

IP×Value グループ横断で展開する「ONE PIECE」プロジェクト

YUJIRO HANAI

花井 雄二郎 (右)

株式会社バンダイナムコエンターテインメント  
第1 IP事業ディビジョン 第3プロダクション  
アシスタントマネージャー

MARI ITO

伊藤 麻里 (左)

株式会社バンダイナムコエンターテインメント  
グローバルマーケティングディビジョン  
グローバルマーケティング部  
イベント/ライセンサーリリース 上級スペシャリスト



「ONE PIECE」のファンに向けて、心に響く活動をよりパワーアップし、世界中のバンダイナムコグループのメンバーと力を合わせ、広く、深く取り組んでいきたいと思っています。 伊藤 麻里

「ONE PIECE」という素晴らしいIPを世界中の人々に知って、楽しんでいただくために、引き続き様々なことに挑戦していきたいと思っています。 花井 雄二郎

INTERVIEW 02

ワールドワイドで認知度向上を目指す 海外展開

北米地域がグローバル展開における重点地域

著作権元様との緊密な協力関係のもと、北米地域において劇場作品「ONE PIECE FILM RED」に合わせた様々なプロモーション活動を行いました。アニメファンに加え、一般層のさらなる認知拡大のため、現地大学のアメリカンフットボールの試合で映画および作品の主題歌をマーチングバンドに演奏していただき話題を集めたほか、全米で展開している大手ファストフードチェーン店とのコラボレーションも実施するなど、様々な形で作品を告知しています。そして最も反響が大きかったのは、1時間にわたってニューヨーク「タイムズスクエア」の屋外ビジョンを「ONE PIECE」が独占し、アニメ作品としては、史上最大規模の屋外広告を実施したことです。これは様々なメディアからも取り上げられ、映画の話題創出にもつながりました。今後も、こうしたプロモーション活動を通じて、「ONE PIECE」がより大きな存在感を発揮していくために、パワーアップした施策を実行していきます。

グローバルな市場において「ONE PIECE」は、まだまだ大きなポテンシャルを秘めています。認知度の高さで言うと、日本に次ぐのはアジア地域であり、続いて欧州地域、中でもフランスは高い認知度を誇ります。そして、北米地域については、劇場作品「ONE PIECE FILM RED」の成功で認知度を

大きく高め、ファンが増加している状況です。そもそもの市場規模も大きく、伸ばせる可能性がある北米地域は、商品・サービスのグローバル展開における戦略上の軸になります。

何よりもファンの声に耳を傾け、想いを大切に取る

何よりも私たちが大事に考えているのは、世界中のファンの声に耳を傾けることです。海外現地の状況を一番よく知るスタッフとのコミュニケーションを大切に、各地に最適なアプローチをALL BANDAI NAMCOで実現していきます。私たちがIPと向き合う姿勢をファンは、必ず見えています。利益だけを追求するのではなく、ともに皆で盛り上げられるような環境づくりに向けて、ファンの声を聴き、想いを大切にしながら取り組んでいきたいと考えています。



ニューヨーク「タイムズスクエア」の屋外ビジョンを「ONE PIECE」が独占