BANDAI 2014

BROADEN OUR STRENGTH IN THE WORLD AND AIM TO BE THE MOST POWERFUL AND UNIQUE COMPANY IN CHARACTER MERCHANDISING BUSINESS.

世界の人々に、夢と感動を届けるために。

BANDAI

Message

世界中のお客様に
「夢」と「感動」をお届けするために。

「真のグローバル化」に向けた戦略を実行し、
未来のバンダイの礎を築く。

バンダイは企業スローガンとして「夢・クリエイション～楽しいときを創る企業～」を掲げています。バンダイの使命、それは、世界中のお客様の夢を育み、感動を体験していただける商品・サービスを生み出していくことにほかなりません。

バンダイでは、2012年4月より「真のグローバル化」をビジョンに掲げた3ヵ年の中期計画を推進しています。「真のグローバル化」の具体的な姿とは、私たちの強みを世界に広げ、キャラクタービジネスでオンリーワン企業を目指す、というものです。

私たちが展開するCMD（キャラクターマーチャンダイジング）というビジネスモデルは、そのノウハウはもちろん、事業領域の広さにおいても世界に類を見ない極めてユニークなものです。この圧倒的なパワーの仕組みを日本だけでなくグローバルに展開することで、世界におけるバンダイの存在感を高めていきたいと考えています。

バンダイの社名の由来である「萬代不易」は、永遠に変わらないことを意味します。「いつの世でも人びとの心を満たす商品を作り、やむことのない企業の発展を願う」という創業理念を、国内だけでなくグローバルな視点で発揮することで、世界中のお客様に「夢」と「感動」をお届けして参ります。

2014年4月

代表取締役社長
上野和典
Kazunori UENO

Into Focus

［バンダイの競争力の核心――キャラクターマーチャンダイジングについて］

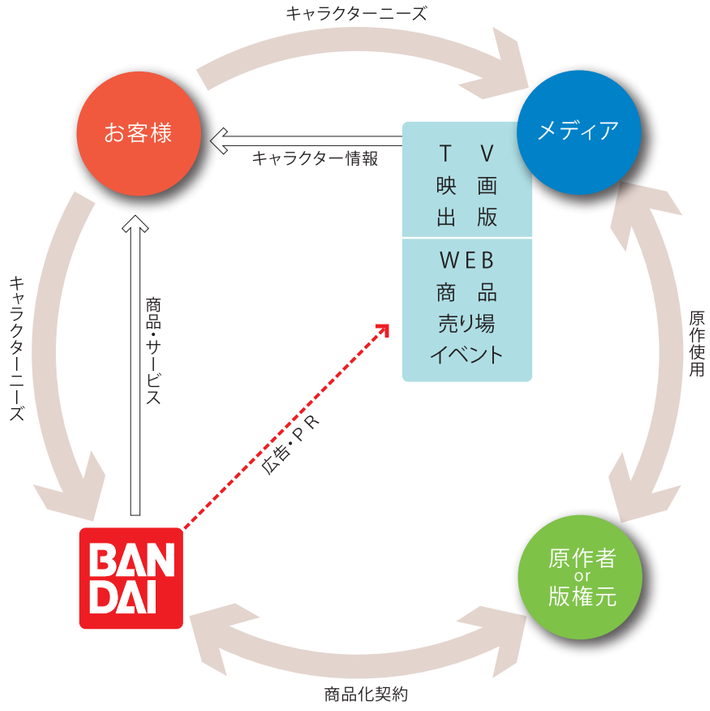
キャラクターに託された夢を商品へと昇華する。

キャラクターマーチャンダイジング（ＣＭＤ）――それは、長年にわたって進化・洗練を重ねてきた、バンダイの事業の根幹を支える最も重要なビジネスモデルです。玩具の世界からスタートしたＣＭＤはその後、模型、玩具菓子、カプセルトイ、カード、アパレル、生活用品などへとそのフィールドを拡大し、バンダイの発展を支えてきました。

ＣＭＤとは「キャラクターが持つ“世界観”や“魅力”を、最適な形で商品・サービスとして提供していく仕組み」のことです。そのためにバンダイは、ＣＭＤに関わるさまざまな関係者と密接なパートナーシップを築き、こうしたパートナーとの深い信頼関係に基づいた共同作業によって、ビジネスを展開しています。

ＣＭＤの一般的な流れは、TV番組制作会社、原作者、出版社といった「版権元」からキャラクター商品化権を取得し、キャラクターの世界観に基づいた商品開発を行って市場へ投入し、それと同時に、TV、映画、出版、WEBといったさまざまな「メディア」との連動によって、キャラクターの魅力を多面的に訴求していくというものです。こうしたプロセスにおいてバンダイが最も尊重しているのは、キャラクターの世界観を何よりも尊重し、そこに託された夢を育む商品開発を実現していくということにほかなりません。

またバンダイは、こうしたキャラクター商品化権の外部調達だけでなく、「たまごっち」などに代表されるように、自社内でキャラクターを創造し育成していくノウハウも蓄積しています。バンダイのＣＭＤはまさに、未来を牽引するビジネスモデルとして、未だに進化を続けているのです。



［バンダイナムコグループの理念・体制について］

「夢・遊び・感動」の創造というミッションを共有するグローバルなエンターテインメント企業グループ。

バンダイナムコグループの理念

ミッション　Mission

夢・遊び・感動
Dreams, Fun, and Inspiration

「夢・遊び・感動」は幸せのエンジンです。
わたしたちバンダイナムコは斬新な発想と、
あくなき情熱で、
エンターテインメントを通じた「夢・遊び・感動」を
世界中の人々へ提供しつづけます。

ビジョン　Vision

世界で最も期待される
エンターテインメント企業グループ
The leading innovator
in global entertainment

わたしたちバンダイナムコは常に時代の先頭で、
エンターテインメントに新たな広がりと深みをもたらし、
楽しむことが大好きな世界中の人々から愛され、
最も期待される存在になることを目指します。

バンダイナムコグループ組織体制

バンダイナムコグループは、３つの「戦略ビジネスユニット（Strategic Business Unit：SBU）」と、それらをサポートする関連事業会社から構成されています。事業会社の集合体であるSBUが、国内外における事業戦略を策定・実行し、多彩なエンターテインメントをお客様に提供しています。

バンダイは、全世界のトイホビー事業を主導するミッションを担い、玩具、模型、玩具菓子、カプセルトイ、カード、アパレル、生活用品などの分野において事業を展開しています。

戦略ビジネスユニット（SBU）

株式会社
バンダイナムコホールディングス

Toys and Hobby トイホビー
主幹会社：株式会社バンダイ
玩具、模型、玩具菓子、カプセルトイ、カード、アパレル、生活用品などの製造・販売

Content コンテンツ
主幹会社：株式会社バンダイナムコゲームス
家庭用ゲームソフト、業務用ゲーム機、アミューズメント機器向け景品等の企画・開発・販売、ネットワークコンテンツ等の配信、映像作品、映像ソフト、音楽ソフトの企画・制作・販売、オンデマンド映像の配信、ライブエンターテインメント事業

Amusement Facility アミューズメント施設
主幹会社：株式会社ナムコ
アミューズメント施設などの企画・運営

Affiliated Business Companies 関連事業会社
流通・物流、管理業務など各SBUをサポートする事業

As a Leading Global Innovator

着実に進行する、世界市場へのチャレンジ。

「真のグローバル化」を目指す着実な展開

バンダイの海外展開は、輸出を皮切りに創業間もない1951年から既にスタートしており、以来、常に世界を見据えた事業展開を行ってきました。これまでに全世界で人気の「POWER（パワー） RANGERS（レンジャー）シリーズ」をはじめ、日本発のオリジナルIP（＊）である「Tamagotchi（たまごっち）」や「PAC-MAN（パックマン）」などのグローバルな商品が生まれています。しかし、バンダイが将来に向けて新たな発展を目指すためには、世界市場における更なる飛躍が不可欠であることは言うまでもありません。2012年4月より推進中のトイホビーSBU中期計画のビジョンには、「真のグローバル化」を掲げました。その具体的な姿とは、“我々の強みを世界に広げ、キャラクタービジネスでオンリーワン企業を目指す”というものです。バンダイが培ってきたキャラクタービジネスの“強み”を、地域・市場特性にかなった方法論によって世界展開していくことにより、世界のキャラクタービジネス、エンターテインメントビジネスにおけるリーディングカンパニーとなることを目指します。

＊IP：Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産

Americas and Europe

［海外主要グループ会社］（非連結子会社含む）

【欧米地域】

欧米一体化による ブランドマネジメントの強化

2012年より、市場特性に共通点が多い北米、欧州を一体化し、BANDAI AMERICA INCORPORATED（米国）が中心となって事業運営を行う体制へと移行しました。これまで北米、欧州それぞれで行っていた企画・マーケティングなどを欧米一体で行うことで、IPの展開力を最大化しています。商品カテゴリーはトイを主力とし、展開IPは、男児向けには日本の戦隊シリーズをリメイクした「POWER RANGERSシリーズ」、バンダイナムコグループの重要IPである「Tamagotchi」や「PAC-MAN」を中心に展開しています。販売エリアについては、欧米地域での展開をモデルとしながら、中南米エリアへ順次拡大していく計画です。

【アジア地域】

日本発アジア一気通貫強化戦略の拡充

アジア地域における統括機能を担うBANDAI（H.K.）CO.,LTD.（中国）を中心に、「ガンダムシリーズ」、「スーパー戦隊シリーズ」、「仮面ライダーシリーズ」、「アイカツ！」など、日本でも人気のIPを軸に展開し、アジア地域においても安定した売上を確保しています。また、オーストラリア、西南アジアなどの英語圏では「POWER RANGERSシリーズ」を中心に展開し、人気が定着しつつあります。

ホビー事業・コレクターズ事業・カード事業においては、国内の事業部主導で更なる事業拡大をはかり、日本だけでなく、アジアNo. 1の地位を確立しようという戦略も加速しています。日本との連動により順調に拡大してきたアジア地域については、この戦略をさらに強化していきます。

Asia

Global Action

世界中の人々に夢と感動を届けるために重ねられる、様々なチャレンジ。

**「真のグローバル化」を中期ビジョンとして掲げるバンダイは、
その実現に向けた試みを様々な形で展開しており、
既に大きな成果をもたらしているものも現れています。
ここでは、世界中の人々に夢と感動を届けるために重ねている、
バンダイのチャレンジの一端をご紹介します。**

1 [欧米市場における事業展開]

絶大な人気を誇る「POWER RANGERSシリーズ」を軸に、「Tamagotchi」「PAC-MAN」等によって新たな市場を拓く

欧米市場における事業展開は、「POWER RANGERSシリーズ」「Tamagotchi」「PAC-MAN」といった、幾つかの核となるIP（＊）を軸に推進しています。

まず「POWER RANGERSシリーズ」は、日本の「スーパー戦隊シリーズ」を米国でリメイクした特撮アクションで、1993年に第一弾「MIGHTY MORPHIN POWER RANGERS」が放映されるや爆発的なヒットとなり、BANDAI AMERICA INCORPORATED（以下バンダイアメリカ）が手掛けるフィギュア等のキャラクター商品も、社会現象となるほどの大ブームを巻き起こしました。以降、欧州、アジア圏にもその人気を拡大し、「POWER RANGERSシリーズ」はバンダイの海外展開を支えるIPへと成長していきました。2014年2月15日からは、最新作「POWER RANGERS SUPER MEGAFORCE」の放映が米国でスタート。この作品は日本で2011年に放映されて大ヒットした「海賊戦隊ゴーカイジャー」を米国向けにアレンジしたオリジナルストーリーです。「海賊戦隊ゴーカイジャー」は、日本における「スーパー戦隊シリーズ」35作品目を記念し、劇中に歴代レンジャーが総出演して話題を集めましたが、米国版でも同様に歴代レンジャーが登場します。米国でもシリーズ誕生から既に20年以上が経過していることから、往年のファンも巻き込んだ2世代キャラクターへと進化していくことが期待されています。

この「POWER RANGERS SUPER MEGAFORCE」の放映に合わせてバンダイアメリカが展開する商品として、日本で大人気となった携帯電話型変身アイテム「変身携帯モバイレーツ」のローカライズ版「DELUXE LEGENDARY MORPHER」と、同商品と連動して遊べるコレクション性の高い鍵型アイテム「LEGENDARY RANGER KEY」の他、歴代レンジャーのアクションフィギュアや武器、ロボットなどをラインアップしています。

この「POWER RANGERSシリーズ」が、主に男児向けの基幹IPであるとすれば、女児に向けた主力IPとしての位置づけを担うのが「Tamagotchi」です。1996年、日本を皮切りに全世界で発売された「Tamagotchi」は、世界累計販売数が7900万個（2014年3月末時点）を超える大ヒット商品となり、日本では現在も、主に小学生女子を中心に高い人気を集めています。欧州においては、2013年末より通信機能を搭載し海外向けにローカライズした最新機種「Tamagotchi Friends Digital Friends」を各国で順次発売しています。また、「Tamagotchi」のキャラクターが登場するショートアニメーションをWEB上で公開するなど、さまざまな領域で「Tamagotchi」をアピールしており、今後も次代のグローバル展開を担う大切なIPとして育んでいきます。

海外で展開されている「POWER RANGERSシリーズ」関連商品

また、1980年にナムコが開発したアーケードゲーム「PAC-MAN」は、欧米地域において日本を遙かにしのぐ人気を博し、当時放映されていたテレビアニメは50%を超える視聴率を記録、キャラクターグッズも400種類以上販売されるなど、“パックマンフィーバー”と言われる空前のブームを巻き起こしました。「PAC-MAN」はその後、家庭用ゲーム機やモバイルゲームにも移植され、2013年からは、米国を皮切りにイギリス、オーストラリアなど世界60ヵ国以上で新作アニメーションが放送されています。バンダイアメリカもこの盛り上がりに合わせて、各国でフィギュアを中心とした玩具の販売を行っています。

＊IP：Intellectual Property、キャラクターなどの知的財産

2 [グローバル展開を支える生産体制]

モノづくりへのこだわりと価格競争力を兼ね備えた生産体制の実現へ

「バンダイホビーセンター」（静岡）と並んで、バンダイのモノづくりへのこだわりを体現する海外生産工場と言えるのが、タイのバンコク近郊に立地する「BANDAI INDUSTRIAL CO., LTD.」（以下、BIC）です。1987年に設立されたBICは、2006年に大規模な改修工事を行い、敷地面積1万坪から成るバンダイのグローバル戦略を生産面から支える一大拠点へと生まれ変わりました。BICでは、金型設計から生産、品質検査までを一貫して行える体制を整えており、「スーパー戦隊シリーズ」（POWER RANGERSシリーズ）のロボットのほか、ブロック商品、カプセル自販機などを生産しています。

また2012年9月には、フィリピンに現地法人「BANDAI PHILIPPINES INC.」を設立して新工場を建設し、翌年7月よりカプセルトイの生産をスタートしています。

バンダイはこのように、品質と価格競争力、そしてバランスのとれた生産体制の構築を図るため、生産面におけるグローバル化にも積極的に取り組んでいます。

タイ工場内

フィリピン工場外観

3 [アジア市場における事業展開]

「日本発アジア一気通貫強化戦略」により、成長著しいアジアでの事業拡大を狙う

日本とアジアはキャラクターの嗜好性に共通点が多く、日本の商品をそのまま現地で販売することも可能です。特にハイターゲット向け商品は、日本と並行展開しているケースも少なくありません。こうした状況を背景にして近年注力しているのが、アジア各国における事業運営を日本の事業部門主導でマネジメントしていく「日本発アジア一気通貫強化戦略」です。

その一環として、日本で実施されるイベント等をアジア地域においても日本と同等の規模とクオリティで展開し、充実した情報提供とファンの拡大を図っています。ホビー事業部では、ガンプラ作り世界一を決める「ガンプラビルダーズワールドカップ」を2011年より開催し、ガンプラの魅力を世界に発信しています。大人向けフィギュアを展開するコレクターズ事業部では、「聖闘士星矢」や「ドラゴンボール」など世界的に高い人気を誇るキャラクターのフィギュアを世界で同時期に発売し、秋葉原で展開しているショールームを中国・広州にも設置するなど、まさに日本とアジアを一体的な市場として捉える戦略を展開しています。カード事業部においても2013年以降「日本アジア一気通貫強化戦略」を実行しており、インドネシア、マレーシア、シンガポールといった東南アジア諸国において、「POWER RANGERSシリーズ」や「NARUTO」といった現地でも人気の高いキャラクターの「データカードダス」を稼働させています。

「ガンプラビルダーズワールドカップ2013」世界大会決勝戦

広州ショールーム（中国）

データカードダス設置店の様子（インドネシア）

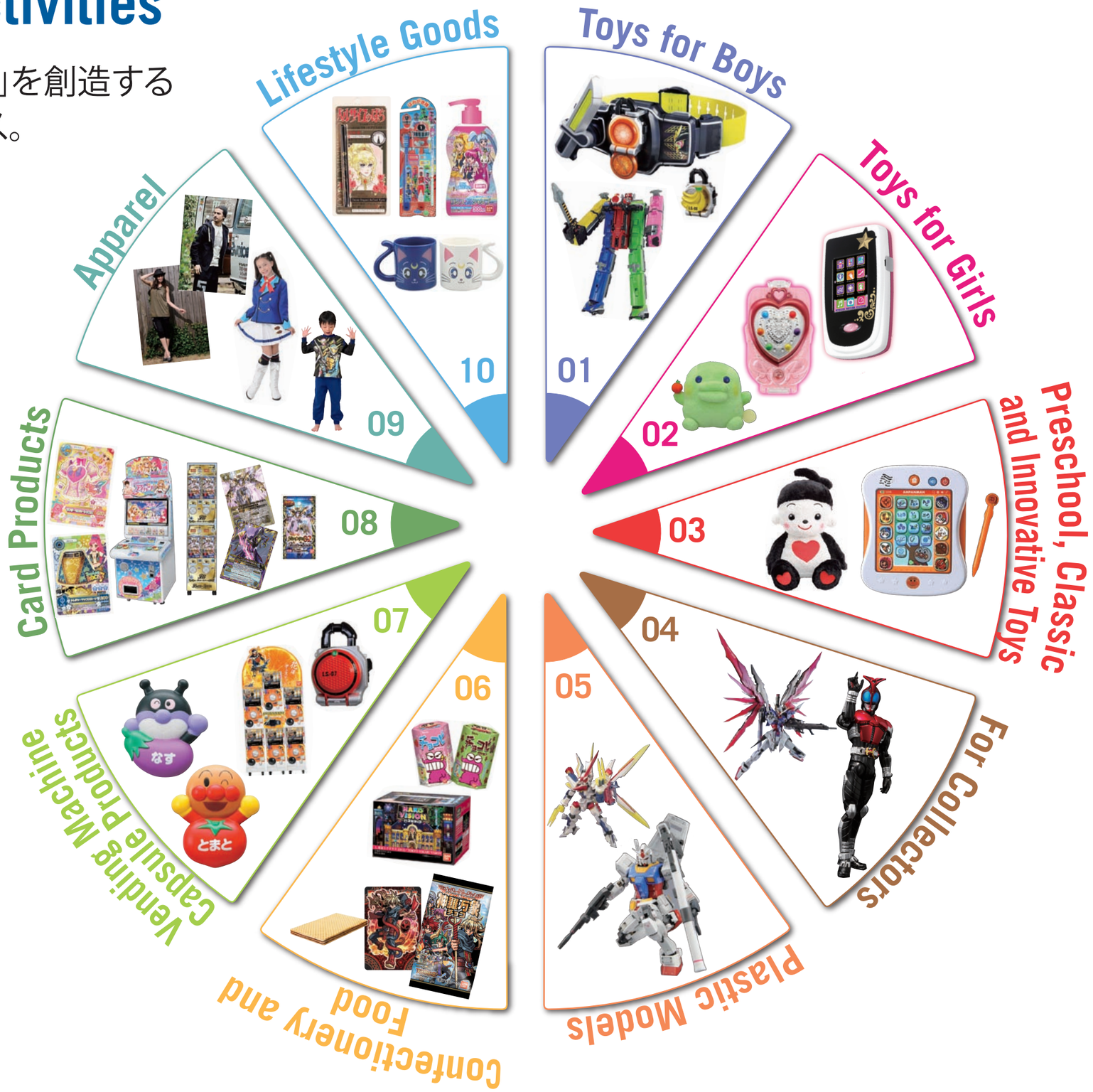
加えて、インターネットを活用した販売戦略も強化しています。「日本発アジア一気通貫強化戦略」を推進するうえで、日本との流通環境の違いを乗り越えていくことは不可欠であり、多様化する顧客ニーズに対応していくことも非常に重要です。そうした意味でインターネットは、グローバル戦略を推進していくための最も重要な販売チャネルの一つであることは間違いありません。バンダイでは、2012年４月に「プレミアムバンダイ香港」（http://p-bandai.hk/）、2013年12月に「プレミアムバンダイ台湾」（http://p-bandai.tw/）という、主にホビー、コレクターズ関連の商品を取り扱う公式ショッピングサイトをオープンさせるなど、「日本発アジア一気通貫強化戦略」を展開していくうえでの重要なツールとして、インターネットの活用を進めています。

プレミアムバンダイ台湾

Business Activities

心を満たす「楽しさ」を創造する
バンダイのビジネス。

バンダイの事業領域は、
原点である男児・女児を対象とした
玩具から、
模型、菓子・食品、カプセルトイ、
カード、アパレル、生活用品にまで
その裾野を拡げています。
そしてそのターゲットも、
子どもたちにとどまらず、
さまざまな年齢層のお客様を
対象とする商品をラインアップし、
世界中のすべてのお客様に、
「夢」と「感動」をお届けするための
ビジネスを展開しています。
バンダイはこれからも、
あらゆる事業領域において、
新たなチャレンジと
誠実なモノづくりに
取り組んでいきます。



01 ボーイズトイ P12
02 ガールズトイ P13
03 幼児・定番・大人向け玩具 P14
04 コレクターズ P15
05 模型 P16
06 菓子・食品 P17
07 カプセルトイ P18
08 カード P19
09 アパレル P20
10 生活用品・化粧品・雑貨 P21

Toys for Boys

01 ボーイズトイ

未就学児に圧倒的人気の「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」や、小学生男子に向けた「妖怪ウォッチ」「ガイストクラッシャー」「ディスク・ウォーズ：アベンジャーズ」をはじめとするキャラクター玩具を展開しています。

烈車合体 DXトッキュウオー

変身ブレス トッキュウチェンジャー

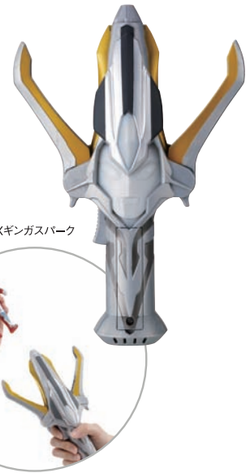
DX無双セイバー&
メロンロックシード

変身ベルト DX戦極ドライバー
仮面ライダー鎧武&バロンセット

アームズチェンジシリーズ

メディアと連動した親子２世代キャラクター玩具

3〜6歳の男児に向けて「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」など親子2世代にわたり長く愛されているキャラクター商品を展開中です。各メディアと強力に連動しながら、子どもたちのヒーローに憧れる気持ちを大切にしたモノづくりをモットーに、商品開発に取り組んでいます。


DXギンガスパーク

小学生向けカテゴリーの拡大

200種類以上の個性豊かな妖怪メダルを集めて楽しめる「妖怪ウォッチシリーズ」、家庭用ゲーム機と連動して遊べる「ガイストクラッシャーシリーズ」、MARVELの人気ヒーローをモチーフにし、昔ながらの“メンコ”に新たな遊び要素を追加した「ディスク・ウォーズ：アベンジャーズ バチ魂バット」など、アニメやゲームと玩具を連動させた、小学生向けの商品カテゴリー、キャラクター展開を拡大しています。

ディスク・ウォーズ:アベンジャーズ バチ魂バット

妖怪ウォッチシリーズ

ガイストクラッシャーシリーズ

Toys for Girls

02 ガールズトイ

未就学児に人気の「プリキュアシリーズ」、小学生に向けた「たまごっち!」「アイカツ!」「ちゃお」、そして全世代の女の子に向けたファンシーキャラクターなど、幅広い年齢層に向けた多彩なラインアップで、女の子たちが憧れる、かわいい、楽しい商品の創出にチャレンジしています。

女の子たちの憧れ「プリキュアシリーズ」

未就学児に人気の「プリキュアシリーズ」。10周年記念作品となる2014年の「ハピネスチャージプリキュア!」はカードで変身しダンスで戦います。“なりきり”遊びや、お世話、おしゃれをテーマにしたラインアップで玩具を展開しています。

プリカードであそぼう!
なかよしリボン

ハピネス変身!プリチェンミラー

プリカードコレクション

ラブプリブレス

アイカツフォンスマート

べたっトーク たまごっちシリーズ

小学生市場に向けたアプローチ

「コミュニケーション」をキーワードに小学生に高い人気を誇る「たまごっち!」では、本体機種をはじめ、テレビ番組との連動アイテムや「たまごっちストア東京」などの直営店も展開しています。また、テレビやデータカードダスで小学生に大人気の「アイカツ!」との連動商品の展開や、雑誌「ちゃお」と連動したセレクトショップ「ちゃおガールセレクト」の運営を行っています。

ペンタッチ手帳 ポケットデザイナー

Tamagotchi P's

たまごっちストア東京

ちゃおガールセレクト幕張店

全世代の「女の子」に向けてファンシーキャラクターを展開

世代を問わず“かわいい”が大好きな女の子のために、「それって、くちばっち。」「カピバラさん」「おじぱん」など、バンダイが版権を管理するファンシーキャラクターの展開を強化しています。自社での商品化はもちろん、他社へのライセンスも積極的に行い、キャラクターの魅力を広めています。

それって、くちばっち。ぬいぐるみ

カピバラさん ぬいぐるみ

おじぱん ぬいぐるみ

Preschool, Classic and Innovative Toys

03 幼児・定番・大人向け玩具

ベビー・幼児玩具は「それいけ!アンパンマン」を中心に、親世代からも支持が高いキャラクター商品を展開しています。この他、ゲームなどの定番玩具、大人に向けた新規商材や、子どもからシニアまで幅広い層に人気の「プリモプエルシリーズ」まで、カテゴリーを広げたチャレンジを行っています。

成長にあわせた遊びが楽しめるアンパンマンの玩具

「それいけ!アンパンマン」の玩具は、子どもの年齢にあわせたラインアップ展開を行っています。パソコン玩具などを中心とした知育玩具をはじめ、株式会社日立製作所との共同プロジェクトにより開発した脳科学に基づいたベビートイ「BabyLaboシリーズ」、ブロック玩具「BlockLaboシリーズ」など、成長にあわせた遊びが楽しめます。

BlockLaboシリーズ

アンパンマン★カラーパソコンスマート

あそんでまなべる!
アンパンマンカラーパッド

BabyLaboシリーズ

ドンジャラDX ドラえもん

ウォーターファイトシリーズ

元祖モグラたたきゲーム

友達と一緒に楽しめる玩具、家族で遊べる定番玩具

子どもたちに人気のバラエティ番組と連動した商品や、水鉄砲遊びを進化させた「ウォーターファイトシリーズ」など、友達と一緒に楽しめる商品のほか、30年以上にわたるロングセラーの「ドンジャラドラえもん」といった家族で遊べるボードゲームなどの定番玩具を展開しています。

2WAYボードゲーム
逃走中&戦闘中

大人も楽しめる商品展開

子どもからシニア世代まで幅広いお客様に支持されているおしゃべりするぬいぐるみ「プリモプエルシリーズ」を10年以上にわたり展開中です。また、スマートフォンと連動させた商品も展開しており、大人の方にも支持される商品の開発に今後も努めていきます。

プリモプエルシリーズ

「太鼓の達人」専用Bluetooth太鼓コントローラ 太鼓とバチ
※セット内容にiPhone/iPad及び太鼓の達人アプリは含まれません。

For Collectors

04 コレクターズ

大人向けコレクターズ商品は、全商品に統一ブランド「TAMASHII NATIONS」を掲げ、フィギュアやロボットを中心に、大人向けに特化したラインアップで大きく市場を拡大しています。ターゲットに合わせた新しいビジネス手法で新しい価値を提供すると共に、海外展開にも力を入れています。

豊富なキャラクター、多彩なカテゴリーのフィギュアライン

可動フィギュア技術を凝縮したスタンダードフィギュアシリーズ「S.H.Figuarts」は、仮面ライダーを中心とした様々なキャラクターで商品展開をしています。また、世界20の国と地域で販売されるなど海外でも高い人気を獲得している「聖闘士聖衣神話シリーズ」や、アニメ「ONE PIECE」のキャラクターを中心に人気となっている「フィギュアーツZERO」など、多彩なカテゴリーで展開しています。

TAMASHII NATIONS

コレクターズ事業部の商品ブランド
「TAMASHII NATIONS」

フィギュアーツZERO トラファルガー・ロー ー Battle Ver.ー

S.I.C. 仮面ライダー新1号

聖闘士聖衣神話 女神アテナ

S.H.Figuarts　セーラームーンシリーズ

ロボット魂
<SIDE MS>
Hi-νガンダム

ロボット魂
<SIDE RV>
バイファム

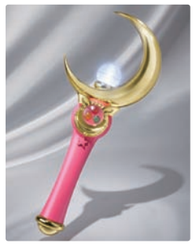
DX超合金
YF-30 クロノス

様々なカテゴリーで展開するロボットシリーズ

2014年で発売40周年を迎えた「超合金」は、ロボット玩具を代表するブランドとして世界中で販売しています。「スーパーロボット超合金」や「DX超合金」といった派生ブランドや、技術の進歩とともにあらゆる世代に向けて展開をしている「ROBOT魂」と商品特性をいかした様々なアレンジのロボットシリーズでお客様のニーズにお応えしています。

スーパーロボット超合金 ジェネシックガオガイガー

超合金 ハローキティ



PROPLICA
ムーンスティック

S.H.Figuarts
スーパーマリオシリーズ

新規層、海外市場に向けた新しいチャレンジ

「美少女戦士セーラームーン」の変身玩具を大人の女性向けにアレンジした「PROPLICA（プロップリカ） ムーンスティック」や、「スーパーマリオ」「ドラゴンボール」など、海外で人気の高いキャラクター商品を積極的に展開するなど、新規層や海外市場を開拓しています。

Plastic Models

05 模型

たゆまぬ技術開発と新たなコンセプトワークの投入によって進化を続ける「ガンプラシリーズ」を軸に、新規コンテンツの積極的な導入、ターゲット層の拡大、海外展開の強化にもチャレンジしています。

世界を視野に入れ進化を続ける「ガンプラシリーズ」

1980年の発売以来「ガンプラシリーズ」は、累計販売数が4億個を超えるロングセラー商品になっています。“進化するプラモデル”として最新の技術とファンのこだわりの声を反映しながら商品展開を広げ、現在では親子2世代で「ガンプラ」を楽しむ姿も増えています。その人気はアジアを中心に世界各地にも広がり、グローバル市場におけるプラモデルユーザーの更なる獲得にも力を入れています。

MG RX-78-2 ガンダムVer.3.0

HGBF 1/144
スタービルドストライクガンダム
プラフスキーウイング

RG 1/144
ストライクフリーダムガンダム

MG MSN-04 サザビーVer.Ka

ダンボール戦機
LBXプラモデル
シリーズ

1/700スケール
地球深部探査船
「ちきゅう」

宇宙戦艦ヤマト2199プラモデルシリーズ

ポケプラシリーズ

ホビーの可能性を追求し、新たな顧客に訴えかける

2011年の発売以来、小学生男子の新たなホビーに成長した「ダンボール戦機」のプラモデル「LBXシリーズ」のほか、「ポケプラシリーズ」「宇宙戦艦ヤマト2199プラモデルシリーズ」や「1/700スケール 地球深部探査船『ちきゅう』」、鉄道車両のコレクションモデル「Bトレインショーティーシリーズ」など、ホビーの可能性を追求する幅広い商品展開により、プラモデル市場のさらなる拡大を目指しています。

Bトレインショーティーシリーズ

「匠」の技を伝承するバンダイホビーセンター

バンダイのプラモデルは、静岡市にある生産拠点「バンダイホビーセンター」で生産されています。現在玩具業界では、商品のほとんどを海外で生産しているメーカーが多い中で、バンダイの模型事業はあえて「MADE IN JAPAN」にこだわり、静岡の地で「匠」の技術を伝承しています。こうした製造現場のモノづくりへのあくなき挑戦が、バンダイのプラモデルの根強い人気を支える原動力になっています。

バンダイホビーセンター外観

多色成形機

Confectionery and Food

06 菓子・食品

キャラクター菓子・食品のさらなる楽しさ、美味しさを追求する“フードエンターテインメントビジネス”の拡大を目指しています。玩具菓子を中心に、キャラクター菓子・食品カテゴリーをより一層強化することで、新しいマーケットの創出にチャレンジしています。

豊富なキャラクターをラインアップした玩具菓子

バンダイの玩具菓子の特長は、豊富なキャラクターラインアップによる、低単価・高付加価値商品の提供にあります。発売以来2億7,000万個以上を販売している「ポケモンキッズシリーズ」をはじめ、玩具と連動して遊べる商品、ハイターゲット向けの精巧なフィギュアのほか、コンセプト遊びの楽しさを提供するお菓子売場発のオリジナル商品の開発も行っています。

ハコビジョンシリーズ

超ワンピーススタイリング
シリーズ

ポケモンキッズシリーズ

ハピネスチャージプリキュア!
プリカード&カードポーチ

仮面ライダー鎧武
サウンドロックシード
シリーズ

超変換!! もじバケるシリーズ

チョコビシリーズ

アイカツ!キラキラジュエリーグミ

キャラクター菓子カテゴリーの拡大

バンダイでは、キャラクター菓子カテゴリーの拡大に積極的に取り組んでいます。ロングセラー商品「神羅万象チョコシリーズ」「チョコビシリーズ」のほか、お菓子としての味わいと、子どもたちの大好きなキャラクターを組み合わせた商品の開発にも力を入れています。

神羅万象チョコシリーズ

ドラえもん ふわチョコモナカ

仮面ライダーチョコ
ピーナッツボール

プリキュアチョコ
プリチェンパーティー

トッキュウジャー
トッキュウレッシャーチョコ

食品カテゴリー拡大による新しいマーケットの創出

大切なお子様の記念日を、大好きなキャラクターとの素敵な思い出にするキャラクターデコレーションケーキ「キャラデコ」をはじめ、大人向けエンターテインメントフードを提供する「キャラ食」、その他パン、アイス、シリアルなどを多彩なキャラクターで展開しています。食品カテゴリーの拡充により、新しいマーケットの創出に積極的にチャレンジしています。

キャラデコシリーズ

ハピネスチャージプリキュア!
いちごデニッシュ

トッキュウジャー ボールドーナツ チョコ

モンスターハンター
狩“料”解禁!
空の王者リオレウスケーキ

【ONE PIECE】サンジが贈る魅惑のケーキ
Gateau decoré Je t'aime

Vending Machine Capsule Products

07 カプセルトイ

「ガシャポン」の愛称で親しまれ、自販機カプセル市場で高いシェアを確保し、業界をリードしているバンダイのカプセルトイ。幅広いターゲットに向けたラインアップに加え、新たなカテゴリー創出にも積極的にチャレンジしています。

烈車戦隊トッキュウジャー
トッキュウジャースイング

ハピネスチャージプリキュア!
ハピネスチャージスイング

ガシャポン戦士
NEXTシリーズ

多彩なキャラクターと豊富なカテゴリー

1977年の発売以来、「スーパー戦隊シリーズ」「プリキュアシリーズ」など長期定番キャラクターから、話題の「パズドラ」「黒子のバスケ」「ONE PIECE」まで多彩なキャラクターで商品展開し、幅広い年齢層のお客様のニーズに応えています。ストラップとして使える「スイングシリーズ」や、定番人気の「ガシャポン戦士NEXTシリーズ」、マグネットがついた「くっつくんですシリーズ」など、お客様に驚きと感動をお届けする商品開発を行っています。

それいけ!アンパンマン
くっつくんです62

黒子のバスケスイング4Q

パズドラ 降臨フィギュアストラップ02

仮面ライダー鎧武 サウンドロックシードシリーズ カプセルロックシード01

妖怪ウォッチ 妖怪メダル 第一弾

玩具と連動するカプセル商品

「仮面ライダーシリーズ」「妖怪ウォッチ」では、玩具の主力アイテムと連動して遊べるカプセルトイの展開を行っており、玩具・カプセルトイ双方から、お客様へのタッチポイントを創出しています。

大人向け市場を切り拓く

大人に人気のキャラクター商品はもちろん、スマートフォンに穿かせるパンツとして話題の「スマートパンツシリーズ」や、触りたい本能に訴える「パチッと切りかえ!ココロスイッチ」など、20〜30代男性に向けたグッズのほか、40〜50代女性に向けて歌舞伎関連施設で展開している「歌舞伎ハンカチーフ」など、大人に向けた新たな市場の創出にチャレンジしています。

スマートパンツシリーズ

パチッと切りかえ!
ココロスイッチ

歌舞伎ハンカチーフ

From TV animation
ONE PIECE
ネガティブストラップ

Card Products

08 カード

「カードダス」にはじまるカード事業は、常にユーザーに新しい遊びと楽しさをお届けするために、デジタルデータとカードを融合した「データカードダス」、オンラインで遊べる「ネットカードダス」など、次々と新しい遊びの世界を切り拓いています。

幅広いターゲットを視野に多くの人を魅了する「カードダス」

1988年の発売以来、多くの子どもたちに愛され、2012年に累計販売数が100億枚を突破した「カードダス」。発売から6年目を迎えた男児向けトレーディングカード「バトルスピリッツ」、ハイターゲット向けの「カードダスマスターズ」、女性も楽しめる「ジャンボカードダス」など、幅広いターゲットを視野に入れ、より多くのお客様にお楽しみいただける商品を提供しています。

バトルスピリッツ

ミラクルバトルカードダス

GUNDAM WAR NEX-A

グラフィグ 黒子のバスケ

ドラゴンボールヒーローズ

データカードダス
仮面ライダーバトル
ガンバライジング

新型マシン投入で進化し続ける「データカードダス」

2005年の稼働以来、カード累計出荷枚数が10億枚を突破した「データカードダス」。2010年以降、フラットパネルや大型の縦型液晶モニターを搭載した新型マシンを次々と導入しているほか、2014年にはオリジナルカードがその場で印刷できるオンデマンド筐体「妖怪ウォッチ ともだちウキウキペディア」の稼働を開始。小学生女子に向けた「アイカツ!」も大ブームとなり、アーケードゲーム市場に新しいトレンドを巻き起こしています。

データカードダス アイカツ!

妖怪ウォッチ ともだちウキウキペディア

いつでもどこでも楽しめるネットとカードの融合「ネットカードダス」

1人でも、どこでもカードゲームを楽しみたいというニーズに応え、ネット環境と融合した「ネットカードダス」を2008年よりスタート。プロ野球やサッカーのほか、2013年にはキャラクターラインとして「仮面ライダーシリーズ」でも商品を発売し、新たな顧客の開拓を続けています。

プロ野球 オーナーズリーグ

パニーニ フットボールリーグ

仮面ライダー ブレイクジョーカー

Apparel

09 アパレル

バンダイのアパレル事業は「頭のてっぺんから足元まで」をコンセプトに、キャラクターの世界観をいかした商品開発により、子どもの生活シーンに豊かさと遊び心を提案しています。また、バンダイオリジナルブランドのSPA（＊）展開により、ファッションを通じ新しいライフスタイルの提案も行っています。

子どもの夢をカタチにするキャラクター衣料

子ども用キャラクター衣料市場において、常に高いシェアを獲得しているバンダイのアパレル事業。アウター、パジャマ、肌着、雑貨など、あらゆる衣料カテゴリーをカバーしています。キャラクターの世界観を生かした商品展開はもちろんのこと、「光るパジャマシリーズ」などの高付加価値商品も展開。また、スマートフォンを活用してキャラクターの世界観を表現する新しいTシャツ「NEXTPETS!シリーズ」など、新たなキャラクターアパレルブランドの創出にチャレンジしています。

烈車戦隊トッキュウジャー NEXTPETS!

ハピネスチャージプリキュア! ハンカチ

戦極ドライバーウエストポーチ

仮面ライダー鎧武
光るパジャマDX

烈車戦隊トッキュウジャー
ボクサーブリーフ

仮面ライダー鎧武 スニーカーソックス

STRICT-G お台場ガンダムフロント東京店

アイカツ! スタイル東京駅店

PORTER 3WAYブリーフケース
（シャアザクver.）

アイカツ! スターライト学園制服

アイカツ! メタルチャーム

オリジナルブランドのSPA展開

バンダイオリジナルブランドのSPA展開に力を入れています。「それいけ!アンパンマン」のアパレルを販売する「アンパンマンキッズコレクション」や、「機動戦士ガンダム」の世界観を表現するメンズアパレルショップ「STRICT-G（ストリクト・ジー）」、小学生女子に人気の「アイカツ!」の衣料・雑貨などを扱うセレクトショップ「アイカツ!スタイル」などを展開しています。商品企画、売場作り、顧客サービスを一貫して行うことで、アパレルブランドの新たな可能性を追求していきます。

アンパンマンキッズコレクション 神戸アンパンマンこどもミュージアム&モール店

新しいライフスタイルを提案するサーフブランド「Real B voice」

ハワイの伝説的サーファー、Buffalo Keaulana氏とその家族のライフスタイル・スピリットを表現したバンダイのオリジナルアパレルブランドです。大手スポーツ用品店やネットでの販売に加え、全国各地で直営店を運営しています。メンズ・レディース・キッズ向けに、ストリートテイストとサーフテイストを融合させたアパレルのほか、雑貨やサーフボードにいたるまで、幅広いアイテムで展開しています。

Real B voice 越谷レイクタウン店

＊SPA:Speciality store retailer of Private label Apparelの略で、商品の企画・製造から直営店運営による販売まで一貫して手がける事業形態。

Lifestyle Goods

10 生活用品・化粧品・雑貨

バンダイでは機能性はもとより、“喜”能性を大事にした生活用品を提供しています。大好きなキャラクターの応援で子どもたちに自立を促す、楽しさあふれる商品をはじめ、大人の女性向け本格化粧品やキャラクター雑貨などを展開することで、幅広い層に向けてライフスタイルを提案しています。

楽しさ＋実用性で子どもたちの「ひとりでできた!」を応援!

球形の発泡入浴剤からマスコットがとびだす「びっくら?たまごシリーズ」は2002年の発売以来、販売数が5,000万個を突破。入浴剤の形状にもキャラクターの楽しさを加えるなどさらなる進化を遂げています。また「歯みがき習慣」を進んで身に付けられるように子どもの大好きなスタンプ遊びとハブラシを組み合わせた「スタンプハブラシ」など、子どもの自立を促す商品を多数展開しています。

びっくら?たまご
烈車戦隊トッキュウジャー

スタンプハブラシ 仮面ライダー鎧武

アイカツ!ランチ用品シリーズ

“ひとりでできた!”を応援する生活用品

ベルサイユのばら
レディオスカル リキッドアイライナー

ベルサイユのばら
シャイニングボリューム&セパレートマスカラ

美少女戦士セーラームーン ミラクルロマンスシリーズ

ドラゴンボールZ ヘアワックスシリーズ

Cosmetic with EVANGELION
2wayフレグランスミストシリーズ

ラブダーリン アイライナー

ラブダーリン 恋する電撃マスカラ

大人の女性向け化粧品を中心に展開するブランド「クレアボーテ」

「ベルサイユのばら」を中心に「うる星やつら」、「美少女戦士セーラームーン」など、キャラクターの世界観を生かした化粧品ブランド「クレアボーテ」を展開しています。女性向けはもちろん、「ドラゴンボールZ ヘアワックスシリーズ」など男性用化粧品への取り組みも開始し、国内外に向け幅広く展開しています。

多彩なキャラクターをスピーディに展開する雑貨ライン

キャラクターの世界観に合った多種多様な雑貨を展開しています。中でもiPhone・スマートフォン用ジャケットは人気キャラクターをいち早く取り入れ、幅広い機種に対応した商品展開を行っています。

美少女戦士セーラームーン
ルナ&アルテミス ペアマグカップ

キャラ鍋 ガールズ&パンツァー

ザクッション

iPhone5&5s対応ジャケット

As a Good Corporate Citizen 01

[安全と安心の追求]

「夢」と「感動」の基盤を支える、さまざまな取り組み。

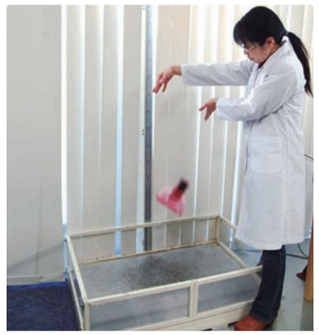
バンダイは、人びとに「夢」と「感動」を提供する企業の責任として、徹底した安全性の追求や品質向上に取り組み、「安全で安心できる商品づくりに徹し、世界のお客様から信頼と満足を得られる商品を提供する」ことを方針に掲げています。それぞれの事業領域において、該当する法規制はもちろんのこと、業界などが定める品質・安全基準を踏まえ、より厳しい自社基準を設定しており、欧米をはじめとする諸外国の安全基準も取り入れています。さらに、法改正や社会情勢にも注意を払いながら、一つひとつの基準内容を随時見直しています。

安全性に配慮した設計・素材の追求

バンダイの新商品は年間7,000点に上り、その種類も多岐にわたります。それに伴い、商品の特性や幅広いお客様のニーズによりさまざまな品質基準を設け、それにしたがって設計や素材の選定を行っています。例えば、使用時にケガをすることがないよう尖った部分は先端を丸めたり、首にかける紐などは、長さに配慮するとともに一定の荷重がかかるとすぐに外れる構造にすることなどが義務付けられています。また、子どもの体格・操作力などを測定する「子どもモニター調査」を定期的に実施し、商品の大きさ、重さなど、製品を設計する際の基礎情報として活用しています。

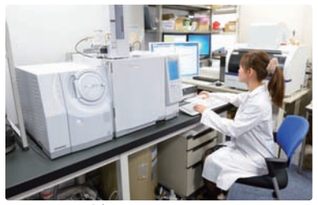
「子どもモニター調査」の様子

広範囲にわたる厳しい検査の実施



玩具を落下させる衝撃試験

バンダイには商品の安全性や強度・耐久性などを確認するための検査基準が約350項目あります。商品の特性などに応じて、これらの検査項目の中から必要な検査を実施しています。例えば、戦隊シリーズの合体ロボットでは、200項目以上にわたる厳しい試験・検査・確認を実施し、さまざまな角度から商品の品質を確認しています。また、材料の安全性に関する基準は20項目以上にわたり、第三者検査機関による証明書の取得だけでなく、自社内でも蛍光Ｘ線分析装置による鉛などの重金属含有量の測定や、ＦＴ-ＩＲ（赤外分光光度計）やGC-MS（ガスクロマトグラム質量分析計）による合成樹脂に含有する可塑剤の分析を行っています。



GC-MSによる分析

生産段階における安全・安心への取り組み

バンダイの商品は、そのほとんどを海外の協力工場に生産委託しています。中国・深圳にあるBANDAI（SHENZHEN）CO.,LTD.は、トイホビー事業における生産管理の重要拠点であり、品質管理・品質検査や各種安全性の確認などの業務を行っています。品質保証活動の充実に向けた情報収集及びそのフィードバックや、検査体制の強化、幅広い社員教育などに取り組むと同時に、生産品質課題の共有化を図っています。

現場での品質管理の様子

バンダイCOC宣言

各国の工場における適正な労働環境の維持を目的として、1998年に「バンダイCOC（Code of Conduct:行動規範）宣言」を行いました。現在、バンダイが独自に作成した行動規範チェックリストに基づき、第三者監査機関を通じて、全世界に立地する200社以上の生産委託工場のCOC監査を実施しています。さらに、COCに関する考え方や監査方法などの周知徹底をはかるため、「バンダイCOCマニュアル」を作成してすべてのサプライヤーに配布し、バンダイのポリシーを理解してもらうように努めています。

COC監査の様子

お客様相談センターの取り組み

お客様とのコミュニケーションを推進するうえで、重要な役割を果たしているのが「お客様相談センター」です。月間約4万件に上るお客様からの声に迅速に対応するため、センターに寄せられたご意見やご要望は、個人情報の取り扱いに細心の注意を払いながらデータベース化が行われています。これにより、より的確できめ細やかな対応を可能にするとともに、蓄積された情報を商品開発に反映させ、顧客満足の向上につなげています。
2010年7月には、ISO10002苦情対応マネジメントシステムの適合宣言を行うなど、お客様対応の更なる向上を目指しています。

交換品の発送業務

ユニバーサルデザインへの取り組み

取り出しやすさに配慮したパッケージの例

バンダイの商品が、ひとりでも多くの方にとって使いやすいものであるよう、ユニバーサルデザインの視点からユーザビリティの向上に繋がる工夫を重ねています。商品を取り出しやすいパッケージへの改良や、一部でカラーユニバーサルデザインの考え方も採用し、色覚の個人差を問わず文字を識別しやすくする工夫も行っています。

※ユニバーサルデザインとは……身体の障がいのあるなしに関わらず、その商品・サービスを出来るだけ多くの方が利用できるようにしようという考え方です。
詳しくは、WEBサイト「バンダイ ユニバーサルデザイン・サークル」をご覧ください。（http://www.bandai.co.jp/kids/ud/）

バンダイの安全・品質基準に対する高い評価

バンダイは、経済産業省主催「平成24年度第6回製品安全対策優良企業表彰」の「大企業製造・輸入事業者部門」において、最上位賞である「経済産業大臣賞」を受賞しました。自社独自の品質・安全基準を策定・運用し、基準の製品リスク低減効果を分析していること、協力メーカーを含めサプライチェーン全体で製品安全文化を醸成していること、子どもに安全に遊んでもらうための安全情報の提供などを行っていることが評価されました。なお、平成20年度（第2回）に続く、2度目の受賞となります。

「平成24年度第6回製品安全対策優良企業表彰」授賞式の様子

As a Good Corporate Citizen 02

[環境保全・社会貢献への取り組み]

子どもたちの笑顔のために何ができるのかを考える。

次の時代を担う子どもたちのために、地球環境を守ることは企業としての社会的責務の一つです。私たちは、バンダイだからこそできる環境保全のための様々な活動を積極的に推進し、また、「商品やサービスを通じて夢や感動を提供し、それによって社会に貢献すること」を基本方針に、様々な形での社会貢献活動にも意欲的に取り組んでいます。

環境負荷低減のための試み

バンダイでは、資源の有効活用と廃棄物排出量の低減を目的に、パッケージ空間率の低減を指標とした減容化や、梱包材、アウターカートンなどに使用する材料の見直し、削減の工夫を重ねています。また、「お客様の使用段階における廃棄物の削減」に取り組むことも環境対策の重要な施策のひとつであると考えています。たとえばプラモデルの細かいパーツを支えているランナーと呼ばれる部分やガシャポンの空きカプセルは、商品組み立て後に廃棄されるため、設計段階での工夫や独自の成形技術により、ムダを排除しています。このほかにも、産業廃棄物の徹底分別による再資源化の検証などにも挑戦しています。

カプセルの仕様変更例
左が対策前、右が対策後

環境負荷の少ない容器包装へ（パルプモールド使用）

※詳しくは、WEBサイト「バンダイ エコ・くらぶ」をご覧ください。
（http://www.bandai.co.jp/kids/eco/）

「バンダイホビーセンター」における環境保全の取り組み

バンダイホビーセンターでは様々な環境保全への取り組みを行っています。センター壁面に設置したソーラーパネルでは、年間56,000kWhの太陽光発電を行いセンター内で使用しています。また、雨水・地下水の再利用システムを設置し、年間2,000トンの水を再利用しているほか、屋上緑化などにも取り組んでいます。

壁一面に設置された大型ソーラーパネル

バンダイこどもアンケート

バンダイは、1995年より、「バンダイこどもアンケート」という調査を実施しています。子どもたちの生活にかかわる生の声を幅広い視点から把握し、現代の子どもたちの実態をバンダイ流に解き明かしていこうと考えています。調査結果は、報道機関や自社ホームページを通じて発表し、研究機関や各種媒体で活用いただいています。
(http://www.bandai.co.jp/kodomo/)

バンダイこどもアンケートホームページ

おもちゃのまちバンダイミュージアム

栃木県・おもちゃのまちにある「おもちゃのまちバンダイミュージアム」は、「楽しいときを創る」きっかけの提供を目的に作られたおもちゃの博物館です。バンダイが所有する日本のなつかしいおもちゃや、世界のアンティークなおもちゃ、エジソンの貴重な発明品など約3万5千点のコレクションの中から厳選し、一般に公開しています。

「キャラクターロボット玩具発祥の地」の碑

機動戦士ガンダムの原寸大胸像（エントランスホール）

ホビーセンターの見学ツアーの様子

「バンダイ本社ビル」「バンダイホビーセンター」の見学受け入れ

バンダイ本社ビルでは、小・中学生を対象にした会社見学の受け入れを実施し、バンダイの事業内容の紹介などを行っています。バンダイホビーセンターでは、一般のお客様や学校を対象とする見学ツアーを開催し、プラモデルができるまでの工程や、同センターの環境への取組みなどを幅広く紹介することで、モノ創りに対する情熱を肌で感じていただいています。

おもちゃ図書館活動支援

「おもちゃ図書館」とは、バンダイの創業者である山科直治が私財を投じて創設した一般財団法人日本おもちゃ図書館財団が運営しているボランティア活動で、現在全国500ヶ所以上で開館しています。心身に障がいを持つ子どもたちのために、自由に玩具に触れ楽しい時間を過ごす場を提供することで、広がりある交流を可能とし、社会の一員としてひらかれていくことを目的としています。バンダイでは、全国のおもちゃ図書館が玩具を購入するための資金調達、ボランティア研修会の開催や調査、研究活動の支援を行っています。

おもちゃ図書館

ポピンズナーサリースクール駒形

ポピンズナーサリースクールでの育児支援

働く親の育児支援を目的に、本社福利厚生棟に東京都認証保育所「ポピンズナーサリースクール駒形」を誘致しています。この施設は社員だけでなく、地域住民の皆様にもご利用いただいています。

A Brief History of BANDAI

時代の夢と並走してきたバンダイの歴史。

バンダイは、1950年の創業以来、いつの時代も、子どもたちの夢と並走しながら、
数々のヒット商品を生みだしてきました。
ここでは、バンダイのヒット商品の系譜をたどりながら、時代が見た夢と、
バンダイの発展の足跡をたどってみましょう。

1950 東京都台東区浅草菊屋橋で（株）萬代屋を設立

初代社長、山科直治（やましなおはる）が（株）萬代屋を設立。セルロイド製玩具や金属玩具（乗り物）、ゴム製浮き輪などを扱う問屋業として事業をスタートしましたが、９月にはオリジナル商品第一号、「リズムボール」を発売。玩具の企画・開発という、その後のバンダイの事業の萌芽が現れています。

1955 業界初の品質保証制度を実施し「保証玩具」第一号商品を発売

1961 萬代屋を（株）バンダイに社名変更

1971 1970年代よりキャラクタービジネスに本格参入
「仮面ライダー変身ベルト」大ヒット

キャラクター玩具を手がけるグループ会社として設立された（株）ポピーが、「仮面ライダー変身ベルト」を商品化。ベルト中央のタイフーンが光って回るＴＶ同様のギミックや斬新なパッケージデザインが好評を博し、ＴＶ放映中に380万個を販売するメガヒットとなりました。

現在も、バンダイの男児向けキャラクター玩具を代表する商品として人気を博している“超合金”シリーズの、記念すべき第一弾。ダイキャスト素材のずっしりとした質感と重量感、細やかで精巧な造形、ロケットパンチ発射のギミックなどによって大人気となり、発売初年度に50万個を販売しました。

1974 「超合金マジンガーZ」などのキャラクター商品が大ヒット

1980 「ガンプラ」発売。一大ブームに

現在までに4億個を販売しているガンダムプラモデルシリーズ（通称“ガンプラ”）は、この商品から始まりました。手頃な価格設定、簡単に組み立てられる設計といった商品力と、アニメ作品の人気の相乗効果によって、一大“ガンプラ”ブームを巻き起こしました。翌81年には、シリーズ全体で2,500万個を販売し、工場がフル稼働しても生産が追いつかないほどの人気となりました。

1983 自販機カプセル商品「キン肉マン」大ヒット

1993 「美少女戦士セーラームーン」商品が女児の間で大ブームに
「POWER RANGERS」が米国に上陸

「月にかわっておしおきよ！」の決め台詞で女の子たちの人気をさらった「美少女戦士セーラームーン」。バンダイは、変身アイテムや武器（ステッキ）、ドールなどを商品化し、いずれも大ヒットを記録しました。ＴＶアニメは、その後５年間続くロングランヒットシリーズとなりました。

1996 「たまごっち」発売。全世界で4,000万個を販売するヒット商品に

1997 「ハイパーヨーヨー」発売

2004 たまごっち復活第一弾「かえってきた!たまごっちプラス」を発売

「たまご」＋「ウォッチ」で「たまごっち」。“携帯育成デジタルペット”という革命的コンセプトのこの商品は、発売するや女子高生から火がつき、国内外で4,000万個を販売する驚異的なヒットに。2004年に「たまごっちプラスシリーズ」として復活を果たし、現在では女子小学生に人気の定番キャラクターとして成長しています。

2005 デジタルカード筐体「データカードダス」導入
ナムコと経営統合し、（株）バンダイナムコホールディングスを設立

2006 ガンプラの生産拠点「バンダイホビーセンター」が静岡にオープン

2010 「ガンプラ」生誕30周年。累計販売数が4億個を突破

2011～ 「仮面ライダーシリーズ」の関連商品が大ヒット

「変身ベルト DXウィザードライバー」は1年間で約80万個を販売し、平成ライダー史上過去最高を記録。玩具菓子、カプセルトイ、データカードダスなど周辺事業との連動により、遊びの幅がさらに拡大しています。

2014 「超合金」生誕40周年。記念商品を続々発売

主要グループ企業一覧 （2014年4月1日現在）

株式会社バンダイナムコホールディングス
グループの中長期戦略の立案遂行、グループ各社の事業戦略実行支援など（東証一部上場）

BANDAI NAMCO Holdings USA Inc.
米国地域統括の純粋持株会社

BANDAI NAMCO Holdings UK Ltd.
英国の純粋持株会社

トイホビー戦略ビジネスユニット

株式会社バンダイ
玩具、模型、玩具菓子、カプセルトイ、カード、アパレル、生活関連用品の製造・販売

株式会社メガハウス
トイ、玩具菓子、フィギュア、一般ゲーム、エレクトロニクス玩具などの企画・開発および製造・販売

株式会社シー・シー・ビー
RCトイ、玩具、家電、雑貨製品の企画・開発・製造・販売

サンスター文具株式会社
紙製品・文具・雑貨などの企画・開発および販売

株式会社プレックス
キャラクター商品の企画・デザイン制作・開発・販売

株式会社シーズ
玩具・遊技・医療機器・照明機器などの企画・開発・製造、各種検査・試験業務受託

ピープル株式会社※
幼児玩具、幼児用自転車などの企画・開発および販売（JASDAQ上場）

株式会社円谷プロダクション※
映像作品の企画・製作・配給など

BANDAI AMERICA INCORPORATED（米国）
米州および欧州におけるトイホビー事業統括機能および米州における玩具関連商品の販売会社

BANDAI S.A.（フランス）
欧州における地域統括機能およびフランスにおける玩具や関連商品などの販売会社

BANDAI U.K. LTD.（イギリス）
イギリスの販売会社。玩具関連商品を販売

BANDAI ESPAÑA S.A.（スペイン）
スペインの販売会社。玩具関連商品を販売

BANDAI POLSKA sp.zo.o（ポーランド）
ポーランドおよびその他東欧諸国における玩具販売とマーケティング業務

BANDAI (H.K.) CO., LTD.（中国）
地域統括機能およびアジア地域での玩具、電子機器の製造販売および輸出入。日本を除くアジアパシフィックの生産と販売を統括

BANDAI KOREA CO., LTD.（韓国）
玩具関連商品の企画・販売およびオンラインゲームの企画・開発・サービス

BANDAI (SHENZHEN) CO.,LTD.（中国）
品質保証および品質管理業務、協力メーカーの生産管理および工場監査などの委託業務。中国における玩具関連商品の企画販売

BANDAI INDUSTRIAL CO., LTD.（タイ）
戦隊シリーズのロボット玩具や玩具自販機などのほか、金型を生産

BANDAI PHILIPPINES INC.（フィリピン）
玩具（主にカプセル玩具・フィギュア・低単価商品）の製造工場

コンテンツ戦略ビジネスユニット

株式会社バンダイナムコゲームス
ゲームソフト、アミューズメント機器などの企画・開発・販売

株式会社バンダイナムコスタジオ
ゲームソフト、アミューズメント機器などの企画・開発

株式会社ディースリー・パブリッシャー
ゲームソフトの企画・開発・販売、モバイルコンテンツの企画・開発・配信

株式会社B.B.スタジオ
ゲームソフトの企画・開発・販売、モバイルコンテンツの企画・開発

株式会社VIBE
インタラクティブ・メディア利用のコンテンツおよび商品の提供、広告・宣伝業務

株式会社バンダイナムコオンライン
インターネットを利用したオンラインゲーム、その他ソフトウェア、サービスの企画・開発・運営

株式会社バンプレスト
アミューズメント施設およびコンビニエンスストア等に向けた景品などの企画・開発・販売

バンプレスト販売株式会社
アミューズメント景品などの販売

バンダイビジュアル株式会社
映像コンテンツおよびパッケージソフトの企画・製作・販売

株式会社ランティス
音楽著作物の企画・制作・発売・運用など

株式会社サンライズ
アニメーションの企画・製作および著作権・版権の管理・運用

サンライズ音楽出版株式会社
サンライズ作品に係る音楽制作ならびに楽曲および原盤の管理・運用

株式会社バンダイチャンネル
アニメーションなどのオンデマンド配信

株式会社バンダイナムコライブクリエイティブ
イベント・ライブの企画・製作、イベント・ライブ映像制作、グッズ企画・製作・販売、チケット販売など

株式会社アイウィル
アーティストの育成、音楽原盤の制作など

BANDAI NAMCO Games America Inc.
ゲームソフトの企画・販売。モバイルコンテンツの企画・配信

BANDAI NAMCO Amusement America Inc.
アミューズメント機器の生産・販売

BANDAI NAMCO Games Europe S.A.S.
ゲームソフトの販売、持株会社、シェアードサービス機能会社

BANDAI NAMCO Amusement Europe Ltd.
アミューズメント機器の生産・販売

BANPRESTO (H.K.) LTD.
アミューズメント機器および景品の製造・生産管理

アミューズメント施設戦略ビジネスユニット

株式会社ナムコ
アミューズメント施設の企画・運営

株式会社プレジャーキャスト
アミューズメント施設の企画・運営

株式会社花やしき
遊園地「浅草花やしき」の企画・運営

NAMCO ENTERTAINMENT INC.
北米におけるアミューズメント施設の企画・運営

NAMCO OPERATIONS EUROPE LTD.
英国におけるアミューズメント施設の企画・運営

NAMCO ENTERPRISES ASIA LTD.
香港地域におけるアミューズメント施設の企画・運営

SHANGHAI NAMCO LTD.※
中国におけるアミューズメント施設の企画・運営

関連事業会社

株式会社バンダイロジパル
3PL事業、国際物流事業、貨物利用運送事業、通関業、アミューズメント関連事業

株式会社ロジパルエクスプレス
貨物自動車運送事業、産業廃棄物収集運搬業、物流管理事業、倉庫業、車両整備業など

株式会社バンダイナムコビジネスアーク
総務、人事、経理、情報システムに関する業務受託など

株式会社アートプレスト
企画・デザイン・印刷、Webページ制作、イベント企画運営

株式会社ハビネット※
玩具・映像・音楽ソフト・ビデオゲーム・アミューズメント用品の流通業（東証一部上場）

株式会社創通※
TVアニメーション番組の企画制作および版権ビジネス（JASDAQ上場）

株式会社イタリアントマト※
飲食店の経営およびフランチャイズ事業、洋菓子の製造および販売ならびに製造指導

（※持分法適用会社）

©2014 テレビ朝日・東映AG・東映　©BANDAI・WiZ/TV　TOKYO・2013TeamたまごっちTV　©BANDAI NAMCO Games Inc.　TM & ©2014 SCG Power Rangers LLC. ©B,W/T,T ©BANDAI, WiZ ©TOEI COMPANY, LTD. All Rights Reserved.　©SUNRISE/BANDAI, DENTSU, TV TOKYO　©2010 ISHIMORI PRODUCTION INC. and TOEI COMPANY, LTD. All Rights Reserved.　©創通・サンライズ　©車田正美/集英社・東映アニメーション　©SCG Power Rangers LLC.　©BANDAI 2009-2013 ©2013 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©ABC・東映アニメーション ©やなせたかし／フレーベル館・TMS・NTV ©1999 BANDAI・WiZ ©石森プロ・東映 ©L5/PDS/TX ©臼井儀人／双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK ©東京ミチテラス2012 ©BANDAI ・こどもの館 ©サンライズ／BANDAI・メ～テレ　©RealBvoice All rights reserved.　©池田理代子プロダクション ©武内直子・PNP・東映アニメーション ©円谷プロ ©L5/YWP・TX　©2013 LEVEL-5 Inc. © MARVEL ©ガイストクラッシャーギャリソン・テレビ東京2013 ©CAPCOM CO., LTD. 2013 ALL RIGHTS RESERVED. ©ciãostyle ©TRYWORKS ©Q-LIA ©藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK ©BANDAI 2006 ©フジテレビジョン ©BNGI ©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©サンライズ ©2013 ビックウエスト ©1976,2014 SANRIO CO.,LTD. APPROVAL NO.S544611 ©Nintendo ©創通・サンライズ・テレビ東京 ©JAMSTEC ©2012 宇宙戦艦ヤマト2199 製作委員会 ©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・ JR Kikaku ©Pokémon ©BANDAI ©CAPCOM CO.,LTD. ©藤巻忠俊／集英社・黒子のバスケ製作委員会 ©GungHo Online Entertainment, Inc. All Rights Reserved. ©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映　©松竹　©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©島袋光年/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©岸本斉史 スコット／集英社・テレビ東京・ぴえろ ©POT(冨樫義博)1998年-2011年　©VAP・日本テレビ・集英社・マッドハウス ©久保帯人/集英社・テレビ東京・dentsu・ぴえろ ©空知英秋/集英社・テレビ東京・電通・サンライズ・アニプレックス　日本野球機構承認 NPB BIS プロ野球公式記録使用 ©PANINI S.p.A. All Rights Reserved. The Trading Card Game is developed by PANINI and the online game is developed for PANINI by BANDAI. ©BANDAI 2013 ©SOTSU・SUNRISE ©カラー ©高橋留美子／小学館 ©GIRLS und PANZER Projekt ©諫山創・講談社／「進撃の巨人」製作委員会 ©SUNRISE/T&B MOVIE PARTNERS ©ゆでたまご／集英社・東映アニメーション ©1993 SABAN INT. ©BANDAI 1997 ©ダイナミック企画 ©BANDAI 1996 ©2012 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映

FSC www.fsc.org MIX Paper from responsible sources FSC® C016334

VEGETABLE OIL INK

Corporate Data

会社概要

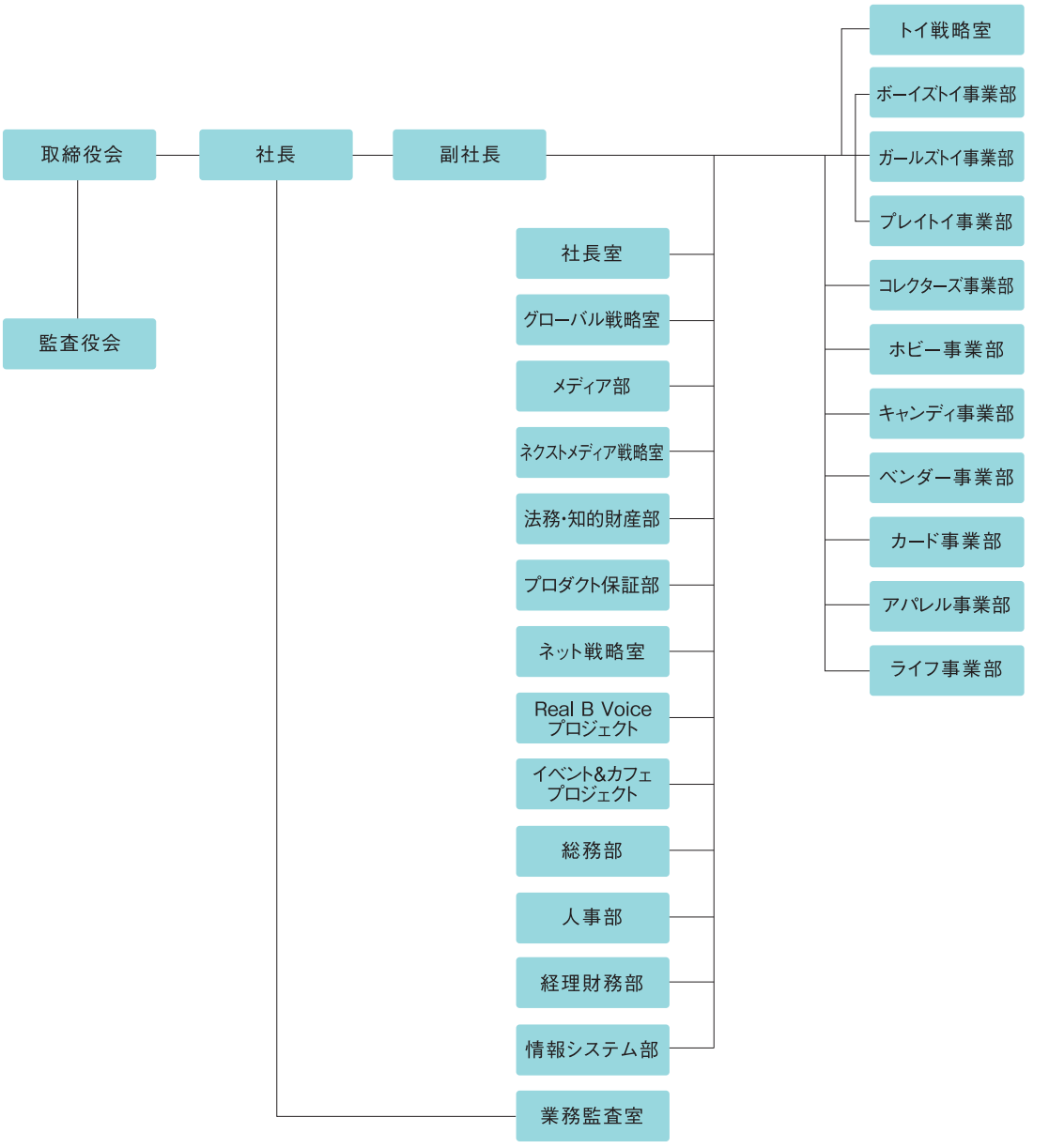
商　号	株式会社バンダイ Bandai Co., Ltd.
所在地	〒111-8081 東京都台東区駒形1-4-8
設　立	1950年7月5日
資本金	100億円
従業員数	1,144名（2014年2月末日現在）
決算期	3月31日

取締役・監査役

代表取締役社長	上野 和典	取締役	五十嵐 正治
代表取締役副社長	田口 三昭	取締役	佐藤 明宏
常務取締役	川口　勝	常勤監査役	平野 雄二
常務取締役	福田 祐介	常勤監査役	平澤 勝敏
取締役	垰　義孝	監査役	廣木 準一
取締役	飛田 尚美	監査役	山本 昌平
取締役	小沼 智哉		

Organizational Chart

組織

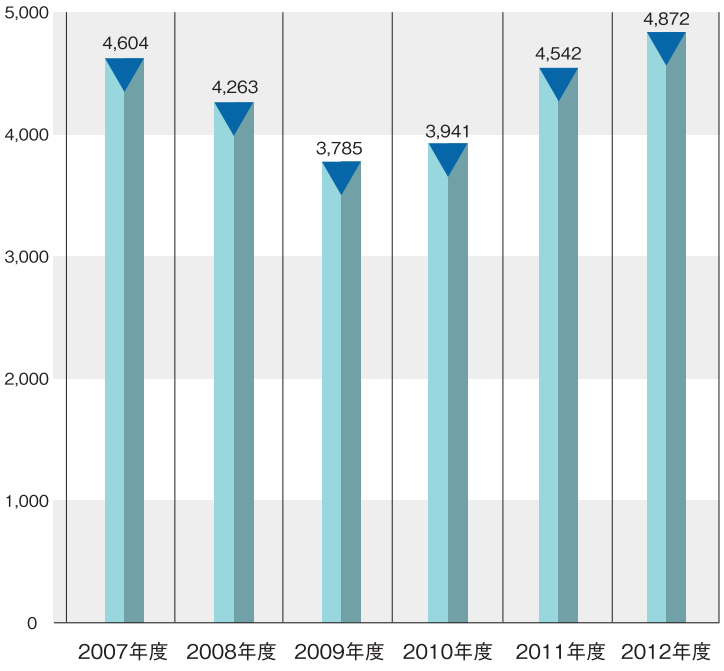


（2014年4月1日現在）

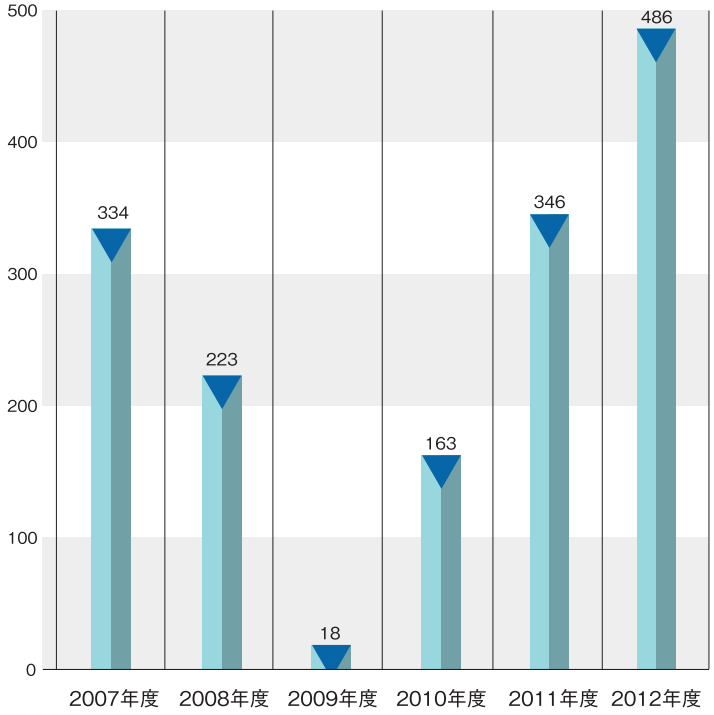
BANDAI NAMCO Group Consolidated Financial Data

バンダイナムコグループ 連結業績データ

売上高(単位:億円)



営業利益(単位:億円)



株式会社バンダイ

〒111-8081 東京都台東区駒形1-4-8
http://www.bandai.co.jp