

# BANDAI 2016

世界中の人びとに「夢」と「感動」を







創業理念

ばんだいふえき

# 萬代不易

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。

企業スローガン

# 夢・クリエイション

～楽しいときを創る企業～



## 世界中の人びとに 「夢」と「感動」をお届けするために。

### 「アジア」・「欧米」でグローバル化を推進 NEXT STAGEを目指します。

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、2015年4月より「真のグローバル化 アジアNO.1☆欧米チャレンジ」をビジョンに掲げた3カ年の中期計画を推進しています。日本を含めたアジア市場でのNO.1、欧米地域では、新しいチャレンジの成果を上げることを目標とし、私たちの強みを世界に広げていきます。

私たちが展開するキャラクターマーチャンダイジング (CMD) 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、世界中の人びとに「夢」と「感動」をお届けして参ります。

2016年4月

代表取締役社長

川口 勝

Masaru Kawaguchi



# 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。

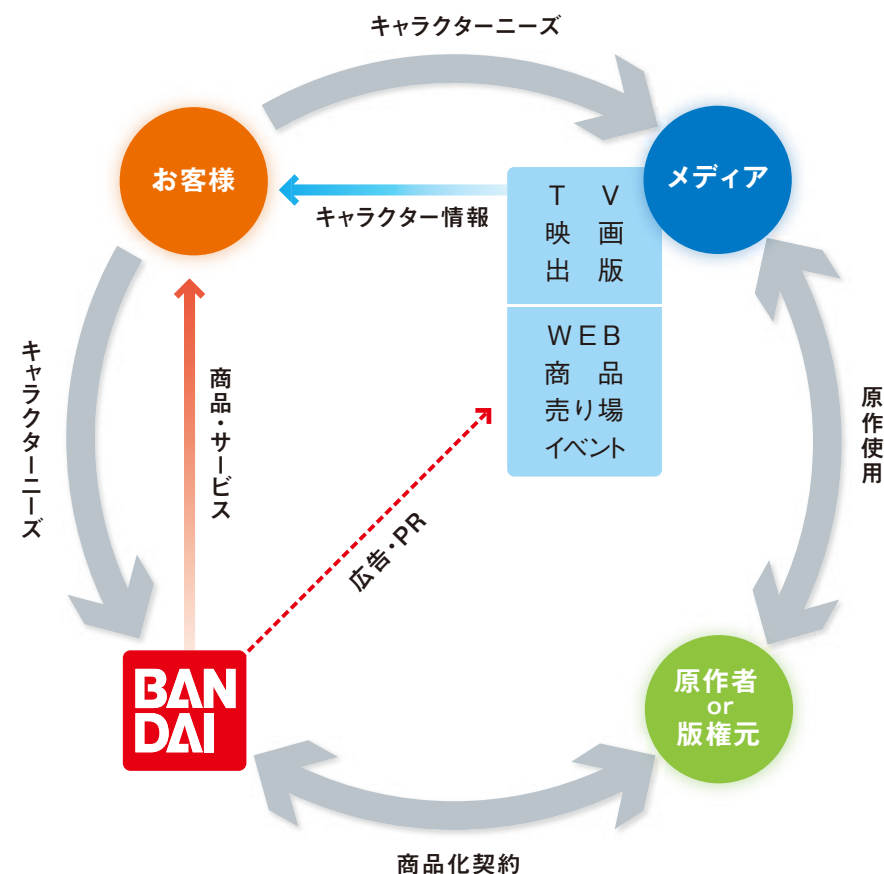
キャラクターマーチャンダイジング(CMD)——それは、長年にわたって進化・洗練を重ねてきた、バンダイの事業の根幹を支える最も重要なビジネスモデルです。玩具の世界からスタートしたCMDはその後、模型、菓子・食品、カプセルトイ、カード、アパレル、生活用品などへとそのフィールドを拡大し、バンダイの発展を支えてきました。

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、原作者、TV番組制作会社、出版社と

いった「著作権元」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であり、そこに託された夢を育む商品開発を実現していく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

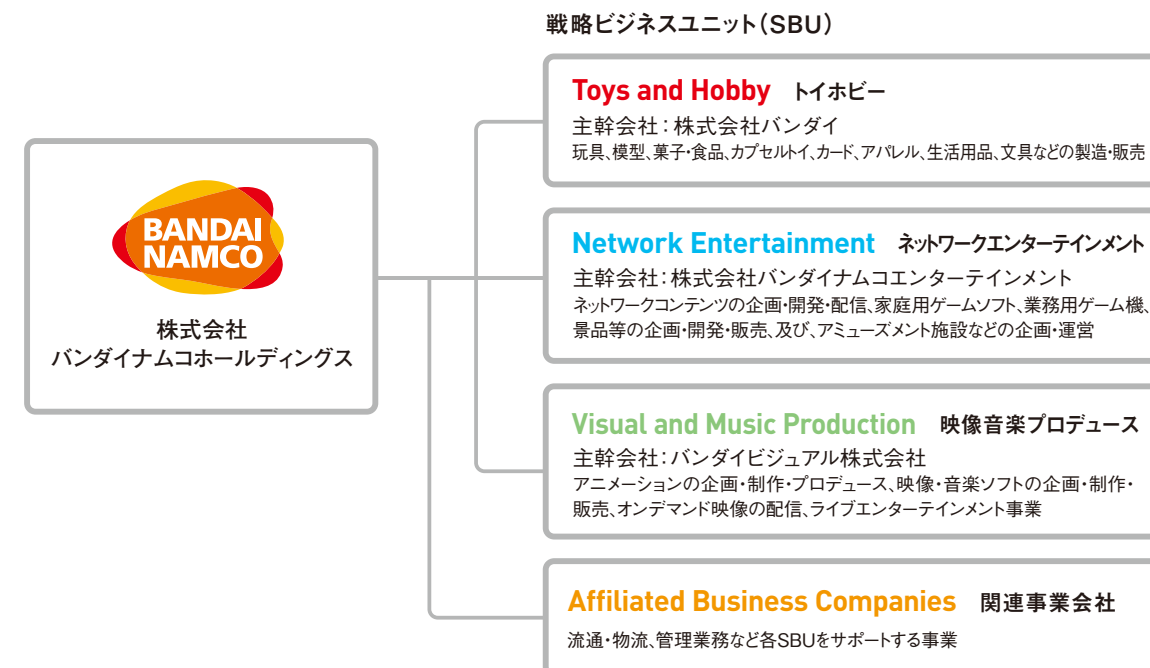
The leading innovator  
in global entertainment

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や深みをもたらし、  
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、菓子・食品、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。





# As a Leading Global Innovator★

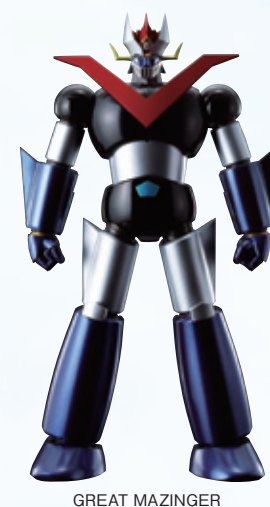
## 世界市場へのチャレンジ。

### 企画開発、生産、人材育成から「真のグローバル化」を目指す

バンダイの海外展開は、輸出を皮切りに創業間もない1951年からスタートし、常に世界を見据えた事業展開を行ってきました。バンダイが将来に向けて新たな発展を目指すには、世界市場における更なる飛躍が不可欠です。2015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 アジアNO.1☆欧米チャレンジ」を掲げました。その具体的な姿とは、日本を含むオールアジアで各国各事業NO.1、欧米では日本と力を結集させチャレンジをしていきます。そして、各国の地域・市場特性にあわせた展開で、新たな商品企画やローカライズを行っていきます。また、企画力、生産政策、人材戦略を強化し、世界で戦うための基盤を築き、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して世界のバンダイへと飛躍することを目指します。



### 【海外主要グループ会社】 (非連結子会社含む)



### 【欧米地域】 Americas and Europe トイホビー SBU 総力戦で欧米市場にチャレンジ

2015年よりバンダイ(日本)にグローバル部を新設し、トイホビーSBUの総力を結集して企画開発を行い、ワールドワイドなモノづくりを進めています。

商品はトイカテゴリーを主力とし、日本の「スーパー戦隊シリーズ」をローカライズした「パワーレンジャーシリーズ」を中心に展開しています。また、The Walt Disney Company (以下 ディズニー社)との取り組みで、映画「BIG HERO 6」(邦題:「ベイマックス」)をはじめ、「ファインディング・ドリー」の玩具商品化権を獲得するなど、着実にワールドワイドへとビジネスを拡大させています。

### 【アジア地域】 Asia 日本を含むオールアジア NO.1 の達成

アジア地域におけるトイ事業の統括機能を担う BANDAI NAMCO ASIA CO.,LTD.(香港)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!」、「妖怪ウォッチ」など、日本でも人気のIP(\*)を展開しています。アジアにおいてトイのシェアが拡大している中、シンガポール、フィリピンなどの英語圏でも「パワーレンジャーシリーズ」を皮切りに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、日本とアジア各国が一体となり、オールアジアにおいて各国各事業NO.1の地位を確立する戦略も加速。日本の成功を踏まえ、アジアのマーケティングに適した商品を企画開発する体制を強化しています。

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



## Global Action★

# 世界中の人びとに「夢」と「感動」を届けるために 重ねる、さまざまなチャレンジ。

「真のグローバル化 アジアNO.1☆欧米チャレンジ」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さまざま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、世界中の人びとに「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。

## 欧米市場における事業展開

### ■ 絶大な人気を誇る「パワーレンジャーシリーズ」を軸に ■ 「ディズニーシリーズ」の展開を強化

欧米市場における事業展開は、「パワーレンジャーシリーズ」「ディズニーシリーズ」といった、幾つかの核となるIP(\*)を軸に推進しています。

「パワーレンジャーシリーズ」は、日本の「スーパー戦隊シリーズ」を米国で欧米向けにローカライズした特撮アクションで、1993年に第一弾「MIGHTY MORPHIN POWER RANGERS」(日本版:恐竜戦隊ジュウレンジャー)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。それ以降、欧州、アジア圏にもその人気を拡大し、「パワーレンジャーシリーズ」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。

2016年からは米国、カナダで「POWER RANGERS DINO CHARGE」の続編シリーズ「POWER RANGERS DINO SUPER CHARGE」が放映され、欧州でも順次スタートします。この作品は2013年に日本で放映された「スーパー戦隊シリーズ」37作品目の「獣電戦隊キョウリュウジャー」をローカライズしたオリジナルストーリーです。

「獣電戦隊キョウリュウジャー」は、恐竜をモチーフにしたサンバのリズムで戦うヒーローで、日本では大ヒットしました。欧米向けには、クールでカッコいいヒーローとしてローカライズし、その続編は、前作以上に派手でクールなアクションを繰り広げています。



海外で展開している「パワーレンジャーシリーズ」関連商品

その放映に合わせ、バンダイアメリカは、「変形銃 ガブティラ・デ・カーニバル」のローカライズ版「T-REX SUPER CHARGE Morpher」を中心に、連動商品やアクションフィギュア、ロボットなど、オリジナルキャラクター商材を含めて前作を超えるラインアップで展開しています。

また、2017年にはパワーレンジャーの映画公開が決定し、更なる市場拡大に向けて取り組んでいきます。

一方近年では、ディズニー社との協力体制を強化しています。2014年より公開された映画「BIG HERO 6」に引き続き、ピクサー・アニメーション・スタジオが手がける映画「ファインディング・ドリー」(「ファインディング・ニモ」の続編)の商品をバンダイがワールドワイドで手がけます。

このほかにも待望の女兒向け新IPとして、Zagtoon制作のアニメーション「Miraculous」の放映が世界各国でスタートしており、好調な視聴率を維持しています。玩具展開は2016年秋よりスタートし女兒玩具の展開も広がっていきます。



「BIG HERO 6」関連商品

## アジア市場における事業展開

### ■ 「日亜一気通貫戦略」により、アジア各国と連携しモノづくりを展開



「ガンプラビルダーズ ワールドカップ2015」世界大会決勝戦(日本)

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。こうした状況を背景に近年注力しているのが、アジア各国との連動を強化して地域特性に富んだ商品づくりを展開する「日亜一気通貫戦略」をホビー事業、コレクターズ事業、カード事業で展開しています。

ホビー事業では、「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。また「機動戦士ガンダムシリーズ」は、WEBサービス「GUNDAM.INFO」において日本と同時期にテレビアニメを各国で配信することで、アジアを中心としたグローバル市場における「ガンプラ」のユーザー獲得に成功しています。

また、大人向けフィギュアを展開するコレクターズ事業では、「TAMASHII NATIONS」ブランドとして「ワンピース」や「聖闘士星矢」をはじめ、世界的に人気の高いさまざまなキャラクターのフィギュアを世界で発売しています。

カード事業においても、「バトルスピリッツ」や「ガンダムデュエルカンパニー」といった現

地でも人気の高いキャラクターのカード商品を展開し、女兒向けには、「アイカツ!」のカード商品をスタートし、徐々に展開エリアを拡大させています。

また、これらの事業は、イベント戦略を日本と連動して実施することでアジアでのビジネスを拡大しています。

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。日本との流通環境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かなければなりません。インターネットはグローバル化を推進するための重要な販売チャネルの一つです。バンダイでは、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「プレミアムバンダイ香港」(<http://p-bandai.hk/>)、「プレミアムバンダイ台湾」(<http://p-bandai.tw/>)をオープンし、これらeコマースを活用することで、アジアでは「美少女戦士セーラームーン」の限定商品が大人の女性層を中心に即日完売するなど、トイとは異なるターゲットへの商品販売にも結びついています。

一方トイ事業は、それぞれの国のTV番組状況に合わせて、日欧米の商品をローカ



「プレミアムバンダイ台湾」



「BANDAI NAMCO (THAILAND) CO., LTD.」



「BANDAI NAMCO PHILIPPINES INC.」

ライズして販売したりしています。

また、グローバル展開、アジアでの成長を支えるのがバンダイの生産体制です。「バンダイホビーセンター」(静岡)と並び、1987年に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して設立したのが、タイの「BANDAI NAMCO THAILAND CO., LTD.」です。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、「スーパー戦隊シリーズ」や「仮面ライダーシリーズ」などの商品を生産しています。また2012年には、フィリピンに現地法人「BANDAI NAMCO PHILIPPINES INC.」を設立して新工場を建設し、翌年よりカプセルトイやカプセル自販機の生産を開始しています。品質と価格競争力、バランスのとれた生産体制を構築するため、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。



「Japan Expo 2015」TAMASHII NATIONSブース(フランス)



「バトルスピリッツ アジアカップ2015」(香港)

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



# Business Activites

## 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、カプセルトイ、プラモデル、カード、食玩・菓子・食品、アパレル、生活用品にまでその裾野を広げています。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、世界中のすべての人びとに、「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 P12

03 幼児・定番  
イノベティブトイ P13

04 カプセルトイ P13

05 コレクターズ P14

06 プラモデル P14

07 カード P15

08 食玩・菓子・食品 P15

09 アパレル P16

10 生活用品・  
化粧品・雑貨 P16



### 01 ボーイズトイ Toys for Boys

未就学男児に圧倒的人気のヒーロー玩具や、小学生に向けたキャラクター玩具を国内外に向け幅広く展開しています。

#### メディアと連動した 親子2世代ヒーロー玩具

3～6歳の男児に向けて、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モノづくりに取り組んでいます。



#### 小学生向け カテゴリーの拡大

アニメやゲームと連動した、小学生向けの商品カテゴリー、キャラクターを展開中です。集めて楽しい、バトルして楽しいといった小学生男児に向けた新しいトレンドの創出にチャレンジしています。



### 02 ガールズトイ Toys for Girls

未就学女児に人気の「プリキュア」「かみさまみならい ヒミツのここたま」、小学生女児に向けた「たまごっち」「女児ホビーシリーズ」商品など、「女の子」の心に響く商品を創出しています。

#### アニメと連動した未就学女児に 圧倒的人気玩具

なりきり願望をかなえる「プリキュアシリーズ」やドール・ハウスカテゴリーの「かみさまみならい ヒミツのここたま」の商品は、アニメとの連動で3～6歳の女児に圧倒的人気を誇っています。



#### 小学生女児に向けた アプローチ

「コミュニケーション」をキーワードに、「たまごっち」や「アイカツ!」、「女児ホビーシリーズ」など、トレンドに敏感な小学生女児に向け幅広い商品を展開しています。





03

## 幼児・定番・イノベティブトイ Preschool, Classic and Innovative Toys

### 成長にあわせた遊びが楽しめる アンパンマンの玩具

知育玩具をはじめ、脳科学に基づいたベビートイ「BabyLaboシリーズ」や、ブロック玩具「BlockLaboシリーズ」など、成長にあわせた玩具の開発にチャレンジしています。



アンパンマンカラーパッドプラス

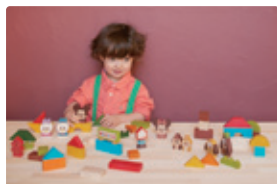
BabyLaboシリーズ  
～脳を育む～まんまる!いたずらあそびDXBlockLaboシリーズ  
おきかなパン工場とすてきなうちブロックバケツ

### ディズニーキャラクターの世界観を 世代を超えて楽しめる木製玩具

知育玩具の要素とインテリア性を兼ね備えた「Disney | KIDEA」は、積む、並べるの「積み木遊び」から“ごっこ遊び”“コレクション”と年齢にあわせた遊び方を提案しています。



Disney | KIDEAシリーズ



### 友だちや家族みんなで 楽しめる玩具

ファミリーゲームの定番「ドンジャラ」、おうちで遊べる不思議なすな「suna・suna」、けん玉ホビー「ケンダマクロス」など、友だちや家族で楽しめる商品を展開しています。



ドンジャラドラえもん 1000000(ミリオン)



suna・sunaシリーズ



ケンダマクロスシリーズ

04

## カプセルトイ Vending Machine Capsule Products

「ガシャポン」の愛称で親しまれているバンダイのカプセルトイ。自販機カプセル市場におけるリーディングカンパニーとして、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。

### 豊富なラインアップで業界を牽引

1977年の発売以来、長期定番キャラクターから最新のキャラクターまで、豊富なラインアップで商品化を行い、幅広いお客様のニーズに応えています。キャラクターの粹にはまらない個性的な商品も積極的に開発するなど、これまで以上に付加価値のあるバラエティに富んだ商品展開も行っています。

それいけ!アンパンマン  
アンパンマントレイン シリーズドラゴンボール超  
アルティメットディフォルメマスコットバースト  
シリーズ

コーヒーカップの松崎しげる

刀剣乱舞-ONLINE-  
カプセルラバーマスコット シリーズ

### 新規市場の開拓に向けた 積極的なチャレンジ

購入した商品を使ってその場で抽選ゲームが楽しめる「くじガシャポン」や、大人の女性に人気のキャラクター商品の展開、業界初の筒型カプセル「ガシャポンカン」による大型商品の導入、カプセルのごみが出ない「カプキャラシリーズ」の展開など、新規層・新規カテゴリーの拡大に向け、積極的にチャレンジしています。



くじガシャポン SDガンダム モビルディスク



おジャ魔女どれみ ハッピーラッキーポロン



ねこあつめ つくえのうえのねこあつめ



ドラえもん カプキャラドラえもん

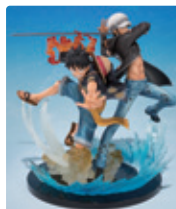
05

## コレクターズ For Collectors

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(魂ネイションズ)」を掲げ、フィギュアやロボットを中心に、日本はもちろん世界に向けて大きく市場を拡大しています。

### 多彩なカテゴリーとキャラクターで 世界に向けて商品を展開

可動フィギュアの粋を極めた「S.H.Figuarts」、造形や彩色にこだわった「フィギュアーツZERO」、ロボット玩具を代表するブランド「超合金」「ROBOT魂」をはじめ、2016年が30周年となる「聖闘士星矢」シリーズを「聖闘士聖衣神話」として世界中で展開中。多彩なカテゴリーとキャラクターで国内外に市場を拡大しています。

S.H.Figuarts  
仮面ライダーゴースト  
オレ魂フィギュアーツZERO  
モンキー・D・ルフィ&トラファルガー・ロー  
-5th Anniversary Edition-ROBOT魂  
<SIDE MS> RX-78-2 ガンダム  
ver. A.N.I.M.E.TAMASHII NATIONS  
大人向けコレクターズ  
商品のブランド  
「TAMASHII NATIONS」聖闘士聖衣神話EX  
レオアイオリア(神聖衣)

DX超合金魂 グレートマジンガー

### すべての大人に魅力的な キャラクター商品を

「スター・ウォーズ」のキャラクターを日本風にアレンジした「名将MOVIE REALIZATIONシリーズ」、話題性のあるコラボレーション企画、「魂バディーズ」「タマコレ」シリーズなど、コレクションや大人の女性をターゲットにした話題商品を続々発売し、新規市場を積極的に開拓しています。

名将MOVIE REALIZATION  
侍大将ダース・ベイダー ～死星具足～超合金 ハローキティ(マジンガーZカラー)・  
マジンガーZ(ハローキティカラー)魂バディーズ  
(孫悟空、セーラームーン)タマコレ ぶにぶにほっぺすこつと  
黒子のバスケ

06

## プラモデル Plastic model Kits

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「ガンブラシリーズ」を軸に、オリジナル・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 「ガンブラシリーズ」

1980年より続く「ガンブラ」は、“進化するプラモデル”として静岡の「バンダイホビーセンター」で企画・開発から生産まで一貫して行っています。商品展開を拡大し続け、現在では親子2世代で楽しむ姿も増えています。その人気は世界各地にも広がり、アジアを中心としたグローバル市場におけるユーザーの更なる獲得にも力を入れています。

HGUC 1/144  
RX-78-2 ガンダムHG 1/144  
ガンダムバルバトスHGBF 1/144  
トライバニングガンダムHG GUNDAM THE ORIGIN  
1/144 MS-06S シャア専用ザクIIMG 1/100  
V2ガンダム Ver.KaPG 1/60 RX-0  
ユニコーンガンダム

### ホビーの可能性を追求し、 新たな顧客を拡大

小学生に向けて、オリジナルレーシングホビーの「ゲキドライヴ」や「妖怪ウォッチプラモデルシリーズ」、「ポケブラシリーズ」などさまざまなキャラクターの展開をしています。また、ハイターゲットに向けては、「スター・ウォーズ プラモデルシリーズ」や「Bトレインショーティーシリーズ」に加え、「マクロスプラモデルシリーズ」などを展開しています。

ゲキドライヴ  
GD-001 ドラゴンゲイル

妖怪ウォッチ 01 ジバニャン

ポケモンプラモコレクションNo.19  
ファーストシリーズ ピカチュウ1/144 ミレニアム・ファルコン  
(フォースの覚醒)

Bトレインショーティーシリーズ

メカコレクション マクロスシリーズ  
VF-31Jジークフリード ファイターモード  
(ハヤテ・インメルマン機)



## 07 カード Card Products

机上で遊ぶ「カードダス」、デジタルデータとカードが融合した「データカードダス」の2大ブランドを軸に、新しい遊びの世界を創出しています。

### 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、累計販売数は110億枚を突破。発売から8年目となる「バトルスピリッツ」、世界で初めて全てのカードにNFCチップを搭載し、リアル(対面)とアプリ連動しているICカードダスドラゴンボールなど、幅広い層に向けた商品を提供しています。



### カード遊びとデジタルの融合で、 広がる遊びのネットワーク

2005年の稼働以来、カード累計出荷枚数が20億枚を突破した「データカードダス」。新型マシン導入で進化を続け、市場に新しいトレンドを巻き起こしています。アジア諸国への設置も行い、グローバル展開を強化しています。



## 08 食玩・菓子・食品 Candy Toys, Confectionery and Food

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。食玩(食品玩具)を中心に、キャラクター菓子・食品カテゴリーの強化で、新しいマーケットを創出しています。

### 豊富なキャラクターを ラインアップした食玩

豊富なキャラクターによる、低単価・高付加価値商品を提供しています。玩具と連動して遊べる商品や精巧なフィギュアのほか、お菓子売り場発のオリジナル商品の開発も行っています。



### キャラクター菓子による 「楽しい」「美味しい」価値の提供

長期定番菓子で、キャラクターの世界観を表現した商品を展開しています。大人の女性に向けた商品開発も行っており、他社とのコラボレーションで新たな顧客獲得にも挑戦しています。



### 食品カテゴリー拡大による 新しいマーケットの創出

キャラクターケーキ「キャラデコ」をはじめ、パン、アイス、シリアル、和菓子など身近な食品を多彩なキャラクターで展開し、新しいマーケットの創出にも積極的にチャレンジしています。



## 09 アパレル Apparel

「頭のでっぺんからつま先まで」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で、幅広いターゲットの生活シーンに遊び心を提案しています。

### 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、アウター、パジャマ、肌着、雑貨など、あらゆるカテゴリーをカバーし常に高いシェアを獲得しています。「光るパジャマ」などの高付加価値商品や、スマートフォンを活用しキャラクターと遊ぶことのできるTシャツ「トモダTシャツ」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。



### キャラクターとファッションを 融合させた大人向け衣料

大人向け衣料として、「スーパー戦隊シリーズ」、「仮面ライダーシリーズ」の番組に登場するキャスト達が着用する劇中衣装や、さりげなくキャラクターの世界観を身にまとうことができるアクセサリやファッションアイテムなど、多品種、多カテゴリーの商品ラインアップが魅力です。



## 10 生活用品・化粧品・雑貨 Lifestyle Goods

大好きなキャラクターの応援で子どもの自立を促す楽しさあふれる商品をはじめ、大人向け本格化粧品やキャラクター雑貨などを展開し、幅広い層に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!

2002年の発売より販売数6,800万個を突破した「びっくら?たまごシリーズ」は、キャラクターの形をした入浴剤が加わり進化しています。その他、子どもの自立を促す商品を多数販売しています。



### 大人の女性向け化粧品

「ベルサイユのばら」や「うる星やつら」、「美少女戦士セーラームーン」といった、時代にとらわれない人気のキャラクターを起用した、大人女性向けの本格コスメを提供しています。



### 多種多様な雑貨アイテムを さまざまなキャラクターで展開

幼児向け「ランチシリーズ」をはじめ、「スマートフォン雑貨」「高級食器シリーズ」など、子どもから大人まで幅広いターゲットに向けたキャラクター雑貨を数多く商品化しています。





# 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」ことを品質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。

#### バンダイの安全・品質基準に対する高い評価



「平成27年度 第9回 製品安全対策優良企業表彰」授賞式の様子

バンダイは、経済産業省主催「平成27年度 第9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。お客様からの情報収集・分析による情報提供や本質的な安全を実現するための取り組み、またサプライヤーに対する表彰制度等による品質維持の取り組みなどが評価されました。なお、今回の受賞は第2回（平成20年度）と第6回（平成24年度）に続く3度目の受賞となり、「大企業 製造・輸入事業者部門」において製品安全対策ゴールド企業に認定されました。



#### 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、種類も多岐にわたるためさまざまな品質基準を設けています。尖った部分は先端を丸めたり、首にかける紐などは一定の荷重がかか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」を定期的に行い、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

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検査基準が約350項目あります。例えばスーパー戦隊シリーズの合体ロボットでは、200項目以上の厳しい試験・検査・確認を実施。材料の安全性の基準は20項目以上にわたり、第三者検査機関のほか、自社内でも鉛などの重金属含有量の測定などを行っています。



玩具を落下させる衝撃試験

#### 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・深圳のBANDAI(SHENZHEN) CO., LTD.は、玩具ホビー事業の重要拠点として、品質管理や各種安全性の確認業務を行っています。



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に、1998年「バンダイCOC (Code of Conduct:行動規範) 宣言」を行いました。独自の行動規範チェックリストに基づき、200社以上の生産委託工場のCOC監査を実施しています。



COC監査の様子

#### お客様相談センターの取り組み

「お客様相談センター」では、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、ご意見やご要望を個人情報の取り扱いに注意を払いながらデータベース化し、顧客満足の向上に繋げています。



お客様相談センターの様子

#### 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……身体上の障がいのあるなしに関わらず、その商品・サービスを出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・サクル」をご覧ください。  
(<http://www.bandai.co.jp/kids/ud/>)

## 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が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さまざま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、さまざま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

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」も環境対策の重要な施策のひとつと考えています。



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（バルブモールド使用）

※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さまざま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

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、現代の子どもたちの実態をバンダイ流に解き明かすという目的から、調査結果を報道機関や自社ホームページを通じて発表しています。



バンダイこどもアンケートホームページ  
(<http://www.bandai.co.jp/kodomo/>)

#### 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博物館です。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）

#### 「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を実施。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、事業内容やモノづくりの紹介をしています。



バンダイホビーセンターの見学ツアーの様子

#### 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支援しているボランティア活動で、現在全国500カ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、研究活動を財団を通じて支援しています。



おもちゃ図書館

#### 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。



ポピンズナーサリースクール駒形





# A Brief History of Bandai

## 時代の夢と並走してきたバンダイの歴史。

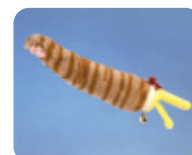
バンダイは、1950年の創業以来、いつの時代も、数々のヒット商品を生みだしてきました。  
ここでは、バンダイのヒット商品の系譜をたどりながら、バンダイの足跡をたどってみましょう。



「保証玩具」第一号商品を発売



キン肉マン消しゴム



猫ニャンぼー



聖闘士星矢セイントクロス



Power Rangers



ハイパーヨーヨー



デジタルモンスター

バンダイのひきつり

1950 1955 1961 1971 1974 1975 1977 1978 1980 1981 1983 1984 1986 1987 1988 1993 1994 1995 1996 1997 1999 2002 2004

- ★ 東京都台東区浅草菊屋橋に（株）萬代屋を設立
- ★ 業界初の品質保証制度を実施し「保証玩具」第二号商品を発売
- ★ （株）萬代屋を（株）バンダイに社名変更
- ★ 「仮面ライダー変身ベルト」が大ヒット
- ★ 「アメリカバンダイ設立
- ★ 「超合金マシンガン」発売
- ★ 「宇宙戦艦ヤマト」プラモデル発売
- ★ 「ウルトラマンソフビ」発売
- ★ 「ガンブラ」発売
- ★ 玩具菓子市場に参入
- ★ 自販機カプセル商品「キン肉マン消しゴム」が大ヒット
- ★ アパレル市場に参入
- ★ 企業スローガンとして「夢・クリエイション」を掲げ、企業ロゴを現在のロゴに刷新
- ★ 「ドンジャラ」発売
- ★ 「猫ニャンぼー」が大ヒット
- ★ 「聖闘士星矢セイントクロスシリーズ」が大ヒット
- ★ 生活雑貨市場に参入
- ★ カード市場に参入
- ★ 「Power Rangers」米国に上陸
- ★ 「美少女戦士セーラームーン」が女兒の間で大ヒット
- ★ キャラクターデコレーションケーキ「キャラデコ」発売
- ★ 「こどもアンケート」調査開始
- ★ 「たまごっち」発売
- ★ 「デジタルモンスター」発売
- ★ 「ハイパーヨーヨー」発売
- ★ 「プリモプエル」発売
- ★ 入浴剤「びっくら？たまご」発売
- ★ 「プリキュアシリーズ」スタート

1950



初代社長、山科直治が（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。

1971



キャラクター玩具を手がけるグループ会社として設立した（株）ポビーが、「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テレビ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、テレビ放映中に380万個を販売するメがヒットとなりました。

1974



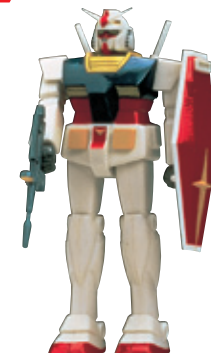
現在も、バンダイの男子向けキャラクター玩具を代表する商品として人気を博している「超合金シリーズ」の、記念すべき第一弾。ダイキャスト素材のずっしりとした質感と重量感、細やかで精巧な造形、ロケットパンチ発射のギミックなどによって大人気となり、発売初年度に50万個を販売しました。

1977



当時テレビアニメの視聴率は12～22%、映画の観客動員数は225万人を超える人気となっていた「宇宙戦艦ヤマト」。その中心ファン層である高校生や若者に向けて、クオリティにこだわり開発したプラモデルシリーズで、3年間に25万個を販売。その後もさまざまなシリーズ商品が誕生しました。

1980



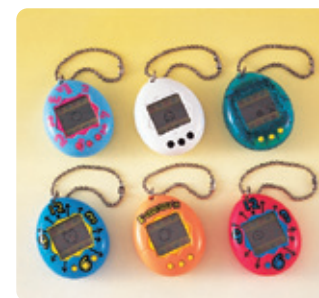
現在までに4億個以上を販売している「ガンダムプラモデルシリーズ」（通称「ガンダム」）。手頃な価格設定、簡単に組み立てられる設計といった商品力と、アニメ作品の人気の相乗効果によって、一大「ガンダム」ブームを巻き起こしました。翌81年には、シリーズ全体で2,500万個を販売し、工場がフル稼働しても生産が追いつかないほどの人気となりました。

1993



「月にかわっておいおきよ！」の決め台詞で女兒の人気をさらった「美少女戦士セーラームーン」。変身アイテムやロッド、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。テレビアニメは、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」+「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、発売するや女子高校生から火がつき、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、現在では小学生女子に人気の定番キャラクターとして成長しています。

1999



光センサーを内蔵し、触ったり抱き上げる事で、さまざまな言葉を話したり歌を歌ってくれたりしながら気持ちを和ませてくれる、おしゃべりぬいぐるみです。子育てを卒業したシニア世代を中心に、親・子・孫3世代で楽しめる共通の玩具として、幅広い年齢層の方に支持されています。



# A Brief History of Bandai



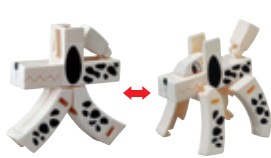
(株)バンダイナムコホールディングス設立



バンダイホビーセンター



おもちゃのまち  
バンダイミュージアム



超変換!!もじバケ



GUNDAM Café



DX妖怪ウォッチ



TAMAGOTCHI 4U+

2005

★「データカードダス」稼働開始  
★(株)バンダイナムコホールディングス設立  
バンダイナムコグループ誕生

2006

★プラモデルの生産工場  
「バンダイホビーセンター」静岡にオープン

2007

★「たまごっち」のオフィシャルショップ  
「たまごっちデパート」原宿にオープン  
★「おもちゃのまちバンダイミュージアム」  
栃木県壬生町にオープン

2008

★「BENIO」玩具、世界市場で大ヒット

2009

★公式ショッピングサイト  
「プレミアムバンダイ」オープン

2010

★「ガンブラ」累計販売数が4億個を突破  
★機動戦士ガンダムオフィシャルカフェ  
「GUNDAM Cafe」秋葉原にオープン  
★玩具菓子「超変換!!もじバケ」発売

2012

★「機動戦士ガンダム」の世界観を取り入れた  
アパレルブランド「STRICT-G」発売  
★「アイカツ」スタート

2013

★「大人の女性」市場に向けた商品が大ヒット

2014

★「妖怪ウォッチ」が大ヒット  
★手のひらサイズで楽しめるプロジェクションマッピング  
「ハロビジョン」が大ヒット

2015

★バンダイナムコグループ生誕10周年

2016

★「たまごっち」生誕20周年

2005



2005年3月にスタートしたデジタルカードとカードゲームを融合した新型ゲームマシンで、1年間で7,000台を市場に導入しました。「ドラゴンボールZ」や「NARUTO-ナルト-」のキャラクターカードとデータカードダスの遊びがうまく組み合わせられ、好調に推移し、2006年には女兒向けに「たまごっち」、男児向けに「デジモン」でさらにラインアップを強化しました。

2012



アイドルを目指す女の子が主人公の「アイカツ!」。テレビアニメの放映やデータカードダスの発売にとどまらず、主人公が着ている制服や衣装と同じ世界観の洋服も販売しています。夢に向かってがんばる主人公の等身大の姿が小学生女子の間で共感呼んでいます。

2013



「美少女戦士セーラームーン」をはじめとした、20代～30代の女性が幼いときに憧れたアニメのヒロインをモチーフにしたコスプレやコレクターズフィギュアなど、大人になったからこそ少女の頃の憧れをかなえられる商品が話題になりました。

2014



3Dプロジェクションマッピングなどの映像を手のひらサイズで楽しめる商品として、話題になりました。実際に開催されたイベントのプロジェクションマッピングの再現や、キャラクターとのコラボレーション商品などを販売しています。

日本のバンダイから世界のバンダイへ



トイホビーSBU 2015-2017年度 中期ビジョン  
ビジョンの☆印には、社員ひとりひとりがグローバルに活躍する「スターになってほしい」という想いを込めています。

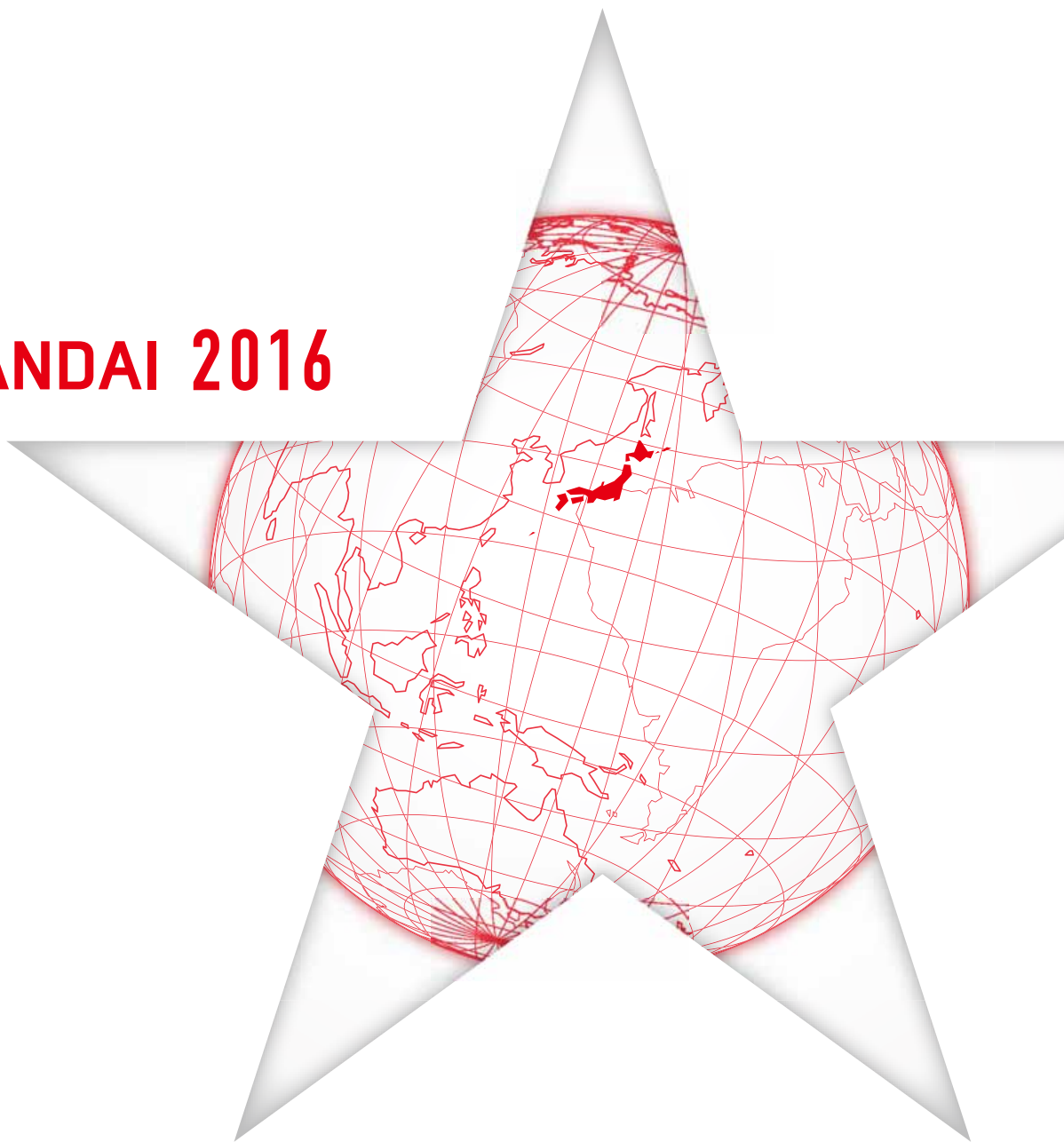
©2016 テレビ朝日・東映AG・東映 ©BANDAI,WIZ ©やなせたかし/フレーベル館・TMS・NTV ©Disney ©ダイナミック企画・東映アニメーション ©2012 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©2014 RCTI/ISHIMORI Production Inc. ©2014 テレビ朝日・東映AG・東映 TM & © 2016 SCG Power Rangers LLC. All Rights Reserved. TM & © 2016 ZAGTOON, METHOD, SAMG, TOEI ANIMATION ©創通・サンライズ・MBS ©LEVEL-5/YWP ©BNP/BANDAI, DENTSU, TV TOKYO TM & ©BANDAI © 2015 SCG Power Rangers LLC. 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 ©サンライズ/ BANDAI・メ〜テレ ©円谷プロ ©2015 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©L5/YWP・TX ©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©ABC・東映アニメーション ©BANDAI/TV TOKYO・ここたま製作委員会 ©BANDAI 2016 ©BANDAI 2015 ©Disney/Pixar ©DISNEY. Based on the "Winnie the Pooh" works by A.A. Milne and E.H. Shepard. ©藤子プロ・小学館・テレビ朝日・シンエイ・ADK ©BANDAI 2014 ©OFFICE WALKER, Inc. ©2015 DMMゲームズ/Nitroplus ©Hit-Point ©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©車田正美/[聖闘士星矢 黄金魂]製作委員会 ©&TM Lucasfilm Ltd. ©ダイナミック企画 ©1976,2016 SANRIO CO.,LTD. ©バードスタジオ/集英社・東映アニメーション ©武内直子・PNP・東映アニメーション ©藤巻忠俊/集英社・黒子のバスケ製作委員会 ©創通・サンライズ・テレビ東京 ©Nintendo・Creatures・GAME FREAK・TV Tokyo・ShoPro・JR Kikaku ©Pokémon ©2015 ビックウエスト ©BNP/BANDAI, NAS, TV TOKYO ©石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©LMYWP2015 ©2015 LEVEL-5 Inc. ©臼井儀人/双葉社・シンエイ・テレビ朝日・ADK ©池田理代子プロダクション ©高橋留美子/小学館 ©武内直子・PNP・講談社・東映アニメーション ©石森プロ・東映 ©テレビ朝日・東映AG・東映 ©石森プロ・テレビ朝日・東映AG・東映 ©石森プロ・東映 ©ゆでたまご・東映アニメーション ©東北新社 ©車田正美・東映アニメーション ©1993 SABAN INT. ©BANDAI 1997 ©1999 BANDAI・WIZ ©東京ミチテラス2012

「変身ベルト」「超合金」「キャラデコ」「ガシャポン」「カードダス」「データカードダス」「光るパジャマ」はバンダイの登録商標です。





**BANDAI 2016**



**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>