

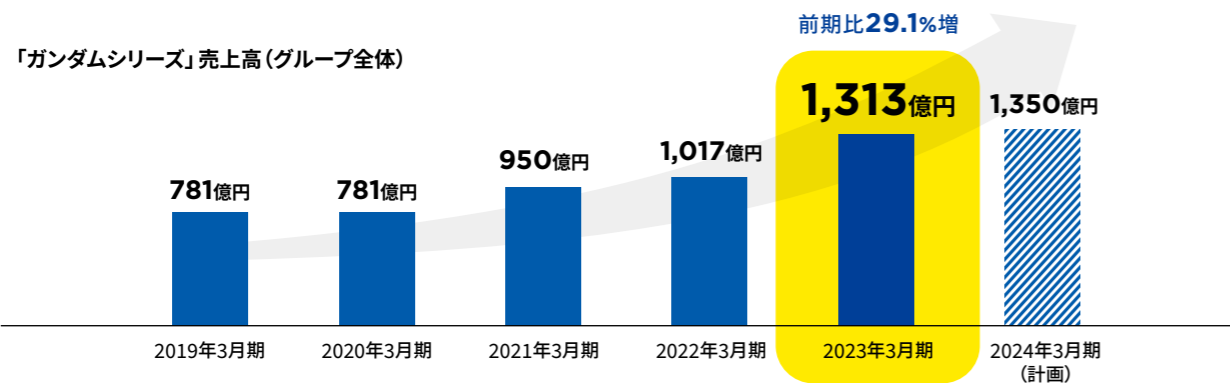
 IP×Fan

## 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)

