



CORPORATE PROFILE 2019



突き破り

創り出せ!

そして世界を

Break Out of the Box. Wow



“あ”

と言わせよう!

the World!



TOP MESSAGE

世界を“あっ”と言 バンダイに ご注目ください

「突き破り創り出せ！そして世界を“あっ”と言わせよう！」

バンダイナムコグループの中で玩具関連の商品を中心に扱うトイホビーユニットは、2018年4月から始まった中期計画でこのようなビジョンを掲げています。業界、組織、常識、慣習。あらゆる壁を突き破り、世界を“あっ”と言わせるモノづくりをしたい。その思いが込められています。

2018年度には、世界のハイターゲット市場で事業の成長を加速させることを目的に、新会社「BANDAI SPIRITS」が営業を開始しました。同時にバンダイではカンパニー制を導入し、トイ事業カンパニー・ベンディング事業カンパニー・ライフ事業カンパニーの3つのカンパニーがそれぞれ戦略を立案してスピーディーに事業を進めていく体制へと移行しています。分社化と組織改編により各社・各カンパニーのミッションが明確になり、社員が主体的かつ積極的に取り組めるようになったことが業績に結びついています。元々バンダイには、事業領域の拡大とともに新しい組織を生み出し、それぞれの組織が独自に成長することでグループとして発展してきた歴史があります。分社化とカンパニー制の導入は、バンダイが次のステージへ向かっていることを象徴しています。

世界を“あっ”と言わせる。そのためには、これまでとは異なる、全く新しいことに取り組んでいかなければなりません。例えばAI・IoT時代を見越してリアルとデジタルを融合したモノづくりに挑む。または、これまで組んだことのないパートナーと協働する。マーケティングやプロモーションもずっと同じというわけにはいきません。事業活動のすべての段階で新しい試みを次々と取り入れていく。それがビジョンの具現化につながると考えています。現在力を入れているグローバル展開についても、新しい仕組みを構築することで次の成長を目指します。

「夢・クリエイション～楽しいときを創る企業～」—お客さまの夢を創造するのがバンダイの仕事です。まずはバンダイで働く私たち社員が夢を持つ。その夢をステークホルダーの皆さんと分かち合い、一緒に育てて形にしていく。バンダイならおもしろいことをやってくれそうだ、バンダイを見ているとワクワク・ドキドキしてしまう。そんな存在でありたいと思います。

わせる

株式会社バンダイ
代表取締役社長

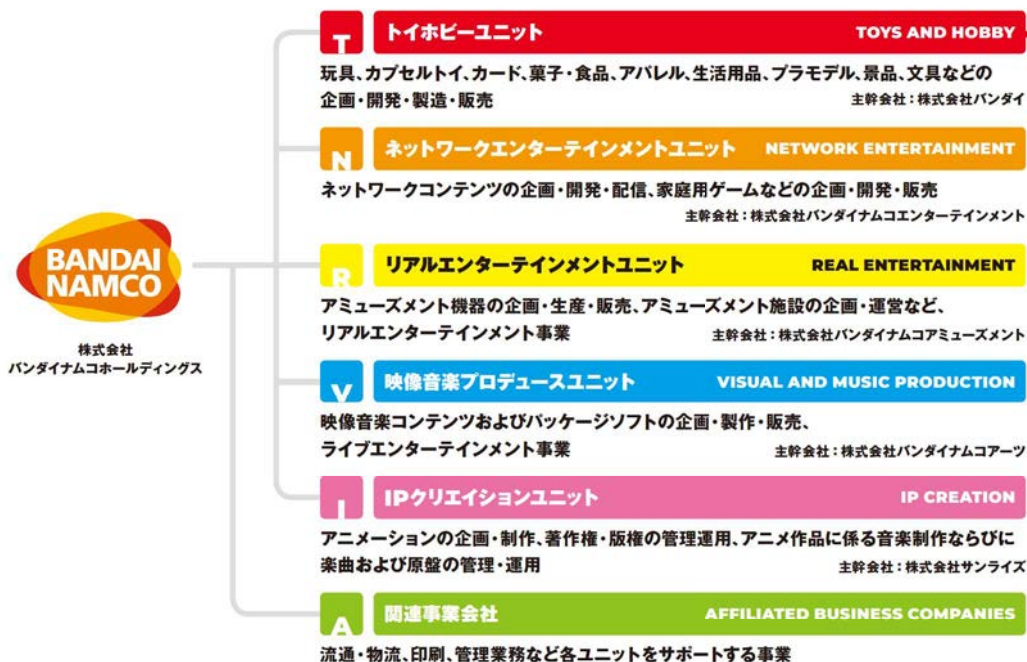
川口 勝

Masaru Kawaguchi



BANDAI NAMCO Group

バンダイナムコグループは、バンダイナムコホールディングスのもと、
5つの「ユニット」と各ユニットをサポートする関連事業会社から構成されています。



Mission
ミッション

夢・遊び・感動

Vision
ビジョン

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

Mid-term Vision
中期ビジョン
(2018～2020年度)

CHANGE for the NEXT
挑戦 成長 進化

Numerical Targets

2021年3月期 計数目標
(2018年2月発表)

売上高

7,500億円

営業利益

750億円

営業利益率

10.0%以上

ROE

10.0%以上

株式会社バンダイ

トイホビーユニットの主幹会社として、
国内外における事業戦略を策定・実行するとともに、
多彩な商品・サービスを人々に提供しています。



株式会社BANDAI SPIRITS

ワールドワイドでのハイターゲット事業の成長を目的に
2018年2月にバンダイから分社しました。



夢・クリエイション

～楽しいときを創る企業～

玩具、カプセルトイ、カード、菓子・食品、アパレル、
生活用品などの企画・開発・製造・販売

～世界一の総合ホビー
エンターテインメント企業～

ハイターゲット向け玩具、プラモデル、
景品、雑貨などの企画・開発・製造・販売



株式会社メガハウス
玩具、玩具菓子、フィギュア、通信機器および
周辺機器などの企画・開発・製造・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・生産・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



株式会社シーズ
玩具・遊技・医療機器・電子関連機器などの
企画・開発・製造。各種検査・試験業務受託
(ISO17025試験所認定済)



サンスター文具株式会社
キャラクター文具、ファンシー文具、学童文
具、アイデア文具、プレミアム文具、その他雑
貨の企画・開発・製造・販売



バンプレスト販売株式会社
アミューズメント施設向け景品などの販売

CORPORATE DATA



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～

2018-2020年度 中期重点戦略

- IP®の創出・育成・獲得の強化
- 各事業ポジションの成長実現
- 中国市場への本格展開
- 新規事業領域の拡大
- 事業最大化に向けた機能の再／最強化

組織体制

戦略的かつスピード感のある事業展開を実現するため
3つのカンパニー制を敷き、環境の変化に迅速に対応した
施策展開を行える体制をとっています。

トイ事業カンパニー

ボーイズトイ／ガールズトイ／プリスクールトイ

ペンディング事業カンパニー

カプセルトイ／カード

ライフ事業カンパニー

菓子・食品／アパレル／生活用品・化粧品・雑貨

創業

69年目

数字で見る バンダイ

社員数

約800名

社員の平均年齢

37.5歳

売上高 計数計画（2021年3月期）※トイホビーユニット

2,750億円

セグメント利益 計数計画（2021年3月期）※トイホビー ユニット

200億円

1年間の総商品化点数

約1万4,500点

1年間の総商品化IP数

約350IP

たまごっちシリーズ累計出荷数

約8,200万個

(1996.11-2018.3)

カードダスシリーズ累計出荷数

約116億1,200万枚

(1988.7-2018.3)

びっくら？たまご累計出荷数

約1億個

(2002.3-2018.12)

海外拠点数

15の国と地域



TOY

トイ事業カンパニー

ヒットIPを次々と。 子どもたちの夢を育てる

バンダイナムコグループで、未就学児～小学生向け商品を中心に扱うトイホビーユニット。
その中核を担うのがトイ事業カンパニーです。人気IPの育成・展開だけでなく新たなヒットIPの
創出にも積極的にチャレンジし、子どもたちの夢の創出と未来の顧客育成に取り組んでいます。

Boys Toy
ボーイズ事業部

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・ホビー玩具を国内外に向けて幅広く展開しています。



新しいIPで

「世界のバンダイ」へ

世界の玩具市場で、日本が占める割合はわずか6%ほどです。トイ事業カンパニーでは、ワールドワイド展開を見据えたIPの創出機能と展開機能の両軸をフル回転させ、新しいビジネスモデルを構築していきます。

Girls Toy
ガールズ事業部

未就学女兒に人気の「プリキュア」
「ここたま」、小学生女子に向けた
「たまごっち」など、すべての「おんな
のこ」に楽しさを提供しています。



Preschool Toy
プリスクール事業部

生後0カ月から小学校入学までのお子さまに向けた
知育玩具やみんなで楽しめるボードゲームなど、子ど
もからファミリーまで幅広い層に向けた商品を展開し
ています。



New! Global
グローバル事業部

ワールドワイドIPの展開をさらに加速するため、
2019年4月に新設しました。

VENDING

ベンディング事業カンパニー

アナログとデジタルの融合で 新しい遊びの世界を創る

多くの顧客の目に触れる場に自販機を設置し、手に取りやすい価格帯で展開しているカプセルトイとカード。アナログとデジタルを時に使い分け、時に融合させたアプローチで事業を進化させています。

キャッシュレス時代に対応するため、2019年から電子マネー対応のタッチパネル式カプセル自販機「スマートガシャポン」の国内導入をスタートしました。QR決済に対応した自販機の開発も進行中。新しい消費シーンの創出から新しい商品が生まれようとしています。

自販機は
スマートに
進化する



Vending Machine Capsule Products

ベンダー事業部

「ガシャポン」の名称で親しまれているバンダイのカプセルトイ。カプセルトイ市場のリーディングカンパニーとして、新たなカテゴリーの創出にも積極的にチャレンジしています。



Card Products

カード事業部

卓上で遊ぶ「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切り開いています。



LIFE

ライフ事業カンパニー

エンターテインメントの熱量で ライフスタイル業界に変革を

ライフ事業カンパニーは、菓子・食品やアパレル、生活用品など生活に根付いた商品にバンダイならではのエンターテインメント性を付加することで、さまざまな世代の方にバンダイの商品やサービスを普及する役割を担っています。

みなぎる発想力で 新規カテゴリーの 開拓に挑む

バンダイでは1980年代より、玩具にとどまらないライフスタイルに即した商品・サービスを開発し、新たなカテゴリーの創造や新規流通の開拓を行っています。近年では、日本の伝統的な菓子である和菓子に初めて挑戦した「食ベマス」シリーズが累計出荷数500万個を突破するヒット商品となり、新たな顧客を獲得しています。

Candy Toys, Sweets, and Foods

キャンディ事業部

楽しさ、おいしさが詰まったエンターテインメント性の高い商品を展開。「食玩」を中心に、キャラクター菓子・食品カテゴリーを強化し、新しいマーケットを創出しています。



Apparel

アパレル事業部

「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生かしたアパレル商品を開発し、幅広い層のお客さまの生活シーンに遊び心を提案しています。



Lifestyle Goods

ライフ事業部

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、大人向け化粧品やキャラクター雑貨などを展開し、多様な人に向けてライフスタイルを提案しています。



FEATURED PROJECT

注目のプロジェクト

私たちの使命は、世界中のお客さまの夢を育み、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。世界を“あつ”と言わせるために、新しい価値を創り続けます。

Technology

AI CARDDASS



AI時代の
カードゲーム業界を牽引

AI CARDDASS

AIの技術を活用したデジタルカードゲームの新ブランド「AI CARDDASS (エーアイカードダス)」。



「BN・Bot PROJECT」 「BANDAI IoT WORKS」

これまでに培った技術や知識の活用、他企業との協業などにより、IoT技術を活用した商品・サービスの開発をバンドナームグループを横断して取り組んでいます。ネットの力で玩具を楽しく、玩具とユーザーの新たな関係を構築するブランド「BANDAI IoT WORKS」や、未来への挑戦をベースに、先端技術を体験できるコンセプトモデル「BN・Bot PROJECT」など、玩具に最新のテクノロジーを掛け合わせて遊びの質をより高めることを目的としたさまざまなコンセプトモデルを発表し、公式サイト「3rd factory」(https://www.3rd-factory.com/) で発信しています。



スポーツシューズに
IoTを搭載

UNLIMITIV

近年、注目を浴びているIoTやウェアラブルガジェットの要素を取り入れた、子どもが楽しみながらトレーニングできる次世代型スポーツシューズUNLIMITIV (アンリミティブ)。



最新のテクノロジーで
おもちゃの世界を変える

Quality

ガシャポン カプセルレスシリーズ

保護用のプラスチック製カプセルを使用せず、カプセルの機能を商品自体に内包した商品シリーズです。カプセルレスだからこそ“あつ”と驚きギミックを盛り込めると同時に、廃プラスチックの削減にもつながるなど、商品価値を向上させたシリーズです。



カプセルレスで
もっと楽しく、
地球に優しい

キャラクター人気に加え 品質面でも高い評価



クリアボーテ

キャラクターモチーフの化粧品事業を2013年より本格的に展開しています。美少女戦士セーラームーンのコスメ「ミラクルロマンス シャイニンググムーンパウダー」の発売時、キャラクターグッズから遠ざかっていた20代以上の女性から大きな反響をいただきました。以降、女性からのキャラクターグッズへの注目が高まり、化粧品以外の事業においても女性に向けた商品開発を精力的に行っています。使用シーンをイメージしたデザインアレンジはもちろん、品質や機能においても高い評価を得ています。近年では、「ベルサイユのばら 密着マスク」がインバウンドでも人気の商品となり、新規層を獲得しています。

Contents

ワンダースクール

「ワンダースクール」は、「子どもたちの夢を応援」をコンセプトにバンダイが運営する子ども向けの参加型投稿サイトです。2020年から小学校を皮切りにプログラミング教育が必修化されることを受け、2018年より「プログラミング学習」をインターネット上で楽しみながら体験できる新コンテンツ「ワンダースクール プログラミング部」の提供を開始しています。

楽しみながら
学習する機会を提供



YouTube バンダイ公式チャンネル

バンダイ商品のCMやPVはもちろん、「仮面ライダージオウ変身講座」や「10分でわかる「キラキラハッピー☆ ひらけ!ここたま」まるわかり動画」など、作品のWEBオリジナルコンテンツも充実したバンダイ公式のYouTubeチャンネルです。



バンダイの魅力を
余すところなく動画で伝える

Service

パッケージイベント販売

全国各地で開催している機動戦士ガンダムのイベント「ガンダムワールド」は、展示物・販物商品など、運営資材を一式パッケージ化して販売しています。2018年に台湾で開催した「ゴジラ展」は、海外初となるパッケージイベントです。



パッケージ販売で
イベントの成功を後押し



欧米地域

ワールドワイドIPの創出・育成・強化

海外でも好評の「Tamagotchi」のほか、2017年に発売したトレーディングカードゲーム「DRAGON BALL SUPER CARD GAME」は、アメリカを筆頭に、フランス、中南米で人気となっています。展開国をさらに拡大するべく、商品の言語ローカライズも進んでいます。また、インバウンドに人気のカプセルトイの本格展開も見据え、北米から自販機の設定場所を広げています。

2019年度より玩具事業カンパニーにグローバル事業部を設立しました。これまで培ってきたバンダイの玩具企画開発リソースやスキームをフルに活用し、ワールドワイドIPの展開をさらに加速させていきます。



GLOBAL

グローバル展開

バンダイは1950年7月に創業し、そのわずか8カ月後の1951年3月には輸出販売を開始しています。常に海外を視野に入れながら今日まで歩み続けてきました。中期ビジョン「突き破り創り出せ!そして世界を“あっ”と言わせよう!」のもと、さらに海外展開を加速していきます。

日本発のIPを発信するだけでなく、各国のIPの獲得や創出、育成、オリジナル商品の発売、ローカライズなどの商品戦略と、インターネットの活用や、各国の商習慣を踏まえたマーケティング戦略で市場を拡大していきます。

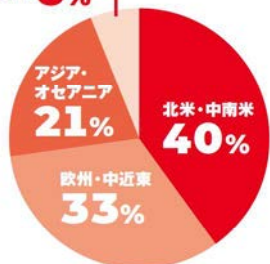
既存概念にとらわれず、自由な発想でチャレンジし続けることで、世界のバンダイへの飛躍を目指します。

世界の玩具市場規模

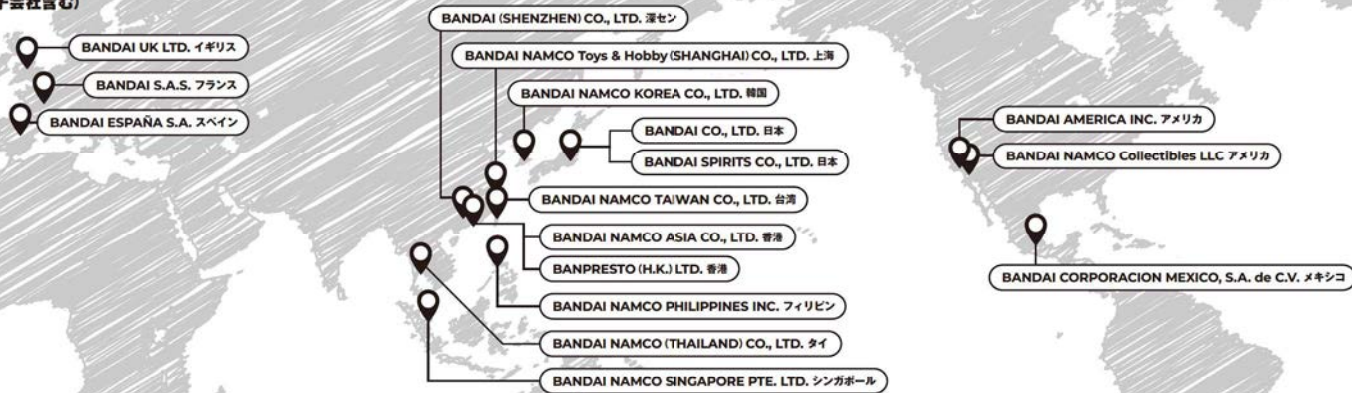
9兆5,509億円

出典: Euromonitor International

日本 6%



トイホビーユニット 海外主要グループ会社 (非連結子会社含む)



アジア地域

中国市場本格参入に向けて 販売会社を設立

中国でも長く親しまれているウルトラマンや、ベビー玩具市場に向けた「くまのがっこう」を起用したブランド「the bears' school baby」など国内人気IPを展開するだけでなく、地産地消の発想でアジア発のIP創出と併せ、アジア各国の特性に応じたマーケティングを強化しています。2019年2月にはアジア展開の鍵を握る中国市場への本格参入を目的に中国国内における玩具の販売会社BANDAI NAMCO Toys & Hobby (SHANGHAI) CO., LTD.を設立。新しいビジネスモデルの構築を目指します。





Corporate Social Responsibility

CSR

玩具を落下させる衝撃試験。落下してしまっ
たときに破片で怪我をし
ないよう、危険な箇所
がないか確認します



尖った部分は先端を丸める、首に
かける紐は一定の荷重がかかる
とすぐ外れる構造にするなど、
安全への配慮を徹底しています

製品安全対策 ゴールド企業

バンダイは、経済産業省主催の「製品安全対策優良企業表彰」で、2015年度に最上位賞である経済産業大臣賞を受賞。2008・2012年度に続く三度目の受賞となり、「製品安全対策ゴールド企業」に認定されています。「大企業 製造・輸入事業者部門」で同認定を受けているのは当社を含め2社だけです[※]。お客さまからの情報収集・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、サプライヤーの表彰制度などによる品質維持の取り組みなどが評価されました。

※2019年4月時点

良い商品は適正な 労働環境から

バンダイの商品を生産する海外最終梱包工場に対して、強制労働や児童労働の禁止などを含む8つの基準の遵守を宣言した「バンダイCOC宣言」を基本方針とする監査「BANDAI Factory Audit」を実施しています。



お問い合わせいただいた内容を、全社員が商品・時期などさまざまな項目で検索することができます

お客さまの声をもとに日々進歩

お客さま相談センターでは、お客さまからの声に迅速に対応するため、個人情報切り離した状態でお客さまのお申し出をデータベース化しています。同センターにお問い合わせいただいた内容は、翌日には全社員が確認可能。商品の改善・新商品開発に生かしています。

商品・サービスの安全と衛生

バンダイが商品を作るときに最も大切にしているのは「安全であること」。厳格な品質基準や検査、工場監査などにより、どなたにも安全に、楽しく遊んでいただける商品づくりに取り組んでいます。

370を 超える品質基準

バンダイが年間に発売する商品の数は約1万4,500点に上り、種類も多岐にわたります。それらの安全性や強度、耐久性を確認するため、370を超える品質基準を設けています。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、自社内でも重金属含有量の測定などを行っています。

カラーユニバーサルデザインの考え方に基づき、色の見え方の個人差を考慮した色の組み合わせを採用しています



すべての人の 使いやすさを追求

バンダイの商品が一人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つながる工夫を重ねています。

バンダイナムコグループのコンセプト

「Fun For the Future! 楽しみながら、楽しい未来へ。」のもと、バンダイは企業の社会的責任を果たすため、多くの活動に取り組んでいます。



博物館で コレクションを公開

栃木県にある「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博物館です。大人も子どもも夢中になれる日本のおもちゃから歴史的価値がある世界のおもちゃまで、約3万5,000点の中から厳選したコレクションを一般に公開しています。

おもちゃ図書館の 活動を支援

「おもちゃ図書館」は、バンダイの創業者・山科直治が私財を投じて創設した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カ所で開催しています。障がいがある子ども、ない子ども、共に遊び交流し、育ちあう場を提供することが目的です。バンダイはさまざまな側面からこの活動を支援しています。



エコな工夫が ひと目で分かる

環境負荷を低減するために、バンダイは商品づくりの段階からさまざまな工夫を取り入れています。「エコメダル」は、その工夫を施した商品を確認する制度です。認定された商品のパッケージなどには、エコの工夫が分かるように説明文を記載したエコメダルのマークが付けられています。2016年から現在までに約300点の商品をエコメダル商品として認定しており、その数は増え続けています。



「エコメダル」認定の例

「バキッとエコーランナー」。パーツを切り取った後に不要となるランナーを手で簡単に、バキッと折り畳むことができます。廃棄物の容積を30%以上削減

エコメダル認定商品

「おもちゃの会社バンダイのCSR」
<https://www.bandai.co.jp/csrkids/>

「現代の子ども」の 実態を調査

1995年より「バンダイこどもアンケート」を実施。現代の子どもたちの実態を明らかにするという目的から、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
<https://www.bandai.co.jp/kodomo/>

環境配慮・ 社会貢献

地球環境を守り、次の世代に引き継いでいくため、バンダイは3R（リデュース・リユース・リサイクル）への取り組みを中心に環境保全のための活動を推進しています。また、バンダイだからこそできる社会貢献活動にも取り組んでいます。

次世代を担う 子どもたちへの 教育支援

主に小学生を対象に、玩具を切り口に無料の出前授業プログラムを実施しています。「エコ」「ユニバーサルデザイン」「安全への取り組み」の3つのプログラムを用意、「学んで」「考えて」「楽しい」授業の開催をサポートしています。2018年度は約120校・8,000人の児童を対象に実施しました。



バンダイ本社ビルでは見学ツアーを開催し、バンダイの事業内容やモノづくりを紹介しています

HISTORY

※1 当時は、キャラクター玩具を手掛ける
グループ会社として設立したポピーより発売
※2 現在はBANDAI SPIRITSの管轄商品です。

1950's

1950.7 東京都台東区浅草菊屋橋に
萬代屋を設立

1950 オリジナル商品第1号

「リズムボール」
発売



1951.3 玩具輸出
販売を開始

1955 「保証玩具」第1号

「1956年型トヨペットクラウン」を
発売し、業界初の品質保証制度を実施



1960's

1961.7 萬代屋から
バンダイに社名変更



1970's

1969.11 プラモデルの
製造を開始

1971 光って回る「仮面ライダー変身ベルト」発売^{※1}
1974 金属製ロボット「超合金マジンガーZ」が大ヒット^{※1※2}
1975 「スーパー戦隊」シリーズがスタート



1980's

1977.4 カプセルトイ市場に
進出

1977 「もぐらたたきゲーム」発売。
翌年大ヒット商品に
1978 電子ゲーム
「LSIベースボール」発売



1980 ガンダムのプラモデル
「1/144スケール ガンダム」発売。
大ブームを呼ぶ^{※2}



1981.3 玩具菓子市場に
進出

1983 ガシャポン「キン肉マン」発売。
400種類以上を展開し、
約1億8,000万個を販売（～1987）



1983.8 アパレル市場に
進出

1986 猫の手の形をした玩具
「猫ニャンぽー」発売。
約100万個のヒット



1987.3 生活用品市場に
進出

1988.7 カードゲーム市場に
「カードダス」で進出

1990's

1993 「美少女戦士セーラームーン」シリーズ商品が人気に

1996 携帯型育成玩具「たまごっち」発売。海外でもブームになり、
1999年3月までに世界で約4,000万個を販売



1997 競技用ヨーヨー「ハイパーヨーヨー」発売。
世界でヒット。2年間で約2,700万個販売

1997 携帯型育成玩具「デジタルモンスター」発売。
国内外で大ヒット



1999 おしゃべりする
ぬいぐるみ
「プリモプエル」発売



2000's

2002 おまけ付き入浴剤「びっくら?たまご」発売
2004 「プリキュア」シリーズがスタート
2005 新型カードマシン「データカードダス」導入



2005.9 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

2007 栃木県下都賀郡に
「おもちゃのまちバンダイミュージアム」オープン
2007 キーチェーン型玩具「∞(むげん)プチプチ」が
大ヒット



2010's

2008.4 ハイターゲット事業
展開本格化

2010 玩具菓子「超変換!!もじバケル」発売
2010 デジタルキッズカードゲーム
「ドラゴンボールヒーローズ」登場



2012 データカードダス「アイカツ!」シリーズスタート

2013 大人の女性市場に向けた商品展開を強化

2014 「妖怪ウォッチ」関連商品が大ヒット



2018.2 BANDAI SPIRITS設立

2020's

2018 ガシャポン「だんごむし」発売



2020.7 バンダイ創業70周年

©BANDAI WIZ ©ABC-A・東映アニメーション ©BANDAI ©BANDAI/TV TOKYO・こたま製作委員会 ©円谷プロ
©2018 石森プロ・テレビ朝日・ADK・東映 ©L5/YWP・TX ©2019 テレビ朝日・東映AG・東映 ©鈴木サバ缶/小学館・
博報堂・テレビ東京 ©BANDAI NAMCO Entertainment Inc. ©やなせたかし/フレール館・TMS・NTV ©Fujiko-Pro,
Shogakukan, TV-Asahi, Shin-ei, and ADK ©バードスタジオ/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©バードスタジオ/集英社
©[2018 ドラゴンボール超]製作委員会 ©ゆでたまご・東映アニメーション ©76,19 SANRIO APPR.NO.S594854 ©創通・
サンライズ ©BNP ©BNP/BANDAI, NAS, TV TOKYO ©Nintendo / HAL Laboratory, Inc. ©2019 Pokémon.
©1995-2019 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK Inc. ©石森プロ・東映 ©2015-2018 DMM GAMES/Nitroplus
©LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社・ジョジョの奇妙な冒険GW製作委員会 ©池田理代子プロダクション
©武内直子・P.N.P・東映アニメーション ©尾田栄一郎/集英社・フジテレビ・東映アニメーション ©BANDAI-STRAIGHT
EDGE TM & ©TOHO CO., LTD. ©BIRD STUDIO/SHUEISHA, TOEI ANIMATION PAC-MAN™&©BANDAI
NAMCO Entertainment Inc. ©ダイナミック企画・東映アニメーション

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。



株式会社バンダイ

<https://www.bandai.co.jp/>

