

**BANDAI NAMCO**

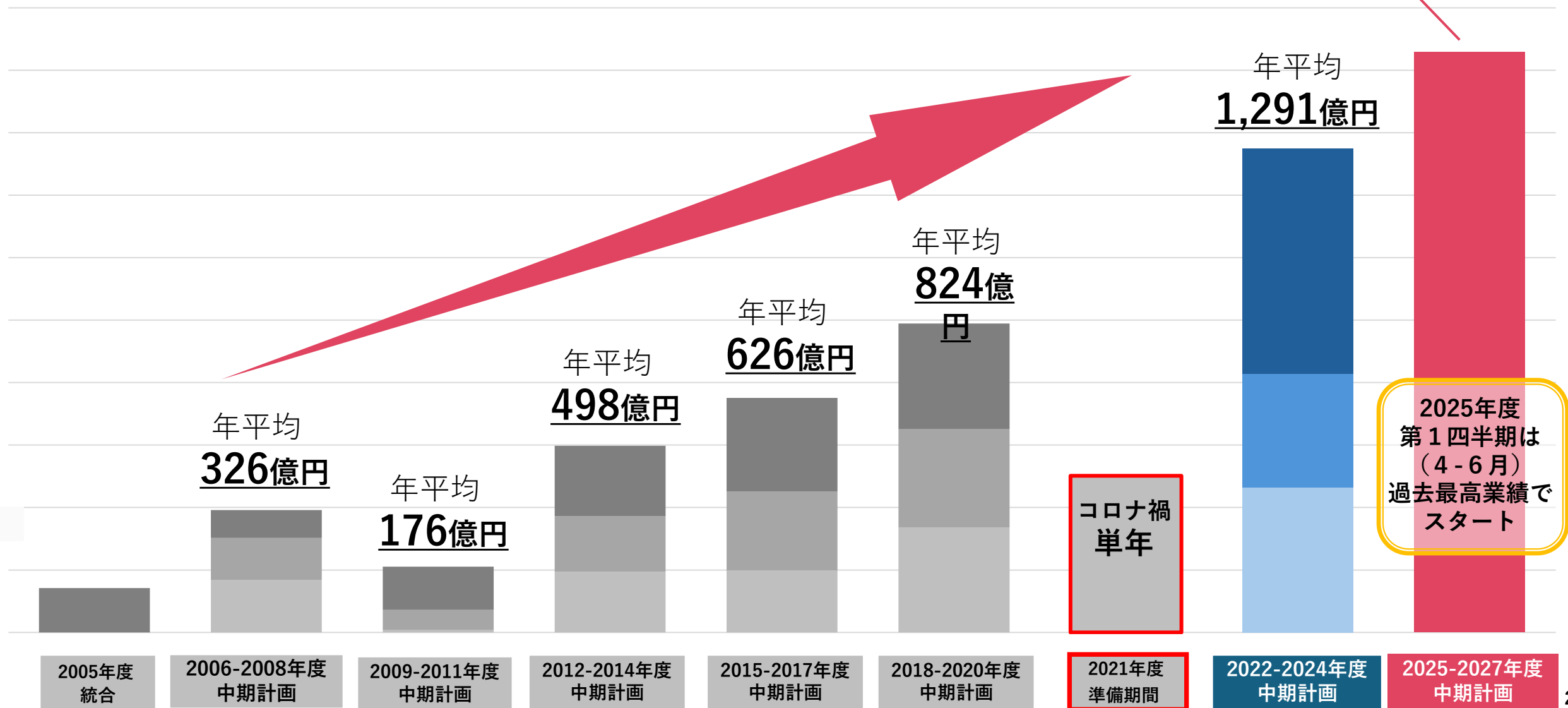
Fun for All into the Future

資料 4

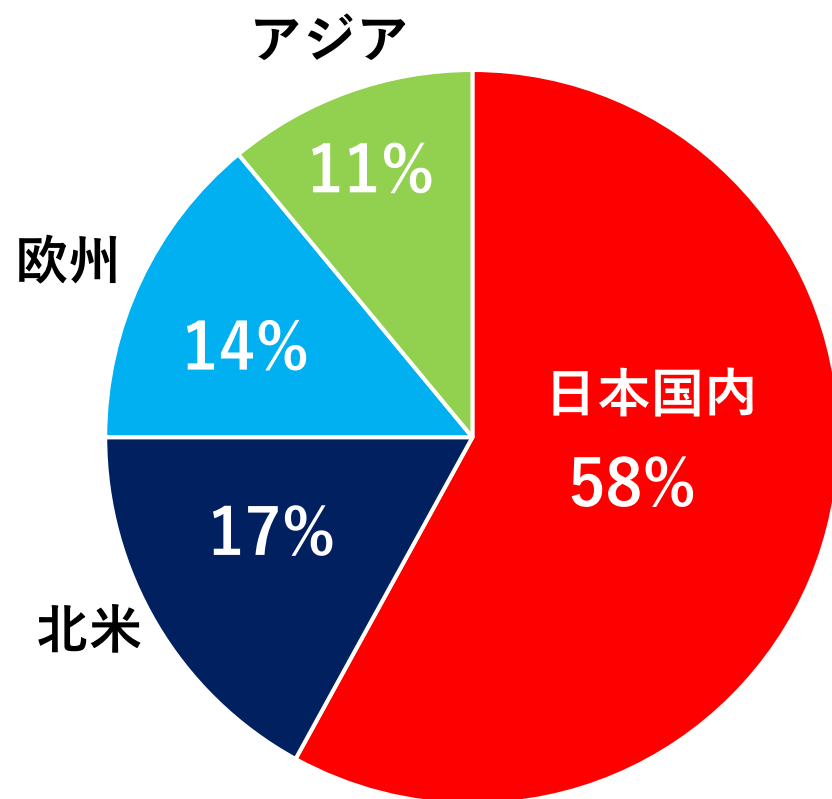


# ■ バンダイナムコホールディングス 中期計画 3 年間単位での営業利益平均推移

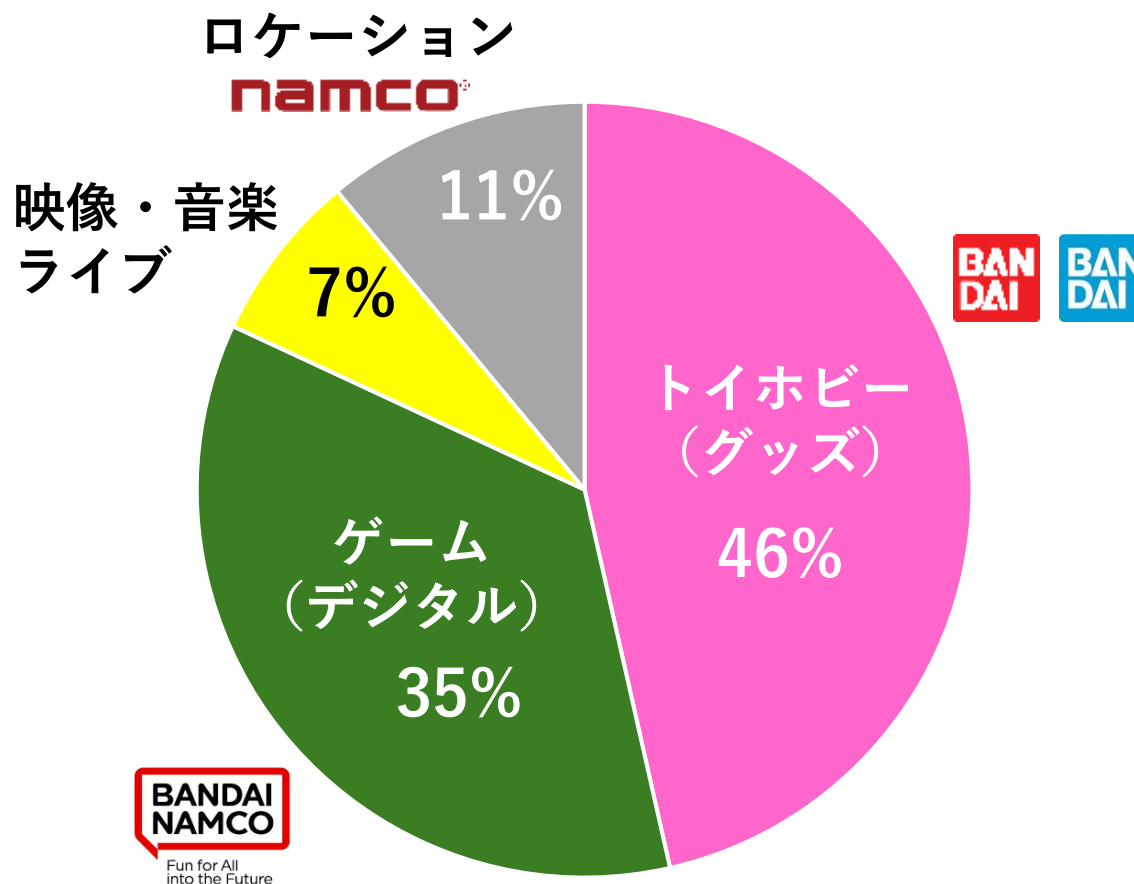
前中期の  
120%超を目指す



## ■昨年度の地域別売上（仕向け地別）



## ■昨年度の 카테고리別売上



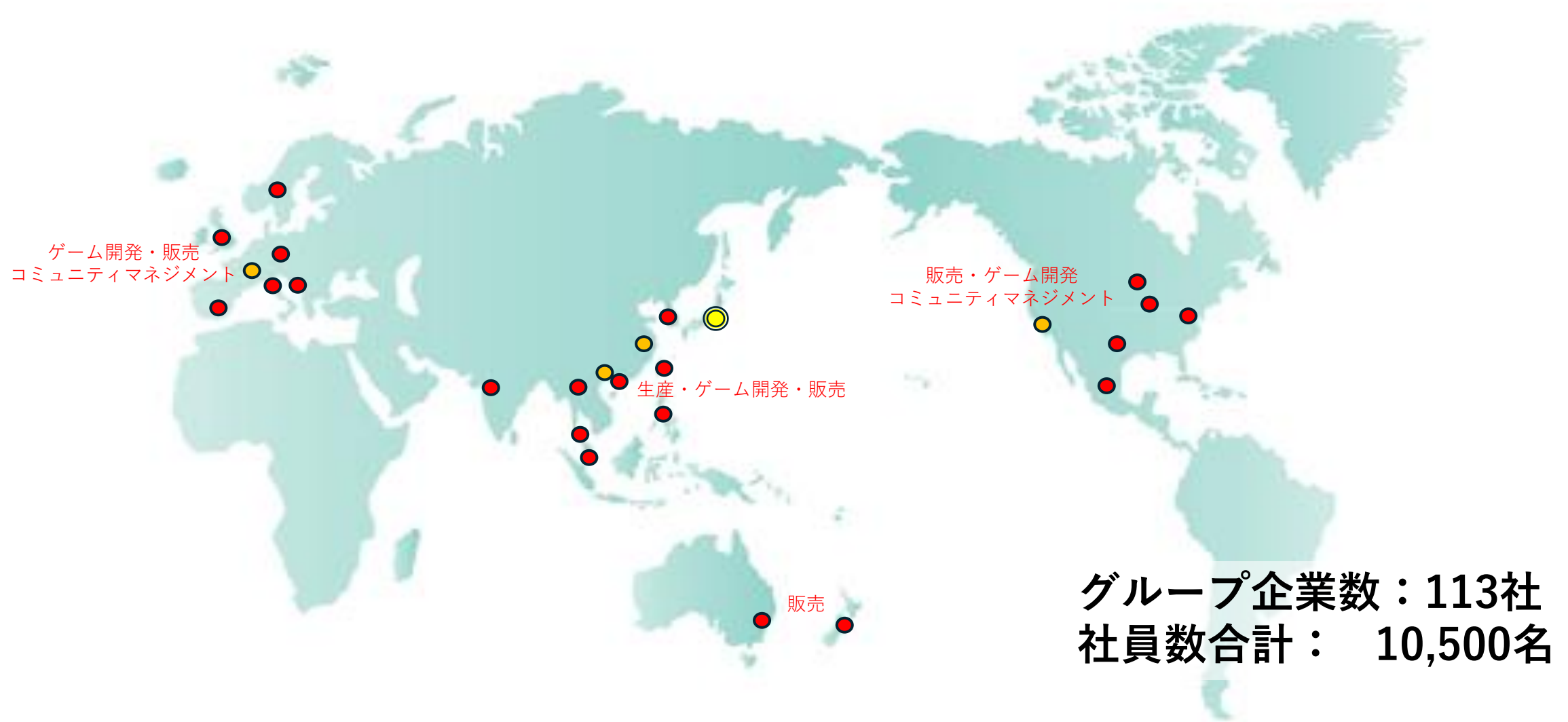
# 世界で開催されるコミコンイベント！

全世界でコスプレイヤーが集い、  
熱狂の渦が巻き起こっている！

より広がり、  
熱量が増加



# ■世界に広がる海外拠点



# ■最近の大ヒット商品

## モバイルゲーム

2025年4月16日配信開始

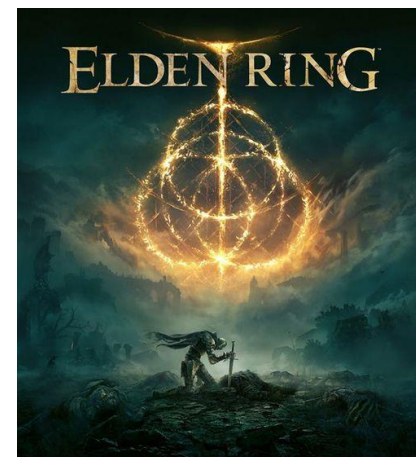
『SDガンダム ジージェネレーション エターナル』



香港、台湾  
アジア圏を中心に  
全世界で大ヒット！

## コンソールゲーム

2022年から世界累計出荷3000万本  
の大ブレイク『ELDEN RING』



開発：FROM SOFTWARE



昨年DLC発売  
1000万本



そして今年、複数人プレイの  
スピンオフ作品リリース

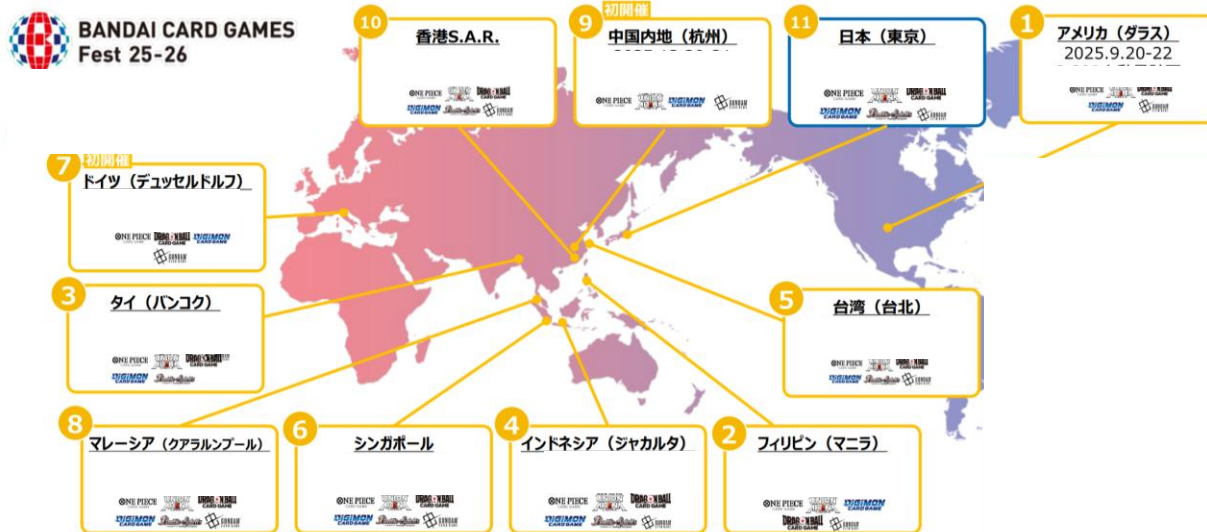
## ■最近の大ヒット商品

### ワンピースカードゲーム (TCG)

2022年7月の発売以来全世界で大ヒット



### 全世界でカードバトル大会を開催



2024年秋に北米のカード大会の  
オーガナイズ、サポートを目的に  
**テキサス州ダラス**に  
ブランチオフィスを開設



ダラス大会・試合が始まると一気に真剣モードで静寂に

## ■最近の大ヒット商品

### ガンダムカードゲーム (TCG)



2025年7月世界同時発売開始！  
ゲームバランスもよく、大好評の立ち上がり。  
初日に全世界の店頭から無くなりました。



## 海外展開における課題：『玩具・フィギュアの模倣品対策』

これまで弊社は20年以上前から中国において模倣品対策（行政摘発、刑事摘発）を現地公安や当局とともに徹底して行ってまいりました。

刑事摘発（中国公安の協力により実現）



約3,200点を押収  
→経営者を逮捕

本件は実刑 3年6か月、罰金 約3200万円の一審判決。  
中国警察に摘発された後、再犯する模倣品業者は非常に少ない。

現地でも知的所有権啓蒙のために積極的に  
メディアで報道

### 「龍桃子」凉了不可惜・萬代何時清醒才教人揪心

2017/12/13 来源：雷峰网MEAFUN

喜歡購買並自己動手拼裝「高達」模型的中國「膠佬」們想必對「龍桃子」這個名字並不陌生。這個一度在國內模型圈中擁有極高口碑的盜版模型廠商，日前已在多家媒體報導的報導中被提及，標題清一色都是「生產商涉嫌仿造『高達』模型，四名主要負責人已被刑拘」。如果說之前兩個月以來陸陸續續的風傳的關於「龍桃子」背後的公司被查處的消息還未有實證的話，現在我們已經可以說「龍桃子」是徹底涼透了。



出典:上海電視台

# 海外展開における課題：『玩具・フィギュアの模倣品対策』

私が「ニセモノ対策委員長」を務めております、（一社）日本商品化権協会において、  
これまでの**弊社グループの対策ノウハウをまとめたガイドブック**を会員企業に公開



# 海外展開における課題：『玩具・フィギュアの模倣品対策』

中国での対策を集中的に行ったことにより、中国国内での模倣品製造、流通は減少したが、その分、中国から**インド、東欧、中東、中南米**に大規模に模倣品が輸出され、市場でも目立っており大きな課題となっている。

## 【課題の背景】

1. 知財意識の欠落、未成熟（真贋価値認識） → 発展途上国での知財啓蒙活動が必要（本物の違いを見せつける）

2. 生産国からの3国間貿易の際の高関税 → 市場価格が日本の2～3倍になる場合も

高い関税が課せられている国において発生している傾向。（中→印：60%、中→ブラジル：20%+ $\alpha$ 、中→インドネシア：15%+ $\alpha$ ）  
中国のニセモノ業者は正規の手続きでない方法で輸出していると思われる。

→ 最終は地産地消を推進する必要がある。

3. 正規の商品化申請、契約、監修の流れが現地の会社にとっては複雑

→ 新たな方法を模索

# デジタル収支の改善とコンテンツビジネス

鉄鋼とか半導体は



基本、日本で生産をして海外に輸出する  
というモデルなので、輸出額＝海外ビジネス規模  
だと推計できますが、、、



我々の「コンテンツビジネス」は  
もっと多層複合的なビジネスモデルで  
海外から入ってくる

『IPのライセンスロイヤリティ収入を  
どのように最大化するか』の視点が必要

もう一つは  
やはりデジタルビジネスである  
『ゲームの海外販売強化』がポイント  
(ただこちらは既に世界網羅済)

<コンテンツ産業の国際ビジネス構造（商品化）>  
（お金の流れ）

