

Management

トップインタビュー

今年「種まき」に注力し 将来の成長を見据えた施策を推進していく

バンダイナムコグループは、このほど2014年3月期（2013年度）第1四半期連結累計期間の業績を発表しました。今回は、各事業の業績や動向、中期計画の2年目となる今年の抱負などについて、(株)バンダイナムコホールディングスの石川祝男社長に話を聞きました。

—直近の業績を教えてください。

石川 第1四半期は、ほぼ想定通りの順調なスタートとなりました。コンテンツ事業では、国内の家庭用ゲームが新作タイトルに加え、2012年度に発売したタイトルのリピート販売が好調でした。また、ネットワークコンテンツではソーシャルゲームやオンラインゲームが安定的に業績に貢献したほか、映像音楽コンテンツも「アウトレイジビヨンド」や「宇宙戦艦ヤマト2199」などのパッケージソフト販売が好調でした。コンテンツ事業全体では、2012年度の北米における家庭用ゲームの大型タイトルに関する特殊要因を除くと、実質増収増益となりました。

トイホビー事業は、「獣電戦隊キョウリュウジャー」や「ドキドキ!プリキュア」などの定番キャラクターに加え、「アイカツ!」などの新規IP*が健闘し、国内は順調でした。しかし、海外では、アジア展開は好調ですが、欧米の建て直しにはもう少し時間がかかりそうです。このほか、アミューズメント施設事業は、国内既存店の売上が2012年度の実績を下回りました。

この結果、第1四半期の連結業績は、売上高1,058億円、営業利益133億円となりました。なお、通期の連結

業績予想は、第1四半期実績と直近の動向を踏まえ、売上高4,800億円、営業利益400億円を見込んでいます。

（詳細は4ページ参照）

—中期計画の計数目標は、

すでに1年目に目標を達成しました。

石川 確かに数字的には目標をクリアし、大きな自信になりましたが、まだまだやるべきことがたくさんあります。欧米の建て直しもそうですし、アジア展開についても、もっとスピードアップしなければいけません。また、国内でも全てのカテゴリでNo.1を獲得していません。こうした課題を1つひとつ解決し、中期計画で掲げた戦略を推進していきたいと考えています。

—今年「種まきの年」と位置づけていますが、具体的な進捗状況は？

石川 中期計画の2年目となる2013年度は、グループのビジネスにとって1番大事なIPの発掘・育成・獲得に向けて、積極的に投資を行っていきます。新規IPの1つである「パッカマン」は、6月より北米で放映開始した新作アニメがキッズ番組の視聴率が全米トップ4に入るなど好評です。すでに第2シーズンの製作も決定しており、今後放映地域の拡大と商品・



(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

サービス展開を強力に行い、海外の柱となるIPに育成していきます。また、「TIGER & BUNNY」や「アイカツ!」などに続く新たなオリジナルIPの創出にもチャレンジします。そのほか、新商品開発のための技術研究、ネット構想を含めた新ビジネスモデルの構築、シンガポールとカナダ・バンクーバーに開設した開発拠点の体制整備など、将来を見据えた投資を着実に進めています。

—トイホビー事業の状況を教えてください。

石川 トイホビー事業では、ウルトラマンの新シリーズ「ウルトラマンギンガ」のTV放映が7月から始まりました。久しぶりの新作放映でしたが、期待通りの立ち上がりとなっています。「ウルトラマン」は、今後、「スーパー戦隊」シリーズ、「仮面ライダー」シリーズとともに、未就学男児向けの主力IPとして力を入れ、シェア拡大をはかります。

*IP:知的財産

(次ページに続く)

下期も各事業で 戦略IP、戦略商品・サービスを投入

— 10月にはガンダムと仮面ライダーの新番組も始まりますね。

石川 「機動戦士ガンダム」シリーズの最新作となる「ガンダムビルドファイターズ」は、これまでに登場した機体が作品の垣根を越えてバトルを繰り広げるもので、従来のガンダムファンからも、好意的な前評判です。商品・サービスも幅広いカテゴリーで展開し、新たなガンダムファンを開拓していきたいと思っています。

「仮面ライダー」シリーズの最新作である「仮面ライダー鎧武／ガイム」は、多くのライダーが登場し、鎧とフルーツがモチーフのライダーという斬新な企画です。キーアイテムを軸に、さまざまなカテゴリーで連動をはかっていきます。男児向けには、このほかにも複数の有力IPを投入する予定です。

女兒についても、好調な「アイカツ！」の第2シーズン放映が決定しました。「アイカツ!」「たまごっち!」「ドキドキ!プリキュア」を中心に、市場でのシェア拡大をはかります。

— 欧米の立て直しは？

石川 欧米一体ブランドマネジメント強化戦略の中心となる北米では、体制や組織の強化を継続しています。商品面では、好調な「Power Rangers」にリソースを集中し基盤強化をはかっています。これまでのラインナップに加えて、現地のニーズに合わせた低単

価な商品を投入するなど、きめ細かい対応をしていきます。また、「Power Rangers」に加え、「パックマン」など新たなIPの商品も展開し、総合力をつけていきたいと思っています。

一方、アジアは、「スーパー戦隊」シリーズ、「仮面ライダー」シリーズの玩具や、「機動戦士ガンダム」シリーズのプラモデルなど、日本発の展開が好調です。商品や売り場作りを推進するとともに、香港で開催した大型イベント「GUNDAM DOCKS AT HONG KONG」のように、IPが持つ世界観の魅力の発信も行っていきたいと思っています。また、新しい試みとして、インドネシアのメディアと、石森プロ、伊藤忠商事が組み、インドネシア向けの特撮番組「Bima Satria Garuda」が放映開始され、バンダイが関連商品を販売することになりました。これは大変面白い取り組みであり、こうしたIPをアジア各国で商品展開していきたいと思っています。

— フィリピンの工場が完成し、このほど稼働を開始しました。

石川 バンダイにとっては国内外を含めて17年ぶりとなる自社工場で、この夏より自販機カプセル商品の生産を開始しました。新工場は、商品生産面でのスピーディな対応と、価格競争力のある商品の安定供給を目的に建設したもので、今後、軌道に乗ったら、ほかの商品の生産も行う予定です。

— コンテンツ事業はどうですか？

石川 国内の家庭用ゲームが元気です。リピート販売に加え、新作の「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」や「ガンダムブレイカー」、ディズニーとコラボした「ディズニーマジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ」が頑張っています。下期にも海外の「ダークソウル2」や国内の「GOD EATER 2」など有力ソフトの発売が控えていますので、これからますます楽しみです。

業務用ゲーム機では、「マリオカートアーケードグランプリ」の新作を6年ぶりに投入しました。アミューズメント施設は、前年を下回る状況が続いていますので、集客の起爆剤となって盛り上げてくれればと期待しています。

第1四半期にパッケージ販売が好調だった映像音楽コンテンツでは、今後も「攻殻機動隊ARISE」や「コードギアス」などのタイトルを着実に販売していきたいと思っています。

— ネットワークコンテンツは？

石川 ソーシャルゲームでは、ここ2、3年続いたような急速な伸びは落ち着きましたが、主力タイトルを中心に安定しています。質の高いタイトルを作り、しっかりとメンテナンスを行い、イベントなどを含めてきめ細かく対応することで、人気を維持していきたいと思っています。また、「ガンダムオンライン」などのオンラインゲームやアプリも好調ですが、この分野は競争も激化していますので、マーケティングも強化し集客につなげていきます。



6月24日に開催された第8回定時株主総会
(中央：石川社長、グランドプリンスホテル新高輪)



7月11日に行われた「J-WORLD TOKYO」
オープニング式典 (右端：石川社長)



8月に開催されたバンダイナムコスタジオの
バンクーバー拠点開所式 (前列左：石川社長)

目先のことばかりに気を奪われずに 3年先、5年先を見据えて対策を講じる

このほか、新たな展開として、「ガンダムカードコレクション」の配信を、ディー・エヌ・エーさんの協力により韓国で開始しました。まずはこれをしっかり立ち上げ、海外展開の足掛かりにしていきたいと思います。—シンガポールとカナダのバンクーバーに設立した海外子会社の状況は？

石川 これは、(株)バンダイナムコスタジオの海外子会社として設立したもので、将来的にワールドワイドで通用するコンテンツの開発拠点となることを目指しています。すでに、人の採用も含めて順調に進んでおり、シンガポールでは具体的な稼働を開始しました。現地の市場やトレンドに熟知した地元スタッフをはじめ、現地の開発協力会社などと連携し、日本主導によりコンテンツを開発していきます。

—アミューズメント施設事業の状況を教えてください。

石川 このほど「ナンジャタウン」をリニューアルするとともに、“ジャンプ”の人気作品を活用したテーマパーク「J-WORLD TOKYO」をオープンしました。いずれもおお客様の反応はとても良く、いいスタートを切ることができたと思っています。何度来ていただいても、新しい楽しみを感じていただけるよう、常に

進化し続ける施設にしていきたいと思います。

その一方で、アミューズメント施設事業は、2014年4月に予定されている消費税増税という大きな課題が迫っています。この影響は避けられないことから、既存施設への時間課金スペースの導入や、テーマパーク事業の育成など、さまざまな施策を検討し、全体の売上を確保していかなければならないと考えています。

—今年の株主総会の感想は？

石川 2012年度は過去最高益だったこともあります。バンダイナムコグループらしい非常に暖かい雰囲気とする総会でした。全体を通して、「応援しているぞ」「頑張れ」といったメッセージの伝わる質問が多かったですね。いろいろな方から質問を受けましたが、これもやはり株主の皆様への期待感の表れだと感じました。そういう皆様のご期待に応えて、あらためて頑張らなければいけないと思いましたね。

—今年の夏季商戦、年末商戦に向けた抱負を聞かせてください。

石川 エンターテインメントの世界は非常に速いスピードで変化します。ですから、あまり半期だとか、単年度だとか、目先のことばかりに気を



奪われると、全体を見失ってしまうことにもなりかねません。もちろん、夏休みも年末年始も、我々にとっては極めて重要な商戦期ですが、それと同時に、3年先、5年先を見据えて、技術の進歩や少子化の進行、消費税増税などの環境変化をどうやって乗り越えていくのかと、しっかりと施策を講じ、将来の成長のために布石を打っていかなければならないと思っています。2013年度の第1四半期は順調に立ち上がりましたが、地に足のついた成長をしていくために、今後もバンダイナムコグループ一丸となり成長戦略に取り組んでいきます。これからもご支援、ご協力をよろしく願います。

CSR
Topics 環境保全活動

長野県志賀高原「バンダイナムコの森」で 2013年春の活動を実施

(株)バンダイナムコホールディングスは、森林の里親となっている長野県志賀高原「バンダイナムコの森」での活動の一環として、森の保全活動を実施。約20名のグループ社員が参加し、森の枝伐作業や遊歩道沿いの草刈りなどの整備作業を行いました。

バンダイナムコグループは、2007年より長野県志賀高原（長野県山ノ内町）の約47ヘクタールの森林の里親となり、森林整備費用の一部負担に加え、グループ社員による森林整備体験や自然体験など、森林保護と理解につながる各種活動の場として活用しています。



「バンダイナムコの森」で作業する社員たち

2014年3月期第1四半期 連結累計期間連結業績

(株)バンダイナムコホールディングスは、このほど2014年3月期（2013年度）の第1四半期連結累計期間（2013年4月～6月）の連結業績を発表しました。

第1四半期については、事業面では、コンテンツ事業において、家庭用ゲームソフトや映像音楽コンテンツ、ネットワークコンテンツなどの展開が好調に推移しました。また、トイホビー事業が、国内の定番キャラクター商材を中心に順調に推移しました。

各事業の概況は以下の通りです。

<トイホビー事業>

トイホビー事業では、国内において、「獣電戦隊キョウリュウジャー」や「ドキドキ！プリキュア」などの定番キャラクターや、女兒向け新規キャラクター「アイカツ！」の商材が、各事業を横断する展開により好調に推移しました。

なお、円安に伴う原価の上昇によ

り粗利率が低下しましたが、大人層に向けた商品展開を強化するなど、ターゲット拡大に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」シリーズの商品が順調に推移しました。アジア地域においては、日本と連動した展開により、キャラクター玩具やプラモデル、大人向けのコレクション性の高い玩具、カード商材などが人気となりました。

<コンテンツ事業>

コンテンツ事業では、国内では家庭用ゲームソフトにおいて、新規タイトル「ガンダムブレイカー」に加え、前年度に発売した「太鼓の達人」シリーズや「ドラゴンボール」シリーズなど複数タイトルのリピート販売が好調に推移しました。一方、海外では、北米で大型タイトルの発表があった前年同期に及びませんでした。

また、ネットワークコンテンツでは、「ワンピース グランドコレクショ

ン」や「機動戦士ガンダム」シリーズ、「アイドルマスター」シリーズなどのソーシャルゲームに加え、「機動戦士ガンダム」のオンラインゲームが安定的に推移し、業績に貢献しました。

このほか、映像音楽コンテンツでは、「アウトレージビヨンド」や「宇宙戦艦ヤマト2199」などの新作映像パッケージ発売や、過去に発売したタイトルのリピート販売が好調に推移しました。

<アミューズメント施設事業>

アミューズメント施設事業については、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堅調に推移したものの、既存店売上高は93.4%となりました。

なお、2014年3月期（2013年度）の第2四半期連結累計期間および通期の業績予想について、当第1四半期連結累計期間の実績および直近の市場環境と商品ラインナップ・事業動向を踏まえ、以下の表の通り修正します。

◆2014年3月期第1四半期 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1四半期	105,867	13,347	14,438	9,508
前年同期増減率	△2.6%	△17.4%	△12.4%	△7.0%

◆2014年3月期第2四半期 連結累計期間の連結業績予想

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
今回予想 (2013年8月公表)	228,000	19,000	19,500	12,500
前回予想 (2013年5月公表)	218,000	18,000	18,000	11,500

◆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
今回予想 (2013年8月公表)	480,000	40,000	40,500	26,000
前回予想 (2013年5月公表)	480,000	40,000	40,000	26,000

◆2014年3月期第1四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	37,034	1,913
コンテンツ	57,051	12,092
アミューズメント施設	12,950	△705
その他	6,219	422
消去・全社	△7,388	△375
合計	105,867	13,347

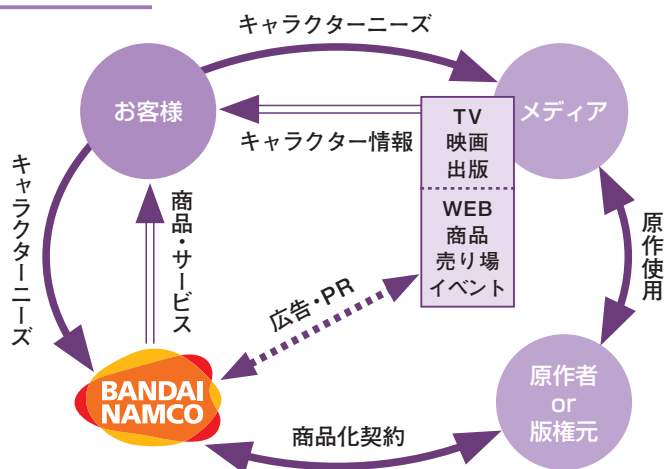
※見通しに関してはさまざまな前提に基づいたものであり、記載された将来の予想数値や施策の実現を確約したり、保証するものではありません。

キャラクターマーチャンダイジングの仕組み

キャラクターマーチャンダイジングとは、世代や国境を超え多くの人々に愛され続けるキャラクターが持つ“世界観”や“魅力”を最適な形で商品・サービスとして提供するとともに、そのキャラクター情報を発信するメディアとの連動を行うビジネスモデルです。

バンダイナムコグループでは、(株)バンダイを中心に、40年以上にわたり、キャラクターマーチャンダイジングを推進しています。これにより、キャラクターの個性にあったカテゴリーや仕様で商品化する企画開発のノウハウ、著作権元やメディアとの協力によるタイムリーな商品・サービス投入ノウハウ、モノ・コンテンツ・場という幅広いカテゴリーでの展開ノウハウなどをグループの強みとして蓄積し続けています。今後は、キャラクターの発掘・育成を行うことに加え、自社の商品・サービス発のキャラクター創出・育成に前向きに取り組んでいきます。

さらに、バンダイナムコグループでは、キャラクターマーチャンダイジングをベースに、キャラクターなどの



IPを軸とする「IP軸戦略」を重点戦略として推進しています。「IP軸戦略」とは、IPを軸に、中長期的な視野のもと、最適な地域・事業カテゴリー・タイミングで商品・サービス展開をはかることで、地域や事業間での相乗効果を発揮し、IPそのものの価値を最大化していくことを目的としています。

Portrait

現場から

屋内型テーマパーク「J-WORLD TOKYO」をオープン

株式会社ナムコ 執行役員 テーマパーク事業部 ゼネラルマネージャー 飯山 正義

7月11日に東京・池袋サンシャインシティ・ワールドインポートマート3階に“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」がオープンしました。今回は(株)ナムコのテーマパーク部門の責任者である飯山正義執行役員に「J-WORLD TOKYO」について聞きました。

Q コンセプトを教えてください。

A 「J-WORLD TOKYO」は、『週刊少年ジャンプ』『ジャンプSQ.』に登場する“ジャンプ”作品の世界観を体感できる施設です。コンセプトは「共同体感エンターテインメント」で、この言葉には、“ジャンプ”作品を好きなファンに、施設での体感・体験を通じて、さらに作品に共感を深めていただきたいという思いを込めています。

園内は、「ONE PIECE」「NARUTO 一ナルトー」「ドラゴンボール」のアトラクションが楽しめる各エリア、さまざまな作品の世界観が楽しめる「ヒーローズ

アリーナ」、作品とのコラボメニューを提供する「J-WORLD KITCHEN」、オリジナル商品も販売する「J-WORLD STORE」などで構成されており、複数の作品の世界を楽しめるこれまでにない企画を実現するため、集英社さんをはじめ関係者の皆様にご協力いただきオープンできました。また、施設の企画運営はナムコが主体ですが、オリジナル商品の企画やアトラクションの映像などでバンダイナムコグループ各社が協力しています。これからもグループ全体で情報発信を行う場として、横連動しながら取り組んでいきます。

Q オープン後の反応はありますか？

A おかげさまで好評です。ファミリー層を中心に、幅広いお客様にご来場いただいています。また、企画段階での想定より、海外のお客様が多くご来園されており、“ジャンプ”作品が海外でも人気があることを実感しています。オープンしてお客様の反応やご意見を伺うことで、改善すべき点やさらなる機会も見えてきました。



1991年ナムコ入社。社長室、フードエンターテインメント事業部などを経て、2011年より現職

Q 今後の展開について教えてください。

A お客様の反応を企画や運営にも生かし、お客様と作品を通してつながり、育てていく施設にしていきたいと思っています。期間限定のイベントや無料で楽しめるものも増やしていきます。また、これからも“ジャンプ”発の新たな人気作品がどんどん出てくると思いますので、この施設を通じて、一緒に作品を盛り上げていける存在になりたいですね。いつ来ていただいても何か新しい発見がある、今日より明日、今年より来年と進化し続ける施設を目指します。そして、アミューズメント施設SBUとしては、既存の施設に加え、このテーマパークを新たな事業の柱として構築し、アミューズメント施設事業全体の基盤強化をはかっていきたいと考えています。

新キャラクター情報

ガンダムビルドファイターズ

「機動戦士ガンダム」シリーズ最新作となるTVアニメ「ガンダムビルドファイターズ」(毎週月曜日18:00～、テレビ東京系)が、10月7日より放送開始となります。「ガンダムビルドファイターズ」は、これまでの「ガンダム」シリーズに登場した機体が作品の垣根を越えてバトルを展開。どこかで見たことのあるガンダム、憧れたあのガンダムが、全く新しい戦いを繰り広げます。

(株)バンダイ(上野和典社長)では番組のスタートに合わせて劇中のキーアイテム「ガンプラ」を中心に、デジタルカードゲーム、玩具菓子、カプセル玩具、アパレル商品を展開し、バンダイビジュアル(株)からは映像パッケージを展開するなど幅広いカテゴリで商品、サービスを提供していきます。



©創通・サンライズ・テレビ東京

仮面ライダー鎧武/ガイム

平成仮面ライダー 15作品目のシリーズ最新作となる「仮面ライダー鎧武/ガイム」(毎週日曜日朝8:00～テレビ朝日系)の放送が、10月6日よりスタートします。「仮面ライダー鎧武/ガイム」は、“フルーツ”と“鎧”をモチーフに、<異世界の果実>の力を宿した鎧を身にまとい、天下の頂を目指す幾人もの仮面ライダーが登場します。主人公・葛葉紘汰は、不思議な果実の形をした錠前「ロックシード」を、変身ベルト「戦極ドライバー」にセットすることで、その周囲が異世界へと変化し、仮面ライダーに変身します。

バンダイでは、番組のスタートにあわせて、玩具を中心に、武器、なりきりアイテムなど、番組と連動したさまざまな商品を展開します。



©2013 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

フィリピンの自社工場
玩具の生産スタート

バンダイナムコグループは、海外事業の強化に向けた生産体制再編を目的に、2012年9月、トイホビー事業でアジア地域の統括機能を担うBANDAI (H.K.) CO.,LTD. (五十嵐正治社長)の100%子会社として、フィリピンに現地法人BANDAI PHILIPPINES INC. (石井敦樹社長)を設立。新たな生産工場の建設を進めていましたが、このほど工場が完成し、7月より生産を開始しました。

新工場は、敷地面積約26,000㎡、建物面積約9,300㎡で、当初は主にカプセル玩具商品を生産しますが、今後はアクションフィギュアなども生産していく予定です。今回のフィリピン工場の稼働により、商品生産面におけるスピーディな対応と、価格競争力のある商品の安定供給が実現します。



完成したフィリピン自社工場(上)と工場内の様子(左)

ベビラボ ～よく見る！よく聞く！よくあそぶ！～
脳を育む すくすくあそびDX

発売中/10,500円 (株)バンダイ

成長に合った刺激と遊びで赤ちゃんの脳を育む*1ベビートイシリーズ「BabyLabo®」の新商品です。全20曲を収録したメロディユニット付き玩具で、生まれてすぐのねんねの頃から遊ぶことができます。脳活動の計測で明らかになった、5～6カ月の赤ちゃんは「人のいないいないばあ」よりも「アンパンマンのいないいないばあ」の方により注目する*2という結果に基づき、メロディユニットの中心にいる大きなアンパンマンが「いないいないばあ」をする仕組みです。



©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV

*1「BabyLabo®」は、「好奇心を引き出し、遊びながら感じ、考えること」を、脳を育むと考えています。
*2 赤ちゃんが初めて見る人の「いないいないばあ」で検証しました。

キャラピン/
「美少女戦士セーラームーン」変身ブローチ・ルナ

9月中旬発売予定/各504円 (株)バンダイ

アニメ放映から20周年を迎えた人気アニメ「美少女戦士セーラームーン」の20周年記念商品。スマートフォンやモバイル機器などのイヤホンジャックをほこりからガードするワンポイントマスコットです。セーラームーンをリアルタイムで視聴していたF1層の女性に向け、セーラームーンのアイコンとして認知度が高い主人公月野うさぎの「変身ブローチ」と、セーラームーンのパートナーである黒猫「ルナ」の2点を商品化しました。



©武内直子・PNP・東映アニメーション

「ナンジャタウン」リニューアルオープン

㈱ナムコ（橘 正裕社長）は、7月11日に「ナンジャタウン」をリニューアルオープンしました。新街区の「ドッキングガム広場」など3つの街に、「魔法体験！マジカル学園」「ゾンビブレイカー」と2つの新アトラクションを投入したほか、ご当地餃子が楽しめる「ナンジャ餃子スタジアム」や、デコデザートを提供する「福袋デザート横丁」を配置。新キャラクター「モジャヴ」も登場します。



©NAMCO LIMITED

浅草花やしき 開園160周年

㈱花やしき（弘田昭彦社長）が運営する「浅草花やしき」が、今年、開園160周年を迎え、8月7日が「花やしきの日」として認定されました。



人気の「ローラーコースター」が60歳の還暦コースターにボディチェンジするほか、アトラクションやユニフォームもリニューアル。「浅草花やしき」は、今後も新たな取り組みと浅草らしい下町感あふれるエンターテインメントを展開していきます。

“ゲーマー”に特化した2店舗オープン

ナムコは、“ゲーマー”向けにゲームを徹底的に楽しめるアミューズメント施設として、5月に「namco中野店」を、6月に「namco梅田店」をリニューアルオープンしました。“仲間がワイワイ気軽に集うゲーセン”をコンセプトに、ゲームを通じて知り合った仲間が集う“語り場”や、大型モニターを複数設置。お客様同士のコミュニケーションを促進します。また、ゲーマーに特化したイベントの定期開催を予定しており、ここでしか体感できない時間と空間を提供します。



「ノンタンすきすきランド」誕生

ナムコは㈱借成社と共同企画した人気絵本「ノンタン」のキャラクター体験施設「ノンタンすきすきランド」を、6月に「namcoららぽーと 横浜店」内にオープンしました。



同施設は、ノンタンの絵本の世界で、親子で遊びながら楽しめる時間課金制のキャラクター体験施設。絵本「ノンタン およぐのだいすき」をモチーフにした砂場、絵本「ノンタン ボールまてまてまて」をモチーフにした迷路、そしてノンタンの絵本やアニメに触れ合える「えほんコーナー」や「できるもんステージ」、子どもの成長が測定できる「せいちょうそくてい」などを設けています。

©SACHIKO KIYONO/MIKA KIYONO/KAISEI-SHA

「J-WORLD TOKYO」オープン

ナムコは、7月11日に“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」をオープンしました。

「ONE PIECE」「NARUTO-ナルト-」「ドラゴンボール」のアトラクションに加え、「ヒーローズアリーナ」「J-WORLD KITCHEN」「アミューズメントアリーナ」「J-WORLD STORE」など、グループ各社のノウハウを結集し“ジャンプ”作品の世界観を創出しています。

オープン当日は、400人のお客様の列ができるなど順調なスタートとなりました。



オープン当日の様子

©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション
©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・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

◆アイドルマスター 真夏のキャンペーン (10月1日まで開催)

劇場版「THE IDOLM@STER MOVIE 輝きの向こう側へ！」の制作を記念し、全国のナムコ店



約100店舗で「ナムコアイドルマスター 真夏のキャンペーン！」を開催。前回大好評だった「アイドルマスター BIGタペストリー」にナムコ限定の新デザインを投入するほか、ナムコ限定の「アイドルマスターマグカップ」が初登場。さらに、対象のクレーン機に500円投入ごとにもらえる「クリアファイル」など、ナムコ限定デザインが多数登場します。

©NBGI/PROJECT iM@S

◆「なぞともCafe」期間限定オープン (9月23日まで開催)

ナムコは、9月6日～23日、「Theatre C@YBIRD」(東京都渋谷区)内に、謎とき体験ポータルスタジオ



「なぞともCafe」をオープン。参加予約不要、コンパクトな体験時間、トライしやすい価格など、参加型謎ときイベントが初めての人にも簡単に楽しめる全国初の施設です。参加者は6種類の中より好きな謎ときコンテンツを選び、メンバーと協力しながら施設内に隠されたさまざまな謎を解き、制限時間765秒以内のミッションクリアを目指します。

パックマン新作アニメが好調なスタート 第2シーズンも製作決定

6月に米国ディズニー XDでTV放送が始まった「パックマン」の新作アニメ「PAC-MAN アンド ザ ゴーストリー アドベンチャーズ and the Ghostly Adventures」が、男児6～11歳の平均視聴率で全米トップ4に入る人気となり、第2シーズンの製作も発表されました（放送は2014年春以降の予定）。

今後、アニメは世界40カ国以上での放送が予定されており、バンダイナムコグループ各社から多数の商品を発売します。このほかにもライセンス商品として40社以上から500アイテム以上の商品が発売される予定となっており、グループのIP軸戦略の1つとして、ワールドワイドで「パックマン」を盛り上げていきます。



©2012 NAMCO BANDAI Games Inc.

「ガンダムカードコレクション」を 韓国版Mobageで配信

(株)バンダイナムコゲームス(大下聡社長)は、モバイル向けソーシャルゲーム「ガンダムカードコレクション」を、(株)ディー・エヌ・エー(以下DeNA)の協力により、韓国のソーシャルゲームプラットフォーム「Daum Mobage」で7月18日より配信を開始しました。「ガンダムカードコレクション」は、Mobageで国内向けに提供中のバンダイナムコゲームスとDeNAとの共同開発タイトルで、韓国では同様のゲーム内容をAndroid版・OS版のアプリとして提供します。バンダイナムコゲームスでは、これからアジアへのモバイルコンテンツ展開を本格化させていく予定です。

[Daum Mobage] (<http://daum-mobage.kr>) : DeNAが運営する韓国版「Mobage」をDaumのポータルやアプリなどを通して提供するサービス。2012年2月にAndroid対応端末向けに提供開始。

©SOTSU・SUNRISE
©SOTSU・SUNRISE・MBS

全世界で100万ダウンロード突破した 「鉄拳レボリューション」

バンダイナムコゲームスが6月12日より基本料金無料で全世界に同時配信を開始したPS3オンライン専用タイトル「鉄拳レボリューション」が、7月1日時点で早くも全世界でのダウンロード数が100万を突破し、7月2日～9日に100万ダウンロード達成イベントを全世界で実施しました。「鉄拳レボリューション」は、「鉄拳」シリーズの最新作で、家庭用ゲーム機向けでは初の基本料金無料タイトルです。これまではなかった「育成要素」の導入など、シリーズファン以外の方でも本格的な対戦格闘を気軽に楽しむことができます。

バンダイナムコゲームスは、今後も、よりユーザー趣向に合わせた提供方法をタイトルごとに検討し、提案していきます。



©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

コンテンドー 3DS用ソフト「SPEC～干～」

10月3日発売予定/5,480円 (株)バンダイナムコゲームス
バンダイナムコゲームスがTBSテレビと協力し、2010年に放映された人気ドラマ「SPEC」を初めて家庭用ゲームとして開発。「SPEC」の世界観や物語を楽しみながら、事件の真相に迫っていくテキストアドベンチャーゲームです。ストーリーは原作スタッフが完全監修し、ドラマ「SPEC」の「丁の回」(4話)と「戊の回」(5話)の間に起こった未公開のエピソードも収録。さらに、この秋公開の劇場版との連動も予定しており、より深く「SPEC」を堪能することができます。



©TBS ©2013 NBGI

AM製品「マリオカート アーケードグランプリDX」

稼働中/ (株)バンダイナムコゲームス
6年ぶりとなる最新作「マリオカート アーケードグランプリDX」が、7月下旬より全国のアミューズメント施設で稼働中です。アーケード版オリジナルゲームモードとして、2人でチームを組んで協力しながら対戦するモードや、1人で全国のさまざまなプレイヤーの「分身」と対戦するモードを新たに追加。さまざまなスタイルに合わせて楽しめます。ほかにも、「空を飛ぶ」「水に潜る」など新シチュエーションの導入や、新キャラクターとして「太鼓の達人」から「どんちゃん」が参戦するなど、新要素が盛りだくさんです。



©Nintendo Licensed by Nintendo

©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

AM用景品「ドキドキ!プリキュア でっかいプリキュアぬいぐるみ」

10月上旬投入予定/ (株)バンプレスト
「プリキュア」シリーズ10作目の「ドキドキ!プリキュア」が、10月26日に全国ロードショー公開されます。これにあわせて、アミューズメント専用景品としては史上最も大きな約33cmのプリキュアぬいぐるみ「キュアハート」(写真右)と、約25cmの「シャルル」を10月上旬よりアミューズメント施設へ投入します。



©ABC・東映アニメーション

「コードギアス」プロジェクト稼働 Blu-rayBox発売、最新作の劇場上映

「ギアス」の力を巡りさまざまな運命が交差する(株)サンライズ(内田健二社長)製作の人気アニメーション「コードギアス」シリーズ。そのシリーズ第1作で、大ヒットを記録した「コードギアス 反逆のルルーシュ」が、バンダイビジュアル(株)(川城和実社長)より臨場感溢れる5.1ch音声のBlu-ray BOX(初回限定生産、31,500円)で9月25日に発売されます。全25話を収録するほか、新作ピクチャードラマや新規オーディオコメンタリーを収録したコンプリート仕様となっています。



©SUNRISE/PROJECT GEASS
Character Design ©2006 CLAMP

また、シリーズ最新作「コードギアス 亡国のアキト」第2章「引き裂かれし翼竜」が9月14日より全国の劇場で上映されます。さらに、第1章を網羅した書籍「コードギアス 亡国のアキト PRODUCT WORKS」も同日発売予定です。

「キッズ・リターン 再会の時」10月公開 日本映画の金字塔「キッズ・リターン」その後の物語

北野武監督が1996年に送り出し、国内外から高い評価を得た青春映画の名作「キッズ・リターン」。その後の物語となる「キッズ・リターン 再会の時」が製作され、10月12日より公開されます。

新作は10年ぶりに再会した落ちこぼれのシンジとマサルが、再び夢に向かい立ち上がる感動作で、原案はビートたけし、監督は「キッズ・リターン」で助監督を務めた清水浩、キャストには平岡祐太、三浦貴大の若手実力派俳優が出演。熱く爽やかな友情を描きます。

また、「キッズ・リターン 再会の時」の公開を記念して、前作の「キッズ・リターン」を初めてBlu-ray化し、9月25日に発売します(写真右、3,990円 発売元:バンダイビジュアル)。



©2013 「キッズ・リターン 再会の時」製作委員会



©1996 バンダイビジュアル/オフィス北野

Blu-ray & DVD 「有頂天家族」第1巻

9月25日発売予定/バンダイビジュアル(株)
Blu-ray: 5,040円 DVD: 3,990円

7月より好評放送中のTVアニメ「有頂天家族」が、Blu-rayとDVDで発売されます。原作は人気作家・森見登美彦の同名小説。人間に化ける能力をもつ狸一家の下鴨家が織り成す人情劇で、舞台となる京都の美しい景色描写も話題となっています。



第1巻には、特典として森見登美彦原作のドラマCD「冬の女神と毛玉たち」を封入。また、本作で初のキャラクター原案を務めた久米田康治描き下ろしイラストによる特製スリーブ仕様となっています。

©森見登美彦・幻冬舎/「有頂天家族」製作委員会

Blu-ray & DVD 「宇宙戦艦ヤマト2199」第7巻

10月25日発売/バンダイビジュアル(株)
Blu-ray: 8,190円 DVD: 7,140円

テレビでも好評放送中の「宇宙戦艦ヤマト2199」が、ついに最終章を迎え、その第7章「そして艦は行く」が、8月24日より全国16館にて2週間限定で上映。

この「宇宙戦艦ヤマト2199」第7巻のBlu-ray&DVDが、10月25日に発売されます。初回特典として、加藤直之描き下ろしの特製スリーブが付属します。



特製スリーブ
©2012宇宙戦艦ヤマト2199製作委員会

CD 「The Other self」

10月16日発売/ (株)ランティス
初回限定盤: 1,800円 通常盤: 1,300円 アニメ盤: 1,200円

10月より第2期が放送される「黒子のバスケ」。第1期に続きGRANRODEOがOP主題歌を担当します。

初回限定盤と通常盤は表題曲を含む3曲(ほかにoff vocal3曲)を収録し、シリアルナンバー入りライブ先行予約用紙が封入されています。初回限定盤のみミュージッククリップを収録したDVDが付属します。アニメ盤は「黒子のバスケ」書き下ろしジャケット仕様で、表題曲を含む2曲(そのほかoff vocal2曲)を収録予定です。



©藤巻忠俊/集英社・黒子のバスケ製作委員会

国内は定番と新規IPでターゲット層を拡大 欧米はブランドマネジメントを強化し収益回復

中期ビジョンである「真のグローバル化」の達成に向けて、トイホビー事業がさまざまなIP*を生かした商品や施策を打ち出しています。今回は、トイホビー事業の動向と海外展開の現状、今後の展望などについて、(株)バンダイの田口三昭代表取締役副社長に話を聞きました。

*IP：知的財産

—国内玩具市場の現状について教えてください。

田口 2013年に入ってからの半年間は、玩具業界全体は、前年同期と比べて90%前後で推移しました。バンダイも、スーパー戦隊シリーズや「アイカツ!」といった好調なIPはありましたが、玩具全体では90%前後となりました。

しかし、直近では、夏休みを迎え、各IPで好調な動きが出てきています。例えば、「ドキドキ!プリキュア」は、新キャラクターが登場したことでアニメの展開に大きな変化が生まれ、それが商品の売上にも結びついています。

—今年夏の新規IPに対する反応はどうか?

田口 7月より新番組「ウルトラマンギンガ」がスタートした「ウルトラマン」シリーズは、男児低年齢層に支持されています。ヒーローや怪獣のソフビ人形と連動する中心商材「DX ギンガスパーク」の出足も好調です。今秋から稼働予定のデータカードダス「大怪獣ラッシュ ウルトラフロンティア」は最大4人までの

複数対戦ができる新筐体ですから、今後の人気拡大を期待しています。

また、ウォルト・ディズニー・ジャパンから初めてトイカテゴリーのマスターライセンスを取得した「モンスターズ・ユニバーシティ」も好調です。

—10月から強力な新番組が放映されますね。

田口 10月より「機動戦士ガンダム」シリーズの最新作「ガンダムビルドファイターズ」の放映が始まります。オールガンダムをコンセプトに、ガンプラバトルが物語の中心となる、これまでのシリーズとは一線を画する内容となっています。30年以上の歴史を持つ「ガンダム」シリーズは、それぞれの世代に各作品のファン層がいますから、そうした幅広いファンが共通して楽しめる作品として、確かな可能性を感じていますし、新たなプラモデルユーザーの開拓も期待しています。ガンダムはアジアを中心に海外でも人気がありますので、日本とほぼ同時に商品展開を行う予定です。海外でのファン層拡大、プラモデル市場の拡大を目指して力を入れていきます。

また、同じく10月に放映開始となる「仮面ライダー鎧武/ガイム」は、鎧とフルーツをモチーフにするとともに、「鎧前」をキーアイテムとした作品です。仮面ライダーのモチーフが鎧とフルーツというのは斬新ですが、皆さんの予測の一步先をいくチャレンジ精神が、40年以上シリーズが続いている理由だと思います。また、積極的に新しいことに挑戦する姿勢を、東映さんというパートナーと共有できていることが、我々の大きな武器であり、財産だと思っています。

—女兒向けのトイホビー事業についてはどうですか?

田口 女兒向けでは、2012年度より新たに投入した「アイカツ!」がスタート直後から予想を上回る人気となり、ファッショナブルなIPとして「プリキュア」や「たまごっち」とは別の位置づけを獲得しました。「たまごっち」から派生した「くちぱっち」のファンシー雑貨も加えて、女兒向けのターゲット別のポートフォリオがバランスよく構成できています。

「アイカツ!」は、データカードダス発のIPですから、データカードダスの最大手としての経験が成功の要因の1つといえますが、同時に筐体をはじめ、TV、雑誌、ナムコの施設など、立体的なメディアミックスを取り入れたことも大きかったと思います。TVの第2シーズンの放映も決定し、「アイカツ!」発の服飾ブランド設立も検討しています。



©2013テレビ朝日・東映AG・東映



©SUNRISE/BANDAI,DENTSU,TV TOKYO

好調が続く「獣電戦隊キョウリュウジャー」の商品(左端)

女兒向け定番IPへの育成を目指す「アイカツ!」



香港で開催した大型イベント「GUNDAM DOCKS AT HONG KONG」大型立像を設置して初公開の演出を披露した【写真】大型立像には多くの観客が訪れ、夜間はライトアップも実施(右)



©創通・サンライズ

中期ビジョンの「真のグローバル化」に向けて 世界で活躍できる人材の育成を強化

— そのほかの国内事業の動きについて教えてください。

田口 国内では、カプコンさんとパートナーシップを結んで、これまで開拓しきれなかった小学生男児向けに「ガイストクラッシャー」を展開します。他社と提携して新しい価値創造を目指す、我々としても新しいチャレンジです。

また、「クレアボーテ」のブランド名で展開する若い女性向け化粧品が好評です。「ベルサイユのばら」のアイライナーは、口コミサイトで3年連続して大賞を受賞しています、今年の夏にeコマースで受注を開始した「美少女戦士セーラームーン」のパウダーも、予想以上の受注状況でした。これまでバンダイは大人の女性層との接点が少なかったのですが、今後は楽しみです。

— 欧米の収益回復の進捗状況は？

田口 収益回復が急務となっている欧米では、2013年度より日本のボーイズトイの担当取締役と開発責任者を共に現地に派遣し、欧米一体のブランドマネジメントを強化しています。直近では、「Power Rangers」の北米

での売上が高水準を維持しており、今後は欧州でも復活させるため、好調な「Power Rangers」にリソースを集中し、放送網の確保、商品のローカライズ、ロープライス商品のラインナップ拡充などを進めています。

また、IP強化という意味では、6月に放映が始まった「パックマン」や2014年放映予定の「デジモン」のほか、まだお話しはできませんが、有力IP獲得を進めています。中期計画期間中に黒字化を達成し、次の成長へ向けた準備を整えたいと思います。

— アジアの現状を教えてください。

田口 アジアは、日本との親和性が高く、「スーパー戦隊」シリーズや「仮面ライダー」については日本と大きな時間差なく展開できるようになってきました。商品の充実や、低価格品などのローカライズ商品の開発も急ピッチで進めています。

また、2013年度より香港に専任のメディア部門を設置して現地メディアとのコミュニケーション

強化をはかるなど、日本発の「一気通貫強化戦略」を拡大しています。今年の夏に香港で開催した大型イベント「GUNDAM DOCKS AT HONG KONG」では、大型立像設置などアジア初出の演出を披露するなど、国境を越えた展開が加速しています。

さらに、生産面ではフィリピンの工場も稼働を始め、カプセル自販機商品の生産をスタートしています。

— 今後の抱負を聞かせてください。

田口 当社は中期ビジョンで「真のグローバル化」を掲げており、人材育成でもその点を強化しています。今後もグローバルで活躍できる人材の育成を目的に、グローバル採用の継続、国内と海外拠点間の人事交流の活性化、英語学習プログラム強化、海外勤務をスムーズにするための「トレーニー制度」などを導入し、連続性のあるプログラムの運用を始めました。国内でしっかりと実績を上げながら、世界に「夢・遊び・感動」を提供していきたいと思っています。



田口 三昭副社長のプロフィール

<経歴>

1982年4月 株式会社バンダイ入社
1999年4月 株式会社バンダイ ベンダー事業部長
2004年6月 株式会社バンダイ 取締役 ライフスタイルグループリーダー 兼 ライフスタイルカンパニープレジデント 兼 インキュベーションセンター長
2006年4月 株式会社バンダイ 常務取締役 新規事業政策担当
2009年4月 株式会社バンダイ 専務取締役 メディア政策 新規事業政策担当
2010年4月 株式会社バンダイ 取締役副社長 メディア政策 新規事業政策担当
2012年4月 株式会社バンダイ 代表取締役副社長 グローバルメディア政策、人事政策担当
2013年4月 株式会社バンダイ 代表取締役副社長 人事政策、Real B voice プロジェクト、人事部担当

編集後記

本号でお伝えしましたとおり、6月24日にバンダイナムコホールディングス定時株主総会を開催いたしました。今回は2,000名以上の株主の皆様にご出席をいただき、全ての議案をご承認いただきました。グループ社員一同、あらためて気を引き締めてまいりますので、今後ともご支援のほどよろしくお祈りいたします。

なお、当社では、毎年3月31日を基準日として、100株以上を保有されている株主の皆様には保有株式数に応じて株主優待ポイントを付与しており、保有ポイントを利用して、「こども商品券」「イタリアントマト食事券」「ゲームメダル引換券」「プレミアムポイント」「寄付」の5種類の中から、ご希望のものをお選びいただいております。今年の株主優待は、2013年9月

30日が申し込み期限です。まだお申し込みでない方は、株主優待サイトもしくは申込専用はがきにてお申し込みいただけますようお願いいたします（詳細は6月下旬に送付した案内冊子をご参照ください）。

【お問合せ先】株主優待サービスコールセンター
電話 0120-997-224
(土・日・祝日を除く平日10:00~17:00/9月30日まで)
【申し込み期限】2013年9月30日

広報IR担当

**「HG BUILD FIGHTERS」シリーズ
HG 1/144 ビルドストライクガンダムフルパッケージ**

10月上旬発売予定 / 1,470円 (株)バンダイ

10月7日よりテレビ東京系で放送がスタートする「ガンダムビルドファイターズ」の劇中で、主人公イオリ・セイがストライクガンダムをベースにして作ったビルドストライクガンダムを、「HG BUILD FIGHTERS」シリーズとして商品化します。セットのビルドブースターと組み合わせて、ビルドストライクガンダムフルパッケージを再現。組み立てるだけで番組中に登場するガンダムのカラーリングが再現でき、可動範囲も広く、さまざまなアクションポーズを決めることができます。このほか、「HG BUILD CUSTOM 1/144 ビルドブースター」(525円/10月上旬発売予定)をはじめとする「HG BUILD CUSTOM」シリーズも同時に展開。従来の「ガンプラ」と組み合わせることで、番組に登場する「ガンプラ」が再現でき、自分だけのオリジナルカスタムが楽しめます。



◀ HG BUILD CUSTOM 1/144 ビルドブースター

▶ HG 1/144 ビルドストライクガンダムフルパッケージ
©創通・サンライズ・テレビ東京

**ガイストクラッシャー
ガイメタル0弾 ガイストクラッシャー誕生編**

11月上旬発売予定 / 全5種各998円 (株)バンダイ

4月から集英社『最強ジャンプ』『Vジャンプ』にて漫画連載中、10月よりテレビ東京系でアニメ放送がスタートし、12月には(株)カプコンよりニンテンドー3DS用ソフトの発売が予定されている「ガイストクラッシャー」。その玩具のメインアイテム「ガイメタル」シリーズを11月上旬に発売します。「ガイメタル」はアニメとゲームのキーアイテムで、アニメに登場する“ソウルガイスト”に変形できるものと、変形ギミックを搭載しない「超活性ガイメタル」の2種類があり、なりきりアイテムとして遊ぶことができます。ニンテンドー3DS用ソフトとは、「ガイメタル」裏面の二次元コードを読み込むことで、ゲーム内で主人公が使用するギアや武器が使えるようになったり、レアな敵と戦うミッションがプレーできる連動機能を搭載しました。



©ガイストクラッシャーギャリソン・テレビ東京 2013

PS3用ソフト「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」

発売中 / 通常版：7,980円 数量限定生産版：16,980円 (株)バンダイナムコゲームス

1987年にスタートし、26年経った今も『ウルトラジャンプ』誌上で連載が続く人気マンガ作品「ジョジョの奇妙な冒険」。荒木飛呂彦氏の代表作であるこの作品を題材にした対戦格闘アクションがプレイステーション3用ソフトに登場しました。ゲーム化にあたり、荒木氏の魅力的な絵のタッチを3DCGで忠実に再現し、「ジョジョ」の代表的な特徴ともいえる「印象的なポーズ」「斬新な擬音」「独特なセリフまわし」の表現に徹底的にこだわりました。なお、本作はYouTubeで5種類のプロモーション映像が配信され、合計約1,500万回以上視聴されたほか、発売2カ月前からは「オールスターバトルリーグ」と題した対戦番組を生配信し、視聴者数が10万人を突破。バトルの勝敗だけでなく、個性的なキャラクターのアクションや演出など本作の魅力をたくさんの方々が楽しみました。



©荒木飛呂彦 & LUCKY LAND COMMUNICATIONS / 集英社 ©2013 NBGI

機動戦士ガンダム Blu-ray メモリアルボックス

発売中 (初回限定生産) / 36,750円 バンダイビジュアル(株)

リアルロボットアニメの原点であり、今なお愛され続ける「ガンダム」シリーズ。1979年にTV放送され、社会現象を巻き起こす大ヒットとなったシリーズ第1作「機動戦士ガンダム」が、待望のBlu-ray BOXで登場します。TVシリーズ全43話を完全収録し、特典として第1話「ガンダム大地に立つ!!」のシナリオ・絵コンテ・台本の復刻版「復刻資料アーカイブ」のほか、富野由悠季総監督の初期企画案や初期プロット、TVアニメ放送当時の雑誌記事やLD-BOX解説書、秘蔵映像集など、「機動戦士ガンダム」にまつわる貴重な資料を封入した豪華仕様です。また、インナージャケットはキャラクター・デザインの安彦良和、メカニカル・デザインの大河原邦男による新規描き下ろしです。



*デザインは若干変更になる場合があります

©創通・サンライズ