磨きなどさまざまな生活習慣が学べる「せいかつメニュー」、付属のタッチペンを使ってお絵描きや文字を書く練習ができる「かく&おえかきメニュー」など、子どもが楽しみながら自然と学ぶことができるアプリが盛りだくさんです。



©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

超変換大戦 もじバケるG - 輪廻転生の章 - 第1弾

7月上旬発売予定/各157円:全18種(6種各3色) (株)バンダイ

2010年5月から発売している“一文字の漢字”を組み替えて、立体的な動物に“超変換”することができる玩具菓子「超変換!! もじバケる」のスピノフシリーズ。メインターゲットの小学生男児に圧倒的な人気を誇る『月刊コロコロコミック』での記事連載、『別冊コロコロコミック』での漫画展開など、小学館との強力タッグによりシリーズ累計で1,000万個を突破しているヒット商品です。今回の商品からは、各文字からクリーチャー(=バケる)への超変換に加え、2つの文字を合体させて新たな“バケる”を作り出す「超変換合体」が可能になり、組み換え遊びの幅が広がりました。また、前回の商品で人気が高かった金パーツも封入し、各文字3色のうち1色入っている6種の金パーツを集めると黄金バケるに超変換することができます。



©バンダイ・小学館・メガハウス・レイアアップ

業務用ゲーム機「友情装着！ブットバースト」

稼働中

(株)バンダイナムコゲームス

全く新しいタイプのキッズ向けガンシューティングバトルゲーム「友情装着！ブットバースト」が、全国のアミューズメント施設に登場しました。このゲーム機は、ガンを撃ちまくって凶悪魔獣を倒す爽快感抜群のキッズ向けガンシューティングバトルゲームです。ゲーム開始時に1個払い出される魔物が封じ込められた3タイプの「バレット」をガンコントローラーに装着して、ガンを自由にカスタマイズ。自分好みのガンにパワーアップさせ、さまざまな凶悪魔獣との白熱したバトルを楽しむことができます。

当ゲーム機の稼働開始を皮切りに、グループ会社のバンダイやメガハウスから玩具などの各種連動商品を順次展開。さらに、小学館発行の『別冊コロコロコミックスペシャル』では、本作をモチーフにしたコミックの連載がスタートしました。新しいゲーム機の稼働と併せ、玩具、出版を巻き込んだ連動企画を同時に、また多角的に展開することで、新規IPの速やかな認知拡大と幅広いファン層の獲得を目指します。



©2012 NAMCO BANDAI Games Inc.

ウルトラマン Blu-ray BOX I

7月10日発売予定/18,900円

(BOX II:10月25日、BOX III:2014年1月29日発売予定)

発売元:株円谷プロダクション 販売元:バンダイビジュアル(株)

今年は円谷プロダクション創立50周年を迎えることから、「ウルトラマンの日」である7月10日よりTV特撮シリーズ「ウルトラマン」のBlu-ray BOX(全3巻)を順次発売します。

BOX 1には第1話から第13話までを収録。放送用HDマスターをさらにブラッシュアップし、圧倒的な美しさを実現しながらも、フィルムの粒状性も残したHD映像「HD Remaster 2.0」を収録。音声も、オリジナルモノラル音声と新規ステレオ音声“2013 Remix Stereo”をリニアPCM*で収録しています。

特典にはブックレットのほか、ウルトラマンのTV初登場となった情報番組「ウルトラマン前夜祭」などを収録したスペシャルDVDを封入します。シリーズの原点となる本作をぜひお楽しみください。

*音声などをデジタルデータに変換する方式の1つ。音楽CDが採用しており、圧縮等の処理を行わないため、劣化がない



©円谷プロ