

トップインタビュー

2017年度は過去最高業績を更新 現状に満足せず新たな挑戦に取り組み続ける

バンダイナムコグループの2017年度（2018年3月期）連結業績は、過去最高の業績となりました。今回は(株)バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に、4月からスタートした新中期計画の動向や各ユニットの状況、今後の意気込みなどについて聞きました。

— 2017年度の業績と配当について聞かせてください。

田口 前中期計画の最終年度となる2017年度は、社員が一丸となり粘り強く頑張ってくれたおかげで、売上高6,783億円、営業利益750億円と過去最高の業績を更新することができました（詳細は4～5ページを参照）。また、2月の第3四半期業績発表時の見込みを上回りました。これは、海外での家庭用ゲームの販売や、国内外でのネットワークコンテンツなど利益率の高い複数の事業が想定を上回ったほか、グループ全体でも各事業の主力IPの商品・サービスが、期待通りの活躍をしてくれたためです。

2017年度の期末配当より、新中期計画の還元に関する基本方針である「DOE2%をベースに総還元性向50%以上を目標に株主還元を実施する」という考え方を前倒しで適用します。2017年度の1株当たりの配当金は、ベース配当32円、業績連動配当66円、そして過去最高業績を達成できたことへの株主の皆さまへの感謝の気持ちを込め、特別配当25円を加え、年間123円とさせていただきますと思います。

— 2018年度の業績見込みは？

田口 2018年度は、売上高6,500億円、営業利益600億円を見込んでいます。これは、変化の激しい業界にお

いて、ヒットが続くことを前提としていないことに加え、現時点で想定している商品・サービスのラインナップやマーケティング計画などを踏まえた数値です。企業としては、当然成長を目指していきますので、2017年度の好調な流れをつないでいくべく努力するとともに、掲げた数値を必達目標と考え、少しでも上を目指していきたいと思います。

— 新中期計画で目指す方向は？

田口 前中期計画では計数面、戦略面とも順調に達成できましたが、新規IPの創出がもっとできたのではないかと考えています。前中期計画では、「ドラゴンボール」や「機動戦士ガンダム」シリーズなど定番IP商品・サービスのイノベーションが効果を発揮し好調でした。新中期計画では定番IPのイノベーションに加え、新規IPの創出にドライブをかけ、育成していきたいと考えています。

また、海外展開の拡大も課題です。前中期計画では海外の家庭用ゲームや、ゲームアプリケーションが好調に推移しました。トイホビーのアジア展開も安定し、順調な進捗を見せていますが、世界における日本IPの人気を考えると、まだまだ拡大のチャンスがあります。

次の時代にバンダイナムコが存在感を示すため、またファンから期待



(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

される存在であり続けるためには、エンターテインメント業界の中で一段上のステージに上がる必要があります。新中期計画の策定では、新規IP創出と海外展開をさらに強化すべきだという意見や提案が各現場からも挙がりました。国内外の各地域でALL BANDAI NAMCOで一体となり、戦略の推進に取り組んでいきます。

— 重点戦略「IP軸戦略」では戦略投資も予定しています。

田口 各ユニットとも新規IPの創出を強化しますが、特に新設のIPクリエイションユニットでは、グループの商品・サービスと密接に連動したIPの創出に取り組みます。また、バンダイナムコホールディングスのIP戦略本部でも、IPを創出する横断プロジェクトを立ち上げています。そして創出にあたっては、グループ内だけではなく、あらゆる外部パートナーと積極的に連携していきます。新規IPの創出は、我々が最も大事にしていくテーマです。この3年間では、通常投資に加え250億円の戦略投資も行い、さまざまな方向から挑戦し続けます。（次ページに続く）

グループの持続的な成長に向け 世界で積極的に商品・サービスを提供していく

—「事業戦略」での新たな動きはありますか？

田口 先日、スタートアップの事業化を支援する「バンダイナムコアクセラレーター」の募集を発表しました。昨今、デジタルやネットワークの新しい技術や発想は、母体組織の規模を問わず生まれています。そうした技術や発想を持つ外部パートナーと組むことで、新しいエンターテインメントを創出していきたいと思います。例えば昨年発表した「ガンシエルジュ ハロ」では、パートナー企業とのパートナーシップのもと、「ハロ」の持つキャラクター性を生かしてAIのコンシエルジュ機能を示し、高い評価をいただきました。発想も開発もグループの中だけに閉じることなく、「開かれたバンダイナムコ」を示してさまざまな取り組みを行っています。

—「エリア戦略」で目指す方向性は？

田口 欧州、米国、アジアに続き、重点地域と位置付けた中国にも持株会社を設立し、本格展開に向けた体制を整えています。今後は、世界の各地域で日本のIPを積極的に展開するとともに、現地発のIPとの取り組みも強化します。世界で持続的に成

長していくためにも、各地域の社員が速やかに、主体性を持って実行できるようにしていきたいと考えています。

—「人材戦略」における取り組みは？

田口 エンターテインメント企業は、自らも楽しみながら商品・サービスを提供していく集団であるべきだと思います。そのためにも、社員が働きやすく楽しみながら仕事ができる環境を整えなければなりません。それに加え、社員がチャレンジすることを後押しする仕組みを今まで以上に用意していきたいです。バンダイナムコには、モノ、コンテンツ、場など多彩な事業があり、社員は多様な経験やキャリアを積むことができます。さまざまな個性ある社員が、生き生きと楽しみながら働く企業グループを目指していきます。

—各ユニットについて聞かせてください。トイホビーユニットの動きは？

田口 トイホビーユニットは、国内外のハイターゲット事業強化を目的に、プラモデルやコレクターズフィギュア、ロトなどを統合し、新会社(株)BANDAI SPIRITSを設立しました。足元では、プラモデルの多色成型技術を進化させるプロジェクト

フィギュアライズラボ
「Figure-riseLABO」

の第1弾となるプラモデルを発表し、話題を集めています。BANDAI SPIRITSでは、海外も強く意識しており、これまでに培ってきた日本の匠の技ともいえる製作技術を核に、圧倒的なハイクオリティー・ハイディテールを誇る世界のホビーブランドとして打

って出たいと思います。

一方、バンダイは、「仮面ライダー」や「プリキュア」などの定番IPが安定した人気となっています。7月にはウルトラマンの新作展開もスタートしますので、IPラインナップを着実に強化していきます。

—海外のトイホビーについてはどうですか？

田口 ここ数年苦戦した欧米は、戦略を見直します。体制を含めた事業の効率化をはかるほか、ニーズやチャンスのあるティーンやハイターゲット向けの展開を強化します。昨年夏より北米で展開中のドラゴンボールのカードゲームは、新シリーズを発売するたび人気が高まっています。欧米や南米、オセアニアでも発売しており、今後は楽しみです。ハイターゲット向け商品については、足元では映画「バシフィック・リム」のフィギュアが人気になっており、こういった全世界で人気となるIPを積極的に商品化していきます。

—ネットワークエンターテインメントユニットは？

田口 同ユニットでは、商品・サービスのワールドワイド展開に加え、新たなエンターテインメント創出に挑戦しています。ネットワークコンテンツでは、主要タイトルの安定的な運営とともに、「ドラゴンボール レジェンズ」のように次の柱となる新規タイトルも積極投入していきます。また、4月から(株)BXDによるスマートフォン向けブラウザゲームの新プラットフォーム「enza」がスタートしました。すでに「アイドルマスター」のような強力タイトルを投入し、反響を呼んでいます。他のユニットの事業との連動もしていきますので、新たなビジネスモデルとして育てていきたいです。

家庭用ゲームでは、国内外で実績のあるタイトル「SOUL CALIBUR」や「ACE COMBAT」の最新作を今



後投入予定です。加えて、Nintendo Switch向けの新作タイトルも複数開発していますので、ご期待ください。また、eスポーツも盛り上げていきます。eスポーツに適したタイトルは、グループに数多く存在しています。

市場の求めに呼応して常にチャレンジを続け「夢・遊び・感動」を普遍的に提供していきたい

—リアルエンターテインメントユニットはどうですか？

田口 (株)ナムコと(株)バンダイナムコエンターテインメントのアミューズメント機器部門を統合した(株)バンダイナムコアミューズメントが、このユニットの中心となります。エンターテインメントは、進化するほどデジタルの世界を飛び出して、リアルな場を表現の場として使うケースが増えています。リアルエンターテインメントユニットは、IPファンやゲームファンが体験を共有できる“価値ある場”を提供し、我々にしかできないサービスを拡大していきます。

「VR ZONE SHINJUKU」では、4月からいよいよ「ドラゴンクエストVR」の稼働を開始し、大変な人気となっています。また、バラエティスポーツ施設としてオープンした「VSPARK」も人気です。当社グループの強みである機器開発と場が一体となったバリューチェーンを生かし、バンダイナムコならではの機器・コンテンツ・場を提供していきたいと思いを。

—映像音楽プロデュースユニットは？

田口 バンダイビジュアル(株)と(株)ランティスが経営統合した(株)バンダイナムコアーツは、映像、音楽、ライブが一体となりプロデュースできる体制を生かし、新規IPの立ち上げなどのさまざまなプロジェクトに取り組んでいます。こういった取り組みを通じ、IP展開を企画・実施できるようなプロデューサーを育成してい

専任チームも発足させ、コミュニティの活性化やライセンスの発行、自社主催の大会開催についても積極的に検討しています。eスポーツでの盛り上がりは、ゲーム人口の裾野拡大にもつながっていくと思います。

きたいと考えています。また、市場が拡大する2.5次元の舞台やライブについては、国内だけでなく海外での開催を積極的に行っています。世界にも熱いIPファンがいますので、ライブのようなIPの世界観を体験できる機会を提供するとともに、ユニット間で連携しながら商品・サービスも届けていきたいと思いを。

—IPクリエイションユニットの動きを教えてください。

田口 IPクリエイションユニットの中核会社である(株)サンライズは、「機動戦士ガンダム」や「ラブライブ！」などの人気IPシリーズの新作に取り組んでいるほか、他のユニットと連動し、複数のIP開発を進めています。

IPブランドの訴求では、このほど公開されたハリウッド映画「パシフィック・リム：アップライジング」や「レディ・プレイヤー1」にガンダムが登場し、大きな反響を呼んでいます。今後も、ガンダムをはじめとするIPブランドを海外で訴求していきます。また、サンライズはTVアニ

メの印象が強いと思いますが、IPの生まれる場はアニメだけではなくありません。小説や劇場作品など、さまざまなプラットフォームからIP創出をはかっていきたいと思いを。

—株主さまへメッセージを。

田口 6月18日には定時株主総会が開催されます。株主の皆さまと対話させていただき、当社グループのことをもっと知りたいと思いを。

バンダイナムコは、現在に対しても将来に対しても、常にチャレンジが求められる企業グループです。前年度は、おかげさまで過去最高の業績を更新することができましたが、我々は現状に満足してはいけなと考えています。世界中のファンから期待されるエンターテインメント企業グループとして新たなチャレンジに常に取り組みなければならないと思いを。2018年度も、大きく変化し続ける市場に適応した商品・サービスの開発に努め、時代に合った、ユーザーの期待の半歩先を行く新しいIP創出を目指します。

バンダイナムコの掲げる「夢・遊び・感動」は、いつの時代もどこの国・地域でも必要とされるものです。これからも世界中に魅力的なIPや商品・サービスをどんどん提供していきます。変化の先にある未来に向かって、新しくスタートするバンダイナムコグループの今後にご期待ください。



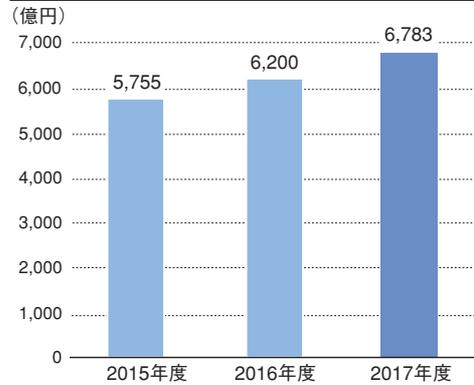
▲全世界で発売予定の家庭用ゲーム「SOUL CALIBUR VI」
SOULCALIBUR™ VI & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

◀「パシフィック・リム」新作映画公開に合わせ
フィギュアを国内外で発売 ©Legendary2018. All Rights Reserved.

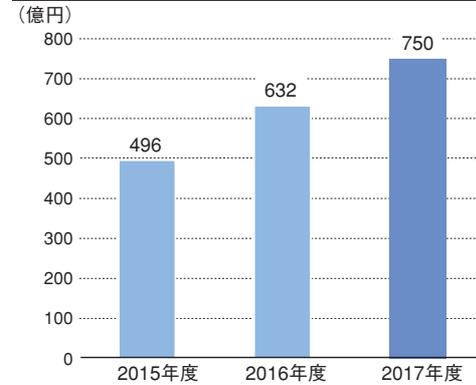
2018年3月期(2017年度) 連結業績 ハイライト

売上高	営業利益	親会社株主に帰属する 当期純利益	ROE(自己資本 当期純利益率)
2017年度 6,783 億円	2017年度 750 億円	2017年度 541 億円	2017年度 14.7%
2016年度 6,200 億円	2016年度 632 億円	2016年度 441 億円	2016年度 13.3%

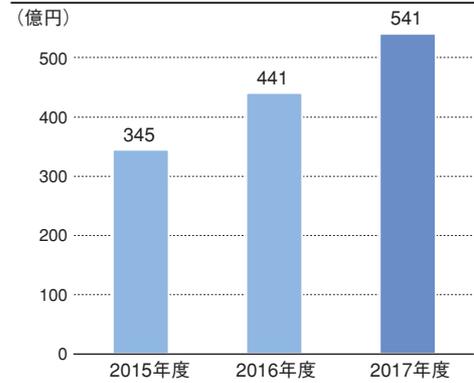
売上高



営業利益



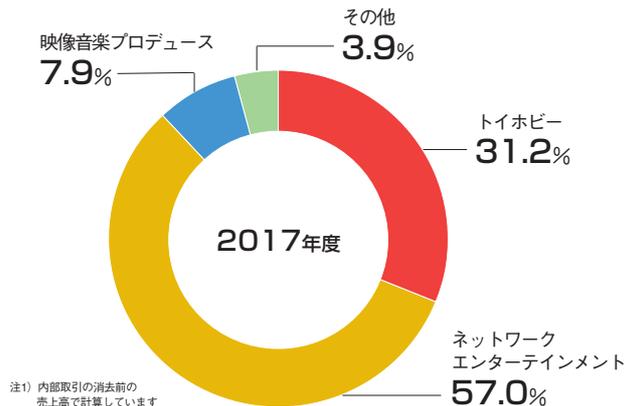
親会社株主に帰属する当期純利益



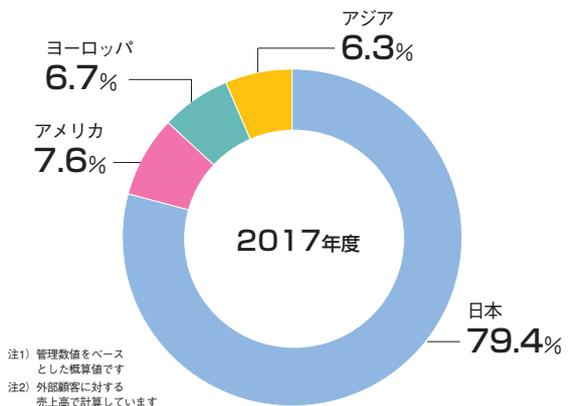
総資産・純資産



事業の種類別売上高比率



所在地別売上高比率



トイホビー

売上高： 222,417百万円 (前期比2.0%増)
セグメント利益： 14,476百万円 (前期比8.6%増)

国内において、「仮面ライダー」シリーズや「プリキュア」シリーズ、「ドラゴンボール」シリーズなどの定番IP商品の好調が継続したほか、「機動戦士ガンダム」シリーズの商品がプラモデルを中心に安定的に推移しました。また、大人層などに向けたターゲット拡大の取り組みを強化したほか、IPラインナップ拡充に取り組むなど、IP軸戦略強化に向けた施策を実施しました。

海外では、アジア地域において「機動戦士ガンダム」シリーズの商品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、ハイターゲットに向けたカード商品などの展開を推進しました。



◀データカードダス「スーパードラゴンボールヒーローズ」
©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

仮面ライダービルド
「変身ベルト DXビルドドライバー」
©2017 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映



「機動戦士ガンダム」シリーズ
プラモデル ©創通・サンライズ



HUGっと!プリキュア
「お世話たっぷりおしゃべりはぐたん」
©ABC-A・東映アニメーション

ネットワークエンターテインメント

売上高： 405,986百万円 (前期比14.2%増)
セグメント利益： 52,374百万円 (前期比24.6%増)

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において、ワールドワイド展開している「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」や「ワンピース トレジャークルーズ」、国内の「アイドルマスター」シリーズなどの主力タイトルの好調が継続し収益に貢献しました。

家庭用ゲームにおいては、欧米地域を中心に新作タイトル「鉄拳7」や「ドラゴンボール ファイターズ」が人気となったほか、既存タイトルのリピート販売が好調に推移しました。

アミューズメントビジネスでは、アミューズメント施設の国内既存店が順調に推移したほか、新技術を融合した新たな取り組みとしてVR（仮想現実）を活用した機器開発や施設の出店を積極的に推進しました。



◀ゲームアプリケーション
「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」
©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.



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」
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



「VR ZONE SHINJUKU」

◀家庭用ゲームソフト「鉄拳7」
©CAPCOM U.S.A., INC. ALL RIGHTS RESERVED.
TEKKEN™7 & ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

映像音楽プロデュース

売上高： 56,058百万円 (前期比0.4%減)
セグメント利益： 12,508百万円 (前期比6.9%減)

「機動戦士ガンダム」シリーズや「ラブライブ！」シリーズ、「ガールズ&パンツァー」シリーズなどの主力IPの既存作品および新作に関連した映像や商品展開を行い人気となりました。また、「ラブライブ！」シリーズなどの作品に関連したライセンス収入などが収益に貢献しましたが、事業全体では主力商品の発売タイミングなどの違いにより、前期の業績を下回りました。

関連事業会社

売上高： 27,640百万円 (前期比3.1%増)
セグメント利益： 767百万円 (前期比9.3%増)

グループのトイホビー、ネットワークエンターテインメント、映像音楽プロデュースの各戦略ビジネスユニットへ向けた物流事業、印刷事業、その他管理業務などを行っている会社から構成されており、これらのグループサポート関連業務における効率的な運営に取り組みました。



映像作品
「機動戦士ガンダム THE ORIGIN
激突ルウム会戦」©創通・サンライズ



映像音楽作品
「ラブライブ！サンシャイン!!」
©2017 プロジェクトラブライブ！サンシャイン!!



「ガールズ&パンツァー
最終章 第1話」Blu-ray
©GIRLS und PANZER Finale Projekt

スタートアップの事業化支援を行う 「バンダイナムコアクセラレーター」募集開始

このたび、バンダイナムコグループは、(株)ゼロワンブースター（東京都港区、鈴木規文代表取締役）と共同で、スタートアップの事業支援を通じて、新たな夢と遊びの創造を目指すプログラム「バンダイナムコアクセラレーター」をスタートしました。

本プログラムでは、世界中の人々に向けてまだ体験したことのない「夢・遊び・感動」を届けるためのパートナーとして、革新的な商品・サービスを創造する企業などの募集を行っています。募集を受け付け後、書面・面談選考、ビジネスプランコンテストを経て事業化を目指していきます。プログラムには、各種支援を行うメンター・カタリストとして(株)バンダイ、(株)バンダイナムコエンターテインメント、(株)バンダイナムコミュージックメント、(株)バンダイナムコアーツ、(株)サンライズのメンバーが参画するほか、(株)バンダイナムコスタジオが技術面でサポートし、事業開発支援をはじめ、グループ内のリソース活用や課題解決に向けたさまざまなアドバイスを行っていく予定です。

※詳細はこちらをご覧ください：<http://bandainamco.01booster.com/>

東日本大震災被災地の 子どもたちに向けて活動実施

(株)バンダイナムコホールディングスは、3月に福島県相馬市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、相馬市中央児童センターでプラモデル教室を開催し、約60名の小学生が参加しました。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。



©PIKACHIN

株式情報

(2018年3月31日現在)

株式の状況

会社が発行する株式の総数	1,000,000,000株
発行済株式総数	222,000,000株
総議決権数	2,194,316個
株主数	36,449名

株式の状況

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	12,179	5.54%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	12,126	5.51%
中村 恭子	6,203	2.82%
有限会社ジル	6,000	2.73%
野村信託銀行株式会社(退職給付信託三菱東京UFJ銀行口)	4,586	2.09%
株式会社マル	4,400	2.00%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	3,951	1.80%
任天堂株式会社	3,845	1.75%
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234	3,800	1.73%
GOVERNMENT OF NORWAY	3,451	1.57%

(注) 持株比率は自己株式を控除して計算しています。

所有株数別株主分布

	人数(名)
1単元未満	3,243
1単元以上	26,189
5単元以上	2,890
10単元以上	2,973
50単元以上	410
100単元以上	410
500単元以上	101
1,000単元以上	145
5,000単元以上	88

所有者別株式分布

	株数(千株)
政府・地方公共団体	0
金融機関	64,319
金融商品取引業者	3,660
その他の法人	26,289
外国法人等	98,544
個人・その他	27,073
自己名義株式	2,111

「ウルトラマンR/B」

ウルトラマンシリーズの最新作「ウルトラマンR/B」が、7月7日より放送を開始します(テレビ東京系、毎週土曜日朝9時〜)。本作では、主人公である2人の兄弟が、変身アイテム「ループジャイロ」とキーアイテムである「ループクリスタル」の力で、それぞれ「ウルトラマンロッソ」と「ウルトラマンブルー」に变身します。

(株)バンダイより、「DXループジャイロ」(5,200円、7月上旬発売予定)をはじめとするさまざまな玩具を発売します。また、「DXループジャイロ」と連動して遊べる「ループクリスタル」は玩具に加え、カプセルトイ、食玩、アパレルなど、多彩なカテゴリーで展開していきます。

©円谷プロ ©ウルトラマンR/B製作委員会・テレビ東京



「DXループジャイロ」
(ループクリスタル2個付属)

「ゲゲゲの鬼太郎」

アニメ化50周年を迎えた「ゲゲゲの鬼太郎」の第6作目となるアニメが、4月より放送中です(フジテレビ系、毎週日曜日朝9時〜)。豪華な声優陣や、スタイリッシュで大人っぽくなった鬼太郎やねこ娘のビジュアルなどが話題となっており、現在、メインターゲットである小学生男女の高視聴率を獲得しています。

バンダイより、スライムが流れ込むギミック付きハウス「スライムであそぶんじゃ! DXゲゲゲハウス」(6,980円、8月発売予定)や、振ったり話しかけたりするとおしゃべりする「おしゃべり目玉おやじ」(3,980円、8月発売予定)など、「ゲゲゲの鬼太郎」の多彩なキャラクターを生かした商品を発売予定です。



「スライムであそぶんじゃ!」
DXゲゲゲハウス

©水木プロ・フジテレビ・東映アニメーション

「プラネット・ウィズ」

(株)バンダイナムコアーツが製作に参加するTVアニメ「プラネット・ウィズ」が、7月より放送を開始します。本作は、「惑星のさみだれ」「スピリットサークル」などの代表作を持つ今注目の漫画家・水上悟志氏が原案を務め、1,074ページにわたり描き下ろしたネームをもとに描き出す、オリジナルロボットアニメーションです。アニメ制作を「クジラの子らは砂上に歌う」「アリスと蔵六」などを手掛けたJ.C.STAFFが担当し、熱血ドラマや迫力のあるメカアクションを展開していきます。

TV放送に先駆けて、「ヤングキングアワーズ」(少年画報社刊)にて漫画連載が開始され、バンダイナムコアーツでも、TVアニメだけでなく今後さまざまな施策を展開し、「プラネット・ウィズ」を盛り上げていく予定です。

©水上悟志・BNA・JC / Planet With Project



「機動戦士ガンダム THE ORIGIN 誕生 赤い彗星」

「機動戦士ガンダム THE ORIGIN」シリーズの6作目「機動戦士ガンダム THE ORIGIN 誕生 赤い彗星」(企画・製作:株サンライズ)が、5月5日より4週間、全国の劇場35館で期間限定上映されました。同シリーズは、1979年放送のTVアニメ「機動戦士ガンダム」でアニメーションディレクターを務めた安彦良和氏によるコミカライズ作品を、安彦氏自らが総監督としてアニメ化したもので、本作がシリーズ完結編です。

バンダイナムコアーツからBlu-ray&DVDを7月13日に発売予定で、BVC<バンダイビジュアルクラブ>で限定販売するBlu-ray(初回限定生産)には、安彦氏描き下ろし収納箱のほか、メイキング映像などが収録された特典Discが付属するなど、豪華仕様となっています。なお、山崎まさよし氏が歌う主題歌「破線の涙」を収録したオリジナルサウンドトラックCDも発売中です。



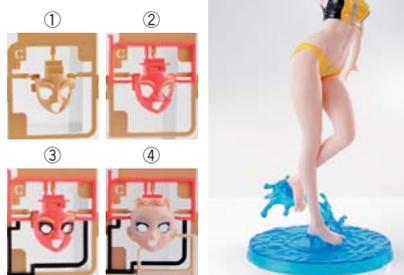
©創通・サンライズ

プラモデルの技術進化を目指すプロジェクト「Figure-riseLABO」始動

株式会社BANDAI SPIRITSは、従来のプラモデルでは実現できなかった表現を研究し、実現に向けて技術を進化させる新プロジェクト「Figure-riseLABO」を立ち上げました。

プロジェクト第1弾の研究テーマは「肌」の表現です。表面の成形色の厚みを細かく調整することで下の層の色を透過させ、肌や頬の血色、おなかの陰影など、これまで表現できなかった透明感のある「人の肌の質感」を追求しました。その研究結果を用いた第1弾商品として、TVアニメ「ガンダムビルドファイターズトライ」に登場したホシノ・フミナのプラモデルを6月9日に発売します（5,940円、全高約250mm）。

第2弾の研究テーマは「衣装と髪」とする予定で、今後もプラモデルの成形技術を用いた表現の研究を継続して行い、テーマに沿った商品を発売していきます。



▲成形の過程 ©創通・サンライズ
▲Figure-riseLABO ホシノ・フミナ

バンダイナムコエンターテインメントのWebメディア「アソビモット」運用開始

株式会社バンダイナムコエンターテインメントは、自社情報を発信する新たなWebメディア「アソビモット」の運用を4月より開始しました。

「アソビモット」は、バンダイナムコエンターテインメントの企業理念「アソビきれない毎日を。」のもと、「気になるアソビを深く知れば、モット楽しめる。」をコンセプトに立ち上げたメディアで、同社の新規事業へのチャレンジや、社員の姿勢、社内活動などをさまざまな切り口で紹介しています。バンダイナムコエンターテインメントでは、「日常にアソビをモット増やし、アソビをモット深く知って楽しんでいただきたい」という想いのもと、「アソビモット」を活用した自社情報の発信を積極的に行っていきます。



「アソビモット」(<http://bandainamcoent.co.jp/asobimotto/>)
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

エンタメコマースサイト「アソビストア」をオープン

バンダイナムコエンターテインメントは、公式通販サイト「ララビット」のサイト名を「アソビストア」に変更し、より進化した購入体験を提供するエンターテインメントサイトとして一新しました。

「アソビストア」では、同社のオリジナルIPである「アイドルマスター」や「テイルズ オブ」シリーズなどを中心に、ゲームやアニメに関連した商品を提供するほか、イベント情報や商品開発秘話など商品関連情報の動画配信や、イベントの開催を通じて、商品価値を高める体験を届けます。なお、2018年6月中旬より有料会員向けのサービスを開始し、会員限定のシークレットセールや先行販売、アニメや動画コンテンツの配信など、付加価値の高いプレミアムなサービスを提供していく予定です。



「アソビストア」(<https://shop.asobistore.jp/>)
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

スマートフォン向けブラウザゲームプラットフォーム「enza」サービス開始

株式会社BXDが開発・運営を行うスマートフォン向けブラウザゲームプラットフォーム「enza」が、このほどサービスを開始しました。「enza」はBXDが独自に展開するプラットフォームで、アプリを新たにインストールすることなく、スマートフォンの標準ブラウザでアプリと変わらない本格的なゲームがプレイできます。

第1弾タイトルは、バンダイナムコエンターテインメントによる「アイドルマスター」の新シリーズ「アイドルマスター シャイニーカラーズ」（基本無料、サービス内課金あり）です。HTML5技術を活用した同作は、新たに登場したアイドルたちの育成や、全国のプロデューサーとのライブ対戦を楽しむことができます。

バンダイナムコエンターテインメントでは今後「ドラゴンボールZ ブッチギリマッチ」など、順次タイトルを展開していく予定です。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

エンタメ系バラエティスポーツ施設「VS PARK」オープン

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、性別や運動神経に関わらずスポーツを気軽に思い切り楽しめるバラエティスポーツ施設「VS PARK」を、「EXPOCITY」(大阪府吹田市)内にオープンしました。「VS PARK」は、テレビのバラエティ番組に参加しているような体験ができる、エンターテインメント要素盛りだくさんのアクティビティを集めた約800坪のバラエティスポーツ施設です。従来のスポーツにユニークなガジェットを追加し、遊び感覚で楽しめるスポーツや、ネットやテレビで紹介された話題のスポーツなど、全37種類のアクティビティを取りそろえました。オープン以来、TVや雑誌など多くのメディアに取り上げられ注目を集めています。バンダイナムコエンターテインメントでは、バンダイナムコならではの差別化された場の創出に、今後も取り組んでいきます。



アクティビティの様子

人気IPのライブイベントを続々開催

バンダイナムコエンターテインメントは、4月に「アイドルマスター シンデレラガールズ」初の海外単独公演を台湾で開催したほか、4~5月にかけて、ホログラム技術とリアルタイムモーションキャプチャ技術を使ったライブイベント「THE IDOLM@STER MR ST@GE!! MUSIC♪GROOVE☆」を横浜で開催し、注目を集めました。

また、(株)バンダイナムコオンラインが展開するIP「アイドリッシュセブン」初のリアルライブ「アイドリッシュセブン 1st LIVE『Road to Infinity』」が、(株)バンダイナムコエンターテインメントと(株)バンダイナムコオンラインにより、7月7日~8日にメットライフドーム(埼玉・所沢)で開催されます。作品内のアイドルグループ「IDOLiSH7」「TRIGGER」「Re:vale」が参加予定で、ライブを通してIPを盛り上げていきます。



「アイドルマスター シンデレラガールズ」台湾公演の様子 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

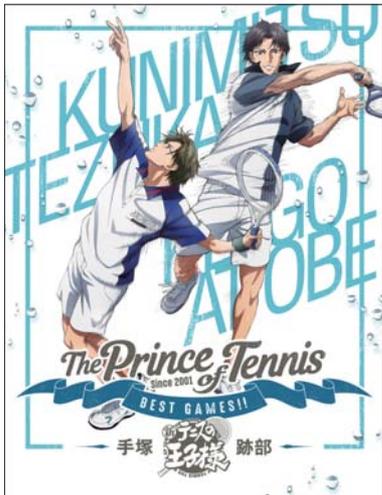


アイドリッシュセブン 1st LIVE「Road to Infinity」 ©BNOI/アイナナ製作委員会

「テニスの王子様」新作OVAのイベント上映とBlu-ray&DVD発売

漫画「テニスの王子様」「新テニスの王子様」が2019年に20周年を迎えるにあたり、TVアニメ「テニスの王子様」で描かれた数ある名試合の中から、特に人気の高かった対戦カードが新作OVA「テニスの王子様 BEST GAMES!!」として再びアニメ化されます。

その記念すべき1戦目のOVAに、関東大会1回戦 青学対氷帝「手塚vs跡部」が選ばれ、作品のイベント上映とBlu-ray & DVDの発売が決定しました。イベント上映は、8月24日より2週間限定で実施され、その後、10月26日にBlu-ray(6,000円)とDVD(5,000円)がバンダイナムコエンターテインメントより発売される予定です。



©許斐剛/集英社・NAS・新テニスの王子様プロジェクト

「沼津市×ラブライブ!サンシャイン!! ヌマヅノタカラプロジェクト」が始動

(株)サンライズ制作のアニメ「ラブライブ!サンシャイン!!」の舞台である静岡県沼津市で、「沼津市×ラブライブ!サンシャイン!! ヌマヅノタカラプロジェクト」が始動しました。

これは、新たな観光資源の創出を目指し、ソニー企業株のサービス「舞台めぐり」が沼津市協力のもと、オリジナルデザインマンホールを沼津市各地に設置するクラウドファンディングのプロジェクトです。クラウドファンディングではコースごとにさまざまな特別返礼品が用意され、同作に登場する「Aqours」をデザインしたマンホールの色差し(彩色)体験ができる特別コースなど、体験型の返礼品も設けられました。プロジェクト発表後、目標金額の1.5倍となる3,300万円以上を集め、計11個のマンホールが制作されました。マンホールはすでに沼津市内に設置され、多くのファンが訪れています。



©2017 プロジェクトラブライブ!サンシャイン!!

DX妖怪ウォッチエルダ

7月14日発売予定 / 5,400円

(株)バンダイ

4月より放送中の「妖怪ウォッチ シャドウサイド」(テレビ東京系、毎週金曜日夕方6時25分～)に登場し、妖怪を召喚するために使用する新世代の妖怪ウォッチです。付属の「妖怪アーク」を本体に挿し、右に回すと青く光りながら“ライトサイド”の妖怪を召喚、左に回すと赤く光りながら“シャドウサイド”の妖怪を召喚でき、1つの「妖怪アーク」で2パターンの召喚遊びが楽しめます。「妖怪アーク」にはさまざまな種類があり、召喚音は「妖怪アーク」のレア度によって変化します。「妖怪アーク」は、玩具に加え、アニメ、ゲームなどさまざまなメディアをつなぐ鍵となっており、今後も続々と新商品を発売していく予定です。



▲DX妖怪ウォッチエルダ



▲「妖怪アークジバニャン」が付属

©L5/YWP-TX

カラチェンパジャマ

快盗戦隊ルパンレンジャーVS警察戦隊パトレンジャー

8月16日より順次発売予定/各3,300円(2色展開:ネイビー、レッド) (株)バンダイ

着用したり触ったりすると、子どもが大好きなキャラクターのイラストが生地に出てくる不思議なパジャマです。4月発売の夏物に続き、長袖の秋物を発売します。子どもの生活習慣で悩んでいることを尋ねた「ママのお悩みアンケート」で、回答が2番目に多かった「朝の着替えやお風呂上がりになかなか着替えようとしにくい」という悩みに着目して企画した商品です。温度の上昇で色が変わる特殊な温感インクを採用し、着用したり触ったりして温めることでインクが反応し下地に描かれたイラストが出現します(特許出願中)。体温が高い状態で着用するとイラストがはっきりと出現しやすいため、特にお風呂上がりなどのお着替えを促すことができます。3～6歳の子どもの向けとして、本商品のほか「HUGっと!プリキュア」などでも展開予定です。



©2018 テレビ朝日・東映AG・東映

ルービックキューブ ver. 2.1

6月下旬より順次発売予定 / 2,200円

(株)メガハウス

縦と横のブロック数が3×3のベーシックな「ルービックキューブ」をリニューアルします。ハンガリーの彫刻と建築学の教授であったエルノー・ルービック氏が考案した立体パズル「ルービックキューブ」は、1977年の発売以来、全世界で4億5,000万個以上を販売。2017年には、海外で1980年代以来の大流行となっています。この背景を受け、日本国内で「ルービックキューブ」の製造・販売を行うメガハウスでは、日本での再ブームを目指してシリーズのリブランディングを行います。「ルービックキューブ ver. 2.1」のほか、「ルービックキューブ2×2 ver. 2.1」など計10種のパッケージを、白を基調としたシンプルなデザインに統一して発売するほか、過去の人気商品の復活や新商品の発売も計画しており、今までの、そしてこれからのルービックファンに向けてアプローチしていきます。



©1974 Rubik's® Used under licence Rubiks Brand Ltd. All rights reserved.

PlayStation®4/Steam® 「New ガンダムブレイカー」

【PS4®版】6月21日発売予定/通常版：7,600円

期間限定版 ビルド G サウンドエディション：9,600円

数量限定版 プレミアムエディション：11,800円

【Steam®版】6月22日配信予定/通常版：オープン価格

(株)バンダイナムコエンターテインメント

ガンダムのプラモデル“ガンプラ”をモチーフにしたアクションゲーム「ガンダムブレイカー」シリーズの最新作です。敵のモビルスーツを破壊して、ガンプラパーツを収集し、自身のガンプラをカスタマイズするというシリーズならではの魅力はそのままに、世界観やルールを一新しました。これまでパーツの組み替えはバトル終了後に行うシステムでしたが、本作より「リアルタイムカスタマイズバトル」を導入し、バトル中にガンプラパーツの換装が可能となりました。シングルプレイでストーリーを楽しめるだけでなく、オンラインで全国のプレイヤーと3対3のバトルができる「チーム対抗共闘バトル」などの新システムも加わり、より白熱したガンプラバトルが楽しめます。



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS ©創通・サンライズ・テレビ東京

PCゲーム「ガンダムヒーローズ」

配信中／無料(一部アイテム課金) (株)バンダイナムコオンライン
『集え、司令官！3分間の大乱戦！』がコンセプトのガンダムのPCクライアント型リアルタイムバトルゲームです。プレイヤーは司令官となり、モビルスーツなどの機体とキャラクターを組み合わせ、オリジナルの艦隊を編成し、3分間の大乱戦を楽しめます。

バトルには「クエスト」と「対戦」があり、一人で遊べる「クエスト」では、AI(人工知能)と対戦を繰り返し、自分のデッキを強化することができます。「対戦」では、他のプレイヤーと対戦してランキングを競い合うことができます。それぞれのバトルに応じて艦隊を編成し、毎秒変化する戦況を見極め、モビルスーツたちをいつでも出撃させるかが攻略のカギとなります。



©創通・サンライズ ©創通・サンライズ・MBS

「あそびパークPLUS アピタテラス横浜綱島店」

稼働中／時間課金制 (株)バンダイナムコアミューズメント

今年3月に開業した大型商業施設「アピタテラス横浜綱島」(神奈川県横浜市)に、国内初となるバーチャル虫とりコンテンツ「屋内木のぼり森の子」を導入した「あそびパークPLUS アピタテラス横浜綱島店」がオープンしました。「屋内木のぼり森の子」は、バンダイナムコグループのノウハウを駆使した最新テクノロジーにより、普段なかなかできない「木のぼり」や「虫とり」を屋内で手軽に楽しむことができる新しい遊び場です。子どもたちは、インタラクティブなプロジェクトンマッピングの演出効果で、本物の森に入った感覚になり、全身を使って、虫を見つけ、追いか、近づき、捕まえる楽しさが味わえます。



フィールドVRアクティビティ 『ドラゴンクエストVR』

稼働中／3,200円(施設入場料別途800円)
(株)バンダイナムコアミューズメント

国内最大級のVRエンターテインメント施設「VR ZONE SHINJUKU」の新規コンテンツとして、フィールドVRアクティビティ『ドラゴンクエストVR』が登場しました。施設内の20m×12mのアリーナを用いたアクティビティです。VRゴーグルをかけると広がる360度の「ドラゴンクエスト」の世界の中で、体験者はパーティを組み、「戦士」2人と「魔法使い」「僧侶」の計4人で冒険に旅立ちます。「ドラゴンクエスト」とコラボレーションしたフードやオリジナルグッズの販売、外観演出など、アクティビティのほかにも施設のさまざまな場所で「ドラゴンクエスト」の世界観が体験できます。



©ARMOR PROJECT/BIRD STUDIO/SQUARE ENIX All Rights Reserved.
©BANDAI NAMCO Amusement Inc.

「Aqours CLUB CD SET 2018」

6月30日発売予定／Aqours CLUB CD SET 2018：5,000円
Aqours CLUB CD SET 2018 GOLD EDITION：15,000円
(株)バンダイナムコアーツ

「ラブライブ! サンシャイン!!」のスクールアイドルグループ「Aqours」の結成日である6月30日に、「Aqours CLUB CD SET 2018」を発売します。本商品には、「Aqours」が今後展開していくプロジェクト「Aqours Hop! Step! Jump! Project!」のテーマソングCDが収録されています。また、「Aqours CLUB CD SET 2018 GOLD EDITION」には、期間限定の会員サービス「Aqours CLUB」のコンテンツから抜粋した思い出の映像・写真・ブログ、新規撮り下ろし映像を含むスペシャルメモリアルDVDが同梱されるなど、豪華特典が満載となっています。なお、本商品に封入されているシリアルコードを登録することで、1年間の期間限定会員サービス「Aqours CLUB 2018」にアクセスができるほか、チケットの先行抽選申し込みへの応募や、「Aqours」の活動日誌など、さまざまなコンテンツを楽しめます。



©2017 プロジェクトラブライブ! サンシャイン!!

アニメーション制作からIPプロデュース集団へ「ゼロ」から「イチ」を生み出す企業を目指す

新中期計画で新設されたIPクリエイションユニットの主幹会社である(株)サンライズ。中期ビジョンに「アニメ制作会社からIPプロデュース集団への進化」を掲げ、「IP創出力UP」「IP発信力UP」「既存ブランド力UP」の3つの重点戦略のもと、中期計画を推進しています。今回は同社の宮河恭夫社長に、中期計画達成に向けた想いや、仕事に対するポリシーなどを聞きました。

—「ゼロからイチを生み出す企業」を新たな企業理念としました。

宮河 バンダイナムコグループは、IPという種を商品・サービスなどさまざまな形で育て、その価値を高めて大きな花を咲かせる「IP軸戦略」が最大の強みです。その中で、サンライズは戦略の核となるオリジナルIPを長年にわたり生み出し続け、「機動戦士ガンダム」など多くの作品をヒットさせてきました。オリジナルをゼロから創出するには、固定概念を打ち破る柔軟な発想や知恵、想像力、そして何よりも強い信念が必要です。これまで培ってきた経験を生かし、我々が「ゼロ」から「イチ」を生み出す。そしてグループの力でその「イチ」を10にも100にもしていきたいという想いで企業理念を掲げました。

—サンライズの強みは？

宮河 オリジナル作品にこだわり続けてきた歴史こそが強みだと思います。そのDNAが脈々と受け継がれ、新たなオリジナル作品を創る原動力となっています。会社は生き物ですから、埋め込まれたDNAはとても重

要です。オリジナル作品の歴史を紡いできたサンライズには、自分もオリジナル作品を創りたいと思っているスタッフが自然に集まってきます。そのスタッフの思いが新たな作品制作へとつながっているのだと思います。このDNAをこれからも伝えていくことが非常に大切だと考えています。

—中期計画の重点戦略である「IP創出力UP」について聞かせてください。

宮河 IPクリエイションユニットは新規IPの創出育成を最大のミッションとしていますが、そのためにも、アニメ制作会社からIPプロデュース集団に進化しなければなりません。自分たちはアニメ制作会社だと思ひ込んだら、アニメしか創れなくなります。確かにサンライズはアニメ専門の会社として成長してきましたが、今のグループにとって重要なのはアニメにこだわらず、グループ全体で活用できるIP、すなわち知的財産を生み出すことです。これからは表現方法をアニメに限定することなく、小説でも、実写でも、イラストでも、エンターテインメントのあらゆるジ

ャンルでIPを創出していきたいと考えています。

IP創出力を高めるためには、何よりも挑戦することが必要です。野球でも、打席に立つから勝負ができるわけです。ホームランもあれば三振もあります。失敗を恐れていてはIPは生まれません。また、打席に立つということは、何かを発表することです。満を持して発表するものもあれば、小さく産んで大きく育てることもあるでしょう。最初はまったく芽が出なくても、何年かたって大きく育つこともあります。バンダイナムコグループを代表するIPとなった「機動戦士ガンダム」も、放送当初は視聴率が低迷し続けていました。しかし、あきらめずにIP展開をし続けたことで、放送の2年後には、ガンダムのプラモデルを求めのお客さまで店頭が大行列ができるほどの大ブームとなったのです。最初から大ヒットするIPは稀です。作り手側は、自分が良いと信じるものは誰に反対されようと意志を貫き、あきらめることなく育て上げる覚悟も必要だと思います。

—「既存IPのブランド力UP」や「IP発信力UP」については？

宮河 4月に、10年前に放送した「機動戦士ガンダム00」のイベントを開催したのですが、ファンの高い熱気を感じました。既存IPを掘り起こし、今の時代に合わせてアレンジすることは非常に重要です。継続は力となります。エンターテインメントが社会に定着し、ターゲットになり得る層も大きく拡大しています。サンライズには多くの作品がありますので、これをチャンスととらえ、過去に制作した作品も積極的に打ち出したいと思っています。

「IP発信力UP」では、今年ワールドワイドで公開されたアメリカのSF映画「レディ・プレイヤー1」や「パシフィック・リム:アップライジング」



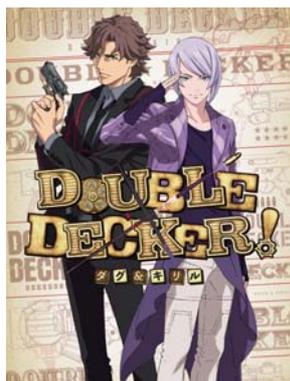
「アイカツフレンズ！」

©BNP/BANDAI, DENTSU, TV TOKYO



「機動戦士ガンダムNT」

©創通・サンライズ



「DOUBLE DECKER!ダグ&キル」

©SUNRISE/DD PARTNERS

にガンダムが登場しました。今までは、サンライズ作品以外にガンダムが出ることはありませんでしたが、

今後はこのような展開も含めて、国内外で自社IPの存在感を高める施策を進めていくつもりです。

社員一人ひとりが夢を実現させれば 社員の数だけ新しいIPが生まれる

— オリジナルIP創出に3年間で60億円の追加投資を計画しています。

宮河 エンターテインメントにおいては、今まで誰も見たことがないような新しいものの提供が重要だと考えています。そのためのチャレンジに積極的に投資していきたいと考えています。社員にとってもIP創出に潤沢な予算があることは心強いですし、自由な発想によって多彩なチャレンジ企画が出てくることを期待しています。

— バンダイナムコグループ内の連携は？

宮河 すでに複数のプロジェクトが動き出しています。例えばバンダイナムコエンターテインメントとは、ゲームを出口としたオリジナル映像の制作に取り組んでいますし、バンダイとは新しい子ども向けのIPを開発していこうと進めています。人材交流の成果も出てきており、グループ社員同士で「何か新しいことをやろう」という結びつきがどんどん生まれ、ますますグループが融合してきたと感じています。

— 今後の注目作品、IPは？

宮河 上期は、「アイカツ!」「銀魂」などの定番IPをいかに新しく見せるかということに注力します。下期は、ガンダムシリーズの最新作「機動戦士ガンダムNT」^{ナラティブ}が、11月に劇場公

開されます。また、「ラブライブ！サンシャイン!!」の劇場版の公開が決まり、これからさまざまな展開を図っていきます。そのほか、「TIGER & BUNNY」の新アニメシリーズプロジェクトの一つである“パディシリーズ”作品として、オリジナルアニメ企画「DOUBLE DECKER! ダグ&キリル」を展開しますので、ぜひご期待ください。

— 海外展開については？

宮河 2020年を控え、世界から日本、そして日本のIPに注目が集まっているのを感じます。サンライズでは、各国のテレビ局に向けた番組販売や配信、イベント開催など、さまざまな形で海外のファン層開拓に向けたアプローチを行っていますが、今後はさらに展開を強化したいと考えています。今回ハリウッド映画にガンダムを登場させたように、ワールドワイドに日本の文化を発信するには映画は良いツールであり、出口として重要視していきたいと考えています。また、大規模な市場である中国にも注目していきたいと思えます。

— 仕事に対するポリシーは？

宮河 現場主義に徹しています。自社・他社を問わず、ユーザーが集まるイベントには必ず足を運ぶように



みやかわ やすお
■宮河 恭夫社長のプロフィール

<経歴>
1956年6月8日生
1981年4月 (株)バンダイ入社
1996年1月 (株)バンダイ・デジタル・エンターテインメント取締役
2000年4月 (株)サンライズ入社
2004年4月 同社取締役
2008年4月 同社常務取締役
2011年4月 同社専務取締役
2013年4月 同社取締役副社長
2014年4月 同社代表取締役社長 (現職)
2015年4月 (株)バンダイナムコビジュアル・エンターテインメント代表取締役社長 (現職)
2018年4月 (株)バンダイナムコホールディングス執行役員 (現職)

しています。現場の熱を直接感じることで、作品に対する感性が養われると思いますので、好奇心を忘れることなく現場から学び続けていきたいですね。また、社員には、入社当時に抱いていた夢を必ず実現させてほしいと伝えています。社員はそれぞれ何かを成し遂げたくてグループに入社したと思います。みんながその気持ちを忘れず夢を実現させていけば、社員の数だけ新しいIPが生まれます。社員一人ひとりがファンと共に進化し、新しいIPを創出し続ける企業でありたいと思いますので、どうぞご期待ください。

編集後記

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、さまざま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社内制度「バンダイナムコアワード」を毎年開催しています。2017年度のバンダイナムコアワードのグランプリには、「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」が選ばれました。これは、ワールドワイドタイトルとしてグループの業績に貢献するとともに、世界に

向けて日本の良質なゲーム性をアピールし続けている点が評価されたものです。

本年度からは、「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」をビジョンに掲げた新しい中期計画がスタートしました。これに合わせ、本紙もリニューアルをしました。変化を恐れず、世界に向けてバンダイナムコならではの価値を提供し続けられるよう、一丸となってチャレンジしてまいりますので、引き続きご支援のほど、よろしくごお願い申し上げます。

▶▶▶▶ 2018年3月期 年間配当金のご報告

当社では新中期計画のスタートにあたり、「DOE（純資産配当率）2%をベースに総還元性向50%以上を目標に株主還元を実施する」基本方針へと変更することとしました。2019年3月期より基本方針を変更するにあたり、2018年3月期の期末配当より前倒しで新たな基本方針を適用し配当を実施します。これにより、2018年3月期の年間配当金は、6月18日に開催する第13回定時株主総会において承認決議いただき、ベース配当32円に業績連動配当66円と特別配当25円を加え、1株当たり年間123円となる予定です。

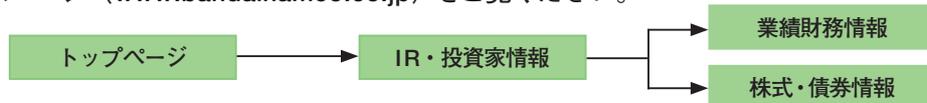
◆2018年3月期 年間配当金 内訳（予定）

中間配当	期末配当	合計
12円	111円	123円

（注）2017年12月7日に、1株当たり12円の中間配当を実施していますので、期末配当金は1株当たり111円となります。



連結財務諸表・その他株式情報につきましては、
当社ホームページ（www.bandainamco.co.jp）をご覧ください。



▶▶▶▶ 株主優待制度について

対象株主 毎年3月末日現在の当社株主名簿に記載または記録された100株以上所有の株主さま（年1回実施）
対象株主さまには株主優待制度に関するご案内を6月下旬以降に別送いたします。詳細は同ご案内でご確認ください。

優待の内容

■インターネットによる当社株主優待専用サイトからの申し込み、または申込専用ハガキによる申し込み^{※1}
（500ポイント単位で選択可）

■次の株主優待品からの選択

- ①こども商品券（500円券）
- ②イタリアントマト食事券（500円券）
- ③アミューズメントチケット（500円券）
- ④「プレミアムバンダイ」プレミアムポイント（500pt）^{※2}
- ⑤バナコイン（500バナコイン）^{※3}
- ⑥アート・コレクション（株主優待限定・描き下ろし複製イラスト／額装、シリアルナンバー付）^{※4}
- ⑦寄付^{※5}

贈呈基準

保有株式数	株主優待ポイント （1ポイント＝1円相当）
100～499株	2,000
500～999株	4,000
1,000～4,999株	6,000
5,000～9,999株	10,000
10,000株～	20,000

- ※1 有効期間内にお申し込みいただいた方が対象となります。④、⑤、⑥はインターネットによる申し込みのみとなります。
 ※2 プレミアムポイントは、(株)BANDAI SPIRITSが運営する通販サイト「プレミアムバンダイ」でご使用いただけるポイントです。
 ※3 バナコインは、(株)バンダイナムコエンターテインメントが指定する各種サービスにおいて、共通で利用可能な電子マネーです。
 ※4 4,000ポイントで2種類のうちいずれか1個がお申し込みいただけます（イラストテーマは毎年更新されます）。
 保有ポイント数の範囲内でそれぞれ1個、最大2個までお申し込みいただけます。
 ※5 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンを通じ、東日本大震災被災地の子どもたちを支援いたします。
 株主さまからの寄付申込総額と同額を当社からも拠出します。
 なお、寄付は最低1,000万円とし、合計金額が1,000万円に満たない場合は、不足分を当社が拠出いたします。

▶▶▶▶ 株式に関するマイナンバー制度のお手続きについて

市区町村から通知されたマイナンバーは、株式の税務関係のお手続きが必要となります。
このため、株主さまからお取引の証券会社等へマイナンバーを届け出いただく必要がございます。

当社株式に関連するマイナンバーの利用

法令の定めに従い、支払調書に株主さまのマイナンバーを記載し、税務署へ提出いたします。

■証券会社の口座で株式を保有されている株主さま
お取引の証券会社へお問い合わせください。

■証券会社とのお取引がない（特別口座で株式を保有されている）株主さま
三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部（電話：0120-232-711）へお問合せください。