

中期計画の初年度は概ね計画通りに推移 過去最高売上高を達成

「NEXT STAGE 挑戦・成長・進化」をビジョンとして掲げ、新たなステージを目指す中期計画の初年度が終わり、折り返しの2年目となる2016年度がスタートしました。今回は、中期計画の進捗状況と各事業の動向、そして今年度の展望について、(株)バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に語ってもらいます。

— 2015年度を総括してください。

田口 2015年度(2016年3月期)は、売上高5,755億円、営業利益496億円と、4年連続で過去最高売上高を達成することができました(詳細は4ページ)。

一部事業の苦戦を踏まえ、2月に中期業績見込みの見直しをさせていただきましたが、ネットワークエンターテインメント事業や映像音楽プロデュース事業の好調で結果的には見込みを上回る実績となりました。これはグループ社員が、期末まで諦めることなく頑張ってくれたおかげです。

— 事業別に総括すると？

田口 トイホビー事業は、国内では「機動戦士ガンダム」や「ドラゴンボール」の商品、ハイターゲット向け商材が人気となったほか、「妖怪ウォッチ」の商品も安定した人気となりました。さらにガンブラを中心にアジアが好調に推移しました。ネットワークエンターテインメント事業では、欧米の家庭用ゲームソフトやネットワークコンテンツが非常に大きな伸びを示しました。また、アミューズメント施設は収益が改善しました。一方、業務用ゲーム機は苦戦しました。映像音楽プロデュース事業は、映像、音楽、ライブイベントを連動して展開しているIP「ラブライブ！」を中心に非常に好調で、業績に貢献してくれました。これに

加え、グループ全体では海外売上高が大きく伸びました。

— 2016年度の計数計画は？

田口 今年度の計画は、売上高5,800億円、営業利益500億円です。中期計画策定時の目標としていたのが、売上高5,600億円、営業利益500億円でしたので、ほぼ計画通りです。達成に向けて全力で取り組みたいと思います。

— 中期計画の初年度は順調でした。

田口 計数的にも戦略的にも一定の成果を出すことができ、概ね計画通りに進んでいます。中期計画では、「IP軸戦略」を強くし、成長の可能性が高いアジアを中心に海外展開拡大を進めることを重点戦略にしています。これらの戦略を進めることで、過去最高売上高、最高益レベルの売上高5,000億円、営業利益500億円を安定的に達成できる基盤を構築し、次のステージを目指しています。

2014年度に続き、2015年度も過去最高レベルの業績を達成できたことで、グループの基盤が着実に強くなっていると実感しています。ただし、事業によっては環境変化に対応できていないところも一部あり、こうした部分については少しスピードを上げ、新しいことにチャレンジしていく必要があります。今後は、初年度で築いた基盤をさらに強くし、もう一



(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

段上を目指していきたいと思っています。

— IP軸戦略の強化策について。

田口 商品・サービス発のIP創出育成に加え、IP関連の投資も積極的に行っていきます。2015年度はワールドワイドで展開するディズニー/ピクサー映画の「ファインディング・ドリー」のような新たなIPの商品化権取得、(株)ウイズの子会社化、そのほかにも中期計画の戦略に基づいた複数の投資案件を決定しています。

IP軸戦略の強化に向けては、まだまだやるべきことがあります。現在、我々のIP軸戦略は良い形でまわっていますが、同じことの繰り返しでは鮮度を失ってしまいます。IP軸戦略をさらに強力にグループの全体最適の視点で展開していく必要があります。

ガンダムなど、我々の事業を支えてきた定番IPに関しても、グループ横断で波及効果を計算し、必要に応じて投資を含めた新たな展開にチャレンジしていきます。(次ページに続く)

IP軸戦略強化に向け 投資も含めさまざまな施策に取り組む

こうした戦略や投資政策の策定母体として、このほどバンダイナムコホールディングス内にIP戦略本部を新設しました。今後は各事業や地域のニーズを把握し、選択と集中を行いながら必要なタイミングで投資を実施し、長期的な視点でIP軸戦略の強化に取り組んでいきます。

— トイホビー事業の状況は？

田口 日本を含むアジアでガンブラが非常に好調です。今後も商品展開や映像配信、イベントなどを日垂同時に行い、さらに力を入れていきます。定番IPでは、男児向けでは「仮面ライダーゴースト」や「動物戦隊ジュウオウジャー」が安定した人気を示しています。7月からは今年で放送開始50周年を迎えるウルトラマンシリーズの新番組「ウルトラマンオーブ」が始まりますので、この3つのIPでシェアを伸ばしていきたいと思っています。女兒に向けては、これまでの「プリキュア」と「アイカツ!」に加え、「かみさまみならいヒミツのここたま」が加わり、IPラインナップが厚くなっています。今年で生誕20周年を迎える「たまごっち」も新商品を発売する予定です。「妖怪ウォッチ」についても重点IPとして戦略商品を投入していきます。

— 海外はどうか？

田口 アジアでは好調なガンブラのエリア拡大を図っていきます。ハイ

ターゲット層向け商材についても、イベントを含め取り組みを強化します。今後もアジア市場のニーズをいち早くつかみ取り、斬新な商品を投入し、アジア市場の拡大に向けて積極的に展開していきます。

北米は現在放送中の「パワーレンジャー」の新シリーズが好調で、来年3月には映画化も決まりました。さらに今年には「ファインディング・ドリー」をワールドワイドで展開しますので、市場でのバンダイナムコの存在感アップを期待しています。このほかにも北米でTV放送が人気の女兒向けIP「ミラキュラス」も商品化し、IPラインナップを強化していきたいと思っています。

— ウィズを子会社化した目的は？

田口 ウィズは「たまごっち」「デジモン」などを手がける玩具の企画・開発会社で、これまでもパートナーシップを組んできました。その意味ではお互いによく知っており、グループ入りしてもらうことで意思疎通がより早くなり、新たな仕掛けも迅速にできるようになると考えています。

— ネットワークエンターテインメントは？

田口 家庭用ゲームソフトは欧米で非常に好調で、昨年発売した「ドラゴンボール ゼノバース」は、累計出荷本数が全世界で380万本を突破しています。今年2月に発売した「NARUTO -ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム4」もいい出足ですし、4月に

発売した「DARK SOULS III」は1か月で出荷本数が300万本を超えるロケットスタートとなりました。このほか、我々の海外販売網を活かし、欧州を中心にサードパーティタイトルの販売も引き続き強化します。国内の家庭用ゲームソフトは、「テイルズ オブ ベルセリア」など安定した人気が見込めるタイトルを投入します。

2015年度の業績に貢献したネットワークコンテンツは、国内外でアイドルマスターやドラゴンボール、ワンピースなどの主力ゲームアプリケーションを中心に人気が続いています。今後も主力タイトルの人気を維持しつつ新規タイトルも投入していきます。また、海外で本格展開を始めて約1年が経過しましたが、各地域の嗜好や特性などに対するノウハウも少しずつ蓄積されてきました。ネットワークの世界には国内外の垣根はありませんので、開発段階から世界市場を視野に入れて企画に取り組んでいきたいと思っています。

— 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、主力店舗へのリソース集中や効率化、新業態店舗の拡大などの施策で収益が改善しています。一方業務用ゲーム機は前年度の販売苦戦を受け、厳しく事業の精査を行い、今年度は身軽な体制になっており、足元では、今後の方向性を策定すべくプロジェクトを進行中です。

ゲーム機に限らずエンターテインメントは、顧客の心をつかむ遊びの開



日垂同時展開で人気の「機動戦士ガンダム」のプラモデル

©創通・サンライズ・MBS



欧米を中心に好調な「NARUTO -ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム4」

©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.



年間を通じ大きな話題となった「ラブライブ!」

©2015 プロジェクトラブライブ! ムービー

発をできるかどうか最大のポイントです。このほど東京のお台場に、VR（仮想現実）が楽しめる「VR ZONE Project i Can」を期間限定でオープンしました。これも、これまでになかった新しい遊びの可能性を検

証するためのチャレンジの1つです。我々には遊びを提供する場があり、技術力やIPの活用ノウハウもあります。これらを組み合わせることで、もっと魅力的なアプローチができると確信しています。

新しい顧客の創出に取り組み 環境の変化に対応できる底力を作っていく

—映像音楽プロデュースは？

田口 人気の「ラブライブ！」については、今年夏には新たに「ラブライブ！サンシャイン!!」のTVアニメが始まり、新ユニット「Aqours」もデビューしています。「ラブライブ！」同様、ファンと向き合っていくと育成していきたいと思えます。「機動戦士ガンダム」については、従来からのガンダムファンに向けては「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」や「機動戦士ガンダム UC」などの作品を、そして新たなファンに向けても「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」や「機動戦士ガンダム サンダーボルト」というように、各ターゲットに向けて作品を提供していきます。

—映像音楽関連で期待のものは？

田口 4年目に入る「ガールズ&パンツァー」の劇場版が観客動員数が110万人を超え、ムーブオーバー（続映）が続いています。また、4月より放送が始まった「マクロス△」も高い評価を受けているほか、トイホビーと

密接に連携する「アイカツスターズ！」や「バトルスピリッツ ダブルドライブ」などもスタートしています。

新たな事業の柱に育ったライブイベントは、ライブビューイングやグッズ販売など裾野が拡大しています。これまでリアルとバーチャルを融合した2.5次元の展開はどちらかという男性向けが中心でしたが、「黒子のバスケ」の舞台化やトイホビーと連動する「ドリフェス！」など女性層向けの展開も強化していきます。今後は、4月にランティスが㈱アミューズとフランスに設立した合弁会社を通じて、海外のアニメファンやIPファンに向けてもアプローチをすべく、イベント公演などに力を入れていきます。

—今後の方針について。

田口 グループの社員には、「新たな顧客を創出していこう」と言っています。もちろん、これまでのお客さまとはしっかりと向き合っていかなければなりません。その一方で、新しいサービス、新しいエリア、新しい



IPを通じて新たなお客さまを取り込むように努力しようということです。

そしてもう1つは、どんなにプラットフォームやネットワーク環境が変わっても、しっかりと事業を継続できるように安定した底力を持つことです。その中心となるのがIPです。IPは音楽やスポーツのように国境を越えて世界中の人々がコミュニケーションできる文化です。これをいかに世界で我々の商品・サービスを待ち望んでいる人々に届けていくかということが大切です。その意味でも、外部とのパートナーシップについても積極的に取り組んでいこうと考えており、新しい息吹、可能性をグループ内にどんどん取り入れていきたいと思っています。今後も応援していただけますよう、よろしくお願いたします。

バンダイナムコホールディングスの新任取締役候補

(株)バンダイナムコホールディングスは、6月20日に開催予定の定時株主総会での承認を経て、(株)バンダイ代表取締役社長の川口勝が非常勤の取締役に、桑原聡子と野間幹晴が社外取締役に就任する予定です。新任取締役の略歴は以下の通りです。

取締役候補

かわぐち まさる
川口 勝



1960年11月2日生

1983年4月 (株)バンダイ入社
2002年4月 執行役員 ペンダー事業部ゼネラルマネージャー
2006年4月 取締役 流通政策担当
2010年4月 常務取締役ホビー事業政策品質保証政策担当
2015年4月 専務取締役トイ事業政策品質保証政策担当
2015年8月 (株)バンダイ代表取締役社長(現在)、当社執行役員(現在)

社外取締役候補

くわばら さとこ
桑原 聡子



1964年11月1日生

1990年4月 弁護士登録
森綜合法律事務所(現 森・濱田松本法律事務所)入所
1998年1月 森・濱田松本法律事務所パートナー(現在)

社外取締役候補

の ま みきはる
野間 幹晴



1974年11月6日生

2003年10月 横浜市立大学商学部助教授
2004年10月 一橋大学大学院国際企業戦略研究科助教授
2007年4月 一橋大学大学院国際企業戦略研究科准教授(現在)

熊本地震で被害を受けられた地域の皆様へのお見舞い

このたびの熊本県を震源として発生した地震で被害を受けられた皆様に心よりお見舞い申し上げます。

(株)バンダイナムコホールディングスでは、グループを代表して、日本赤十字社を通じ義援金を送付いたしました。

被害にあわれた地域の一刻も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

2016年3月期連結業績

株)バンダイナムコホールディングスは、2016年3月期(2015年度)の連結業績を発表しました。

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ネットワークコンテンツおよび海外の家庭用ゲームソフト、映像音楽プロデュース事業が好調に推移しましたが、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苦戦しました。この結果、2015年度の連結業績は下記表の通りとなりました。

＜玩具ホビー事業＞

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。

海外では、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、一定の効果があがりました。

＜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、欧米地域で前年度に発売した「DRAGON BALL XENOVERSE」などのリピーター販売や、「NARUTO -ナルト- 疾風伝 ナルティメットストーム4」などの自社新作タイトル、および現地サードパーティ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収益が改善しました。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、ライブイベントなどの相乗効果により年間を通じて人気となりました。また、「機動戦士ガンダム」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。

2015年度の1株当たり年間配当金は、安定配当年間24円をベースに連結配当性向30%を目指すという配当に関する基本方針にのっとり、安定配当24円に業績連動配当28円を加え、1株当たりの年間配当金は52円としております。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いますので、期末配当は1株当たり40円となります。

◆2016年3月期 連結業績

(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当期純利益 |
|----------|---------|--------|--------|-----------------|
| 連結業績 | 575,504 | 49,641 | 50,774 | 34,583 |
| 前年同期増減率 | 1.8% | △11.9% | △14.5% | △8.0% |
| 前回見込(2月) | 560,000 | 43,000 | 45,000 | 30,000 |

◆2017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 | 580,000 | 50,000 | 51,000 | 35,000 |

◆2016年3月期 年間配当金 内訳

| 中間配当 | 期末配当 | 合計 |
|------|------|-----|
| 12円 | 40円 | 52円 |

◆2016年3月期 セグメント別実績

(単位:百万円)

| 事業分野 | 売上高 | セグメント利益 |
|------------------|---------|---------|
| 玩具ホビー | 206,424 | 16,639 |
| ネットワークエンターテインメント | 320,941 | 23,930 |
| 映像音楽プロデュース | 51,967 | 11,665 |
| その他 | 27,456 | 1,123 |
| 消去・全社 | △31,285 | △3,717 |
| 合計 | 575,504 | 49,641 |

※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。

玩具の企画・開発会社 株式会社ウィズを子会社化 IP軸戦略と企画開発力を強化

(株)バンダイナムコホールディングスは、玩具の企画・開発力やノウハウを活かし、携帯電子ゲーム「デジタルモンスター」や、おしゃべりするぬいぐるみ「プリモプエル」などの商品シリーズをバンダイと共同で企画・開発してきました。

ウィズは、1996年に(株)バンダイから発売し、世界的な大ヒットとなった携帯型育成ゲーム「たまごっち」をバンダイと共同で企画・開発したほか、その後も、同社の強みであるデ

ジタル玩具の企画・開発力やノウハウを活かし、携帯電子ゲーム「デジタルモンスター」や、おしゃべりするぬいぐるみ「プリモプエル」などの商品シリーズをバンダイと共同で企画・開発してきました。

このたびの子会社化により、バンダイナムコグループの玩具事業とデジタル玩具の企画・開発力に強みをもつウィズの連携を深め、新たな商品の企画・開発・展開を行って

くほか、「たまごっち」、「デジタルモンスター」、「プリモプエル」といったIPのライセンスアウト機能の強化にも取り組んでいく予定です。

会社概要

社名 株式会社ウィズ
所在地 東京都江東区東雲1-7-12
設立 1986年9月22日
事業内容 玩具、雑貨およびアニメーション等の企画・開発、生産および販売等



Portrait

現場から 中国でネットワークコンテンツの企画・運営を担当

BANDAI NAMCO (SHANGHAI) CO., LTD. 総経理兼董事 (COO) ^{やまだ だいすけ} 山田 大輔

2015年1月に中国・上海に設立したBANDAI NAMCO (SHANGHAI) CO., LTD. (バンダイナムコ上海) は、中国でのスマートフォン向けゲームアプリケーションやPCオンラインゲームなどのネットワークコンテンツの企画・運営を主要事業としています。今回は、同社でCOOを務める山田大輔に話を聞きました。

Q 会社設立の経緯を教えてください。

A 中国におけるネットワークコンテンツ市場は2兆5千億円規模で、世界第1位と言われています。この巨大市場の中国で事業を拡大・強化するためには、日本と中国との間で綿密なやり取りが不可欠です。日本と中国のハブ機能として、現地のニーズやトレンドの変化にスピーディかつ効率的に対応することを目指し、現地法人を設立しました。

Q 主な展開タイトルを教えてください。

A 現在中国では「NARUTOーナルトー」、「ONE PIECE」、「ドラゴンボール」、「機動戦士ガンダム」など日本発IPが人気となっており、バンダイナムコ上海では、PCオンラインゲームやスマートフォン向けゲームアプリケーション約10タイトルを現地パートナーとの協業で展開しています。現地のニーズに合ったゲームを提供できたことで、1月に配信を開始した

「火影忍者MOBILE」がこのたび中国のApp Storeトップセールスランキングの1位に、3月配信開始の「ドラゴンボール激闘」も3位にランクインしました。

Q 中国ならではの市場特性は？

A 例えば、縦画面で遊ぶことが多い日本のスマートフォン向けゲームアプリケーションに対して、中国は横画面が主流です。また、日本ではコレクション性の高いコンテンツが人気ですが、中国では勝負要素や実力をアピールできるものが人気です。このように日本と中国ではゲーム嗜好が異なるため、ほぼすべてのゲームをカルチャライズし直す必要があります。一方、ユーザーのIPに対する思い入れは、日本と同じか、それ以上と言えるかもしれません。自分の好きなIPを高品質なゲームで楽しめることを心待ちにしており、バンダイナムコグループが本格的にコンテンツを提供し始めたことに対する期待の高まりを感じます。

Q バンダイナムコ上海の強みは？

A IPの世界観を最適な形で落とし込める企画・運営力に加え、中国のゲーム事情に通じている現地パートナーと強固な連携体制を組むことができる営業力とフットワークが大きな強みです。ライセンス様からの多大なるご協力はもちろん

2005年5月バンダイナムコグループ海外モバイルコンテンツ事業推進を担当した後、現職



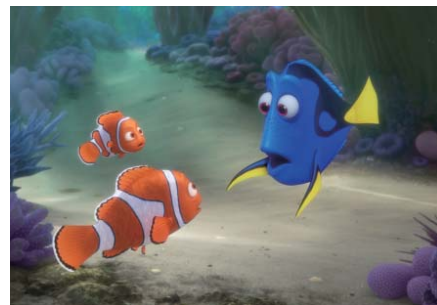
写真上：「火影忍者 MOBILE」下：「ドラゴンボール激闘」

©2002 MASASHI KISHIMOTO / 2007 SHIPPUDEN All Rights Reserved.
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©BIRD STUDIO / SHUEISHA, TOEI ANIMATION
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

現地パートナーとの強力なタッグのもと、文化や言語の壁を越え、IPファンに満足していただけるコンテンツを届けたいと考えています。グループ全体が世界に向けて事業を拡大している中、バンダイナムコ上海もその一翼を担えるように、常に高みを目指していきたいと思います。

ディズニー/ピクサー映画「ファインディング・ドリー」をワールドワイドで商品展開

2003年に全世界で公開された映画「ファインディング・ニモ」の続編「ファインディング・ドリー」の公開(米国:6月17日～、日本:7月16日～)にあわせて、世界100以上の国と地域で約100点の商品を展開していきます。米国ではBANDAI AMERICA INC.が、主人公・ドリーの泳ぐ動きを再現できるフィギュアで50のフレーズを話す「My Friend Dory」を中心に5月より展開しています。日本では(株)バンダイを中心に、話しかけたり振動を加えたりするとおしゃべりするぬいぐるみ「おしゃべりぬいぐるみ ドリー」など、玩具をはじめ、カプセルトイ、プラモデル、食玩、日用品、文具など、さまざまな商品を6月より展開していきます。



©2016 Disney/Pixar

新たなウルトラヒーロー「ウルトラマンオーブ」登場

今年で放送開始50年を迎えるウルトラマンシリーズの新番組「ウルトラマンオーブ」(毎週土曜日朝9:00～、テレビ東京系)が、7月9日よりスタートします。新ウルトラヒーロー「ウルトラマンオーブ」は、主人公・クレナイ ガイが歴代ウルトラヒーローの力を宿したカードを「オーブリング」で読み込み、変身して戦います。バンダイでは、専用カードで変身や必殺技遊びができる「DXオーブリング」や「DXオーブスラッガーランス」などのなりきり玩具をはじめ、カプセルトイ、データカードダス、食玩、アパレル商品、生活雑貨などさまざまな商品を展開し、「ウルトラマンオーブ」を盛り上げていきます。 ©円谷プロ ©ウルトラマンオーブ製作委員会・テレビ東京



2.5次元アイドル応援プロジェクト「ドリフェス!」各カテゴリーで展開

2.5次元アイドル応援プロジェクト「ドリフェス!」は、2次元の新人5人組男性アイドルと実際のキャストを連動させながら、バンダイナムコグループをはじめとする各社よりさまざまな商品・サービスを展開する新しいIPです。バンダイから発売中の公式応援アイテム「ドリフェス!カード(通称『ドリカ』)」は、プロマイド風の大判サイズのカードでコレクションカードとして楽しめるほか、アイドル応援型ライブリズムアプリ「ドリフェス!」(無料)と組み合わせて遊ぶことで、カードでアイドルを応援する「ドリフェス!」の世界観を体感することができます。9月からは(株)バンダイナムコピクチャーズ制作によるアニメのウェブ配信がスタートする予定で、今後もゲームアプリケーション、CD、グッズ、ミュージックビデオ、ライブイベントなど多彩なラインナップで展開していきます。 ©BNP/BANDAI, DF PROJECT



フィギュアライズバスト キラ・ヤマト フィギュアライズバスト アスラン・ザラ

6月25日発売予定/各1,296円 (株)バンダイ
手軽にフィギュアを作ることができる新プラモデルシリーズです。極小パーツに4色成形を施すことで、フィギュアの瞳を精巧に再現するバンダイ独自の新技术「レイヤードインジェクション」をプラモデルで初めて導入。フィギュアの瞳の中のハイライトや陰影、まつ毛や眉毛をそれぞれ1パーツに色分け再現しています。



©創通・サンライズ

バンダイ直営店 「オトナ女子美日和」

6月24日オープン予定 (株)バンダイ
東京駅八重洲北口地下1階の東京キャラクターストリートに、オトナ女子に人気のキャラクターコスメ、ファッション雑貨などの商品を販売するキャラクタービューティーショップがオープンします。店内には、ショップ限定商品を多数用意し、オトナ女子層だけでなく、訪日外国人などもターゲットとしています。 ※画像はイメージです

©池田理代子プロダクション
©高橋留美子/小学館

3D ドリームアーツペン 恐竜&昆虫セット(4本ペン)

6月下旬発売予定/5,184円 (株)メガハウス
「3D ドリームアーツペン」は、特殊樹脂で絵を描き、専用ライトで固めることで、立体物をつくりだせるアートペンです。昨年11月に第1弾を発売し、幅広い年齢層に好評を得ています。本商品は、ユーザーの要望が多かった恐竜と昆虫のセットで、恐竜は足で自立する立体型となっているほか、昆虫は実物大のサイズでつくることができます。足や羽の付き方などを遊びながら学べるので、夏休みの自由研究にもおすすめです。



©2015 RedwoodVentures, Ltd. iDO 3D and all trademarks are Property of RedwoodVentures, Ltd.

「Project i Can」始動！VR技術でエンターテインメントの未体験領域を開拓

㈱バンダイナムコエンターテインメントは、仮想現実 (VR) 技術でエンターテインメントの未体験領域を開拓するプロジェクト「Project i Can」を始動しました。本プロジェクトでは、VRをはじめとした最新技術と体感マシン開発技術をかけあわせることで、多くの人々が「やりたい！けど実際はムリ」と考えているような夢や好奇心を、ホンモノの体験として実現し、楽しんでいただくことを目指しています。プロジェクト開始に伴い、4月15日から期間限定で「VR ZONE Project i Can」を㈱ナムコ運営のもと、ダイバーシティ東京プラザにオープンしました。本施設運営を通じ、VR技術を用いたエンターテインメントのさらなる可能性を追求し、さまざまな形でお客さまに楽しんでもらえるような展開を検討していきます。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

韓国での実写ドラマ「THE IDOLM@STER.KR」(仮称) 制作に向けたオーディションを実施



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

バンダイナムコエンターテインメントが展開する「アイドルマスター」シリーズの韓国での実写ドラマ「THE IDOLM@STER.KR」(仮称) 制作に向け、キャストオーディションを韓国で実施しています。ドラマでは、「アイドルマスター」の世界観を踏襲しながら、これまでシリーズに登場した舞台とは異なる韓国の芸能プロダクションを舞台に、新たなアイドルたちの成長・活躍・アイドル同士の友情を描きます(放映時期未定)。視聴者は、ドラマの作品世界とあわせて、現実世界のオーディションで決定するキャストがアイドルとして成長していく姿も楽しむことができます。オーディション実施および実写ドラマの企画・制作は㈱インタラクティブメディアミックスが担当します。

「カタログIPオープン化プロジェクト」期間延長 対象タイトル追加を決定

バンダイナムコエンターテインメントは、バンダイ・ナムコ統合10周年記念企画として、2016年3月末までの期間限定で開始した「カタログIPオープン化プロジェクト*」を、さらに多くの皆さまにご活用いただけるよう2年間の期間延長を行い、企画受付を2018年3月末までとしました。さらに新たに「塊魂」(音楽の権利を除く)、「子育てクイズ マイエンジェル」、「ことばのパズル もじびったん」、「ミスタードリラー」の4タイトルをオープン化対象タイトルとして追加しました。なお、今回追加するタイトルは、バンダイナムコエンターテインメントが保有するゲームに関する特許も含めてオープン化する新たな試みとなっています。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

*カタログIPオープン化プロジェクト：カタログIP (バンダイナムコエンターテインメントがこれまで展開したオリジナルIP) を日本国内のクリエイターへ開放し、幅広い発想でスマートフォンアプリなどデジタルコンテンツの領域で広く活用していただくことで、事業領域のさらなる拡大を目指すプロジェクトです。

ニンテンドー 3DS用ソフト 「太鼓の達人 ドコドン! ミステリーアドベンチャー」

6月16日発売/パッケージ版・ダウンロード版 4,800円 (株)バンダイナムコエンターテインメント

和太鼓リズムゲーム「太鼓の達人」シリーズの最新作が登場。新曲・定番曲など70曲以上の演奏ゲームが楽しめるほか、3DSシリーズではお馴染みの冒険モードも搭載。世界中のミステリースポットをめぐる謎に満ちた大冒険のストーリーが楽しめます。今回新たにマルチプレーモードも収録。自分が育てたキャラクターを持ち寄り、家族や友達と協力プレーや対戦プレーが行えます。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

スマートフォン向けゲームアプリケーション ONE PIECE サウザンドストーム

配信中 (株)バンダイナムコエンターテインメント

『ONE PIECE』のスマートフォン向けゲームアプリケーションの新タイトルが登場。全国のプレイヤーとリアルタイムで敵とのバトルを楽しむことができる海賊共闘RPGです。ネットワークを介してオンラインでつながり、最大3人のパーティを組んで敵に挑みます。タイプの異なるキャラクターや技を繰り出すタイミングなどの戦略性の高い共闘を楽しめるほか、『ONE PIECE』の世界で仲間を作り、会話やチャットなどを通じて絆を深めることができます。



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

アミューズメント景品 艦隊これくしょん -艦これ- 駆逐艦 浦風 -Ceylon Tea Party- フィギュア

6月中旬投入予定 (株)バンプレスト

『艦これ』運営鎮守府に全面協力いただいた「海戦×姉妹艦」シリーズの「Ceylon Tea Party」に第十七駆逐隊の「浦風」が登場(全1種、全長約14cm)。仲間思いの元氣娘「浦風」が、楽しそうにケーキを食べている様子を再現しています。6月中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。



©2016 DMM.com POWERCHORD STUDIO / C2 / KADOKAWA All Rights Reserved.

屋内砂場「あそびパーク」を 香港「namco D・PARK」内に導入

株ナムコは、このたび「namco D・PARK店」(香港・セン湾)内に、時間課金制の屋内砂場「あそびパーク」を導入しました。ナムコが国内で展開している「あそびパーク」の海外展開は今回が初となります。

「namco D・PARK店」は、香港でアミューズメント施設運営を行う現地法人NAMCO ENTERPRISES ASIA LIMITEDが、郊外型ショッピングセンター「D・PARK」2Fに開業した、同社5店舗目の直営施設です。ナムコのアミューズメント施設運営ノウハウを活かし、国内で人気の「あそびパーク」を海外にも導入することで、新たな地域・顧客層の開拓を行っています。



「屋内砂浜 海の子」を全国展開

ナムコは、最新テクノロジーで“海遊び”が体験できるバンダイナムコエンターテインメントの「屋内砂浜 海の子」を、namcoイオンモール大日店(大阪府)、namcoイオンモール名取店(宮城県)、namco札幌エスタ店(北海道)内に導入しました。

「屋内砂浜 海の子」は、最新のCG・立体音響技術を用い、南国の海辺のような環境を再現しています。サラサラの砂に打ち寄せる波間を裸足で走り回る気持ちよさや、海の生き物を追いかけ捕まえる喜びを感じたり、満ち引きする波とたわむれ、生き生きと泳ぐさまざまな魚を専用の器でつかまえることができます。2015年10月にナムコ・AsoMIXららぽーと海老名店(神奈川県)に導入して以降、多くのお客さまからご好評をいただいております。今後も全国に導入していく予定です。



キャラクターラウンジ「アニON STATION」を5都市にオープン

ナムコは、音楽と映像に囲まれた空間でアニメやアーティストなどのファン同士が一体感を共有できるキャラクターラウンジ「アニON STATION」を、札幌、渋谷、新宿、名古屋、福岡の5都市にオープンしました。「アニON STATION」では、声優のたまごたちが務める店舗スタッフ「アニON チアーズ」のMCのもと、アニメやアニソンを楽しみながら、好きな曲をリクエストしたり、キャラクターをイメージした飲食を楽しむことができます。これまでに「美少女戦士セーラームーンCrystal」や「おそ松さん」といった人気IPとのコラボレーションカフェを期間限定で展開し、好評を博しています。今後もさまざまなテーマでファン同士の交流の場を提供していきます。



「アニON STATION 博多バスターミナル店」(福岡県福岡市)

物語を実体験できるスマホアプリ 街巡りイベントアトラクション「ロケなぞ」を展開

ナムコは、「なぞとも」ブランドで展開するリアルゲーム事業の新たな取り組みとして、スマートフォン用アプリケーション(iOS端末向け)を使い、街全体で物語を実体験できる街巡りイベントアトラクション「ロケなぞ」を展開しています。「ロケなぞ」は、端末上だけで完結するゲームアプリケーションとは異なり、実在する“場”と連動して物語を進め、ミッションクリアを目指すリアルなアトラクションです。現実の街全体が舞台となり、「実際に電話がかかってくる」、「メールで指令が届く」、「GPS機能で場所を識別する」、「リアルな店舗でツールを獲得する」など、“日常の中の非日常”を実体験できる内容となっています。



「ラブライブ！サンシャイン!!」「テイルズ オブ ゼスティリア ザ クロス」ほか 注目作品が今夏より続々放送開始

大ヒットした「ラブライブ！」の新しいシリーズ「ラブライブ！サンシャイン!!」のTVアニメが今夏より放送開始となります。静岡県沼津市の海辺の町を舞台に、“スクールアイドル”になるため、がむしゃらに駆け抜ける9人の少女たちを描く「みんなで叶える物語」で、雑誌・音楽・映像等さまざまなメディアで展開していく予定です。

また、(株)バンダイナムコエンターテインメントの大ヒットゲーム『テイルズ オブ』シリーズの生誕20周年を記念した新作アニメ「テイルズ オブ ゼスティリア ザ クロス」のほか、直木賞作家・朝井リョウの小説を原作に、チアリーディングに青春をかける男子大学生たちを描くアニメ「チア男子!!」、ウルトラマンTVシリーズ最新作「ウルトラマンオーブ」(詳細は6ページ)の放送も7月より始まります。



「ラブライブ！サンシャイン!!」



「テイルズ オブ ゼスティリア ザ クロス」

©2016 プロジェクトラブライブ！サンシャイン!! ©BNEI/TOZ-X

「機動戦士ガンダム サンダーボルト DECEMBER SKY」 イベント上映・Blu-ray&DVD発売が決定

太田垣康男の大ヒット漫画原作をもとにし、トップクリエイターたちが手掛けたクオリティの高さでも話題となったアニメ「機動戦士ガンダム サンダーボルト」。2015年より映像配信を行ってきた本作の全4話に新作映像を追加したディレクターズカット版「機動戦士ガンダム サンダーボルト DECEMBER SKY」のイベント上映とBlu-ray & DVD化が決定しました。イベント上映は、6月25日より全国15館の劇場で開催するほか、上映劇場にてBlu-ray Disc COMPLETE EDITION (初回限定生産/税込10,000円)の先行販売も行います。同商品は上映劇場とバンダイビジュアル公式通販サイト「バンダイビジュアルクラブ (BVC)」で購入できる限定商品で、「BVC」でのBlu-ray Disc COMPLETE EDITIONの発売は7月2日、Blu-ray (6,800円) & DVD (5,800円)の一般発売は7月29日を予定しています。



「機動戦士ガンダムサンダーボルト DECEMBER SKY」

©創通・サンライズ

是枝裕和監督最新作 「海よりもまだ深く」公開

「誰も知らない」、「海街diary」などで国内外で高い評価を受けている是枝裕和監督が贈る最新作「海よりもまだ深く」が、5月より全国公開されました。台風の夜に、偶然ひとつ屋根の下に集まった元家族。「海よりもまだ深い」人生の愛し方を教えてくれる、心に沁みる感動作です。主演は、「歩いても歩いても」、「奇跡」に続き、映画では是枝監督と3度目のタッグとなる阿部寛。共演に、真木よう子、小林聡美、リリー・フランキー、池松壮亮、橋爪功、樹木希林ら豪華キャストが揃いました。本作は、第69回カンヌ国際映画祭の「ある視点」部門正式出品作品です。



©2016フジテレビジョンバンダイビジュアルAOI Pro. ギャガ

アミューズとランティスの合併会社 「AmuseLantis Europe S.A.S.」設立

(株)アミューズとバンダイナムコグループの(株)ランティスの2社が、フランスに合併会社「AmuseLantis Europe S.A.S.」を設立しました。新会社では、欧州市場に向けたアニメ・アニソン関連を中心とした日本のコンテンツの発信拠点として、日本のアニメ・アニソンファンの拡大と欧州における事業拡大を目指します。また、AmuseLantis Europe S.A.S.初の主催イベントとして「JAPAN MUSIC PARTY 2016」の開催も決定しました。本イベントは11月12日・13日にパリ市内で開催し、JAM Projectをはじめ豪華アーティストの出演を予定しています。

会社概要

社名 AmuseLantis Europe S.A.S.
所在地 20 Avenue Rapp, 75007 Paris, France
(AMUSE FRANCE S.A.S.内)
代表 代表取締役社長 畠中達郎(アミューズ代表取締役社長)
役員 取締役副社長 井上俊次(ランティス代表取締役社長)

他社をリードする商品生産力・情報発信力・流通力で あらゆる世代に向けて新しい感動を提供していく

中期ビジョンに「真のグローバル化 アジアNO.1☆欧米チャレンジ」を掲げ、さまざまな施策を打ち出しているトイホビー事業が好調に推移しています。今回は、日本主導で展開する「日本発アジア一気通貫」戦略の強化部門を担当する(株)バンダイの竹中一博取締役役に、国内外で成長を続けているホビー（プラモデル）事業とコレクターズ（ハイターゲット向けコレクターズ商品）事業の状況を中心に話を聞きました。

—これまでの経歴と現在の担当範囲を教えてください。

竹中 入社後最初の9年間は企画開発を中心に男児玩具に関わりました。その後、15年間所属していたメディア部では、IPのライセンサーとの取り組みや自社IPのライセンスアウトなどを通じ、IP軸戦略を実行する上で多くのことを学ぶことができました。現在は、日本とアジアの一気通貫戦略を推進するホビー事業部とカード事業部、そしてネット戦略室を担当し、コレクターズ事業部のゼネラルマネージャーとバンダイアメリカの取締役に兼務しています。

—ホビー事業とコレクターズ事業が国内外で好調です。

竹中 ここ数年、ハイターゲット市場が存在感を増しています。コレクターズ商品は大人層にターゲットを絞り、徹底的にディテールや品質にこだわったモノづくりが支持されています。アジアを中心に海外でも人気が高まっている「ガンブラ（ガンダムシリーズのプラモデル）」は、静岡のバンダイホビーセンターで企画・開発から生産まで一貫して行ってお

り、メイドインジャパンのブランド力を発揮しています。コレクターズ商品も「ガンブラ」も、企画段階で日本だけでなく世界を視野に入れ、企画開発や生産などさまざまな面で努力をし、世界中の人びとに感動を感じていただけるモノづくりを行っています。世界に共通するコンテンツであるプラモデルやフィギュアなどの商品を高い品質で提供していること、そして全世界に商品提供ができる流通力を備えていることも、他社と差別化できる私どもの強みの1つだと思います。

—情報発信にも力を入れていますね。

竹中 コレクターズ商品では40年以上のブランドとなっている「超合金」シリーズをはじめ、大人向け商品のシリーズがたくさんあります。それらをWEBからの情報発信や、秋葉原や中国・広州でのショールームの設置、そして国内外で大型イベントを継続的に開催することがファン同士の情報拡大につながっています。2017年には商品ブランドを総称したレーベル「TAMASHII NATIONS」が10周年を迎えることから、今年もそこに

に向けてイベントを世界各地で展開する予定です。「ガンブラ」についても、WEBサービス「GUNDAM.INFO」において、日本とはほぼ同時展開している海外での映像の無料配信や、ガンブラ作りの世界一を決める大型イベント「ガンブラビルダーズワールドカップ」や「ガンブラEXPO」などを継続してきたことが、ガンブラ人気を底上げしていると感じています。このようなイベントは商品のPRやファンの方々との交流の場になっているほか、商品作りに関わっている我々が商品の持つパワーを実感し、一体感を高めることができる機会でもあり、今後も積極的に行っていくつもりです。

—今期の期待商品は？

竹中 コレクターズ事業では、すでにドラゴンボール商品や、今年が30周年となる「^{セイントセイヤ}聖闘士星矢」シリーズを「聖闘士聖衣神話」として、海外でも幅広く展開できている商品があります。2016年は「ウルトラマン」も放送開始50周年を迎え、50th記念商品も発売していきます。また、骨格から造形を行い、より本物に近い存在



HGUC 1/144 RX-78-2 ガンダム
©創通・サンライズ



シンガポールで開催されたイベント
「GUNDAM Docks at Singapore」



聖闘士聖衣神話EX
レオアイオリア（神聖衣）
©車田正美 / 「聖闘士星矢 黄金魂」製作委員会

感のある「真骨彫製法」を採用した「仮面ライダー」のフィギュア製品を複数発売します。定番IPの商品展開では、商品に今までとは違うストーリーや価値を付与し、新しい感動を作り出せるような工夫をしています。ホビー事業においては、今年は「機動戦士ガンダム」シリーズのアニメ作品が数多く予定されており、メインの「ガンプラ」で新商品を多数予定しております。HG・MG・RGシリーズなどで、それぞれの作品との連動を図っていきます。「ガンプラ」のほか

小学生向けオリジナルレーシングホビー「ゲキドライブ」を今年から本格展開しており、「月刊コロコロコミック」と協力した漫画の連載や大会の開催などを通じて商品を盛り上げていきます。さらに、ディズニー映画のお城をモチーフにしたプラモデル「キャッスルクラフトコレクション」など、新たな顧客拡大に向けた商品を投入しています。



■竹中 一博 取締役のプロフィール

1964年2月11日生
1987年4月 (株)バンダイ入社
玩具模型事業部 第1部
1996年4月 メディア部 版權営業課
2006年4月 メディア部 セネラルマネージャー
2011年4月 執行役員 ベンダー事業部 セネラルマネージャー
2013年4月 執行役員 コレクターズ事業部 セネラルマネージャー
2015年6月 取締役 コレクターズ事業部 セネラルマネージャー
2015年8月 取締役 ホビー事業政策
ネット戦略室、ホビー事業部担当 兼
コレクターズ事業部 セネラルマネージャー
2016年4月 取締役 ホビー事業政策
ネット戦略室、ホビー事業部、カード事業部担当 兼
コレクターズ事業部 セネラルマネージャー

海外展開を加速 世界中の人びとが楽しめる商品を作っていく

—海外戦略について教えてください。
竹中 我々が新たな発展を目指すには、世界市場における更なる飛躍が不可欠です。IP軸・事業軸・地域軸でのポートフォリオ戦略で海外事業を拡大させていきます。まず、日本とアジアではIPの嗜好性に共通点が多いことから、日本とアジアを1つの市場として事業拡大を目指す「日本発アジア一気通貫戦略」をホビー事業、コレクターズ事業、カード事業で展開しています。また、コレクターズ事業では、北米においてもさらに強化をしていきます。私がバンダイアメリカの取締役に兼務し始めたこともあり、欧米のIPも積極的に取り組みたいと思っていますし、フィギュア以外での新たなカテゴリーも開発していきます。販売戦略については、ホビー、コレクターズ関連の商品を取り扱う公式ショッピングサイト「ブ

レミアムバンダイ」を香港と台湾でオープンしており、今後も海外では販路を拡大させていきたいと思っています。こうした戦略面での施策だけではなく、人材育成の一環として、社員が実際に現地へ赴いて海外のイベントに参加する機会も多く設けています。世界市場を意識して仕事に取り組んでもらうためにも、グローバル化の波を肌で感じる体験は重要です。今後も「真のグローバル化」に向けて、国内外の社員が一丸となって世界に通用する商品作りに取り組めるように、社内の環境づくりに努めていきます。
—最後にメッセージをお願いします。
竹中 お客さまに喜んでもらえる商品を作ることが利益にも繋がると思っています。「売れる商品を作る」ことを私自身のモットーにしています。そのためにも世界各地で最適なマーケ

ティングを行っていくことはもちろんのこと、商品の品質や世界観を高め、信頼を得られるようなモノづくりをすることが重要です。おかげさまで最近、これまでに積み重ねてきた成果が現れてきました。今後も世界中の人びとにバンダイの商品やサービスを楽しんでもらえるように、魅力ある商品を多数投入し、お客さまを良い意味で驚かせていきたいと思っています。

バンダイナムコグループでは、ヒット・クリエイティブ・チャレンジ・話題性など様々な観点からグループ企業価値向上に貢献した商品やビジネスモデルなどを表彰する制度「バンダイナムコアワード」を毎年開催しています。2015年度のバンダイナムコアワード

のグランプリには、「ガンプラ」と「ドラゴンボールゼノバース」の2つが選ばれました。これは、中期計画の目指す「グローバル市場での成長」戦略のもと、ガンプラについてはアジア地域、ドラゴンボールゼノバースについては欧米地域での事業拡大につなが

ったことを評価したものです。このほかには「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」「ラブライブ！」がノミネートされました。2016年度も沢山の話題を、各地域・各事業で提供できるべく、グループ社員一丸となり取り組んでまいります。

たまごっち みくす
Tamagotchi mix

7月16日発売/オープン価格

(株)バンダイ

1996年11月に発売し、今年で生誕20周年を迎える「たまごっち」。これまでに全世界で数々のバージョンを発売し、累計出荷数は8,100万個を突破しました(2016年3月現在)。「Tamagotchi mix」は、たまごっち本来の育成の楽しさを追求した商品で、生まれてくる子どもが、親から遺伝子を引き継ぐのが特徴です。子どもの時はパパ似でも、大人になるとママ似になったり、パパ似のままだったり、まれに隔世遺伝が起こることもあります。代を重ねることでさまざまな見た目になるほか、同じ両親から生まれても育て方によって異なるたまごっちに成長します。ゲーム内はもちろん、友だちのたまごっちや、玩具店に設置した専用筐体との通信でもたまごっち同士を結婚させることができ、どんどん新しいキャラクターを育てられます。



©BANDAI,WIZ

超合金 ハローキティ (マジンガー Zカラー)
超合金 マジンガー Z (ハローキティカラー)ハローキティ：発売中、マジンガー Z：6月下旬発売予定
各8,424円(税込)

(株)バンダイ

1974年に「超合金」第一弾として商品化した「マジンガー Z」と、2014年に「超合金」と同じくキャラクター誕生から40周年を迎えた「ハローキティ」とのコラボレーション商品です。「マジンガー Z」と「ハローキティ」の魂が入れ替わり、カラーリングやデザインがあべこべになったという設定で、世界的に人気がある2大キャラクターに相応しい高級感のあるメッキ仕様の「超合金」となっています。

「ハローキティ」は「水中」、「走行」、「飛行」の3モードに変形し、マジンガー Zのパイロット・兜甲児カラーのハローキティ・ミニフィギュアが付属。「マジンガー Z」は、70年代のハローキティの衣装カラーや特徴的なリボンを再現し、コラボレーションを象徴する握手用首が付属しています。



©ダイナミック企画 ©1976,2016 SANRIO CO., LTD.

PS4/PS3「スーパーロボット大戦OG ムーン・デュエラズ」

6月30日発売予定/PS4通常版、PS3版：8,200円 ※DL版同価格

PS4初回限定生産版：11,800円(価格はすべて税抜)

(株)バンダイナムコエンターテインメント

発売開始から今年で25周年を迎える「スーパーロボット大戦」シリーズの25周年記念タイトル第1弾「スーパーロボット大戦OG ムーン・デュエラズ」を6月30日に発売します。本作は、美しいグラフィックを用いた戦闘シーンやアニメーションでこれまで以上に臨場感のあるプレーが楽しめるほか、2機のロボットでチームを組んで戦うなど、より戦略性の高いバトルが楽しめます。本シリーズを初めてプレーする人でもシリーズの世界観が楽しめるよう、「ビギナーズモード」も用意。6月4日には舞浜アンフィシアターで25周年記念イベント「鋼の超感謝祭2016」を開催し、豪華ゲストによるトークショーやプレミアムライブを行うなど、今後もさまざまな施策で節目を迎えた「スーパーロボット大戦」シリーズを盛り上げていきます。



©SRWOG PROJECT

「ガールズ&パンツァー劇場版」

発売中/Blu-ray特装限定版：9,800円

Blu-ray通常版：7,800円 DVD：6,800円(価格はすべて税抜)

バンダイビジュアル(株)

2015年11月より全国公開され、興行収入18億円を超える大ヒットを記録した「ガールズ&パンツァー劇場版」のBlu-ray & DVDです。本作は4DXでの上映も実施し、戦車の動きや砲弾の衝撃など、通常のシアターでは得られない臨場感を体験できることでも話題を集めました。Blu-ray特装限定版には、劇場版本編の後日談となる新作OVA『愛里寿・ウォー!』や、作中登場戦車を解説するシリーズ人気コンテンツ『秋山優花里の戦車講座』など、224分にも及ぶ特典映像を収録。さらに8月28日にパシフィコ横浜 国立大ホールで開催される、ガールズ&パンツァーの集大成イベント「ガールズ&パンツァー 第2次ハートフル・タンク・カーニバル(仮)」のイベントチケット優先販売申込券も封入されており、ファン必携の商品となっています。



©GIRLS und PANZER Film Projekt