

Management
トップインタビュー

中期計画最終年度に向けて

国内トイホビー、コンテンツが好調継続 全体では複数の事業ポートフォリオ展開が効果発揮

2014年3月期（2013年度）の第3四半期連結累計期間（2013年4～12月）が終わり、中期計画の最終年度に向けた課題が明確になってきました。今回は、グループの現状と課題、各SBUの動向などについて、(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。

— 2013年度の第3四半期が終わりました。

石川 2013年度第3四半期連結累計期間の業績は、売上高3,681億26百万円、営業利益427億82百万円と、ほぼ前年並みの実績となりました。事業面では、トイホビー事業の国内が定番IP*商品を中心に好調だったことに加え、コンテンツ事業が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を中心に業績に大きく貢献しました。一方、トイホビーの欧米地域とアミューズメント施設事業が苦戦しました。

まだ第4四半期が終了していませんが、2013年度は好調な事業・地域と、厳しい事業・地域がはっきり分かれました。しかし、複数の事業ポートフォリオ展開の効果により、グループ全体では現在掲げている数値目標を達成できる見込みです。（詳細は4ページをご参照ください）

— 2013年度通期の見込みについて教えてください。

石川 2013年度通期業績については、売上高4,850億円、営業利益450億円、経常利益465億円、当期純利益255億円を見込んでいます。この見込み数値には、第3四半期までの実績や、市場環境を踏まえた直近の事業動向を織り込んでいます。それに加え、

足元で苦戦している事業については、2014年度をより身軽な形でスタートするための施策を2013年度内に行います。

トイホビーの欧米については、約10億円の在庫処分を行う予定です。そして、アミューズメント施設については、低収益或不採算の店舗約20店を順次閉店するほか、今後使用見込みの低い機器の処分などにより、約35億円の損失を計上する予定です。

また、2013年度は中長期的な成長に向けた種まきを行う年と位置づけ、さまざまな投資を行っています。新規IPの創出に向けたもの、海外の開発拠点設立、成長市場に向けたものなど、年間50億円の投資を行います。これらの投資については、2014年度以降、できるだけ早く成果につなげていきたいと思っています。

— 2014年度は現・中期計画の最終年度です。

石川 2015年4月からの次期中期計画のスタートに向け、体制や基盤を整えるとともに、課題に取り組みます。我々がやるべきことは、はっきりしています。好調なトイホビーの国内、コンテンツについては、全ての市場での圧倒的なNo.1を目指し、さらに貪欲に攻め続けます。苦戦し



(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

ている事業は、できるだけ早い立て直しを目指します。中長期的なグループの成長のために、トイホビーの欧米、アミューズメント施設の立て直しは必須です。2013年度中に行う施策に加え、今後さまざまな施策を推進します。

トイホビーの欧米の立て直しについては、トイホビーの最優先課題として、組織体制や収益構造の見直しを行います。事業面では、主力の「Power Rangers」で、日本で大ヒットした「海賊戦隊ゴーカイジャー」をリメイクした「Power Rangers Super Megaforce」の放映が2月より米国で始まりましたので、商品も強力に展開していきます。そして、複数IPによる安定的なポートフォリオ展開を目指し、「Power Rangers」シリーズに続く新規IPを導入し育成していきます。

(次ページに続く)

*IP: Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産

トイホビーの欧米とアミューズメント施設は 抜本的な見直しを実施

—アミューズメント施設の立て直し策とは？

石川 お客様との直接の接点であるアミューズメント施設は、グループにとって重要な存在ですし、グループの強みを活かすことで、まだまだできることがたくさんあります。立て直しに向け、4月よりアミューズメント施設事業を統括する(株)ナムコの代表取締役社長に、(株)バンダイナムコゲームス常務取締役の萩原仁が就任します。萩原は、バンダイナムコゲームスの事業全体を統括しており、数年前大きな赤字を計上した同社の立て直しにも貢献しました。特に、施設と親和性の高い業務用ゲーム機の経験が長く、その経験を活かしてグループ間の連携を強化するとともに、良い意味で客観的な視点で課題をとらえることができる人材です。また、現場重視主義でスピード感もありますので、そういう面でも立て直しに最適な人材だと思います。

このほかにも、組織の重複機能の統合や営業機能の強化、人員の現場へのシフトにより、現場力強化と効率化を進めます。そして、IPと物販の融合、IPと飲食の融合など、IPを活用した新たな事業の柱を育成します。消費税増税という難しい局面ではありますが、グループ一丸となり

立て直していきたいと思います。

—トイホビーの状況はどうか？

石川 おかげさまで国内は元気な状況が続いています。2013年度については、「スーパー戦隊」「仮面ライダー」「プリキュア」「機動戦士ガンダム」などの定番IPシリーズに加え、新規IP「アイカツ！」が大きく育ち、ラインナップが強化されました。2月からは新番組「ハピネスチャージプリキュア！」「烈車戦隊トッキュウジャー」の放映が始まり、キーアイテムを軸に強力な事業間連動を図っています。また、我々が獲得しきれない小学生男児向けに新たに投入した「妖怪ウォッチ」の商品も好調です。今後も全世代に向け、強力なIP・商品を提供し、国内圧倒的No.1を目指します。

欧米が苦戦する一方、アジア展開は順調です。事業カテゴリーやIPの拡大、現地の嗜好にあわせたアジア仕様の商品の投入など、今後さらにスピードアップしていきます（詳細は10～11ページに掲載しているバンダイ香港社長のインタビュー記事をご参照ください）。

—コンテンツはどうか？

石川 家庭用ゲームソフトは、「^{ゴッド}GOD EATER²」など新作タイトルのヒットに加え、年末年始商戦では、

リピート販売も好調でした。パッケージソフトについては、3月に発売予定の「DARK SOULS II」のようなワールドワイドで展開する大型タイトル、旬のタイミングにスピーディに投入する中小型タイトルをバランスよく展開します。また、2月よりフランチャイズタイトルの1つである「ソウルキャリバー」の新作をF2P*で提供を始めました。今後もタイトルの特性に合わせ、パッケージとネットワークの融合を臨機応変にやっていきたいと思っています。

業務用ゲーム機は、第4四半期に「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」など人気シリーズの新作を導入します。アミューズメント施設事業との連携をこれまで以上に深め、バンダイナムコならではの機器や景品の開発に注力していきたいと思っています。

映像音楽コンテンツについては、「宇宙戦艦ヤマト2199」や「ラブライブ！」のように旬のIPのタイトルを投入していきます。また、2014年は「機動戦士ガンダム」の35周年です。35周年の1年間だけでなく、40周年、50周年に向け、ガンダムの世界観をさまざまな形で盛り上げていく予定ですので、ご期待ください。

—ネットワークコンテンツは？

石川 ソーシャルゲームについては、今後も運営面での工夫などにより主力タイトルを軸に安定展開します。

*F2P：Free To Play、基本プレイ無料のこと

◆グループ全体でさまざまな商品・サービスを展開する「アイカツ！」



©SUNRISE/BANDAI,DENTSU,TV TOKYO



市場が拡大しているアプリについては、ソーシャルゲームに続く柱になりつつあります。2013年度については、2014年度に予定していたタイトルを一部前倒して投入するなど、

スピードアップして取り組んでいます。ネットワークコンテンツについては、国内タイトルを安定的に展開するとともに、今後はアジアなど海外への投入も進めていく予定です。

これは、海外での事業展開をさらに拡大していこうとするなか、バンダイナムコブランドの訴求と価値向上を図っていこうというものです。今後は、全世界で1つの「バンダイナムコ」として、各地域でグループの総合力を発揮していきたいと思えます。

— 2014年のキーワードは？

石川 私は、2014年のバンダイナムコグループを良い意味で「連鎖の年」にしたいと思っています。これまで、我々はIPを軸に事業間の横連動を行ってきましたが、これからは横だけでなく、事業領域や組織の枠を超え、あらゆる方向に自由自在に動き、前へ前へと「連鎖」を起こして行きたいと思えます。連鎖が次の連鎖を生み、その化学反応から新しい商品・サービスやビジネスモデルが生まれ続ける—そういうバンダイナムコグループを目指します。

バンダイナムコ発で前へ前へと「連鎖」を起こしていきたい

— 「IP軸戦略」が良い形で回りはじめました。

石川 「IP軸戦略」の核となるのは、やはりIPです。今後もパートナー企業の有力IPを強みに展開するとともに、「アイカツ!」のような商品・サービス発の創出も行います。それに加え、グループ内でのIP企画公募の新たな仕組み「オリジナル・スター・IP事務所」も活用します。先日、第1回の公募を締め切りましたが、国内外の社員から非常にたくさんの応募

がありました。今後審査を行い、ビジネス展開の可能性のある企画については、パイロット映像を製作しブラッシュアップしていきたいと思えます。

— グループ会社の社名・英文表記を変更しますね？

石川 4月より国内外のグループ会社31社の社名・英文表記を「NAMCO BANDAI」から「BANDAI NAMCO」に統一します。また、バンダイナムコホールディングスにつきましても、現在、変更することを検討しています。

◆バンダイナムコグループ主要会社の取締役体制

(株)バンダイナムコホールディングス (株)バンダイ

(2014年6月定時株主総会後予定)

代表取締役社長	石川祝男
代表取締役副社長	上野和典
取締役	大津修二
取締役	浅古有寿
取締役(非常勤)	大下 聡
取締役(非常勤)	萩原 仁*
取締役(社外)	佐山展生
取締役(社外)	田淵智久
取締役(社外)	松田 譲

(株)バンダイナムコゲームス

(2014年4月1日)

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
常務取締役	竹野史哉
取締役	浅沼 誠
取締役	冷泉弘隆*
取締役	相木伸一郎*
取締役(非常勤)	辻 雅明
取締役(非常勤)	萩原 仁

(2014年4月1日)

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	飛田尚美
取締役	小沼智哉
取締役(非常勤)	五十嵐正治
取締役(非常勤)	佐藤明宏

(株)ナムコ

(2014年4月1日)

取締役会長	橘 正裕
代表取締役社長	萩原 仁*
取締役	川崎 寛
取締役	名村 宏
取締役	出川敬司
取締役	有賀英雄
取締役(非常勤)	浅古有寿*

*印は新任

◆ナムコ新社長の紹介

＜萩原 仁 新社長のプロフィール＞

1959年4月8日生 神奈川県出身
 1978年4月 (株)ナムコ入社
 2005年4月 同社執行役員 AMカンパニー AM編成局長
 2006年4月 (株)バンダイナムコゲームス 執行役員 AMカンパニー バイスプレジデント 兼 AM編成局長
 2007年1月 ナムコ・アメリカ INC.、ナムコ・ヨーロッパ LTD. 取締役(非常勤) 兼務
 2009年4月 上席執行役員 AM事業本部長 兼 AMプロモーション部ゼネラルマネージャー
 2010年4月 上席執行役員 AM営業本部 本部長
 2011年4月 取締役 アミューズメント営業本部 担当 兼 本部長
 2012年4月 取締役 第1事業本部・アミューズメント事業統括本部担当 兼 アミューズメント事業統括本部長
 2013年4月 常務取締役 事業統括担当 アミューズメント事業統括本部長(現職)
 2014年4月 (株)ナムコ 代表取締役社長に就任予定



＜就任にあたってのコメント＞

「お客様の声を直接聞き反応を肌で感じることができるアミューズメント施設事業は、バンダイナムコグループにとって重要なファクターです。そして、まだまだできることがあり、可能性がある事業です。

施設のコンセプトや立地、機器ももちろん重要ですが、地域特性やターゲットにあわせ、心地よい空間と雰囲気を作るためには、人のサービスがなくてはならないものだと思います。アミューズメント施設事業の成長のためには、現場のモチベーションが上がるのが一番大事なことです。

就任後は、さまざまな『場』に足を運び、社員の声を聞き、議論したいと思えます。また、グループの各事業との連携、IPと融合した新業態についても、我々の力を活かすことで、もっとできることがあると感じています。そして、事業全体では、収益向上のため、組織や収益構造の抜本的な見直しを行い、一刻も早い立て直しを目指します。事業も環境も常に変化します。現場を最優先に、スピーディかつアグレッシブに挑戦していきたいと思えます」

2014年3月期 第3四半期連結累計期間業績

(株)バンダイナムコホールディングスは、2014年3月期第3四半期連結累計期間（2013年4月～12月）の業績を発表しました。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、玩具ホビー事業が、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。

<玩具ホビー事業>

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IP（Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産）や、女兒向け新規IP「アイカツ!」の商品が、各事業を横断する展開により好調に推移しました。また、乳幼児層や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行い、国内の各ターゲット・市場における「圧倒的No.1戦略」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」シリーズの商品が堅調に推移しましたが、欧米全体では年初計画を下回りました。

アジア地域においては、日本と連動した展開により、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>

家庭用ゲームソフトにおいて、「ジョジョの奇妙な冒険 オールスターバトル」「GOD EATER 2」などのヒットに加え、「ディズニーマジックキャッスル マイ・ハッピー・ライフ」や前年度に発売した「太鼓の達人」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。また、ネットワークコンテンツでは、人気IPのソーシャルゲームに加え、スマートフォン向けアプリや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。映像音楽コンテンツでは、「宇宙戦艦ヤマト2199」や「ラブライブ!」などの複数の新作タイトルや、アニメーション関連の音楽タイトルが好調に推移しました。

また、商品・サービスとネットワーク機能やイベントとの連動など、コンテンツ事業内の横連動により、IP価値の最大化を図りました。

<アミューズメント施設事業>

国内において、既存のアミューズメント施設事業に続く柱の構築に向けた取り組みとして、屋内型テーマパークを新たに3カ所オープンしました。また、IPの世界観を体感できる差異化した店舗展開などを推進しましたが、既存店売上高が前年同期比94.1%と前年実績を下回りました。

2014年3月期通期の業績予想につきましては、第3四半期連結累計期間の実績並びに市場環境を踏まえた各事業の直近の業績動向、玩具ホビー事業の欧米地域の状況、およびアミューズメント施設事業における店舗閉鎖や使用見込みの低い機器の処分などに伴う損失の計上により、以下の表の通りを見込んでいます。

◆2014年3月期第3四半期 連結累計期間の業績

(単位:百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	四半期純利益
2014年3月期第3四半期	368,126	42,782	45,696	29,702
前年同期増減率	5.0%	△3.2%	1.4%	6.1%

◆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(2014年2月公表)	485,000	45,000	46,500	25,500
前回予想(2013年11月公表)	485,000	45,000	46,500	29,000

◆2014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
玩具ホビー	136,509	11,606
コンテンツ	197,788	32,578
アミューズメント施設	43,067	△681
その他	20,385	1,567
消去・全社	△29,623	△2,288
合計	368,126	42,782

※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。

企業価値向上表彰 優秀賞を受賞

(株)バンダイナムコホールディングスは、東京証券取引所の上場会社表彰選定委員会が上場会社3,000社以上の中から選定する2013年度企業価値向上表彰で、ファイナリスト5社の中の1社に選出され、優秀賞を受賞しました。

本表彰は、経営計画および経営戦略、財務戦略および株主還元政策、ステイクホルダーとのコミュニケーション姿勢、企業価値向上経営の推進、企業価値向上に向けた取り組みとその成果という視点から審議されたものです。バンダイナムコホールディングスでは、今後も企業価値向上を目指した経営やコミュニケーション活動を行ってまいります。

クールジャパン機構に出資

バンダイナムコホールディングスは、経済産業省が主導し官民合同で設立されたファンドであるクールジャパン機構（株海外需要開拓支援機構、2013年11月設立）に出資しました。クールジャパン機構は、衣食住産業やコンテンツなど日本のさまざまな産業の海外展開を支援することを目的としたものです。

バンダイナムコホールディングスは今回の出資に合わせ、コンテンツ海外展開促進プロジェクトを新設し、同機構との連携により、海外に向けたさまざまな取り組みを推進していく予定です。



東日本大震災被災地で子どもたち向けに活動

バンダイナムコホールディングスは、昨年12月、宮城県石巻市で東日本大震災被災地の子どもたち向けのイベントを行いました。この活動は、2011年より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3県の各地で行っているもので、今回は石巻市の保育所と放課後児童クラブの2カ所で、合計約70名の子どもたちと絵本「くまのがっこう」のジャッキーをモチーフにしたクリスマスリース作りやダンスなどを行いました。



Portrait

現場から

新シリーズ「ハピネスチャージプリキュア！」を商品展開

(株)バンダイ ガールズトイ事業部 プリキュアチーム 福岡麗南^{れいな}

2月より「プリキュア」の新シリーズ「ハピネスチャージプリキュア！」のTV放映が始まりました。今回は、バンダイでメインアイテムの企画開発などを行う福岡麗南に話を聞きました。

Q新シリーズのコンセプトは？

A今回の「プリキュア」は、放送開始10周年、11作品目ということで、「新しく変わろう！」を意識して、映像を制作する東映アニメーションと企画を進めてきました。この10年で培った多くの経験やノウハウを踏まえて取り入れた新しい試みが、キャラクターが何種類かに変身をする「フォームチェンジ」です。過去にもパワーアップして衣装が変わることはありましたが、今回はフラメンコやヒップホップなど、まったく異なるテーマでフォームを変えますので、これまでと違った魅力をご覧いただけたと思います。

Qアイテム展開について聞かせてください。

Aプリキュアたちは変身前にもいろいろな変装をするので、女の子の大好きな「おし

ゃれ」をキーワードに、コーディネート遊びがたっぷり楽しめるアイテムを展開します。今回、連動アイテムとなるのは、カード「プリカード」です。これまでの連動アイテムは、メインアイテムの付属品的な位置づけでしたが、今回はプリカードがメインです。番組でも、プリカードを変身アイテム「プリチェンミラー」に入れて変装し、フォームチェンジするシーンが出てきますので、組み合わせで広がるカード遊びの楽しさを伝えていきたいと思っています。

Qどんなチャレンジをしていきますか？

Aプリカードを多くの方に知っていただくための初の試みが、「1話を見てプリカードGETキャンペーン」です。1話で流れる合言葉を玩具売り場で言うだけでキャラクタープリカードを1枚プレゼントし、プリチェンミラーを購入すると洋服プリカードを2枚プレゼントしました。番組を見て作品やキャラクターを好きになってもらい、売り場に来ていただくという流れをしっかりと作るために実施しました。プリカードは、マクドナルドのハッピーセットや、雑誌付録として



2007年入社。女兒ホビーの企画開発などを経て2009年4月より現職

も付きますので、一人でも多くの方にプリカードを知っていただきたいと考えています。また、今回は“なりきり”の進化ということで、攻撃にダンスアクションを取り入れられています。フォームチェンジによっていろんなダンスで攻撃しますので、子どもたちにぜひダンスを真似してもらいたいです。

Qこだわった点は何ですか？

Aメインアイテムのプリチェンミラーとプリカードをどのように連動させるかにこだわりました。玩具を軸に、データカードダスとも連動し、カプセル玩具、アパレル、生活雑貨など、さまざまな商品でプリカードのタッチポイントを広げていきます。ぜひこれからの展開にご期待ください。

©ABC・東映アニメーション

2014年 新キャラクター情報

烈車戦隊トッキュウジャー

スーパー戦隊シリーズ第38作品目「烈車戦隊トッキュウジャー」(毎週日曜日朝7:30～、テレビ朝日系)が2月16日よりスタートしました。「列車」をモチーフにした「烈車戦隊トッキュウジャー」は、光の路線「レインボーライン」を守るため、「列車」とともに悪の「シャドー」と戦います。(株)バンダイ(上野和典社長)では、劇中のキーアイテムであり、今回の連動アイテム「トッキュウレッシャー」を中心に、「烈車合体DXトッキュウオー」などの玩具をはじめ、玩具菓子、カプセル玩具、データカードダス、アパレル商品、生活雑貨などで商品展開します。



©2014 テレビ朝日・東映AG・東映

ハピネスチャージプリキュア!

今年で10周年を迎えた「プリキュアシリーズ」。2月2日よりスタートした「ハピネスチャージプリキュア!」(毎週日曜日朝8:30～、ABC・テレビ朝日系列)は、シリーズ11作目の作品です。プリキュアたちが「おしゃれ」をキーワードに、「ダンス」と「カード」で変身、変装、そしてシリーズ初の多段階変身「フォームチェンジ」をします。バンダイでは、劇中で使用する変身アイテム「ハピネス変身!プリチェンミラー」を中心に、番組と連動した各種商品を展開。変身時に使用する「プリカード」は、玩具をはじめ、玩具菓子、アパレル商品、生活雑貨などに付属し、プリチェンミラーやデータカードダスと連動して楽しめます。



©ABC・東映アニメーション

「Power Rangers」新シリーズ放映開始

「Power Rangers」シリーズの最新作「Power Rangers Super Megaforce」が、2月15日より米国で放映がスタートしました。「海賊戦隊ゴーカイジャー」(2011年放送)を米国向けにアレンジし、歴代レンジャーが総出演するオリジナルストーリーです。BANDAI AMERICA INC.では、日本でも大人気となった「レンジャーキー」を中心に関連商品を展開していきます。



©2014 SCG Power Rangers LLC.

「ディスク・ウォーズ:アベンジャーズ」をバンダイが商品展開

マーベルのスーパーヒーローたちで結成された最強チーム「アベンジャーズ」を原作とした「ディスク・ウォーズ:アベンジャーズ」(テレビ東京系6局ネット)が、4月よりスタートします。バンダイでは、現代に蘇る爽快戦略メンコバトル「バチ魂バット」を中心に商品展開をしていきます。



©2014 MARVEL

ハコビジョン

発売中/全2種、各525円、ガム1個付 (株)バンダイ

世界中で注目を集めている映像技術「3Dプロジェクションマッピング」といった映像体験を、世界で初めて手のひらサイズで再現するエンターテインメント食玩(玩具菓子)です。第2弾は「機動戦士ガンダム」をモチーフにし、4月14日に発売予定です。



©東京ミチテラス2012

データカードダス ワンピースキングス

3月6日稼働予定/1回1枚100円 (株)バンダイ

世界に1枚だけのオリジナルカードが払い出される新型筐体のカードクリエイティブバトルゲーム。自分のアバターを作成し、ワンピースの世界を放して出会った海賊とバトルすると、戦った強敵たちが仲間になり、オリジナルカードを作り出すことができます。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©BANDAI

「namcoイオンモール幕張新都心店」 海外用ゲーム機を導入してオープン

(株)ナムコ(橘正裕社長)は、昨年12月、千葉県千葉市に「namcoイオンモール幕張新都心店」をオープンしました。クールでシンプルな空間に、日本初登場となる海外仕様のアーケードゲーム(海外メーカー製品や日本のゲームメーカーが海外市場向けに開発した業務用ゲーム機)を揃えたゾーンをはじめ、仲間と楽しく遊ぶことができるゲーム機を多数導入。さらに、渋谷系ファッション誌「egg」とコラボレーションした、全国的女子中高生に好評のガールズ向けシールプリント専門店「eggnam」を、千葉県内で初めてコーナー展開。学生・社会人のニーズに対応した大人が楽しめるアミューズメント施設です。



「namcoテラスウォーク一宮店」 多彩な“遊び”を揃えてオープン

ナムコは、このほど愛知県一宮市に「namcoテラスウォーク一宮店」をオープンしました。子どもが大好きな乗り物や、幅広い年代に人気のメダルゲーム、みんなでワイワイと盛り上がるアーケードゲーム、そして多種多様な景品を揃えたクレーンゲームなどを展開。「データカードダス」のナムコ限定オフィシャルショップ「データカードダスステーション」と、時間課金型屋内砂場施設「あそびパーク」を併設し、ファミリーを中心に、若いカップルからシニア層まで幅広く楽しめるアミューズメント施設となっています。



ナムコ キャラポップストア「オトメイト」 イオンモール幕張新都心に期間限定オープン

ナムコは、イオンモール幕張新都心(千葉市)に、キャラポップストア「オトメイト」を3月31日までの期間限定でオープンしました。ストア限定グッズが当たる「オトメイト」抽選マシンや、ミニアトラクションのほか、オリジナルのクレーンゲーム機景品などを取り揃えています。また、フォトスポットにもなる等身大キャラクターパネルの展示もあり、女性向け恋愛ゲーム(乙女ゲーム)のブランドとして人気の「オトメイト」の世界観を存分に満喫できます。さらに、キャラポップストア併設タイプでは初となるカフェでは、「オトメイト」のキャラクターや作中アイテムなどをモチーフにしたオリジナルメニューが楽しめます。



ナムコのイベント情報

「弱虫ペダル in ナンジャタウン」開催

テレビ東京系で放送中の人気自転車ロードレースアニメ「弱虫ペダル」とのタイアップイベント「弱虫ペダル in ナンジャタウン」が、4月6日までナンジャタウンで開催中です。「弱虫ペダル」のキャラクターなどをモチーフにしたオリジナルデザート&フードが登場するほか、グッズや景品にはナンジャタウン限定となる猫耳をつけた「弱虫ペダル」キャラクターのイラストがあしらわれます。

©渡辺航(週刊少年チャンピオン) / 弱虫ペダル製作委員会



浅草花やしきが「トリック劇場版 ラストステージ」のコラボキャンペーンを開催

浅草花やしきは、1月に「トリック劇場版 ラストステージ」が公開されたのを記念し、コラボレーションキャンペーンを4月6日まで開催中です。映画の半券を持参すると入園が無料になるほか、園内各所で「トリック劇場版 ラストステージ」のPVを上映。実際に撮影で使われた衣装も特別展示しています。また、2月に新登場した園内巡回型リアル宝探しアトラクション「カラクリ財宝伝」が、4月6日までの期間限定で「トリック」とコラボします。

©2014「トリック劇場版 ラストステージ」製作委員会 ©テレビ朝日・東宝



「ナムコプリキュアオールスターズ キャンペーン2014」開催

ナムコは、3月15日に公開される「映画プリキュアオールスターズNewStage3 永遠のともだち」を記念し、タイアップキャンペーンを全国の直営アミューズメント施設約200店舗で4月8日まで開催しています。ナムコの店舗でしか手に入らない限定景品が登場するほか、キャンペーン実施店の対象景品機に500円投入で必ずもらえる「ナムコ限定プリカード トップス+ボトムスセット」(数量限定/全2種)のプレゼントを実施しています。

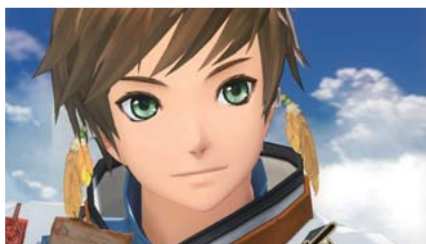
©2014 映画プリキュアオールスターズNS3製作委員会

【特設キャンペーンページURL】 <http://www.namco.co.jp/event/precure/2014/>



シリーズ20周年記念 PS3用タイトル 『テイルズ オブ ゼスティリア』発表

(株)バンダイナムコゲームス(大下聡社長)が発売するRPG『テイルズ オブ』シリーズが、2015年に20周年を迎えます。それを記念して最新作「テイルズ オブ ゼスティリア」をPS3向けに制作し、全世界で販売することを決定。昨年12月には制作発表会を開催し、会場の模様をニコニコ生放送で放送。8万人以上のファンが視聴しました。



『テイルズ オブ』シリーズは、メッセージ性の強さや、ロールプレイングゲームでありながらアクション性の高いバトルが、10代から30代の男女を中心とした幅広い層に支持されています。これまで100を超える国や地域で販売し、全世界でシリーズ累計出荷本数1,600万本を記録しています。

©いのまたむつみ ©藤島康介 ©NAMCO BANDAI Games Inc.

PAC-MAN ZONEがアブダビにオープン

バンダイナムコゲームスのオリジナルIP「パックマン」の業務用ゲーム機を中心に設置した施設が、今春、アラブ首長国連邦のアブダビにオープン予定です。本施設は、アブダビの大型ショッピングモール「マッシュリフ・モール」内の一区画として開設され、現地の大手オペレーター企業であるAl Hokairグループが運営しています。約600㎡の施設内をパックマンのイメージでデザインし、「パックマンスマッシュ」をはじめ、バンダイナムコゲームスの数多くの業務用ゲーム機が楽しめる施設になる予定です。



バンダイナムコゲームスでは、パックマンのIPを活用し、業務用ゲーム機のビジネスを大きく拡大すべく、この取り組みを欧米にも広げていく予定です。

©2012 NAMCO BANDAI Games Inc.

レーベルを統一し英文表記と海外子会社の社名変更

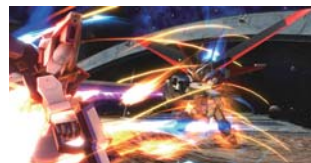
バンダイナムコゲームスは、2005年に(株)バンダイと(株)ナムコが経営統合したことを受け、2006年にグループのゲーム事業を統合して設立されました。以来、製品に「バンダイ」「ナムコ」「バンプレスト」のレーベルを記載して発売してきましたが、企業ブランドの向上を目的に、2014年4月1日以降に発売する製品から「バンダイナムコゲームス」のレーベルに統一します。

また、英文表記の社名も4月1日より「NAMCO BANDAI Games Inc.」から「BANDAI NAMCO Games Inc.」に変更し、海外子会社もこれに準じます。バンダイナムコゲームスは今後も、「遊び」を通じて世界中の人々に感動と豊かで楽しい時間を提供し、エンターテインメントの世界に不可欠な企業となることを目指していきます。

PS3用ソフト「機動戦士ガンダム EXTREME VS. FULL BOOST」

発売中 (株)バンダイナムコゲームス
通常版：7,980円(ダウンロード版 7,980円)
期間限定生産版：10,980円(" 10,980円)

好評稼働中のアーケード用ゲーム「機動戦士ガンダム EXTREME VS. FULL BOOST」がPS3に登場。自宅でアーケード用ゲームの魅力を存分に楽しめるほか、PS3版ならではの新機能・新要素も実装。また、カスタムサウンド機能を使い、アーケード版に未収録の歴代ガンダム作品の主題歌やオリジナル楽曲など計35曲を加えて楽しめる「機動戦士ガンダム EXTREME VS. FULL BOOST プレミアムG サウンドエディション」を期間限定生産で同時発売しました。



©創通・サンライズ

湾岸ミッドナイト マキシマムチューン5

3月稼働開始予定 (株)バンダイナムコゲームス

今年10周年を迎える「湾岸ミッドナイト マキシマムチューン」シリーズ。その最新作「湾岸ミッドナイト マキシ



マムチューン5」が3月に稼働します。今作では「乱入対戦」を重点強化。通常のコースがスタート地点とゴール地点が逆になるなど、新ルールでさらに熱い興奮が味わえる「エクストリーム乱入対戦」の実装や、乱入対戦結果に応じて上がる「乱入段位制」の導入で、店内での多人数対戦をさらに盛り上げます。また、新車種、新コース、新ドレスアップパーツなど、追加要素も盛りだくさん。飽きることなく楽しめます。

©Michiharu Kusunoki/Kodansa Ltd. All rights reserved.
©2013 NAMCO BANDAI Games Inc.

All trademarks and copyrights associated with the manufacturers, vehicles, models, trade names, brands and visual images depicted in this game are the property of their respective owners, and used with such permissions.

AM景品「ドラゴンボールZ MASTER STARS PIECE THE VEGETA」

3月下旬投入予定 (株)バンプレスト

バンプレストが自信を持って送る最高の造形ブランドシリーズ「MASTER STARS PIECE」(通称:MSP)より、「MSPドラゴンボールシリーズ」第2弾として「ベジータ」を全国のアミューズメント施設向けに、3月下旬より投入します。迫力ある表情と全身の筋肉美、衣服のシワやデザイン、彩色など細部にまでこだわり表現したシリーズ最新作です。(全1種、全長約22cm)



©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション

『劇場版 TIGER & BUNNY -The Rising-』 絶賛公開中

(株)サンライズ(内田健二社長)制作の人気TVアニメ『TIGER & BUNNY』の劇場版最新作『劇場版 TIGER & BUNNY -The Rising-』が、現在全国94館で公開中です。完全新作である本作は、TVシリーズ本編のその後を描いたエンターテインメント大作。ワイルドタイガーやバーナビー・ブルックス Jr.をはじめとしたTVシリーズお馴染みのヒーローたちが総出演するほか、新たなヒーロー「ゴールデンライアン」が登場し、物語をさらに盛り上げます。スタッフは、劇場版第1作「The Beginning」に続き、脚本を西田征史、監督を米たにヨシトモ、キャラクター原案&ヒーローデザインを桂正和が担当しています。



©SUNRISE/T&B MOVIE PARTNERS

『ラブライブ!』待望のTVアニメ2期 4月より放送開始

バンダイナムコグループのサンライズ、バンダイビジュアル(株)(川城和実社長)、(株)ランティス(井上俊次社長)が製作参加し、2013年にテレビ放送されて大ヒットを記録したスクールアイドルプロジェクト『ラブライブ!』のTVアニメ2期が、4月より放送を開始します。廃校の危機に瀕した母校を救うため、スクールアイドルμ's(ミューズ)を結成した9人の少女たちの成長を描きます。アニメーション制作は、第1期シリーズに引き続きサンライズが担当します。

このほか4月より、2010年に劇場公開された異世界ロボット戦記『ブレイクブレイド』が、新作カットの追加と再構成によりTVアニメとして放送されるほか、ファミリー向け人気アニメ『たまごっち!』が『GO-GO たまごっち!』としてさらにパワーアップし、歴代人気キャラがアニメ本編に集結する新シリーズもスタートします。



©2013 プロジェクトラブライブ!

ウィッチクラフトワークス 1 <完全生産限定版>

3月26日発売予定

バンダイビジュアル(株)

Blu-ray Disc : 7,000円(税抜)

現在TVアニメが好評放送中の『ウィッチクラフトワークス』が、完全生産限定のBlu-rayで発売されます。水島努(監督)、吉田玲子(脚本)らアニメファンからも圧倒的な支持を得ているトップクリエイターが集結した本作は、総勢30人以上の魔法少女が登場する新感覚の学園ラブコメディです。特典として、原作・水籬竜描き下ろしの16ページのマンガを封入。新作ショートアニメなど映像特典も多数収録しています。



©水籬竜・講談社/ウィッチクラフトワークス製作委員会

スペース☆ダンディ 1

4月25日発売予定

バンダイビジュアル(株)

Blu-ray Disc : 6,000円(税抜)、DVD : 4,800円(税抜)

『カウボーイビバップ』の渡辺信一郎が総監督を務める待望の最新SF『スペース☆ダンディ』が、Blu-rayとDVDで発売されます。70年代テイストのSFをベースに、時には壮大なスペースオペラ、時にはシュールコメディとさまざまなアプローチで、現在TVアニメも好評放送中です。特典として、Blu-ray・DVDともに特製ブックレットとオリジナルステッカーが封入のほか、Blu-rayにはキャストによるオーディオコメンタリーが収録されています。



©2014 BONES / Project SPACE DANDY

「START AGAIN」 神谷浩史

発売中

(株)ランティス/Kiramune Project

豪華盤CD : 2,000円(税抜)、通常盤CD : 1,429円(税抜)

人気、実力ともにNo.1を走り続ける声優・神谷浩史。昨年4月以来、9カ月ぶりとなるニューシングルです。CDデビュー5年目を迎える今年、彼自身の“今”を体現した意欲作。表題曲「START AGAIN」



©Kiramune Project

をはじめ、新曲3曲を収録しています。豪華盤にはミュージッククリップやトレーラーを収録したDVDが付属するほか、初回生産分のみサイン入りメッセージカード(豪華盤・通常盤各1種)を封入しています。

我々の考える「日本発アジア一気通貫」とは 日本とアジアを1つの市場と捉え事業拡大を目指すこと

中期計画で「新成長領域」と位置づけ、「日本発アジア一気通貫強化戦略」や「バリューチェーン改革」などさまざまな施策を推進してきたアジアでの展開が、順調に推移しています。今回はアジア地域の状況と今後の展望について、地域統括会社である萬代（香港）有限公司（以下、バンダイ香港）の五十嵐正治社長に話を聞きました。

* SBU：戦略的事業単位、IP：知的財産

—バンダイ香港の機能・役割は？

五十嵐 一言で言うとアジア地域における事業の統括会社です。2年ほど前に、香港地区の各SBU*と関連事業会社、合計7社のオフィスを1箇所に集約したことで、現場のコミュニケーションが活発になり、グループ各社の目指す方向性が統一されてきました。これにより、SBUや会社の枠を超えて現地イベントや生産面での相互協力などが自然発生的に行われるようになり、グループ一体となってアジア展開を推進できる環境が整ってきました。これからさらに情報の共有化を図り、アジア地域の事業活動を強化していきます。

—アジアではトイホビーの「日本発アジア一気通貫強化戦略」が好調ですね。

五十嵐 おかげさまでアジアでも、日本で人気の機動戦士ガンダム、仮面ライダー、スーパー戦隊、ワンピース、聖闘士星矢など、日本IP*の商品・サービスが順調に推移しています。

「日本発」というと、上から目線で日本を中心に物事を考えているように思われがちですが、そうではありません。

せん。アジアという市場に日本で展開しているIPや商品などへのニーズがあれば、どんどん展開していこうということなのです。そして、アジアとひとくくりで言いますが、アジアという国はないのです。日本と嗜好が似ている部分が多い東南アジア地域、欧米と嗜好の近い西南アジア地域、そして可能性が高いものを取り組むべき課題も多い中国本土と、それぞれの国によって経済状況やメディア環境も違いますし、言葉や生活習慣、嗜好も異なります。バンダイ香港が、そういうマーケットやニーズをきっちと把握した上で、相互理解ができる日本との太いパイプを作り、提案していく。それが我々の考える「日本発アジア一気通貫」なのです。

アジア地域における事業展開だけでなく、全世界に向けた生産のコントロールタワーとなるアジアには、さまざまな情報とスピードが要求されます。今後も常に半歩先で手を打ち、情報や仕事のノウハウを現地スタッフと共有し、事業戦略をたえず明確に打ち出すことで、社員のモチベーションや意識を向上させていき

たいと思います。

—アジア戦略会議の役割について聞かせてください。

五十嵐 アジア戦略会議は中期計画を機にスタートしたグループ横断の会議体です。四半期ごとにバンダイナムコホールディングスと国内外主要会社の役員が集まり、情報交換はもとより、具体的なビジネスについてもSBUの枠を超えて協議しています。これはビジネスを進める上で非常に意味がありますし、さまざまなアイデアも生まれています。例えば、2013年夏に香港で開催した大型イベント「GUNDAM DOCKS AT HONG KONG」は、ガンダムというIPが持つ世界観を存分に発信することができましたが、これもアジア戦略会議が大きな役割を果たしています。

—メディアに対する対策は？

五十嵐 従来よりバンダイ香港内にあったメディア媒体やIP著作権保有会社と交渉を行う機能をより強化するために、2013年度より「アジアメディア部」を新設しました。各国ごとの環境も異なり、簡単なことではありませんが、さらにキャラクターマーチャンダイジングを拡大するために、人材を配し、メディア媒体と商品・サービスの密接な連動を図るべく、コミュニケーションを強化する活動を行っています。

—アジアならではの試みも生まれていますね。

五十嵐 2013年より石森プロ、伊藤忠商事がインドネシアのメディアと組



香港で開催した大型イベント「GUNDAM DOCKS AT HONG KONG」
©創通・サンライズ



アジアでの展開をスタートした「アイカツ！」商品
©SUNRISE/BANDAI,DENTSU,TV TOKYO



グループ社のオフィスを集約した香港オフィス

んで製作したインドネシアオリジナル特撮番組「Bima Satria Garuda」が放映され、バンダイが発売した関連商品も人気となっています。また、当地ではバンダイナムコゲームスと組んでデジタルカード筐体も導入し

ています。このほか、日本IPの商品でも、現地の嗜好にあわせた仕様変更や低価格商品の投入など、ニーズにあわせた展開を図っています。これから各地域や各事業でこのような展開ができればと思っています。

10年先を見据えた「事業のローカリゼーション」が必要

— そのほかの事業の状況は？

五十嵐 ハイターゲット向けのコレクター玩具やガンブラ（機動戦士ガンダムのプラモデル）も順調です。ガンダムについては、公式情報サイト「GUNDAM.INFO」を活用し、映像配信を日本と同日に実施したり、最新情報を掲載するなど時差のない取り組みにより、アジアでの認知度を高めた結果が表れてきています。また、コレクター玩具は中国でのショールーム開設や各地のイベント開催で商品ブランドの浸透を図っています。

今後は、玩具菓子やカプセル玩具などの玩具周辺事業も強化していく方針です。また、女兒玩具については、「プリキュア」シリーズの市場開拓を進めています。さらに「アイカツ！」も展開をスタートしました。

そして、何でも日本発というのではなく、アジア発のオリジナルIPがあってもいいと思っています。バンダイ香港でも独自にアジア向けIPの開発に取り組んでいます。また、現在はアジア展開における幹を太くする過程ということで、玩具ホビー事業のウエイトが大きいです。市場性の検証を行っているアミューズメント施設事業、業務用ゲーム機の強化やネットワークコンテンツのアジア展開を視野に入れているコンテンツ

事業と連携をとり、「同魂異才の集団」としてグループの総合力をさらに発揮したいと思っています。

— Eコマースも展開していますね。

五十嵐 自社のECサイト「プレミアムバンダイ」は、限定商品などもある海外のファンからのニーズも高く、2012年の香港に続き、2013年末に台湾でもオープンしました。このほか中国では現地のECサイトを活用するなど、地域特性にあわせてさまざまな取り組みを行っています。

— 2014年は中期計画の最終年度です。

五十嵐 今年は次の中期計画に向けた準備期間になりますが、そこで一番重要なのはやはり人材育成です。バンダイ香港では、これまでも国籍を問わずアジア各国のグループ会社の人材を集め、マネジメント研修を行ってきましたが、こうした取り組みをさらに強化し、人材育成を図ります。

事業面では、今年は「日本発アジア一気通貫強化戦略」などさまざまな施策の成果や課題が出る年だと思います。環境もどんどん変化していますので、最終年度は次期中期計画に向けてグループ一丸となった体制づくりを行います。アジアにいる我々だからできるアドバイスを各SBUや各社にすることも、地域統括会社の役割だと思います。



五十嵐 正治 バンダイ香港社長の経歴

1977年4月	(株)バンダイ入社
1991年4月	海外本部 開発推進室 課長
1993年3月	萬代(香港)有限公司 取締役
1998年1月	BANDAI U.K. LTD. 代表取締役社長
2003年2月	グローバル部 セネラルマネージャー
2005年10月	グローバル経営企画室 セネラルマネージャー兼 社長室 セネラルマネージャー
2006年4月	バンダイ取締役 海外政策担当兼 グローバル戦略室 セネラルマネージャー
2009年4月	萬代(香港)有限公司 代表取締役社長
2010年4月	バンダイ取締役 開発・生産政策 海外政策担当兼 グローバル戦略室管掌
2013年4月	バンダイ取締役 グローバル政策、開発・生産政策 (現職)

我々にとって大切なことは、10年先を見据えて、今、事業のローカリゼーションに向けて杭を打っておくことです。グローバルな視点で仕事ができる香港にアジアのヘッドクォーターオフィスを置き、グループ各社の拠点を集約したのも、2013年に新たな生産工場をフィリピンに建設したのも、その取り組みの一環なのです。今後も足元の変化をスピーディに収集するとともに、中長期を見据えた取り組みの先手を打つことで、アジア展開の拡大に貢献していきたいと思っています。

編集後記

バンダイナムコグループでは国内外のグループ会社31社の社名・英文表記を今年4月1日より変更することとしました。これは海外におけるバンダイナムコブランドの訴求と価値向上を目的にしたもので、国内グループ会社の社名・英文表記および海外グループ会社に含まれる「NAMCO BANDAI」の表記を「BANDAI NAMCO」に変更します。

なお、バンダイナムコホールディングスにつきましては、社名の英文表記を「NAMCO BANDAI Holdings Inc.」から「BANDAI NAMCO Holdings Inc.」に変更することを検討しています。いよいよ4月から中期計画の最終年度がスタートしますので、グループ一丸となり、2015年からの次期中期計画に向け戦略実行に取り組んでまいります。

広報IR担当