

Management Eyes

2007年の展望を語る

「チャレンジ」と「スピード」をキーワードに 自らブームを作り業界を引っ張っていく意識を持つ

2007年は「チャレンジ」と「スピード」をキーワードに、グループの再編と基盤整備を完成させ、新たな飛躍を目指します。今回は年末年始商戦を振り返るとともに、今年の展望を(株)バンダイナムコホールディングスの高須武男社長に聞きました。

——玩具・ゲームの年末年始商戦はどうでしたか？

高須 玩具・ゲーム業界は携帯ゲーム機や次世代ゲーム機に話題が集まり、前年実績を上回りましたが、玩具だけを見ると前年を割り込みました。こうした中で、バンダイナムコグループはスーパー戦隊シリーズ、仮面ライダーシリーズ、ウルトラマンシリーズなどの男児定番キャラクターの玩具が堅調に推移し、全体では業界の平均値を上回ることができました。確かに日本国内の玩具業界は少子化の影響により厳しい状況にあります。だからこそ現実をしっかりと把握し、自らブームを作り、業界を引っ張っていくという意識を持つことが必要です。市場のパイが小さくなってきたのなら、それを補うために新たな

マーケットを開拓するべきです。まだまだ強化すべき分野や成長の可能性のある海外事業はもちろん、データカードダスビジネスのような新たな柱の構築、バンダイが発売した宇宙戦艦ヤマトの大型プラモデルなどの大人層に向けた展開も、新たな可能性を示してくれています。

ゲームコンテンツ事業は、年末に次世代ゲーム機が出揃い、各プラットフォームの特徴に合わせたソフトを展開しています。プレイステーション3用の「リッジレーサー7」や「機動戦士ガンダム Target in Sight」、Wii用の「ドラゴンボール Z Sparking! NEO」や「縁日の達人」などは高い評価を受けており、これからハードの流通台数が増えればさらに販売実績に結びついていくと思います。またプレイステーション2「テイルズ オブ デスティニー」「機動戦士ガンダム SEED DESTINY 連合vs. Z.A.F.T. II PLUS」やニンテンドーDSなど、既存プラットフォームでのヒットソフトが複数出ています。

——その他の事業はどうでしたか？

高須 アミューズメント施設事業は、昨年9月にオープンしたグループシナジーを追求した大型施設「ナムコワンダーパーク ヒーローズベース」が好調で、当初の事業計画を大幅に上回り、わずか3か月半で来場者が100万人を突破しました。そのほか、昨年から今年にかけて新設店舗が続々とオープンしています。また、既存店についてもドームスクリーン式戦術チーム対戦ゲーム「機動戦士



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 高須 武男

ガンダム 戦場の絆」の導入効果もあり、夏に一旦ダウンした集客が回復しており、今後も期待できます。

映像音楽コンテンツ事業では、昨年12月に発売した「機動戦士ガンダム DVD-BOX」の第1巻が、バンダイビジュアルのDVD-BOX商品の中で過去最高の販売数となるなど、順調に推移しています。今後は次世代DVD規格のHD DVDやブルーレイディスクへの対応、オンライン対応など環境変化へのいち早い対応が課題となってくるでしょう。ネットワーク事業は、これまで収益源であった待ち受け画面の配信が、会員数が減っていますが、好調なゲーム配信に力を入れ、バランスの取れたコンテンツ配信と新規事業確立に注力します。

これらの結果、第3四半期はほぼ計画通りの業績を上げることができました。第4四半期については、計数計画の達成を目指し、さらに気を引き締めていきます。(次ページに続く)

Contents

Management Eyes	1~3
2007年の展望を語る	
News Topics	4~9
バンダイ、「データカードダス」第5弾導入	
バンダイナムコゲームスガソニー・コンピュータエンタテインメントと合併会社設立	
バンダイビジュアル製作参加作品が各映画賞受賞	
ナムコがハンドワークスタジオ「玄創工房」をオープン	
Business Angle	10~11
(株)バンダイナムコゲームス 鶴之澤 伸 副社長	
Close-up Products	12
「1/350スケールプラモデル 宇宙戦艦ヤマト」他	

効率的でスピーディな事業展開を目指し ヨーロッパ地域のグループ会社を再編

——今年期待の新キャラクターや商品を教えてください。

高須 今年も1月末から2月にかけて新番組がスタートしました。戦隊シリーズは拳法と動物をモチーフにした「獣拳戦隊ゲキレンジャー」、仮面ライダーは電車をモチーフにした「仮面ライダー電王」と、新しいキャラクターが続々と登場しています。女の子向けでも、「Yes!プリキュア5」がスタートしました。これらのキャラクターは、今年のバンダイナムコグループの玩具事業におけるキャラクターマーチャンダイジングの中核となります。特に女兒キャラクター商品は昨年苦戦しましたので、反省も含め、しっかり立ち上げたいと思っています。

——海外の状況はどうか？

高須 アメリカの年末年始商戦は、玩具市場が日本と同様にゲームに押されて前年実績を下回りました。しかしバンダイナムコグループの玩具事業は、「パワーレンジャー」「BEN 10 (ベンテン)」「たまごっちプラス」シリーズなどが順調に推移し、昨年対比約120%と好調でした。今年はこれらのキャラクターに加え、ローカルキャラクターの「Team Galaxy」なども投入し、さらなる前進を目指します。また数年にわたり効率化に取り

組んできたアミューズメント施設事業も黒字化を達成しましたの

で、今後も引き続きレベニューシェアを中心に収益改善を図っていきます。一方、ゲームコンテンツ事業は、組織再編を行い、拠点を集約し、事業の強化を図っています。その結果、ナムコが保有していた販売網の活用により、バンダイレーベルのNARUTOのゲームソフトが2タイトルで欧米で約100万本販売するなど、統合効果が出始めています。また、携帯電話向けのゲーム配信も引き続き好調です。

ヨーロッパでは玩具の年末年始市場は前年を下回りましたが、たまごっちが依然人気で、パワーレンジャーやポケモンも頑張っています。今年は従来のラインナップに加え、プリスクール(入学前)ラインも強化します。アミューズメント施設事業では、昨年買収した5か所の複合型ボウリング施設が順調で、今後、業績に貢献してくれると思っています。

——ヨーロッパ地域の組織を再編しましたね？

高須 今年1月1日付でアミューズメント機器の販売やモバイルコンテンツの開発・配信を行っているイギリスのNAMCO EUROPE LIMITEDを株式会社で役割変更し、NAMCO Holdings UK Limitedに改称しました。また、この傘下に、ヨーロッパ地域でアミューズメント機器の販売を行うNAMCO

EUROPE LIMITEDと、モバイルコンテンツの開発・配信を行うNAMCO BANDAI Networks Europe Limitedを新設し、同社にヨーロッパにおけるモバイルコンテンツ事業を集約しました。一方、ヨーロッパにおける家庭用ゲームソフト事業についても、NAMCO BANDAI Games Europe S.A.S.(仏)に事業を集約し、フランスのBANDAI S.A.の傘下に置きました。この再編により、ヨーロッパ地域のアミューズメント機器、施設運営、モバイルコンテンツは、持株会社NAMCO Holdings UK Limitedが、また玩具、家庭用ゲームソフト、映像音楽は事業持株会社BANDAI S.A.が傘下の事業会社をコントロールし、より効率的で、スピーディな事業展開を進めていきます。

アジアについては、引き続き中国における玩具事業の基盤を着々と積み上げていくとともに、インドでパワーレンジャーが良いスタートを切ることができましたので、中長期的に強化していきたいと思っています。海外事業の強化は中期経営計画の中でも重要なテーマですので、これからも組織面、事業面ともに強化していきたいと考えています。

——シェアードサービス機能の導入は？

高須 今後、バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームス3社の管理部門を統合し、シェアードサービスセンターとして稼働させていく予定で

獣拳戦隊ゲキレンジャー



「獣拳戦隊ゲキレンジャー 獣拳合体 DXゲキトージャー」
(7,245円/税込、発売中)

新キャラクターの重点商品

仮面ライダー電王



「仮面ライダー電王 変身ベルト DXデンオウベルト」
(4,725円/税込、発売中)

Yes!プリキュア5



「Yes!プリキュア5 ピンキーキャッチュ」
(3,675円/税込、発売中)

す。それに向け、この春からバンダイナムコゲームスが入る本社社屋の近くに移転し、本格稼働に向け体制を整えていく予定です。バンダイナムコゲームスの拠点統合についても、開発ラインの状況を見ながら順次移転し集約を行っていきます。

グループ内コミュニケーションを強化し化学反応を起こす

—CSR（企業の社会的責任）に関して何か新しい動きはありますか？

高須 昨年3月に障害者雇用を目的とした特例子会社(株)バンダイナムコウィルを設立し、清掃作業や造園・緑化工事などの業務を請け負っていますが、さらに障害者の雇用促進を図っていきたく考えています。このほか、バンダイが自社の環境への取り組みを親子向けにまとめた小冊子を作成し、主要な玩具商品のパッケージに同封するなど、各社でもさまざまな取り組みを行っています。また、

今年はバンダイナムコグループとしてCSR活動の現状や方向性をまとめた報告書も作成予定です。CSR活動は業績とは違い、毎年何らかの結論が出るというものではありませんから、しっかりと継続してやっていくことが大切だと考えています。

—今年がバンダイナムコグループにとってどんな年になりますか？

高須 今年のキーワードは「チャレンジ」と「スピード」です。我々がさらに飛躍していくためには、新しいことにチャレンジしていかなければなりません。今年には会社法が改正されたこともあり、M&Aが一層盛んになり、激動の年になるかもしれません。そうした中で、我々は受け身ではなく、市場のブームは我々が先頭に立って作り、先々のトレンドを読みながら果敢に手を打っていく、そうした積極的な発想と行動が必要です。そのために、パートナー企業との連携も深めていきたく思います。

バンダイナムコグループは、もっとシナジーを発揮し、新しい世界にチャレンジしていかなければならないと思っています。そのためにも、さらなるグループ内でのコミュニケーションが大切です。社員ひとりひとりが触媒となり、「化学反応」が起きるようにすべきです。そのための一歩として、今度、バンダイ、ナムコ、バンダイナムコゲームスの3社から政策的に複数名を選び、人事交流することにしました。すでに候補者が上がっており、どこに勤務してもらうかを調整しているところです。この人事交流は毎年行っていくつもりです。異なるノウハウを持つ人材が異動することによって、お互いに刺激となり、文化交流もでき、新しいアイデアにもつながっていくものと考えています。

今年も皆様方のご期待に応えられるようにグループ一丸となって邁進していきます。これからもご支援、ご協力をお願い申し上げます。

Financial Data

2007年3月期第3四半期決算

バンダイナムコグループは、以下のとおり2007年3月期第3四半期（2006年4月～12月）の連結業績を発表しました。

<トイホビー事業>

「たまごっちプラス」シリーズが全世界で人気となるとともに、日本国内で「データカードダス」が小学校低学年の男女を中心に人気となりました。国内の年末年始商戦では、業界全体が低迷する中、当社グループでは女兒キャラクター玩具が苦戦したものの、「轟轟戦隊ボウケンジャー」などの男児定番キャラクター玩具が堅調に推移しました。海外では「たまごっち」や「パワーレンジャー」シリーズの玩具が人気となったほか、アメリカ地域において現地発のキャラクター「BEN10（ベンテン）」の玩具が人気となりました。

<アミューズメント施設事業>

国内で「データカードダス」などのカードゲーム機の人気によるファミリー層の来店増加に加えて、10月より順次導入を進めた「機動戦士ガンダム 戦場の絆」がコアユーザー層を中心に人気となり、既存店の売上対前年同期比は101.6%となりました。海外では、ヨーロッパ地域で英国を中心にボウリング場などの複合店展開が好調に推移しました。アメリカ地域においては、引き続きレ

ベニューシェア拠点の拡大やコスト削減などの諸施策を行い、収益性の向上に努めました。

<ゲームコンテンツ事業>

家庭用ゲームソフトではマルチプラットフォーム戦略を推進し、次世代ハード機の登場に合わせて各種タイトルを発売しました。また、国内でPS2向け「機動戦士ガンダムSEED DESTINY 連合vs. Z.A.F.T. II PLUS」「テイルズ オブ デスティニー」が、海外でPSP向け「鉄拳 DARK RESURRECTION」が好調に推移しました。業務用ゲーム機では、グループのノウハウを融合した「機動戦士ガンダム 戦場の絆」が人気となりました。また、携帯電話などモバイル機器向けゲームコンテンツが国内外で好調でした。

<ネットワーク事業>

モバイルコンテンツ事業において、業務用ゲーム機と連動した「機動戦士ガンダム 戦場の絆」などの高付加価値コンテンツや、ミニゲーム総合サイト「SIMPLE 100」シリー

ズなどの人気によりゲーム分野は好調に推移したものの、待受画面や着信メロディの有料会員数減少の影響が大きく、苦戦しました。

<映像音楽コンテンツ事業>

「攻殻機動隊」シリーズや「機動戦士ガンダムSEED」の新作OVAのパッケージソフト、「機動戦士ガンダムSEED DESTINY」の総集編のパッケージソフトなどが人気となりました。また、レンタル用DVDビデオの需要拡大が業績に貢献しました。

通期の連結業績予想については、トイホビー事業において国内年末年始商戦で女兒玩具などが低迷したことに加え、ゲームコンテンツ事業において家庭用ゲーム市場が今後不透明な状況が続くことが予想されることから、売上高を4,700億円から下表の通り修正します。なお、利益面については、映像音楽コンテンツ事業におけるグループシナジー効果の発揮などにより変更はありません。

◆2007年3月期第3四半期の連結業績

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期(四半期)純利益
2006年4月～12月	330,517	32,235	34,508	19,892
2007年3月期通期見込み	460,000	40,000	40,500	23,500

※見込みは種々の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。

シリーズ累計3億枚販売のデータカードダス第5弾「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」導入

(株)バンダイ（上野和典社長）は、データカードダスシリーズの第5弾として、「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」を5月より順次導入します。データカードダス「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」は、カードから読み込むデータと組み合わせ、ウルトラマンシリーズで活躍した怪獣たちをゲームマシンの画面で戦わせて遊ぶことができ（1回1枚100円）、この夏より玩具との連動も予定しています。

親子2世代にわたる幅広い年齢層から支持さ



れているウルトラマンシリーズの怪獣たちを、データカードダスの新しいソフトとして展開することで、さらなるターゲットの拡大を狙います。

◆データカードダス

データカードダスは、2005年3月にバンダイと(株)バンプレストの共同事業として展開を開始した“カードエンターテインメントマシン”で、カードに登録されているデジタルデータを読み込ませることで、本体に搭載されたゲームソフトを楽しむことができます。第1弾「ドラゴンボールZ」を投入して以来、「NARUTOーナルトー」、「たまごっち」、「デジタルモンスター」といった人気キャラクターを次々に導入。小学生を中心に人気を集め、カードの累計販売枚数が3億枚を超えるヒットとなっています（2007年2月現在）。なお、筐体に搭載しているゲームソフトは入れ替えることができ、



「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」のバトル画面（上）とカード（下） ©円谷プロ ©BANDAI 2007

市場の変化に合わせて柔軟にソフトを変更するなど、新しい遊びを提案し続けることが可能です。

新キャラクター情報

獣拳戦隊ゲキレンジャー

テレビ朝日系 毎週日曜朝7:30～

スーパー戦隊31作目のモチーフは“拳法”と“動物”。高みを目指して、学び、変わる！



●ストーリー

ケモノを心に感じ、ケモノの力を手にする拳法“獣拳”に、相対する2つの拳法があった。正義の「激獣拳 ビーストアーツ」と、邪悪な「臨獣拳 アクガタ」である。臨獣拳を操る臨獣殿が世界を統べるべく動き始めた。激獣拳を操る3拳士は平和を守るために立ち向かう！



©2007 テレビ朝日・東映AG・東映

仮面ライダー電王

テレビ朝日系 毎週日曜朝8:00～

今度のライダーは電車に乗ってやってくる。かつてない最強ライダーがついに登場。



●ストーリー

時空を超え、砂を撒き散らしながら、2007年の東京の空へとやってきたエネルギー体。しかし、人々は誰もそんなことには気づかない。砂が入ったと目をこする、やたらと不運な男、野上良太郎を除いては…。見慣れないバスを拾ったその時から彼の奇妙な冒険が始まった。



©2007 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

Yes!プリキュア5

ABC・テレビ朝日系 毎週日曜朝8:30～

2007年のプリキュアは、5人になって大活躍。初のチームアクションでよしまな野望に立ち向かう。



●ストーリー

図書館で不思議な本、ドリームコレットを見つけた夢原のぞみは、邪悪な組織“ナイトメア”に滅ぼされた故郷をよみがえらせようと、願いを叶える力を持つドリームコレットを探すココと出会う。ココを助けるため、のぞみはピンキーキャッチでプリキュアに変身。4人の仲間とともにナイトメアに立ち向かう。



©ABC・東映アニメーション

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

スパイダーマンなどマーベルコミックスの 人気キャラクターの商品化権契約を締結

バンダイは、アメリカの人気コミック誌「マーベルコミックス」に登場する人気キャラクター、および2007年5月5日公開予定の映画「スパイダーマン3」の商品化権について、マーベルエンターテインメント社（米国ニューヨーク州）などとキャラクター商品化権契約を締結しました。



「スパイダーマン3」
6インチアクションフィギュア
Spider-Man 3, the Movie ©2007 CPII. Spider-Man and all related characters:TM & ©2007 Marvel Characters, Inc. All Rights Reserved.

これにより2月から「スパイダーマン」シリーズや「ゴーストライダー」など、マーベルコミックスキャラクターの輸入玩具・雑貨商品を日本で、また順次オリジナル商品を日本、韓国、台湾、香港、中国で展開します。また、「スパイダーマン3」の公開にあわせ、日本向けにローカライズしたアクションフィギュアなどの玩具を中心とした関連商材を展開していく予定です。映画「スパイダーマン3」は世界的大ヒットが期待されており、バンダイでは商品展開によりキャラクターを盛り上げていきます。

◆マーベルコミックス キャラクター

60年以上にわたり出版され、現在も絶大な人気を誇る米国の著名コミック誌「マーベルコミックス」に登場するキャラクター。スパイダーマンやゴーストライダーをはじめ、「X-MEN」「ハルク」など多彩なキャラクターが登場しており、コミックのほか、アニメ、映画、グッズ、テーマパークなどでワールドワイドな人気となっています。

「横浜アンパンマンこどもミュージアム」に バンダイとバンプレストが参加

「それいけ！アンパンマン」キャラクターのライセンス、ライセンスなど22社（バンダイ、バンプレストを含む）が設立した「アンパンマンミュージアム&モール有限責任事業組合」の運営により、4月20日に「横浜アンパンマンこどもミュージアム」が神奈川県横浜市のみなとみらいにオープンします。「それいけ！アンパンマン」の世界観で統一された約2,050坪の施設内には、劇場を併設した3階建てのミュージアム（ミュージアムのみ有料：1,000円、0歳児は無料）、ショッピングモール（飲食・物販など22店舗）、ファミリーレストランが設けられる予定です。バンダイとバンプレストでは、玩具、アパレル、生活関連用品などの販売、アトラクションの運営などを行うほか、バンダイが未就学児を対象にした子ども向けヘアサロンの企画運営を行う予定です。

Vocalist For PRO. (ヴォーカリスト・フォー・プロ)

3月9日発売予定/16,800円 (株)バンダイ

40代～50代の大人の男性を中心に人気を集めているエンターテインメント・オーディオ「LITTLE JAMMER (リトルジャマー)」シリーズで、初のシンガーとなるゲストプレイヤー「Vocalist For PRO.」が、「LITTLE JAMMER PRO. tuned by KENWOOD」(52,500円)の専用商品として登場します。今まで楽器のプレイヤーのみで構成されていた音楽に、艶やかな女性の歌声が流れることで、これまでとは違うリトルジャマーの新たな世界と魅力を楽しむことができます。バンダイでは1万台の販売を計画しています。



©BANDAI 2007

Human Player (ヒューマンプレイヤー)

3月下旬発売予定/全4色・各2,980円 (株)バンダイ

現実に限りなく近い「性格」「体調」「行動パターン」を持つ自分や友達を画面にアニメーション表示し、行動を24時間観察して楽しめる液晶玩具です。福島寛氏によって考案された「エゴグラム性格診断」を用いて人間の性格を22種に分類し、その性格やバイオリズムを反映したアニメーションが流れます。家族や友人などさまざまな人の登録も可能で、複数の人間を登録すると、相性によってデートしたり、ケンカしたりすることもあります。個別にID入力もあるので、WebなどでIDを交換して世界中の人々を自分のヒューマンプレイヤーに登録し、その行動を観察することができます。



©BANDAI 2007

プリンセス オブ プリンセス クリームウェハース

発売中/126円 (株)メガハウス

古今東西、さまざまな童話や民話でおなじみのキャラクターを新解釈でアレンジし、キュートだけどちょっと毒のあるキャラクターが繰り広げるまったく新しい壮大な冒険物語「プリンセス オブ プリンセス」(月刊ノベルジャパンで小説連載中)。そんなプリンセス オブ プリンセスの世界観を活かしたカード付きウェハースです。カードは全30種類で、1枚目のシールをめくると異なる絵柄のカードが出現し、1枚で2倍楽しめます。裏面にはキャラクターのプロフィールや必殺技や変身のほか、ストーリーの片鱗などの情報が紹介されています。



ウェハース2種(右)と同梱のカード(上)



©MegaHouse/LAYUP

バンダイナムコゲームスとソニー・コンピュータエンタテインメントが新しいコンテンツの創出を目的に合併会社設立

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)と(株)ソニー・コンピュータエンタテインメントは、プレイステーション3などにも搭載されているソニー・コンピュータエンタテインメントのプロセッサ「Cell Broadband Engine[®]」を活用し、新しいエンターテインメントコンテンツの創造を目的とした合併会社「株式会社セリウス」を3月6日に設立します。

セリウスでは、バンダイナムコゲームスとソニー・コンピュータエンタテインメントが保有する開発技術やノ

ウハウ、柔軟な発想を融合してインタラクティブで“驚き”のあるエンターテインメントを創出し、あらゆるフォーマットに向けてコンテンツビジネスを展開していきます。

バンダイナムコゲームスは、ソニー・コンピュータエンタテインメントとファーストパーティやサードパーティという枠を超えた取り組みを行うことで、新たなビジネスチャンスを開拓するとともに、エンターテインメント業界全体の底上げにつなげていきたいと考えています。

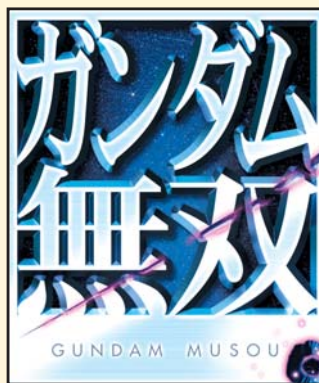
株式会社セリウスの概要

所在地	東京都目黒区
設立	2007年3月6日
資本金	1億円(バンダイナムコゲームス51%、ソニー・コンピュータエンタテインメント49%)
事業内容	音声・映像のソフトウェアおよびコンピュータソフトウェアの企画・制作、製造、販売など
代表取締役社長	中村 勲
取締役(非常勤)	鶴之澤 伸(バンダイナムコゲームス代表取締役副社長) 久寿良木 健(ソニー・コンピュータエンタテインメント代表取締役会長兼グループCEO) 佐藤 明(ソニー・コンピュータエンタテインメント代表取締役副会長)
＜中村 勲社長のプロフィール＞	
1965年9月10日生	埼玉県出身
88年3月	日本大学生産工学部管理工学科卒
88年4月	ナムコ(現・バンダイナムコゲームス)入社
01年4月	東北芸術工科大学教授を併任
02年5月	CTカンパニー プロデューサー
06年4月	コンテンツ制作本部 第4制作ユニットリーダー
07年3月	セリウス代表取締役社長就任(予定)

※Cell Broadband Engineは、ソニー・コンピュータエンタテインメントの商標です。

バンダイナムコゲームスとコーエーがPS3専用ソフト「ガンダム無双」を開発

バンダイナムコゲームスは、(株)コーエーの開発協力のもとでプレイステーション3専用ソフト「ガンダム無双」を制作し、3月に発売します。「ガンダム無双」は、バンダイナムコゲームスが持つ「機動戦士ガンダム」のキャラクターマーチャンダイジングのノウハウと、コーエーの展開する人気タイトル「無双」シリーズの技術を組み合わせたゲームソフトで、コーエー



©創通エージェンシー・サンライズ

■ガンダム無双
プラットフォーム：PS3
発売日：2007年3月1日
価格：7,800円
ジャンル：タクティカルアクション
プレイ人数：1~2人
開発：(株)コーエー
発売：(株)バンダイナムコゲームス

が「無双」シリーズの制作で培ってきた3Dグラフィックス技術を生かした地形描画や精密なモーションなどの最先端技術を多数採用し、ガンダムと「無双」シリーズの魅力之余すところなく引き出しています。

1979年のテレビアニメーション誕生から現在まで、常に物語と世界観の広がりを見せるガンダムワールドと、圧倒的な迫力とダイナミズムで歴史ゲームの新たな魅力を提案した「無双」ワールド。両社のトップクラスのブランドの魅力を結合して、従来のガンダムファン、「無双」ファンはもとより、新たなファン層の拡大を目指します。

ニンテンドーDS専用ソフト「スーパーロボット大戦W」

3月1日発売予定/6,090円 (株)バンプレスト

シリーズ累計販売本数1,140万本以上を記録する人気シリーズ「スーパーロボット大戦」シリーズの最新作がニンテンドーDS向けに登場します。スーパーロボット大戦Wは、プレイヤーとコンピュータが交互にユニット(持ち駒)を移動させ、戦闘を行っていく戦術タイプのシミュレーションRPGゲーム。「機動戦士ガンダムSEED ASTRAY」シリーズが初登場するほか、「百獣王ゴライオン」「宇宙の騎士テッカマンブレッドII」「勇者王ガオガイガー」など、多彩なキャラクターが登場します。



©賀東招二・四季童子/ミスリル ©賀東招二・四季童子/陣代高校生徒会 ©賀東招二・四季童子/Full Metal Panic! Film Partners ©サンライズ ©ジーベック/1998 NADESICO製作委員会 ©創通エージェンシー・サンライズ ©創通エージェンシー・サンライズ・毎日放送 ©創通エージェンシー・タツノコプロ ©タツノコプロ・創通エージェンシー ©DARTS ©ダイナミック企画 ©東映 ©2001 永井豪/ダイナミック企画・光子力研究所 ©2003 永井豪/ダイナミック企画・光子力研究所 ©BANPRESTO 2007

アミューズメント用景品

劇場版「どうぶつの森」ぬいぐるみマスコット

3月第4週導入予定 (株)バンプレスト

バンプレストはニンテンドーDSで300万本以上を販売し、昨年12月には全国東宝系で劇場版が公開された人気コンテンツ、「どうぶつの森」を題材にしたアミューズメント用景品、「劇場版 どうぶつの森ぬいぐるみマスコット」(全5種)を全国のアミューズメント施設に投入します。劇場版に登場する「たぬきち」をはじめ、「リセットさん」「とたけけ」「ブーケ」をかわいいぬいぐるみで再現し、ファミリー層に向けてアピールします。



©2005 Nintendo ©2006劇場版「どうぶつの森」製作委員会

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

「機動戦士ガンダムDVD-BOX 1」が 出荷数12万セットを超える大ヒットに

バンダイビジュアル(株)(川城和実社長、東証1部)が、昨年12月22日に初回限定生産で発売した「機動戦士ガンダムDVD-BOX」の第1巻(37,800円)が、12万セットを超える出荷数となり、同社のDVD-BOX商品の中で過去最高の販売数を記録する大ヒットとなりました。

「機動戦士ガンダムDVD-BOX」は、1979年～80年にテレビシリーズとして放送され、後のアニメ作品に大きな影響を与えたリアルロボットアニメの金字塔「機動戦士ガンダム」を初めてDVD化した商品で、TVシリーズ全43話を11枚のDVDに収録。全2巻の初回限定生産DVD-BOXとして発売しました(第2巻は今年1月26日に発売)。

このDVDには高画質のフィルムスキャン方式を初めて採用しており、オリジナルフィルムに忠実で、色鮮やかなハイクオリティ映像を実現しました。当商品の発売にあたり、昨年秋に店頭で第1巻を予約すると特製アクションモデル「1/200 RX-78-2 GUNDAM Limited Version」(非売品)が付いてくる先行予約特典キャンペーンを実施したことも、ヒットに貢献しました。

バンダイビジュアルは、88年からガンダムシリーズのビデオ、レーザーディスク、DVDを発売しており、2006年12月までの累計出荷数は1,300万枚本を突破しています。



©創通エージェンシー・サンライズ

DVD「スーパーロボット大戦OG ディバイン・ウォーズ 1」

発売中/Limited Edition:7,350円 通常版:5,250円
バンダイビジュアル(株)

原作はゲームボーイアドバンスで20万本以上売り上げた「スーパーロボット大戦OG」。このゲームシリーズを統括・プロデュースしている寺田貴信がシリーズ構成として参加し、原作に沿ったストーリーに原作者自ら新規解釈・オリジナルストーリーを加え、男性ロボットアニメファンを満足させる圧倒的なスピード感と、重量感溢れる熱血ロボットアクションになっています。初回限定生産のLimited Editionには、彩色済アクションフィギュア「R-1」(写真)が付属します。



©SRWOG PROJECT

バンダイビジュアルの製作参加作品が 各映画賞を次々に受賞

バンダイビジュアルが製作参加した作品が本年度の映画賞を次々に受賞しています。2006年のカンヌ国際映画祭監督週間に正式出品され、昨年7月の映画公開以来ロングランを続けている「ゆれる」は、日本アカデミー賞の優秀主演男優賞(オダギリジョー)と優秀助演男優賞(香川照之)、ブルーリボン賞では監督賞(西川美和)と助演男優賞(香川照之)、キネマ旬報では脚本賞(西川美和)と、助演男優賞(香川照之)、毎日映画コンクールでは日本映画大賞と録音賞(白取貢)を受賞。ほかにも以下の映画賞を受賞しています。



「ゆれる」はDVDも発売中
©2006「ゆれる」製作委員会

- ◆報知映画賞：最優秀助演男優賞(香川照之)
 - ◆高崎映画祭：最優秀監督賞(西川美和)、最優秀主演男優賞(オダギリジョー、香川照之)
 - ◆インビテーション・アワード：映画賞、クリエイター・オブ・ザ・イヤー(西川美和)
 - ◆山路ふみ子映画賞：新人女優賞(真木よう子)
- 「ゆれる」以外でも、昨年4月に急逝した黒木和雄監督の「紙屋悦子の青春」が報知映画賞の特別賞を受賞し、日刊スポーツ映画大賞の石原裕次郎新人賞には「花よりもなほ」での演技を評価された主演の岡田准一さんが受賞しています。

DVD「Vガンダム MEMORIAL BOX I」

4月25日発売予定/31,500円 バンダイビジュアル(株)

原作・総監督は、ガンダム・シリーズの生みの親である富野由悠季。世界的な工業デザイナー、イラストレーターとして活躍するシド・ミード(映画『ブレードランナー』『エイリアン2』)が“V(ターンエー)ガンダム”のデザインを提供したことも話題となった20世紀最後の「ガンダム」。従来の「ガンダム」シリーズにはない魅力を備えた全50話を、全2巻の初回限定生産DVD-BOXで発売します。第1巻はDVD6枚に第1話から24話までを収録し、小説家の福井晴敏(『亡国のイージス』)と安田朗(キャラクター原案)のスペシャル対談や、富野総監督と声優陣による座談会の模様を掲載した40ページ(予定)の解説書が付属します。なお、第2巻は6月22日に発売予定です。



©創通エージェンシー・サンライズ

ハンドワークスタジオ「玄創工房」ららぽーと横浜にオープン

(株)ナムコ(東 純社長)は、団塊世代をメインターゲットにしたハンドワークスタジオ「玄創工房」を、横浜市「ららぽーと横浜」3階に3月15日オープンします。当施設は、“クラフトファシリテーター”と呼ばれるガイドスタッフとともに、ものづくりを気軽に堪能できる「大工房」5部屋と、専門的な道具の揃った時間貸の個室「小工房」20部屋で構成されており、クリエイティブな楽しみを手軽に味わうことができます。



■玄創工房
所在地 神奈川県横浜市
面積 約140坪
料金 大工房 1コマ(120分)2,800円～(和魂工房、洋魂工房、アトリエ、PC工房、手芸工房)
小工房 最初の45分が720円～(ミシン小工房、模型小工房、ろくろ小工房、彫金小工房など)

「玄創工房」には同じ趣味を持ったものづくりの好きな仲間が集まることから、団塊世代の男性をはじめ、幅広い世代の方のコミュニティ形成にもつながります。ナムコでは、当施設を通してものづくりをより身近に、生活に密着したものとする新しいライフスタイルの提案を目指しており、初年度年間会員は7,000名を見込んでいます。また、2015年までに全国に順次拡大し、20店舗以上の展開を目指します。

ナムコとH.I.Sの共同企画第3弾 バリ島リバーアクティビティ実施

ナムコは、(株)エイチ・アイ・エスとの共同企画の第3弾としてバリ島・オプショナルツアー「バリの海賊



トラガワジャ川の秘宝」を、バリ島No.1のラフティング会社SOBEK(ソベック)とのタイアップにより実施します。このツアーは、ナムコがこれまで手がけてきたエンターテインメントツアーのノウハウを生かし、エンターテインメントとラフティングを融合させた世界初のリバーアクティビティとなっています。海賊に扮したプロのリバーガイドと、人気スポーツのラフティングをベースに、お客様は海賊の仲間になって冒険の旅に出て、川の住人などの登場キャラクターと交流したり、道中に巻き起こるさまざまなイベントを楽しみながらゴールを目指します。



南九州初のフードテーマパークを三越鹿児島店にオープン

ナムコは、時代をリードする絶品スイーツの店を一堂に集結させた南九州初のフードテーマパーク「三越スイーツ庭園 in Kagoshima」を、(株)三越とナムコの企画設計



■三越スイーツ庭園 in Kagoshima
所在地 鹿児島県鹿児島市
面積 約290坪(一部テラス含む)
内容 鹿児島に古くから伝わる“七夕伝説”を演出。エレガントでファンタジックな庭園が広がり、絶品スイーツの食べ比べがガーデンパーティ感覚で楽しめます。

集団「チームナンジャ」との共同開発により、3月3日に三越鹿児島店7階にオープンします。

「三越スイーツ庭園 in Kagoshima」は、ナムコが総合プロデュースを行い、三越が事業主体・運営となる日本初の百貨店業態へのフードテーマパーク導入施設で、“Sweets Evolution”をテーマに、日本のスイーツ文化を牽引する“スイーツ・クリエイター”の手による8店舗(全店、鹿児島県初の出店)で構成されています。当施設は、三越鹿児島店の全館リニューアルにおける集客の核となる施設と期待されており、初年度の入場者は120万人、売上は5億円を見込んでいます。

「ワンダーパーク ヒーローズベース」3か月半で来場者100万人突破

昨年9月にオープンしたナムコの大型複合アミューズメント施設「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」(神奈川県川崎市)が、オープンからわずか3か月半で初年度目標の半分である来場者数100万人を突破しました。当施設は経営統合により実現したグループシナジーが随所に散りばめられており、“夢のヒーロー達と出会う、触れ合う、体験する”をテーマに、ナムコのロケーション運営ノウハウと、バンダイのキャラクター・マーチャンダイジングのノウハウを生かした5つのゾーンで構成。アミューズメントとキャラクターが融合した魅力あふれる施設となっています。



100万人目の来場者と記念撮影

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

機動戦士ガンダムのシャア専用ザクのバイクヘルメットのネット予約受付実施

バンダイネットワークス(株)(大下 聡社長、JASDAQ 上場)は、オリジナルバイクヘルメット企画商品の第11弾として、好評だった“赤い彗星”のジオン軍エースパイロット「シャア・アズナブル」モデルの第3作目「TYPE CHAR3 CHAR ZAKU ver」を2月22日～5月20日(予定)まで、同社のインターネット販売サイト「LaLaBit Market」で予約受付します。



■TYPE CHAR3 CHAR ZAKU ver
 価格：23,800円
 予約期間：2月22日～5月20日(予定)
 お届け予定日：7月末

©創通エージェンシー・サンライズ

「TYPE CHAR3 CHAR ZAKU ver」は、赤いモビルスーツ「シャア専用ザク」のヘッド部分を全面に押し出し、機体名、ジオン軍ロゴマーク、そして動力パイプまで再現したデザインです。また、オプションパーツの付け替えにより3タイプの形態を楽しむことができるほか、ヘルメット収納袋にはジオン軍のマークを印刷しています。実際に着用できるのはもちろん、部屋に飾って楽しむなどコレクションアイテムの一つにもなります。

ハピネットの出資映画「フラガール」が映画各賞を受賞

(株)ハピネット(苗手一彦社長、東証1部)が出資し、昨年9月に公開された映画「フラガール」が、第80回キネマ旬報「2006年度日本映画ベスト・テン」の第1位と助演女優賞(蒼井優)を受賞したほか、報知映画賞では最優秀作品賞と助演女優賞(蒼井優)の2冠を、日刊スポーツ映画賞では作品賞、主演女優賞(松雪泰子)、助演女優賞(富司純子)、新人賞(蒼井優)の4冠を獲得するなど、国内外の映画各賞を受賞しました。また、日本アカデミー賞では全10部門にノミネートされました。

ハピネットでは、この映画「フラガール」のDVDソフトを3月16日に発売します(メモリアルBOX：7,140円、スタンダードエディション：3,990円)。



■フラガール

昭和40年、閉鎖の迫る炭鉱のまちを救うため、北国を楽園ハワイに変えるという起死回生のプロジェクトが持ち上がる。その目玉となるフラダンスショーに炭鉱娘たちが挑むという、40年を超え今なお語りつがれている奇跡の実話です。

©2006 BLACK DIAMONDS

Portrait

「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」の統括者

株式会社ナムコ 営業ディビジョン 神奈川エリア 川崎ブロック ブロックマネージャー 福山 真司

2006年9月にラゾーナ川崎(JR川崎駅前)内にオープンした「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」は、バンダイとナムコのグループシナジーが随所に散りばめられ、経営統合の象徴ともいえるアミューズメント施設です。今回は、オープンから3か月半という短い期間で来場者数100万人を突破した当施設を統括する福山真司マネージャーに話を聞きました。

Q 施設の概要について教えてください。

A 「夢のヒーロー達と出会う、触れ合う、体験する」をテーマとした大型施設で、アミューズメントとキャラクターマーチャンダイジングが融合した5つのゾーンで構成されています。

Q オープンまでの経緯は?

A バンダイとナムコが統合し、両社の強みをいかした施設ができないかと考えていました。また、他社と差別化できる新しい事業を模索していましたので、この両方を実現しようということになりました。

Q 来場者数が早くも100万人を突破した理由は何か?

A “サプライズ”ということが大きいと思います。初めて訪れた方の多くは「すごい」と驚いています。ステージでは毎日、ヒーローが予告なしにショーを行ったり、握手会をしたりして、お客様と触れ合っています。これを楽しみに何度も足を運んでいただいている方も多く、手紙を持って来るお子様もいます。また景品機器の充実や、人気の「機動戦士ガンダム 戦場の絆」を16台設置していることも牽引しています。

Q お客様はどういう方が多いですか?

A 平日の昼間はお客様連れの女性、夕方以降は学生やサラリーマンが多く、休日はファミリーというように時間帯によって違いますが、お子様からお年寄りまで幅広い層の方々に楽しんでもらっています。

Q 新たな展開はありますか?

A バンダイネットワークスの通販サイト「LaLaBit Market」の限定商品を展示し、その場でQRコードから注文できるサービ

スを試験的にを行っています。実際の商品を見て注文でき、お客様に喜んでもらえると思います。このように当施設ではまだまだグループシナジーを発揮することができますので、今後お客様の視線で

さまざまな仕掛けを行っていきます。

Q 今後の展望を聞かせてください。

A 訪れる度に「驚き」「感動」を感じていただけるような施設でありたいですね。そのために常に最新のオペレーションを行い、常に変化を起こしていきたいと考えています。こうした中から新規の事業やシステムを生み出し、他の施設にも波及していきたいと思っています。



1998年入社。四国の店舗運営、西日本営業ディビジョンの改装担当を経て、2006年4月当施設運営を目的に出店開発グループに異動。9月より現職。

ゲームソフト開発の既成概念を捨て 新たなビジネスモデルの構築を目指す

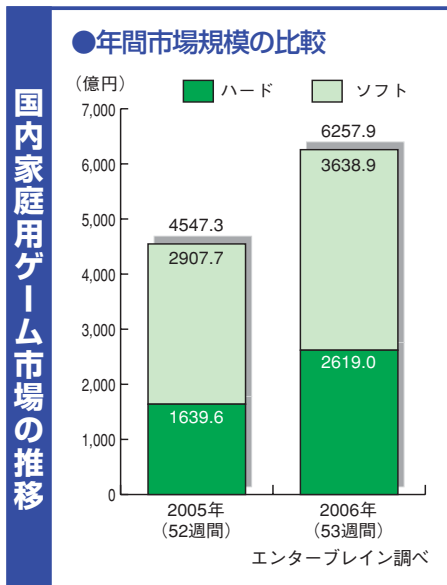
2006年の家庭用ゲーム市場は、ニンテンドーDSの人気などもあり、過去最高規模に達しました。今後もプレイステーション3やWiiなどの次世代ゲーム機の登場により、ますます市場が拡大するものと期待されています。今回はバンダイナムコゲームスで家庭用ゲームソフト事業を担当する鶴之澤伸副社長に、最近の家庭用ゲームソフトの動向と今後の事業戦略を聞きました。

——3月に設立1周年を迎えますね？

鶴之澤 バンダイナムコゲームスは、昨年3月31日にバンダイとナムコのゲーム事業を統合して誕生しました。設立当初はお互いに遠慮があり、システムなども違うことから多少戸惑いがありました。次第にコミュニケーションが活発になり、それに合わせて開発やマーケティングなどさまざまな面で統合の効果が生まれてきています。当社の特徴は、バンダイの強みであるキャラクターマーチャンダイジングと、ナムコの強みである技術力など企画開発のノウハウを融合したことです。このお互いの長所を活かすためにも、最適な組織や仕組みを追求していきます。

——最近のゲームソフト市場についてはどのように見えていますか？

鶴之澤 任天堂さんが非常に頑張っていますね。市場においてもニンテンドーDS用（以下：DS）のソフト



や、昨年末に発売したWii用のソフトが話題になっています。これを当社にとっても新たなユーザー獲得のチャンスととらえ、豊富なキャラクターとコンテンツを活かし、今後もライトユーザー向けのカジュアルなソフトも積極的に開発していくつもりです。当社のDS用ソフトでは、「たまごっちのプチプチおみせっちょひーきに」が女兒を中心にワールドワイドで80万本を超えるヒットになりました。また、人気番組をゲーム化した「平成教育委員会DS」も人気です。DSソフトは今後も市場動向を見ながら臨機応変に仕掛けていきます。プレイステーション2用ソフトでは、「機動戦士ガンダムSEED DESTINY 連合vs.Z.A.F.T. II PLUS」が、ガンダムシリーズでは久しぶりに50万本を突破しています。プレイステーション・ポータブルに関しても、中高生や20代の男性を中心にコンスタントに売れていますので、ユーザーのニーズに合わせたソフトを提供していくつもりです。

——次世代ゲーム機用はどうですか？

鶴之澤 プレイステーション3用（以下：PS3）では、本体と同時に発売した「リッジレーサー7」と「機動戦士ガンダムTarget in Sight」が、販売数上位を独占しました。本体の販売台数が日米ともに100万台を超えるなど、生産体制も強化されてきましたので、さらに販売数を伸ばすでしょう。海外で好調なXbox360も、PS3と同じ路線でタイトルを投入するつもりです。次世代ゲーム機に関して



PS3専用ソフト「リッジレーサー7」
RIDGE RACER™7 ©2006 NAMCO BANDAI Games Inc.



Wii専用ソフト「ドラゴンボールZ Sparking! NEO」
©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション/©2006 NBGI

は、今後もハードの普及を見据えながら、当社の技術力を生かした最先端のソフトを提供していくつもりですが、課題は開発費の高騰です。ゼロからの開発時に比べ、ライブラリー蓄積や効率化により開発費をかなり抑えることができるようになってきましたが、従来機より高いことは事実です。一方、ライトユーザーの中には必ずしもゲームのボリュームが大きいことを求めるわけではない層もいます。そこでこれまでの既成概念を捨て、ソフトのボリュームや価格をもっと柔軟に考えたらどうかと思っています。そんな試みの一環として、昨年12月にオンラインを使ったPS3用のダウンロード専用ソフト「鉄拳5 DARK RESURRECTION」を2,000円で発売したところ、なかなか好評で、当初考えていた以上の成果を得ることができました。このほかに、バンダイナムコグループならではの強みを生かし、次世代ゲーム機向けゲームコンテンツと映像音楽コンテンツとの連動展開を図るなど、新しいビジネスモデルの構築も期待できます。

——(株)コーエーとソフト開発でコラボレーションしましたね？

鵜之澤 コーエーさんと協力して、3月にPS3用ソフト「ガンダム無双」を発売します。これは当社の「機動戦士ガンダム」と、コーエーさんの人気ゲームシリーズ「無双」を組み合わせたもので、流通からも大きな期待が寄せられています。今後も独自の技術やノウハウを保有する企業と、積極的にコラボレーションしていくつもりです。他社と提携することは、その会社の開発方法や事業スタイルなどを知ることができ、さまざまな面で勉強になりますからね。

たえず最適なソフトを投入し存在感のある会社を目指す

——ソニー・コンピュータエンタテインメント（以下：SCEI）と新会社の設立を発表しました。

鵜之澤 3月に合弁会社「(株)セリウス」

を設立します。PS3などに使用されているSCEIさんのプロセッサ「セル」を使い、ゲームの既存概念やビジネスモデルを変えるようなコンテンツを創出していきたく考えています。これは当社だけでできる取り組みではないので、SCEIさんと一緒にチャレンジしていきます。ゲーム機器開発の技術力を持つSCEIさんとともに新たなチャレンジをするので、当社にとっても貴重な経験になると思っています。

——海外地域の再編については？

鵜之澤 これからはゲームソフトもワールドワイドで展開する必要があり、各地域の現状や実績を踏まえて常にグローバルな視点で取り組むことが重要となります。このためアメリカとヨーロッパ地域でもゲーム事業を統合・集約しました。今後は日本と連動して家庭用ゲームソフトを開発・販売していくことになります。

——来期は新社屋に移転しますね？

鵜之澤 これまでは事業拠点が5か所に分散していましたが、業務の効率化と生産性の向上を目指し、1か所に統合することにしました。新社屋には約2,000人の社員が勤務しますので、今まで以上にコミュニケーションの活性化を図り、全社一丸となって事業推進に取り組みます。また、新社屋では業務用ゲーム機器の部隊とも同じ拠点となりますので、業務用と家庭用での連携も積極的にはかりたいと思います。

——今後の抱負を聞かせてください。

鵜之澤 来期からは、発売するソフ



鵜之澤 伸副社長のプロフィール

<経歴> 1957年9月27日生 東京都出身
 81年3月 早稲田大学商学部卒業
 81年4月 (株)バンダイ入社
 92年4月 バンダイビジュアル(株)取締役
 95年4月 (株)バンダイ・デジタル・エンタテインメント取締役
 98年1月 (株)バンダイ デジタルエンジンプロジェクト部長
 99年4月 ビデオゲーム事業部 部長
 01年4月 執行役員 ビデオゲーム事業部ゼネラルマネージャー
 02年6月 取締役 ビデオゲーム事業部ゼネラルマネージャー
 03年4月 取締役 ゲームソフトカンパニー プレジデント
 04年4月 常務取締役 ゲームソフトグループリーダー兼 ビデオゲームカンパニー プレジデント
 06年4月 (株)バンダイナムコゲームス 代表取締役副社長 兼 コンテンツ制作本部長

トの半分ほどが統合後に開発したものになりますので、ぜひとも統合効果を発揮していきたいですね。また、当社はすべてのプラットフォーム向けにソフトを開発していますので、開発費のバランスなどを考えながら最適なソフトを投入し、業界の中で今まで以上に存在感のある会社になりたいと考えています。

パブリッシャー別ソフト販売本数 (2006年)

順位	メーカー名	推定年間販売数
1	任天堂	25,397
2	バンダイナムコゲームス	7,327
3	スクウェア・エニックス	7,044
4	ポケモン	5,984
5	コナミ	4,440
6	セガ	3,800
7	カプコン	3,031
8	SCEI*	2,546
9	コーエー	1,320
10	バンプレスト	853

(単位：千本)

*SCEIはソニー・コンピュータエンタテインメントの略
メディアクリエイティブ総研調べ

編集後記

本号は2007年最初の発行ということもあり、年末年始商戦の各事業動向や、今年の期待商品・施設・サービスなどについてお伝えいたしました。依然として変化が激しい市場環境ではありますが、「チャレンジ」と「スピード」

をテーマに、市場の変化に先駆けて新しい話題を提供していきたいと考えております。本年も引き続き、温かいご支援をいただけますよう、何卒よろしくお願いたします。

ところでバンダイナムコホールディングスでは、2007年3月期の株主優待として、2007年3月末日時点で株

主名簿に記載または記録されている100株以上保有の株主の方に、保有株式数に応じて「こども商品券」を贈呈いたします。「こども商品券」は全国約6,500店以上の加盟店や売場をご利用いただけるもので、発送時期は2007年6月下旬ごろを予定しています。

(社長室 広報IR担当)

(表示価格はすべて税込です。仕様・発売日・価格などは本紙発行時点の情報につき、変更になることもあります)

1/350スケールプラモデル 宇宙戦艦ヤマト

発売中/47,250円 (株)バンダイ

(株)バンダイは、全長約766mmの組み立て式プラモデル「1/350スケールプラモデル 宇宙戦艦ヤマト」を発売しました。「宇宙戦艦ヤマト」は1974年にテレビ放映がスタートし、77年に公開された劇場作品第1作は400万人を動員するなど、社会現象を巻き起こした国民的人気のアニメーションです。

バンダイでは70年代当時からスケールプラモデルを展開し、今日のアニメキャラクターモデルの基礎を作ってきました。テレビ放映から約20年の時を経て発売された今回の「宇宙戦艦ヤマト」は、当時番組を視聴していた30代~40代の男性をターゲットに、アニメーションの設定を完全に

再現。各部電動、電飾音源を内蔵した究極版キットとなっています。金属パーツを導入し、本物の質感を追求。ヤマトの主武装である3基の主砲、2基の副砲、側舷に配置されたパルスレーザー砲はすべて回転稼働し、発射音が鳴るほか、ヤマトの代名詞である波動砲は、エネルギー充填音とともに、砲口の光が徐々に赤みを増し、発射音と同時に白く発光します。これらすべての電動ギミックは、波動砲発射トリガーの形状をした付属のリモコンで遠隔操作が可能です。そのほか、同スケールの戦闘機

が7機、レーザー加工技術を駆使した同スケールのクルーのフィギュア12体が付属し、ヤマトを自由に彩ることができます。



©東北新社

Xbox 360専用ソフト「アイドルマスター」 発売中/7,140円(通常版) 20,790円(限定版) (株)バンダイナムコゲームス

2005年7月に業務用ゲーム(以下アーケード版)として投入して以来、好評稼働中のアイドル育成ゲーム「アイドルマスター」が、Xbox 360用ソフトとして登場しました。Xbox 360特有の描画能力により、アーケード版をはるかに凌ぐ映像表現を実現。Xbox Liveを利用したオンラインならで



はの楽しみも盛り込んでいます。

プレイヤーは、芸能事務所“765プロダクション”所属の新人プロデューサーとして、アイドル候補生たち10組をレッスンやオーディション、TV出演などを通してトップアイドルへと導きます。担当するアイドル候補生をしっかりアピールし、ファンを獲得することで、プロデューサーとしての腕前が評価されます。プレイヤーは、すべてのアイドルたちをトップアイドルに成長させることで、トッププロデューサーの称号である“アイドルマスター”を手をすることを目指します。

キャラクターデザインは、数々のアニメーションやゲームなどを手がけ、人気を博し

ている窪岡俊之氏が、アーケード版に引き続き担当。なお、限定版にはアイドルのキャラクターフィギュア11体のほか、特設ライブステージや新曲の振り付け、特典映像などを収録した約90分のDVDが付属しています。



©窪岡俊之 ©2003 2007 NBGI

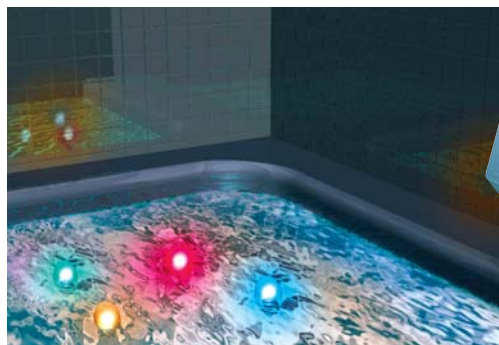
FEELING EGG (フィーリングエッグ)

発売中/2,520円 (株)バンプレスト

(株)バンプレストは、20~30代の女性をターゲットにした“癒し系グッズ”シリーズの最新作として、「FEELING EGG (フィーリングエッグ)」を2月下旬に発売しました。「FEELING EGG」は、「やさしさ」「愛着」「生命感」を象徴する「卵」を模した1パック4個入りの“癒し系ライト”で、それぞれ異なる色のLED(赤・青・緑・オレンジ)を搭載し、人が“呼吸”するかのような間隔で、ゆるやかに点灯・消灯を繰り返します。お部屋の演出はもちろん、お風呂に入れることで、幻想的なバスタイムを楽しむこともできます。

バンプレストは、2003年11月にバスタイムを演出するアイテムとして「バスバ

レット」を投入。これを皮切りに“癒し系グッズ”ビジネスをスタートさせ、現在までに14アイテムを発売。20~30代の女性を中心に人気を集めてきました。バンプレ



©BANPRESTO 2007