

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

バンダイナムコらしい新しい戦い方で 世界中のIPファンとともに エンターテインメントの新しい時代を拓いていく

(株)バンダイナムコホールディングスは、2021年3月期第1四半期累計期間(2020年4～6月)の連結業績発表にあわせ、次期中期計画スタート時期の変更とグループの再編を発表しました。今回は、バンダイナムコホールディングスの田口三昭社長に、業績動向や今後の戦略について話を聞きました。

— 2021年3月期(2020年度)第1四半期の業績を発表しました。

田口 2020年度第1四半期の業績は、売上高1,450億円、営業利益199億円となり、好調だった前年同期には及びませんでした。

第1四半期における新型コロナウイルス感染拡大による影響としては、イベント中止やアミューズメント施設の休業、休業施設や小売店での商品販売という明らかなものを合算すると、売上高で約200億円、営業利益で約80億円の影響がありました。このような中、デジタル需要に積極的に対応するなど、事業におけるさまざまな取り組みによって、前年同期に近いところまでリカバリーすることができたと考えています。

— 各事業の状況を教えてください。まず、トイホビーについては？

田口 第1四半期のトイホビーは、国内では、ガンプラやコレクターズフィギュアなどのハイターゲット層(大人層)向け商品を中心に、デジタルを活用したマーケティングを強化したことにより、巣ごもり需要を取り込み好調でした。また、菓子や生活用品などの玩具周辺商材や「鬼滅の刃」「ディズニー ツイステッドワンダーランド」などの話題IPの商品が人気となりました。

新型コロナウイルスによる影響は、国内では休業したアミューズメント施設における景品やデジタルカードなどの販売、TVアニメの中断による商品と番組の連動展開への影響などがありました。海外においては、特に欧米で小売店の休業が商品販売に影響しました。施設などの休業により、流通の商品が一定期間滞留したことから、国内を中心に第2四半期以降の出荷に影響が出る可能性があると考えています。

足元では、環境の変化にあわせ、幅広いカテゴリーでデジタルを活用したマーケティングを強化しています。IP展開においては、「鬼滅の刃」などの新規人気IPをスピーディに展開するとともに、定番IPでは、新ライダー「仮面ライダーセイバー」の商品を年末年始商戦に向け盛り上げていきます。

海外においては、アジアでは、市場が戻りつつある中国を中心に主力IP商品の訴求をはかります。ハイターゲット層向け商品のマーケティング会社を立ち上げた北米では、大手流通のTarget約520店舗へガンプラの導入が始まりました。市場環境は厳しい中でも、好調な出足となっていますので、しっかりとファンの育成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、「ドラゴンボール レジェンズ」や「アイドルマスター シャイニーカラーズ」の周年イベントが盛り上がるなど主力タイトルが好調に推移しました。今後も、既存の主力タイトルを強化するとともに、厳選した新規タイトルが新たな柱となるよう育成をはかります。

家庭用ゲームは、欧米において小売店休業に伴いデジタル需要が増加し、「ドラゴンボールZ KAKAROT」をはじめとする「DRAGON BALL」シリーズ、「ワンピース海賊無双4」「鉄拳7」「DARK SOULS」シリーズなどのリピートタイトルの販売が好調でした。しかしながら、第2四半期以降は不透明な環境を踏まえ、リピートタイトルの販売を第1四半期の延長では見込んでいません。改めて感じているのは、ロングライフ化するタイトルは、ファンからのクオリティ評価が高いものだということです。現在「SCARLET NEXUS」「Elden Ring」(いずれも発売時期未定)の開発を進めていますが、今後もクオリティ重視の開発に注力します。

(次ページに続く)

次期中期計画のスタート年度を変更し 時代の変化を見据えた戦略を策定

田口 第1四半期のネットワークエンターテインメントは、イベント中止を除き、新型コロナウイルスによる大きな業績面でのマイナス影響はありませんでした。しかし、遅れが発生した開発現場の環境は戻りつつあるものの、開発スケジュールへの影響や発売時期の調整が必要となる可能性があるかと想定しています。

—リアルエンターテインメントについては？

田口 第1四半期は、国内外の施設がほぼ稼働できず、大きく減収減益となりました。なお、国や地方自治体からの要請を受けて休業した施設の家賃・人件費などの固定費は、「新型コロナウイルス感染症に伴う店舗臨時休業等による損失」として特別損失に計上しています。施設は順次営業を再開し始めていますが、ソーシャルディスタンスを踏まえた対応をしていることもあり、100%の回復には至っていません。営業再開後は、トイホビーと連携した「鬼滅の刃」キャンペーンなどが好調ですので、IP軸戦略を強化したスピード感ある対応を進めていきます。業務用ゲームについては、業界全体の状況を踏まえ、開発の効率化や最適な投入タイミングの検討をはかっていきます。

リアルエンターテインメントは、新型コロナウイルスの影響を大きく受けている事業ですが、グループにおける“場”としての役割を果たすべく、ネットクレームモール「とるも」のようにデジタル化にも積極的に対応し、厳しい環境においても収益をあげることができる体質づくりを行っていきます。

—映像音楽プロデュースは？

田口 第1四半期は、ほぼすべてのイベントが中止となり、複数の映像音楽パッケージの発売を延期すること

となりました。今後もイベント中止などの影響は継続するものとみています。厳しい環境下ではありますが、将来に向けて、新しいIP、新しい作品へのチャレンジを積極的に実施します。ライブイベントについては、ファンからのニーズも高いため、新型コロナウイルス感染拡大の状況に応じて、イベント開催のガイドラインを遵守しながら、開催方法を検討していきます。

このほか、音楽や映像のストーリーミング配信を24時間行う「Mix Box」のサービススタートや、新レーベル「Purple One Star」の立ち上げ、ライブに特化した仮想空間の開発に参画するなど、新しい取り組みを進めています。このような中から、映像・音楽・ライブイベントの新たな市場機会が生まれる可能性もありますので、積極的にチャレンジしていきます。

—IPクリエイションについては？

田口 第1四半期においては、新型コロナウイルスによる大きな影響は受けませんでした。今後の放映・公開スケジュールに影響が出てくる可能性があるかと想定しています。これらの影響を最小限に抑えながら、引き続き最大のミッションであるIP創出に取り組みます。定番IPでは、「ラブライブ！」シリーズの「虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会」のTVアニメ開始や新プロジェクト「ラブ

ライブ！スーパースター!!」も始動しています。新規IPとしては、デジタルカードゲームと連携した「最響カミズモード！」などの横断プロジェクトが進行中です。

また、ガンダムをワールドワイドIP化させるという動きの一環で、「ガンダムチャイナプロジェクト」を発表しました。2021年に上海に実物大フリーダムガンダムを設置するのにあわせ、商品・サービスも展開し、グループ全体でガンダムの海外展開を強化していきます。プロジェクトのオンライン発表会には、150万人近くのファンが参加し、大きな期待を寄せてくれました。

—通期業績見込を発表しました。

田口 5月時点では、新型コロナウイルス感染拡大の影響により予想の算出が困難と判断して未定としていましたが、市場環境の推移や新型コロナウイルス感染拡大の事業への影響、第1四半期の実績や今後の商品・サービス計画を踏まえ、2020年度の通期見込は、売上高6,500億円、営業利益500億円としました。不透明な環境を踏まえ、不要不急のコストの見直しや、財務体質強化に向けた取り組みを行っていますが、将来の成長につながる投資については、引き続き積極的に検討します。

—次期中期計画スタート年度の変更を発表しました。

田口 2021年度(2021年4月)からのスタートを予定していた3カ年の次期中期計画を、2022年度(2022年4月)よりスタートすることを決定しま

2020年度に発生または想定している新型コロナウイルス感染拡大による事業への影響

- ・販売店休業などによる消費への影響
- ・イベントの延期や自粛、それに伴うプロモーションなどへの影響
- ・商品の開発スケジュールへの影響
- ・自社工場および協力工場における生産スケジュールなどへの影響
- ・家庭用ゲーム、ネットワークコンテンツの開発スケジュールや運営体制への影響
- ・アミューズメント施設などの休業による影響
- ・映像製作や作品公開、パッケージ販売スケジュールへの影響

した。新型コロナウイルス感染拡大による社会全体への影響で、人々のライフスタイルや価値観が大きく変化し、これまでと全く違う新しい時代がやってくるのが予想されます。そのため、新しい時代におけるバンダイナムコの新しい戦い方を次期中期計画に反映する必要があると判断しました。先行き不透明で不確定要

素が多い状況の中、急いで次期中期計画を策定するのではなく、時代の変化をしっかりと見据えて策定すべきだと考えました。2020年度から2021年度にかけては、新たなバンダイナムコの戦い方である次期中期計画の策定と、その戦略を実行するためのさまざまな準備や基盤整備を行う期間と位置付けたいと思います。

さらに高めていきたいと考えています。

また、映像音楽プロデュースとIPクリエイションの統合により、制作スタジオとプロデュース機能を集約し、さらにクオリティの高いIP創出に取り組みます。ユニット内のみならず、他のユニットや外部パートナーとのアライアンスにも積極的に対応し、多彩なアプローチで制作に取り組むIP創出集団を目指します。また、ライブや配信に続く新たな出口も構築していきたいと考えています。

ユニット統合を次期中期計画のスタートに先駆けて行うことで、新たな体制で次期中期計画を検討し、より実行可能性が高い戦略と施策を策定していきたいと思っています。また、異なるユニットが統合することで、ノウハウや人材の交流が活性化し、化学変化が起こることにも期待しています。社員には、組織再編という変化を成長の機会ととらえて、互いのノウハウを活用してほしいと思います。

—読者にメッセージをお願いします。

田口 2020年に入り、世界の市場環境が激変しました。デジタルトランスフォーメーションが加速し、人々のライフスタイルや価値観、我々の働き方も大きく変化しています。新型コロナウイルス感染拡大が終息した後も、元の社会や生活に戻ることはないと言われてはいますが、我々もそのように考えています。しかし、このような厳しい状況にあっても、人々が「夢・遊び・感動」を求める気持ちはなくなりません。むしろ、これまでと違う形で、違う遊びや楽しみ方が生まれ、人とエンターテインメントがもっと近い存在になるのではないのでしょうか。変化の先に未来があります。我々は、これを機会ととらえ、バンダイナムコらしい新しい戦い方で、世界中のファンとともに新たなエンターテインメントの時代を拓いていきたいと思っています。

ユニット再編でさらに一体となり緊密な連携を行う

—ユニット再編について説明してください。

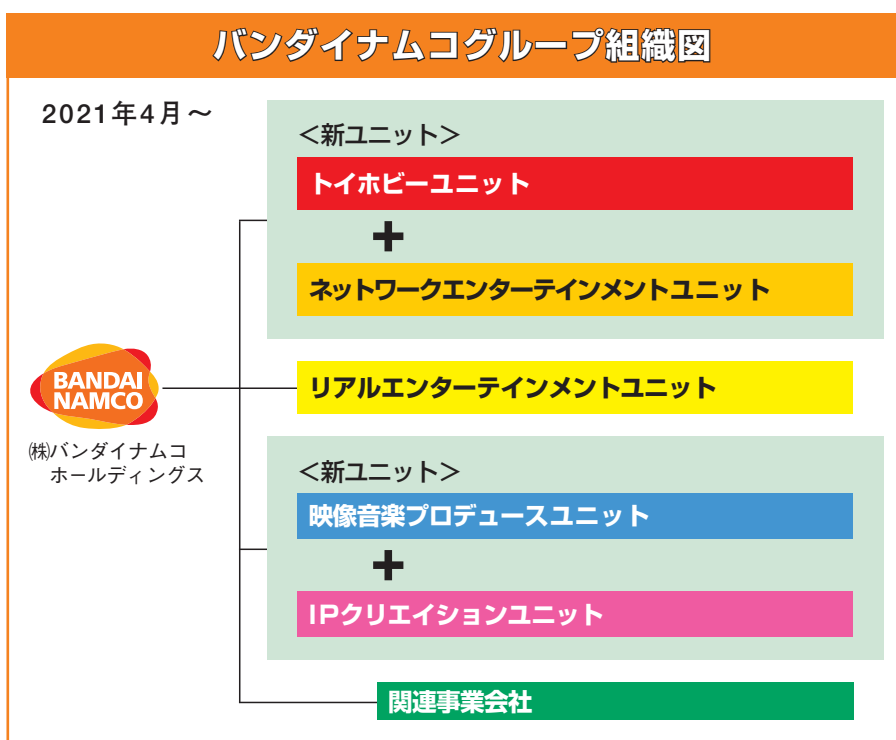
田口 次期中期計画のスタート時期は変更しますが、バンダイナムコグループが、中長期的に持続的な成長を目指し、IP軸戦略をグローバルで強化していくという大きな方向性は変わりません。そのためには、時代の変化にさらに適合し、グローバル市場での競争力を高めることが必要となります。そこで、2021年度(2021年4月)よりトイホビーとネットワークエンターテインメントを、映像音楽プロデュースとIPクリエイションをそれぞれ一つのユニットに統合し

ます。これにより、ALL BANDAI NAMCOで全世界の事業がこれまで以上に一体となり緊密な連携を行う体制を構築します。

—新ユニットの役割は？

田口 トイホビーとネットワークエンターテインメントの統合により、IP価値の最大化を目的に、幅広い事業領域を相互活用した連携を強化します。そして、モノとデジタルの融合をはかり、デジタルトランスフォーメーションへの対応や、顧客の新たな価値観に対応したエンターテインメント創出も推進します。これにより、グローバル市場でのバンダイナムコの競争力を

バンダイナムコグループ組織図



株)バンダイナムコホールディングスは、2021年3月期の第1四半期累計期間(2020年4月～6月)の連結業績を発表しました。当第1四半期累計期間につきましては、各事業において新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けましたが、国内外のトイホビー事業においてハイターゲット層(大人層)に向けた商品が人気となったほか、ネットワークエンターテインメント事業において、家庭用ゲームのレポート販売が好調に推移しました。

<トイホビー事業>

国内において「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(大人層)向けの商品が、デジタルを活用した販売・マーケティングなどが効果を発揮し好調に推移しました。また、「仮面ライダー」シリーズなどの定番IP商品や、新規IPを活用した玩具周辺商材などが人気となりました。しかしながら、アミューズメント施設で展開している景品やデジタルカード商材などについては、新型コロナウイルス感染拡大を受け施設が休業したことにより影響を受けました。

海外においては、アジア地域でハイターゲット層に向けた商品などが安定的に推移しましたが、欧米地域

では小売店などが休業した影響を受けました。

<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では、ワールドワイド展開している「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好調に推移しました。

家庭用ゲームでは、既存タイトルの「ドラゴンボールZ KAKAROT」などの「DRAGON BALL」タイトル、「鉄拳7」、「DARK SOULS」シリーズなどのレポート販売が、ユーザーに向けた継続的な施策やデジタル販売需要の高まりから、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>

新型コロナウイルス感染拡大を受け、国内外のアミューズメント施設などを休業したことにより、施設運営、業務用ゲーム機販売とも大きな影響を受けました。なお、国や地方自治体からの要請を受けて臨時休業した施設などの休業期間中の固定費を「新型コロナウイルス感染症に伴う店舗臨時休業等による損失」として特別損失に計上しました。

<映像音楽プロデュース事業>

定番IPの映像・音楽パッケージ

ソフトの販売などを行いました。新型コロナウイルス感染拡大を受けライブイベントの開催を中止しました。

また、映像・音楽作品の制作スケジュールの遅れなどにより、複数のパッケージソフトの発売が延期となったことが業績に影響を与えました。

<IPクリエイション事業>

「機動戦士ガンダム」シリーズや「ラブライブ!」シリーズなどの映像作品やIPの情報発信により話題喚起をはかり人気となりました。利益面においては、ライセンス収入のプロダクトミックスなどの違いにより前年同期に及びませんでした。

2021年3月期の予想数値につきましては、市場環境の推移や新型コロナウイルス感染拡大による事業への影響、第1四半期累計期間の実績や今後の商品・サービス計画など、現時点において入手可能な情報をもとに算定しています。

今後も社会や経済全体において先行き不透明な状況が継続すると予想されており、市場環境の変化などにより業績への影響が発生する可能性があります。今後開示すべき事項が発生した場合には、速やかに開示を行います。

◆2021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	145,035	19,915	20,412	13,181
前年同期増減率	△8.9%	△12.8%	△14.3%	△22.1%

◆2021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(2020年4月～2020年9月)	315,000	30,000	30,500	20,000
通期(2020年4月～2021年3月)	650,000	50,000	50,500	33,000

※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。

◆2021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	54,421	6,338
ネットワークエンターテインメント	77,850	19,515
リアルエンターテインメント	6,602	△5,663
映像音楽プロデュース	4,024	158
IPクリエイション	4,628	814
その他	7,011	113
消去・全社	△9,503	△1,361
合計	145,035	19,915

仮面ライダーセイバー

「仮面ライダー」シリーズの令和2作品目となる「仮面ライダーセイバー」が、9月6日より放送中です(テレビ朝日系、毎週日曜日午前9時~)。本作は、失われていく世界を取り戻すため、「聖剣」で世界を「救う」仮面ライダーの物語です。戦いの舞台となる「ワンダーワールド」はフルCGで描かれ、新しい映像手法にも注目です。主人公は、世界を救うカギとなる大いなる力を持つ本「ワンダーライドブック」と変身ベルト「聖剣ソードライバー」を使って変身し、ワンダーワールド内で活躍します。(株)バンダイから、剣を抜刀して変身遊びが楽しめる『変身ベルト DX 聖剣ソードライバー』(6,980円、画像)をはじめ、玩具と連動して遊べる『ワンダーライドブック』(1,000円~)を発売中です。『ワンダーライドブック』は、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きます。



©2020石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映

最響カミズモード!

「相撲×太鼓×音楽」を掛け合わせた完全新作アニメ「最響カミズモード!」が、秋からYouTubeで配信スタートします(制作:(株)バンダイナムコビジュアル)。作中に登場する神様が相撲“カミズモウ”を行い横綱を目指す王道のバトルアニメとなっています。

小学生をメインターゲットとし、アニメ配信に合わせてバンダイより“カミズモウ”が体感できるデジタルカードゲーム「データカードダス」(1プレイ100円、今秋稼働予定、画像)を展開します。「データカードダス」から払い出されるカードにはゲームで遊べる楽曲が紐付いており、カードを集めれば集めるほど多くの楽曲を楽しむことができます。このほか、カプセルトイや日用雑貨など幅広いカテゴリーで展開していきます。



©OSO/BNP, KAMIZUMODE PROJECT

憂国のモリアーティ

(株)バンダイナムコアーツが製作に参加するアニメ「憂国のモリアーティ」が、2020年10月よりTV放送を開始します。本作は、集英社「ジャンプSQ.」連載中で、コミックス発行部数が累計220万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宿敵である“犯罪卿”モリアーティ教授を主人公とし、19世紀末のイギリスを舞台に、階級制度によって支配された大英帝国に変革をもたらす物語を描いています。

2020年1月には、主人公のウィリアム・ジェームス・モリアーティ役を人気俳優の荒牧慶彦が演じた舞台が、東京と大阪で上演されました。バンダイナムコアーツでは、今後もさまざまな展開でIPを盛り上げていく予定です。

©竹内良輔・三好輝/集英社・憂国のモリアーティ製作委員会

ラブライブ! 虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会

ラブライブ!シリーズの最新アニメ「ラブライブ! 虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会」が、2020年10月よりTV放送を開始します(制作:(株)サンライズ)。本作は、東京・お台場の虹ヶ咲学園を舞台に、一人ひとりが自分の夢を追いかけながらNo.1スクールアイドルを目指す少女たちの物語です。



アニメに登場する「虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会」は、2017年から活動をスタートしたスクールアイドルたちです。2019年12月に初ライブを東京で開催し、さらにTV放送に先駆けて、2020年9月12日・13日にも、セカンドライブを開催するなど、積極的な活動を行いファンの注目を集めています。今後もさまざまな情報発信と活動展開により話題喚起を行っていきます。

©プロジェクトラブライブ! 虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会

世界初のオフィシャル仮面ライダーグッズショップがオープン

(株)バンダイと東映(株)は、オフィシャル仮面ライダーグッズショップ「仮面ライダーストア」の第1号店『仮面ライダーストア東京』を東京駅一番街 東京キャラクターストリート内にオープンしました。本ショップは、昭和・平成・令和と3世代にわたり愛され、日本を代表するヒーローである「仮面ライダー」シリーズを日本全国に、そして世界に発信する“グッズの秘密基地”として誕生したものです。

東京駅にちなんだオリジナルデザインを施したキーホルダーをはじめ、3世代でお楽しみいただけるお菓子やアパレルなど、お土産にも最適な限定品を多数販売中です。本ショップを通じて、仮面ライダーの持つ「力強さ」や「勇氣」を発信し、皆さまへ元気と笑顔をお届けしていきます。



※ご来店方法などの詳細や施設の最新情報については「仮面ライダーストア」公式サイトをご確認ください。
©石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映 ©石森プロ・東映

ガンダムのオフィシャルカフェが装い新たにオープン

(株)BANDAI SPIRITSが展開するガンダムのオフィシャルカフェ「GUNDAM Café秋葉原店」が『GUNDAM Café TOKYO BRAND CORE』として、新たにオープンしました。敷地面積を約4倍に拡大し、ガンダムの作品世界と現実世界が交錯するこれまでにない新しい体験型エンターテインメントを提供するレストランとなっています。宇宙戦艦内の食堂をイメージした「レストランエリア」、ジオン公国軍の世界に入り込み楽しむことができる体験型ダイナー「Zeon's Diner TOKYO」、オリジナルグッズを購入できる「グッズショップ」、エンターテインメント性溢れるプリントドリンクを中心にテイクアウトメニューの提供を行う「fortuneLatte Cafe」の4つのエリアで構成され、それぞれのエリアでガンダムの世界観を楽しむことができる施設です。



※ご来店方法などの詳細や施設の最新情報については「GUNDAM Café」公式サイトをご確認ください。
©創通・サンライズ

「ASOBINOTES」より新規IP『電音部』の展開を発表

(株)バンダイナムコエンターテインメントは、音楽や音を切り口とした新たな「アソビ」を提供する、サウンドエンターテインメント事業「ASOBINOTES」を2019年10月より展開しています。その一環として開催した無料オンライン音楽イベント「ASOBINOTES ONLINE FES」で、音楽を原作とする新規IP『電音部』の展開について発表を行いました。『電音部』は、バンダイナムコエンターテインメントが手掛ける本格的なダンスミュージックを中心としたIPです。新進気鋭のキャスト、クリエイターによる楽曲やイラストに加え、



(株)バンダイナムコ研究所が研究開発を進める新しいライブパフォーマンスシステムなど、バンダイナムコグループの最新技術を取り入れた、これまでにない取り組みです。今後、世界規模での活動を目指し、メディアミックス展開を行っていく予定です。

©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

「太鼓の達人」シリーズ初の公式オンライン大会開催

バンダイナムコエンターテインメントは(株)JTbの協力のもと、Nintendo Switchで発売中の和太鼓リズムゲーム『太鼓の達人 Nintendo Switchば〜じょん!』による、「太鼓の達人」シリーズ初の公式オンライン大会「おうちでドンカツ! 太鼓の達人eスポーツ オンライン大会!」を開催しました。本大会は、より多くのプレイヤーが自宅から気軽に参加できるよう、SNSアカウント上に課題曲のスコアを撮影した写真を投稿する形式で開催したものです。熟練プレイヤーからカジュアルプレイヤーまで幅広いファンにご参加いただくとともに、オンラインを活用した新しいエンターテインメントの在り方として注目を集めました。今後もバンダイナムコエンターテインメントでは、環境変化に対応したeスポーツの展開に取り組んでいく予定です。



©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

中国でアミューズメント施設の 新店舗をプロデュース

(株)バンダイナムコアミューズメントとBANDAI NAMCO Amusement(SHANGHAI) CO., LTD.は、北京十二棟文化伝播有限公司(以下、北京十二棟社)とクレーンゲーム店舗事業に関する業務提携契約を締結し、新たなアミューズメント施設「LLJ夾机占×南梦宮无限店(大荟兴聚)」を中国北京市にオープンしました。

本店舗はクレーンゲームを中心としたアミューズメント施設で、北京十二棟社が店舗運営を行い、バンダイナムコアミューズメントおよびBANDAI NAMCO Amusement(SHANGHAI)がクレーンゲームのオペレーションノウハウと自社クレーンゲーム機「クレナ2」を活用し、クレーンゲームコーナーのプロデュースを行います。バンダイナムコグループは、社内外とのオープンなパートナーシップのもと、今後も世界中のお客さまへ「夢・遊び・感動」を提供していきます。



新音楽レーベル 「Purple One Star」設立

(株)バンダイナムコアーツは、音楽プロダクションbluesofaと共同で新音楽レーベル「Purple One Star」を設立しました。本レーベルは、アーティストが主体となって活動できる環境をつくり、アーティストの魅力を最大限に引き出すことをコンセプトに掲げています。これまでに数々のアーティストを担当してきたbluesofa所属の本間昭光氏がレーベルプロデューサーを務め、作品は(株)ソニー・ミュージックソリューションズより販売します。



第一弾アーティストは、「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のメンバーの声優として活躍中の降幡 愛(画像)で、本人の作詞と本間昭光氏作曲・編曲・プロデュースによるミニアルバム「Moonrise」を9月23日に発売予定です。

「喜劇 愛妻物語」をはじめ 続々映画公開

バンダイナムコアーツが製作に参加している映画が、この秋続々公開されます。

9月11日には、公開が延期となっていた「映画 クレヨンしんちゃん 激突!ラクガキングダムとほぼ四人の勇者」、第32回東京国際映画祭 最優秀脚本賞を受賞した「喜劇 愛妻物語」(キュー・テックとの共同配給)、MX4Dでも上映される「荒野のコトブキ飛行隊 完全版」(ショウゲートとの共同配給)の3作品が公開されました。9月18日には「劇場版 ヴァイオレット・エヴァーガーデン」、10月2日からは期間限定でイベント上映する「BURN THE WITCH」、11月20日には、サン・セバスチャン映画祭に出品する「泣く子はいねぇが」(スターサンズとの共同配給)が公開予定です。



実物大ガンダム立像が初の海外進出

(株)サンライズと(株)創通は、2021年に中国上海市ららぽーと上海金橋前に実物大のフリーダムガンダム立像を設置し展示します。実物大ガンダム立像が海外で展示されるのは初めてとなります。「フリーダムガンダム」は、『機動戦士ガンダムSEED』に登場するモビルスーツで、海外のガンダムファンの間でも高い人気を誇っており、立像を通して世界のファンに迫力あるフリーダムガンダムをリアルに体感いただくことを目指します。

同立像は、三井不動産グループが運営する「三井ショッピングパーク ららぽーと上海金橋」(中国上海市)の開業に合わせて展示を開始する予定で、東京・お台場の「実物大ユニコーンガンダム立像」、2020年横浜・山下ふ頭にオープン予定の「GUNDAM FACTORY YOKOHAMA」(動く実物大ガンダムの展示施設)に次ぐ、実物大ガンダム立像プロジェクトとして取り組んでいきます。



鬼滅の刃 DX日輪刀

10月31日発売／5,800円

(株)バンダイ

10月に映画の公開が予定されている人気アニメ「鬼滅の刃」より、主人公の竈門炭治郎が使用する武器「日輪刀」を再現した初の音声搭載なりきり玩具「鬼滅の刃 DX日輪刀」を発売します。本商品は炭治郎の台詞や型の効果音など計50種を収録しています。本体(柄)と刀身(水の呼吸・ヒノカミ神楽の計2種)がセットとなっており、刀身を付け替えることで、3種のモードで遊ぶことができます。劇中で炭治郎が型(技)を出した時に、刀から出現する水や炎のエフェクトを玩具パーツで再現したことで、「鬼滅の刃」の世界観に合わせたなりきり遊びをさらに楽しめる商品となっています。



©吾峠呼世晴/集英社・アニプレックス・ufotable

IMAGINATION WORKS 孫悟空

10月下旬発売予定／10,000円

(株)BANDAI SPIRITS

「最高峰の可動フィギュア」シリーズ『IMAGINATION WORKS』の第一弾です。「最高の見た目」を追求するため、標準的なフィギュアのサイズである1/12スケールより大きな約1/9スケールを採用しています。これにより、ディテールにこだわった「密度の高い造形」と「細やかな彩色」を実現しました。また、本物のような質感にもこだわり、腕部には「最高の見栄え」を追求した「シームレス関節構造」(特許出願中)を採用するなど、プロポーションと可動を両立し、さまざまなポーズをとることが可能となっています。付属の髪パーツや表情パーツ、目線パーツの組み合わせにより、最大12通りの表情が楽しめる、圧倒的なプレイバリューを備えた商品です。



©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション

ルービックキューブ ステップアップDXセット

10月下旬発売予定／5,600円

(株)メガハウス

(株)メガハウスが日本国内において展開している立体パズル「ルービックキューブ」シリーズが今年発売40周年を迎えたことを記念し、限定セット商品を発売します。

本商品は、2マス×2マス、3マス×3マス、4マス×4マスの難易度が異なるルービックキューブ全3種がセットとなっており、ステップアップしながら楽しむことができます。また、本体に40周年ロゴをプリントした特別な仕様となっています。メガハウスでは、脳科学者の篠原菊紀教授に依頼し、ルービックキューブが脳活動に及ぼす影響についての検証結果を盛り込んだTVCMを放送しています。ルービックキューブの魅力をもっと多くの人に知ってもらうために、今後もさまざまな企画を実施していきます。



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

スマートフォン向けゲームアプリケーション 「テイルズ オブ クレストリア」

App Store、Google Playで配信中／基本無料(アイテム課金あり)

(株)バンダイナムコエンターテインメント

償うことのできない罪を背負った主人公が、世界に抗う旅の中で咎我人(なかま)と出会う姿を、完全新規のストーリーで描くスマートフォン向けRPGです。個性豊かなオリジナルキャラクター6人を軸としつつ、これまでの『テイルズ オブ』シリーズキャラクターも登場し、『テイルズ オブ』シリーズのファンはもちろん、新たに『テイルズ オブ』の世界と出会うすべてのプレイヤーに向け、圧倒的な物語体験を提供します。また、50体以上の美麗で高水準なキャラクター3Dモデルが登場。キャラクターデザイン、主題歌、コンセプトムービーなど多くの要素で豪華クリエイター陣を起用しています。日本を含め計58か国の地域に配信を開始した本作を通じ、世界に向けて感動をお届けしていきます。



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

家庭用ゲーム 『キャプテン翼 RISE OF NEW CHAMPIONS』

発売中／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

世界中で愛されているアニメ『キャプテン翼』が、約10年ぶりに家庭用ゲームとしてPlayStation®4、Nintendo Switch™向けに発売されました。

本作は、選手たちが繰り出すスーパープレイをハイスピードでぶつけ合う、家庭用ゲーム『キャプテン翼』として初のサッカーアクションゲームとなっています。オンライン、オフラインともに4人までの対戦プレイが可能です。お馴染みの全日本ジュニアユースのメンバーと世界各国の海外ジュニアユースの人気キャラクターに、本作オリジナルのキャラクターを加えて繰り広げられる激闘を、大胆なアクションで描いています。なお、本作は10の言語に対応しており、ワールドワイドで展開していきます。



©高橋陽一／集英社・2018キャプテン翼製作委員会 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.

VS PARK / あそびパークPLUS / namcoららぽーと愛知東郷店

オープン中／一部有料

(株)バンダイナムコエンターテインメント

「ららぽーと愛知東郷」内に3つの施設がオープンしました。東海地区初出店となる『VS PARK』は、バラエティ番組に参加しているような体験ができる施設です。若者を中心に多くのお客さまにご来場いただいている大阪の1号店で人気のアクティビティに新作を追加し、全27種類のスポーツアクティビティを設置しました。『あそびパーク PLUS』は、小学生以下のお子さまをお持ちのご家族に“親子の楽しいひととき”を心に刻んでいただけるインドアプレイグラウンドです。安全で安心して楽しんでいただける清潔感のある店内で、お子さまの心身の成長を考えた遊具や、バンダイナムコならではのデジタルコンテンツをお楽しみいただけます。さらに、『namcoららぽーと愛知東郷店』では人気の業務用ゲームを設置し、あらゆる世代にお楽しみいただける施設展開を行っています。



業務用ゲーム 『ワニワニパニックR』

稼働中／1回100円

(株)バンダイナムコエンターテインメント

1989年に登場し、ワニをハンマーで叩いて得点を競うというシンプルかつ誰もが熱中するゲーム性で、子どもから大人まで広く人気を集め続けたアーケードゲーム『ワニワニパニック』が、31年の時を経て『ワニワニパニックR』として帰ってきました。

初代『ワニワニパニック』の外観はそのままに、正面の得点表示

パネルに32インチ液晶モニターを搭載しました。プレイ中にモニター上でさまざまな演出が楽しめるため、プレイヤーだけではなく周りでみているご家族やご友人と一緒に盛り上がる事ができます。また、プレイ用のハンマーを従来の1本から2本にしたことにより協力プレイが可能になり、小さなお子さまでも保護者と一緒にプレイすることができるようになりました。幅広い層にお楽しみいただけるゲームです。

©BANDAI NAMCO Entertainment Inc.
©BANDAI NAMCO Amusement Inc.



LoveLive! Series 9th Anniversary ラブライブ! フェス Blu-ray Memorial BOX

発売中／16,000円

(株)バンダイナムコアーツ

“9人”の少女たちの活動から始まったラブライブ! シリーズが“9周年”を迎えたことを記念し、2020年1月18日・19日にさいたまスーパーアリーナで開催された「ラブライブ! フェス」の全楽曲をノーカットで収録したBlu-ray BOXです。

ラブライブ! シリーズから「μ's」「Aqours」「Saint Snow」「虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会」の4グループが参加し、総勢29名のキャストが集結した2日間のライブ映像を、4枚組のBlu-rayでお楽しみいただけます。対象店舗ごとに異なる購入特典を入手することができます。対象店舗共通特典としてメンバー全29人の立ち絵イラストを使用したメンバー複製サイン入りA3クリアポスターも入手できるなど、豪華な特典が満載の商品となっています。



©2013 プロジェクトラブライブ!
©2017 プロジェクトラブライブ! サンシャイン!!
©プロジェクトラブライブ! 虹ヶ咲学園スクールアイドル同好会

現場から

ガンプラ40周年プロジェクト 「GUNPLA LINK PROJECT」の統括を担当

BANDAI SPIRITSが展開する「ガンプラ」(「ガンダムシリーズ」のプラモデル)が今年40周年を迎えました。今回は、同社で40周年プロジェクト「GUNPLA LINK PROJECT」の統括を行う田口博文に話を聞きました。

Q ガンプラの人気について教えてください。

A ガンプラは、1980年に発売し、わずか半年で100万個を販売するなど、当時、社会現象ともいえるブームを巻き起こしました。その後も新機軸を次々と打ち出し、現在ファン層は二世帯に拡大しています。累計出荷数は2020年5月に合計7億個^{※1}を突破し、年間販売額の約5割が海外となるなどワールドワイドで人気拡大しています。

Q 「GUNPLA LINK PROJECT」のコンセプトは？

A プロジェクト名には、これまで支えていただいたファンの皆さまとともに、ガンプラの魅力を未来につなげていきたいというメッセージを込めました。

“LINK”(つなげる)をキーワードに、ガンプラとさまざまなモノ、人、想いを未来へつなげる施策を展開しています。

Q 商品について教えてください。

A これまでの集大成となる商品を続々と発売します。素材の集大成として発売する「ガンダリウム合金モデル1/144スケールRX-78-2ガンダム」は、最新の金属成形技術を駆使し、劇中に登場する架

空の合金に限りなく素材を近づけました。さらに、ギミックの集大成として自動変形に挑戦した「AUTO-TRANS MODEL RX-0ユニコーンガンダム」や、組み立てやすさの集大成「ENTRY GRADE 1/144 RX-78-2ガンダム」、ガンプラ40年の集大成で現段階での究極のガンプラ「PERFECT GRADE UNLEASHED 1/60スケールRX-78-2ガンダム」など、象徴的な商品を発売していきます。

Q マーケティング施策は？

A ファン同士をつなげるためのさまざまな取り組みを行っています。作品をオンラインで発表できる「オンラインコンペ」、ファンがつながりながらガンプラを組み立てる「ガンプラオンライン会」をはじめ、体験用キットの無償配布(2名以上のグループであればどなたでも申込可能)も好評となっています。今後はさらに大規模なイベントも計画中です。

Q 映像との連携は？

A (株)サンライズと連携し、「ガンダムビルドシリーズ^{※2}」を軸に映像企画を進めています。「ガンダムビルドダイバーズ

BANDAI SPIRITS ホビー事業部

たくち ひろたけ
田口 博文



2003年バンダイ入社。版權営業部門で「ガンダム」などを担当。2020年よりホビー事業部に異動し、主に「ガンプラ」のプロモーションに携わる。

バトローク」では、劇中に登場するメカをファン投票で決定し、ファンが望む夢のガンプラバトルを描く予定です。さらに、「踊る大捜査線」の本広克行監督を迎え、「ガンダムビルドシリーズ」の実写版も制作予定です。今までとは全く異なる切り口の映像展開となりますので、ぜひご期待ください。

Q 社外コラボレーションも積極的に行っています。

A 一例として、Jリーグ所属全20クラブやロックバンド・LUNA SEAとのコラボレーション企画を展開しました。社外の各分野にはたくさんのガンプラファンが存在しています。その方々をつながることで、我々単独では展開できない企画を実現し、ガンプラの新しい魅力や可能性を伝えていきたいと考えています。

Q 意気込みをお願いします。

A ガンプラを愛する多くの方々の想いや力がつながってきたことで、今のガンプラがあります。そのつながりを大事にし、さらに広げていくことで、この先の未来へとガンプラをつなげていきたいと考えています。これからのガンプラにどうぞご期待ください。

※1: リアルシリーズ(5億2,580万個)とSDシリーズ(1億7,440万個)の合算値

※2: 2013年から展開しているアニメシリーズ。現実に市販されているガンプラが劇中に登場し「ガンプラバトル」を繰り広げる。

◀ ENTRY GRADE 1/144 RX-78-2ガンダム (ガンダムベースにて先行販売中、770円)



▲ ガンダリウム合金モデル 1/144スケールRX-78-2ガンダム (公式ショッピングサイト「プレミアムバンダイ」にて限定生産、22万円) ©創通・サンライズ



編集後記

株主の皆さまにおかれましては、6月22日に開催した当社の定時株主総会において、新型コロナウイルス感染拡大防止のための措置にご協力を賜り、誠にありがとうございました。この場を借りて御礼申し上げます。なお、2020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させていただい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、改めてご確認いただければ幸いです。

また、バンダイナムコホールディングスは、令和2年7月豪雨にあたり、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ことをご報告申し上げます。被害に遭われた地域の一日も早い復興を心よりお祈り申し上げます。

