

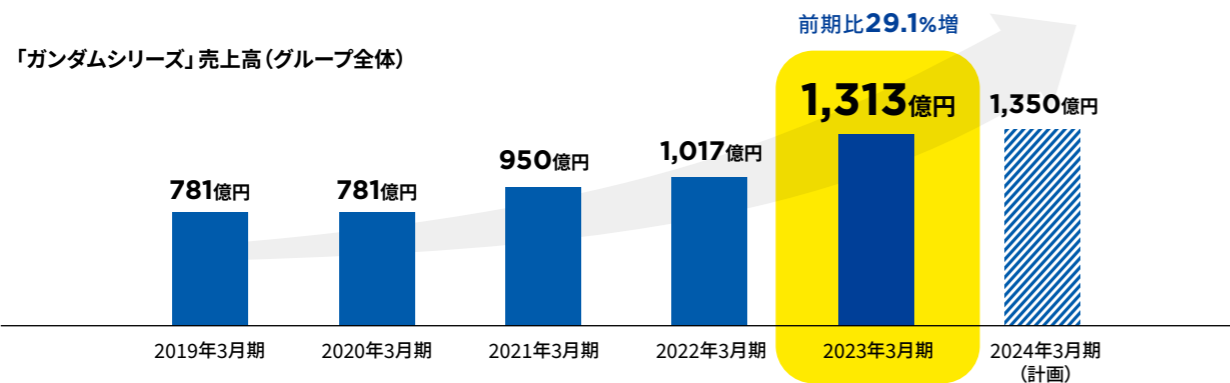
 IP×Fan

グループ横断で展開する ガンダムプロジェクト

01

INTERVIEW

IP価値最大化に向けて進化する ガンダムプロジェクト



IP価値の最大化を共通認識とするガンダムプロジェクト

ガンダムプロジェクトは、初代チーフガンダムオフィサーの時代(現在は三代目)から、バンダイナムコグループ各社の代表者が集まり情報を共有し連携していく内部プロジェクトとして稼働してきました。近年ではグループ全体でガンダムのIP価値を最大化することを共通目的とし、中長期の視点で目標や戦略を策定、対外的に情報発信しながら取り組む形へと変化しています。事業規模としては、2026年3月期にガンダムのグループ売上高1,500億円を目標に掲げ、順調に業績を伸ばしています。

2023年3月期は、TVシリーズとして7年ぶりとなる「機動戦士ガンダム 水星の魔女」(以下、水星の魔女)が2022年10月に放映を開始しました。ガンダムプロジェクトにおいて、「水星の魔女」が目指すべき方向性を示し、内容やスケジュールなどの情報をスピーディに共有したことで、グループ全体で連動すること

ができ、放映前からのプロモーションや放映に合わせた様々な商品化が進みました。特にトイホビー事業では、ガンブラ(「ガンダムシリーズ」のプラモデル)を中心に一番くじやアミューズメント専用景品、カプセルトイ、菓子・食品といった、ガンブラとは異なるロケーションで展開している事業でも多くの商材を展開しました。このようにグループ各事業が共通認識のもと、強力に取り組んだ結果がガンダムファンの拡大につながりました。

ファンがファンを呼び込む

グループの方針と同様にガンダムにおいても、海外では北米および中国市場を重点地域と位置付けています。現状、中国は事業規模が拡大しており、北米は力強い成長率を示しています。ハリウッドで実写版ガンダムの制作も進行しており、北米でのさらなる認知度向上の起爆剤としても期待しています。

スケジュールの見直しなどの影響はあるものの、非常に重要な取り組みとして推進していきます。中国については、上海の「実物大フリーダムガンダム立像」が示すように「機動戦士ガンダムSEED」の人气が非常に高く、2024年の劇場版「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」の展開を、中国でのガンダム人気を盛り上げる仕掛けの1つにもしたいと考えています。

誕生から40年以上を経て、ガンダムへの認知や関心が国内はもとよりグローバルでも高まっています。これは、私たちからの発信力というよりは、ファンの発信力だと捉えています。新作などの情報は当然私たちからの発信となりますが、それを瞬間に拡散し、独自視点でガンダムの魅力が伝播するのは、ファンの強力な発信力があってのことです。SNSをはじめ様々なネットワークツールの発展もあり、ファンの発信力は世界規模で広がり、認知度向上と近年の事業拡大に大きな影響を与えています。

ファンとファンをつなぐことがガンダムメタバースの目的

2023年10月、ガンダムメタバース内で3D空間の開放に加えガンブラECショップの稼働やガンブラスキャンの実施などを予定するガンブラコロニーをテストオープンします。ガンダムメタバース最大の目的は、ファンとファンがつながるコミュニティの場の構築にあります。バンダイナムコにとってのメタバースとは、世界中のファンが同じ時間を共有できるデジタル空間の特徴を活かし、訪れたファンが世界中のファンとつながり、ファン同士で熱量を共有し合うための場なのです。あくまでもファンコミュニティの活性化が重要であり、そのためのサービスやツールを準備しています。ファンの皆様から、どのような評価を得られるかは分かりませんが、大きな驚きを与えられるようにしたいと思っておりますので、ぜひご期待ください。



ガンダムメタバース 3D空間イメージ

無限の可能性を切り拓く、 ソーシャル・プロパティ(SP)化に向けて

長期的な視点にはなりますが、将来的にガンダムを社会的に意義のある存在にすることを掲げています。ガンダムは、バンダイ

ナムコグループの代表的なIPですが、グループ内だけに閉じず、より広く社会に認知してもらい、ソーシャル・プロパティ(SP)へと進化させることで、これまでとは違った視点の新しい事業、さらには幅広いパートナーとの協業にもつながると考えています。

ガンダムのSP化という発想は、GUNDAM FACTORY YOKOHAMAで実現した、「動く実物大ガンダム」の開発がきっかけです。実際にガンダムをバンダイナムコグループだけで動かすことは技術的に不可能でした。しかし、この高度な技術的挑戦に向け、様々な専門技術を持つ外部パートナー9社の力が結集されました。この外部パートナーの方々をつないだ共通項の1つが、ガンダムに対する愛情です。「ガンダムを動かしたい」という熱量で全員が一体となり、完成した動く実物大ガンダムを見て、私たちがファンとともに感動しました。これは決してバンダイナムコの力ではなく、ガンダムの求心力が成し遂げた結果です。

このようにバンダイナムコだけではなく、外部の様々なパートナーが結集し、アイデアを出し合えばガンダムの可能性はますます広がると思っています。2021年に立ち上げたGUNDAM UNIVERSAL CENTURY DEVELOPMENT ACTION (GUDA)*など、ガンダムを旗印としたファンや地域とのつながりも増えてきました。こうした活動を継続することで次の可能性も見えてきます。

2025年には、日本国際博覧会(大阪・関西万博)で「機動戦士ガンダム」を軸とし、「もうひとつの宇宙世紀」を舞台に、「機動戦士ガンダム」が示す未来の可能性などを構想とした『ガンダムパビリオン(仮称)』を出展します。

いまや日本発ではなく、世界発のガンダムという立ち位置で様々な展開ができる段階に入ってきました。今後、バンダイナムコグループのためのガンダムではなく、ガンダムのためにバンダイナムコがどうあるべきかを考える必要があります。ガンダムがまだまだ秘められたポテンシャルを発揮するために、そこに正面から向き合っていくことが私の使命です。

*より良い世界を目指してバンダイナムコグループがガンダムを旗印に、ファン・外部パートナーとも手を組み、未来の子供たちのために、様々なアクションを行うプロジェクト(詳しくは、ESGセクションP.66をご覧ください。)

KOJI FUJIWARA

藤原 孝史
株式会社バンダイナムコエンターテインメント
常務取締役
チーフガンダムオフィサー(CGO)



NAOHIRO OGATA

小形 尚弘
株式会社バンダイナムコフィルムワークス
執行役員
IP制作本部 本部長
IP事業本部 ガンダム事業部 ゼネラルマネージャー



02

IP軸戦略の入口となる映像展開

若い世代を取り込み、新たなファン層を拡大する 「機動戦士ガンダム 水星の魔女」

私は、ガンダムの映像作品をゼロから創り上げ、映像ライセンス・プロモーションを展開する(株)バンダイナムコフィルムワークスにおいて、映像事業の統括をしています。

7年ぶりのTVシリーズ最新作として、2022年10月にスタートした「水星の魔女」は、ガンダムのIP軸戦略の新たな入口となる映像作品であり、ストーリーや映像表現など若い世代のファンにも受け入れられるガンダムとなることを目指して創り上げた作品です。さらに本作はガンダムプロジェクトが中心となり、映像展開の前からバンダイナムコグループ全体でプロモーションを仕掛けました。これまで映像作品とガンプラが両輪となり連携は行ってきましたが、グループ内では



「機動戦士ガンダム 水星の魔女」



劇場版
「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」

個々に仕掛けていた部分もあったガンダム展開をALL BANDAI NAMCOで広く行うことで、新たなファン層へのチャレンジが成功したと感じています。この成功事例は、劇場版「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」の展開などにも活かしていきたいと思っています。

世界的なさらなる認知度向上を目指して

「水星の魔女」は前作のTVシリーズ「機動戦士ガンダム 鉄血のオルフェンズ」から7年空いてしまいましたが、今後はより短い期間で作品を世に送り出したいと考えています。ガンダムの世界的な認知度はまだ低く、グローバルの拡大においてもスピード感を持った展開は必要だと考えています。今後のさらなる認知度向上に向けた取り組みの1つとして、ガンダムの実写版映画があります。COVID-19の影響などもあり、当初の予定より制作に遅れが生じているものの、ガンダムの認知度向上の起爆剤となるよう、引き続き全力で取り組んでいきます。

2024年にガンダムは45周年を迎えます。現在劇場版「機動戦士ガンダムSEED FREEDOM」や配信を主とした「ガンダムビルドメタバース」などの映像作品を制作中ですが、ガンダムにとって45周年は通過点であり、次の50周年に向けた準備期間であると捉えています。IPの価値最大化に向けて、世界中のファンとともに新しいガンダムをこれからもつくり上げていきたいと考えています。

03

INTERVIEW

ガンダムの映像作品を通じて 海外のファンを拡大

北米地域で好調に視聴数を伸ばす 「機動戦士ガンダム 水星の魔女」

私の部門であるグローバルライセンス部では、海外のファンにガンダム作品の映像を届けるための事業を行っています。また、商品やサービス面のライセンスについても(株)創通やバンダイナムコグループ各社と協力して行っています。

映像作品を海外のファンにお届けするにあたって、現在はインターネットを通じた配信が主力となっています。かつてのテレビ放映やパッケージ販売などが主力だった時代からは様変わりしており、配信を通じて世界同時期の展開、さらにインターネット上でファン同士がつながることで、一層の広がりが期待できます。バンダイナムコグループの重点地域のひとつである北米でのガンダムの認知度は一定数あり、ガンプラの販売拡大で根強いファンが存在しています。しかしながら、一般層への浸透という点についてはまだまだ伸ばしていけると考えています。北米では映像を視聴する環境も整っており、「水星の魔女」の配信は展開強化をはかる上で、一つの転換点となる手応えがありました。配信開始当初は、既存ファンが中心でしたが、回を追うごとに視聴数が増加していきました。これは、新たなファンが増加している証と言えます。さらに、インターネット配信というプラット

フォームがファンとファンをつなぎ、新しい層を巻き込んで話題性を高めたことも要因だと考えています。

映像作品をグローバル展開するにあたって、各国・各地域に拠点を保有していることは、私たちの大きな強みです。現地ならではの情報を活かし、ALL BANDAI NAMCOとして連動・連携を取りながら展開できることがガンダムの拡大につながっています。

作品を広くお届けし、豊かな心を育てていきたい

今後もワールドワイドの観点で、ガンダムの認知度向上に貢献していきたいと考えています。法律面、文化面、生活環境面など国や地域ごとに様々な特性があり、難しい判断が求められますが、映像配信会社を含む現地企業へ積極的にアプローチし、ガンダムのワールドワイド展開を強化していきたいと考えています。様々な国や地域に向けて最適な形で映像作品をお届けし、私たちのパーパスにあるように、映像作品を通じて人々の感情に訴えかけ、豊かな心を育むことに貢献できるよう、役割を果たしていきます。

世界配信向けに制作する
新作オリジナルアニメーション
「機動戦士ガンダム 復讐のレクイエム」



AI TAKAI

高井 愛
株式会社バンダイナムコフィルムワークス
マネジメント事業本部
グローバルライセンス部 ゼネラルマネージャー



HIROTAKE TAGUCHI

田口 博文
株式会社BANDAI SPIRITS
ホビーディビジョン
グローバルビジネス部 デビュティゼネラルマネージャー

04

ファンとともに進化し続けるガンブラ

ワールドワイドで販売が拡大

私は、(株)BANDAI SPIRITSでガンブラなどプラモデル全般のプロモーションや直営店事業を担当しています。また、ガンダムプロジェクトのメンバーとしてグループ横断でガンダムに関する施策の立案や実行に携わっています。

2023年3月末時点のガンブラの累計出荷数は、7億6,000万個を超え、国内外での販売拡大が続いています。海外展開では、北米と中国市場を重点地域と位置付けています。北米ではイベントなどによりプラモデルをつくる楽しさを訴求するとともに、販路も拡大してきました。ガンダムの認知度がもともと高い中国では、リアルな施策を含めプロモーションを強化しています。

そうした中、「水星の魔女」においては、これまでのガンダムファンだけでなく、新たなファン層の獲得に向けて、ガンダムプロジェクトが中心となり、放送前からプロモーション展開を行いました。2022年8月からガンブラなどの展示を中心にすべてのガンダムファンが楽しめるイベントを東京、名古屋、大阪などで開催しましたが、各地でファンとのつながりを強く感じることができました。その後も継続したプロモーションを展開し、目標としていた10代から20代の若い層や女性ファンの姿も大きく目立つようになり、新たなファン層も巻き込んだ大きなムーブメントをつくることのできたと実感しています。

ファンとともにガンブラの未来をつくる

40年以上にわたり、ガンブラは常に進化を続けてきました。もちろん「水星の魔女」のガンブラにも、私たちがこれまでに蓄積してきた技術やこだわりが詰まっています。パッケージデザインは、「水星の魔女」で初めてガンブラに触れるファンにとっても、手に取りやすい明るめのデザインを意識しています。仕様面でも、パーツの配置や組み立て工程にこだわるなど、すべての方にとって作りやすい設計にしています。生産面においては、グループ内外の協力パートナーと生産数をあげられるよう日々検討を行っています。また、新工場の建設も計画しています。引き続き、1つでも多くファンに届けられるよう努力していきます。

ガンブラの進化は、ファンの声を聞き、ファンとともにガンブラの未来をつくり上げてきた成果です。パーパスの「つながる」「ともに創る」は、まさにガンブラの進化と一致しています。今後もガンダムの価値最大化に向けて、ファンとのつながりを大切にしながら、ガンブラも進化・拡大させ続けたいと考えています。



「機動戦士ガンダム 水星の魔女」プラモデルシリーズのパッケージ



「機動戦士ガンダム 水星の魔女」イベントの様子

05

INTERVIEW

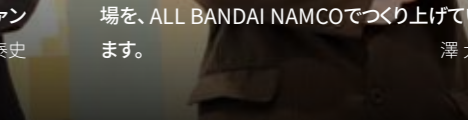
ガンダムの複合エンターテインメント施設で新たなファン層を拡大

幅広いタイプ・世代のファンとつながる場

2022年4月、「三井ショッピングパークららぽーと福岡」内に、世界初となるガンダム複合エンターテインメント施設「ガンダムパーク福岡」をオープンしました。ガンダムの様々な情報発信やグッズを取り扱うショップエリア、ガンダムとコラボレーションした体感型アクティビティが楽しめるスポーツエンターテインメントエリア、クレーンゲームなどが楽しめるアミューズメントエリアの3つのエリアで構成され、幅広い世代のファンに楽しんでいただける施設となっています。

運営面では、BANDAI SPIRITSと、(株)バンダイナムコアミューズメントの共同運営の形を取っています。ガンブラ総合施設「THE GUNDAM BASE」の運営などを手掛けるBANDAI SPIRITSは、IP商品のブランディングに幅広い知見を有します。アミューズメント施設「namco」の運営などを行うバンダイナムコアミューズメントは、ファミリーをターゲットにした施設開発だけでなく、熱量の高い顧客体験の創出を得意とします。企画段階からガンダムを軸に両社が連動した今回の取り組みは、それぞれが異なる領域のノウハウから刺激を受け、相互理解を深めていく良い機会となりました。

新たなガンダムの複合エンターテインメント施設
ガンダムパーク福岡



YASUFUMI YAMASHITA

山下 泰史 (左)
株式会社BANDAI SPIRITS
ホビーディビジョン
グローバルビジネス部 マネージャー

DAIGO SAWA

澤 大悟 (右)
株式会社バンダイナムコアミューズメント
エクスペリエンス事業部 マネージャー

ガンダム、ガンブラが成長していくきっかけとなる事業の新境地を、ファンに一番近い場所でファンとともに切り拓いていきます。 山下 泰史

ワールドワイドで幅広い世代のファンが楽しめる場を、ALL BANDAI NAMCOでつくり上げていきます。 澤 大悟