

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

2019年度上半期は過去最高の売上高と利益を更新 今後もチャレンジとCHANGEを加速

(株)バンダイナムコホールディングスは、2020年3月期(2019年度)上半期(2019年4~9月)の業績を発表しました。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、業績や各事業の動向などについて話を聞きました。

— 2019年度上半期の業績を発表しました。

田口 2019年度上半期は、第1四半期業績を発表した8月時点の見込と比較し、ハイターゲット(大人)層向け商品が好調だったトイホビー、ネットワークコンテンツの主力タイトルや家庭用ゲームのリピーター販売の人気の続いたネットワークエンターテインメントが見込を上回りました。その結果、売上高3,493億円、営業利益479億円となり、上半期として過去最高の売上高と利益を更新することができました(詳細は4ページ『事業報告』をご参照ください)。これは、全世界のグループ社員が、IPを活用した商品・サービスを通じ、ファンと真摯に向き合ってきたことを評価いただけたのだと感じています。

なお、2019年度の中間配当金につきましては、1株あたり20円とさせていただきます。期末配当金につきましては、安定的な配当額として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という株主還元の基本方針に基づき、別途検討いたします。

— 2019年度通期業績見込についてはどのように見えていますか?

田口 現時点で通期の年初計画の修

正は行いません。これにはいくつか理由があります。まず、国内外とも環境変化が激しく、市場やユーザー動向に与える影響を慎重に見ていかなければなりません。次に、下半期にトイホビーの年末年始商戦や家庭用ゲームの大型タイトル発売を予定しており、これらの状況を踏まえたうえで業績の精査を行う必要があると考えています。さらに、変化に対応し将来の成長につながる技術研究などの投資を引き続き積極的に行っていきたいと考えています。

おかげさまで上半期は好業績となりましたが、今後の見通しについて楽観視はしていません。高速変化の時代において時代やファンの変化に適合すべく、今後もチャレンジとCHANGEを加速させていきます。

—(株)創通の株式公開買付を行うことを発表しました。

田口 バンダイナムコグループと創通は、「機動戦士ガンダム」のビジネスにおいて長年にわたりパートナー関係にあります。ガンダムをワールドワイドIPにしていくための取り組みを本格化するにあたり、創通にグループに入っていただくことで、より一体となって戦略を進めていくことが可能となります。ガンダムビジネスにおけるバリューチェーンを一



本化することで、今後ガンダムブランドの価値を日本だけでなく全世界で高めていきたいと思えます。

—各事業の動向を教えてください。

田口 国内外でアニメ配信をスタートした「SDガンダムワールド三国創傑伝」や「ガンダムビルドダイバーズRE:RISE」のガンプラが好調です。今後も、プラモデルの総合イベント「HOBBY EXHIBITION」やガンプラ製作の世界大会「GUNPLA BUILDERS WORLD CUP」などを通じ、ファンとの接点を強化します。2020年は「ガンプラ40周年」ですので、話題商品を次々とリリースしていきます。コレクターズフィギュアについては、国内外で「TAMASHII NATION」のようなリアルイベントや、ECサイトでのキャンペーンなどを通じ、ブランドや商品を訴求していきます。

(次ページに続く)

ファンとのコミュニケーションを大切にし バンダイナムコらしい施策に取り組む

田口 国内の年末年始商戦においては、「仮面ライダー」や「スーパー戦隊」「DRAGON BALL」などの定番IPを中心に、戦略商品や話題商品をつらと投入していきます。

新たなチャレンジとしては、カードゲームとAIが融合したデジタルカードゲームアプリ『ZENONZARD』が9月にサービスインし、200万ダウンロードを超える出足となっています。『ZENONZARD』は、バンダイナムココンテンツファンドの投資案件の第1号です。アプリを軸にアニメ配信などを展開し、IPとしても育成していきます。今後はオンラインイベントやリアルな場を活用したイベントを開催し、ユーザー数の拡大をはかっていきます。

—ネットワークエンターテインメントについては？

田口 ネットワークコンテンツは、競争激化が続く中、「DRAGON BALL」や「ワンピース」、「アイドルマスター」シリーズなどの主力タイトルの人気を維持するとともに、新規タイトルの投入を行います。足元では夏に投入した「ガンダムブレイカーモバイル」が人気となっていますが、今後もクオリティの高いタイトル開発と、ファンコミュニケーションを強化していきます。また、新たな出

口として10月より、Apple Arcadeへ「パックマン」タイトルの配信を開始しました。「パックマン」は、2020年に40周年を迎えます。この年末から海外を中心にさまざまな話題を発信し、盛り上げていきます。

家庭用ゲームでは下半期以降の大型タイトルとして、『ドラゴンボールZ KAKAROT』、『ワンピース海賊無双4』、そして時期は未定ですが『ELDEN RING』の投入を予定しています。また、すでに「Stadia」への参入を表明していますが、今後登場する新しいプラットフォームに対しても前向きに取り組んでいきます。家庭用ゲームにおいても、クオリティとファンコミュニケーションを強化し、長期的な施策に取り組んでいく必要があります。バンダイナムコが世界で存在感を示すためには、国内開発だけでなく、海外ユーザーを一番理解している現地が主体となるタイトルプロデュースも必要です。

また、今後も外部パートナーとの共同開発と自社開発をバランス良く行っていきますが、クオリティ向上を目指し自社の技術開発力向上には一層力を入れていきます。

—ゲーム以外にも裾野を拡大しています。

田口 ゲームの枠にとらわれない新

たなチャレンジとして、ゲームIPを活用したライブやツアーなどの取り組みも人気となっていますが、このたびプロバスケットボールチームの「島根スサノオマジック」の運営に参画しました。スポーツというエンターテインメントを、バンダイナムコのノウハウとのコラボレーションにより、ファンと共に盛り上げていきます。

—リアルエンターテインメントは？

田口 リアルエンターテインメントでは、国内既存店が好調に推移しています。前年度に投入した業務用ゲーム『機動戦士ガンダム エクストリームバーサス2』の稼働が好調なほか、トイホビーと連携した「ワンピース」の映画連動景品や、「DRAGON BALL」のアプリとの連動による景品、バンダイナムコアミューズメント店舗限定の景品も人気です。今後もバンダイナムコならではのIPを生かした展開で、他社との差別化をはかっていきます。

新業態店舗については、我々の技術力などのノウハウを活用したさまざまな企画にチャレンジしており、「VS PARK」や「TONDEMI」のような好調な業態を多店舗展開していきます。業務用ゲームの新製品については、『ジョジョの奇妙な冒険 ラストサバイバー』など、複数のIPタイトルを投入すべく準備を進めています。



▲デジタルカードゲームアプリ『ZENONZARD』（配信中）
©BANDAI・STRAIGHT EDGE



▲家庭用ゲーム『ドラゴンボールZ KAKAROT』（2020年1月発売予定）
©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.



アニメーション作品『宇宙戦艦ヤマト2202 愛の戦士たち』▶
©西崎義展/宇宙戦艦ヤマト2202製作委員会

—映像音楽プロデュースは？

田口 映像音楽プロデュースでは、グループ内に加え、製作委員会への参加など外部パートナーと協業したIPプロデュースも積極的に進めています。最近では、海外でも人気の「ワンパンマン」、第2期の放送が決まった「転生したらスライムだった件」などが好調で、海外販売・配信中心のビジネスモデルへのシフトも進んでいます。

また、IP創出力強化を目的に、バンダイナムコアーツがアニメ制作会社studio MOTHER(株)へ出資を行いました。studio MOTHERは、「宇宙戦艦ヤマト」の原作元であるボイジャーホールディングス(株)が中心となって設立した制作スタジオです。

今回の出資により、アニメーション制作ラインの増強によるヒットコンテンツの創出力強化を実現し、ボイジャーホールディングスとのパートナーシップによる「宇宙戦艦ヤマト」シリーズの展開強化を行っていきます。

グループ横断の新たな取り組みとしては、ネットワークエンターテインメントとのコラボレーションにより、アニメ、スマートフォン向けゲームアプリケーション、リアルなフットサルの試合が連動する新しいメディアミックスプロジェクト「フットサルボーイズ!!!!」を進めています。

—IPクリエイションについては？

田口 40周年を迎えた「機動戦士ガンダム」については、記念作品の公開、コラボ商品やイベントの実施、

YouTube公式チャンネルの開設などさまざまな話題を発信しています。今後は、動く実物大ガンダム立像の設置、Legendary社と共同開発中の実写映画などの展開により、世界での認知をさらに高めていきます。ラブライブ！シリーズについても、9周年ライブイベント開催や商品発売で話題を提供し続けていきます。

また、サンライズが、日本最大級のオリジナルマンガ専門の投稿プラットフォームの運営を行うエコーズ(株)に資本参加しました。エコーズは、「バンダイナムコアクセラレーター2018」の受賞企業です。両社のパートナーシップにより、新規IP創出や既存IPの活性化、クリエイターの発掘などを行っていきます。

IP軸戦略の強化に向けて 新規IPの創出と定番IP展開の強化を推進

—中期計画の前半を振り返ると？

田口 今中期計画では、バンダイナムコの強みであるIP軸戦略をさらに強くするとともにグローバル展開の強化に取り組んでいます。そして事業拡大の可能性の高い中国を重点地域と位置付け、さまざまな施策を推進しています。

IP軸戦略の強化という点では、最も注力すべき新規IP創出に向け、3年間で250億円の戦略投資計画に対し、この上半期までに累計110億円の投資を行いました。具体的には、各事業発の取り組み、グループ横断の取り組み、バンダイナムココンテンツファンドによる投資、クリエイター育成のための「バンダイナムコ夢応援団」などさまざまな方向からアプローチしています。今後順次企画を具体化させていきますので、ご期待ください。定番IPの強化という点では、「ガンダム」や「DRAGON BALL」、「ワンピース」などの強い定番IP商品について、ライセンス

などの外部パートナーと協業しグローバル展開を行い、さらに強くしていく“強点強化”を進めていきたいと考えています。

重点地域である中国市場においては、ハイターゲット層向け商品やネットワークコンテンツが人気となり、上半期の売上高は約135億円となりました。今後は、各事業の拡大に加え、上海の持株会社と各事業会社がALL BANDAI NAMCOで連携し、総合力を発揮できる体制を構築していきたいと思っています。また、新たに集英社との共同出資会社を立ち上げ、現地のファンに原作の魅力をより伝えることができる商品展開もスタートする予定です。中国においては、グループ内に加え、現地のパートナーとも密に連携し、持続的中長期的な成長を目指し、しっかりと足場を固めていきたいと思っています。—次期中期計画の策定をキックオフしたそうですね。

田口 先日実施した合宿会議には、

バンダイナムコホールディングスの社内外全役員が参加し、今後目指すべき方向性などについて活発な議論を行いました。そこで改めて、バンダイナムコの持続的成長を支える中核戦略はIP軸戦略であるということ、そして激変するメディアインフラの中でソフトが重要であることを再認識しました。そしてIP軸戦略をさらに強くするためには、強い定番IPの展開に加えて、いかに新規IPを創出できるか、そしてそれをグローバル展開できるかが鍵となるということを確認しました。

これからもバンダイナムコは新しいチャレンジをし、時代に適合すべく柔軟に変わり続けます。変化の先に未来があります。世界中のファンが我々の商品・サービスを通じコミュニケーションをとることができる未来へ向けて、バンダイナムコは勇気あるチャレンジとCHANGEを続けていきます。

(株)バンダイナムコホールディングスは、2020年3月期の第2四半期累計期間（2019年4月～9月）の連結業績を発表しました。国内外でハイターゲット層（大人層）に向けた商品が好調だったトイホビー事業、国内外のネットワークコンテンツや海外の家庭用ゲームソフトのリピーター販売が安定的に推移したネットワークエンターテインメント事業などが好調に推移しました。

<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、「DRAGON BALL」シリーズや「仮面ライダー」シリーズ、「スーパー戦隊」シリーズ、「ワンピース」などの定番IPの玩具および周辺商品が好調に推移しました。

海外においては、アジア地域においてハイターゲット層に向けた商品や「ウルトラマン」シリーズなどの商品が人気となりました。欧米地域では、子ども層に加え、ハイターゲット層に向けた商品の販売・マーケティング強化に向けた取り組みを推進しました。

<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、ワールドワイドで展開している「DRAGON BALL」シリーズや「ワンピース」、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な人気を継続しました。家庭用ゲームにおいては、第2四半期に新作タイトル『CODE VEIN』を発売したほか、既存タイトルの「DRAGON BALL」シリーズや『TEKKEN 7』、「DARK SOULS」シリーズなどのリピーター販売が、ユーザーに向けた継続的な施策により海外を中心に人気となりました。

<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において、国内既存店売上高が前年同期を上回ったほか、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”を提供する新業態の展開を強化しました。業務用ゲームは人気タイトルのバージョンアップがあ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>

「アイドルマスター」シリーズや「ラブライブ！サンシャイン!!」、「アイドリッシュセブン」などの映像音楽パッケージソフトの販売やライブ

イベントの開催、「ガールズ&パンツァー」の新作映像の劇場公開などのIPプロデュース展開により、話題喚起をはかり人気となりました。しかしながらパッケージソフト販売全体では、複数の高付加価値商品の発売があった前年同期とのプロダクトミックスの違いにより、前年同期には及びませんでした。

<IPクリエイション事業>

40周年を迎えた「機動戦士ガンダム」シリーズなどにおいて、第3四半期以降に公開予定の新作映像の製作に取り組むとともに、さまざまな情報の発信によりIPの話題喚起をはかりました。また、IP創出強化に向け、グループ横断での取り組みやアニメ製作体制強化などの施策を推進しました。

通期の予想数値につきましては、国内外において変化が激しく不透明な市場環境が継続していることや、第3四半期以降に大型商戦である年末年始商戦や家庭用ゲームの大型タイトルの発売が控えていることなどを踏まえ、現時点においては修正を行いません。今後これらの動向が業績に与える影響を踏まえた上で、改めて精査を行う予定です。

◆2020年3月期第2四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 | 349,327 | 47,941 | 48,746 | 34,607 |
| 前年同期増減率 | 4.4% | 9.1% | 6.4% | 1.2% |

◆2020年3月期通期の連結業績予想と前年実績

(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 |
|-----------------------------|---------|--------|--------|-----------------|
| 通期予想* (2019年4月～2020年3月) | 720,000 | 70,000 | 71,000 | 50,000 |
| 前年通期実績 (2018年4月～2019年3月) | 732,347 | 84,045 | 86,863 | 63,383 |

※通期予想に関しては、2019年5月9日時点の年初計画から修正・見直しは行っていません。見直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。

◆2020年3月期第2四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 | 128,044 | 17,620 |
| ネットワークエンターテインメント | 153,036 | 24,964 |
| リアルエンターテインメント | 46,810 | 1,526 |
| 映像音楽プロデュース | 20,761 | 3,837 |
| IPクリエイション | 7,850 | 2,255 |
| その他 | 15,342 | 932 |
| 消去・全社 | △22,517 | △3,194 |
| 合計 | 349,327 | 47,941 |

アニメ、スマホ向けゲームアプリ、フットサル試合イベントが連動する新しいメディアミックスプロジェクト『フットサルボーイズ!!!!!!』を始動

(株)バンダイナムコアーツと(株)バンダイナムコエンターテインメントは、(株)ディオメディアと共同で、新しいメディアミックスプロジェクト『フットサルボーイズ!!!!!!』を始動しました。

『フットサルボーイズ!!!!!!』は、高校のフットサル部を舞台に、日本の頂点を目指す男子高校生たちの熱い姿を描く作品で、アニメ、スマートフォン向けゲームアプリケーション、フットサル試合イベントの3つのメディアが相互に連動します。フットサル試合イベントでは声優を務めるキャストの真剣勝負が繰り広げられ、その勝敗結果がアニメやスマートフォン向けゲームアプリケーションの展開と連動します。キャストの真剣勝負を目の前で応援するという体験が可能な新しいIP創出プロジェクトとなっています。プロジェクトの今後の展開については、公式ホームページなどで情報発信していく予定です。



©FUTSAL BOYS!!!!!! ORIGINAL WORK

コミック累計発行部数170万部突破の人気作品 舞台『憂国のモリアーティ』

バンダイナムコアーツが製作委員会に参加する舞台『憂国のモリアーティ』が、東京 (EX THEATER ROPPONGI: 2020年1月10日～19日) と大阪 (梅田芸術劇場シアター・ドラマシティ: 1月31日～2月2日) で上演されます。

『憂国のモリアーティ』は、集英社「ジャンプSQ.」に連載中で、コミックス発行部数が累計170万部を突破している竹内良輔 (構成) と三好輝 (漫画) による人気作品です。コナン・ドイルの「シャーロック・ホームズ」シリーズにおけるホームズ最大の敵・モリアーティ教授を主人公とし、階級制度に縛られた大英帝国の闇と、変革の物語を描いています。

本舞台は、脚本・演出を西田大輔氏が手がけ、主人公のウィリアム・ジェームズ・モリアーティ役を荒牧慶彦氏が演じる予定です。

©竹内良輔・三好輝/集英社 ©舞台『憂国のモリアーティ』製作委員会



TVアニメシリーズに新規カットを加えた劇場版『Gのレコンギスタ I』「行け! コア・ファイター」

『Gのレコンギスタ』(制作: (株)サンライズ、2014年放送) は、『機動戦士ガンダム』総監督の富野由悠季氏が、「ガンダム」のTVアニメシリーズとして『Vガンダム』以来15年ぶりに手がけた作品です。このたび放送から5年を経て、新規カットを加えた全5部作の劇場版が公開されます。

その第1部となる劇場版『Gのレコンギスタ I』「行け! コア・ファイター」が、11月29日より上映開始します。富野氏が総監督として指揮し、全話の脚本も自ら手がけるなど、精魂を注いだ作品となっています。

なお、2020年1月28日には、バンダイナムコアーツより、通販サイト「ガンダムファンクラブ」「プレミアムバンダイ」「A-on STORE」限定で劇場版第1部『Gのレコンギスタ I』「行け! コア・ファイター」Blu-rayパーフェクトパック (初回限定生産) (12,000円) が発売予定です。



©創通・サンライズ

バンダイ本社リニューアル

株バンダイ本社ビル（東京都台東区）1・2階の受付兼ミュージアムスペースがリニューアルしました。

エントランスには、国内「デジタルアート」の第一人者であるチームラボ(株)による大型の「デジタルインフォメーションウォール」を設置しました。画像に触れると画面全体がインタラクティブに反応し、華やかな演出とともに、過去から現在に至るバンダイの商品情報をご覧いただけます。また、受付を待つキャラクターのディスプレイや、初めて本社ビル全体にクリスマスラッピングを行うなど、バンダイならではの空間づくりを通して、地域の活性化に取り組んでいます（クリスマスラッピング期間：11月18日～12月25日）。

2020年に向けて世界からますます多くの観光客が集まる浅草の地を活用し、事業・商品にとどまらずさまざまな角度から、日本のIP文化を発信していきます。



デジタルインフォメーションウォール

菓子事業領域拡大を目的に (株)ハートを子会社化

バンダイは、菓子事業において季節催事菓子*などを長年展開している(株)ハートの全株式を取得し、子会社化しました。

バンダイが菓子事業としてこれまで展開していなかった季節催事菓子などに関する高い企画・開発・生産ノウハウを保有するハートの株式取得により、玩具・ホビー事業における事業領域の強化・充実・拡大を目指します。今後、バンダイナムコグループのIP軸戦略のノウハウを活用した季節催事菓子など、両社の強みを生かしたシナジー商品の開発を行っていく予定です。



*クリスマスブーツやバレンタインデー、ハロウィンなどの催事用セット商品

2020年は「パックマン」 生誕40周年

株バンダイナムコエンターテインメントは、2020年に「パックマン」が生誕40周年を迎えるにあたり、「Join the PAC “仲間に加わろう”」をテーマとした企画を2020年1月より展開します。



これに先がけ、11月に「パックマン」40周年に向けたティザーサイトをオープンし、世界的テクノアーティストのケンイシイ氏による記念楽曲およびミュージックビデオを公開したほか、米国のファッションイベント「ComplexCon」へ出展し、IPのアピールを行いました。

バンダイナムコエンターテインメント発売のゲームへの「パックマン」の期間限定の登場、各種記念商品の発売、中国の大手企業アリババグループのアリフィッシュによるキャンペーンなど、「パックマン」を全世界でより身近な存在に感じていただける企画を積極的に展開していきます。

PAC-MAN™&BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

屋内あそび場『くまのがっこう あそびひろば』オープン

株バンダイナムコアミューズメントは、お子さま向けの屋内あそび場『くまのがっこうあそびひろば』を「アピタテラス横浜綱島」（神奈川県横浜市）にオープンしました。同施設は、バンダイナムコアミューズメントが培ってきた“体を動かしながら親子のコミュニケーションやお子さまの発達を促すノウハウ”を、バンダイナムコグループの(株)キャラ研が著作権管理を手掛ける人気絵本シリーズ「くまのがっこう」の世界観に取り入れたものです。12匹のくまのが登場する絵本のストーリーになぞらえ、お子さまが13匹目のくまのこになったかのような体験を楽しむことができます。



バンダイナムコアミューズメントではIPを活用したバンダイナムコならではの施設展開を強化しており、本施設においても、人気絵本IPとのコラボレーションを通して家族の思い出づくりにつながるユニークなあそび場となることを目指しています。

©BANDAI

「浅草花やしき」に屋内型の新アトラクション『にんにんパーク』オープン

(株)花やしきは同社が運営する日本最古の遊園地「浅草花やしき」(東京都台東区)に、お子さまが忍者になりきって遊べる屋内型アトラクション「こども忍者やしき『にんにんパーク』」をオープンしました。



江戸時代から続く「浅草花やしき」にぴったりな「忍者」をテーマにしたアトラクション内には、手裏剣や隠れ身の術を体験できるコーナーや3階層の忍者屋敷風アスレチックなどを設置しています。お子さまは忍者をイメージしたウェアを身に付け、遊びながら忍者修行を体験することができます。本アトラクションには、バンダイナムココミュニティが全国に展開するお子さま向けの屋内施設「あそびパーク」のノウハウを導入しました。来場者数が天候に左右されやすい屋外遊園地事業において、グループのノウハウを生かした屋内型のアトラクションを充実させることで、より多くのお客さまの来場につなげていきます。

東京国際映画祭に2作品が参加

10月28日～11月5日に開催された「第32回東京国際映画祭」に、(株)バンダイナムコエンターテインメントが製作に参加している『この世界の(さらにはいくつもの)片隅に』と『喜劇 愛妻物語』の2作品が出品されました。

『この世界の(さらにはいくつもの)片隅に』は、特別招待作品として特別先行版がワールド・プレミア上映されました。本作は、2016年11月に公開された映画『この世界の片隅に』に新規場面を追加した新作映画で、2019年12月20日の公開です。また、『喜劇 愛妻物語』は、コンペティション部門14作品の中にノミネートされ、最優秀脚本賞を受賞しました。本作は、バンダイナムコエンターテインメントと(株)キュー・テックの共同配給作品で、2020年に公開予定です。



【喜劇 愛妻物語】
©2020「喜劇 愛妻物語」製作委員会

『この世界の(さらにはいくつもの)片隅に』
©2019この世界の(さらにはいくつもの)片隅に製作委員会

ラブライブ!虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会 1stライブ開催

ラブライブ!シリーズの1つとして2017年から活動を開始した『虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会』の1stライブが、12月14日、15日に「武蔵野の森総合スポーツプラザ・メインアリーナ」(東京都調布市)で開催されます。さらにラブライブ!シリーズ9周年を記念し、『虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会』を含むラブライブ!シリーズの全グループが出演する「ラブライブ!フェス」が、2020年1月18日、19日に「さいたまスーパーアリーナ」(埼玉県さいたま市)で開催予定です。



©2013 PLI ©2017 PLIS ©KLabGames ©S ©BUSHI

ラブライブ!シリーズは、「みんなで叶える物語」をキャッチフレーズとして掲げ、ファンと共に多くの夢を叶えてきました。バンダイナムコグループは、今後もさまざまな展開でIPを盛り上げていきます。

サンライズがエコーズ(株)に資本参加

(株)サンライズは、インターネットサービス事業、漫画出版事業、電子コミック取次事業などを行うエコーズ(株)に資本参加しました。



エコーズは、多彩な企業のWEB戦略を手掛けるとともに、日本最大級のオリジナルマンガ専門の投稿プラットフォームを運営する企業です。また、バンダイナムコグループが実施している「バンダイナムコアクセラレーター^{※1}」における2018年度優秀賞受賞企業でもあります。サンライズとエコーズは、同プロジェクトを通じたコラボレーションにより、クリエイターがサンライズ作品の1.5次創作^{※2}を投稿できるイベント「サンライズ矢立文庫大賞」を開催するなど、パートナーシップを構築してきました。

サンライズは、このたびの資本参加によりエコーズとさらに強固な関係を構築することで、同社のIP展開の強化につなげることを目指します。

※1 スタートアップのアイデアとバンダイナムコグループのリソースを組み合わせ、革新的な事業やIPの展開を目指すプロジェクト

※2 IPを保有する団体・組織・個人の方の公認で許可された作品を、スピンオフ作品として創作すること

爆釣ハンターズ 「爆釣ギガロッド」

12月上旬発売予定 / 4,800円

(株)バンダイ

Nintendo Switch™のコントローラー「Joy-Con™(R)」に装着する『爆釣ギガロッド』と、Nintendo Switchにダウンロードして楽しめる3Dアクションフィッシングゲーム『爆釣ハンターズ』がセットになった商品です。振る、回す、震えるなど本物さながらの釣り体験ができるほか、ボリューム満点のストーリー攻略モードや、Wi-Fi検知などで新たな釣場を次々に追加できる機能を搭載し、幅広い遊びが楽しめます。

さらに、『爆釣ギガロッド』で別売の『爆釣ギガルアー』(各450円)を読み込むと、ゲーム内にルアーが出現します。狙える海の深さやフッキング技が異なる個性的なルアーを駆使して獲物を釣りあげる楽しさも体験できます。本商品の発売以降、オンラインイベントの開催や、新たな連動アイテムを続々と展開予定です。



▲『爆釣ギガロッド』(写真左)と別売の『爆釣ギガルアー』(写真右)

※「Joy-Con(R)」は商品に含まれません。

※Nintendo Switchは任天堂の商標です。

©鈴木サバ缶/小学館・爆釣回

©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

HG 1/144 ガンダムG40 (Industrial Design Ver.)

12月発売予定 / 3,000円

(株)BANDAI SPIRITS

「機動戦士ガンダム40周年プロジェクト」の一環として、世界で活躍する工業デザイナー奥山清行氏とともに、工業製品の観点から本気で検証しデザインしたガンダムのプラモデルです。

アニメに登場する「RX-78-2ガンダム」の特徴的な腰装甲の再現に徹底してこだわり、股関節や大腿部の可動ギミックを新たに取り入れることで、腰装甲の形状を崩すことなく胸と膝が着くほどの広い可動域を実現しました。また、肘・膝関節に新たなギミックを取り入れ、これまで二軸構造でしか実現できなかった関節可動を一軸構造で再現したほか、首と胴体、前腕、ふくらはぎに従来と異なる解釈で回転軸を設け、ひねりによる全身の曲線を再現しました。本物視点で設計されたプラモデルの機構や構造を組み立てながら理解していくことで、「つくる感動」「プラモデルの未来の可能性」を体感いただけます。なお、デザインをまとめた特別冊子も付属予定です。



©創通・サンライズ

ガシャポン iRobot Roomba®

発売中 / 1回300円(税込)

(株)バンダイ

iRobot社から発売されているロボット掃除機の「Roomba®」が、全長約50mmのミニチュアサイズとなってガシャポンに登場します。本商品はプルバック式で、商品本体を後ろに引っ張って手を放すと動き出します。さらに自動で方向転換をすることもでき、実際にルンバが掃除をしている様子が再現できます。

2002年に発売された初代の「Roomba® Original」をはじめ、2004年発売の自動充電機能を備えた「Roomba® Discovery」、2007年に発売し白のフェイスプレートがブレイクヒットした「Roomba® 537J」、そして2015年発売のハイエンドモデルの「Roomba® 980」の4種類の名機を歴代ルンバの中からラインナップしています。iRobot社公認のガシャポン商品で、ディテールも実際のルンバを忠実に再現しています。



※ガシャポンはバンダイの登録商標です。

※iRobot、Roomba、ルンバはアイロボットの登録商標または商標です。

©iRobot Corporation.

PAC-MAN PARTY ROYALE

サブスクリプションサービス「Apple Arcade」にて配信中

(株)バンダイナムコエンターテインメント

ゲームのサブスクリプションサービス「Apple Arcade」にて配信中の、「パックマン」を題材としたゲームです。

一つの迷路の中で4人のプレイヤーがそれぞれのパックマンを操作し、追いかけてくるゴーストや他のプレイヤーを妨害し合うバトルロワイヤルゲームで、最後まで生き残ったプレイヤーが勝利となります。一定の時間を過ぎると活動エリアが狭くなっていくなど、スリル満点のゲームとなっています。また、シンプルな操作でどなたでも楽しむことができる点も特徴です。

「パックマン」は、1980年に業務用ビデオゲームで登場し、世界的にブームを巻き起こしたIPで、現在も幅広い世代から人気を集めています。いつでもどこでも手軽にゲームが楽しめる「Apple Arcade」でのゲーム配信を通して、より多くのお客さまに「パックマン」の魅力を届けていきます。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

PS4® / XboxOne 「ドラゴンボールZ KAKAROT」

2020年1月16日発売予定 / 7,600円 (ダウンロード版同価格)

(株)バンダイナムコエンターテインメント

プレイヤー自らが「孫悟空 (カカロット)」となり、「ドラゴンボールZ」の世界を体験することができるアクションRPGです。

美しいアニメグラフィックスで、「ドラゴンボールZ」の名場面はもちろん、従来のドラゴンボールゲームでは描き切れなかった原作アニメの細かいシーンや語られなかったシーンも再現し、強敵との死闘や、悟空がたどった物語や日常を体験できます。また、レベルアップによる戦闘力強化に加え、食材を集めて調理を行い、食事を通じて能力を高めることができるなど、あらゆる行動が成長へと繋がる「戦闘力システム」も楽しめます。 ※XboxOneはダウンロード版のみ



©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.

『namcoサクラマチクマモト店』

オープン中 / 一部有料 (株)バンダイナムコミュージックメント

熊本県熊本市の中心部にある熊本桜町バスターミナルに開業した大型商業施設「サクラマチクマモト」3階にオープンした新施設です。ゲームコーナーのほか、インドアプレイグラウンド「あそびパークPLUS」とVR (仮想現実) 体験ゾーン「VR ZONE Portal」を併設しています。

「あそびパークPLUS」には、デジタルアクティビティ『おもちゃのくにとそらとぶなかまたち』を初めて導入しました。ボールプール内のボールをスクリーンに向かって投げると、壁面に当たったボールが映像上でさまざまな乗り物に変わり、不思議な世界を飛んでいくアクティビティで、「投げる×当てる×変化する」の3つの楽しさが体験できます。さらに、「VR ZONE Portal」に熊本県内初導入となる『ゴジラVR』を設置するなど、現実を超えた臨場感の中で、お子さまから大人まで驚きと喜びを全身で体感できる施設です。



「THE IDOLM@STER MILLION LIVE! 6th LIVE TOUR UNI-ON@IR!!!! LIVE Blu-ray Angel STATION @SENDAI」

2020年1月22日発売予定 / Blu-ray特装限定版：23,000円

発売：(株)バンダイナムコエンターテインメント 販売：(株)バンダイナムコアーツ

2019年4月～9月に仙台、神戸、福岡、東京の4都市で開催された「THE IDOLM@STER MILLION LIVE! 6th LIVE TOUR UNI-ON@IR!!!!」のBlu-rayを1月22日より順次発売します。

「UNI-ON@IR!!!!」は、バンダイナムコエンターテインメントがスマートフォン向けゲームアプリケーションを基点として展開中の「アイドルマスター ミリオンライブ! シアターデイズ」から登場したアイドル「アイドルマスターミリオンスターズ」によるライブツアーです。メンバー39人全員がタイプ別に12のユニットに分かれて各地を巡る、初の単独タイプ別ライブツアーとして話題となりました。

本商品は、各地で行われた公演のうち「Angel STATION (仙台)」を収録したBlu-rayで、以降、「Princess STATION (神戸)」(2月19日発売予定)、「Fairy STATION (福岡)」(3月18日発売予定)、「東京UNI-ON@IR!!!! SPECIAL」(5月13日発売予定)を順次発売予定です。なお、各商品を対象店舗で購入すると、店舗ごと、公演ごとに異なる特典が入手できます。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc. ©窪岡俊之

JAM Project 20th Anniversary Complete BOX【完全生産限定】

2020年1月1日発売予定 / Blu-ray完全生産限定：45,000円

(株)バンダイナムコアーツ

アニソン界を代表するアーティスト「JAM Project」の結成20周年を記念して、過去発売されたアルバムを含む全21枚組のCDを完全収録した『JAM Project 20th Anniversary Complete BOX』を発売します。

2019年1月に行われたライブ「JAM Project SPECIAL LIVE 2019 A-ROCK」の公演映像や歴代のミュージックビデオを収録した特典ディスクのほか、20年間の歴史を記載した約300ページにおよぶ「Complete BOOK」や、20周年を記念してファンを称える勳章「JAM's Guardians Medal」を付属予定で、同時発売のアルバムを収納できる豪華BOX仕様で発売します。



「JAM's Guardians Medal」

事業環境が大きく変化する中 枠にとらわれない発想で新たな挑戦に取り組む

ネットワークコンテンツや家庭用ゲームなどの企画や開発、配信・販売を行うネットワークエンターテインメントユニットは、「存在感のある『世界企業』へ」を中期ビジョンに掲げ、ユーザーから求められる半歩先を世界目線で提供し続けることを目指し、事業を展開しています。今回は、2019年度より同ユニットの主幹会社である(株)バンダイナムコエンターテインメントの代表取締役社長に就任した宮河恭夫に、市場環境と足元の事業の動向、今後の戦略・ビジョンを聞きました。

—社長就任から半年が経ちました。

宮河 2019年4月にIPクリエイションユニットの主幹会社である(株)サンライズの社長から、バンダイナムコエンターテインメントの社長に就任しました。展開する商品・サービスの違いはありますが、どちらの事業もエンターテインメントという意味では一緒だと考えています。お客さまと繋がりながら、バンダイナムコらしいクリエイティビティあふれるコンテンツを、高いクオリティで提供し続けられるよう、さまざまな挑戦を行っていきたいと思います。

—事業を取り巻く環境は？

宮河 エンターテインメントのビジネスモデルは、急速に変化しています。例えば、音楽や映像の分野で急速に進んだサブスクリプションビジネスがゲーム業界内にも波及し始めていますし、CG技術や通信技術の進歩により、映像とゲームの境目もなくなりつつあります。こうした変化

に伴い、従来は競合にあたらなかった巨大なプレイヤーが業界外から多数参入してきています。

また、ゲームの完成品を売って、それで終わりという時代から、同じゲームで長く遊んでいただくために定期的なアップデートやイベントを行う「運営型」の時代が変わってきています。このように環境が大きく変化している中、我々も大胆に変えていくべき時期に来ていると考えています。

—マーケティング面での変化はありますか？

宮河 ゲームソフトをモノとして流通・販売することが主流だった頃は国・地域単位で戦略を考えていましたが、ダウンロード販売が急速に進む今、国境を越えた取り組みが必要となっています。今までのように日本で作ったものを海外でどう売るかという考え方から、各地域の現地法人がそれぞれの視点で世界に向けて

ものを作り販売する「世界企業」の考え方に変わらなければなりません。すでに、各地域発のゲームプロデューズに取り組んでいますが、今後、こうした取り組みをさらに拡大していきたいと考えています。

—ゲームの枠を超えた新たなエンターテインメント事業の創出にも取り組んでいますね。

宮河 当社は、2015年4月に社名を(株)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変更しました。これは、事業領域を既存のゲーム事業に限定せず、エンターテインメントと広く定義することで、バンダイナムコらしいサービスやコンテンツに挑戦しようという思いを込めたものです。

この思いを象徴する取り組みの一つとして、この8月にプロバスケットボールリーグ「B.LEAGUE」に所属する「島根スサノオマジック」の運営に参画しました。スポーツはデジタルではなくアナログの世界ですが、デジタル社会が進むほどアナログの重要性は増していくと考えています。例えば、eスポーツの決勝戦をインターネット上ではなく会場に選手と観客を集める形で開催するのは、アナログでしか体感できない迫力があるからです。

「島根スサノオマジック」は今年B1に再昇格したばかりですが、地域の方々とファンと一緒に上を



▲「島根スサノオマジック」運営参画発表時の様子



▲『ドラゴンボール ゼノバース2』
([Stadia] 向けに配信予定)
©BIRD STUDIO/SHUEISHA, TOEI ANIMATION
©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.



▲「バンダイナムコエンターテインメントフェスティバル」の様子
©SUNRISE/PROJECT L-GEASS Character Design
©2006-2017 CLAMP・ST

目指すことでドラマが生まれ、ますます面白くなると思います。当社では、会場のブースへの工夫や、自社IPと「島根スサノオマジック」のコラボレーションなど、バンダイナムコならではの視点でも取り組みを行い、地域の方々やファンの皆さんと一緒にチームを盛り上げていきたいと思っています。

— 「バンダイナムコエンターテインメントフェスティバル」も盛況でした。宮河 「バンダイナムコエンターテインメントフェスティバル」は、バンダイナムコグループのIPにまつわる

アーティストやアイドルたちが多数出演する初のフェス形式のライブイベントで、10月19日、20日に東京ドームで開催しました。各IPのファンに楽しんでいただくとともに、他のIPにも関心を持っていただく機会とすることを目的に開催しましたが、両日とも満席となり、大きな盛り上がりを見せました。デジタル領域に加え、こうしたリアルな場も活用しながら、バンダイナムコが展開するIPの魅力伝えていきたいと考えています。



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、ネットワーク開発部長
2004年4月 同社取締役
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
2015年4月 (株)バンダイナムコビジュアル代表取締役社長
2018年6月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役IPクリエイションユニット担当 (株)Evolving G代表取締役社長
2019年3月 (株)バンダイナムコホールディングス取締役ネットワークエンターテインメントユニット担当 (現職)
2019年4月 (株)バンダイナムコエンターテインメント代表取締役社長 (現職)

敗はしない」という言葉が好きです。失敗したところでやめてしまうと、それは失敗になりますが、成功するまであきらめずに続ければ、失敗することはありません。社員に対しても、成功したときのイメージをもち、成功に向け「本気で」挑戦することが重要だと伝えています。挑戦しなければ、成功も成長もありません。もちろん会社の規模を超えるリスクを伴う挑戦は、経営者として慎重に判断することが必要ですが、社員一人ひとりが、恐れることなく自由に挑戦できる環境を整えていきたいと思っています。

大型新作タイトルを続々発売予定 新たなプラットフォームにも積極的に対応

— 下半期以降の展開は？

宮河 家庭用ゲームについては、当社完全オリジナルIPである『CODE VEIN』を9月下旬に発売しました。今期中に、100万本の出荷を目指します。このほか、『ドラゴンボールZ KAKAROT』(2020年1月発売予定)、『ONE PIECE 海賊無双4』(2020年発売予定)、(株)フロム・ソフトウェアとの共同開発タイトル『ELDEN RING』(発売時期未定)など、大型新作タイトルを続々と発売予定です。

ネットワークコンテンツについては、「DRAGON BALL」シリーズや「ワンピース」、「アイドルマスター」シリーズなどの主力タイトルの人気を安定して維持できるよう、運営努力を継続していきます。また、上半期に配信を開始した『ガンダムブレイカーモバイル』も国内外で人気を集めており、今後も、こうしたクオリティにこだわった新規タイトルへの挑戦を続けていきます。

さらに、新たなプラットフォームに対しても積極的に取り組んでいます。Apple社が展開するゲームのサブスクリプションサービス「Apple

Arcade」にて、『PAC-MAN PARTY ROYALE』の配信を10月から開始しました。このほかにも、Google社が展開するクラウドゲームプラットフォーム「Stadia」向けに、『ドラゴンボール ゼノバース2』を配信予定で、これまでゲームを届けることができなかつたお客さまにも、新たに手にとってもらえる機会にしていることを目指します。

— 2020年は「パックマン」が40周年を迎えます。

宮河 自社IPである「パックマン」には、大きな可能性があると考えています。40周年施策は、海外を中心に展開していく予定で、11月にはこれに先がけて、ティザーサイトやミュージックビデオを公開したほか、アメリカのファッションイベント「ComplexCon」へ出展しました。特にアメリカにおける「パックマン」の存在感は、日本とは比較にならないほど大きく、アメリカからさまざまな施策を世界に向けて展開することで、パックマンの新しい魅力を伝えていきたいと考えています。

— 仕事におけるポリシーは？

宮河 「成功するまでやり続ければ失

東日本大震災被災地で子どもたち向け活動を実施

バンダイナムコグループは、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、東日本大震災被災地の子どもたちに向けた活動を行っています。9月には、岩手県下閉伊郡山田町で絵本「くまのがっこう」の工作教室とプラモデル組立体

験会を開催し、40名以上のお子さまと保護者にご参加いただきました。

バンダイナムコグループは、CSRコンセプト「Fun For the Future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」を合言葉に、今後も楽しい未来づくりに向けた活動に取り組んでいきます。



©BANDAI

2019年3月末時点のバンダイナムコホールディングス株主名簿に基づき実施した株主優待において、700名以上の株主さまに寄付を選択いただきました。その金額と当社からの拠出額を合わせ、合計1,000万円を公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンに寄付します。この寄付金は、東日本大震災の被災地の子どもたちへの支援活動資金として活用される予定です。

また、バンダイナムコホールディングスは、8月豪雨災害、台風15号千葉県災害、台風19号災害にあたり、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送付しました。被害に遭われた地域の日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

「仮面ライダーゼロワン」の玩具企画開発を担当

現場から

いのうえ みつたか
(株)バンダイ ブランドデザイン部 井上 光隆

「仮面ライダー」シリーズ最新作『仮面ライダーゼロワン』が9月より放送中です。今回は、バンダイで玩具の企画開発を担当する井上光隆に話を聞きました。

Q IPについて教えてください。

A 「仮面ライダー」シリーズは、昭和、平成と、時代とともに並走してきた作品です。令和初となる今作は、新しい時代にふさわしいAI（人工知能）がテーマです。AIが大きな進歩をとげた時代を舞台に、AIのリーディングカンパニー・飛電インテリジェンスの代表取締役社長である主人公が、最新AI技術で生み出された変身ベルト「飛電ゼロワンドライバー」を使って変身し、人々の夢を守るために活躍します。平成ライダーではメインカラーとして使われたことがなかった蛍光イエローが採用され、シルエットも細身で小顔になるなど、新時代の進化したライダーが描かれています。

Q 主力商品について教えてください。

A 最重点アイテムは『変身ベルトDX飛電ゼロワンドライバー』（6,980円、発

売中）です。さらに、変身ベルトと連動して遊ぶことができる「プログライズキー」を玩具、カプセルトイ、食玩など多彩なカテゴリーで展開しています。「プログライズキー」は、『変身ベルトDX飛電ゼロワンドライバー』をはじめ番組に登場するすべての変身ベルトと連動します。「プログライズキー」をスキャンしたりセットしたりすることで、異なるモードを楽しむことができ、変身ベルトの遊びの奥行きを感じいただけます。

Q 苦労した点は？

A 新しい時代にふさわしい「仮面ライダー」の世界観を商品面からいかに構築していくかという点を最も意識しました。番組の立ち上げ時に初めて2種類の変身ベルトを同時発売しましたが、どちらも好調な販売状況で、手ごたえを感じています。

Q 今作にかける意気込みをお願いします。

A 令和初の「仮面ライダー」ということでプレッシャーもありますが、時代の切り替わりのタイミングで担当できること



2008年バンダイ入社。アパレル部門を経て2015年4月より「仮面ライダー」シリーズの玩具企画開発を担当。

©2019 石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映

を大変光栄に感じています。近年、「仮面ライダー」シリーズは、放送中の作品はもちろん、歴代作品を含めた「仮面ライダー」ブランドとして事業展開を行っています。アジア地域での「仮面ライダー」人気も高まっており、『変身ベルトDX飛電ゼロワンドライバー』の英語音声は、海外展開を意識して、ネイティブ発音で収録するなど、新たなチャレンジも行っています。新時代の「仮面ライダー」が、これまで以上に強力なIPとなるよう、商品面からしっかりと取り組んでまいります。どうぞご期待ください。

編集後記

(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2018年度より実施しています。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すことを目指すもの

で、すでに実際の事業としてスタートしているものもあります。

開催2回目となる2019年度は、昨年度の応募総数を上回る200件以上のビジネスプランの中から、5チームが選抜されました。選抜されたチームは、約4カ月にわたるプログラムを通じて事業開発を加速していく予定です。バンダイナムコとスタートアップの協働による、革新的な新規事業の創出にご期待ください。

