

## トップインタビュー

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 田口 三昭

### 市場の変化に適合し世界展開を意識した イノベーションに取り組み続ける

「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」を中期ビジョンに掲げ、5ユニット体制でスタートした中期計画は、第1四半期の業績が過去最高の売上高となるなど、順調な滑り出しとなりました。今回は、今後の業績見通しや各ユニットの動向などについて、(株)バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に聞きました。

—第1四半期の業績はどうでしたか？

田口 2018年度(2019年3月期)第1四半期は、前年同期と比べ、ネットワークエンターテインメント事業において家庭用ゲームタイトル編成の違いによる影響がありましたが、全体としては各事業の主力IPや商品・サービスが順調に推移しました。特に、トイホビーと映像音楽プロデューサーが前年同期比で増収増益となり、グループ全体では売上高1,508億円、営業利益178億円となりました。新しい中期計画を良い形でスタートさせようという社員の頑張りのおかげで、第1四半期の売上高としては過去最高の実績となりました(詳細は4ページを参照)。

前年同期比で増収増益となった2つの事業についてご説明すると、トイホビーは、中期計画の重点戦略としてハイターゲット層向けの展開を強化しており、国内・海外とも、ガンブラやコレクターズフィギュア、「一番くじ」などのハイターゲット層向けの商品が好調でした。また国内では、「ドラゴンボール」「仮面ライダー」「プリキュア」などの定番IP商品も人気となりました。映像音楽プロデューサーでは、「ラブライブ!サンシャイン!!」「アイドルマスター」などの主力IPで、さまざまな付加価値をプラスした映像音楽パッケージソフト、ライブイベントや関連グッズなどの

販売の好調が業績に貢献しました。

—今後の業績見通しは？

田口 環境の変化が非常に激しい業界ですので、3ヵ月の結果で今後の動向をすべて判断することは難しいと考えています。好調な事業へのマーケティング・プロモーションの強化やタイトルの発売時期変更などの直近の事業動向、今後の商品・サービスラインナップなどを踏まえて検討した結果、5月に公表しました上半期の売上高3,060億円、営業利益290億円、通期の売上高6,500億円、営業利益600億円という業績予想に変更はありません。冒頭でもお話ししたように、主力IPや商品・サービスは順調ですので、この数値を必達目標として、ステークホルダーの方々の期待に応えるため、少しでも上を目指していきたいと思います。

—各事業の動向を教えてください。

田口 トイホビーでは、国内で9月より新仮面ライダー「仮面ライダージオーウ」の放送がスタートしました。平成仮面ライダーの集大成的な作品となっていますので、年末年始商戦の目玉となるよう商品展開をしていきます。このほかにも、商品を先行発売しイベントでも話題となっている男児向けの「爆釣パーハンター」や、女児向けの「ここたま」の新シリーズなど、新IPが続々登場します。



また、ハイターゲット層向け事業の拡大を目指すため、トイホビーユニットのハイターゲット事業を集約した新会社株BANDAI SPIRITSが本格稼働しました。別組織とし、よりミッションをはっきりさせたことでスピード感が増したように感じています。欧米でも、ハイターゲット層向け事業の展開強化のために投入したトレーディングカードゲーム「DRAGON BALL SUPER CARD GAME」の人气が高まっており、8月には全米大会も実施しました。欧米だけでなく、南米、アジア、オセアニアなど、販売地域も拡大しており、今後も海外の重点商品として強化していきます。

さらに、中国本土でも本格展開に向けた取り組みに着手しています。現地にトイホビー事業を行う会社を設立するための準備を進めているほか、すでに人気の高いウルトラマンの玩具やガンブラの拡販を推進しています。ガンブラについては、新たな展開として8月に上海にフラッグシップ店「THE GUNDAM BASE SHANGHAI」をオープンしました。今後現地ファンに向けたガンブラの情報発信基地としていきたいと思っています。(次ページに続く)

## 各ユニットが中期計画の重点戦略に沿った施策を推進していく

—ネットワークエンターテインメントはどうですか？

田口 ネットワークコンテンツでは、期待の新作「ドラゴンボール レジェンズ」が、サービスイン1ヵ月で1,000万ダウンロードを突破し、好スタートを切りました。また、「ドラゴンボールZ ドッカンバトル」「ワンピーストレジャークルーズ」「アイドルマスター」シリーズなどの国内外の既存主力タイトルが引き続き安定した人気を維持しています。既存タイトルについては、分析データも活用し、各地域のファンの特性に合わせ、より長く楽しんでいただけるようマーケティングや運営に力を入れます。新たに投入していくタイトルについては、これまで以上にクオリティを重視した企画開発を行い、ファンの期待に応えていきたいと思っています。

また、4月に立ち上げたHTML5を活用したブラウザゲームを軸とした新プラットフォーム「enza」<sup>エンザ</sup>では、「ドラゴンボールZ ブッチギリマッチ」の公式サポーターにサッカー選手の長友佑都氏を起用するなど、夏から本格的なプロモーションを開始しています。「enza」の特徴である、ユニットを横断したグループ間の事業連動についてもさまざまな施策を

準備していますのでご期待ください。

—家庭用ゲームでの動きは？

田口 海外を中心に好調な家庭用ゲームについては、「SOULCALIBUR VI」「NARUTO TO BORUTO シノビストライカー」などのワールドワイドタイトルをしっかりと投入していきます。また、欧米を中心に第1四半期においても「DARK SOULS」シリーズや「ドラゴンボール ファイターズ」などのリピート販売の好調が続きました。こちらも継続的な情報発信やプロモーションイベントで、ネットワークコンテンツ同様、ロングライフ化をはかっていきます。このほか、ゲームを活用した新たな競技として話題のeスポーツについても、プレイヤーの裾野の拡大に向け、「鉄拳7」や「ドラゴンボール ファイターズ」などを活用した大会に積極的に取り組んでいきます。

—リアルエンターテインメントと映像音楽プロデュースについては？

田口 リアルエンターテインメントの第1四半期は、国内既存店売上高が好調だった前年同期には及びませんでした。オリジナルキャンペーンや景品などで店舗の盛り上げをはかっています。また、バンダイナムコならではの楽しさを体験できる「場

の出店を推進しており、大阪にオープンしたバラエティスポーツ施設「VS PARK」が人気となっています。このほか、「VR ZONE」旗艦店の大阪への出店や、好調な新業態「TONDEMI」の2号店出店など、今後もバンダイナムコならではの「場」を展開していきます。

業務用ゲームについては、前年度はVR関連機器の開発が中心となりましたが、2018年度は「湾岸ミッドナイト」や「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス」などの人気シリーズの新製品を投入することで、施設との相乗効果を発揮していきたいと思っています。

映像音楽プロデュースは、ネットワークコンテンツから生まれたIP「アイドリッシュセブン」が、ゲームの人気はもとより、映像、音楽、ライブイベントが一体となった展開が奏功したことで、若い女性層の人気をさらに集め、このたびTVアニメ2期の制作も決定しました。IPをデジタルとリアルという両極で展開できるのは、バンダイナムコならではの強みです。こうした経験やノウハウを生かし、外部パートナーとも協業することで、今後もさまざまなIPのプロデュースを行い、IP価値の最大化を目指していきます。また、グループとして重点地域と位置付けている中国市場に向けても、アニソン配信やラ



▲上海にオープンした「THE GUNDAM BASE SHANGHAI」  
©創通・サンライズ



▲ワールドワイドタイトル「SOULCALIBUR VI」  
CD PROJEKT®, The Witcher®, Geralt® are registered trademarks of CD PROJEKT Capital Group. The Witcher game © CD PROJEKT S.A. Developed by CD PROJEKT S.A. All rights reserved. SOULCALIBUR™ VI & © BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



「機動戦士ガンダム」シリーズ  
実写映画の製作を発表▶

イブイベント開催など、現地ファンに向けた取り組みを開始していきます。  
—新ユニットIPクリエイションは？  
田口 IPクリエイションは、グループ各社やパートナー企業と連携し、新規IPの創出に取り組んでいます。同時に、既存IPの認知度を高める取り組みも行っています。先日、アメリカで開催された北米最大級のアニメイベント「Anime Expo」で映画会社レジェンダリー社と「機動戦士ガンダム」の実写映画を共同開発することを発表し、大きな反響を呼び

ました。ガンダムは、今年公開されたレジェンダリー社制作の「パシフィック・リム：アップライジング」や、スティーヴン・スピルバーグ監督作品の「レディ・プレイヤー1」にもゲスト出演し、話題となりました。こうしたIPブランドを世界に訴求する取り組みは、「TIGER & BUNNY」や「カウボーイビバップ」でも進めています。IPの認知や価値の拡大、グループの商品展開の基盤づくりにつながるものであれば、今後、他のIPでも取り組んでいきたいと思っています。



## エンターテインメントに携わることに誇りと責任を持つ

—「ドラゴンボール」も海外ファンに向けた商品展開を強化しています。  
田口 7月より北米7都市で開催されている「ドラゴンボール」の世界観を体験できるイベント「DRAGON BALL NORTH AMERICA TOUR」にグループとして参加しています。会場ではフィギュア、カード、ネットワークコンテンツ、家庭用ゲームといった主力商品・サービスのプロモーションを行っています。今後もアニメ作品と密接に連携を取りながら、長く世界のファンに支持される商品・サービス展開をはかっていきたいと思っています。

—「Anime Expo」には田口社長も足を運ばれたそうですね。

田口 「Anime Expo」では、先ほど挙げたガンダムの実写映画のほか、商品の展示やプロモーション、「ラブライブ！サンシャイン!!」や「アイドルマスター」のライブイベントの開催など、バンダイナムコグループからさまざまな話題を発信しました。実際に会場に足を運び、日本IPの人気と注目度の高さを改めて感じました。そして、巨大な海外市場で競合他社と戦っていくためには、現地のファンをしっかりと見ること、現地の

情報をグループ全体で共有し、ALL BANDAI NAMCOで力を結集していかなければならないと感じました。非常に難しいことではありますが、やりがいを感じています。

—株主総会はどうでしたか？

田口 6月に開催した株主総会では、さまざまなご意見やご質問をいただき、株主の皆さまとコミュニケーションを取らせていただくことができたのではないかと思います。同時に、これからの商品・サービス、将来のバンダイナムコグループへの期待の大きさを肌で感じる事ができました。皆さまの期待に応えるためにも、グループ社員一同、真摯に取り組んでいきたいと思っています。

—今後の意気込みを聞かせてください。

田口 中期計画のビジョン「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」にある「CHANGE」には、変化の激しい環境の中、今までのビジネスモデルや常識にこだわることなく変わり続けていかなければならないという思いを込めています。各ユニットがこのビジョンのもと、市場の変化にどう適合していくかということテーマに、さまざまな施策を進めています。新しいIP創出のための仕

込みはもちろん、定番IPについても、これまでにはなかったような今の時代に合わせた、さらには世界展開を意識した新しいイノベーションに積極的に取り組んでいきます。

今は、将来においてもバンダイナムコグループが存在感を発揮し持続的成長を続けるために、新しいことに取り組む時期だと捉えています。それに加えて、新たな技術やデバイスを活用したサービスや体験にも、スピードを上げて取り組んでいかなければなりません。これからもバンダイナムコグループは、新しい時代に適合した商品・サービス、事業に挑戦し続けていきます。

—読者にメッセージをお願いします。

田口 バンダイナムコグループは、商品・サービスを通じて「夢・遊び・感動」を世界の人々に提供し、「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」となることを目指しています。我々の商品・サービスは生活必需品ではありませんが、人々の人生にはなくてはならない必要なものです。エンターテインメントに携わることに誇りと責任を持つとともに、常に今の時代に合ったものを提供すべく、時代の先を見ながら取り組みを続けていきたいと思っています。今後の展開にご期待ください。

(株)バンダイナムコホールディングスは、2019年3月期の第1四半期累計期間（2018年4～6月）の連結業績を発表しました。前年同期と比べ、ネットワークエンターテインメント事業におけるタイトル編成の違いによる影響がありましたが、トイホビー事業や映像音楽プロデュース事業が好調に推移しました。また、各事業の主力IPや商品・サービスが安定的に推移しました。

\*\*\*\*\*

<トイホビー事業>

国内においては、「機動戦士ガンダム」シリーズのプラモデルやコレクターズフィギュアなどのハイターゲット層向けの商品、「ドラゴンボール」シリーズや「仮面ライダー」シリーズ、「プリキュア」シリーズなどの定番IP商品が好調に推移しました。

海外においては、アジア地域で「機動戦士ガンダム」シリーズの商品などが人気となったほか、中国市場での本格事業展開に向けた取り組みを行いました。欧米地域では、「ドラゴンボール」シリーズのカード商品やコレクターズフィギュアなどのハイターゲット層に向けた展開を強化しました。

<ネットワークエンターテインメント事業>

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がユーザーに向けた継続的な施策により安定的に推移したほか、新作タイトル「ドラゴンボール レジェンズ」が好調なスタートを切りました。また、新プラットフォームの立ち上げなどの新たなサービス創出に向けた取り組みを行いました。

家庭用ゲームにおいては、ワールドワイド展開した新作大型タイトルの販売があった前年同期と比べタイトルラインナップの違いが業績に影響を与えましたが、海外における既存タイトルのリピート販売の好調が継続しました。

<リアルエンターテインメント事業>

アミューズメント施設やバンダイナムコならではの体験を楽しむことができる「場」を提供する新業態店舗の出店などを行いました。国内既存店が好調だった前年同期には及びませんでした。

<映像音楽プロデュース事業>

「ラブライブ！サンシャイン!!」や「アイドルマスター」シリーズの映像パッケージソフトや音楽パッケージソフトなどが人気となりました。また、「アイドルリッシュセブン」をはじめとしたIPのライブイベントおよびそれに関連した商品販売が好調に推移しました。

<IPクリエイション事業>

「機動戦士ガンダム」シリーズのTV作品や劇場公開作品、「アイカツ!」シリーズのTV作品などが放映・公開され人気となったほか、「ラブライブ！サンシャイン!!」の劇場公開に向けIPの話題喚起を行いました。なお、利益面では、大型ライセンス収入があった前年同期には及びませんでした。

\*\*\*\*\*

なお、第2四半期連結累計期間および通期の予想数値につきましては、今後の商品・サービスラインナップなどを踏まえ、2018年5月9日公表の予想数値から変更はありません。

◆2019年3月期第1四半期 累計期間の連結業績

(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四半期純利益
連結業績	150,899	17,897	19,498	14,637
前年同期増減率	4.7%	14.6%	20.1%	8.4%

◆2019年3月期第1四半期 累計期間のセグメント別実績

(単位:百万円)

	売上高	セグメント利益
トイホビー	50,536	5,296
ネットワークエンターテインメント	69,982	10,207
リアルエンターテインメント	20,081	△473
映像音楽プロデュース	9,581	2,679
IPクリエイション	3,655	1,200
その他	6,900	118
消去・全社	△9,838	△1,131
合計	150,899	17,897

◆2019年3月期第2四半期 累計期間および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
第2四半期累計期間 (2018年4月～2018年9月)	306,000	29,000	29,500	22,000
通期 (2018年4月～2019年3月)	650,000	60,000	61,000	43,000

※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。

## 仮面ライダージオウ

平成仮面ライダー 20作目となる「仮面ライダージオウ」(テレビ朝日系、毎週日曜日午前9時~)が、9月2日よりTV放送を開始しました。本作の主人公は、魔王になる運命を背負い、時空を超えるタイムトラベルライダーです。未来から来た謎のベルト「ジクウドライバー」を使って変身し、歴代の平成仮面ライダーたちの力を身にまとって戦います。



©2018 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

株式会社バンダイでは、変身アイテムの「変身ベルト DXジクウドライバー」をはじめ、さまざまな玩具を商品化します。「ジクウドライバー」と連動するキーアイテムの「ライドウォッチ」は、玩具のみならず、カプセルトイ、食玩など、さまざまなカテゴリーで展開していきます。



「変身ベルト DXジクウドライバー」

## 転生したらスライムだった件

(株)バンダイナムコアーツが製作に参加するアニメ「転生したらスライムだった件」が、10月よりTV放送を開始します。本作は、小説投稿サイト「小説家になろう」で4億PVを記録し、書籍がシリーズ累計550万部を突破した人気作品をアニメ化したものです。



©川上泰樹・伏瀬・講談社/転スラ製作委員会

気が付くとスライムの姿になって異世界に転生していた主人公・リムルが、さまざまな種族と出会い、世界のあり方を知っていく中で、「種族問わず楽しく暮らせる国作り」を目指す、これまでにない“転生エンターテインメント”です。TV放送に先駆けて、東京(9月17日)と大阪(9月29日)で先行上映会の開催も予定しています。

バンダイナムコアーツでは、寺島拓篤が歌うオープニング主題歌CD「Nameless story」(初回限定盤1,800円、通常盤1,300円)を10月17日に発売するほか、さまざまなメディアで本作を盛り上げていきます。

## 機動戦士ガンダムNT

1979年にTV放送が開始され、来年で40周年を迎える「機動戦士ガンダム」シリーズ。その最新作「機動戦士ガンダムNT」(企画・制作:株式会社サンライズ)が、11月に劇場公開予定です。大ヒットシリーズ「機動戦士ガンダムUC」の先を描く作品で、「機動戦士ガンダムUC」のストーリーを担当した福井晴敏氏が脚本を手がけます。

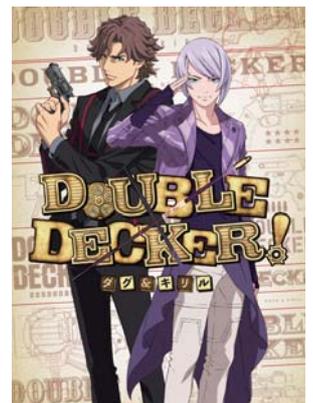


©創通・サンライズ

今秋にはバンダイよりプラモデルが発売されるほか、(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「スーパーガンダムロワイヤル」にもモビルスーツが登場予定で、グループ全体でIPを盛り上げていきます。なお、本作は、新たな宇宙世紀100年の歴史を描く新作タイトルをシリーズ展開するプロジェクト「UC Next 0100」の第1弾です。同プロジェクトでは、作品をアニメやゲーム、コミック、小説などのマルチメディアプラットフォームで発信し、新領域の開拓・拡大を目指します。

## DOUBLE DECKER! ダグ&キリル

「DOUBLE DECKER! ダグ&キリル」は、“スポンサーロゴを背負って街の平和を守る”という異色のヒーローたちの活躍を描き、2011年に大人気となったTVアニメ「TIGER & BUNNY」のスタッフ陣による、新たなオリジナルアニメです(企画・制作:サンライズ)。つかみどころのない残念なベテランとやる気だけはあつた残念な新人。最悪で最高のパディ刑事(デカ)が描き出されます。



©SUNRISE/DD PARTNERS

配信とTV放送が今秋スタート予定で、これに先駆けて9月2日に新宿の映画館で開催されたサンライズの夏の恒例イベント「サンライズフェスティバル2018光焰」内において、第1話、第2話の世界最速先行上映を実施しました。イベントではメインキャスト(声優)やスタッフが登壇したスペシャルトークステージを行い、作品を盛り上げました。

## 商品のクオリティを証明する「TAMASHII NATIONS QUALITY」を貼付

株BANDAI SPIRITSは、海外における模倣品対策の一環として、ハイターゲット向けフィギュアブランド「TAMASHII NATIONS」から9月以降に発売する全商品に、商品の信頼の証となるロゴマークとして、偽造防止加工を施した特殊仕様のホログラムシールを貼付します。



「TAMASHII NATIONS」は、2008年の発足以降、ファンの「宝物」となり得るコレクションアイテムとなることを目指し、日本で企画・開発・監修を行い常にクオリティの向上に取り組んできました。その“魂”を込めたものづくりが評価され、日本のみならず、世界中のファンに愛されるブランドに成長しています。本ロゴマーク「TAMASHII NATIONS QUALITY」は、ものづくりへの想い=“魂”を象徴するとともに、商品の信頼の証となるクオリティを示すものとして制定しました。さらに、シールが貼付された商品が正規品であることを国内外に向けて周知し、模倣品対策にもつなげていきます。

## 「ドラゴンボール レジェンズ」全世界1,000万ダウンロード突破

株バンダイナムコエンターテインメントが5月よりApp Store、Google Play向けに配信中のスマートフォン向けゲームアプリケーション「ドラゴンボール レジェンズ」が、配信から1ヵ月で全世界1,000万ダウンロードを突破しました。これはバンダイナムコエンターテインメント史上最速の記録です。さらに、日本、アメリカ、フランス、台湾など18の国と地域でストアダウンロードランキング1位を獲得するなど、ワールドワイドで好評を博しています。

本作は、ド派手なアクションバトルを指一本で遊ぶことができる、全世界同時通信対戦が可能なゲームアプリケーションです。世界中のライバルたちを相手に、大迫力の闘いを3Dグラフィックスと戦闘中のフルボイスで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、引き続き本作をワールドワイドで盛り上げるべく、さまざまな施策を展開していきます。



©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.

## 「enza」タイトルラインナップ拡充

株BXDが4月より展開中のスマートフォン向けブラウザゲームのプラットフォーム「enza」が、配信1ヵ月で総プレイヤー数100万人を突破しました。

バンダイナムコエンターテインメントでは、4月にリリースした「アイドルマスター シャイニーカラーズ」に続き、7月に「ドラゴンボールZ ブッチギリマッチ」をリリースしました。「ドラゴンボールZ ブッチギリマッチ」は、「ドラゴンボール」のキャラクターで自分だけのデッキを構築し、リアルタイムで対戦相手と戦略的なバトルが楽しめるタイトルで、サッカー選手・長友祐都氏が公式サポーターに就任したことで話題となっています。「enza」は、今後「プロ野球 ファミスタ マスターオーナーズ」などのタイトルも加え、さらなるラインナップの強化を図っていく予定です。



©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.

## バンダイナムコネットワークサービス、バンダイナムコアミューズメントラボ設立

バンダイナムコエンターテインメントは、ネットワークサービス運営機能を分社し、インターネットサービス領域における専門業務支援・業務代行などを主要事業とする100%子会社(株)バンダイナムコネットワークサービスを10月1日に設立します。専門性の高いノウハウを有した人材を集結させ、新たに育成も行うことで、インターネットサービス領域におけるノウハウの蓄積と、多様なニーズに対応できる体制を整えていきます。設立時は、バンダイナムコエンターテインメントのネットワークコンテンツ事業の運営業務の受託および機能業務提供を中心とし、順次グループ内に展開を拡大していく予定です。

また、同じく10月1日に、(株)バンダイナムコアミューズメントの100%子会社として、VRアクティビティや最新技術を駆使した業務用ゲーム機など各種アミューズメント機器の研究と企画開発を専門に行う(株)バンダイナムコアミューズメントラボを設立します。施設のコンテンツに特化した研究開発体制を構築することで、バンダイナムコならではの施設やサービス、機器などの提供を目指すリアルエンターテインメント事業を強化していきます。

## 「SPACE ATHLETIC TONDEMI "HEIWAJIMA"」オープン

株)バンダイナムコアミューズメントは、このたび商業施設「BIGFUN平和島」(東京都大田区)に、「SPACE ATHLETIC TONDEMI "HEIWAJIMA"」をオープンしました。「TONDEMI」は、国内最大級のトランポリン、子どもから大人まで気軽に楽しめるクライミングウォール、ハラハラドキドキのロープウォークなど、世界中から集めたアクティビティを体験できる次世代型屋内アスレチック施設です。昨年4月に「イオンモール幕張新都心店」(千葉県千葉市)を初めてオープンし、多くのお客さまからご好評をいただいています。

今回オープンした「SPACE ATHLETIC TONDEMI "HEIWAJIMA"」は、「TONDEMI」初の東京都内出店となります。1号店の約3倍の施設面積と新規遊具の導入で、圧倒的なスケール感と新規性を兼ね備えた施設となっています。



## VRエンターテインメント施設「VR ZONE OSAKA」オープン

バンダイナムコアミューズメントは、9月13日に、大阪・梅田にある「HEP FIVE」(大阪府大阪市)の8、9階に、VR(仮想現実)を活用したエンターテインメント施設「VR ZONE OSAKA」をオープンします。本施設は、昨年7月にオープンした「VR ZONE SHINJUKU」(東京都新宿区)に続く関西初のフラッグシップ店で、「極限度胸試しハネチャリ」や「ホラー実体験室 脱出病棟Ω」、フィールドVRアクティビティ『ドラゴンクエストVR』、CGを用いたライブイベント「CG STAR LIVE『IDOLiSH7 PRISM NIGHT』」など「VR ZONE SHINJUKU」で好評なアクティビティのほか、今回初めて稼働する新アクティビティ「ゴジラVR」や「冒険川下りVR ラピッドリバー」を含めた計15種のアクティビティを設置する予定です。



## 「ラブライブ! サンシャイン!!」ライブイベントを続々開催

2019年1月4日に完全新作となる劇場版「ラブライブ! サンシャイン!! The School Idol Movie Over the Rainbow」の公開が決定し、さらなる盛り上がりを見せている「ラブライブ! サンシャイン!!」のライブイベントが今秋より続々と開催されます。

9月9日の札幌公演を皮切りに、全国11都市を巡る「ラブライブ! サンシャイン!! Aqours クラブ活動LIVE & FAN MEETING 2018 ユニット対抗全国ツアー」が開催されるほか、作品に登場する「Aqours」の4thライブ「ラブライブ! サンシャイン!! Aqours 4th LoveLive! ~Sailing to the Sunshine~」を11月17日、18日に東京ドームで開催予定です。

今後も、バンダイナムコグループでは、映像・音楽・ライブをはじめ、さまざまな形で「ラブライブ! サンシャイン!!」を盛り上げていきます。



©2017 プロジェクトラブライブ! サンシャイン!!

## 「機動戦士ガンダム」シリーズハリウッド実写版を共同開発

株)サンライズは、「PACIFIC RIM」や「JURASSIC WORLD」「GODZILLA」など数々の世界的大ヒット作品を生み出してきたレジェンダリー社(本社:米国カリフォルニア州)と、「機動戦士ガンダム」シリーズの実写映画を共同開発することについて契約を締結しました。

「機動戦士ガンダム」シリーズは、これまで多彩なタイトルを展開し、年齢・性別を問わず幅広い層の支持を集めています。さらに、今年公開されたレジェンダリー制作の「パシフィック・リム: アップライジング」や、スティーブン・スピルバーグ監督作品「レディ・プレイヤー1」などのハリウッド作品にもモビルスーツが登場し、日本に留まらず世界での注目が高まっています。サンライズでは、今後、本映画の開発も含めてさらに作品の世界展開を強化していく予定です。



記者発表の様子。レジェンダリー社Cale Boyter氏(写真左)と、サンライズの宮河恭夫社長

## Figure-rise Standard うずまきナルト

9月下旬発売予定 / 3,000円

(株)BANDAI SPIRITS

キャラクタープラモデル「Figure-rise Standard」シリーズより、「NARUTO-ナルト- 疾風伝」に登場する「うずまきナルト」が発売されます。磁石をパーツに組み込んだ「マグネティックアクション」により、金属の壁に貼りつくなど斬新な忍者らしいディスプレイが可能となっており、パーツ分割により色分けが再現された「決め顔」と「笑い顔」の2種類の表情のほか、「螺旋丸」や「螺旋手裏剣」など劇中の必殺技を再現するクリアなエフェクトパーツが付属しています。さらに、専用ジョイントを使えば、同梱のディスプレイベースで姿勢を支えることもできます。海外での「NARUTO-ナルト- 疾風伝」の人気の高さを背景に、日本を含むアジア、北米、欧州などワールドワイドで展開していきます。



©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ

## テイコブコラボステッキ

発売中 / 9,800円

(株)バンダイ

長年にわたってシニア世代の歩行を支えてきた福祉用具メーカー大手である(株)幸和製作所との協業により、昭和を代表するロボットアニメとコラボレーションしたステッキが発売中です。メインターゲットは50代以上の男性で、ラインナップは「鉄人28号」「マジンガーZ」「ゲッターロボ」の3種類です。デザインにはそれぞれのロボットのイメージカラーを取り入れています。キャラクターを連想させることはもちろん、普段使いができておしゃれに“歩くこと”をお楽しみいただくことで、シニア層の身体的かつ精神的な健康の維持・向上に貢献することを目指します。バンダイでは、本商品をきっかけにシニア市場へ参入し、ターゲット層と事業の拡大をはかります。



©光プロダクション ©永井豪/ダイナミック企画 ©永井豪・石川賢/ダイナミック企画

## デコピンパンチキング

10月下旬発売予定 / 3,980円

(株)メガハウス

アミューズメント施設などに設置されているパンチ力を測定するパンチングマシンのように、額を指で弾く、いわゆる「デコピン」力を測定できる玩具です。ラバー製の的を「デコピン」すると、「デコピン」の威力に応じてパワーゲージが緑・黄・赤へと段階的に点灯し、1～999の間で数値化されたスコアが表示されます。表示されているハイスコアより高い数値を出すとハイスコアが更新されます。“500をねえ!”などスコアを指定する「スコアカード」と、「左手の小指でデコピンせよ!」など使う指を指定する「ミッションカード」の2種類のカードが付属しており、ハイスコアを競うだけでなく、「デコピン」のテクニクを競って楽しむこともできます。



## PlayStation®4/Xbox One/STEAM® 「SOULCALIBUR VI」

【PS4®/Xbox One】10月18日発売予定 /

パッケージ版・ダウンロード版 : 7,600円

ダウンロードデラックス版 : 10,600円

【Steam®】10月19日発売予定 / オープン価格

(株)バンダイナムコエンターテインメント

さまざまな武器を操り、華麗な剣劇と直感的な操作で真剣勝負が味わえる武器格闘アクションゲーム「ソウルキャリバー」シリーズの最新作です。「ソウルキャリバー」は累計出荷数が全世界で1,500万本を突破している人気シリーズで、今年で20周年を迎えます。本作は、6年ぶりとなるナンバリングタイトルで、美しく描かれた16世紀を舞台に、邪剣“ソウルエッジ”をめぐる英雄たちの物語を華麗な剣劇アクションとともに楽しめます。一定時間キャラクターがパワーアップする“ソウルチャージ”や一撃必殺の“クリティカルエッジ”に加えて、攻防一体の攻撃“リバーサルエッジ”などの新要素も搭載し、直感的な操作と駆け引きで手に汗握る戦いを繰り広げることができます。



CD PROJEKT®, The Witcher®, Geralt® are registered trademarks of CD PROJEKT Capital Group. The Witcher game © CD PROJEKT S.A. Developed by CD PROJEKT S.A. All rights reserved. SOULCALIBUR™ VI & © BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

## PlayStation®4 「NARUTO TO BORUTO シノビストライカー」

発売中/パッケージ版・ダウンロード版：7,200円

デジタル予約豪華版(ダウンロード版)：8,200円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

TVアニメ「NARUTOーナルトー 疾風伝」「BORUTOーボルトー NARUTO NEXT GENERATIONS」の世界で最強の忍を目指す、オンラインアクション忍者対戦アクションです。木ノ葉隠れの里で開催される術大会「忍界リーグ」に参加するため、里を訪れた新米忍者の一人となり、オンラインロビー「木ノ葉隠れの里」に集まる世界中のプレイヤーとフォーマンセル(四人一組)を組み、忍界最強の称号をかけた「忍界リーグ」で最強を目指します。オンラインの仲間と4対4のマルチ対戦が楽しめる本作は、攻撃サイドと防衛サイドに分かれて戦う「結界攻防戦」、自陣と敵陣の旗を奪い合う「旗取合戦」などさまざまな対戦ルールで8人同時のアクションをプレイすることができます。従来の「NARUTO」シリーズのゲームとは一線を画す和テイストのビジュアル表現で、色彩豊かに描かれた新たな世界を楽しめます。



©岸本斉史 スコット/集英社・テレビ東京・びえろ ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

## 機動戦士ガンダム エクストリームバーサス2

2018年秋稼働予定/1プレイ100円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

アーケードゲームシーンをリードする2on2チームバトルアクションゲームの最高峰「機動戦士ガンダムVS.」シリーズの最新アーケードタイトルです。前作「機動戦士ガンダム エクストリームバーサス マキシブーストON」の基本的な遊び方や楽しさを踏襲しつつ、新基板の採用によりグラフィックがフルHD化し、表現力が大幅にパワーアップしました。また、発動すると機体性能が大きく向上する「エクストリームバースト」が新たに2種類追加されるなど、バトルシステムもさらに進化しました。参戦ガンダム作品は総勢36作品で、新規参戦機体を含め160機以上のモビルスーツが登場します。2018年秋より、全国のゲームセンターで稼働予定です。



©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

## サブマリンレスキュー

稼働中/1プレイ100~200円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

2人同時プレイが楽しめる水鉄砲ゲームです。本物の水が飛び出す魚型の水鉄砲を使って、画面に現れるいたずら魚たちから潜水艦を守るシンプルなゲーム内容で、子どもから大人まで性別を問わず楽しむことができます。ゲーム内でアイテムを獲得すると、水鉄砲はさらに強力な「豪快シャワー銃」へと進化し、筐体からミストが発生してゲームを盛り上げます。潜水艦をイメージした筐体は、ひととき目を引くカラフルなデザインで、全国のアミューズメント施設で好評稼働中です。バンダイナムコエンターテインメントでは、今後も遊び心あふれる独自のアミューズメント機器をリリースしていく予定です。



## 「幽☆遊☆白書」25th Anniversary Blu-ray BOX

発売中/霊界探偵編(TVシリーズ第1話~第26話+劇場版2作品収録)：18,000円

発売中/暗黒武術会編(TVシリーズ第27話~第66話収録)：24,000円

9月26日発売予定/仙水編(TVシリーズ第67話~第94話収録)：17,000円

10月26日発売予定/魔界編(TVシリーズ第95話~第112話+新作アニメ2話収録)：13,000円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

「幽☆遊☆白書」のTVアニメ化25周年を記念したBlu-ray BOX(全4巻)です。「霊界探偵編」には、1994年に公開された劇場版「幽☆遊☆白書 冥界死闘篇 炎の絆」をHDテレシネにより初めてBlu-ray化して収録しました。また、10月に発売する「魔界編」には、蔵馬と飛影の出会いを描いた幻の外伝「TWO SHOTS」と原作コミックス最終巻収録の「のるか そるか」の2本のエピソードを初映像化した完全新作アニメーションを収録するなど、25周年記念にふさわしいアニバーサリー仕様となっています。バンダイナムコエンターテインメントの映像作品情報サイト「V-STORAGE」では、Blu-ray BOXの発売を記念した特設サイト「幽☆遊☆白書 霊界通信」をオープンし、登場キャラクター紹介やスタッフ&キャストインタビューなど、同サイトでしか見られない内容を配信しています。



▲「幽☆遊☆白書」25th Anniversary Blu-ray BOX 仙水編  
原作/富樫義博「幽☆遊☆白書」(集英社「ジャンプコミックス」刊)  
©Yoshihiro Togashi 1990年-1994年 ©びえろ/集英社

## 各事業のポジションに合った成長戦略を推進し 国内、海外ともにさらなる飛躍を目指す

トイホビーユニットは、今中期計画の新たな中期ビジョン「突き破り創り出せ！そして世界を“あつ”と言わせよう！」のもと5つの重点戦略を打ち出し、2018年度第1四半期は前年同期を上回る好調な業績となりました。今回は、トイホビーユニットの主幹会社である(株)バンダイの川口勝社長に、中期計画で掲げた戦略の具体的な取り組みや注目IPへの期待、そして社員への想いを聞きました。

—今中期計画は好調な出足となりました。

川口 トイホビーユニットの第1四半期は、売上高が505億円（前年同期比118%）、営業利益が52億円（同393%）と、好調なスタートを切ることができました。ガンブラ、コレクターズフィギュアといったハイターゲット層向け商品や、「ドラゴンボール」「仮面ライダー」「プリキュア」などの主力IP商品を中心に順調に推移しました。

—中期計画のビジョンは？

川口 「突き破り創り出せ！そして世界を“あつ”と言わせよう！」です。ヒットの有無が業績に大きな変動を与える業界において安定した収益を上げるため、これまでトイホビーユニットではIPラインナップの充実や組織体制の整備に努めてきました。しかし、世界を視野にさらに次のステージに上がるためには、従来のや

り方にとどまらず、既存の概念を突破し、新しい遊びを創出することが急務となっています。今中期計画ではその考えを強力に推進するべく、新たなビジョンを打ち出しました。

—4月には組織改編を行いました。

川口 これまでのバンダイは、ターゲットも事業領域も幅広く展開してきましたが、未就学児や小学生向けの商品とハイターゲット層向けの商品とでは、ものの作り方、マーケティングの仕方、海外への攻め方などが大きく異なるため、同じ組織内で運営することが難しくなってきました。そこで、ハイターゲット層向け商品を扱う部門を分社化し、新会社(株)BANDAI SPIRITSに集約することで、より戦略的でスピード感のある事業展開を目指します。新体制はまだスタートしたばかりですが、各事業体のミッションがより明確に

なり、チャレンジしやすい環境が整ってきていると思います。

—5つの重点戦略を挙げました。

川口 一つは、「IPの創出・育成・獲得の強化」です。トイホビーユニットでは、主力IP商品の育成・拡大や新規IPの商品化権取得に力を注いでいますが、同時にトイホビーユニットが中心となった新たなIPの創出にも力を入れていきます。8月には、ユニットを横断したプロジェクトである「コンテンツプロジェクト」を立ち上げました。各事業に精通している社員がプロジェクトのコアメンバーとなり、新規IP創出の実現に向けて動き出しています。

二つ目の「各事業ポジションの成長実現」は、国内各事業における圧倒的ナンバーワン、ワールドワイド視点による成長といった施策を含んでいます。各社、各部門の市場における独自性や目指すべきポジションを明確にし、それぞれの特性や成長段階に合わせて着実に取り組んでいきたいと思っています。

—三つ目の重点戦略「中国市場への本格展開」は進んでいますか？

川口 中国市場への本格展開は、グループ全体で中期計画の柱として打ち出していますので、トイホビーユニットでも4月に準備室を設置し、現地



「THE GUNDAM BASE SHANGHAI」  
©創通・サンライズ



「キラキラハッピー☆ひらけ！ここたま」  
©BANDAI/TV TOKYO・ここたま製作委員会



「爆釣バーハンター」  
©鈴木サバ缶/小学館・爆釣団・テレビ東京



### 川口 勝 社長のプロフィール

<経歴>

1960年11月2日生  
 1983年4月 (株)バンダイ入社  
 2002年4月 同社執行役員  
 ベンダー事業部ゼネラルマネージャー  
 2006年4月 同社取締役 流通政策担当  
 2010年4月 同社常務取締役  
 ホビー事業政策 品質保証政策担当  
 2015年4月 同社専務取締役  
 トイ事業政策 品質保証政策担当  
 2015年8月 同社代表取締役社長 (現職)  
 (株)バンダイナムコホールディングス執行役員  
 2016年6月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役  
 トイホビー戦略ビジネスユニット担当  
 2018年2月 (株)BANDAI SPIRITS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取締役  
 トイホビーユニット担当 (現職)

ャショーで大きな話題を集めた商品です。こうしたこれまでにない視点を取り入れた商品・サービスの創出にどんどんチャレンジしていきたいですね。

—社員への想いを聞かせてください。  
 川口 せっかくエンターテインメント会社に入社したわけですから、社員には失敗を恐れず、自分がやりたいこと、おもしろいと思うことにどんどん挑戦してもらいたいです。バンダイナムコグループには、自主独立、敗者復活の社風があります。自ら考え挑戦した結果、たとえ失敗したとしても、その経験を次に生かすことができれば会社生活において致命傷になることはありません。私自身たくさんの失敗を経験して今に至ります。自由闊達な社風を今後も継続し、社員一人ひとりの成長を通して、事業のさらなる成長と拡大を目指していきたいと思っています。

の会社設立を含めた準備を進めています。足元では、中国でのガンブラ人気を受け、8月に中国本土では初となる「ガンブラ」を主体としたフラッグシップショップ「THE GUNDAM BASE SHANGHAI」を上海にオープンしました。ほかにも、現地向けにローカライズした「ウルトラマン」の玩具が順調に売上を伸ばしています。今後は中国発のIPや商品を現地で販売する「地産地消」の考え方も取り入れ、さらなる拡大を目指した

いと考えています。

欧米では、「ドラゴンボール」のトレーディングカードやコレクターズフィギュアが好調です。こうしたハイターゲット向け商品をさらに拡大していくとともに、ディズニーIP「Big Hero 6 (和名:ベイマックス)」のTV放送に合わせた商品展開や、「たまごっち」や「ハイパーヨーヨー」といった自社IPの展開も行い、欧米事業の収益性を高めていきます。

## 失敗を恐れず自ら考えて挑戦できる社風を 今後も継続していきたい

—残る2つの戦略はどうですか？

川口 「新規事業領域の拡大」では、トイホビーユニットの事業領域を広義に捉えることで、新商品・新事業を創出していきたいと考えています。これまでは玩具、ホビー商品の領域にこだわった事業展開を行っていましたが、今後はデジタル技術の活用やコト需要への対応などにも積極的にチャレンジしていきます。また、他ユニットや外部パートナーとの連携も今まで以上に強化し、次の事業の柱を創出・育成していきたいと思っています。

「事業最大化に向けた機能の再／最強化」では、組織改編や人材育成に加えて、今後さらに拡大するであろうeコマース (EC) への対策を講じます。特に、海外はECなくして事業の拡大はあり得ません。今中期計画では、グローバルECをさらに拡大するための基盤整備を集中的に行っていきます。

—今期注目のIPや商品は？

川口 9月に放送を開始した「仮面ライダージオウ」は、平成仮面ライダー20作目という節目の作品です。歴代の仮面ライダーたちの力を身にとって戦う設定に、市場からは期待が集まっています。バンダイより

続々と商品を発売していきますので、ぜひご期待ください。

また、同じく9月から「ヒミツのここたま」の新シリーズ「キラキラハッピー☆ ひらけ！ここたま」が、秋からはすでに商品展開している「爆釣バーハンター」のTVアニメがよいよスタートします。将来のバンダイナムコのファンを創出・育成するという意味では、未就学児や小学生向け商品をメインに事業展開しているトイホビーユニットがグループにおいて果たす役割は大きいと考えています。子どもたちの心に刻まれる商品・サービスを展開し、他のユニットに将来のバトンをつないでいきたいと思っています。

—その他注目商品はありますか？

川口 コミュニケーションロボット「ガンシェルジュ ハロ」の受注が始まりました。「機動戦士ガンダム」シリーズに登場するマスコットロボット「ハロ」が“もし現代に存在していたら”をテーマにしたもので、IP商品にAI (人工知能) 技術を導入するという新しい挑戦となっています。

また、カプセルトイ「だんごむし」が8月に発売されました。インパクトのある商品で、かつカプセルレスで環境にも配慮しており、東京おもち

## 「バンダイナムコアクセラレーター」事前セミナー&交流会を開催

(株)バンダイナムコホールディングスは、スタートアップから事業アイデアを募集し、その事業化支援を行うプログラム「バンダイナムコアクセラレーター」を4月よりスタートしています。このプログラムは、スタートアップの持つアイデア、スピード、実行力とバンダイナムコグループのリソースを組み合わせることで、革新的な事業を起こし、その事業を急成長させることを目指すものです。

事業アイデアの募集開始に先駆けて6月、7月に開催した事前セミナー&交流会には、スタートアップから200名以上が参加し、プログラム概要の確認とグループ役員・社員

との意見交換を行いました。募集は8月に終了しており、10月から4ヵ月間にわたり、選考を通過したスタートアップの事業化を支援していきます。



事前セミナーの様子▶

### eスポーツの専任チームで市場の拡大にチャレンジ

#### 現場から

(株)バンダイナムコエンターテインメント CE事業部 星合 真樹  
マーケティング戦略部 e-sports課

バンダイナムコエンターテインメントは、eスポーツの専任チームであるe-sports課を立ち上げ、eスポーツを活用したさまざまな施策に取り組んでいます。今回は、e-sports課マネージャーの星合真樹に話を聞きます。

**Q**eスポーツについて教えてください。

**A**「eスポーツ」は、コンピューターゲームやビデオゲームを使った対戦をスポーツ競技として捉える際の名称です。すでに海外ではプレイヤーへの賞金付与はもちろんのこと、その観戦チケットや物販、スポンサー収入や放映権の販売が活発で、世界のeスポーツ市場は年々拡大しています。日本でもプロライセンスを発行する初の団体・日本eスポーツ連合(JeSU)が発足し、今後ますます盛んになっていくことが予想されています。

**Q**現在の取り組みは？

**A**eスポーツのプロライセンスが発行される日本初の大会で「鉄拳7」が認定種目として採用され、その後も各種大会を通じて続々とプロが誕生しています。

さらに当課では、ゲーム販売店主催による大会への参画や異業種との協業も積極的に行っています。また、ユーザーコミュニティに対しても積極的に支援したいと考えており、「鉄拳7」や「ドラゴンボール ファイターズ」などの各種大会やイベントのサポートを行うことで、eスポーツの普及に努めています。

**Q**バンダイナムコグループの強みは？

**A**eスポーツと親和性の高いタイトルを豊富に有している点だと思います。また、これまでにエンターテインメントにおける新規領域を開拓してきた実績・ノウハウがありますので、eスポーツという新たなジャンルに挑戦していく上で、その経験が大きな強みになっています。

**Q**プレイヤー層について教えてください。

**A**eスポーツを支える層は大きく3つあると考えています。1つ目は、プロまたはそれに準ずるレベルで高い技術を有し活躍している層。2つ目は、1つ目の層を目指して日々技術を磨いている層。そして3つ目は、純粋にみんなで楽しく対



2002年(株)バンダイナムコゲームス(現・株バンダイナムコエンターテインメント)に加入。家庭用ゲームの営業、プロモーションを担当を経て2018年4月より現職。

戦したい、あるいは観戦や視聴を楽しみたいと思っている層です。どれも重要な層ではありますが、特に3つ目の層の裾野を広げることが市場の拡大に重要だと考えています。プレイヤーの思いともしっかりと向き合い、共にeスポーツを盛り上げていければと思います。

**Q**目標を聞かせてください。

**A**eスポーツへの期待が業界内外で非常に高まっていると感じています。当社としてもその流れに乗り、チャレンジを重ねるのはもちろん、グループの持つIP、企画力、システムや設備も活用し、eスポーツという新たな市場の拡大に貢献していきたいと思っています。どうぞご期待ください。

#### 編集後記

6月18日に開催した当社の定時株主総会では、たくさんの株主さまにご意見・ご質問を頂戴いたしました。ご意見を踏まえ、より良い商品・サービスの提供とガバナンスのさらなる向上を目指してまいりますので、引き続きご支援のほど、よろしくお祈りいたします。なお、2018年3月31日を基準日として100株以上保有いただいている株主の皆さまにご案内しております株主優待の申込期限が9月30日(WEBサイト申込は当日中、

ハガキ申込は必着)となっておりますので、この場を借りて改めてご案内申し上げます。

最後に、バンダイナムコホールディングスは、大阪府北部地震および7月豪雨災害にあたり、バンダイナムコグループを代表し、日本赤十字社を通じて義援金を拠出しましたことをご報告申し上げます。被害に遭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。