



BANDAI NAMCO NEWS

Group News Letter

No. 9
2007
September

株式会社バンダイナムコホールディングス 〒108-0075 東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル9F <http://www.bandainamco.co.jp/>

Management Eyes

折り返し地点を迎える中期経営計画

中期経営計画の達成に向け グループシナジーを推進

2006年4月よりスタートした中期経営計画が、折り返し地点を迎えようとしています。今回は中期経営計画2年目の見通しと、各SBU（戦略ビジネスユニット）の状況を(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。

——第1四半期の業績はどうでしたか？

高須 今年度の第1四半期は、全体としてはほぼ年初計画通りに推移しました。前年同期比ということでは、各社とも下期に重点を置いた展開を計画していることもあり、機動戦士ガンダムシリーズなどグループコンテンツの商品やデータカードダスが好調に推移した前年度には及びませんでした。

——中期経営計画が折り返し地点を迎えようとしています。

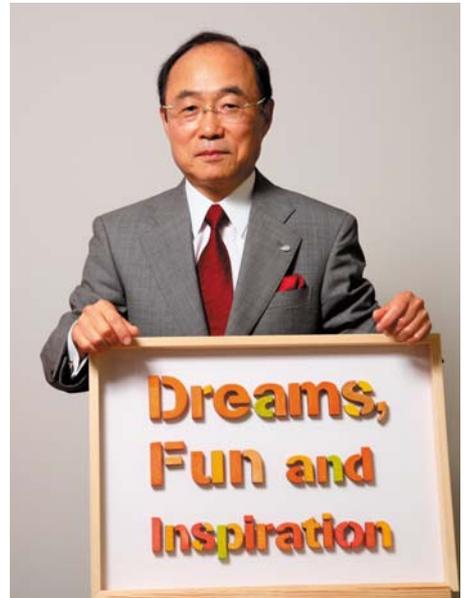
高須 現在の中期経営計画は、バンダイナムコグループとして初めて策定したもので、最終年度の2008年度に売上高5,500億円、営業利益580億円という計数目標を掲げています。

これを達成させるためには、統合によるグループシナジーはもちろんのこと、中期経営計画で打ち出した「エンターテインメント・ハブ構想」に基づきM&Aなどの施策も含めた外部パートナーとの協力や連携のさらなる強化、海外事業の強化の推進が必要となってきます。今後もこれらの戦略をグループを挙げて推進し、中期経営計画のテーマである「ポートフォリオ経営の強化・充実・拡大」をはかり、計画達成に向け全力を尽くしていきます。ただし策定時と比べると、エンターテインメント業界をとりまく環境は急速に変化していますので、最終年度の施策や計画については現在の環境を踏まえ、臨機応変に検討することも必要だと考えています。

次期中期経営計画については、近日中にプロジェクトを立ち上げ、基本的な考えをまとめていきますが、最終的にはグループ全体や事業の目指す方向、チャレンジしていく方向について、より具体的に示していきたいものにしてほしいと思います。

——各SBUの状況を教えてください。

高須 トイホビーSBUは、国内では「仮面ライダー電王」「Yes!プリキュア5」の玩具が好調なほか、「データカードダス」は、「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」に続き「Yes!プリキュア5」を投入しターゲット層を拡大していきます。また、写真スタジオや親子カフェなど新たな試みにも挑戦しています。海外では「たまごっち」の人气が続いているほか、アメリカ発の「BEN10（ベン



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

テン)」も展開地域を拡大しています。

またバンダイの玩具発の「トレジャーガウスト」がバンダイナムコゲームスからゲームソフトとして発売されたほか、全国のナムコ施設とゲームソフトの連動、ナムコ・ナンジャタウンでのアトラクション開設など広がりを見せています。バンダイナムコグループならではのシナジー展開として今後が楽しみです。

——ゲームコンテンツSBUの状況は？

高須 第1四半期は、国内でプレイステーション2用ソフト「スーパーロボット大戦 ORIGINAL GENERATIONS」やニンテンドーDS用の実用・教養ソフト、海外では「リッジレーサー」などのフランチャイズタイトルが好調でした。今年度は不透明な市場環境が変化していくであろう下期のウエイトが高い計画になっており、ベストなタイミングでバランスよく投入できるよう、市場動向を見ながら最後の詰めを行っています。

(次ページに続く)

Contents

Management Eyes	1~3
折り返し地点を迎える中期経営計画 CSRトピックス/第1四半期決算	
News Topics	4~9
バンダイがレディースアパレル事業に本格参入 「NAMCOLAND仙台クリスマスロード店」オープン 「anan監修 女子カラ緊急アップ!DS」発売 映画「ストレンヂア 無皇刃譚」公開 ネット利用のクイズ大会開催	
Portrait	
「トレジャーガウスト」の企画開発担当者 中西謙悟	
Business Angle	10~11
(株)サンライズ 吉井孝幸社長	
Close-up Products	12
「∞ブチブチ」、映画「恋するマドリ」他	

業務用ゲーム機は第2四半期以降に戦略商品を投入していく予定ですが、今夏には人気シリーズの「湾岸ミッドナイト MAXIMUM TUNE 3」も投入しました。バンダイナムコゲームスは新社屋に集結し、業務の効率化に加えてコミュニケーションが活性化されており、これが今後の製品開発にも繋がっていくと感じています。

——アミューズメント施設、ネットワーク、映像音楽コンテンツの各SBUはどうですか？

高須 アミューズメント施設SBUでは、引き続き「機動戦士ガンダム 戦場の絆」が集客に貢献しているほか、「ナムコ ワンダーパーク ヒーローズベース」など前期に出店した大型店がお陰さまで好調です。ただ既存店の売上が第1四半期は94.3%と下回ったこともあり、先ほどお話しした

「トレジャーガウスト」との連動や業務用ゲーム機との相乗効果の発揮など、バンダイナムコグループならではの取り組みや業務の効率化などにより収益の向上を図っていきます。

ネットワークSBUのモバイルコンテンツ事業では、待受けや着信メロディの有料会員は減少していますが、高付加価値と手軽なカジュアルコンテンツを提供し、ユーザーの嗜好の多様化に対応しています。今後は好調なソリューションビジネスなどに加え、ネットワークとリアルを融合したクイズ大会の主催や、携帯電話を活用した医療健康支援サービスなど高い技術力を活かした展開もはかっています。

映像音楽コンテンツSBUでは、次世代メディアに向け国内外でソフト販売を開始しました。また、シナジー作品である「アイドルマスター

XENOGLOSSIA」や「攻殻機動隊」など期待タイトルが今後も続きます。10月からはサンライズ制作の新作アニメーション「機動戦士ガンダム00」がスタートしますので、映像音楽コンテンツSBUだけでなく、グループ全体で盛り上げていく予定です。

——このほど不二家に2.6%出資しましたが、この目的は？

高須 不二家さんには豊富なキャンディやチョコレートの商材がありますので、我々のキャラクターマーチャンダイジングとの融合で、新たな商品が作り出せるのではないかと考えています。バンダイの玩具菓子事業では、数年前から菓子にウエイトを置いた商品にも力を入れており、不二家さんと力を合わせることで、菓子に重点を置いた玩具菓子を作ることができます。すでに不二家さんにはいろいろと提案をしており、年

CSRトピックス

■バンダイナムコホールディングスが紺綬褒章を受章

バンダイナムコホールディングスは、このほど紺綬褒章を受章し、その伝達授与式が6月25日に日本赤十字社で行われました。紺綬褒章は公益のために寄付を行った団体を顕彰する制度で、今回の受章は2006年5月にジャワ中部地震の被災地に日本赤十字社を通じて見舞金を送付したことによるものです。



■「バンダイナムコグループ CSRレポート」を発行

バンダイナムコグループとしては初となるCSRレポートが、このほど完成しました。安全と品質、環境、文化支援・社会貢献、コンプライアンス、社員が働く環境など、さまざまな側面からグループの取り組みを紹介しています。なお、このCSRレポートは、バンダイナムコホールディングスのホームページ (<http://www.bandainamco.co.jp/>) でもご覧いただくことができます。



■「YOSAKOIソーラン祭り」を応援

バンダイナムコグループは、6月に北海道で開催された「第16回札幌YOSAKOIソーラン祭り」のオープニング企画として、大学生15団体約1,500人が参加した「学生ソーラン」を「学生ソーラン presented by バンダイナムコ」として協賛。オリジナルデザインの浴衣やTシャツの提供や、業務用ゲーム機のイベントなどを行いました。8月以降に全国9都市で開催される同様の祭りでも、エンターテインメントの創造に挑戦する人々を応援していく予定です。



ホールディングスの取締役に 大下聡、川城和実が新たに就任

バンダイナムコホールディングスの非常勤取締役に、バンダイネットワークス(株)の大下 聡社長とバンダイビジュアル(株)の川城和実社長が6月25日付で就任しました。これにより5つのSBU主幹会社の社長がすべてホールディングスの非常勤役員になりました。

◆大下 聡取締役

「グループシナジーを最大限にいかしながら、優れた、そして楽しいネットワークコンテンツ・サービスを今後も続々と提供してまいります」



◆川城和実取締役

「クオリティの高いコンテンツの創出とともに、バンダイナムコグループの発展に注力していく所存でございます」



内の商品化を目指しています。現在、グループの玩具菓子事業は約200億円の売上があり、外部パートナーと組んでさらに底上げすることで、将来的には1つのSBUに成長する可能性があると思っています。

玩具協会の会長として 業界発展に力を尽くす

——日本玩具協会の会長に就任しました。抱負を聞かせてください。

高須 最近の玩具は、文具、アパレル、ゲーム、菓子、施設などの垣根がどんどん低くなり、これらの分野とのコラボレーション商品が増えています。このため玩具の領域だけで物事を判断するのではなく、他分野との可能性も視野に入れながら、業界の活性化を考えていく必要があると思っています。もう一つ重要なことは、業界として積極的に情報発

信していくことです。アパレル業界では、今年の流行を発信し、トレンドを形成しています。同じような市場形成が玩具業界でもできれば、業界発展のために有効ではないかと思っています。また最近、中国製の子供向け玩具で、素材などの面で社会問題となっているものが出てきています。その意味でも業界が定めた安全基準である「ST（セーフティ・トイ）」の重要性を協会としてもこれまで以上に訴えていきたいと考えております。

——先の株主総会では株主から激励のご意見が多く寄せられましたね？

高須 はい。6月25日に開催された株主総会には、800名を超える株主の皆様にご出席いただき、役員・社員一同、改めてお礼を申し上げます。総会後に開いた懇親会にも多くの方にご出席をいただき、たくさんの励ま



しの声を頂戴しました。皆様のご期待に応えられるよう、グループ一丸となって取り組んでいきます。今後ともご支援のほどよろしく願いいたします。

Financial Data

2008年3月期第1四半期決算

バンダイナムコグループの2008年3月期第1四半期（2007年4月～6月）の連結業績は、全体としては概ね年初計画どおりに推移しましたが、利益率の高い自社コンテンツ商品やカードを中心に好調に推移した前年同期には及びませんでした。

トイホビー事業は、国内で「仮面ライダー電王」や「YES！プリキュア5」の玩具が好調に推移したほか、「データカードダス」で「大怪獣バトル ULTRA MONSTERS」の投入によりターゲットの拡大を図りましたが、「たまごっちプラス」シリーズや「データカードダス」を中心に好調に推移した前年同期には及びませんでした。海外では「Tamagotchi」シリーズや「BEN10」の玩具が展開地域拡大に伴い貢献しました。

アミューズメント施設事業は、国内で前期出店の大型店が順調に推移しましたが、既存店の売上が前年同期比を下回ったことに加え、当第1四半期出店店舗の初期コストの計上により、利益面では低

調な推移となりました。海外ではヨーロッパで複合施設などが好調に推移したほか、アメリカでは直営店の効率化やレベニューシェア店の拡大に取り組みしました。

ゲームコンテンツ事業は、国内でPS2向け「スーパーロボット大戦 ORIGINAL GENERATIONS」が人気となったほか、携帯型ゲーム機向けソフトの販売強化を図りました。海外ではアメリカでタイトルの絞込みなどにより収支改善を図るとともに、ヨーロッパでWii向け「Dragon Ball Z Tenkaichi 2」やPS3向け「RIDGE RACERS 7」を中心に好調に推移しました。

ネットワーク事業では、モバイルコンテンツ事業で高付加価値コンテンツや手

軽なカジュアルゲームを提供しましたが、有料会員数全体の減少の影響を受けました。一方、ソリューション分野は好調に推移しました。

映像音楽コンテンツ事業では、「コードギアス 反逆のルルーシュ」「FREEDOM」「∀（ターンエー）ガンダム」「機動警察パトレイバー」などの映像パッケージソフトが人気となったほか、ALI PROJECTの「薔薇架刑」や「らき☆すた」関連の音楽パッケージソフトが好調でしたが、「機動戦士ガンダム」シリーズの好調によりグループシナジーを発揮した前年同期に及びませんでした。

なお、通期の業績見通しについては、第2四半期以降に重点商品投入を予定していることもあり、変更はありません。

第1四半期連結業績（単位：百万円）	売上高	営業利益	経常利益	当期（四半期）純利益
当四半期（2007年4月～6月）	96,100	4,473	5,556	2,769
増減率（当四半期/前年同期）	△3.0%	△48.3%	△38.2%	△32.1%
通期予想（07年4月～08年3月）	480,000	45,000	47,000	26,500

※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。

バンダイがレディースアパレル事業に本格参入 イメージキャラクターにリア・ディゾンさんを起用

(株)バンダイ（上野和典社長）は、米国出身の人気タレント、リア・ディゾンさんをイメージキャラクターに起用したレディースアパレルブランド「Sweet Razzor（スイートレイザー）」を新たに立ち上げ、9月上旬から発売します。

流通は、婦人洋品・婦人服の小売専門チェーン(株)パレモと提携し、全国350店舗のパレモが運営する店舗で販売します。第1弾はアパレル、バッ

グなど全38種で、その後も順次新商品を投入していきます。

「Sweet Razzor」は、仕事も遊びも楽しんで両立させている若い女性のオフスタイルを提案するもので、今後リア・ディゾンさんは「Sweet Razzor」を着用し、メディアなどに登場する予定です。

バンダイでは「Sweet Razzor」ブランドの販売目標を年間20億円としており、今後も引き続きレディー



「Sweet Razzor」(モデル/リア・ディゾン)

スアパレルブランドを積極的に展開していく予定です。

ファミリーエンターテインメントカフェ 「Roasis (ロアシス)」をオープン

バンダイは、親子が共に楽しめるファミリーエンターテインメントカフェ「Roasis (ロアシス)」の1号店を、東京都江戸川区一之江に8月3日にオープンしました。「Roasis」は、8歳以下のお子様のいる方や妊婦の方を対象にした会員制のカフェです(18時以降は会員以外の方も利用可能)。初回の会員登録料と店舗の基本利用料を払うと、フリードリンク、雑誌、インターネット、絵本、折り紙、マッサージチェアの使用など、各種サービスを自由に楽しむことができます。また2～8歳のお子様専用のプレイスペースでは、たくさんの遊具やおもちゃを用意し、安全・警備のためキッズサポーターも常駐しています。「Roasis」は今後、他企業との取り組みなども積極的に行い、さまざまな教室の実施や情報発信、マーケティング調査、グッズ販売などを行っていく予定にしており、多店舗展開も視野に入れています。

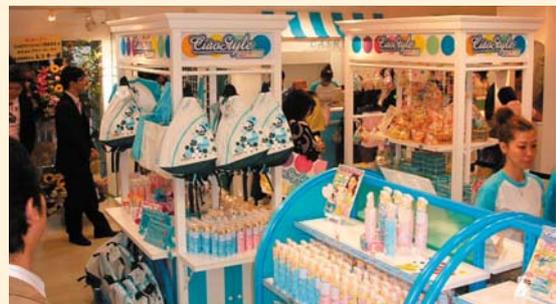


■Roasis 一之江店の概要

住 所 東京都江戸川区一之江7-37-22 ラナイタウン
 ネットササングランドハイライズ1階
 (都営新宿線「一之江駅」環7口から徒歩1分)
 施設面積 85坪 席数 100席
 営業時間 10:00～22:00 (年中無休/年末年始を除く)

「ちょおスタイルショップ」原宿にオープン 顧客ターゲットの拡大を目指す

バンダイは、JR原宿駅前に「ちょおスタイルショップ原宿本店」を7月7日にオープンしました。このショップは、バンダイが小学生女兒に人気のコミック誌・小学館の「ちょお」編集部と共同企画し、2006年春から展開しているジュニア向けブランド「ちょおスタイル」の旗艦店です。店内には、「ちょおスタイル」ブランドのバッグ・手帳・アクセサリなどの雑貨、アパレル、文具、ショップ限定商品など約250点を揃えた「ショップコーナー」をはじめ、「ちょお」の最新号やコミック本約700冊を販売する「ちょおコミックパーク」、そして本物の四つ葉のクローバーに囲まれてドリンクが飲める「クローバーカフェ」なども併設しています。バンダイでは、全国のジュニア世代の憧れの地である原宿に直営店を設けることで、顧客ターゲットの拡大を図り、趣味嗜好が分散しているこの世代の消費動向をつかむための場としても活用していきたいと考えています。この「ちょおスタイルショップ原宿本店」で、バンダイは2008年3月末までに1億円の売上を計画しています。



■ちょおスタイルショップ原宿本店の概要

住 所 東京都渋谷区神宮前1-19-11 はらじゅくアッシュ2F
 (JR山手線「原宿駅」竹下口徒歩30秒)
 施設面積 40坪
 営業時間 10:00～19:00 (年中無休/年末年始を除く)

(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)

たまごっちの情報発信基地 「たまごっちデパート」オープン

バンダイは、「いつでもたまごっちに会える！」をコンセプトに、東京ドーム3階の31番ゲート横に「たまごっちデパート」を8月10日にオープンしました。

この店舗は、「たまごっち」キャラクターのオフィシャルショップとなるもので、各種たまごっちグッズやショップ限定商品を多数販売しています。また、高さ1.5mの「超びっぐたまごっち」や、直径15cmのガシャポン「超びっぐガシャポン」などを設置しているほか、たまごっちの着ぐるみが店内に登場するなど、オフィシャルショップならではの楽しい仕掛けを数多く用意しています。

そのほか、「たまごっちデパート」では、ららぽーと豊洲店で人気のドーナツショップ「Li'l Donuts (リルドーナツ)」とコラボレーションし、オリジナルドーナツを販売しています。

バンダイでは、この「たまごっちデパート」を全国各地から多くのお客様が訪れる東京ドームに出店することで、キャラクターの認知度をさらに高め、ファン層の拡大を図り、今後も末永く愛されるキャラクターとして育てていきたいと考えています。



「たまごっちデパート」(イメージ)

©BANDAI・WIZ 2004

■たまごっちデパートの概要

住 所 東京都文京区後楽1-3-61
東京ドーム3F31番ゲート横上
(JR総武線・都営三田線「水道橋駅」、
東京メトロ丸の内線・南北線「後楽園駅」
から徒歩2分)

施設面積 100坪

営業時間 平日……………11:00~18:00
土日・祝日……………10:00~19:00
(年中無休)

ガンプラ FG (ファーストグレード) ガンダムエクシア

9月上旬発売予定/525円 (株)バンダイ

ガンダムの新シリーズ「機動戦士ガンダム00 (ダブルオー)」が10月よりMBS・TBS系列全国ネットで放送が始まりますが、その主役機である「ガンダムエクシア」が放映に先駆けガンプラで登場します。今回発売されるFG (ファーストグレード) シリーズは、イロプラ (多色成型技術により1つのランナーに複数の色のパーツを成型したもの) を採用し、少パーツの組み立てやすさと間接可動を両立した低価格キットで、第1弾の「ガンダムエクシア」からダブルオーシリーズのガンダムを随時商品化していきます。



©創通・サンライズ・毎日放送

Bella dancereella (ベラ ダンセラレ) たのしくバレエレッスン おうちでバレエ

発売中/6,300円 (株)バンダイ

女の子のあこがれの習い事であるバレエレッスンを、DVDを見ながら自宅で楽しめる商品です。足のポジションガイドが付いたバレエマットとバレエバー、それにバレエレッスンのDVD (30分/7つのうたとダンスを収録) がセットになっており、DVDを見ながらマットを使って順番に練習すれば、「白鳥の湖」も踊れるようになります。

また、バレエ気分をより一層盛り上げるレオタード「おうちでバレエ チュチュ」(3,570円)も同時発売中です。



BELLA DANCEREELLA™ of Bella Products Pty.,Ltd.
Distributed by Bandai under license from Master Ltd.All rights reserved.

ANIZO (アニゾー) 6 100% Reality Mind

9月上旬発売予定/各100円 (1カプセル1個入り) (株)バンダイ

自販機専用カプセル商品(ガシャポン)発の話題のオリジナルキャラクター「ANIZO (アニゾー)」の第6弾です。かわいい外見とは裏腹なちょっと毒のある言葉。そのミスマッチが20代の男女を中心に好評で、昨



©BANDAI 2006

年のシリーズ第1弾発売以来、累計出荷数が200万個に迫る人気です。今回発売する第6弾のメッセージは、「自己中」「庶民派」「胃弱」「匿名希望」など全14種です。また、自分だけのオリジナルANIZOを抽選で合計777名様にプレゼントするキャンペーンを10月末日まで実施中です。

幅広いニーズに対応した大型アミューズメント施設「NAMCOLAND 仙台クリスロード店」オープン

（株）ナムコ（東純社長）は6月29日、仙台駅前のアーケード街「クリスロード」に、大型アミューズメント施設「NAMCOLAND 仙台クリスロード店」をオープンしました。

当施設は、複合アミューズメントビル「三経60ビル」の地下1階から地上2階までの3フロア約300坪に、バンダイナムコグループの誇るドームスクリーン式戦術チーム対戦ゲーム「機動戦士ガンダム 戦場の絆」を

16台設置しているほか、各種ネットワーク対戦ゲームやカードゲーム、景品獲得機など、コアなゲームファンからカップルや女子中高生まで、さまざまなニーズに対応できる機種を取り揃えています。

また、ビルの上層階には、漫画・アニメグッズなどの販売を手がけるお店のほか、キャラクターグッズ、レトロゲームなどの店舗が入居する予定で、ゲームファンのみならず、キ



NAMCOLAND仙台クリスロード店の外観イメージ

●NAMCOLAND仙台クリスロード店

所在地：仙台市青葉区中央2-5-5
三経60ビルB1F～2F
営業時間：10:00～24:00
施設面積：990㎡（約300坪）

ャラクターファンにも満足いただけるスポットとなっています。

“美味しさ”と“楽しさ”を融合させたエンターテインメント施設をオープン

ナムコは、イオン（株）が岐阜県各務原市に開業した「イオン各務原ショッピングセンター」の集客核施設として、日本で初めてフードテーマ



「アイスクリームシティ」イメージ図

パークとアミューズメント施設を融合させたエンターテインメント施設、「アイスクリームシティ」と「NAMCOLAND イオン各務原店」を7月28日にオープンしました。

当施設は、南国のトロピカルなストリートを演出した「アイスクリームシティ」と、“幸せのアイスクリームをつくるファンタジックな世界”を環境演出した「NAMCOLAND イオン各務原店」で構成された複合エンターテインメント施設で、入場は無料。2つの施設は店内でつながっており、大人から子供までの幅広い層に“美味しさ”と“楽しさ”を提供します。ナムコでは、両施設累計で初年度200万人の来場者を見込んでいます。

施設の概要

名称	アイスクリームシティ	NAMCOLANDイオン各務原店
所在地	岐阜県各務原市那加置場町3-8 イオン各務原ショッピングセンター2階	
営業時間	9:00～23:00 年中無休	
テーマ	“冷たい美味しさ”の発見と驚きが体験できるアイスクリームエンターテインメント	アミューズメントとアイスクリームの融合
施設面積	約545㎡（約165坪）	約1,835㎡（約555坪）
施設構成	カップアイスミュージアム	プライズマシン 90台
	アイススクレーパーアトリエ	アーケードマシン 40台
	ソフトクリームバー	メダルマシン 80台
	マジックアイス（ゲストステージ）	その他のマシン 30台
	マジックスノー（スイーツランチ）	
	カフェ	合計 240台

トレジャーガウストのシナジー企画 全国のアミューズメント施設で展開

ナムコでは、バンダイの人気玩具「トレジャーガウスト」（9ページ『Portrait』参照）をテーマに、グループシナジーを生かしたさまざまなコラボレーションを展開しています。まず、バンダイナムコゲームスより7月5日に発売されたニンテンドーDS用ソフト「トレジャーガウスト ガウストダイバー」と、ニンテンドーDS本体をナムコの全国257店舗のアミューズメント施設に持参することで、ゲーム内にナムコ限定のショップが出現。希少価値の高いレアガウストデータが入手できたり、地方限定アイテムが購入できるなど、独自のサービスを展開しています。



ゲーム内に出現するナムコ限定ショップ

また、ナムコ・ナンジャタウンでは、「トレジャーガウスト」をモチーフにした街巡り型の新アトラクション「ガウストパニック」を7月14日にオープンしました。このアトラクションは、「トレジャーガウスト」の最大の特徴である「空間に潜むガウスト（磁幽霊）の探知と捕獲」の楽しさを、園内回遊アトラクションの特性に上手く融合させることで、「トレジャーガウスト」の世界観をよりリアルに体験できるようになっています。



ナンジャタウンの「ガウストパニック」

(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)

「anan監修 女デカラ緊急アップ! DS」を発売 美しくなりたい女性をグループをあげて応援

(株)バンダイナムコゲームス(石川祝男社長)は、人気女性誌「anan」が監修したニンテンドーDS用ソフト「anan監修 女デカラ緊急アップ! DS」を7月26日に発売しました。この作品は“3か月で運命を変える”をテーマに、ボディ&ビューティ、ラブ、メンタル、マナーなど1回約15分のニューを3か月間続け、女性をより美しく輝かせる“女デカラ”を伸ば

すためのトレーニングソフトです。

今回の発売に合わせて、ナムコではスイーツのフードテーマパーク「自由が丘スイーツフォレスト」において、“女デカラアップ”のためのオリジナルスイーツ3種を8月31日までの期間限定で発売するなど、より美しくなりたい女性をグループ挙げて応援しています。なお、同施設では、7月10日に「発売記念スイーツ

パーティ」を開催し、ゲームソフトの紹介やオリジナルスイーツの体験試食会のほか、タレントの叶美香さんをゲストに迎え、“女デカラアップ”に関するトークショーを行いました。



©2007 MAGAZINE HOUSE Co.,Ltd. ©2007 NBGI

「ソウルキャリバー」のシリーズ最新作 全世界で来年発売することが決定

バンダイナムコゲームスは、プレイステーション3とXbox360向けに、人気3D武器



©2007NBGI

格闘アクション「ソウルキャリバーIV」を2008年に全世界(日米欧)で発売することを決定しました。この作品は、伝説の剣“ソウルキャリバー”と“ソウルエッジ”をめぐり、キャラクターたちがさまざまな思いを胸に格闘を繰り広げる「ソウル」シリーズの最新作で、各ゲーム機の性能を最大限に生かし、臨場感溢れる迫力の格闘シーンをHDの高精細な3Dグラフィックスで描いています。「ソウルキャリバー」シリーズは全世界でシリーズ累計940万本以上のセールスを記録し、収録するオープニングムービーがSIGGRAPH(米国コンピュータ学会のコンピュータ・グラフィックス分科)やBAFTA(英国アカデミー賞)で賞を受賞するなど、世界的にも高い評価を得ています。

◆バンダイナムコゲームスの新社屋に社員の家族を招待

バンダイナムコゲームスは7月21日、本社の未来研究所で「第1回ファミリーイベント」を開催しました。これは今年6月に移転が完了した新社屋の披露も兼ねて開催されたもので、日頃の感謝を込めて社員の家族を招待し、製品やイベントを通じて「おもてなし」することで、家族・社員同士の絆を深め、理解と信頼に繋げていくことを目的としています。



イベントの中で特に人気だったのは、書類に決裁印を押してもらうスタンプラリー「しんせいしょ(申請書)ラリー」で、石川祝男社長(写真)の決裁印をもらうために長蛇の列ができました。石川社長は申請内容の一つひとつ丁寧に確認し、イベント特製の「けっさいいん」で捺印。その後は一緒に記念撮影しました。社長室内では、決裁を待ちびっ子よりも、社員である保護者たちの方が緊張している様子でした。

ニンテンドーDS専用ソフト「プロ野球 ファミスタDS」

発売日未定/5,040円 (株)バンダイナムコゲームス

シリーズ累計1,500万本以上のセールスを記録する人気タイトル「ファミスタ」シリーズの最新作です。簡単で直感的に楽しめるシリーズならではの操作性に重点を置いて開発した本作は、シリーズを通して遊んできたお客様がすぐ楽しめるように、ファミコン版と同様、十字キーとA、Bボタンのみの操作で遊べるようにしました。また、親しみやすいキャラクターはそのままに、登録選手の能力を数値化し、デフォルメしたイラストと共に下画面に表示。選手データは2007年のオールスターゲーム直前までの選手データを収録しています。



©2007NBGI

(社)日本野球機構承認
NPB BISプロ野球公式記録使用

ニンテンドーDS専用ソフト 「SDガンダム Gジェネレーション CROSS DRIVE」

発売中/5,040円 (株)バンダイナムコゲームス

歴代「ガンダム」シリーズの作品に登場するキャラクターとモビルスーツが一堂に会し、プレイヤーが戦略的なシミュレーションを楽しめる「SDガンダム Gジェネレーション」シリーズの最新作です。



©創通・サンライズ

©創通・サンライズ・毎日放送

シリーズ最大級のミッション数を誇る今作では、登場キャラクター約500人、モビルスーツ約300体を収録し、シナリオは原作の追体験だけにとどまらず、新たな“if”の世界を紡ぎ出すストーリーになっています。また、当シリーズの醍醐味ともいえるモビルスーツの改造は、今回の作品でも健在。ミッションクリア時や機体を分解することで手に入るパーツを組み合わせ、自分だけのモビルスーツをつくることができます。

「ストレンヂア 無皇刃譚」 9月29日より全国公開

バンダイビジュアル(株) (川城和実社長、東証1部) が製作参加した映画「ストレンヂア 無皇刃譚」が9月29日より全国公開されます。この作品は、「劇場版 鋼の錬金術師 シャンバラを征く者」「交響詩篇エウレカセブン」などを生み出してきたアニメスタジオ・ボンズが贈る最大最強スケールのアクションアニメです。

主演の「名無し」役には、TOKIOのメインボーカルであり、役者としても評価の高い長瀬智也が声優に初挑戦。また謎を秘めた少年“仔太郎”役をジャニーズJr.の知念侑李が、仔太郎を助ける僧“祥庵”役を俳優の竹中直人が務めます。監督は「鋼の錬金術師」で演出を手がけた安藤真裕、音楽は「海猿」「ALWAYS 三丁目の夕日」など数々の映画を手がけてきた佐藤直紀が担当しています。



©BONES/ストレンヂア製作委員会2007

モントリオール世界映画祭の招待作品 「黒帯 KURO-OBI」10月公開

バンダイビジュアルが製作参加し、2007年モントリオール世界映画祭のワールド・コンペティション部門に正式招待された「黒帯 KURO-OBI」が、10月13日より銀座シネパトスほかで順次全国公開されます。

本物の空手有段者たちによる世界初の武道アクション映画「黒帯 KURO-OBI」は、昭和初期の激動の時代を舞台に、一子相伝の継承の証“黒帯”をめぐる3人の男たちの闘いと成長、武道の精神を描いています。異なる流派を代表する空手家が、実試合では見ることのできない闘いを繰り広げます。監督は「闇打つ心臓 Heart,beating in the dark」や、「8月のクリスマス」「死国」など、海外でも評価の高い長崎俊一。脚本は「NIGHT HEAD」「らせん」などで熱狂的なファンを持つ飯田譲治が担当しています。



©2007 KURO-OBI PARTNERS

バンダイチャンネルがiTunes向けに コンテンツの配信サービスを開始

オンデマンド配信を行う(株)バンダイチャンネル(松本悟社長)は、Apple社の音楽プレーヤーソフト「iTunes」向けの新サービスとして、7月3日よりアニメ



ーション楽曲に合わせて新たに映像を再編集した「ANIME MUSIC CLIP」、オープニング・エンディング曲を当時の映像とともに提供する「ANIME OPEN/END」、アニメーションの楽曲を提供する「ANIME MUSIC」の3シリーズの配信を開始しました。

第1弾は、(株)サンライズ(吉井孝幸社長)の機動戦士ガンダムシリーズなどの作品から、「ANIME MUSIC CLIP」向けに5作品・5曲、「ANIME OPEN/END」向けに10作品・20曲を導入し、年内に100タイトルに拡充します。さらに「ANIME MUSIC」として200曲以上を順次配信します。今後は、バンダイナムコグループ以外の作品にもラインナップを拡大し、コンテンツのバリエーションを充実させていきます。

©サンライズ ©サンライズ・R ©サンライズ・バンダイビジュアル ©創通・サンライズ
©創通・サンライズ・毎日放送 ©モーニングスター・サンライズ/集英社・創通
©吉崎観音/角川書店・サンライズ・テレビ東京・NAS

DVD「電腦コイル」

9月25日発売予定/限定版:6,510円、通常版:2,940円
バンダイビジュアル(株)

ジブリ作品や「新世紀エヴァンゲリオン」で才能を発揮してきた鬼才・磯光雄が、初めて原作・脚本・監督を務める少年少女冒険活劇。NHK教育テレビで5月より好評放送中のこの「電腦コイル」のDVDを、限定版(初回限定生産)と通常版で発売します。限定版はオリジナル音声を5.1chの仕様で収録。また封入特典として第1話・第2話の絵コンテ集(約380ページ)、16ページのブックレット、キャスト対談などを収録した特典ディスクが付属します。



©磯光雄/徳間書店・電腦コイル製作委員会

DVD「新機動戦記ガンダムW メモリアルボックス版Part I」

発売中/37,800円 バンダイビジュアル(株)

テレビ放送以降、続編OVAや劇場版も制作された“平成ガンダム”の大ヒットシリーズ「新機動戦記ガンダムW」をHDリマスター化(原盤を高解像度に焼き直すこと)し、初回限定生産のメモリアルボックス版で発売します。主人公から敵方まで個性の強いキャラクターたちが、女性ファンをも熱狂させた話題作です。監督の池田成、キャラクターデザインの村瀬修功など、現在のアニメ界をリードするスタッフが参加。メモリアルボックス版Part Iは9月25日、Part IIは10月26日発売予定です。



©創通・サンライズ

(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)

子供達の夢を応援するネット利用のクイズ大会「全国小学生ミラクルクイズ」を開催

バンダイネットワークス(株) (大下聡社長、JASDAQ) は、インターネットとリアルイベントを融合した子供向けクイズ大会「全国小学生ミラクルクイズ」を7月18日より開催しました。これは3人1組によるチーム対抗戦のクイズ大会で、“子供達の夢応援!”を目的としています。日本テレビのインターネット・テレビ放送「第2日本テレビ」と、小学館の学年別雑誌サイト「ネットくん」が特別協力しているほか、バンダイナムコグループをはじめ、大会の趣旨に賛同した協賛企業各社からの支援を受けて実施されました。

予選大会は、インターネットを利用して8月12日まで行われ、12チームが8月24日に東京で開催される決勝大会に進出し、新宿、池袋、浅草、水道橋といった都内の名所を横断するクイズ大会に挑みました。日本テレビの「GO! SHIODOME ジャンボリー」のイベント内で行われる決勝戦に進めるのは2チーム。優勝チームには、クイズ参加時に投稿した「叶えたい夢」を応援する総額100万円相当の「夢応援!プラン」がプレゼントされました。

今秋には第2回大会を予定しており、小学生の夢を叶えるクイズ大会として定着させていきたいと考えています。



「全国小学生ミラクルクイズ」公式ロゴ
*公式HP: <http://www.miracleq.com>

ウルトラセブン誕生40周年記念ワインセット

受注受付/9,800円
予約受注期間9月30日まで
*受注数が777個になり次第、受注終了
バンダイネットワークス(株)

今年で誕生40周年を迎えるテレビ番組「ウルトラセブン」の誕生40周年を記念



©1967 円谷プロ

したワインセットを、ウルトラセブン(モロボシ・ダン役)を演じた森次晃嗣氏と共同で企画開発。森次氏が選定した赤ワイン1本と記念ワイングラス1個、さらに森次氏直筆のウルトラセブンの似顔絵とサインのスペシャルカードをセットにしました。777個の完全受注生産品で、バンダイネットワークが運営する「LaLaBit Market」で9月30日まで受注受付しています。

Portrait

玩具「トレジャーガウスト」シリーズの企画開発担当者

(株)バンダイ ポーイズトイ事業部 キャラクターホビーチーム 中西 謙 悟

2005年10月に発売を開始した「トレジャーガウスト」が、小学生男児を中心に人気となり、累計43万個を販売しました。今年7月には(株)バンダイナムコゲームスからゲームソフトが発売されたほか、ナムコ・ナンジャタウンでアトラクションが開設されるなどシナジー効果も発揮しています。

今回は企画開発担当である(株)バンダイ・ポーイズトイ事業部の中西謙悟に、好調の要因と今後の戦略を聞きました。

Q 「トレジャーガウスト」とは?

A 身の回りに存在するが目には見えない“ガウスト(磁幽霊)”を探知・捕獲できる玩具です。「トレジャーガウスト」の本体中央に設けられた液晶に映ったガウストを、磁力センサーで追いかけて釣りやガンシューティングにより捕獲します。また、捕獲したガウストはえさを与え、バトルをすることで成長し、友達同士で捕獲したガウストを対決させることもできます。

Q ヒットした要因は?

A ガウストを本当に現実世界で探知・捕獲できる感覚の遊びの斬新さや、実際に自分の身体をアクティブに使うところが受け入

れられたようです。また、商品の魅力を感じていただき、雑誌やテレビでの露出などのプロモーションを運動してできたことも大きいですね。

Q 発売から2年近く経ちますが、ますます人気ですね?

A これまでバージョンを変えて3タイプ発売しましたが、実空間でのハンティングのアクティブ性を大事にしています。その上で捕獲の仕方を変え拡張性を持たせたり、ガウストの種類を増やしてコレクション性を持たせています。既存のユーザーに満足していただける奥深さと、新しいユーザーが簡単に楽しめるわかりやすさの両面を持つことでユーザーを広く獲得してきたことが、長くヒットしている理由だと思います。

Q 他のSBU(戦略ビジネスユニット)でもさまざまな展開をしていますね?

A 7月にバンダイナムコゲームスからニンテンドーDS用ソフト「ガウストダイバー」が発売されました。玩具は探知・捕獲、ゲームソフトはガウスト同士のバトルなど、それぞれの特徴をうまく生かした展開ができています。もちろん玩具とゲームが連動する

仕掛けも用意しています。またナムコ・ナンジャタウンで「トレジャーガウスト」の世界観が楽しめる街巡り型のアトラクション「ガウストパニック」を開設した



2005年バンダイ入社。同年12月よりトレジャーガウスト企画開発担当。

ほか、ナムコが全国に展開するアミューズメント施設とDSソフトが連動した企画を展開するなど、グループ横断での取り組みとなっています。

Q 今後の目標は?

A 既存ファンに飽きられないよう常に新しい遊びを取り入れ、新たなユーザーがいつでも入れるような遊びを追求していきたいです。さらにファン層の幅を広げ、息の長い商品にしていくためにも、他のSBUとのシナジーが不可欠ですね。私自身の目標としては、自分と同世代をターゲットとしたこれまでにない全く新しい概念の企画を作り出していきたいと考えています。

■ ヒット作・収益ともにNO.1を維持し 世界トップのアニメ製作会社を目指す

ガンダムシリーズの最新作「機動戦士ガンダム00^{ダブルオー}」が、いよいよ10月より放送がスタートします。今回はそのガンダムをはじめ、多くのヒット作を送り出している(株)サンライズの吉井孝幸社長に、映像製作におけるこだわりや将来のビジョンなどについて聞きました。



ガンダムシリーズの最新作「機動戦士ガンダム00」
©創通・サンライズ・毎日放送

— サンライズの特徴は何ですか？

吉井 当社は、アニメーションを中心に製作する映像分野の総合コンテンツ開発企業です。当社が手がけた作品がテレビなどでメディア展開され、バンダイナムコグループの各社が玩具やゲーム、パッケージソフトなど、さまざまな形で商品化しています。当社の特徴は、作品を量産する力とクオリティの高い製作能力を兼ね備えていることで、高収益力を保っています。

— 映像製作におけるこだわりは？

吉井 アニメーション業界では、多くの会社がコミックや小説などの原作をもとに映像化しており、原作を自社で企画開発できるノウハウを持つ会社は決して多くありません。これに対して当社は、自分たちの夢や思考を表現したオリジナルの原作にこだわっており、そうした作品やキャラクター、デザインなどの企画開発力が大きな強みとなっています。また、作品づくりの面では、監督やプロデューサーなど、作り手の顔が

見える作品づくりを強く意識しています。

— アニメーション業界の現状は？

吉井 作品数が深夜の時間帯を中心に年々増加しています。これは衛星放送の普及などでチャンネル数が増えたことや、製作技術の進歩によりコンテンツの有用性が向上し、製作資金が調達しやすくなってきたことが大きな要因となっています。もう一つの傾向は、大人をターゲットにした作品が多くなってきたことです。アニメのファン層が従来の子供から大人層にも拡大していることはいくことなのですが、コアな大人層向けの作品に偏りすぎると、全体のバランスを欠き、子供たちにとって魅力のあるアニメーションが減ってしまうのではないかと懸念されます。

— そんな中でサンライズの優位性はどこにあると思いますか？

吉井 第一にオリジナル作品を生み出す力。第二に「ガンダム」をはじめとしたキラーコンテンツを保有していることでしょうか。前作の「機動

戦士ガンダムSEED」シリーズでは、女性や若年層のファンを新たに獲得し、ガンダム史上最大のヒットを記録しました。こうしたガンダムのヒットが、SFロボットアニメに強いという当社のブランドを確立したと言えます。現在、当社のオリジナルコンテンツは、業界トップの227作品、時間数にして1,802時間相当（2007年2月末現在）に達し、当社の財産となっています。

— デジタル技術の進歩には、どのように対応していますか？

吉井 クリエーターが表現したいものを実現させてあげるため、映像技術に関しては常に最先端のものを確保するようにしています。これは、クリエイターにはさまざまな選択肢を用意してあげるという当社のポリシーによるもので、今後も製作環境の整備にはこだわっていくつもりです。もちろん、最高の技術や道具があっても、良い作品が生まれるとは限りません。スタッフには、「悪い物語を良い作品に変えるテクノロジーはない」と、企画開発力の重要性を説いています。

— いよいよガンダムシリーズの最新作が放送されますね？

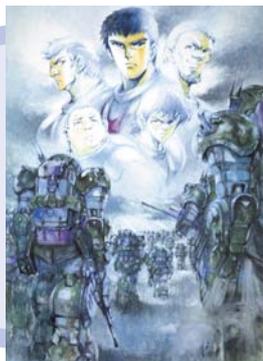
吉井 テレビシリーズでは12作目となる「機動戦士ガンダム00」が、10月からMBS・TBS系列（毎週土曜日18:00～）で放送されます。予告編をインターネットで公開したところ多くのファンが殺到し、改めて期待

サンライズの映像作品例



コードギアス
反逆のルルーシュ

©SUNRISE/PROJECT GEASS・MBS Character Design ©2006 CLAMP ©サンライズ



装甲騎兵ボトムズ
パールゼン・ファイルズ



超劇場版 ケロロ軍曹3

©2008 吉崎観音/角川書店、角川映画、サンライズ、テレビ東京、NAS

の高さを感じています。ガンダムは戦争を舞台にしながら反戦や非戦を問いかけていること、主人公である若者たちの生き様や青春群像を描くことなど、非常に多くのテーマを内包しています。また、登場するモビルスーツ（ロボット）のデザインや描写も、先進的な表現を見せなければなりません。そうした中でも我々が最も大切にしていることは、人間ドラマを丹念に描くということです。今回の作品では、今の若者の希薄な人間関係に焦点をあて、自分と他者との関わりやコミュニケーションを掘り下げています。

ガンダム以外にも 有力コンテンツを多数保有

——“ポストガンダム”については？

吉井 ガンダムが偉大すぎて(笑)、その陰に隠れています。多くの作品が健闘しています。最近では、SFロボットアニメ「コードギアス 反逆のルルーシュ」が、深夜の放送にも関わらず視聴率が高く、パッケージソフトの販売も好調で、続編を製作することになりました。原作のある作品では、「ケロロ軍曹」「銀魂」などが好評です。日清カップヌードルのCFで話題を集めた「FREEDOM」や「恐竜キング」も高い評価を受けています。また、10月に発売予定のオリジナルビデオアニメ「装甲騎兵ボトムズ ペールゼン・ファイルズ」も期待しています。これは1983年に製作した「装甲騎兵ボトムズ」の完全新作シリーズで、根強いファンか

ら注目を集めています。ガンダムという強い横綱が目立っているので、“ポストガンダム”と言われますが、大関や関脇クラスの作品も多く、それを手がける優秀なクリエイターも着実に育っていますので、私はバランス良く展開できていると思います。

——グループ内の各SBU（戦略ビジネスユニット）とのシナジーは？

吉井 当社が属する映像音楽コンテンツSBUでは、パッケージソフトの販売でバンダイビジュアルと良いパートナーシップが組んでいますし、映像配信を行っているバンダイチャンネルにも積極的にコンテンツを供給しています。また、トイホビーやゲームコンテンツなど他のSBUとも、作品と連動した商品の提供を戦略的に行っています。当社は映像作品の開発というコンテンツ戦略の川上にいますので、優良なコンテンツを輩出することが、結果的にグループの活性化に繋がると考えています。

——海外での作品の評価は？

吉井 欧米は日本と放送コードや嗜好が違うこともあって、日本で高い評価を受けた作品が必ずしも受け入れられるとは限りません。一方、文化や価値観の近いアジアでは、日本でヒットした作品がそのまま人気となっています。世界に目を向けると、才能のあるクリエイターがたくさんいます。そうした海外のクリエイターとも手を組みながら、新しいオリジナル映像の製作に取り組んでいきたいと考えています。

——今後の抱負を聞かせてください。



吉井孝幸社長のプロフィール

<経歴> 1951年3月6日生 山口県出身
75年3月 京都産業大学経済学部卒業
77年8月 (株)日本サンライズ(現・(株)サンライズ)入社
87年6月 取締役役に就任
94年4月 専務取締役役に就任
95年4月 代表取締役役に就任

吉井 コンテンツ開発企業の大半は、時の経過とともに製作会社から管理・運用会社に変貌する宿命を負っており、「無から有を生み出す」ことを継続することは世界的に見ても長く険しい道程です。我々は常に「創作意欲」を「創作の活力」に昇華させ、新しい価値の創造に傾注し、先鋭的・独創的な世界No.1コンテンツプロダクションを目指して参ります。引き続き良質なコンテンツを企画開発し、ヒット作数と収益力の両面でNo.1を維持していくつもりです。これからも当社のコンテンツにご期待ください。

編集後記

本紙をお届けしております当社株主の皆様には、今回のBANDAINAMCO NEWSと一緒にアンケート用紙を同封いたしました。今後の情報開示や発信などの活動の参考とさせていただきますと考えておりますので、お手数ではありますが、ご協力いただけますと大変幸いに存じます。

本紙でもお伝えしましたように、2007年10月よりガンダムシリーズ12作品目となる新作アニメーション「機動戦士ガンダム00」の放映がスタートします。これに先駆け夏休み期間中には、バンダイナムコグループ主催の「ガンダムEXPO東京2007」(8月11～16日 会場：池袋サンシャインシティ)の開催など、イベントや情報発信によりガンダムの世界観の盛り上げを図りました。今後はグ

ループを横断した商品展開を行っていく予定です。

夏季商戦が終わると、いよいよ年末年始商戦に向けた動きが本格化します。商戦での結果や、ユーザーの皆様からいただいたご意見を生かし、グループ一丸となり取り組んでまいりますので、今後もよろしく願い申し上げます。

(経営管理部 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)

「^{むげん}∞ プチプチ」

9月下旬発売予定/各819円(全5色) (株)バンダイ

「プチプチ」(通称:エアパッキン)は、川上産業(株)(本社:愛知県名古屋市中村区、川上肇社長)の商標登録品で、ポリエチレン製の無数の気泡をシート状にし、壊れやすいものを包む緩衝材として使われています。このようにプチプチの本来の使用法は緩衝材ですが、その一方で、この気泡を指でつぶしたときの「プチッ」という感触が心地よいとして、病みつきになるという側面もよく知られています。

(株)バンダイが発売する「^{むげん}∞ プチプチ」は、プチプチをつぶした感覚を本物そっくりに再現したキーチェーン玩具で、川上産業の協力を得て開発されました。シリコンラバーの2重構造を用いた表面の気泡の粒

を指で押すと、プチプチとはじける感触と本物の音を録音し作成した効果音が出力され、本物のプチプチをつぶしているかのような感覚が楽しめます。

ずっとプチプチしていてもくならない安心感に加え、本体サイズが約4cm四方、重さ25gという小型軽量のため、どこでも手軽にプチプチが楽しめます。また約1万個に1個の割合でハート型の粒が含まれるというプチプチの遊び心を取り入れ、100回に1回の割合で「プチッ」という音以外に、「おなら」「セクシーボイス」「ドアのチャイム」「犬の鳴き声」など7種の効果音が聞けるよう



©BANDAI 2007

なっています。

バンダイでは、20代~30代の男女を中心に、子供から大人まで幅広い世代をターゲットにして、雑貨店、百貨店、専門店の玩具売場や玩具専門店などで販売。2008年3月までに100万個の販売を計画しています。

業務用ゲーム機「湾岸ミッドナイト MAXIMUM TUNE 3」

稼働中 (株)バンダイナムコゲームス

(株)バンダイナムコゲームスから、このほどアーケード用レースゲーム「湾岸ミッドナイト MAXIMUM TUNE 3」が発売されました。本作は、「週刊ヤングマガジン」(講談社刊)で好評連載中の「湾岸ミッドナイト」(楠みちはる作)のアーケードゲームシリーズ第3弾で、「分身対戦モード」を新たに追加。このモードを一度プレイすると、プレイヤーの運転の腕前や癖などの特徴を自動的に記録し、分身データとして登録します。そのデータを読み出して“分身”として対戦するため、あたかも隣に對戦相手がいるかのような臨場感のあるプレイを楽しむことができます。「分身対戦モード」では、勝敗結果に応じて獲得できる

「ドレスアップパーツ」で、“愛車”をプレイヤー好みにカスタマイズすることもでき、趣味や嗜好を凝らしてビジュアルでも個性を発揮できます。

湾岸ミッドナイトの世界を体験できるストーリーモードでは、ストーリーの演出を刷新し、より忠実に原作の世界観を再現。また友達同士で対戦できる「乱入対戦モード」では、コース分岐点で1位のプレイヤーが進行方向を決められる「自由分岐システム」を追加し、100種類以上のコース設定が可能になりました。コースごとの特徴と車の相性を考慮して分岐ポイントを選択するといった、より戦略的なプレイを楽しむことができます。



©Michiharu Kusunoki/Kodansha Ltd. All rights reserved. ©2003-2007 NAMCO BANDAI GAMES Inc.

映画「恋するマドリ」

公開中 バンダイビジュアル(株)

バンダイビジュアル(株)が製作に参加している映画「恋するマドリ」が、8月18日より渋谷シネクイントほかにて全国で順次公開されています。

「恋するマドリ」は、つねに人が移動し続ける街・東京で暮らす男女3人が、「引っ越し」をきっかけに“あるかもしれない”偶然を重ねて出会い、やがて心を通わせていくことで新たな自分を見つけるという、切なくも爽やかなラブストーリーです。

主人公には、ドラマやCMなどで人気急上昇中の新垣結衣が“ユイ”役で映画初主演を果たします。また、日本映画には欠かせない存在となってきた松田龍平や、「バベル」で米アカデミー助演女優賞に日

本人として49年ぶりにノミネートされた菊地凜子など、豪華な出演陣が揃っています。監督は、自ら女優経験もあり、CM、CDドラマなど手がけ、本作が長編デビュー作となる大九明子監督が脚本も手がけています。撮影は「誰も知らない」「花よりもなほ」の山崎裕。音楽は独自の世界観で圧倒的な支持を受けているスネオヘアーが担当しています。

「恋するマドリ」は、カジュアルスタイルリッシュな家具やインテリア雑貨が若い女性を中心に大人気のFrancfrancの15周年記念作品として企画され、映画の中に登場する家具や雑貨も見所の一つとなっています。

©「恋するマドリ」パートナーズ

