

ぜっこう ちょう

アニメ「ドラゴンボール」シリーズ、世界展開絶好「超」!

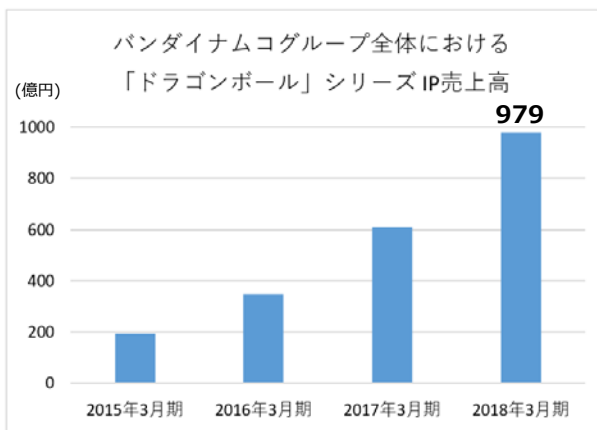
ドラゴンボールスーパーヨーロッパイベント DRAGON BALL SUPER EUROPE EVENT

欧州でファミリー層に向け展開

株式会社バンダイ(代表取締役社長:川口勝、本社:東京都台東区)は、2019年2月に欧州で公開される映画「ドラゴンボール^{スーパー} 超 ブロリー」(邦題/日本では本日(14日)公開)に合わせ、「DRAGON BALL SUPER EUROPE^{ドラゴンボールスーパーヨーロッパ} EVENT」を欧州で行い、アニメ「ドラゴンボール」シリーズの商品・サービスをファミリー層に訴求します。

アニメ「ドラゴンボール」シリーズは、国内ではこれまで「ドラゴンボール」(1986年～)、「ドラゴンボールZ」(1989年～)、「ドラゴンボールGT」(1997年～)、「ドラゴンボール改」(2009年～)、そして「ドラゴンボール超」(2015年～)と長きに渡りテレビ放映され、幅広い世代から支持されてきました。世界でも80カ国以上の国と地域で展開されています。北米・南米では1990年代より放映されており、子どもの頃に視聴していた現在の30代を中心に根強い人気を誇っています。

バンダイナムコグループ全体(国内外合計)における「ドラゴンボール」シリーズのIP売上高は、2015年3月期(2014年4月～2015年3月)と比較し約5倍に成長しています(2018年3月期現在)。玩具ホビー事業では、国内・海外ともにコレクターズフィギュアなどのハイターゲット層(大人・コアファン)に向けた商品展開と、海外でのカード商品の展開が好調に推移しています。ネットワークエンターテインメント事業では、ワールドワイドで展開しているスマートフォン向けゲームアプリケーションや家庭用ゲームがここ数年大変好調に推移しています。



このように、バンダイナムコグループでの「ドラゴンボール」シリーズ展開は主にハイターゲット層に向けた商品・サービスが売上を牽引してきました。

一方、欧州では現在も「ドラゴンボール」シリーズがファミリー層の視聴する休日の朝や平日の夕方時間帯に放映されています。そのためファミリー層を中心に、今後10年先を見据えた際に大きな可能性を秘めた市場とみて、この度の映画公開に合わせたイベント開催をきっかけに、親子連れのファミリー層へ訴求します。

バンダイナムコグループが展開する主要IPとして、これまでも欧州での「ドラゴンボール」シリーズのイベントを行ってきましたが、今回のイベントではファミリー層をターゲットとしているため、開催場所も従来のコンベンションセンター(見本市・展示会場)などとは一線を画し、ライト層や幅広い世代にファン層を拡大させる狙いで開催する予定です。



▲スペインで開催したイベントのビジュアル

その一環として2018年11月30日(金)～12月9日(日)の間、スペイン・マドリド最大のショッピングモール「La Vaguada」にて本イベントを行いました。バンダイナムコグループがスペインで「ドラゴンボール」シリーズのイベントを行ったのは初めてです。バンダイのカードゲーム、ガシャポンをはじめ、BANDAI SPIRITSやバンプレストのフィギュアの展示、バンダイナムコエンターテインメントの家庭用ゲームなどの体験コーナーや、イベントステージなども行いました。バンダイナムコグループの多岐にわたる商品・サービス提供のメリットを生かし、ステージショーやゲーム体験、さまざまなジャンルの商品展示を一堂に集めることで、ショッピングモールに訪れたファミリー層はもちろんのこと、既存のアニメファンや映画ファン、ゲームユーザーも取り込み、玩具・模型に触れてもらう機会を作ることができました。

【スペイン・マドリドで開催のイベントの様子】



▲メイン会場はショッピングモールの吹き抜け



▲キャラクターと写真撮影



▲スペインでも人気のガシャポン



▲フィギュアの展示に見入る子どもたち



▲ゲームに夢中になる家族連れ



▲ドラゴンボールグッズが当たるイベント



▲大型ショッピングモールをジャック

欧州各国でも公開を予定されている映画「ドラゴンボール超 ブロリー」に合わせ、欧州でも「ドラゴンボール」シリーズをより盛り上げていきます。

バンダイ公式サイト: <http://www.bandai.co.jp/>

※本プレスリリースに記載の内容は2018年12月14日時点のものであり、予告なく変更する場合があります。