



2022年2月8日

各位

会社名 株式会社バンダイナムコホールディングス
代表者名 代表取締役社長 川口勝
(コード番号 7832 東証第一部)
問合せ先 取締役 経営企画本部長 浅古有寿
(TEL: 03-6634-8800)

バンダイナムコグループ中期計画 (2022年4月～2025年3月)

IPファン、パートナー、社員、社会などあらゆるステークホルダーと
深く、広く、複雑につながり、つながり方の質を追求する

- 【1】新中期計画に向けて
- 【2】「パーパス」の制定と新ロゴマークの導入について
- 【3】「パーパス」のもと目指す姿
- 【4】中期ビジョン
- 【5】重点戦略と投資計画
- 【6】中期計画を推進する体制
- 【7】計数目標、株主還元施策

参考資料 各ユニットの中期ビジョン、重点戦略

【1】新中期計画に向けて

2018年4月よりスタートした3年間の前中期計画では、中期ビジョン「CHANGE for the NEXT 挑戦・成長・進化」のもと、IP軸戦略の強化を目的に重点戦略を推進しました。当初、2021年4月より新中期計画をスタートする予定でしたが、新型コロナウイルス感染拡大による急激な環境変化を踏まえ、新しい時代における新しい戦略を策定することが必要と判断し、スタートを2022年4月に1年延期しました。2021年4月からの1年間は、新中期計画に向け、戦略を推進するための事業基盤や組織体制を整備する期間と位置づけ、新しい時代における戦略の検討、組織再編や事業間の連携強化のための様々な取り組みを推進しました。

【2】「パーパス」の制定と新ロゴマークの導入について

1. 「パーパス」の制定

エンターテインメント市場をとりまく環境は大きく変化し、グローバル市場での競争が激化するとともに、ファンの嗜好やライフスタイルが多様化しています。このような環境の中、バンダイナムコグループでは、IP軸戦略のもと、各事業の個性を活かしながら、ALL BANDAI NAMCOの一体感と総合力を高め、グループブランド価値を向上させることが必要と考えました。

そこで、2022年4月より、“社会における存在意義”や“なぜその事業や企業活動を行うのか”“私たちがバンダイナムコで働く意味”を表す「パーパス」をグループの最上位概念とすることとしました。「パーパス」制定にあたっては、社外企業イメージ調査、全社員へのアンケート調査、各地域の社員ディスカッションからあがった要素をもとに議論を重ねて決定しました。

「パーパス」の中で特に重要な要素が“つながる”“ともに創る”で、バンダイナムコがファンとつながり、ともに創った結果が「Fun for All into the Future」であり、それは「世界中の人々に楽しさと感動を届け、未来に向かって笑顔と幸せを追求していく」という意味となります。

<Bandai Namco's Purpose>

Fun for All into the Future

もっと広く。もっと深く。

「夢・遊び・感動」を。

うれしい。たのしい。泣ける。勇気をもらおう。

誰かに伝えたい。誰かに会いたくなる。

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。

そんな未来を、バンダイナムコは世界中のすべての人とともに創ります。

2. 新ロゴマークの導入

2022年4月より、「パーパス」にこめた思いを表現した新ロゴマークを導入します。社名にバンダイナムコを冠する会社は全てこのロゴマークを使用するほか、バンダイナムコを社名に冠する、冠さないにかかわらず、原則的に全ての商品・サービスに新ロゴマークを表記します。これにより、商品・サービスやレーベルが持つ価値を新ロゴマークに集積するとともに、グループの一体感と総合力を強く訴求し、グローバル市場におけるブランド価値の向上を目指します。

<新ロゴマーク>



※新ロゴマークのコンセプト

世界中の人々が「夢・遊び・感動」でつながり、驚きのアイデアが飛び交うブランドの可能性を、「吹き出し」を想起させるモチーフ（FUKIDASHI フレーム）に Bandai Namco のロゴタイプを入れ込んだデザインで表現しました。日本から世界に発信されていった、マンガ文化を象徴する「吹き出し」をロゴマークに取り入れることで、世界中のファンとコミュニケーションし、つながりながら Bandai Namco のエンターテインメントを創り上げていくことを意図しています。

モチーフのカラーは、全世界の社員へのアンケートを通して「グループが目指すべきイメージ」として多くあがった言葉をもとに、言葉からイメージする色を紐づける学術的なメソッドにより選定された候補から、「情熱的」「楽しい」「アクティブ」「大胆」といった印象を与える鮮やかなレッドを採用しました。

【3】「パーパス」のもと目指す姿

「パーパス」のもと、バンダイナムコグループが目指す姿は、世界中のIPファン、あらゆるパートナー、グループ社員、そして社会とつながる姿です。既存のファンとはより「深く」つながり、新規のファンとはより「広く」つながります。そして、既存ファンと新規ファン、ファンから生まれたコミュニティ同士が「複雑に」つながり合うというファンとのつながりを目指します。様々なファンと、ファン同士がつながるにあたり、1番重視することは、どのようにつながるかというつながり方の質です。新中期計画においても、ファンと深く、広く、複雑につながることを、つながり方の質を重視した様々な戦略や取り組みを推進します。

【4】中期ビジョン

Connect with Fans

「パーパス」のもとバンダイナムコグループが目指す姿に向け、新中期計画では、世界中のIPファン、あらゆるパートナー、グループ社員、そして社会と常に向き合い、深く、広く、複雑につながる存在を目指します。

【5】重点戦略と投資計画

グループ中期計画



1. IP軸戦略

バンダイナムコグループでは、新中期計画においてもグループの強みであるIP軸戦略を核とします。世界中のファンとより深く、広く、複雑につながるための新たな取り組み、IP軸戦略の進化、世界の各地域でALL BANDAI NAMCO で一体となり事業構築に取り組むことで持続的な成長を目指します。

① IP×Fan (IPでファンとつながる) ファンとつながるための新しい仕組み

バンダイナムコがIPを軸に、ファンに寄り添う新しい仕組みとしてIPごとのメタバースを開発します。この「IPメタバース」は、仮想空間の中で、IPを軸に幅広いエンターテインメントを楽しむことができるほか、フィジカルな商品や場とデジタルが融合するバンダイナムコならではの仕組みを想定しており、ファンやパートナーがつながるための場を提供するオープンなものを目指しています。「IPメタバース」によって、バンダイナムコとファンが、さらにはファン同士がコミュニティやコンテンツを通じて長期にわたって深く、広く、複雑につながる関係を構築し、つながり方の質を追求します。これにより中長期的にIP価値の最大化に取り組めます。開発に向けては、ファンに様々な情報を提供するためのIP情報の集約、フィジカルとデジタルを融合したバンダイナムコならではのコンテンツ開発、ファンやパートナーがつながるための場となるコミュニティの構築を推進します。

② IP×Value (IPの価値を磨く) IP軸戦略の進化

幅広い商品・サービスの出口、フィジカルとデジタルの双方で連携できる強みを生かし、IPファンやIPそのものにとって最適なIP軸戦略とは何かの再定義を行い、IP軸戦略の進化を目指します。

■ IP創出強化

IPプロデュースユニット内の再編を行い、映像、音楽・ライブイベントに関するノウハウを集約し統合することで、IP創出とプロデュース力をさらに強化します。また、IP創出のための戦略投資も行い、商品・サービス発の創出に加え、グループ横断の取り組みによる創出、バンダイナムココンテンツファンドによる創出、外部パートナーとの取り組みによる創出などあらゆる方向からIP創出に取り組み、グループの事業を通じて育成をはかります。

■ 事業軸から、IP軸でIP価値最大化に取り組む

商品・サービスの幅広い出口でIPを活用し事業の最大化を目指す事業軸の考えに加え、IP自体の価値最大化を目的にIP軸に軸足を置いたIPプラットフォーム思考で取り組みを行います。ゲームやメタバースなどのデジタル、施設などのフィジカルの両方でつながることができる強みを生かし、様々な商品・サービスでバンダイナムコとファンが、ファン同士がつながるIPプラットフォームを構築します。

IP価値の最大化を目指し、より長期的な視点でIP価値を最大化することを優先し、あらゆるパートナーとオープンに協業します。また、事業の最大化は勿論のこと、長期的なIP価値の最大化に向けIPの可能性を拡大するための取り組みを推進します。

地域や複数事業を横断して展開するIPにおいては、事業や地域を横断したグループ横断プロジェクトによりIP価値の最大化を目指します。IPプロデューサーが司令塔となり、IP価値最大化に主眼を置き、長期的かつ全体最適の視点でIP展開をはかります。プロジェクトの対象となるIPについては順次拡大し、グループ一体となり取り組みを行います。

③ IP×World（IPで世界とつながる）ALL BANDAI NAMCO での事業構築

世界の各地域において ALL BANDAI NAMCO で一体となり戦略を推進するため、組織再編や各事業の拠点集約などを行いました。この ALL BANDAI NAMCO 体制のもと、各地域において事業の構築に取り組みます。

- 新ロゴマーク導入に伴い、全てのグループ商品・サービスに新ロゴマークを表示することで ALL BANDAI NAMCO ブランド訴求をはかります。
- IP を軸とした商品・サービスの開発やマーケティング面においてこれまで以上に強力に事業間連動をはかります。また、ワールドワイド展開をはかる IP については事業・地域横断プロジェクトで取り組みます。さらに、各地域発の IP 創出育成に注力します。組織面においては、今後も戦略や市場環境を踏まえ、最適な体制の構築を臨機応変に追求します。
- これら取り組みにより、中期計画最終年度にはグループの海外売上高比率 35%を目指します。

④ IP軸戦略の進化に向けた投資計画

新中期計画の3年間でIP軸戦略の進化に向けた戦略投資として合計400億円の投資を行います。

- IP価値最大化に向けた戦略投資 250億円
→新規IP創出、グループ横断IPプロジェクト、オープンイノベーションなど
 - 「IPメタバース」開発に向けた投資 150億円
→データ基盤の構築（データユニバース）、コンテンツの開発など
- 合計400億円

2. 人材戦略 多様な人材の育成

新中期計画の戦略推進にあたっては、IP軸戦略をグローバルで推進するマーケティング人材、IP創出や商品・サービス開発に関わるクリエイター・エンジニア人材、経営戦略や事業戦略の推進の基盤となる管理系人材など様々な分野における多様な人材の育成をはかります。これによりバランスがとれた人材の構成を目指します。

バンダイナムコグループは、「パーパス」のもと、様々な才能、個性、価値観を持つ企業や社員が生き生きと活躍することができる「同魂異才」の集団でありたいと考えます。新卒・キャリア、性別、国籍にこだわらず人材の確保・登用を行うとともに、多様な人材が活躍することができ、心身ともに健康に働くことができる制度や環境整備にさらに注力します。新中期計画においても、社員のチャレンジを支援する取り組み、グローバルでIP軸戦略を推進する人材を育成する取り組みなどを推進するとともに、多様な働き方や新たな働き方への対応を推進します。

3. サステナビリティ 笑顔を未来へつなぐ

バンダイナムコグループは、「パーパス」のもと、ファンとともに持続可能な社会の実現に向けたサステナブルな活動を推進します。

① バンダイナムコグループのサステナビリティ方針

「バンダイナムコグループは、IP軸戦略のもと、ファンとともに、バンダイナムコグループが向き合うべき社会的課題に対応したサステナブル活動を推進します。」

② 推進体制

サステナブル活動の推進は、持続可能な社会の実現に向けた責任を果たすため、経営戦略上の重要な取り組みであるという認識のもと、新中期計画より従来のグループCSR委員会を、取締役会に直結する「グループサステナビリティ委員会」に再編します。同委員会はバンダイナムコホールディングス代表取締役社長が議長を務め、サステナビリティ方針のもと、社会的な課題に対し、スピード感を持って様々な活動を推進します。

③ マテリアリティの特定（重要項目の再選定）

バンダイナムコグループは、2010年にグループCSR重要項目を策定し、中期計画ごとに妥当性を検証し、運用しています。新中期計画では、グループが向き合う課題と社会における新たなテーマを軸に、マテリアリティの特定（重要項目の再選定）を行いました。マテリアリティ特定にあたっては課題項目のリストアップ、社外ステークホルダーの視点と経営の視点からの重要度の分析、社外有識者との討議のステップを経て行いました。今後はマテリアリティに沿った具体的なアクションプランを進めていきます。

<特定したマテリアリティ>

- 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

④ 脱炭素化に向けた中長期目標

バンダイナムコグループでは、社会が直面している自然環境の問題に対応するべく、エネルギー由来の二酸化炭素排出量削減による脱炭素化に向けた2050年までの数値目標とステップを設定しています。新中期計画においては、省エネルギー施策のさらなる推進や、再生可能エネルギーの導入など各事業の特性に合わせた取り組みを推進します。

目標 2050年まで	自社拠点（社屋、自社工場、直営アミューズメント施設等）におけるエネルギー由来の二酸化炭素排出量 実質ゼロ
中間目標 2030年まで	自社拠点におけるエネルギー由来の二酸化炭素排出量 2019年度比35%削減 (2013年度比50%)
主な取り組み	省エネルギー施策のさらなる推進、再生可能エネルギーの導入等

【6】中期計画を推進する体制

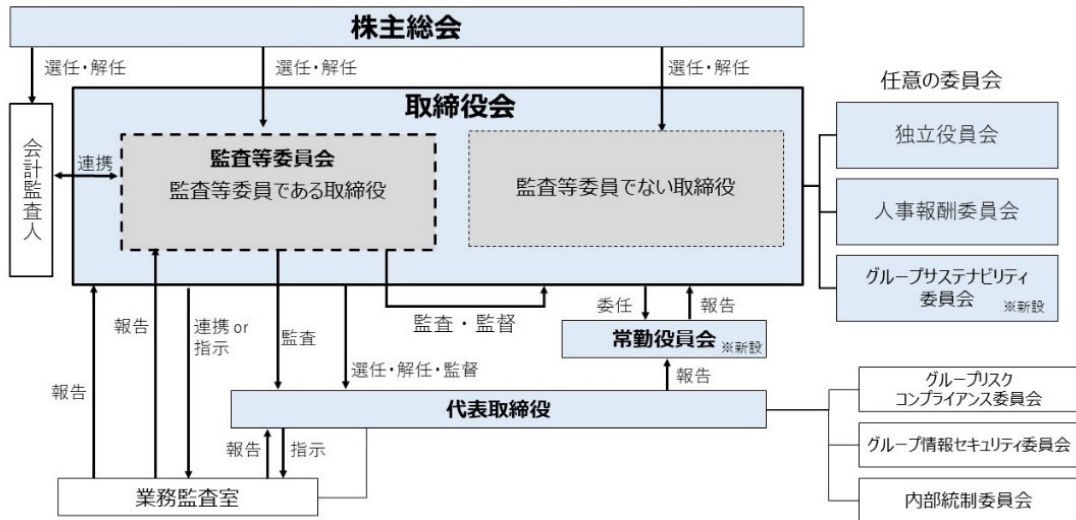
① バンダイナムコホールディングスにおけるガバナンス体制強化

バンダイナムコホールディングスは、コーポレートガバナンス体制の強化をはかるとともに、スピーディな意思決定と業務執行を行うことで、企業価値のさらなる向上に取り組むことを目的に2022年6月開催予定の第17回定時株主総会で承認可決されることを条件として、監査等委員会設置会社へ移行します。

- ・委員の過半数を社外取締役で構成する監査等委員会を設置し、監査等委員である取締役に取締役会における議決権を付与することで、取締役会における監査・監督機能を強化します。

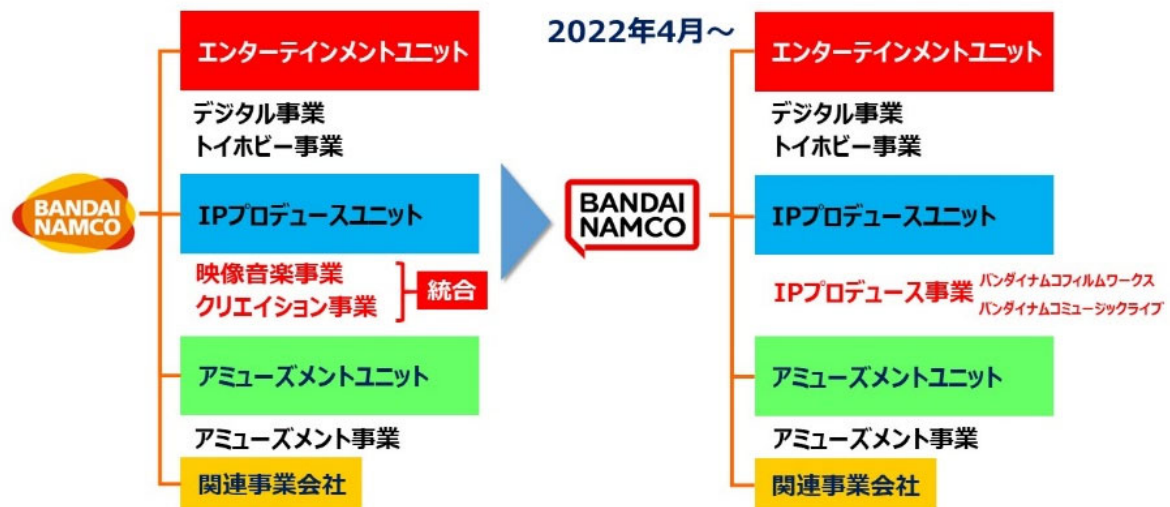
- ・取締役会の一部権限の委譲により、変化の速いエンターテインメント市場において、さらにスピーディな意思決定と業務執行を行います。（※詳細は開示資料「監査等委員会設置会社への移行および役員人事に関するお知らせ」をご参照ください）

監査等委員会設置会社移行後の体制図（予定）



② ユニット体制の一部変更について

2022年4月より、IPプロデュースユニット内の再編を行うとともに、映像音楽事業とクリエイション事業を統合しIPプロデュース事業に一本化します。IPプロデュースユニットにおいては、ユニット内で映像事業を展開する会社3社（㈱サンライズ、㈱バンダイナムコアーツの映像事業、㈱バンダイナムコライツマーケティング）を統合した㈱バンダイナムコフィルムワークスが事業統括会社として統括します。



【7】計数目標 株主還元施策

▪ 2025年3月期 計数目標

連結売上高 1兆1千億円

連結営業利益 1,250億円

ROE 12%以上

▪ 株主還元施策

バンダイナムコグループは、株主の皆様への利益還元を経営の重要施策と位置づけており、当社グループの競争力を一層強化し、財務面での健全性を維持しながら、継続した配当の実施と企業価値の向上を実現していくことを目指しております。新中期計画をスタートするにあたり、中期計画の重点戦略や投資計画、市場を取り巻く環境を踏まえ、様々な角度から株主還元に関する基本方針につきまして検討を行いました。その結果、長期的に安定した配当水準を維持するとともに、より資本コストを意識し、DOE（純資産配当率）と総還元性向を指標とした基本方針「安定的な配当額として DOE 2%をベースに、総還元性向 50%以上を目標に株主還元を実施する」を継続することとしました。

参考資料) 各ユニットの中期ビジョン、重点戦略

■エンターテインメントユニット

①ユニット共通

<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
- ・I P 価値最大化思考

②デジタル事業

<重点戦略>

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

③トイホビー事業

<重点戦略>

- ・世界I PのMD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

■I Pプロデュースユニット

<中期ビジョン> 世界をつなぐ多彩な物語を提供し続けるIPプロデュースNo.1 集団への進化

<重点戦略>

- ・多面的プロデュース力強化によるヒット創出加速
- ・多角的マネジメント力強化による作品価値最大化
- ・戦略を遂行し継続的に成長・発展するための強固なユニット体制の確立

■アミューズメントユニット

<中期ビジョン> “Responsive to Change”未来へ向けて、「変化」に適応し進化するユニットへ

<重点戦略>

- ・TRANSFORM 事業の取り組み方を変える
- ・UNITE ユニット一体となり常に最適化していく
- ・CONTROL 状況に合わせて迅速・柔軟に対応する

以上

<報道機関からの本件に関する問い合わせ先>

(株)バンダイナムコホールディングス

広報 IR 担当

TEL：03-6634-8787