

株式会社バンダイナムコフィルムワークス
株式会社講談社

2024年11月8日

バンダイナムコフィルムワークス×講談社のタッグによる
世界同時展開戦略が奏功
『劇場版ブルーロック -EPISODE 凧-』全世界累計興収 36 億円突破！

- ◆バンダイナムコフィルムワークスと講談社が連携した配給体制で『劇場版ブルーロック -EPISODE 凧-』は海外興収が日本を上回る勢いで全世界累計興行収入が 36 億円を突破(2024 年 10 月時点)
- ◆2024 年 10 月からは TV アニメ『ブルーロック』第 2 期を世界同時配信、さらに人気上昇中
- ◆関連グッズも海外市場に積極展開、日本に匹敵する勢いで急成長
- ◆アメリカのプロサッカーチーム「LAFC」のホームグラウンドにて日本アニメ初となる PR 展開

株式会社バンダイナムコフィルムワークス(本社:東京都杉並区、代表取締役社長:浅沼 誠、以下バンダイナムコフィルムワークス)と株式会社講談社(本社:東京都文京区、代表取締役社長:野間省伸、以下講談社)は、世界中に日本のアニメーションや漫画の魅力を伝えるため、積極的にグローバル展開を行っています。

講談社の大人気コミックスを原作にバンダイナムコフィルムワークスがアニメーション製作を手掛け、同グループの株式会社エイトビットがアニメーション映像を制作する『ブルーロック』は、国内と同タイミングでの TV シリーズの配信、映画公開、ショップや商品展開など、さまざまな形で世界中のファンへタイムリーに IP*の魅力を発信しています。

こうした世界同時展開戦略が奏功し、2024 年 4 月に公開した『劇場版ブルーロック -EPISODE 凧-』は、日本はバンダイナムコフィルムワークス自社配給による 342 館と自社最大の配給に挑み、海外は講談社とバンダイナムコフィルムワークス両社の連携を密にした体制により 87 の国と地域での同時展開を可能とし、日本の興行収入を上回る勢いで全世界での累計興行収入が36億円を突破しました。

*Intellectual Property:キャラクターなどの知的財産



◆『ブルーロック』シリーズの世界同時展開について

2018年8月から講談社の「週刊少年マガジン」で連載されている原作・金城宗幸、漫画・ノ村優介による大人気コミックス『ブルーロック』は世界累計発行部数4,000万部を突破。翻訳出版は20カ国、20言語を超え世界中で刊行されています。アニメシリーズはバンダイナムコフィルムワークスと講談社の2社共同で海外展開を行い、バンダイナムコフィルムワークスにおいては自社主要IPの中でも海外シェアが高いIPとして躍進中です。

長年、「海外の市場拡大」と国内展開の後追いとなりがちな「海外展開」が課題となっていましたが、昨今の日本アニメの海外における需要増も伴い、各パートナーと連携しながら戦略的に同時展開することで、現在の国内はもとより海外での人気につながっています。

2022年10月にTVアニメ第1期がスタートし、海外に向けても北米圏のクランチロール社をはじめとした各プラットフォームで世界同時配信を行いました。その人気浸透したタイミングで、2024年4月には『劇場版ブルーロック -EPISODE 凧-』を日本と同タイミングで積極展開(アジア:バンダイナムコフィルムワークス、その他地域:講談社)、2024年10月時点で87を超える国と地域にて公開し、全世界累計興収が36億円を突破と、海外での興行収入が日本を上回る勢いで興収を伸ばしました。

さらに、アニメーション制作を手掛けるエイトビットの安定的な制作力により、映画公開から間をあけることなく2024年10月からはTVアニメ第2期がスタート、全世界同じ熱量で原作漫画、アニメーションともに盛り上がりを見せています。



◆商品展開も日本に匹敵する規模に

『ブルーロック』は漫画、アニメーションのほか、多種多様なグッズやアプリゲームを継続的に展開することでファンのニーズに応え、収益も好調に推移しています。海外に向けてもバンダイナムコフィルムワークスがアジア、講談社が欧米をはじめとしたその他地域のライセンス窓口を担い、ローカライズした商品展開にも積極的に対応し、TVアニメ第1期放送直後(2023年4~6月)と劇場公開時期(2024年7~9月)を比較すると、海外ライセンス規模(商品化申請数)がアジア圏だけでも約4倍、売上(製作委員会収入)は約12倍と大きく伸長し、現在では日本に匹敵する規模にまで成長しました。また、アジアではグッズを扱うポップアップストアやコラボレーションカフェの出店なども行うなど、商品や場を通じ海外ファンにIPの魅力を訴求しています。



ポップアップストア(上海)



コラボカフェ(バンコク)

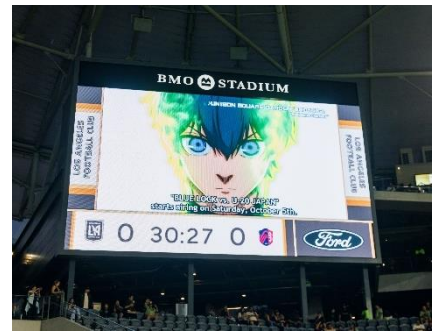
◆プロモーション展開でのチャレンジ

海外のアニメファンへ IP の魅力を伝えるため、様々なプロモーション展開にもチャレンジしています。

2024年7月にアメリカ・ロサンゼルスで開催された北米最大のアニメイベント「Anime Expo2024」では『ブルーロック』を中心にしたブースを出展、キャストやプロデューサー、原作漫画編集者によるパネルイベントでは、用意した2,000席が満席になるなど、大きな反響がありました。



また、2024年9～10月には、アメリカのプロサッカーリーグ(MLS)のウェスタン・カンファレンス優勝チームである「LAFC」(ロサンゼルス・フットボール・クラブ)のホームグラウンドに TV アニメ『ブルーロック』第2期の広告を掲載、看板や電子バナーだけでなく、試合前にプロモーションビデオを上映しました。「LAFC」でのプロモーション展開は日本アニメ初となります。



◆全世界が熱くなる作品の魅力

『ブルーロック』が各国のサッカー人気の有無に関わらず世界中で人気となっている理由の一つに、サッカー漫画の枠に収まらない、アクション性やスリルあるストーリー展開と魅力的なキャラクターがあげられます。“ブルーロック(青い監獄)”に集められた300人の高校生FW(フォワード)たちが、世界一のストライカーを目指して己のサッカー生命とゴールをかけて挑む“デスゲーム”のようなストーリーは、“史上最もアツク、最もイカれたサッカー漫画”として、全世界の幅広い世代に人気です。また、アニメ化にあたっては映像ならではのアクション性を活かした演出が魅力となっています。

◆今後に向けて

バンダイナムコフィルムワークスは、『ブルーロック』シリーズの海外同時展開戦略を、今後の様々な IP のグローバル展開へも活かし、世界中のファンへ日本アニメーションの魅力伝えてまいります。

講談社は、今後もアニメーションという手法を生かして世界中のファンに「おもしろくてためになる」物語を届けてまいります。

株式会社バンダイナムコフィルムワークス



株式会社バンダイナムコフィルムワークスは、映像作品を企画、製作し、テレビ、映画、配信など様々なメディアを通してお届けするだけでなく、著作権・版権の管理運用、映像関連商品の企画・販売や映像関連サービスを通して、世界中の皆様幅広く発信しております。川上から川下まで担う総合映像エンターテインメント企業として、“いいもの”を生み出し、しっかりと皆様にお届けし続けてまいります。

主な事業内容

アニメーションなどの映像コンテンツおよび映像関連サービスの企画・製作・販売および著作権の管理・運用
<https://www.bnfw.co.jp/>

株式会社講談社



株式会社講談社は、1909年の創業以来「おもしろくて、ためになる」を社の方針として、雑誌、コミック、書籍シリーズなどあらゆるジャンルの出版物を展開してきました。さらに世界中の人々に向けて“Inspire Impossible Stories”をパーパスとして掲げ、作り手と読者・ユーザーの両者に新たな発見や創造性を提供し(=Inspire)、あり得ない、みたこともないような(=Impossible)物語(=Stories)を生み出し続けることで、さまざまなコンテンツを発信しています。

日本サイト:<https://www.kodansha.co.jp/>

グローバルサイト:<https://www.kodansha.com/jp/>

©金城宗幸・ノ村優介・講談社／「ブルーロック」製作委員会

©金城宗幸・三宮宏太・ノ村優介・講談社／「劇場版ブルーロック」製作委員会