



BANDAI NAMCO NEWS

Group News Letter

No.4
2006
June

株式会社 バンダイナムコホールディングス 〒108-0075 東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル9F <http://www.bandainamco.co.jp/>

Management Eyes

2006年度の展望と抱負

■ 中期経営計画のスタートの年として 実績を上げ、統合成果を示す

バンダイナムコグループの組織再編がほぼ完了し、「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」をテーマとする3か年中期経営計画がスタートしました。今回は2005年度を総括するとともに、2006年度の展望と抱負をバンダイナムコホールディングスの 須武男社長に聞きました。

——2005年度を総括してください。
高須 総じて言うと、SBU（戦略ビジネスユニット）では玩具ホビーや映像音楽コンテンツが好調に推移し、ネットワークも堅調でした。しかしゲームコンテンツは、家庭用ゲームの環境変化に素早く対応することができず、目標を達成することができませんでした。またアミューズメント施設も厳しい状態が続きましたが、2006年に入ってから回復基調にあり、ナムコのアミューズメント施設では前年を上回る実績となっています。ゲームコンテンツも、家庭用ゲームはハードの端境期であることから、業界全体が不透明な状態となっていますが、業務用ゲームについては順調に推移しています。

——経営統合から半年が経ちました。
高須 当初の想定以上に速いスピードでグループの再編ができたと感じています。昨年5月に経営統合を発表し、9月にバンダイナムコホールディングスを設立し、12月に主要関係会社が持株会社に直結する資本関係となりました。今年1月には米国地域持株会社NAMCO BANDAI

Holdings (USA) INC. を設立し、新しい体制でアメリカにおける事業を開始しました。さらに1月はバンダイロジパルの100%子会社化を行い、2月にはグループの中期経営計画を発表。3月にはバンダイナムコゲームスと新生ナムコをスタートさせました。6月にはバンプレストを完全子会社化する予定です。

このように速いテンポで再編を進めることができましたが、これもグループの社員一人ひとりが、統合の目的を共有することができているからだと思います。これで再編については一応のピリオドが打てましたので、あとはSBUごとに事業計画の達成を目指していきます。

——新生ナムコの状況はどうか？
高須 ナムコはここ2年ほど新しい大型施設をほとんどオープンしていませんでしたが、今年度はスケールメリット追求と、グループの事業との相乗効果の場として、10店舗程度出店する計画です。これらの中には、グループ内の商品を活かしたシナジー効果を発揮している北海道の「ナムコあそベース」（6月オープン）のようなものもありますし、首都圏近郊にもナムコのロケーションのノウハウと、バンダイが得意とするキャラクターマーチャンダイジングのノウハウを融合した大型店も出店予定です。

さらに来年春には、プレシニア世代を対象にした「玄創工房」（仮称）を横浜市にオープンします。これは社員の

提案から生まれたアイデアで、物づくりに打ち込むことができる空間や時間を提供する新しい娯楽施設です。

今後は施設事業に限らず、あらゆる事業において社員の提案やアイデアを活かす仕組みや風土を、グループ全体で広げていきたいと思っています。

（次ページに続く）



株式会社バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長 高須 武男

Contents

Management Eyes	1~5
2006年度の展望と抱負	
News Topics	6~11
「デジモンセイバース」の関連商品を続々と展開 「キッズケータイpapipo!」6月に発売 「E3」で次世代ゲーム機向けタイトル発表 バンダイビジュアルがランティスを子会社化 「ナムコあそベース」6月に北海道でオープン 無料ケータイサービス「GAMOW」スタート、他	
Business Angle	12~13
(株)バンダイナムコゲームス 石川祝男社長 & 鶴之澤 伸副社長	
Close-up Products	14
業務用ゲーム「タイムクライシス4」、他	

ライトユーザー向けコンテンツにも力を入れながら バンダイとナムコの持ち味を活かしたソフトを開発

——ゲームコンテンツSBUに対する
施策を聞かせてください。

高須 私は今回の中期経営計画を推進する上で、重要なカギとなるものの1つはゲームコンテンツだと思っています。バンダイとナムコが統合して、世界でも有数のゲームコンテンツプロバイダーになったわけですが、新しく誕生したバンダイナムコゲームスが一体どんなコンテンツを作るのか、どんな可能性を示してくれるのか。それがユーザーの皆様にとっての期待であり、我々にとっての課題でもあります。

昨年を振り返ると、市場では携帯ゲーム機に対応したライトユーザー向けのコンテンツが好調でしたが、その動きに対して迅速に対応できませんでした。その反省から、今期はライトユーザー向けの開発にも力を入れ、リリースするタイトルのバランスを図っていきます。もちろん、エッジの効いた大型ソフトの開発は

これまで通り行っていきますし、ゲーム発のオリジナルコンテンツの創出にも力を入れていきます。

このような取り組みにより、顧客ニーズに合ったバランスのとれたタイトル構成にしていくほか、適切なコスト管理や、クリエイターの最適配置などによる開発プロセスの改革も抜本的に行います。社員もやる気になっていますので、体制が軌道に乗ることで、これまでのバンダイとナムコの長所を活かした新しいコンテンツが確実に生まれてくるものと信じています。

——その他の戦略ビジネスユニットの動きはどうですか？

高須 トイホビーは、たまごっちプラスシリーズが全世界で累計販売数2,000万個を突破し、世界規模で人気となっています。今後も「データカードダス」との連動や、周辺商材の展開により、息の長いキャラク

ターに育てていきます。そのほか定番シリーズの「轟轟戦隊ボウケンジャー」や「仮面ライダーカブト」、ガンダムシリーズにも期待しています。

ネットワークでは、バンダイネットワークスが新技術を活用した新しいサービスの追求や、ネット広告事業をスタートするなど、堅実に成果を上げています。

映像音楽コンテンツは、バンダイビジュアルが2006年2月期の決算で過去最高益を更新するなど好調でした。今期からは本業である映像に加え、音楽コンテンツ事業や出版事業も着手していきます。音楽事業では、数多くのアニメーション関連の楽曲の権利を保有する(株)ランティスをバンダイビジュアルが子会社化しました。今後は映像コンテンツと音楽コンテンツの相乗効果により、コンテンツ価値の最大化を図ります。このほかにも、電子出版など新しいインフラを活用した新規事業への挑戦により、映像音楽コンテンツ事業の多角化を進めていきます。

アパレル、菓子、福祉事業、スパなどで 新しい戦略ビジネスユニットの確立を目指していく

——海外はどのような状況ですか？

高須 海外ではすでに第1四半期が終わりましたが、ほぼ計画通りに推移しています。トイホビーでは欧米市場で「パワーレンジャー」や「たまごっち」が元気ですし、ゲームコンテンツでは人気シリーズの業務用ゲーム機「タイムクライシス4」の投入も控えています。アミューズメント施設では欧州の複合型施設が好調なほか、引き続きアメリカ地域でのレベニューシェアの拡大により、海外での施設事業の安定化を図っていきます。各SBUごとに足元の事業をしっかりとやることで、成果は上がってくると思います。また、これまで海外では欧米市場の売上比率が高

かったのですが、中国の広州に設立した販売会社や、インド市場でのパワーレンジャー商品の販売などにより、アジア市場の拡大にも本格的に取り組めます。現在、海外の売上比率は約18%ですが、これを将来は50%に上げ、売上高1兆円規模の企業グループに成長させていきたいと考えています。

——売上高1兆円を目指すためには、SBUの拡大も必要ですね？

高須 もちろん視野に入れていきます。そのためにはM&Aや業務提携も必要だと考えています。すでに手がけている事業の中で可能性のあるものとしては、アパレル、菓子、福祉事業、スパがあります。いずれの事業



バンダイナムコホールディングスは3月31日付で実施した国内グループの組織再編を受け、同日の新聞紙面に企業広告を掲載しました。広告ではグループ各社のロゴマークを刻印した積み木でグループ各社が持つさまざまな個性を表現。バンダイとナムコのゲーム事業統合により設立されたバンダイナムコゲームスを組み合わせた積み木で表すことで、新しいものを創出していく可能性をアピールしました。

も、バンダイナムコグループのノウハウを活かすことでまだまだ伸びる余地はあると思っていますので、こうした事業がある程度の規模になったとき、新しいビジネスユニットとして独立させていきます。また、既存の事業だけではなく、エンターテインメントの領域にある、今までにない新しい事業にも挑戦していきたいと考えています。こうした新規事業についても、将来的にはSBUとして確立させたいと考えています。

CSRの意識を持たせるのも経営者の大切な務め

—CSR(企業の社会的責任)についてはどのように考えていますか？

高須 CSRは企業としての必須項目だと思えます。バンダイナムコグループにはCSR委員会があり、私が委員長を務めています。まず、バンダイナムコホールディングスでグループ全体の方針をまとめ、各グループ会社に広げていきたいと考えています。

CSRは社長一人でするものでは

なく、グループ全体、社員の一人ひとりに浸透させていかなければならないテーマです。今年3月から稼働を始めたバンダイのホビーセンター(静岡市)は、ソーラーシステムや水の回転利用、プラスチック廃材のリサイクルなどを行い、地球に優しい工場となっています。このような取り組みに加え、一番重要なことは、それぞれの現場でCSRを意識し、実践していくことです。たとえば社員一人ひとりが環境保全や商品・サービスの安全と品質、あるいは社会貢献を意識した行動を行わなければ、会社全体としてのCSRには繋がっていきません。社会の一員としてCSRやコンプライアンス(法令遵守)を社員に意識させていくことも、経営者の大切な務めだと思えます。

—今期の抱負をお願いします。

高須 今期は中期経営計画の初年度ですから、事業計画をきちんと推進し、実績を残していくことが何よりも大切です。それが株主の皆様をは



じめとするステークホルダー、そしてグループの社員への経営統合の成果に対する答えになります。その意味でも事業に邁進し、バンダイナムコグループの新しい姿をお見せしたいと思っています。

今後ともご支援、ご協力のほど、よろしくお願い申し上げます。

Financial Data

2006年3月期決算

2006年3月期のバンダイナムコグループは、トイホビー事業において全世界で「たまごっちプラス」シリーズが人気となったことなどにより好調に推移したほか、映像音楽コンテンツ事業において国内における「機動戦士ガンダム」シリーズがTVアニメーションや映画による高いグループシナジー効果を発揮し、好調に推移しました。しかしながらゲームコンテンツ事業では、国内外における家庭用ゲームソフト販売が不振となり、今後引き続き厳しい市場環境が予想されることから、たな卸資産の評価損を計上しました。また、より保守的な観点から、アメリカ地域において期首において計上していた繰延税金資産に関わる評価性引当額を計上しました。

この結果、当期の連結業績は表の通りとなりました。なお、この実績数値は今年2月に公表した通期業績見通しを上回る結果となりました。これは市場環境を鑑み、第4四半期業績を厳しく予想していたことに対して、業務用ゲーム機販売などが好調に推移したためです。

なお、配当金については、当期につきましては安定配当部分である年間24円の配当とさせていただきます。今後

の配当政策としましては、安定配当額年間24円をベースに、連結配当性向30%を目標に株主還元を実施していく方針です。

◆2006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
連結業績	450,829	35,669	37,122	14,149
'06年度予想	470,000	40,000	40,500	22,000

◆事業別営業概況 (単位:百万円)

事業分野	売上高	営業利益
トイホビー	181,007	19,085
アミューズメント施設	79,384	2,506
ゲームコンテンツ	130,430	10,451
ネットワーク	12,521	1,835
映像音楽コンテンツ	43,328	6,187

※見通しに関しては、種々の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。

“デジモン”の新作TVアニメーション 「デジモンセイバース」関連商品を続々展開

バンダイナムコグループは、「デジタルモンスター」（通称デジモン）の新作TVアニメーション「デジモンセイバース」（全国フジテレビ系、毎週日曜9時～）の放送開始を受け、関連商品を続々と展開します。すでに(株)バンダイ（上野和典社長）では、“デジモン”を育成・進化させる最新のデジモン端末「デジヴァイスiC」（各3,200円、2色）を発売し、人気となっています。5月下旬からは「デジヴァイスiC」との赤外線通信機能や、デジモン関連商品に付属する「D-αコード」の読み取り機能を持つデータカードダス「究極対戦!! デジモンバトルターミナル」を投入し、新しい遊びを提案していきます。

一方、(株)バンダイナムコゲームス（石川祝男社長）では、人気のニンテンドーDS用ソフトとして「デジモンストーリー」（5,040円）を6月15日に発売する予定です。そのほかにも「デジモンセイバース」は、玩具菓子、カプセル玩具、アパレルなど、幅広いジャンルで商品展開していきます。



データカードダス
「究極対戦!!
デジモンバトルターミナル」



©本郷あきよし・東映アニメーション・フジテレビ

◇デジタルモンスター

バンダイが1997年より“育成”“進化”“バトル”をキーワードに展開している携帯型液晶ゲーム機のシリーズ。通称“デジモン”。商品から生まれたキャラクターが小学生男児を中心に人気となり、ゲームソフト、カードゲーム、フィギュアなどさまざまなカテゴリーで商品化されました。1999年からはTVアニメ化され、日本発のキャラクターとして欧米などでも人気です。新シリーズ「デジモンセイバース」は、TVアニメシリーズでは5作目となります。

「楽しさ」と「安心」を両立させた子供用PHS 「キッズケータイ papipo!」を6月に発売

(株)バンダイは、(株)ウィルコム（八木洋一郎社長）の多機能通信モジュール「W-SIM」（ウィルコムシム）を搭載した子供用PHS端末「キッズケータイ papipo!」（オープン価格）を6月に発売します。

この商品は「子供にとって本当に楽しいケータイ」、そして「親が安心して持たせることができるケータイ」の2つをコンセプトに企画・開発されました。キッズ専用サービス「キッズスタジオ」により、通話やメールはもちろん、待ち受け画面・ゲー

ム・着信メロディをはじめとした楽しいコンテンツを豊富に取り揃える一方で、許可した人としか通話・メールの送受信ができない「安心モード」や、保護者が子供の現在位置を確認できる「位置情報サービス」、緊急時にワンボタンで指定先に連絡できる「緊急ボタン」などの安心・安全機能を装備しています。

「キッズケータイ papipo!」のメインターゲットは7～12歳の小学生で、インターネットでのダイレクト販売、ウィルコムの販売代理店、全国の ToysRUs 店舗などで販売する予定です。第1弾として「ぱぴぽブルー」「たまごっちバージョン」「ちゃおスタイルバージョン」の3種類を投入し、2007年3月までに20万台の販売を計画しています。



たまごっちの累計販売数 2,000万個を突破

(株)バンダイが2004年3月より展開している「たまごっちプラスシリーズ」の全世界累計販売数が、2006年3月末時点で2,000万個を突破しました。「たまごっちプラスシリーズ」は、赤外線通信機能を使った通信遊びの楽しさなどが支持され、小学生女児を中心に世界規模で人気となっています。海外市場では欧米を中心に現在約45か国・地域で販売されており、イギリスとオーストラリアで「Toy of the Year 2005」にも選定されました。

国内市場では、たまごっち本体と通信して遊ぶことができるデータカードダス「超ねんじゅーかいさい カードでおーえん! たまごっちカップ」を4月下旬に投入し、好調なスタートを切っています。

バンダイでは今後も、たまごっち本体だけでなく周辺商材の展開も積極的に行い、キャラクターの世界観を活かした楽しい遊びやサービスを提案していきます。

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

バンダイがアパレル事業で コラボレート企画を続々と展開

(株)バンダイでは、アパレル事業で有力企業とのコラボレーションを積極的に進め、共同企画商品を続々と展開しています。(株)ユニクロ(柳井正社長)とは、2005年4月より子供向けのドラえもんTシャツを共同企画していますが、5月に「たまごっち」のキャラクターをデザインした子供向けTシャツと、「ちびたまごっち」をセットにした「たまごっちTシャツ+ちびたまごっち」(3種/1,990円)を、全国のユニクロ店舗で発売しました。「ちびたまごっち」は、たまごっちをアクセサリ感覚で楽しんでもらえるようにサイズを3分の2にしたシンプル仕様の人気シリーズで、Tシャツに合わせてデザインされたユニクロオリジナル商品となっています。またデザインに用いたキャラクターは、たまごっちの中でも特に人気の“まめっち”が中心となっています。

そのほか(株)ナイキジャパン(ジム・ゴッドバウト社長)とも、初のコラボレート企画として、週刊少年ジャンプ(集英社刊)やTVアニメで人気の「NARUTO-ナルト-」に登場する主人公「うずまきナルト」をイメージした子供向けスニーカー「NIKE AIR RIVAL GT AF GS (NARUTO)」(7,140円)を6月中旬に発売します。ベースとなるスニーカーは、ナイキが日本の子供たちの足を研究して開発した“advanced fit”の足型を採用した本格的なランニングシューズで、ナルトをイメージしたオレンジ×ブラックのカラーでデザインされています。

アパレル事業部では他にもさまざまな企業とコラボレート企画を進めており、今後の展開にご期待ください。



「たまごっちTシャツ+ちびたまごっち」

ウルトラマンメビウス「DXメビウスプレス」

発売中/2,940円 (株)バンダイ

1966年にウルトラマンが登場してから40周年となる記念作品「ウルトラマンメビウス」(CBC/TBS系、毎週土曜日17時30分～)で、主人公のヒビノ・ミライが使用する変身アイテムです。番組の中ではプレスのクリスタルサークルを回転させ、ウルトラマンメビウスに変身。ウルトラマンメビウスに変身した後も、メビウスプレスが左手に残り、攻撃アイテムとなります。番組と同様に変身音、攻撃音が鳴り、モードの切替によって攻撃音が変わります。



©2006 円谷プロ・CBC

ふしぎ星の☆ふたご姫Gyu!「ハッピーベルン」

発売中/3,150円 (株)バンダイ

女兒に人気のTVアニメ「ふしぎ星の☆ふたご姫Gyu!」(テレビ東京系、毎週土曜日10時～)で、主人公のフィンとレインが使用する変身・魔法なりきりダンスアイテムです。流れてくるメロディに合わせて本体を振ると、LED(発光ダイオード)の光とともにベルや猫の鳴き声などのサウンドが流れます。メロディ&サウンドは全13種類。メロディに合わせてなりきりダンスをする変身モードのほか、魔法モード、おたのしみモードの3つのモードで遊べます(全長約25cm、付け替えベルパーツ付き)。



©BIRTHDAY・NAS・TV TOKYO

おうた♪たっぷりプリモプエル

発売中/7,980円 (株)バンダイ

今回のプリモプエルは、1年かけて少しずつ練習しながら、オリジナルの長い歌が5曲も歌えるようになる成長機能がつきました。最初の2～3日は恥ずかしがっていますが、少しすると「あーあーあー」と発声練習を始めます。その後1～2か月で1曲目をマスターし、月日が経つごとに歌のおさらいをしながら、次々と新曲の練習を始めます。そして1年後に「今週は発表会だよ。5曲フルコーラスで歌います」とすべての曲を歌ってくれます。このほかにも、おしゃべりする言葉が増え、電池ボックスの開閉や、音量調節が使いやすく変更されるなど、機能も充実しています。



©1999 BANDAI・WIZ

男前豆腐店 男前スイング

発売中/100円(1カプセル1個入り) (株)バンダイ

話題の「男前豆腐店」のヒット商品が、ボールチェーン付きのミニフィギュアになって、自販機専用カプセル商品(ガシャポン)に登場します。「男前豆腐店」は、インパクトのあるネーミング、斬新なパッケージデザイン、そして濃厚な味わいのユニークな豆腐を製造して話題となっている大豆加工食品メーカーで、今回はその人気商品の中から、「男前豆腐」「風に吹かれて豆腐屋ジョニー」「喧嘩上等やっこ野郎」「どんどこ豆腐」など8種を商品化しました。



©男前豆腐店

世界最大のゲームショー「E3」で次世代ゲーム機向けタイトルを発表

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)は、5月10日～12日の3日間、アメリカのロサンゼルス・コンベンションセンターで開催された世界最大のゲームショー「Electronic Entertainment Expo(略称:E3)」で、次世代ゲーム機向けの新作タイトルを発表しました。

今年11月にソニー・コンピュータエンターテインメントから発売予定の「プレイステーション3」向けタイトルでは、人気シリーズの「鉄拳6」、「リッジレーサー7」、「機動戦士ガンダム」(仮称)を大型スクリー

ンを使って映像出展し、来場者の注目を集めました。

また、現在マイクロソフト社から発売中の「Xbox 360」向けタイトルでは、「機動戦士ガンダム」(仮称)を試遊可能なプレイブルで出展。さらに任天堂から今年発売予定の「Wii」向けタイトルでは、「ファイナルハロン」を参考出展しました。

バンダイナムコゲームスでは、今後



PS3向けに発売予定の「リッジレーサー7」

©NBGI

発売が予定されている次世代ゲーム機に対しても、プラットフォームの特性やターゲットに合わせたタイトルをマルチプラットフォームで展開していく予定です。

Portrait

好調な新型ゲームマシン「データカードダス」を推進

(株)バンダイ 執行役員 カード事業部ゼネラルマネージャー ^{たお} ^{よしなが} 埜 義孝

2005年3月にスタートしたデジタルデータとカードゲームを融合した新型ゲームマシン「データカードダス」が、1年間で早くも7,000台以上を市場に導入するなど、好調に推移しています。今回は、データカードダス事業を推進するバンダイ・カード事業部の埜義孝ゼネラルマネージャーに、好調の要因と今後の戦略を聞きました。

Q データカードダスが好調ですね?

A 当初は初年度1,250台の導入を計画していましたが、予想以上に好調なスタートを切ることができました。これはキャラクターとして力のある「ドラゴンボールZ」や「NARUTO ナルト」などの特性が、データカードダスの遊びとうまくマッチングしたこと、そしてパンプレストと組んだことにより、玩具流通だけでなく、アミューズメント流通にも導入できたことが大きな要因だったと思います。購買層は小学生男児が中心ですが、「ドラゴンボールZ」では大人にまで人気広がってきています。

Q データカードダスの強みは?

A 大きな強みとしては、単に筐体でカードを売るだけでなく、キャラクターマーチャライジング力を最大限に発揮できるメディアの1つとなり得ることです。バンダイナムコグループで展開している玩具、菓子、自販機商品、雑貨など、さまざまな領域の周辺商材に対しても、波及効果が期待できます。

Q 今後の展開を聞かせてください。

A 今年4月から「たまごっち」で女児層への拡大を始めました。また5月からは、「デジモン」で男児向けのラインナップをさらに強化しています。この2つのキャラクターについては、玩具本体と筐体が赤外線通信でつながる遊びを付加しました。こうした点も、バンダイナムコグループならではの強みであり、特徴の1つだと言えるでしょう。データカードダスの筐体自体も、さらに進化したものにすべく開発に取り組んでいます。その意味では、経営統合によって優れた技術力を持つナムコと同じグループになったことが、



1984年バンダイ入社。開発本部、メディア部などを経て2002年より現職

©パードスタジオ/集英社・東映アニメーション ©BANDAI 2006

非常に心強いですね。

Q 導入台数は今後も増やすのですか?

A 2007年3月末までに1万2,000台を市場に導入していく計画です。ただし市場の動向を見ながら臨機応変に対応し、導入台数よりも収益力の維持を重視していきたいと思っています。

Q カード事業部の今後の戦略は?

A 昨年より事業開発チームをカード事業部内に設け、1年に1つ、新しいビジネスを立ち上げることを目標としています。これまで培ってきたカード事業を基盤に、今後もデータカードダスに続く新規事業を立ち上げていきたいと考えています。

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

バンダイナムコゲームスのカード認識技術を活用し ケータイ占いができるカードダスを発売

(株)バンダイが発売したカードダス「ふたりはプリキュアスプラッシュスター スプラッシュ☆スターカード」に、(株)バンダイナムコゲームスが保有するカード認識技術「DORECA」が採用され、ユニークな“ケータイ占い”を楽しむことができます。全51種のカードのうち30種あるノーマルカード(カメラ@カード)2枚を専用シート上に並べ、携帯電話のカメラで撮影。「恋愛」「友情」「勉強」のいずれかを選んで対応するアドレスにメールを送ると、プリキュアに登場するキャラクターたちから占い結果がメールで届けられます。携帯電話サイトの運営は、バンダイネットワークス(株)が行っており、グループ各社のノウハウを発揮した新しい遊びを提案しています。

総務省の「ネット利用の安全と未来推進会議」 にバンダイナムコゲームスが協力

総務省が今年5月に設立した「ネット利用の安全と未来推進会議」に、(株)バンダイナムコゲームスが通信事業者や学識経験者などとともに参加しました。当会議は、全国の小中学校にNHKの教育用映像をインターネットで無料配信する計画の推進母体で、今秋より全国の小中学校3万4,000校を対象に、3,400本のビデオクリップや映像を無料配信する計画です。バンダイナムコゲームスでは、ゲーム技術やノウハウを活用し、学校の授業で教育用映像を簡単かつ効果的に使用できるツールを提供します。同社は今回の会議参加が新事業分野開拓の第一歩ともなり得る重要なプロジェクトであると考えており、教育の現場へブロードバンド環境を普及させるとともに、教育分野で新しい市場を立ち上げていくための基礎づくりに取り組んでいきます。

“スパロボ” 発売15周年を記念して ファン感謝祭「鋼のOG祭り」を開催

(株)バンプレスト(仲田隆司社長)は、累計38作1,140万本を販売している人気ゲームソフト「スーパーロボット大戦」シリーズの発売15周年を記念して、4月22日に「スパロボ15周年記念 鋼のOG祭り」を品川プリンスホテル・ステラボールで開催しました。当日は出演声優陣のトークショー、歌手の水木一郎氏や影山ヒロノブ氏などによるライブ、最新作のPS2専用ソフト「スーパーロボット大戦OG ORIGINAL GENERATIONS」の映像公開、そして新作アニメシリーズの制作発表会などを行い、会場は熱気に包まれました。「スパロボOG」は、バンプレストのオリジナルキャラクターのみで構成された作品で、今後もゲームソフトをはじめ、アニメなどさまざまな分野で多角的に展開していく予定です。

PS2専用ソフト「.hack//G.U. Vol.1 再誕」

発売中/7,140円 (株)バンダイナムコゲームス

TVアニメーションをテレビ東京が、コミックを角川書店が、ラジオ放送を文化放送が、ゲームソフトをバンダイナムコゲームスが担当し、ほかにバンダイネットワークスがモバイルコンテンツを、バンダイビジュアルがパッケージソフトを展開するメディアミックスプロジェクト「.hack//G.U.」。その中核となるゲームソフト(全3巻)の第1巻です。架空のオンラインゲーム“The World”で発生した事件をテーマとしたアクションRPGで、ゲームの世界と現実世界で起こる出来事が関連し合う多層的なストーリー構造が特徴です。9月には第2弾「君想フ声」、12月には第2弾「歩くような速さで」を発売する予定です。



©.hack Conglomerate ©2006 NBGI

PS2専用ソフト「プロ野球熱スタ2006」

発売中/7,140円 (株)バンダイナムコゲームス

大ヒットした「プロ野球ファミリースタジアム」の発売から20年。それを記念して、シリーズを重ねることによりリアルに進化してきた本シリーズの最新作を発売しました。本作でも選手の容姿からモーション、フランチャイズ球場まで、PS2のリアルなグラフィックで再現しています。また、緻密なデータを元に野球メカニズムを解析し、詳細な選手データから配球や選手のクセ、特徴などをシミュレートできる機能も、前作以上にパワーアップ。さらに本作は、懐かしい「ファミリースタジアム」が最新データで遊べる「ファミスタモード」も収録しています。



©2006 NBGI (株)日本野球機構承認 フランチャイズ13球場公認 NPB BISプロ野球公式記録使用 ABF/JPBOC

業務用ゲーム「クイズ 機動戦士ガンダム 問・戦士」

稼働中 (株)バンプレスト

「機動戦士ガンダム」の業務用クイズゲームが、4月より全国のアミューズメント施設で稼働を開始しました。クイズのバリエーションとしては、「四択」「ビジュアル」「〇×」「名場面」があり、出題されるクイズはシリーズ第1作から最新作の「機動戦士ガンダム SEED DESTINY」まで、歴代すべてのガンダムが対象となり、総合的なガンダムの知識が試されます。なお、ゲームオーバーすると、画面にパスワードが表示され、これを専用Webサイトに入力すれば、全国のプレイヤーの中で“ガンダム博士”としての自分のランキングを確認することができます。



©創通エージェンシー・サンライズ ©創通エージェンシー・サンライズ・毎日放送

バンダイビジュアルがランティスを子会社化 より密接な協力関係で音楽コンテンツ事業の拡大を図る

バンダイビジュアル(株) (川城和実社長、東証1部)は、5月1日付でアニメーションやゲーム作品などの音楽を手がけている(株)ランティスの発行済株式の50.6%を取得し、連結対象子会社としました。

バンダイビジュアルは、今年度からスタートした新中期経営計画で、「映像から音楽・出版へと保有コンテンツを拡大」することを事業戦略として掲げ、新たに音楽コンテンツ事業を推進するにあたり、今年2月にランティスと業務提携を結びました。今回の資本提携は、より密接な協力関係を構築し、業務提携に伴う事業の拡大を効率的かつ効果的に実行する

ためです。

ランティスはバンダイビジュアルの出資作品(『よみがえる空 - RESCUE WINGS -』、『姫様ご用心』など)とのタイアップも多く、保有している楽曲は4,000曲にもものぼり、音楽事業を推進する上で強力なパートナーとなっています。

バンダイビジュアルでは今後、ランティスとの提携により、音楽関連の商品開発はもとより、Webを活用したラジオ番組の制作や音声系のコンテンツ配信などにも、積極的にシナジー効果を図っていきたいと考えています。



「姫様ご用心」のオープニング主題歌「百発百中とらぶるん♪」
歌：姫子とナーナ (新谷良子&宮崎羽衣)
©高柳滋仁・ノーマッド/バンダイビジュアル

株式会社ランティスの概要

所在地：東京都渋谷区広尾1-3-14
設立：1999年11月26日
代表者：代表取締役社長 井上俊次
資本金：4億2,050万円
決算期：2月末日
事業：ソフトウェアの企画・制作・発売
音楽著作権の取得及び管理
コンパクトディスク等の原盤の企画・製作

大ヒットシリーズの原点「機動戦士ガンダム」 バンダイビジュアルが初のDVD化

バンダイビジュアルは、1979年から翌80年にかけてTV放送され、後のアニメ作品に大きな影響を与えたリアルロボットアニメの金字塔「機動戦士ガンダム」を初めてDVD化。全2巻の「機動戦士ガンダム DVD-BOX」として初回限定生産で発売します。第1巻は2006年12月22日、第2巻は2007年1月26日に発売となります。販売ルートは全国の家電量販店の映像ソフト売場、CDショップ、アニメ専門店の映像コーナーなどで、9月14日までに店頭で第1巻を予約すると、特製アクションモデル「1/200 RX-78-2 GUNDAM Limited Version」(非売品)が付いてくる先行予約特典キャンペーンを実施します。また、「機動戦士ガンダム DVD-BOX」の発売に先駆け、7月からDVDレンタルもスタートします。バンダイビジュアルでは「機動戦士ガンダム DVD-BOX」を含むガンダムシリーズで、2007年2月期に80億円以上の売上を目標としています。



機動戦士ガンダムDVD-BOX
BOX1：'06年12月22日発売/37,800円
BOX2：'07年1月26日発売/31,500円
©創通エージェンシー・サンライズ

西川美和監督「ゆれる」(7月公開予定) '06年カンヌ国際映画祭監督週間に出品

5月17日~28日(現地時間)にフランスで開催された第59回カンヌ国際映画祭の監督週間ラインナップに、バンダイビジュアル(株)が製作に参加している西川美和監督作品「ゆれる」(7月公開予定)が出品されました。西川監督は大学在学中より、「誰も知らない」「花よりもなほ」などを手がけた是枝裕和監督の作品「ワンダフルライフ」や、「ディスタンス」に助監督として参加。2002年に「蛇イチゴ」で長編デビューを果たすと、新人離れた演出の才を発揮し、日本映画界の期待を集める存在に躍り出ました。「ゆれる」は4年ぶりの完全オリジナル長編映画の第2作にあたり、是枝監督も企画協力として参加しています。主演はオダギリジョーと香川照之。2人が演じる兄弟を軸に、人の内面に起きるさまざまな「ゆれ」を深く掘り下げ、ひりひりする痛みを持って描き切った、観る者の心を揺さぶる人間ドラマです。



©2006「ゆれる」製作委員会

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

ガンダムSEEDシリーズの新作アニメ「STARGAZER」をグループで展開

ガンダムファンを若い女性にまで広げ、大ヒットしたTVアニメーション「機動戦士ガンダムSEED」と、その続編「機動戦士ガンダムSEED DESTINY」に登場するコズミックイラ（物語上の紀元=C.E.）の世界観を継続した新作アニメーション「機動戦士ガンダムSEED C.E.73 STARGAZER（スターゲイザー）」が、今夏より展開を開始します。

「STARGAZER」は、バンダイナムコグループの(株)バンダイ、(株)サンライズ（吉井孝幸社長）、バンダイビジュアル(株)、(株)バンダイチャンネル（松本悟社長）の4社が制作したもので、TV版のアナザストーリーを描いた45分間のオリジナル作品となっています。映像の企画制作はサンライズが行い、TVシリーズのメインスタッフによるハイクオリティな映像を実現しました。

「STARGAZER」は、ガンダム作品としては初めて、オンデマンド配信で映像の先行公開を実施し、7月よりバンダイチャンネルが毎月約15分ずつ3回に分けて配信します。また、バンダイが6月よりプラモデルを発売し、バンダイビジュアルが今冬にDVDソフトの発売を予定するなど、グループ全体で「STARGAZER」の世界観を構築していきます。

◆ストーリー

警報アナウンスが響き渡り、地球は未曾有の悲劇に見舞われた。C.E.（コズミックイラ）73。ザフトによるユニウスセブン落下の衝撃波は、都市を打ち砕き、津波が逃げまどう人びとを呑み込み、地球に深い傷跡を残していった。恐怖と混乱のさなか、一体のモビルスーツが打上の時を控え、静かに空を見上げていた。その純白の機体—

STARGAZER—とともに、星の世界を想うDSSD（深宇宙探査開発機構）モビルスーツ開発チーム所属のセレーネ・マクグリフ。そして地球連合軍ファントムペイン所属「ストライクノール」のパイロット、スウェン・カル・バヤン。重ならない彼らの視線の先に、星はまだ見えない。



©創通エージェンシー・サンライズ・毎日放送

DVD「機動戦士ガンダムSEED DESTINY スペシャルエディション 砕かれた世界」

発売中/5,040円 バンダイビジュアル(株)

2004年10月から1年間にわたりTV放送された大ヒット作が、特別編4部作となって登場します。シリーズ全50話に新作カットを加えて再構成したもので、アフレコを新たに全編録音し、ピスタサイズで製作しています。主要キャラクターの一人、アスランの視点を軸にすることで、物語のエッセンスが凝縮され、TVシリーズとは異なる極上のドラマに仕上がっています。第1弾「砕かれた世界」は本編の第1話から第13話までを収録。引き続き第2弾「それぞれの剣」は8月25日に、第3弾は11月24日、第4弾は来年2月23日に発売する予定です。



©創通エージェンシー・サンライズ・毎日放送

DVD「かしまし〜ガール・ミーツ・ガール〜」

第1巻発売中/5,250円 バンダイビジュアル(株)

2006年1月から3月までテレビ東京系6局ネットで放送されたTVアニメ「かしまし〜ガール・ミーツ・ガール〜」のDVD第1巻で、以後、毎月1巻ずつ、全7巻を発売します。ある事件をきっかけに女性の体になってしまった男子高校生と、2人の少女が織りなす不思議で切ない三角関係を描いたトライアングル・ラブ・ファンタジーです。作品の認知度アップを目的として行っているWebラジオも話題となり、作品の世界観を拡げています。初回封入特典、毎回封入特典、毎回映像特典など、豪華な特典が満載の作品です。



©あかほりさとる・桂遊生丸・メディアワークス/かしまし製作委員会

新作TVアニメ「ゼーガペイン」

毎週木曜18時〜テレビ東京系6局ネットで放送中

バンダイナムコグループの(株)サンライズが制作したロボットアニメーション。新視覚の3DCGによる光装甲メカや、謎めいたキャラクターたちが魅力です。「ゼーガペイン」の関連商品として、バンダイからプラモデル、バンダイナムコゲームスからXbox360専用ゲームソフト、バンダイビジュアルからDVDソフトを販売する予定です。

<ストーリー> 快活な水泳少年キョウ。彼は千葉県舞浜近郊の高校に通い、恋愛や友達に忙しい学園生活を過ごす普通の高校生。しかし、ある日突然やってきた謎の転校生シズノに導かれるまま、異世界での巨大ロボットとの戦闘に巻き込まれていく。



©サンライズ・プロジェクトゼーガ・テレビ東京

親子で楽しめる“遊び”の空間 「ナムコあそベース」が北海道で6月オープン

(株)ナムコ(東 純社長)は、親子が日常から解放された空間の中でバラエティ豊かな「遊び」が体験できる時間課金制の施設「ナムコあそベース(仮称)」を、北海道札幌市に6月上旬オープンします。「ナムコあそベース」では、バンダイの玩具で遊べるゾーンや、キャラクター衣装に着替えて“なりきり写真”が撮れるゾーン、乗り物やゲームが無料で楽しめるアミューズメントゾーンなど、バンダイナムコグループの強みを生

かしたコーナーを多数設置するほか、道内初となる子供向けスポーツクラブゾーン、親子が触れ合える本の読み聞かせゾーン、そしてパーティールームなど、メインターゲットである3歳～5歳の子供が楽しめるさまざまな“遊び”を提供します。

また、施設全体が見渡せる中央には、店内のライブモニター映像や無線LAN位置情報システムを導入した保護者向けゾーンを設けており、保護者は子供の姿を確認しながらマッ



■ナムコあそベース概要(上:イメージイラスト)
所在地:北海道札幌市西区琴似
施設面積:約2,450㎡(約740坪)
営業時間:平日11:00~18:00 土日10:00~19:00
入場料:子供30分315円(税込)
保護者の方は1回入場料525円のみ

サージチェアでリフレッシュしたり、貸出用の本や雑誌を読んで、安心して時間を過ごすことができます。

会員制コミュニティサロン 「談話室いかや」オープン

(株)ナムコはこのほど、横浜ワールドポーターズの6階に、大人層をターゲットにした土日限定の会員制コミュニティサロン「談話室いかや」をオープンしました。談話室いかやは、ナムコが運営するダイケアセンター「いかや」の施設を活用したもので、“健康やアンチエイジングの講座”、“ワインを楽しみながら欧州の町と食文化を学ぶ講座”、“家にある画材から始めるスケッチ講座”など、好奇心をくすぐるさまざまな“お手軽カルチャー”を週替わりで多数提供する新感覚のカルチャーセン

ターです(1か月16講座)。

すべての講座が月額会費5,480円で受講できるほか、夫婦・友人との横浜散策や観光の拠点として、また休憩のラウンジルームや読書の場として、週末の時間を目的に合わせて優雅に過ごすことができます。



■談話室いかや
所在地:神奈川県横浜市中区新港2-2-1
営業時間:土曜・日曜の10:00~18:30

「こち亀ゲームぱ〜く」 好調なスタート

(株)バンプレスト(仲田隆司社長)の子会社(株)プレジャーキャストが運営するアミューズメント施設「こち亀ゲームぱ〜く」が、3月3日のオープン以来、約1か月で来場者6万人を突破し、好調なスタートを切りました。

「こち亀ゲームぱ〜く」は、週刊少年ジャンプ(集英社刊)で1976年から連載されている人気漫画「こちら葛飾区亀有公園前派出所」(こち亀)の世界観をテーマにし、“古き良き時代の東京下町”を再現したキャラクターアミューズメント施設で、主人公「両津勘吉」の誕生日である3月3日に原作発祥の地・亀有にオープンしました。どこか懐かしい風景の中で親子が楽しめる施設として、連日多くのファミリーで賑わっています。



©秋本治・アトリエびーだま/集英社・フジテレビ・ADK

ナンジャタウン10周年—施設をさらに充実

(株)ナムコが運営する池袋サンシャインシティにあるビルイン型テーマパーク「ナムコ・ナンジャタウン」が、1996年7月6日の開園から今年で10周年を迎えます。ナンジャタウンは昭和30年代の思い出をテーマにした面白くて懐かしい街で、独自の街巡り型アトラクションやフードテーマパーク、デザートイベントが人気を博しています。

ナムコでは10周年を機に、「古いテーマパーク」と「健康チェックアトラクション」を開設するほか、「デザートパーク」を新たに導入。さらにヒーリングパーク「りらくの森」には、日本初登場のセブ式ヒロット(マッサージ)がオープンします。また、人気フードテーマパーク「池袋餃子スタジアム」や「アイスクリームシティ」も、パワーアップして運営していく予定です。

バンダイネットワークス、VIBE、東急エージェンシーの提携第1弾 無料ケータイサービス「GAMOW」スタート

バンダイネットワークス(株) (大下 聡社長、JASDAQ上場) と子会社の(株)VIBE (黄江学社長) は、今年3月に(株)東急エージェンシーとインターネットやモバイル端末向けのネット広告事業で業務提携しましたが、その取り組みの第一弾として、高校生をコアターゲットとする無料ケータイサービス「GAMOW (ガモウ)」を4月17日に開始しました。

「GAMOW」は、“高校生の放課後ライフをサポート”をテーマに、着信メロディやゲーム、待受画像、占い、ランキング、芸能情報など、中・高校

生に人気のあるコンテンツだけを、無料サイトでは最大の量とクオリティで提供します。会員登録したユーザーは、友人の紹介やメルマガの中の広告をクリックすることでポイントを貯め、そのポイントに応じて着信メロディやゲームなどのコンテンツをダウンロードして遊べる仕組みになっています。3社は今後、携帯電話だけでなく、PC向けにもネット広告事業を展開していく予定です。



携帯電話向け電子コミック全3キャリアで展開

バンダイネットワークス(株)は、(株)バンダイチャンネル (松本 悟社長) の協力のもと、携帯電話向け電子コミック「アニコミワールド」をiモード、EZweb、Vodafone live!の3キャリアすべてに提供を開始しました。「アニコミワールド」は、(株)セルシスが開発・提供するコミックビューア (静止画や動画を見るためのソフト)「ComicSurfing」を使用し、機動戦士ガンダムなどの人気ア

ニメ作品をフィルムコミック化して配信します。また、バイブレーションや効果音による携帯電話ならではの演出も盛り込んでいます。すでに「機動戦士ガンダム」の劇場版や、「ケロロ軍曹」、「おねがいティーチャー」、「新世紀エヴァンゲリオン」などの作品を配信しており、今後も順次作品を追加していきます。



開発元: (株)バンダイチャンネル ©Y・M/K・S・TX・N

「SDガンダムRPG」iモード向けに6月より配信

バンダイネットワークス(株)は、(株)バンダイナムコゲームスと共同でiモード向けロールプレイングゲーム(RPG)「SDガンダムRPG」を開発し、6月初旬より配信を開始します。

「SDガンダムRPG」は、一年戦争を舞台に、緻密なシナリオと美しいグラフィックで構成された正統派RPGで、レベルを上げて新しいモビルスーツに乗り換えたり、ネットワーク上で他のユーザーと協力し合いながらミッションを攻略していきます。また、ユーザー同士でモビルスーツを交換できるシステムを導入するなど、よりユーザー同士のコミュニケーションを重視したゲーム構成となっています。

バンダイネットワークスとバンダイナムコゲームスでは、今後もグループシナジーを発揮しながら、ユーザーが満足する携帯電話向けゲームの開発を目指していきます。



※画面は開発中のもので、実際とは異なる場合があります。 ©創通エージェンシー・サンライズ ©BANDAI NETWORKS ©NBGI

ハピネットが流通機能を強化 ハピネット東日本第二ロジスティクスセンターを稼働

バンダイナムコグループで流通機能を担う(株)ハピネット (苗手一彦社長、東証一部上場) は、千葉県船橋市に建設していたハピネット東日本第二ロジスティクスセンター (第二センター) の稼働を開始しました。

ハピネットでは、2001年10月から高度で先進的な機能を備えたハピネット東日本ロジスティクスセンター (東日本センター) を千葉県市川市で稼働していますが、第二センターはこの東日本センターをフレキシブルに補完する目的で建設されました。今回の稼働により、サービスの一層の向上と物流コストの低減を目指します。今後は両センターを中核に、バンダイナムコグループの事業拡大に流通の面から貢献していくとともに、この機能を高度化させ、グループの流通機能を強化していきます。



■ハピネット東日本第二ロジスティクスセンター
所在地: 千葉県船橋市西浦3-10-4
敷地面積: 約18,183㎡
延床面積: 約28,151㎡

■ バンダイとナムコの強みを融合・進化させ ■ 世界No.1のエクセレントゲームメーカーを目指す

バンダイとナムコのゲームコンテンツ事業を統合し、今年3月31日付で設立された(株)バンダイナムコゲームスが、本格的に動き始めました。

バンダイの強みであるキャラクターマーチャンダイジングと、ナムコの強みである企画開発のノウハウが融合することで、どんなゲームコンテンツが生まれるのか——家庭用ゲームソフト市場で国内シェア2位を占めるバンダイナムコゲームスの動向に、ゲームファンをはじめ、業界関係者やマスコミから注目を集めています。

今回はバンダイナムコゲームスの石川祝男社長と鵜之澤伸副社長に、新会社の特徴と事業戦略、そして今後の経営方針やビジョンを聞きました。



——バンダイナムコゲームの現状はどうか？

石川 我々のような会社では、アイデアや企画が次々に出てくるようなムードが大切です。その意味では社内の雰囲気がとても良く、社員同士で意見を交換し合う姿が増え、新しいアイデアの提案が活発になってきました。新会社が設立される前に、両社の開発スタッフが集まり、ゲームコンテンツのプレゼンテーションを行ったことがあります。その時、ナムコのメンバーはゲームの中身や技術についての説明が中心だったのですが、バンダイは販促やプロモーションなど、マーケティングの話がほとんどでした。これが両社の特徴を物語っています。この異なる持ち味を活かし、お互いの強みを融合させれば、非常に魅力的なコンテンツが作れると思います。あとは、どのようにして現場のアイデアを汲み上げ、開発しやすい土壌や仕組みを社内で作っていきけるかということが、我々経営陣の課題だと思っています。

鵜之澤 私も同感ですね。常に良質のコンテンツを開発しようとするナムコの精神と、キャラクターを使ってメディアや他のカテゴリーと連動することを考えるバンダイのキャラクターマーチャンダイジングのノウハウがシナジーを発揮すれば、今までにない面白い切り口のコンテンツができると思います。私はバンダイナムコゲームスでコンテンツ制作本部長とコンシューマ事業統括を担当し、家庭用ゲームソフト全般を見ていますが、既成概念にとらわれることなく、若いスタッフの感性に任せるところは任せ、新しいコンテンツの開発に積極的にチャレンジできる環境づくりを行います。

——バンダイナムコゲームの開発体制は？

石川 開発部門は大きく分けると、家庭用ゲーム機や携帯ゲーム機向けのソフトを企画開発するコンテンツ制作

本部と、業務用ゲーム機を企画開発するAMカンパニー、携帯電話向けコンテンツを企画制作するWMCカンパニー、そしてパチンコ・パチスロ液晶を開発するP-7カンパニーがあります。今回の機構改革の大きな特徴は、コンテンツ制作本部では7つ、AMカンパニーでは3つのユニットによる組織体制をとったことです。これまで、各タイトルごとにプロジェクト制を採用してきたわけですが、1つのプロジェクトが終わると、次のプロジェクトに取り組みまでにどうしてもアイドルタイム（労働力が空費されている時間）が生じていました。それを50～100人ぐらいのユニット制にすることで、複数のプロジェクトを同時に進行させることができ、またユニットリーダーに責任と権限を与えることによって、人員の配置も効率よくできるようになります。こうした効率化や収益力の強化に向けた取り組みは、開発部門だけではなく、販売や生産などすべての部門で行っています。

——家庭用ゲームソフトの戦略を聞かせてください。

鵜之澤 バンダイナムコゲームスの誕生により、我々は家庭用ゲームソフト市場で国内シェア2位（2006年3月期の両社の合算数値より算出）となりましたが、さらにシェアを拡大していくためには、これからますます各ハードの特性に合わせたコンテンツ開発が重要となります。さらに女性向けやライトユーザー向けのコンテンツ開発など、新しいカテゴリーの創出も目指していく必要があります。新会社が発足した後も、我々はバンダイレーベルやナムコレーベルという形で新作をリリースしていますが、これはそれぞれのカラーの良さを失わせないため、将来的には各ユニットごとにレーベルが持てるようになると良いと思っています。もちろん、これからもゲームコンテンツの世界観をより深く味わってもら

うために、メディアミックス展開やゲーム発のコンテンツ創出も積極的に推進していきます。

独自の技術力を蓄積するためにも 次世代ゲーム機向けソフトの開発に参加

鵜之澤 次世代ゲーム機向けにも積極的に開発に取り組みます。この業界はハードの進化に対応できる企業しか生き残っていきませんし、これまで培ってきた我々の技術力をさらに蓄積していくためにも、各プラットフォームごとに戦略を練って取り組んでいきます。次世代ゲーム機はソフト開発費の高騰が問題視されていますが、これは初期投資の段階だけで、環境整備や技術の共有、創作過程の工夫などで削減させることができると考えています。次世代ゲーム機向けのコンテンツ開発については、他のプラットフォームとのバランスを考えながら、無理のない範囲で投資を行い、「機動戦士ガンダム」や「リジレーサー」などの人気シリーズを投入していく予定です。

——業務用ゲーム機はどうですか？

石川 バンダイナムコゲームスは、写真シール機や、「鉄拳」シリーズなどの対戦格闘ゲーム、「マリオカート」など、コアファン向けからファミリー向けまで幅広いラインナップを展開できる強みがあります。今後は大型メダルゲーム機などの分野も強化し、業務用ゲーム機市場でNo.1を目指していきます。今期は、バンプレストとナムコのノウハウを結集したコックピット型対戦ゲームマシン「機動戦士ガンダム 戦場の絆」や、人気のガンシューティングゲーム「タイムクライシス4」などを投入しますので、大いに貢献してくれるものと期待しています。

——海外はどのように展開していくのですか？

石川 北米地区は、今年1月にNAMCO BANDAI Games America Inc.を設立し、日本と連動して家庭用ゲームソフトの開発・販売を行っています。体制が整いましたので、魅力的なコンテンツをしっかりと精査しながら、積極的に投入していきます。また欧州でも事業会社を設立し、米国同様に日本と連動を行います。今後は欧米のトレンドも意識した開発を心がけ、我々のコンテンツをワールドワイドで展開していく方針です。

——新会社に対する意気込みを聞かせてください。



石川祝男社長
いしかわしよくお
1955年4月15日生まれ
78年3月 関西大学文学部卒業
78年4月 (株)ナムコ入社
95年6月 取締役第二開発部門担当
99年6月 常務取締役
研究開発生産管掌
02年5月 常務取締役AMカンパニー
プレジデント
05年4月 代表取締役副社長
コンテンツ事業管掌
ナムコ・アメリカINC.取締役会長
ナムコ・ヨーロッパLTD.取締役会長
ナムコ・ホールディングCORP.
取締役社長
06年4月 (株)バンダイナムコゲームス
代表取締役社長に就任



鵜之澤伸副社長
うのざわ しん
1957年9月27日生まれ
81年3月 早稲田大学商学部卒業
81年4月 (株)バンダイ入社
92年4月 バンダイビジュアル(株)取締役
95年4月 (株)バンダイ・デジタル・エンタテイン
メント 取締役
98年1月 (株)バンダイ
デジタルエンジンプロジェクト部長
99年4月 ビデオゲーム事業部部長
01年4月 執行役員 ビデオゲーム事業部
ゼネラルマネージャー
02年6月 取締役 ビデオゲーム事業部
ゼネラルマネージャー
03年4月 取締役 ゲームソフトカンパニー
プレジデント
04年4月 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
06年4月 (株)バンダイナムコゲームス
代表取締役副社長に就任

鵜之澤 業界からも注目されていますし、世界を舞台に活躍する上で、これほど良い組み合わせはないと思っています。初年度は、どれだけ両社の良い部分をコミュニケーションできるかに注力していくつもりです。そうやって一枚岩で目標に挑めば、自ずとヒット作も増え、業績も向上すると考えています。

石川 バンダイとナムコが経営統合して良かったかどうかは、我々の会社の成否にかかっていると思います。それを良い意味でプレッシャーに感じながら、しっかりと結果を残していくつもりです。我々に課せられたミッションは、世界中の人びとが喜び、楽しみ、感動するゲームを常に提供し続け、世界一のエクセレントゲームメーカーになることです。そのためにも、両社のノウハウと強みを融合・進化させたゲームを一刻も早くリリースしたいと思っています。ぜひご期待ください。

編集後記

弊社は2006年3月期の株主優待として、今年3月31日最終の当社の株主名簿に記載または記録されている100株以上保有の株主様に、保有株式数に応じて「こども商品券」を贈呈させて

いただきます。また、今回は統合記念として、100株以上保有の株主様にキャラクターを使用したオリジナルの写真立てを併せてお贈りいたします。なお、株主優待は、7月上旬ごろに株主様のお手元に届く予定です。

本紙でもお伝えしましたように、バン

ダイナムコグループは今年4月より中期経営計画をスタートしました。株主の皆様をはじめ、ステークホルダーの方々に統合効果を実感していただけるよう、グループ社員一同、邁進していく所存です。今後ともよろしくお願い申し上げます。(社長室 広報IR担当)

Close-up Products

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

「LITTLE JAMMER PRO. tuned by KENWOOD」

今夏発売予定/52,500円 (株)バンダイ

(株)バンダイは、音楽とプレイヤーの動きがリアルにシンクロするエンターテインメントオーディオ「LITTLE JAMMER (リトルジャマー)」を2003年から販売していますが、このほど同シリーズの最上位機種「LITTLE JAMMER PRO. tuned by KENWOOD (プロ チューンド バイ ケンウッド)」を発売しました。

「LITTLE JAMMER PRO. tuned by KENWOOD」は、オーディオ業界のトップメーカーである(株)ケンウッドの技術協力を引き続き受け、音源をこれまでの8bitから16bitへ変更するなど、お客様からの要望が高かった音質のさらなる向上を実現しました。また、「ピアノ」「ギ

ター」「ドラム」「サクソ」「ベース」「トランペット」などのレギュラープレイヤー以外にも、「ホーンセッション」「ボーカリスト」などのゲストプレイヤーを今後順次発売することから、これらを接続してジャズファン待望のビッグバンド演奏を楽しむこともできます。さらにプレイヤーの可動箇所も従来より増えて25か所となり、これまで以上に多彩なパフォーマンスが楽しめるほか、コントロールボックスにウッド型キャビネットを採用し、高級感も演出しています。

「LITTLE JAMMER」シリーズのメイン購買層である40～50代の男性を販売



©BANDAI 2006

ターゲットに、カタログやインターネットなどの通販、百貨店、大型ホビー店、大型書店などで販売し、2007年3月までに1万台の販売を計画しています。

業務用ゲーム「タイムクライシス 4」

6月より順次稼動/200円 (初期設定) (株)バンダイナムコゲームス

“撃って”、“隠れる”スタイルが人気のガンシューティングゲーム「タイムクライシス」シリーズ。その最新作「タイムクライシス4」が登場します。今回の作品は銃撃戦を盛り上げる演出として、ゲームの進行に合わせて仲間のキャラ



©1995-2005 NBGI

クターがセリフを喋り、戦況の報告や次の行動を指示する「ボイスナビゲーション」システムを採用。味方の指示に耳を傾け、的確に行動することがミッションクリアの鍵を握ります。また攻めてくる敵に対し、プレイヤーが正面・左・右の3方向へ任意に視点を切り替え、画面外の敵に挑戦する「マルチスクリーンバトル」システム



も搭載。「ボイスナビゲーション」の指示を聞き、自分から攻撃を仕掛けることができます。さらに今回新たに開発された基盤「スーパーシステム256」の使用により、前作をはるかに上回る美しいグラフィックによって描かれた画面を埋めつくさんばかりの大量の敵や、虫の大群などを相手に迫力のある銃撃戦を楽しめます。

アミューズメント用景品「科学忍者隊ガッチャピン」シリーズ

(株)バンプレスト

(株)バンプレストがアミューズメント用景品 (プライズ) として今年2月に投入したオリジナルキャラクター「科学忍者隊ガッチャピン」が、幅広い層から人気を集めています。

「科学忍者隊ガッチャピン」は、1972年～74年に第1作が放送された人気テレビアニメ「科学忍者隊ガッチャマン」と、フジテレビ系の子供番組「ひらけ! ポンキッキ」などに出演している人気キャラクター「ガチャピン」がコラボレーションして生まれたバンプレスト発のキャラクターで、5人の科学忍者隊が次々と正義の戦いを繰り広げるストーリーとなっています。

バンプレストでは、この“格好良さ”と“可愛らしさ”が共存したインパクトのあるキャラクター性を活かし、ぬいぐるみ、キーホルダー、アートクロック、缶ケースなどのプライズを展開しています。

バンプレストのプライズ事業では今後、「科学忍者隊ガッチャピン」を新たなキャラクターの柱として育成していきます。



©タツノコプロ・フジテレビKIDS

古紙配合率100%の再生紙と大豆インキ (SOYINK) を使用しています。 R100 SOYINK

株式会社バンダイナムコホールディングス