

バンダイナムコグループの 価値創造プロセス

バンダイナムコグループを
取り巻く環境・課題

グローバル市場に
おける
日本IP人気拡大

顧客の
ライフスタイル・
嗜好の変化

グローバル規模
での競争激化

少子化に伴う
国内市場の縮小

流通・メディア環
境の変化、プラット
フォームの多様化
や技術進化

デジタルコンテンツ
開発期間の長期化
と投資額の上昇

特定のIP・事業・
地域への依存

国内を含む
グローバルでの
人材の確保と定着

気候変動・
環境変化への
対応

災害・疫病・テロ
などの脅威

Bandai Namco's Purpose: Fun for All into the Future

INPUT (重要な経営資源)

多様な人材	挑戦する企業風土	企画・開発力	外部とのオープンな パートナーシップ
連結従業員数 11,159人 (2024年3月末時点)	IP軸戦略強化に向けた戦略投資 3年間で 400億円 (2022年4月～2025年3月)	年間取扱IP数 400以上	
技術力	販売・マーケティング力	安定した財務基盤	
ゲームコンテンツ開発投資 793億円 (2024年3月期)	広告宣伝費 645億円 (2024年3月期)	自己資本比率 72.0% (2024年3月期)	
知的財産	多彩な事業領域	商品点数	
特許保有件数 2,084件 (2024年3月末時点 日本国内のみ)	IPの魅力を活かした商品・サービス 18以上 の事業領域	年間取扱商品点数 20,000点以上	

中期計画の推進

Connect with Fans

重点戦略

IP軸戦略 IP×Fan (IPでファンとつながる) IP×Value (IPの価値を磨く) IP×World (IPで世界とつながる)	人材戦略 多様な人材の育成	サステナビリティ 笑顔を未来へつなぐ マテリアリティ	・地球環境との共生 ・適正な商品・サービスの提供 ・知的財産の適切な活用と保護 ・尊重しあえる職場環境の実現 ・コミュニティとの共生
--	-------------------------	---	--

ビジネスモデル (IP軸戦略)



世界中のファンとともに未来をつくる

バンダイナムコグループは、グループを取り巻く課題に対し、「パーパス“Fun for All into the Future”」のもと独自の経営資源を融合することで、グループ最大の強みでありビジネスモデルでもある「IP軸戦略」をワールドワイドに展開し、IPの魅力を活かした商品・サービスを提供しています。さらにその商品・サービスを通じて、サステナブルな社会の実現に向けた責任を果たすとともに、中長期における持続的な成長を実現して、ステークホルダーの皆様の期待にお応えしています。バンダイナムコグループはエンターテインメントが生み出す心の豊かさで、人と人、人と社会、人と世界がつながる未来をあらゆるステークホルダーとともに創ります。

OUTCOME (成果)

創造する価値

バンダイナムコグループは
エンターテインメントが生み出す心の豊かさで、
人と人、人と社会、人と世界がつながる未来を
あらゆるステークホルダーとともに創ります。



価値創造プロセス