

報道関係各位

平成 24 年 1 月 17 日

新しいビジネスモデルを構築！！

女性チームによる、女性に向けたキャラクター

『BlankeBlanke (ブランケブランケ)』デビュー！！

株式会社タカラトミー

株式会社タカラトミー（代表取締役社長：富山幹太郎）は、日本の元気を牽引する 20 代 30 代の女性をターゲットに、それぞれの強みを集めたグループ横断女子チーム^(※)による NEW キャラクター『BlankeBlanke (ブランケブランケ)』を企画・開発し、今夏の商品デビューに向けて、積極的なコラボレーション戦略によるマーケティングの強化を行なってまいります。(※タカラトミー、タカラトミーアーツ、タカラトミーエンタメディア、タツノコプロ、キデイランド、ティンカーベル)



© BlankeBlanke / designed by watazaki

2010 年のキャラクター市場は 1 兆 6,170 億円（キャラクターデータバンク調べ）、20 代 30 代の女性の購買は年々増加しており、15%以上のシェアを占める重要なマーケットとなっています。高い消費性向でここ数年の癒し系キャラクター人気を支える 20 代 30 代の女性をターゲットに、タカラトミーはグループ横断で女性だけの企画開発集団を結成し、ユーザーに近いリアルな視点で新規キャラクター『BlankeBlanke (ブランケブランケ)』を開発、2012 年初夏より商品を投入してまいります。さらに、単にキャラクター商品の販売にとどまらず、これまでタカラトミーが行ってきた玩具発キャラクターの戦略とは一線を画した、キャラクター発のビジネスモデル構築を目指し、著作権管理、デザイン、商品化、売場構築などグループ各社の強みを結集して総合プロデュースしてまいります。

すでに 11 年秋よりキャラクター認知を高めるマーケティングとして、複数企業とコラボレーションを実施しており、映画館やカフェなど、ターゲットへの接触率が高い場所へ露出を行っています。その結果、おしゃれに敏感な若い女性を中心にじわじわと人気を広まっています。引き続き、積極的なコラボレーションによる話題性の喚起に努め、2 月に開催される「第 73 回東京国際・ギフトショー2012」への出展など、初夏の商品発売に向けて最大限のマーケティング活動を展開してまいります。

【キャラクターについて】 (2011年1月現在)

コンセプトは「小さい頃大事にしていたお気に入りのブランケットが、姿を変えて再び自分の前に現れた」という設定。ロゴマークはブランケットのタグをイメージしています。くまのカルフ、うさぎのププ、ネコのキッサなど、個性豊かな8キャラクター。

権利表記：© BlankeBlanke / designed by watahaki



【現在までの主な露出・コラボレーション】

- ユナイテッド・シネマ 劇場内マナーCM
- 頓智ドットARアプリケーション 「カルフ・ウォッチャー by セカイカメラ」
(※Android版のみ)
- 東急電鉄 東急線沿線おでかけナビ! 「とくらく」
- 東急電鉄 ケータイ・スマートフォンサービス「ニコトコ」
(世田谷区・二子玉川駅周辺で実施) スタンプラリーキャラクター)
- イッツ・コミュニケーションズ ケーブルテレビ番組「街かどパシヤリ」
- 東急百貨店 バレンタインメインキャラクター&スペシャルコラボレーション



ユナイテッド・シネマ
劇場内マナーCM



東急沿線おでかけナビ!
「とくらく」



東急百貨店限定発売
「テオプロマ」イラスト缶チョコレート
2012年2月1日より発売開始 数量限定

詳細は、公式ホームページをご覧ください。 <http://www.takaratomy.co.jp/products/blanke/>

<報道各位から本件に関するお問い合わせ先>

株式会社タカラトミー コーポレート・コミュニケーション部

TEL 03-5654-1548/FAX 03-5654-1648

<読者からのお問い合わせ先>

株式会社タカラトミー お客様相談室 TEL 03-5650-1031