

# ENTERTAINMENT UNIT

## エンターテインメントユニット

ユニット中期ビジョン

### Connect with Fans

ユニット重点戦略

- ・大規模な長期的投資×短期サイクルでのスピード投資
- ・IP価値最大化思考



NAO UDAGAWA

宇田川 南欧  
株式会社バンダイナムコホールディングス  
取締役（非常勤）  
エンターテインメントユニット デジタル事業担当  
株式会社バンダイナムコエンターテインメント  
代表取締役社長

#### IPを軸にデジタルとフィジカルの両面で ファンとより強くつながる

エンターテインメントユニットでは、グループ全体と同じ「Connect with Fans」を中期ビジョンに掲げ、IPを軸にデジタルとフィジカルの両面で、ファンとより強くつながることを目指しています。

重点戦略として、「大規模な長期的投資×短期サイクルでのスピード投資」を推進しており、デジタル事業とトイホビー事業、それぞれのビジネスモデルの特徴を活かした投資サイクルでの成長をはかりながら、事業間の連携をさらに深めていきます。

また、IPそのものの価値を最大化することが、事業の成長・拡大に直結します。重点戦略「IP価値最大化思考」のもと、特にグループを横断してワールドワイド展開しているIPについては、外部パートナーとも協業し、IP価値最大化につなげていきます。

#### デジタル事業： 開発体制の立て直しと強化をはかることで、長く深く遊べる良質なコンテンツをお届けしていきます

デジタル事業では、2つの基本方針として「長く深く遊べる良質なコンテンツ」と「多彩なエンターテインメント」のもと、ファンの皆様の期待を超える、ワールドワイドに通用する高品質なゲームや、様々なエンターテインメントを届けていきます。

2024年3月期は、「鉄拳8」などワールドワイド向けタイトルがヒットしましたが、家庭用ゲーム全体では「ELDEN RING」のリピート販売が貢献した前期とのプロダクトミックスの違いが業績に影響しました。また、新作オンラインゲームなどに関わる評価損、タイトル編成の見直しによるタイトルの開発中止に伴う処分損の計上などで大幅な減益となりました。中期計画最終年度は、中長期での成長につなげるべく、体制の立て直しをはかる1年と位置付けています（特集P.50も併せてご覧ください）。

世界のゲーム市場は今後も成長が持続すると考えていますが、ゲーム開発は大規模化が進み、開発期間も長期化しており、環境の変化に適応するための体制強化が必要です。優先すべきはタイトルポートフォリオを定め、デジタル事業全体として“何をつくるべきか”的確化です。そのうえで、開発中のタイトルも含めて着実につくりきる力、そしてタイトルを長く売り、伸ばす力の強化に注力します。この新たな開発体制の構築による効果の発揮には、一定期間が必要ですが、すでに開発中のタイトルについてはスピード感を持って施策を実施していきます。さらに発売したタイトルをファンに長く深く遊んでいただくためのマーケティング・販売力の強化を目指し、日本と北米の連携で全世界マーケティング

を統括し、各地域のニーズに沿った施策とリソースの投下を戦略的に検討していきます。

私たちにとって、IPそのものの価値を最大化することが事業の成長・拡大に直結します。グループ各社の強みを掛け合わせ、デジタルとフィジカルの両面で、バンダイナムコにしか実現できない、世界中のファンがつながる、まだ誰も体験したことのない新しい世界をファンとともに追求していきます。

#### トイホビー事業： 各地域やターゲットに合わせたIPを軸にした戦略を実行し、多くのファンに商品をお届けしていきます

トイホビー事業では、IPを軸に幅広い商品カテゴリーを展開しており、主力定番IPの強化やスピード一かつタイムリーな商品展開が奏功し、2024年3月期は過去最高業績を更新しました。

重点戦略である「ワールドワイドIPの商品・サービス展開」については、世界的に人気が高まっている日本発IPの高いポテンシャルを背景に、引き続き、ガンダムなどの主力定番IPの商品展開を加速し、ファン層の拡大をはかっていきます。

トイホビー事業では将来的に海外売上高比率50%を目指しており、グループ全体戦略と同様に北米・中国事業の強化に取り組んでいます。これまで海外展開については、各エリア特性に合わせ、カテゴリーの強みを活かして拡大してきました。IPを軸にした豊富なカテゴリーで展開する、バンダイナムコならではの優位性を明確に打ち出することで、独自の強みを発揮することができると考えています。

このほか、「デジタル・ダイレクトマーケティング世界展開」を推進しており、グループ公式通販サイト「プレミアムバンダイ」は、2023年に国内会員数555万人を突破し、海外の会員数も順調に拡大しています。今後もエリア特性に合わせたきめ細かなマーケティングにより、幅広くファンに商品をお届けしていきます。

エンターテインメントユニット内の連携にも、より戦略的に投資していきます。大規模長期投資のデジタル事業、短期サイクルでスピード投資のトイホビー事業と、それぞれのビジネスの利点を活かした異なる投資サイクルで連携し、エンターテインメントユニット一丸となって、IP価値の最大化を目指します。

また、次期中期計画での成長を見据えた大型投資として、より安定的なプラモデルの生産体制を構築することを目的に、バンダイホビーセンターの新工場を建設中です（特集P.51も併せてご覧ください）。

中期計画最終年度においても、各地域やターゲットに合わせたIPを軸にした戦略を実行し、全世界に向けてより多くのファンに私たちの商品・サービスをお届けしていきます。



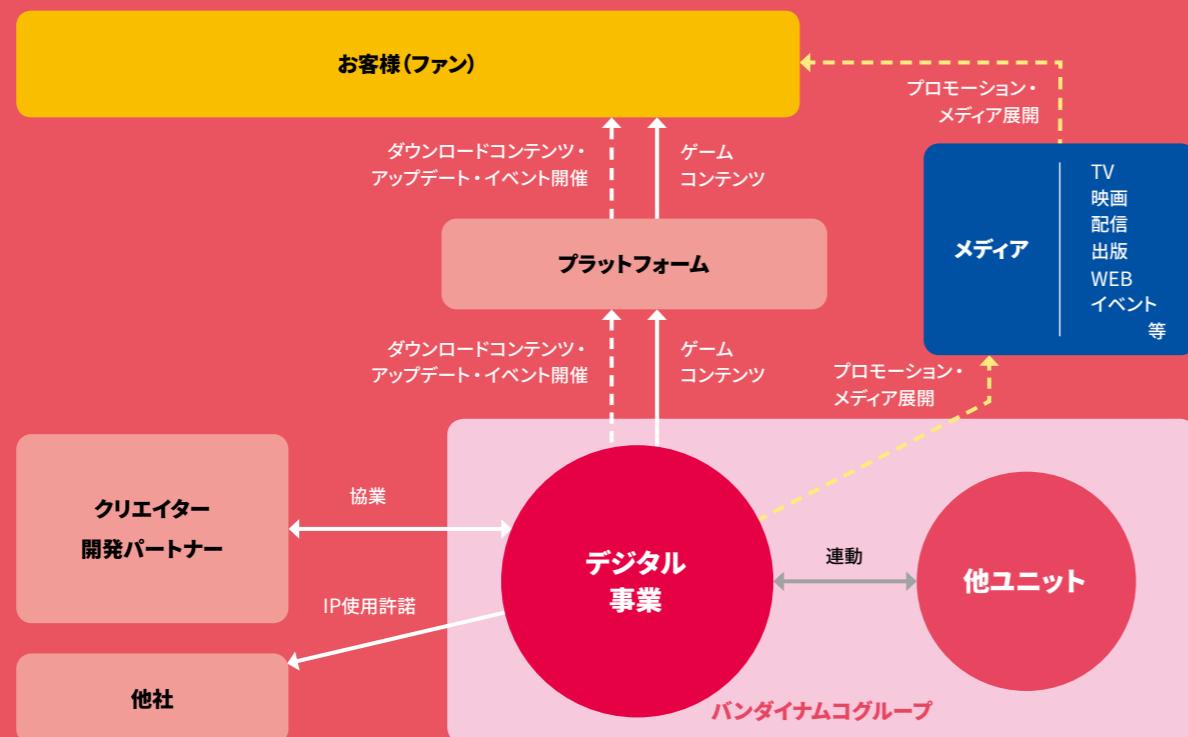
KAZUHIRO TAKENAKA

竹中 一博  
株式会社バンダイナムコホールディングス  
取締役（非常勤）  
エンターテインメントユニット トイホビー事業担当  
株式会社バンダイ  
代表取締役社長

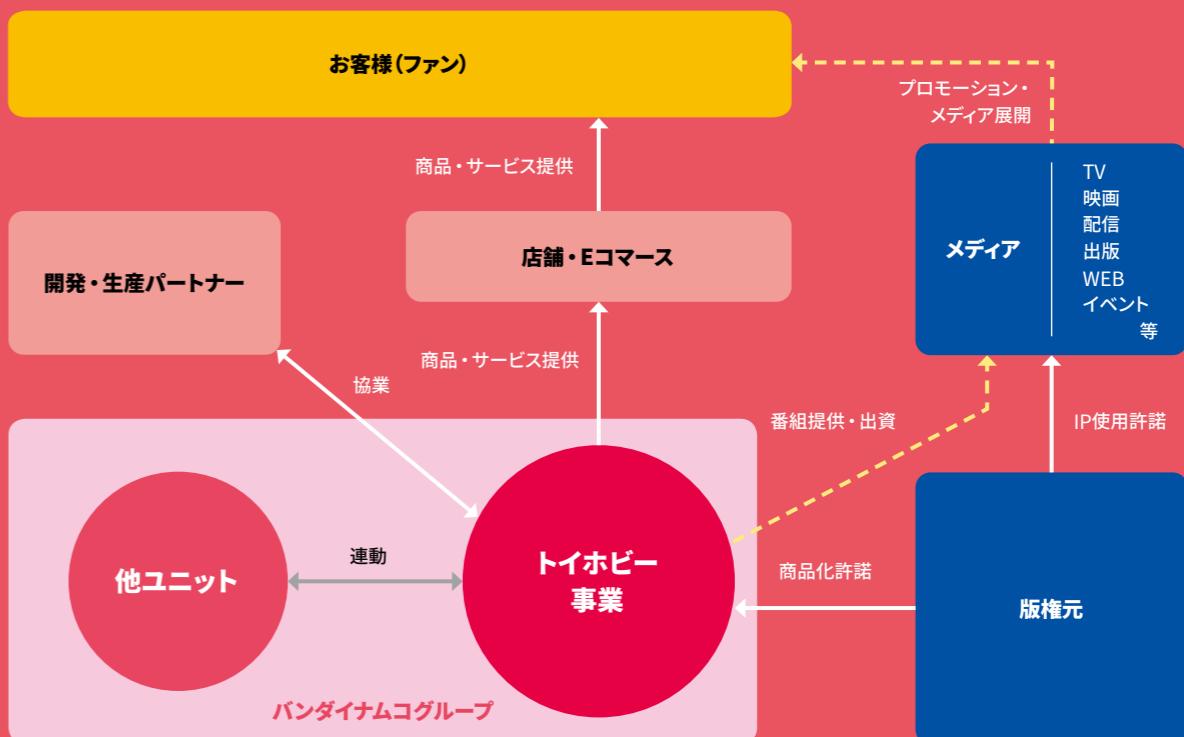
# ENTERTAINMENT UNIT

エンターテインメントユニット

## デジタル事業におけるビジネスモデルの一例(自社IPを活用する場合)



## トイホビー事業におけるビジネスモデルの一例(他社IPを活用する場合)



## デジタル事業重点戦略

- ワールドワイドタイトル編成、大規模開発の推進
- 海外現地発コンテンツ強化
- メタバース構想の実現

## 2024年3月期業績関連データ



## 2025年3月期計数目標

売上高	3,700 億円
セグメント利益	300 億円

注: 2024年5月時点の業績予想を記載

## トイホビー事業重点戦略

- ワールドワイドIPの商品・サービス展開
- 北米・中国事業強化
- デジタル・ダイレクトマーケティング世界展開

## 2024年3月期業績関連データ



## 2025年3月期計数目標

売上高	5,300 億円
セグメント利益	800 億円
「ウルトラマン」 シリーズ	83 億円
「スーパー戦隊」 シリーズ	54 億円
「ポケモン」	119 億円
「仮面ライダー」 シリーズ	234 億円
「DRAGON BALL」 シリーズ	230 億円
「ONE PIECE」	603 億円

注: 2024年5月時点の業績予想を記載