

**経営のヒント318 バンダイ ガンダムベース東京のファンづくり経営**

18期9回未来創造志塾で、顧客ロイヤリティモデルの講義をしました。

企業事例として、「カーブス」と「ガンダムベース東京」を紹介。

この2社には、中小企業が21世紀型のビジネスモデルを目指すベンチマークとして役に立ちます。

カーブスは過去の経営のヒント286にありますから、今回は「ガンダムベース東京」を経営のヒントに。

**バンダイ THE GUNDAM BASE TOKYO**

「機動戦士ガンダム」と「ガンプラ」

2019年 40周年

→→→独自の世界観

バンダイホビーセンターで企画・開発から生産まで国内で一貫して行っている！

**プラモデルと「ガンプラ」の販路**

プラモデルは、メーカー→卸→量販店・小売り 2段階のBtoBモデル

ガンプラは、BtoB +0段階チャンネルの販路「ガンダムベース」

「ガンダムベース」

2004年 韓国ソウル 2017年お台場「ガンダムベース東京」

2019年 4つの国・地域に14店舗展開

オンラインショップも併設

**「ガンダムベース東京」の店内空間**

ファン、インバウンド客

——ガンダムベース東京メンバーズカード→→→特典

**4つのゾーン**

「ショップ」2000種類の商品と1500種類の展示品、限定品も充実

「ビルダー」組立や塗装が出来る。マイスターが制作方法や工作のコツを教えてくれる！

「ファクトリー」本物の金型や設計データ、製造過程を学べる

「イベント」各種イベント、生配信

**「THE GUNDAM BASE」の戦略**

===コアなファンの囲い込み

・・・既存流通の売場では、ガンダム、ガンプラの世界観は伝えられない！

定価販売でも売れる「仕組み」「仕掛け」

・・・ポイントを貯めれば、マニア垂涎の的である景品がもらえる！

「情報の流れ」「お金の流れ」をコントロールすることが一番重要な成功の鍵(KSF)となります。

ちなみに、21世紀の商売繁盛のキーワード == 『楽・美・愛・真・学・遊・育・健』

20世紀のビジネスモデル	21世紀のビジネスモデル
<p>チェーンストア理論</p> <p>売上=客数×単価 (既存+新規-流出) × 購買頻度 × (一品単価 × 個数)</p> <p>量の拡大</p> <p>「モノ」中心 プロダクトアウト思考</p> <p>大量生産・大量販売 (モノ・サービス) 商品戦略+販売戦略 (4P) (マーケットシェア戦略) セールス (自分の立場・視点) 効率性を求める 顧客満足・裕福 (量) 問題解決</p> <p>マスCM・説得・説明 フロー型 (狩猟型) 短期の視点 マーケットシェア (市場・量的拡大) 正解 (答)・一方通行 (説得) オペレーション 平等 縦の関係 (お客様は神様)</p>	<p>ロイヤリティ・エンゲージメント</p> <p>売上=LTV×アクティブユーザー数 ファン客 (絆・支援) × 関係性</p> <p>質の充実</p> <p>良くて安い、当たり前! マーケットイン思考 「ヒト」にフォーカス! 質的充実 (付加価値・意味・心・魂) ファン化戦略 (関係性の4C) (マインドシェア戦略) マーケティング (相手の立場・視点) 効果を優先する (効果×効率) 感動・幸福 (質) 価値創造 (目的・ビジョン・意義)</p> <p>限定</p> <p>ロコミ・カンパセーション・SNS ストック型 (農耕型) 長期の視点 マインドシェア (心・質的充実) 問い掛け (応える)・双方向 カスタマージャーニー 差別 (区別) 横の関係 (仲間・友達)</p>

新規創世誌 18期同. 資料

# バンダイ 「THE GUNDAM BASE TOKYO」

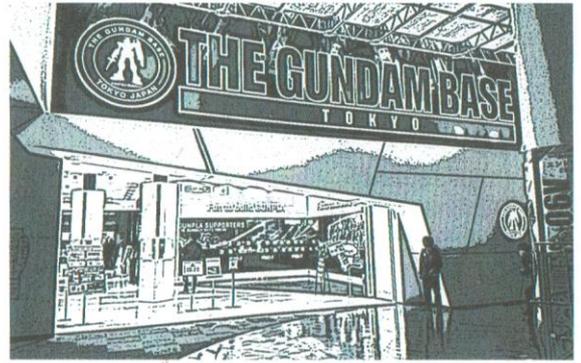
## ●「機動戦士ガンダム」と「ガンブラ」

「機動戦士ガンダム」は、1979年放送の「機動戦士ガンダム」(通称ファーストガンダム)から、2019年に40周年を迎えた。その後さまざまな続編や派生作品を世に生み出し、世を超えた人気を誇っている。その世界観を形にしたものが、「ガンブラ」と名づけられたプラモデルだ。ガンブラは、「機動戦士ガンダム」のシリーズに登場するモビルスーツ、モビルアーマーと呼ばれるロボットや戦艦などを立体化したプラモデルのことで、1980年に誕生した「1/144ガンダム」以来、約35年間でおよそ4億4,500万個が販売されています(バンダイホビーサイト) >とのことだ。Productとしては、長い歴史の中で究極の生産工程を生み出している。<品質へのこだわりと市場への即応性をより確実にするために、現在、ガンブラは“ホビーのまち静岡”にある「バンダイホビーセンター」で企画・開発から生産まで国内で一貫して行っています(同)>という。

## ●プラモデルと「ガンブラ」の販売

プラモデルは、メーカー→卸→量販店・小売店という2段階チャネルで販売されているのが一般的な販路である。「ガンブラ」も実際、ビックカメラなどの量販店の店頭でかなりの売り場面積を割いて販売されている。しかし、バンダイはそれとは異なる。0段階チャネルの販売も持っている。それが、「ガンダムベース」である。「ガンダムベース」は2004年に日本に先駆け、韓国ソウルに1号店がオープンし、2017年に東京・お台場に「ガンダムベース東京」がオープンして、2019年現在、

最終のP.O.B. → 販売 (Gundam)



4つの国・地域に14店舗が展開されている。また、「ガンダムベース東京」のオンラインショップ「THE GUNDAM BASE ONLINE SHOP」も併設されている。

## ●「ガンダムベース東京」の店内空間

「ガンダムベース東京」はお台場にあるショッピングモール「ダイバーシティ東京プラザ」内にあり、約600坪の広さを持っている。休日は世を超えたガンダムファン、ガンブラファンが集い、平日の昼間などはインバウンド(訪日観光客)が目立つ。公式Webサイトでは、<全世界のガンブラファンに向けた公式ガンブラ総合施設。施設は、買って、作って、見て、学んで楽しめる4つのゾーンで構成されており、子どもから大人までガンブラを存分に楽しむことができます。>として

その「4つのゾーン」とは、「ショップゾーン」「ビルダーズゾーン」「ファクトリーゾーン」「イベントゾーン」という構成になっている。

「ショップゾーン」では、<2,000種類の商品と1,500種類の展示品が並び、世界一のガンブラショップ。1980年に発売した最初のガンブラから最新商品までが購入可能。ガンダムベース限定品も充実!(公式Webサイト)>となっており、来店客は店内用の買い物かごに1~2個のガンブラを入れてコーナーの隅々まで物色している。インバウンド客は数個のまとめ買いもしている。特に「ガンダムベース限定品」はマニア垂涎的であり、「sold out」の表示も目立つ。また、「ガンダムベース東京メンバーズカード」の発行もしており、ここでガンブラを購入すればポイントが貯まり、各種景品と交換できる特典がある。その特典が絶品で、マニアにとってはお金を出して買いたくなるような品々が設定されている。しかし、景品としてしか手に入らないため、また、ガンブラを買ってしまうという仕掛けだ。

「ビルダーズゾーン」は<購入したガンブラの組み立てや塗装ができるワークスペース。ガンブラマイスターが制作方法や工作のコツを教えられる。ガンブラビルダーズワールドカップ受賞者の作例も展示!(同)>となっている。購入した商品を確認し、より美しく仕上げさせ、ファン度を増すようにする仕組みである。さらに、高度な仕上げをしたいマニア向けの「ペインティングルーム」という施設も用意されている。今日のガンブラは、「多色成形」という特殊技術を使って、1枚のパーツの基盤に数種類の色を同時に再現する成形方法で作られており、塗装なしで、組むだけでカラフルな仕上がりになる。しかし、オリジナルの塗装を施したい場合などは、このエアブラシという吹き付け塗装の道具を使って仕上げをすることができるのだ。このゾーンには、ガンブラビルダーズワールドカップ受賞者の作例が数多く展示されており、その華やかな作品に刺激されて「自分もやってみよう!」という気になるコアなファンも多くいるということだろう。

「ファクトリーゾーン」は、<ガンブラ工場“静岡ホビーセンター”を再現。本物の金型や設計データのほか、ガンブラを生産するためのミニ射出成形機などを展示。ガンブラの製造過程を学べる!(同)>という。Productそのものだけでなく、その製造工程まで知ること、より思い

資料

スタート P.O.B.

XZ11-10-X11

722 @ K&S

722 @ K&S

722 @ K&S

入れを深くさせる仕掛けである。

「イベントゾーン」は、<各種イベント開催/生配信ブースも併設!(同)>されており、イベント開催時には多くのファンで賑わう。

## ●「THE GUNDAM BASE」の戦略

戦略の目的は、<コアなファンの育成と囲い込み>にある。既存流通の売り場では、ガンダム、およびガンブラの世界観は伝えられない。また、作るためのケアなども行えない。つまり「情報の流れ=情報流」をしっかり自社コントロールするために「0段階チャネル」である「ガンダムベース東京」を運営しているのである。

また、既存流通の量販店店頭や、Amazon.comでは、常時20%~30%割引で販売されているが、「ガンダムベース東京」の「ショップゾーン」や、公式の「THE GUNDAM BASE ONLINE SHOP」は定価販売だ。その代わりにポイントが貯めればマニア垂涎的である景品がもらえる。「お金の流れ=商流」をしっかりコントロールしているのである。

「21世紀の緊急課題」  
「楽楽受真学通音」  
「ふふふ受真学通音」

21世紀  
楽楽受真学通音  
ふふふ受真学通音

8 章  
流通戦略  
チャネルの長さ