

Management

トップインタビュー

あらゆる方向に開かれ オープンで風通しの良いグループを目指す

2016年3月期（2015年度）の第3四半期連結累計期間（2015年4～12月）が終わり、中期計画1年目の成果が着実に現れてきました。その一方で、中期計画2年目に向けた課題も浮かび上がっています。今回は、中期計画の進捗状況と各事業の状況について、バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に聞きました。

— 第3四半期連結累計期間の業績を発表しました。

田口 2015年度の第3四半期連結累計期間は、売上高4,251億円、営業利益452億円となりました。事業面では、玩具ホビー事業、ネットワークエンターテインメント事業の海外の家庭用ゲームソフトおよびネットワークコンテンツ、映像音楽プロデュース事業が好調に推移しました。一方、ネットワークエンターテインメント事業の業務用ゲーム機の販売が不透明な環境の影響を受け苦戦しました。

— 通期予想を見直した理由は？

田口 通期売上高予想5,600億円に変更はありませんが、営業利益予想を430億円に修正しました。これは、業務用ゲーム機に関するたな卸資産の評価損等の計上や、事業の精査を厳しく行い、体制や製品ラインナップを含めた今後の事業計画の見直しを行うことによるものです。

業務用ゲーム機の苦戦は、市場環境の変化が進む中、環境にあった開発体制がとれなかったことが原因です。我々のアミューズメント施設においても、新たに展開を始めた時間課金型や最新技術を活用した新業態などが好調です。今後は、より施設と一体になり、技術力など我々のノウハウを活かした従来の延長にない差別化

できるコンテンツ開発を強化し、安定した事業の基盤作りを行います。

— 配当予想については？

田口 当社では、安定的な配当額として年間24円をベースに連結配当性向30%を目標に株主還元を行うということを配当の基本方針としています。この考えのもと、2015年度の年間の1株当たり配当予想を、安定配当24円に業績連動配当18円を加え、1株当たり年間42円に修正しました。

— 中期計画の進捗はどうか？

田口 2015年4月にスタートした中期計画では、グループ最大の強みであるIP軸戦略をさらに強くするとともに、アジア地域の強化など、海外での事業拡大が特に大きな目標です。初年度を振り返ると、IP軸戦略強化という面では、「ラブライブ！」のヒット、既存IPのイノベーションによる活性化やターゲット拡大、そして新たな出口であるライブイベント事業の成長など、着実に成果が上がっています。海外事業の拡大という面では、アジアの玩具ホビー事業の拡大、欧米での家庭用ゲームソフトのヒット、ネットワークコンテンツの海外本格参入など、これまで苦戦していた海外で成長に



(株)バンダイナムコホールディングス
代表取締役社長 田口三昭

に向けた手ごたえを感じています。年間の海外売上高についても、前年比で30%以上伸びる見込みです。このように、中期計画が概ね想定通りに推移している今だからこそ、業務用ゲーム機の体制強化に向けた施策をスピーディに行い、早期再建を目指します。

— 中期計画2年目に向けては？

田口 初年度の成果を受け、グローバル市場でのIP軸戦略強化を継続します。新規IPの創出・育成、パートナー企業との取り組み、そして既存IPのイノベーションによる活性化により、持続可能性の高いIPラインナップの層をさらに厚くしていきます。また、4月よりバンダイナムコホールディングス内にIP戦略本部を設けます。IP戦略本部はグループを横断する全体最適の視点から、IP創出やグローバル市場におけるIP軸戦略推進のための体制強化を推進していきます。(次ページに続く)

各事業で「IP軸戦略の強化」と「グローバル市場での成長」に向けた動きを推進

— トイホビー事業の状況を聞かせてください。

田口 国内では、「機動戦士ガンダム」や「仮面ライダー」などの定番IPと「妖怪ウォッチ」や「かみさまみならい ヒミツのここたま」などの新規IPによるターゲット別IPポートフォリオのもと、それぞれが個性を発揮して頑張ってくれています。2月からは新番組として、動物をモチーフとした「動物戦隊ジュウオウジャー」と、シリーズ初の魔法をテーマとした「魔法つかいプリキュア!」が始まりました。商品面でもそれぞれ工夫をこらしていますのでご期待ください。

海外では北米で主力IPの新番組「Power Rangers Dino Super Charge」がスタートしています。今後は映画公開も予定されていますので、商品面からIP人気を盛り上げていきたいと思えます。また、このたびディズニー／ピクサーの最新アニメ映画「ファインディング・ドリー」の、ワールドワイドでの玩具商品化権を取得しました。これは「ベイマックス」に続くディズニーさんとのワールドワイドでの契約です。映画公開にあわせ、今年の5月から全世界で商品展開を行う予定です。

アジア地域では、ガンプラの好調が続いています。低年齢層向けの「ガンダムビルドファイターズ」、ティーンエイジャー向けの「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」とターゲットポートフォリオも確立されてきました。また、今年からはベトナムでも販売を開始するなどエリア拡大も進めています。トイホビーのアジア地域の売上高は前年度222億円に対し、2015年度は300億円を見込んでいます。引き続き、地域特性に応じ、きめ細かく着実に展開を図っていきます。

— アジアの組織を再編しましたね。

田口 これまでは、BANDAI NAMCO ASIA CO.,LTD.が、事業会社と持株会社の2つの機能を持つ事業持株会社としてアジア地域を統括していましたが、この機能を明確に分離することとしました。今後は、純粋持株会社BANDAI NAMCO Holdings ASIA CO.,LTD.がアジア地域の事業会社を統括する体制となり、グループ内の連携のさらなる強化とアジア地域における事業拡大を進めていきます。

— ネットワークエンターテインメント事業の状況はどうですか？

田口 スマートフォン向けゲームアプリケーションなどのネットワークコンテンツが好調です。国内では既存タイトルに加え、新作の「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」が貢献しています。海外では、中国でスタートした「火影忍者 MOBILE」が好調な出足となっています。現地のパートナーと組みながら、バンダイナムコらしい味付けをしたIPタイトルを欧米やアジアに向け提供していきます。ネットワークコンテンツは、SNSの第

1弾タイトルのサービス開始から5年で、年間1千億円規模が視野に入る大きな柱に育ちました。

家庭用ゲームソフトでは、最新プラットフォーム普及の波にも乗り、欧米で人気の「ドラゴンボール ゼノバース」の累計出荷数が300万本を突破しました。また、2月にワールドワイドで発売した「NARUTO-ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム4」の初回出荷本数も130万本を超えました。これは日本IPの海外での人気の高さの証明でもあると思います。海外に向けては、4月に「ダークソウル」の新作を発売するなど、今後も大型の人気タイトルを投入していきます。

— アミューズメントビジネスは？

田口 アミューズメント施設については、都市部の大型店舗や、新たな切り口の新業態店舗、人気IPとのコラボイベント、ナムコ独自のキャンペーンなどが好調です。効率化も追求することで、施設自体の収益は改善しています。先ほども少しお話ししましたが、今後は業務用ゲーム機や景品と施設が一体となって差別化された場とコンテンツの開発に力を入れていきます。ユーザーのニーズや動向をしっかりと見ることによって新たなチャンスは生み出せると確信しています。

「ドラゴンボール ゼノバース」▶



©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



▲「かみさまみならい ヒミツのここたま おおきなここたまハウス」
©BANDAI/TV TOKYO・ここたま製作委員会

「ラブライブ! サンシャイン!!」▶

©プロジェクトラブライブ! サンシャイン!!



世界の人びとの期待に応えるため 魂を込めた商品・サービスの提供に取り組む

—映像音楽プロデュース事業の状況はどうですか？

田口 5年をかけ、グループ内外のパートナー企業とじっくり育ててきた「ラブライブ！」は、昨年末のNHK紅白歌合戦にアイドルユニット「μ's」が出演するなど大ヒットIPとなりました。IPの人气が海外に広がるのにあわせ、アジアでもファンイベントを行ったほか、新たにスタートする「ラブライブ！サンシャイン!!」も映像・音楽・イベントを連動させていく予定です。そして、「機動戦士ガンダム」については、配信で展開する「機動戦士ガンダム サンダーボルト」のように、新たなビジネスモデルにも挑戦し続けます。また、IP創出・育成の一環として、トイホビーのカード事業と連携した2.5次元の男性アイドルが活躍する「ドリフェス！」など新たな切り口のIP作品にも挑戦していきます。このほか、音楽事業を

行う(株)ランティスは、かねてより(株)アミューズさんと業務提携を行っていましたが、このたび特に日本IPの人气が高い欧州に合弁会社を設立することとなりました。新会社は、アニメ・アニソン関連のさまざまな事業を行う予定で、日本のアニメ作品やアニソンの発信拠点となることを目指します。

— 2016年がスタートしました。

田口 バンダイナムコグループの2016年のキーワードとして「開」を選びました。この言葉には3つの思いを込めています。まず、「IP軸戦略の進化」に向け、グループ内だけに閉じることなく、多様性のある外部のパートナーと組む開かれたバンダイナムコグループでありたいということ。そして「グローバル市場での成長」に向け、海外の各地域での展開をさらに開き、日本のバンダイナムコから、グローバルで存在感を持

つバンダイナムコとなることを目指すということ。さらに、常に流行など最先端のものに対しても、開かれた存在でありたいということです。あらゆる方向に開かれ、オープンで風通しの良いバンダイナムコグループであり続けたいと考えています。

— 読者の皆さまにメッセージをお願いします。

田口 日本と海外という考え方の垣根はなくなりつつあります。日本発のIPファンは世界中にいて、我々の商品・サービスを首を長くして待っていてくれます。今はまだその全ての人びとに商品・サービスをお届けすることはできていません。バンダイナムコグループのビジョンは、「世界で最も期待されるエンターテインメント企業グループ」です。世界の人びとの期待に応えるべく、これからも魂をこめた商品・サービスの提供に真摯に取り組んでいきたいと思えます。

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
(2016年6月定時株主総会後予定)

代表取締役会長	石川 祝男
代表取締役社長	田口 三昭
取締役	大津 修二
取締役	浅古 有寿
取締役(非常勤)	川口 勝☆
取締役(非常勤)	大下 聡
取締役(非常勤)	川城 和実
取締役(社外)	松田 謙
取締役(社外)	桑原 聡子☆
取締役(社外)	野間 幹晴☆

(株)バンダイ
(2016年4月1日)

取締役会長	上野 和典
代表取締役社長	川口 勝
代表取締役副社長	福田 祐介
常務取締役	埜 義孝
取締役	佐藤 明宏
取締役	飛田 尚美
取締役	竹中 一博
取締役	水野 貴大
取締役(非常勤)	五十嵐 正治

(株)バンダイナムコエンターテインメント
(2016年4月1日)

代表取締役社長	大下 聡
常務取締役	清嶋 一哉
常務取締役	浅沼 誠
取締役	冷泉 弘隆
取締役	宇田川 南欧
取締役	伍賀 一統☆
取締役(非常勤)	辻 雅明
取締役(非常勤)	萩原 仁*

バンダイビジュアル(株)
(2016年4月1日)

代表取締役社長	川城 和実
専務取締役	前田 明雄
常務取締役	河野 聡*
取締役	栗田 英幸
取締役(非常勤)	井上 俊次
取締役(非常勤)	佐々木 新

☆新任 *役職変更

グループ5社が本社移転

(株)バンダイナムコホールディングスと、ネットワークエンターテインメント事業を担う(株)バンダイナムコエンターテインメントなどグループ5社が、東京都港区に本社機能を移転しました。バンダイナムコグループでは、グループを横断した事業連動やコミュニケーションの強化および効率化を目的に、グループ拠点の集約・整備を進めてきました。すでにトイホビー事業を行う子会社が台東区に、映像音楽プロデュース事業を行う子会社が渋谷区に拠点を置いており、東京都内の主に3地区にグループ各社が集約されました。

【新本社概要】

新住所：〒108-0014 東京都港区芝5丁目37番8号
バンダイナムコ未来研究所
交通：都営三田線・浅草線「三田駅」徒歩2分、
JR山手線・京浜東北線「田町駅」徒歩5分

2016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、2016年3月期の第3四半期連結累計期間(2015年4月～12月)の業績を発表しました。各事業の状況は以下の通りです。

＜トイホビー事業＞

国内において、「機動戦士ガンダム」や「ドラゴンボール」など定番IPの商品が好調に推移したほか、「妖怪ウォッチ」の商品が人気となりました。また、ターゲット拡大の一環で展開している大人層向けのコレクション性の高い商品が人気となりましたが、国内全体では前年同期を下回りました。

海外においては、アジア地域において、「機動戦士ガンダム」や大人層向けのコレクション性の高い玩具などが人気となりました。欧米地域では「パワーレンジャー」シリーズの商品が堅調に推移しました。また、日本で企画開発などの機能をコントロールし、欧米では販売マーケティングに専念する体制に変更したことにより、一定の効果が上がりました。

＜ネットワークエンターテインメント事業＞

家庭用ゲームソフトにおいて、欧米地域で前連結会計年度に発売した

「ドラゴンボール ゼノバース」などのリピート販売や、自社および現地サードパーティの新作タイトルの販売が好調に推移しました。また、ソーシャルゲームやスマートフォン向けゲームアプリケーション、PCオンラインゲームなどのネットワークコンテンツにおいて、国内の既存主力タイトルが安定した人気となったことに加え、新作タイトル「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」が好調に推移し、業績に貢献しました。さらに、アジア地域をはじめ海外でも本格的にサービスを開始しました。

このほか、アミューズメント施設においては、主力施設へのリソース集中や新業態店舗の強化などの施策に着手し、効率化などの面で効果があがりました。一方、業務用ゲーム機は不透明な市場環境の影響を受け販売が苦戦しました。

＜映像音楽プロデュース事業＞

映像コンテンツと音楽コンテンツやライブイベントの連動展開を行っているIP「ラブライブ!」が、劇場版公開と商品・サービスの相乗効果などにより人気となりました。また、

「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」シリーズの映像パッケージソフトが好調に推移し、業績に貢献しました。

2016年3月期の連結業績予想数値につきましては、当第3四半期連結累計期間の実績や各事業の直近の事業動向を踏まえ、業務用ゲーム機において販売が苦戦していることや、たな卸資産の評価損等を当第3四半期連結累計期間に計上したことなどにより、ネットワークエンターテインメント事業の営業利益が前回発表予想を下回る見通しです。この結果、通期の予想数値を表のとおり修正いたします。

配当につきましては、安定的な配当額として年間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するという当社の基本方針に基づき、年間の1株当たり配当予想につきましては、安定配当24円に業績連動配当18円を加え、1株当たり42円に修正いたします。なお、2015年12月7日に1株当たり12円の間配当を実施しておりますので、期末の配当予想は1株当たり30円となります。

◆ 2016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	親会社株主に帰属する四半期純利益
第3四半期 (2015年4月～2015年12月)	425,183	45,273	47,175	34,620
前年同期増減率	3.9%	△5.0%	△6.1%	8.3%

◆ 2016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	親会社株主に帰属する当期純利益
連結業績予想	560,000	43,000	45,000	30,000

◆ 1株当たり配当金

	第2四半期末	期末	合計
前回予想(2015年5月公表)	12円	12円	24円
当期実績・今回修正予想	12円(実績)	30円(予想)	42円(予想)

◆ 2016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
トイホビー	162,050	17,532
ネットワークエンターテインメント	227,631	19,042
映像音楽プロデュース	37,784	10,058
その他	20,766	1,078
消去・全社	△23,049	△2,437
合計	425,183	45,273

※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。

岩手県で東日本大震災被災地の子どもたち向けの活動を実施

(株)バンダイナムコホールディングスは、2015年12月に岩手県下閉伊郡山田町で東日本大震災被災地の子どもたちに向けた活動を実施しました。この活動は、2011年より公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンと連携して行っている被災3県の子どもたちに向けた活動の一環です。今回は、山田町の保育園と放課後児童クラブで、約50名の子どもたちとクリスマスリースづくりを行いました。バンダイナムコグループは、今後も被災地の子どもたちに向けた活動を行っていきます。



環境保全・環境学習活動の一環としてグループ社員が「サケレンジャー」を体験

(株)バンダイナムコホールディングスは、CSR活動の一環として、子どもたちが環境保全活動や環境学習を行う活動を支援する「こどもエコクラブ」とパートナー契約を結びました。その一環として、2015年11月に茨城県水戸市で行われた「サケレンジャー*」の活動にグループ社員とその家族約20名が参加しました。今後も「こどもエコクラブ」の活動に参加し、グループ社員が環境保全の大切さを体験するための活動を行っていきます。



*茨城県水戸市を流れる逆川・桜川でサケが産卵する場所は、下流の水門が上がると流れが止まって卵も稚魚も生きていけなくなってしまう地点であるため、できるだけ多くの卵を採取して保護する「サケレンジャー」活動が毎年行われています。

Portrait

現場から

「アイドルマスター」のスマートフォン向けゲームアプリをプロデュース

(株)バンダイナムコエンターテインメント NE事業部プロダクションディビジョン 第1プロダクション2課 おがた しろう 尾形 史朗

(株)バンダイナムコエンターテインメントのスマートフォン向けゲームアプリケーション「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」が、2015年9月の配信開始から3カ月で1,000万ダウンロードを突破する大ヒットコンテンツとなりました。今回は、同ゲームアプリを担当するバンダイナムコエンターテインメントの尾形史朗に話を聞きました。

Q ゲームの特徴を教えてください。

A 本作は、2011年にサービスを開始し大ヒットとなったソーシャルゲーム『アイドルマスター シンデレラガールズ』を、スマートフォン向けゲームアプリとして新たに企画・開発したもので、「アイドルマスター」シリーズとしては初めての本格的なスマートフォン向けゲームアプリです。楽曲に合わせてタイミングよく画面をタップすることで、アイドルたちのステージを楽しむことができるリズムゲームで、ライブシーンに3D映像を使用し、まるで本物のライブを観ているようなリアルなダンスシーンを楽しめ

るのが最大の特徴です。また、アイドルたちとコミュニケーションがとれる「コミュ」や、自分のオリジナル事務所を作れる「ルーム機能」など、リズムゲーム以外の要素も取り入れ、他社タイトルとの差別化を図っています。

Q 好調の理由は何だと思いますか？

A 「アイドルの可愛さ」を追求した3Dモデルとそのライブシーンについて、ユーザーから高い評価を受けています。特にライブシーンは、リアルの場でやっている『アイドルマスター シンデレラガールズ』のライブと同じ振付師にダンスの振り付けをお願いし、その動きをモーションキャプチャーで取り込むことで、他に類を見ないリアルな映像に仕上がることができたと思います。このほか、「アイドルマスター」というIPのパワーと魅力、アニメの放送期間中にリリースできたこと、協力会社との強力なタッグなど、さまざまな要因が良いタイミングで重なり、ここまでのヒットにすることができたと思います。



2003年(株)ナムコ入社。オンラインゲームの運営やWEBシステム開発に携わったのち、ネット番組制作・配信などの担当を経験。2014年4月より現職。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

Q 今後の抱負を聞かせてください。

A 「アイドルマスター」は、ゲーム以外にも、CD、ライブ、グッズなど、グループを横断してさまざまな商品・サービスの展開にチャレンジしているIPです。現状に満足することなく、これからも新しい施策をどんどん打ち出し、ゲームの枠にとらわれない幅広いビジネスにつなげていきたいと考えています。ぜひご期待ください。

魔法つかいプリキュア!

「プリキュアシリーズ」の最新作「魔法つかいプリキュア!」(毎週日曜日朝8:30~、ABC・テレビ朝日系)が2月7日よりスタートしました。第13作目となる今作は、魔法と友情をテーマに、人間界と魔法界の異なる世界の2人がモフルンと手をつなぎ、魔法の言葉「キュアップ・ラパパ!」で伝説の魔法つかいプリキュアへと変身し、世界に散らばっている12個のリンクルストーンを見つけだし、敵の野望を阻止するために戦います。バンダイでは、クマのぬいぐるみ「おしゃべり変身モフルン」を中心に、番組と連動した各種商品を発売。物語のキーアイテム「リンクルストーン」は、玩具をはじめ、玩具菓子、カプセル玩具などの各カテゴリーでも展開します。



©ABC・東映アニメーション

新番組紹介

動物戦隊ジュウオウジャー

「スーパー戦隊シリーズ」第40作目「動物戦隊ジュウオウジャー」(毎週日曜日朝7:30~、テレビ朝日系)が2月14日よりスタートしました。動物の能力を持った5人のヒーローが「本能覚醒」を決めゼリフに、地球の生物を根絶やしにしようとする敵・デスガリアンに決戦を挑みます。(株)バンダイでは、3体のジュウオウキューブがロボに合体する「DXジュウオウキング」や、変身アイテム「DXジュウオウチェンジャー」などのなりきり玩具を商品化。立方体型の「キューブ」をデザインモチーフにさまざまな商品を展開していきます。また、玩具菓子、カプセル玩具、カード、アパレル商品、生活雑貨などで各種商品を発売します。



©2016 テレビ朝日・東映AG・東映

米国で「Power Rangers Dino Super Charge」放送開始

「スーパー戦隊シリーズ」の海外版である「パワーレンジャー」シリーズの最新作「Power Rangers Dino Super Charge」の放送が、1月30日より米国でスタートしました。本作は、「獣電戦隊キョウリュウジャー」を米国向けにアレンジした“Dino Charge”シリーズ2年目の作品です。“Super”パワーアップした10人のレンジャーたちが大活躍し、従来ファンの継続視聴と新規ファン層の獲得を目指します。BANDAI AMERICA INC.では、過去最多のキャラクター数を活かし、米国市場に合ったフィギュアラインと「Dino Super Charge」オリジナルのヒーローデザイン・なりきり武器・ロボット玩具を新規開発し、売上拡大を図っていきます。



TM and © 2016 SCG Power Rangers LLC. All Rights Reserved.

1/100 ハイレゾリューションモデル ガンダムバルバトス

3月26日発売予定 / 17,280円 (株)バンダイ
 新たなるガンブラの挑戦——。「ハイレゾリューションモデル」は、超精密なデザインを高解像度で再現したガンブラの新ブランドです。第1弾となるガンダムバルバトスは、多素材を活かした組立て済みフル可動の内部フレームが特徴で、各関節保持力強化に金属部品を採用。劇中に登場する外装パーツ「ナノラミネートアーマー」の7枚に及ぶランナーには、メッキ・メタリック・パールなどさまざまな表面加工を施し、質感を再現しています。



©創通・サンライズ・MBS

「Disney | KIDEA」シリーズ

3月19日発売予定 / 734円~10,800円

(株)バンダイ
 ディズニーキャラクターの世界観を世代を超えて楽しめる木製玩具「Disney | KIDEA」シリーズ。東京学芸大学監修のもと、子どもの発育を促すものづくりを行いました。積み木にはブナ材を使用。木の風合いを生かした印刷を施し、厚さは15mmと小さなお子さまにも持ちやすい手のひらサイズです。1歳半~5歳の幼児をターゲットに、幼児用品セレクトショップ「DADWAY」や全国の百貨店、雑貨店、インターネット通販などで販売します。



©Disney ©Disney/Pixar ©Disney. Based on the "Winnie the Pooh" works by A.A. Milne and E.H. Shepard

祝! くまのがっこう15周年 ジャッキー応援プロジェクト

3月以降順次開始 / (株)キャラ研

絵本キャラクター「くまのがっこう」は、2017年に迎える誕生15周年のプレ企画として、12企業とプロジェクトを展開していきます。この12企業は、専門誌「販促会議」で募集し、40社を超える応募の中から決定しました。参加企業は2016年春以降、パッケージ、広告展開、プレミアム&ノベルティ、イベント、CSRの5つの領域で、商品の魅力や企業の姿勢を伝える活動を展開していきます。



©BANDAI

ガンダムゲーム30周年を迎え 記念タイトルの発売や記念企画を始動

「機動戦士ガンダム」を題材としたゲームが、第1作「機動戦士Zガンダム ホットスクランブル」の発売から今年で30周年を迎えます。(株)バンダイナムコエンターテインメントでは、これを記念して家庭用ゲーム「ガンダムブレイカー3」「SDガンダム ジージェネレーション ジェネシス」の発売を2016年内に予定しているほか、ガンダムゲーム公式ポータルサイト「ガンダムパーフェクトゲームス(GPG)」で会員向け新サービス「GPG交換所」を今春開始します。同サービスは、家庭用ゲームや業務用ゲーム機、ゲームアプリなどの対象コンテンツで有料アイテムを利用すると、金額に応じて“GPGスタンプ”が付与されるもので、スタンプを集めるとゲーム内のアイテムや、他のガンダムゲームのアイテムと交換できます。30周年をますます盛り上げるべく、今後もさまざまな施策を展開していきます。



©創通・サンライズ

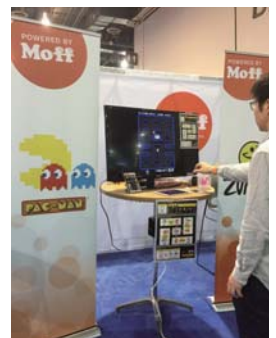
バンダイナムコの仮想通貨 「バナコイン」のサービス拡大

「バンダイナムコID^{*}」が提供する仮想通貨「バナコイン」の利用が、3月下旬より業務用ゲーム機でも可能になります。「バナコイン」は、バンダイナムコグループのさまざまなサービスが利用できる共通仮想通貨で、これまでオンラインゲーム、業務用ゲーム連動WEBサービス、アニメ動画配信サイトなどを対象とし、「機動戦士ガンダムオンライン」「湾岸マキシ.NET」「バンダイチャンネル」など12サービスで利用が可能でした。このたびの業務用ゲーム機へのサービス拡大により、バンダイナムコグループのコンテンツをこれまで以上に楽しむことができるようになります。「バナコイン」は今後も対応サービスを順次拡大していく予定です。

*バンダイナムコIDはバンダイナムコグループの共通アカウントです。1つのアカウントでグループ各社で展開するさまざまなサービスやコンテンツを楽しむことができます(登録無料)。

『PAC-MAN Powered by Moff』今春より米国で配信予定

バンダイナムコエンターテインメントは、アクティブ・ゲーミフィケーション・プラットフォーム事業を行うIoT(モノのインターネット)スタートアップ企業の(株)Moffと協業し、その第一弾事業として、「Gamefied Fitness」をコンセプトにしたMoffバンド対応アプリ『PAC-MAN Powered by Moff』を今春より米国で配信します。Moffの動作・姿勢認識技術およびデータ解析技術と、バンダイナムコエンターテインメントのゲーム開発ノウハウを融合し、「Moffバンド」を付けて両腕を動かしパックマンを操作しながらフィットネスを楽しく行えるファミリー向けアプリです。配信に先駆け、1月にラスベガスで開催された国際家電ショー「2016 International CES」で初披露し、来場者の注目を集めました。今後も、Moffとの協業により、新たな事業創出にチャレンジしていきます。



PAC-MAN® & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

New Products

新製品情報

PS4用ゲーム「NARUTO-ナルト-疾風伝 ナルティメットストーム4」

発売中/7,600円

(株)バンダイナムコエンターテインメント全世界出荷本数が1,400万本を超える『ナルティメットストーム』シリーズの最新作。バンダイナムコエンターテインメント史上最多言語数となる13言語に対応し、世界中へ展開します。シリーズで初めてPS4に対応し、忍術アクションを駆使した迫力あふれるバトル演出や美しいグラフィック表現を追求。これまで以上にアニメ画面を動かしているような体験が楽しめます。原作のクライマックスシーンや、ナルトとサスケの最終決戦も描かれ、「NARUTO-ナルト-疾風伝」の世界が存分に楽しめる一作です。



©岸本斉史スコット/集英社・テレビ東京・びえろ
©劇場版NARUTO製作委員会 2014
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

CRティルズ オブ デスティニー

稼働中/(株)バンダイナムコエンターテインメント

家庭用ゲームソフト「ティルズ オブ」シリーズから初のパチンコが全国のホールで稼働中です。バンダイナムコエンターテインメントが液晶映像や筐体ハード面などの開発を協力し、ニューギングループから発売。新規描き下ろしの多彩な演出や、「ティルズ オブ デスティニー」の豪華声優陣によるオリジナル楽曲を収録し、パチンコファンだけでなく、「ティルズ オブ」シリーズのゲームファンやアニメファンも楽しめます。

©いのまたむつみ ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



劇場版 魔法少女まどか☆マギカ[新編] 叛逆の物語「アルティメットまどか」フィギュア

3月上旬投入予定/(株)バンプレスト

『アルティメットまどか』の寝転びポーズを、アミューズメント景品として初めてフィギュア化しました。「通常バージョン」と「おやすみバージョン」の全2種(全長約14cm)で、3月上旬より全国のアミューズメント施設に向けて投入します。



©Magica Quartet / Aniplex・Madoka Movie Project Rebellion

namcoアピタ磐田店、namcoららぽーと立川立飛店 オープン

株ナムコは、このたび「namcoアピタ磐田店」を商業施設「アピタ磐田」(静岡県磐田市)2階にオープンしました。時間課金制遊具コーナー「キッズパーク」を導入し、地域のお客さまに密着した施設となっています。また、商業施設「ららぽーと立川立飛」(東京都立川市)3階に「namcoららぽーと立川立飛店」をオープンしました。同店は、女子高生向けのシールプリント専門コーナー「eggnam」を導入し、学生やカップルを中心に幅広い世代が楽しめる店舗となっています。



namcoアピタ磐田店



namcoららぽーと立川立飛店

「GAMING BAR SIDE-B」HOOTERS SHIBUYAにオープン

ナムコは新業態創出の取り組みの一環として、フロリダ発のカジュアルアメリカンダイニング&スポーツバー「HOOTERS」を日本国内で運営する(株)エッチェジャーとの協業により、インタラクティブスポーツバー「GAMING BAR SIDE-B」を「HOOTERS SHIBUYA」(東京都渋谷区)内にオープンしました。両社のノウハウを活かし、スポーツを観戦するだけでなく、飲食をしながらインタラクティブなスポーツ体験が楽しめる総合エンターテインメント施設として展開していきます。



「なぞともCafe なんばパークス店」オープン

ナムコは、謎とき体験ポータルスタジオ「なぞともCafe なんばパークス店」を商業施設「なんばパークス」(大阪市浪速区)6階にオープンしました。関西への「なぞともCafe」出店は初めてです。同店では、従来の遊びに加え、20~30分の所要時間で飲食しながら楽しめる「パーティCUBE」や多目的スペース「シアター765」を設けており、多様なエンターテインメントを発信する施設を目指しています。



「ナンジャタウン」に新アトラクションオープン

ナムコは、このたび「ナンジャタウン」(東京都豊島区)に、常設の新アトラクション「ナジャヴの爆釣りスピリッツ」をオープンしました。(株)バンダイナムコエンターテインメントと共同開発した、超巨大スクリーンを使ったナンジャタウン限定アトラクションとなっています。



ナムコとカルビーが「ポテトチップスコーラ味」を共同開発

ナムコとカルビー(株)は、「ポテトチップスコーラ味」を共同開発し、2015年12月より、ナムコのアミューズメント施設限定のクレーンゲーム用景品として展開しています。王道な味を基本路線とするカルビーがナムコと共同開発することにより、アミューズメント施設向けならではの遊び心満点な味が実現しました。



namco×KIS-MY-FT2プロジェクト始動

ナムコは、若い女性を中心に高い人気を誇るアイドルグループ「KIS-MY-FT2」とのコラボレーションプロジェクトを始動しました。2015年12月よりアミューズメント施設と連動した新しい遊びの取り組みを展開しています。



「マクロスΔ」「田中くんはいつもけだるげ」「アイカツスターズ！」ほか 4月よりアニメ新番組が続々放送開始

ファン待望の『マクロス』シリーズ最新作「マクロス^{デルタ}Δ」が4月より放送開始となります。西暦2067年を舞台に、可変戦闘機バルキリーの最新鋭機VF-31Jを駆るデルタ小隊と戦術音楽ユニット“ワルキューレ”の活躍を描く本作は、メカアクションや劇中歌など、マクロスならではの魅力にあふれています。このほか、シリーズ累計100万部を突破する人気コミックを原作にした「田中くんはいつもけだるげ」も放送を開始します。何があっても急がない、はしゃがない主人公・田中くんの周りで巻き起こる青春コメディです。また、「コンクリート・レボルティオ〜超人幻想〜」の第2期シリーズや、(株)バンダイナムコピクチャーズが制作する大人気アニメ「アイカツ！」の新シリーズ「アイカツスターズ！」、そして「バトルスピリッツ ダブルドライブ」も放送が始まります。



「マクロスΔ」



「田中くんはいつもけだるげ」

©2015 ビックウエスト/マクロスデルタ製作委員会
©ウダノゾミ/スクウェアエニックス・製作委員会はいつもけだるげ

話題の実写映画、ウルトラマン、クレヨンしんちゃんなど今春公開作品が目白押し

巨匠ウェイン・ワン監督による初の日本映画「女が眠る時」が2月27日より公開中です。本作は、ビートたけしが自作画以外で12年ぶりに主演を務めることでも話題を集めており、西島秀俊ら豪華俳優陣が集結してお届けする珠玉のミステリーとなっています。このほか、「南極料理人」など独自の世界観を生み出してきた沖田修一監督の最新作「モヒカン故郷に帰る」や、「罪の手ざわり」でカンヌ国際映画祭・脚本賞を受賞したジャ・ジャンクー監督の最新作「山河ノスタルジア」、そして家族で楽しめる「ウルトラマンX」や、劇団ひとりが脚本に参加することでも話題の「クレヨンしんちゃん」の劇場最新

作が今春公開されます。

タイトル	上映開始
「女が眠る時」	2月27日～
「劇場版ウルトラマンX きたぞ！われらのウルトラマン」	3月12日～
「モヒカン故郷に帰る」	4月9日～
「映画クレヨンしんちゃん 爆睡！ユメミーワールド大突撃」	4月16日～
「山河ノスタルジア」	4月23日～

※「モヒカン故郷に帰る」は3月26日から広島で先行公開



「女が眠る時」



「モヒカン故郷に帰る」

©2016 映画「女が眠る時」製作委員会 ©2016「モヒカン故郷に帰る」製作委員会

「ラブライブ！」μ's初の海外ファンミーティング大盛況 ファイナルワンマンライブは東京ドームで開催

第66回NHK紅白歌合戦への初出場を果たしたμ'sが、初の海外単独イベントとなる上海でのファンミーティングを1月に開催し、多くの現地ファンで大盛況となりました。公演の様子は日本全国、香港、韓国の映画館に生中継され、国境を越えて各地のファンに届けられました。上海公演に続き、3月19日には台湾公演も行います。たくさんのファンに支えられ、走り続けてきたμ's。ファイナルワンマンライブとなる「ラブライブ！μ's Final LoveLive! ～μ'sic Forever ♪♪♪♪♪♪♪♪♪♪～」は、3月31日と4月1日に東京ドームで開催予定です。



上海でのファンミーティングの様様

©2013 プロジェクトラブライブ！

Kiramune Music Festival 2015 at YOKOHAMA ARENA

Blu-ray (3枚組) : 9,800円、DVD (2枚組) : 7,000円
発売中/株ランティス

2015年5月に横浜アリーナで行われた「Kiramune Music Festival 2015」の様子を収録したBlu-ray & DVDです。「Kiramune」レーベル所属のアーティストが一堂に会するライブイベント、通称「キラフェス」。第6回目の開催となった本公演には、入野自由、神谷浩史、浪川大輔、柿原徹也、岡本信彦、Trignal(江口拓也、木村良平、代永翼)、吉野裕行といった豪華メンバーが出演。Blu-rayには、メイキング映像を収録した特典ディスクが付属します。バンダイビジュアルの通販サイト「BVC」、アニメイト、ランティス通販サイト「L-MART」での限定販売です。



©Kiramune Project

IP軸戦略を武器に好調に推移するネットワークコンテンツ事業 海外でもIPを活用したタイトルを積極的に展開

2015年4月、長年デジタル分野の事業開拓に携わってきた宇田川南欧が(株)バンダイナムコエンターテインメント初の女性取締役役に就任しました。今回は、スマートフォン向けゲームアプリケーションなどが好調なネットワークコンテンツ事業を担当する宇田川取締役役に、同社のネットワークコンテンツ事業の強みや海外展開の状況、新しい取り組みや今後の抱負などについて聞きました。

—これまでの経歴を教えてください。
宇田川 バンダイに入社して3年目にネットコンテンツ系のプロジェクトに異動し、それ以来、デジタル分野の事業開拓に携わってきました。異動当時はまだインターネットも普及しておらず、ネットワークの知識を吸収するのに必死でした。現在はネットワーク部門の事業部長を兼務し、スマートフォン向けゲームアプリケーションなどのネットワークコンテンツの開発を担当しています。変化の激しい業界ですので、常に未来を見据え、判断のスピードを速くすることを心がけています。

—ネットワークコンテンツ事業が好調ですね。

宇田川 当社が一番の強みは、多くの人に人気がある豊富なIPラインナップを活用できることだと思います。これによりIPを活かしたさまざまなタイトルを投入できるという点においても有利な上に、人気のIPを使うことで、プロモーションの点でもスピー

ディな展開が可能です。また、IPや地域ごとにさまざまなパートナー企業と連携していることも、変化の速い業界においては強みとなっています。

—主力のスマートフォン向けゲームアプリケーションの状況はどうですか？

宇田川 国内では、アイドルリズムゲームの「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」や、アクションRPGの「スーパーガンダムロワイヤル」などのガンダムタイトルが好調です。また、バトルRPGの「ONE PIECEトレジャークルーズ」は、国内のみならず、欧米、アジア地域でも人気を獲得しています。今年には最大3人でマルチプレイが可能な新作「ONE PIECE サウザンドストーム」を国内で配信予定ですので、こちらも期待しています。中国では、パートナー企業と連携して、「NARUTO -ナルト-」の「火影忍者MOBILE」や「GUNDAM CARD COLLECTION ガンダム決戦」の配

信を開始し、好調なスタートを起しています。国内でも人気の「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」は、欧米やアジアへも人気を拡大しています。このほか、2014年にスタートしたPCオンラインゲーム「NARUTO -ナルト- 火影忍者ONLINE」も安定した人気を維持しています。

—海外展開で重要なことは？

宇田川 ネットワークの世界ですから、国内と海外というふうに分けた考え方はしていません。IPやゲーム性などのタイトル特性によって最適な投入地域を決めています。一方、マーケティング面では地域ごとの対応が必要です。例えば、プロモーションについて、アメリカではSNSでのアプローチが効果的ですが、テレビCMやリアルなイベントが効果を発揮する国もあり、どの媒体が現地が一番有力なのかを見極めることが大切です。また、国ごとにどのIPが人気なのか、ユーザーがIPをどう楽しみたいのかをきちんと分析することも重要です。このため、各国のグループ会社や現地のパートナー企業との情報交換や連携を密にしながら地域ごとに特徴を出していくことを大切にしています。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS

国内で配信中の「アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ」(上)と「スーパーガンダムロワイヤル」(左)



海外で配信中の「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」(左)と「GUNDAM CARD COLLECTION ガンダム決戦」(右)

©BIRD STUDIO / SHUEISHA, TOEI ANIMATION Game
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
Developed by Akatsuki Inc.



©SOTSU・SUNRISE
©SOTSU・SUNRISE・MBS



新規事業：PAC-MAN Powered by Moffs

PAC-MAN® & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

時代の変化に「最速・最善」で対応し 海外展開の強化と新規事業の創出を目指す

—新しい取り組みは？

宇田川 バンダイとナムコの統合10周年を記念して、昨年4月より「カタログIPオープン化プロジェクト」を開始しています。このプロジェクトは、「パックマン」や「ギャラクシアン」など、これまでに当社が展開してきたIPを国内のクリエイターに開放し、デジタルコンテンツの領域でIPを活用した二次創作を募集するものです。反響が大きく、今まで関わりのなかった分野の企業などからも問い合わせがありました。さまざまな方面と繋がりができたことは、新領域の事業を考える上で良い刺激となっています。企画申請の受付は3月末までの予定でしたが、好評のため期間を延長することになり、引き続き自由な発想の作品を募集していきます。ほかには、「IoT」（モノのインターネット）のスタートアップ企業である株式会社Moffとの協業事業として、ウェアラブル玩具「Moff Band」を手首に巻いて両腕を動かすことでゲームを操作し、運動しながら遊ぶことができる「PAC-MAN Powered by Moff」をフィットネス事業が盛んなアメリカで配信する予定です。ラスベガスで開催されたイベント「2016 International CES」でデモンストレーションを行ったところ、国内外問わず多くのメディアから取材を受け、注目度の高さを感じました。今後はフィットネス事業法人向けのサービス提供なども検討していきます。

—ネットワークコンテンツ事業の中期目標は何ですか？

宇田川 私どもの中期目標は、海外展開と新規領域事業の創出です。海外では現在のタイトルに加えて、来期以降もさらに配信数を増やしていきます。昨年、バンダイナムコゲームスからバンダイナムコエンターテインメントに社名が変わったこともあり、ゲーム以外の分野にも視野を広げていくことになりました。ゲームにとどまらず、ネットワークを利用したエンターテインメントを提供していくことが私たちのミッションだと考えており、今後もさらに新しい領域を開拓していくつもりです。例えばスマートフォンを使った新しいエンターテインメントの提供や、リアルと連動するようなネットワークやウェアラブル端末の活用など、可能性は広がっています。新しい市場をどう作っていくのがこれから重要になっていくと思います。

—抱負を聞かせてください。

宇田川 今後はグループ会社を巻き込んで、ネットワークを活用したさまざまな取り組みを広げたいと思っています。インフラやツールとしてのネットワークの特性を活かし、あらゆる部署やグループ会社が分野を超えて連携できるような提案



うだがわ なお
■宇田川 南欧 取締役のプロフィール

1974年1月22日生
1994年4月 (株)バンダイ入社
2000年4月 (株)バンダイネットワークスの設立により転籍
2006年4月 コンテンツ事業部 マネージャー
2009年4月 (株)バンダイナムコゲームスへ統合により転籍
NE事業本部第2コンテンツプロダクション
マネージャー
2010年4月 第2事業本部第3プロダクション/システム部
ゼネラルマネージャー
2013年4月 第2事業本部第2ディビジョン
ディビジョンマネージャー
2014年4月 執行役員および第2事業本部 副本部長
2015年4月 (株)バンダイナムコエンターテインメントに社名変更
取締役 NE事業部担当 兼 NE事業部長

を私たちからしていきたいと考えています。ネットワークコンテンツの分野は、プラットフォームも流行もすごいスピードで変わっていきますので、現状のままで安穩としていたら、必ず置いていかれてしまいます。時代の潮流を見極めながら、変化に対応できる仕掛けづくりをしていくためにも、何事も「最速・最善」の判断で先手を打っていくことを心がけていきたいと思っています。

本号でもお知らせしましたように、国内グループの拠点再編が終了し、東京都の主に台東区、渋谷区、港区にグループ拠点が集約されました。各拠点では距離が近づくことで社員間のフェイス・トゥー・フェイスのこ

ミュニケーションが増え、より風通しの良い雰囲気生まれつつあることを肌で感じています。

まもなく中期計画の折り返しとなる2年目を迎えます。1年目の成果と課題をしっかりと検証し、グループ社

員が一丸となり、皆さまに夢や感動を感じていただけるエンターテインメント企業グループとなれるよう邁進していきたいと思っています。

引き続きご支援ご鞭撻のほど、よろしくお願いたします。

おしゃべり変身モフルン

発売中 / 5,940円 (税込)

(株)バンダイ

「魔法つかいプリキュア!」(毎週日曜日朝8:30～、ABC・テレビ朝日系列で放送中)でプリキュアが使う変身アイテム。主人公が大事にしている不思議な力でしゃべるようになったクマのぬいぐるみ「モフルン」を再現しています。プリキュアシリーズ初のぬいぐるみ形状の変身アイテムで、モフルンに付属の「リンクストーン」をセットし、手を握ると、おなががハート型に光り変身音が流れ、番組同様にプリキュアへの変身遊びを楽しめます。また、手を握るとおしゃべりをしたり、ミニゲームができたり、話し相手や遊び相手としても楽しめます。「リンクストーン」は本商品に付属する以外にも、玩具菓子やカプセル玩具などで販売していきます。



©ABC・東映アニメーション

ジュウオウキューブ①②③ 動物合体 DXジュウオウキング

発売中 / オープン価格

(株)バンダイ

「動物戦隊ジュウオウジャー」(毎週日曜日朝7:30～、テレビ朝日系で放送中)に登場する合体ロボットです。劇中のキーアイテムのひとつである立方体型の「ジュウオウキューブ」は、それぞれがキューブイーグル・キューブシャーク・キューブライオンの動物メカに変形。また、「ジュウオウキューブ」3体を下から③②①の順に積み上げて、上からビッグキングソードを挿すと腕部が自動で展開し、「ジュウオウキング」が完成します。本商品は、今後続々と発売する「ジュウオウキューブ」を換装や武装させて連動して遊ぶことができ、年間を通して楽しめます。



©2016 テレビ朝日・東映AG・東映

PS4/PS Vita 『ワンピース バーニングブラッド』

PS4版 7,600円 (税抜) PS Vita版 6,800円 (税抜)

4月21日発売予定 (株)バンダイナムコエンターテインメント

累計出荷本数が1,000万本を突破した「ONE PIECE」ゲームの新シリーズとして、本格対戦アクションゲーム『ワンピース バーニングブラッド』をPS4とPS Vita向けに発売します。「ONE PIECE」は、日本はもちろんのこと、海外でもアニメや原作漫画が高い支持を得ているIPです。本作は、ワールドワイドでの展開を視野に、海外でも特に人気の高い対戦アクションを採用しました。英語・フランス語・ロシア語・ブラジルポルトガル語など12の言語に対応し、日本を皮切りにアジア、北米、欧州でも順次発売していきます。「ONE PIECE」ファンはもちろん、アクションゲーム好きのお客さまにも楽しんでもらえる新たなスタイルで、世界に向けて展開していきます。



©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

舞台「黒子のバスケ」 THE ENCOUNTER

公演日程:4月8日(金)～4月24日(日)

会場:サンシャイン劇場(池袋) 料金:7,800円(税込、全席指定)

(株)バンダイナムコライブクリエイティブ
バンダイビジュアル(株)、(株)ランティス、(株)バンプレスト

週刊少年ジャンプの人気漫画「黒子のバスケ」の舞台が、4月8日(金)から4月24日(日)に東京・池袋のサンシャイン劇場で上演されます。「黒子のバスケ」は、原作コミックの累計販売部数が3,000万部を突破し、3期にわたり放送されたテレビアニメも大ヒットを記録した人気IPです。脚本・演出を務めるのは、昨年話題となった舞台「ハイキュー!!」で高い評価を得た新進気鋭の中屋敷法仁。主人公・黒子テツヤ役を演じるのはアニメで声優を務めた小野賢章、彼の相棒である火神大我役は難関オーディションで選ばれた安里勇哉が演じます。打倒「キセキの世代」を掲げ、インターハイに挑む誠凛高校バスケット部。演劇ならではの臨場感あふれるステージに期待が集まっています。



©藤巻忠俊/集英社・舞台「黒子のバスケ」製作委員会