

今、このマンガが熱い！

講談社 押しマンガ 2021!!

— 拡散力の高い、講談社おすすめマンガ12選 + HOT TOPICS —



C-station [講談社 コンテンツ・ステーション] は、
企業や団体で販売促進や広告宣伝、広報に取り組んでいる
皆さまとともに、集客・購買促進・コンテンツ制作など、
マーケティングのさまざまな課題の解決をめざします。

第1版 2021.06.15



目次

● 推しマンガ2021！

| | |
|--------------------------------|----|
| 講談社 推しマンガの活用法 | 03 |
| 『進撃の巨人』 | 04 |
| 『はたらく細胞』シリーズ | 05 |
| 『五等分の花嫁』 | 06 |
| 『転生したらスライムだった件』 | 07 |
| 『金田一37歳の事件簿』 | 08 |
| 『攻殻機動隊』（攻殻機動隊 SAC_2045） | 09 |
| 『SHAMAN KING』 | 10 |
| 『ブルーピリオド』 | 11 |
| 『ブルーロック』 | 12 |
| 『カイジ』 『中間管理録トネガワ』 『1日外出録ハンチョウ』 | 13 |

● HOT TOPICS！

| | |
|---|----|
| 注目のアニメ化作品『東京卍リベンジャーズ』 『EDENS ZERO』 『美少年探偵団』 | 14 |
| 音楽系IP『のだめカンタービレ』 『ましろのおと』 | 15 |
| 料理系IP『中華一番』 『焼いてるふたり』 『ふたりソロキャンプ』 | 16 |
| ラブコメ系IP『彼女、お借りします』 『カッコウの許嫁』 | 17 |
| 異世界転生系IP『パリピ孔明』 『シャングリラ・フロンティア』 | 18 |
| ファミリー系IP『どすこいすしずもう』 『にじいろのさかな』 『パンダたいそう』 ほか | 19 |
| ネクストブレイクはコレだ！ 2021年度、講談社漫画賞受賞3作品！ | 20 |
| 【事例紹介】 推しマンガとのコラボレーション | 21 |

| | |
|-------------------------------|----|
| タイアップ広告（キャラクター使用の流れ） | 22 |
| ライセンス契約による商品化（キャラクター使用の流れ） | 23 |
| ライセンス契約による広告宣伝使用（キャラクター使用の流れ） | 24 |
| マンガ&アニメ・キャラクター使用の注意点 | 25 |
| マンガプロモーションに講談社の人気作品を | 26 |
| お問い合わせ | 27 |

一般的なコラボ以上の効果！ マンガは効きます！

講談社 推しマンガの活用法

話題づくりに
貢献します！

知名度・好感度ともに抜群の講談社マンガは、これまでに商品コラボなど、さまざまなカタチで企業とコラボレーションし、消費者の共感を呼んできました。またメディアで取り上げられたり、SNS上で話題になったりするケースも多く、通常のコラボ以上の効果を生み出しています。

その結果を生み出しているのは、他ならぬマンガの持つ“熱”です。今回ご紹介する「推しマンガ」はどれもその“熱”が高く、商品にプラスアルファの魅力を加えてくれるはず。この機会にぜひ、講談社マンガをご活用ください！

アイデア次第で、
さまざまなマンガのキャラを
キャスティングできます！

オリジナルストーリー



商品パッケージ

広報アンバサダー



商品コラボ



広告キャラクター

代表的な手法を3つ、ご紹介します。

手法1 タイアップ 広告



講談社の雑誌やWEB媒体に
キャラクター使用で広告展開

手法2 商品化



キャラクター限定パッケージでの
商品化やコラボ商品を開発

手法3 広告宣伝 使用



マス広告や店頭販促用の
ポップ、イベント等で使用

その知名度、その人気、まさに巨人（モンスター）級！

『進撃の巨人』

発行部数
1億部突破!!

STORY

壁に囲まれた世界で、人類を喰らう謎の巨人と、それを撃退しようと奮闘する人類との闘いを描いた一大巨編。巨人はどこからきたのか、壁はどうやって作られたのか……。多くの伏線や謎に、世界中が夢中に。「第35回講談社漫画賞」少年部門受賞、世界累計発行部数 1億部突破の超人気作！

企業を巻き込み
社会現象にもなった
話題沸騰のマンガ

コラボ実績多数

- ✓ タイアップ広告
- ✓ 商品化
- ✓ 広告宣伝使用

おすすめ業種

飲料、食品、ゲーム関連、
流通・小売
(各業種コラボ実績あり)



コミックビジュアル ©諫山創/講談社



『進撃の巨人』×「uno」（資生堂）



DL数2億のサバイバルゲーム
「ライフアフター」×『進撃の巨人』コラボ

『進撃の巨人』×
「極楽湯&RAKU SPA」
コラボ



三菱地所プロパティ
マネジメント社
GW限定企画！
進撃のみなとみらい
スタンプラリー



メルセデス・ベンツ日本との
コラボ企画。ラッピングカー

押しPOINT!

- マンガの連載終了によって、注目度が再上昇！今、過去最高の盛り上がり！
- 国内だけでなく、海外でも人気の作品！ 世界累計発行部数は驚異の1億部超え！
- コスメから高級外車（ベンツ）まで、多岐にわたるコラボ実績！

アニメビジュアル ©諫山創・講談社/「進撃の巨人」The Final Season製作委員会

『進撃の巨人』

をPRに起用したら…

- 商品ジャンル・業種・業態を選ばない圧倒的な企業人気！
- 高い知名度を誇り、コラボ実績は枚挙にいとまなし！
- 自由度が比較的高く、魅力的なクリエイティブを展開可能！

共感度100%！ 話題の細胞擬人化マンガ！

『はたらく細胞』シリーズ



ツイッター
フォロワー数
15万人

『はたらく細胞』公式アカウント @hataraku_saibou

STORY

「人」の体内で年中無休で働いている数十兆個もの細胞を擬人化したマンガ『はたらく細胞』は、アニメも絶好調！ その大人版とも言える『はたらく細胞BLACK』は成人男性の体内環境をブラック企業にたとえるなど、ほかスピンオフ作品多数の大人気シリーズは注目度急上昇中！

アニメ化作品

2021年、第2期放送

コラボ実績多数

- ✓ 作品の世界観を活かし、「健康食品」関連との相性は抜群
- ✓ 厚生労働省や自治体との啓発系コラボ実績も



コミックビジュアル
©清水茜／講談社



バイオテクノロジー企業「ユージェネナ」とのコラボ



厚生労働省×
はたらく細胞
新型コロナウイルス
感染予防啓発ポスター



福岡市
乳がん検診
受診率向上
プロジェクト

おすすめ業種

医療、製薬、飲料、食品

押しPOINT!

- 細胞たちのはたらく理由が「人の健康」にあるため、ヘルスケア商材に最適！
- 健康増進活動などの啓発活動にもキャラを活かせます！
- コロナ禍で高まっている生活者の健康への意識をキャッチアップできる！

『はたらく細胞』

をPRに起用したら…

- 医療、製薬関連の商品やサービスとのコラボに大きな効果を発揮！
- 登場キャラクターを介して届けるメッセージは、親しみやすさ満点！
- 難しい病気や細胞に関して、面白く、かつわかりやすく解説できる！



今いちばん熱い、人気ラブコメマンガ！

『五等分の花嫁』



ツイッター
フォロワー数
約110万人※

※アニメ&作者アカウントのフォロワー数の合計

STORY

貧乏な生活を送る高校2年生・上杉風太郎のもとに、好条件の家庭教師アルバイトの話が舞い込む。ところが教え子はなんと同級生かつ五つ子だった!! 全員美少女、だけど「落第寸前」「勉強嫌い」の問題児! 毎日がお祭り騒ぎ! 中野家の五つ子が贈る、かわいさ500%の五人五色ラブコメ!!

アニメ化作品
映画化も決定!

コラボ実績多数

- ✓ タイアップ広告
- ✓ 商品化
- ✓ 広告宣伝使用

おすすめ業種

流通・小売、ゲーム関連、
飲食関連
(各業種コラボ実績あり)



第43回講談社漫画賞 少年部門 受賞
コミックビジュアル ©春馬ねぎ/講談社



©春馬ねぎ・講談社/『五等分の花嫁』製作委員会
五等分の花嫁デザインのオリジナル会員
カード (Tカード)

©春場ねぎ・講談社/
映画『五等分の花嫁』製作委員会



五等分の花嫁

2022年 映画「五等分の花嫁」公開予定

押しPOINT!

- 累計発行部数 1,500万部!
- アニメ放送日は毎回Twitterでトレンド入りの人気作! アニメ&作者アカウントのTwitterフォロワー数の合計は約110万人!
- ファン層の幅が広く、若年層はもちろん、小中学生女子向け雑誌「Cuugal」(東京ニュース通信社刊)でも「今好きな漫画2020」ランキング2位を獲得!

『五等分の花嫁』

をPRに起用したら…

- ファンの熱量が高く、オリジナルグッズ、原画展、各種コラボなど、どれもSNSを中心に情報拡散が期待できる!
- 五つ子の設定を活かしたバリエーション豊かな物販の展開が可能!



新ジャンル「異世界転生」の火付け役！

『転生したらスライムだった件』

シリーズ累計
2,500万部
突破！

STORY

Webで7億PVの異世界転生モノの名作を、原作者完全監修でコミカライズ！ 通り魔に刺されて死んだと思ったら、異世界でスライムに転生しちゃってた!? 相手の能力を奪う「捕食者」と世界の理を知る「大賢者」、2つのユニークスキルを武器に、スライムの大冒険が今始まる！

アニメ化作品

2021年7月より第2期
(第2部)が放送

コラボ実績多数

- ✓ タイアップ広告
- ✓ 商品化
- ✓ 広告宣伝使用

おすすめ業種

流通・小売、ゲーム関連、
不動産関連、飲食関連
(各業種コラボ実績あり)



コミックビジュアル
©川上泰樹・伏瀬／講談社



アニメ ビジュアル
©川上泰樹・伏瀬・講談社/
転スラ製作委員会



転スラ×SEIKO
コラボウォッチ



不動産・住宅情報サイト「SUUMO」とのコラボレーション



UHA味覚糖
「転生したら
コグミだった件」

押しPOINT!

- “異世界転生”というジャンルの火付け役で、シリーズ累計2,500万部を突破！
- 2018年10月にスタートしたTVアニメは、若者を中心に大人気！
- 2021年7月より第2期（第2部）の放送が決定！

『転生したらスライムだった件』をPRに起用したら…

- 若年層を中心に広く商品やサービスをアピールできる！
- ファンを中心とした、SNSでの情報拡散が期待できる！

愛され続ける国民的ミステリーマンガ！

『金田一37歳の事件簿』

シリーズ累計
1億部突破！

STORY

『金田一少年の事件簿』として1992年より「週刊少年マガジン」で連載開始。以後アニメ、映画、ドラマと絶大な人気を誇った「金田一」シリーズが2018年、主人公の20年後を描いた『金田一37歳の事件簿』として復活！ 37歳、PR会社で働く金田一の前に難事件が立ちはだかる！

ドラマ・実写映画化、
アニメ化作品

※シリーズ全体として

コラボ実績多数

- ✓ タイアップ広告
- ✓ 商品化
- ✓ 広告宣伝使用

おすすめ業種

飲料、食品、ゲーム関連、
流通・小売

(各業種コラボ実績あり)
※シリーズ全体として



コミックビジュアル
©天樹征丸・さとうふみや／講談社

金田一37歳の事件簿×アサヒビール
「アサヒもぎたてSTRONG」



メンズビゲンとのコラボマンガ

押しPOINT!

- シリーズ全体のファン層が広く、幅広いユーザーにアプローチ可能！
- 認知度の高い人気シリーズのため、施策をメディアに取り上げられやすい。
- 主人公が37歳となり、酒類など大人向けキャンペーンにも効果を発揮。
- 謎解きイベントなど、「ミステリー」をフックにした活用も可能。



『金田一37歳の事件簿』をPRに起用したら…

- 作品の認知度との相乗効果で、商品やサービスの認知向上に寄与！
- 施策がメディアに取り上げられやすく、パブリシティ効果も大！

世界中のクリエイターに影響を与えたSFマンガの金字塔！

『攻殻機動隊』（攻殻機動隊 SAC_2045）

世界中の
クリエイター絶賛

STORY

西暦2029年。通信ネットワークに覆われ、膨大な情報が世界を駆け巡っている超高度情報化社会。しかし国家や民族、そして犯罪は依然として存在していた。より複雑化していく犯罪に対抗すべく結成された特殊部隊……公安9課に所属するその組織は、攻殻機動隊と呼ばれた。

アニメ化作品

2020年4月より配信中
『攻殻機動隊 SAC_2045』

コラボ実績多数

✓ 通信会社、アパレル



au 5G x 『攻殻機動隊 SAC_2045』が生み出す拡張体験「UNLIMITED REALITY」

おすすめ業種

通信、IT、アパレル



Netflixオリジナルアニメ ©士郎正宗・Production I.G/講談社・攻殻機動隊2045製作委員会



コミックビジュアル（原作）
©士郎正宗/講談社

お酒のオンラインストア「KURAND」とのコラボ



OGA BREWING
「GHOST IN THE BEER」
セット



攻殻機動隊 SAC_2045 x less than human

押しPOINT!

- 「未来」を思わせるストーリーとビジュアルが“新時代”の訴求にマッチ！
- 映画「マトリックス」に影響を与えるなど、クリエイター評価が高い！
- 『攻殻機動隊 SAC_2045』公式Twitterのフォロワー数は、4.5万人！

『攻殻機動隊 SAC_2045』をPRに起用したら…

- 近未来SFとの名作とのコラボは、注目度抜群！
- 「未来」「次世代」といったキーワードをビジュアルから訴求可能！
- ITやデジタル商品、ネット系サービスとの親和性も良好！



Twitter ワールドトレンド1位獲得！ 2021年アニメ化で大注目の名作！

『SHAMAN KING』

シリーズ累計
3,800部突破！

STORY

シャーマンて知ってる!? この世とあの世を結んで、神・精霊・死者の霊なんかと交流する事が出来る不思議な能力を持った人らしい……！ 僕のクラスに来た転校生・麻倉葉は、実はそのシャーマンだったんだ！ 2021年、アニメ化によって人気が再燃！ 新規ファンも巻き込み、新たなムーブメントに！

アニメ放送中

2021年4月より
絶賛テレビ放送中!!

コラボ実績多数

- ✓ タイアップ広告
- ✓ 商品化
- ✓ 広告宣伝使用

おすすめ業種

ゲーム関連、玩具、
フィギュア、小売



コミックビジュアル
©武井宏之／講談社



20周年記念ビジュアル



SHAMAN KING×パズドラ



SHAMAN KING×カラオケの鉄人

押しPOINT!

- 2020年6月、アニメ化が発表されると、瞬く間に拡散！ Twitterのワールドトレンド1位を獲得！
- 最新作も連載中のため、シリーズを通して幅広い年齢層のファンが存在！
- オリジナリティあふれるキャラクターたちは、共感度抜群！

『SHAMAN KING』をPRに起用したら…

- アニメ人気の高さが、そのままプロモーションにも好影響！
- 作品の認知度との相乗効果で、商品やサービスの認知向上に寄与！

マンガ大賞2020 大賞受賞！ アート系スポ根マンガ！ 『ブルーピリオド』

東京藝大卒の
作者が描く
“美”

STORY

累計350万部突破！ 充実した毎日を送りつつ、どこか空虚な焦燥感を感じて生きる高校生・矢口八虎は、ある日、一枚の絵に心奪われる。その衝撃は八虎を駆り立て、美しくも厳しい美術の世界へ身を投じていく。美術のノウハウうんちく満載、美大を目指して青春を燃やすスポ根受験物語！

2021年10月より
テレビアニメ化

コラボ実績多数

- ✓ タイアップ広告
- ✓ 商品化
- ✓ 広告宣伝使用

おすすめ業種

流通・小売、エンタメ、
アート関連



コミックビジュアル
©山口つばさ/講談社



ブルボン アルフォート ミニチョコレート×
ブルーピリオド



ブルーピリオドとクリープハイプの「Pie」が
コラボした“MMV（マンガミュージックビデオ）”
総再生回数100万回以上！



2018年 みんなが選ぶTSUTAYAコミック大賞
2018のネクストブレイク部門受賞
2020年 マンガ大賞2020受賞
第44回講談社漫画賞 一般部門を受賞

押しPOINT!

- マンガ業界で強い影響力を持つ「マンガ大賞」の大賞受賞
- 東京藝術大学卒の作者が描く美しいビジュアルは圧巻！
- 20代を中心に、幅広い読者を獲得。男女問わず愛される人気作！



『ブルーピリオド』 をPRに起用したら…

- 今、熱い作品とのコラボに、マンガ好きの注目必至！
- 「青春」や「アート」をテーマに深くアプローチできる！

2021年 第45回講談社漫画賞 少年部門 受賞

『ブルーロック』

今最も熱い
話題の
サッカーマンガ

STORY

主人公は潔世一という一難高校サッカー部の2年生FW。「ブルーロック(青い監獄)」と呼ばれる施設で、全国から選ばれた300人の高校生たちが、最後の一人になるために戦うサバイバルサッカーマンガ。わずか一人のエゴイストなFWを誕生させるために、特殊なトレーニングがはじまった……。

今、業界大注目！

2021年3月 渋谷ロフト、梅田ロフト、ロフト名古屋の計3店舗にてPOP UP STORE in ロフト開催

おすすめ業種

スポーツ、流通・小売、エンタメ、ゲーム



コミックビジュアル
©金城宗幸・ノ村優介／講談社



2021年5月 JR渋谷駅八公口の大型ボードに大型広告掲出。限定プレゼントキャンペーン



2021年 第45回講談社漫画賞 少年部門を受賞

押しPOINT!

- 2021年4月時点の累計発行部数は400万部！
令和で1番売れてる新作サッカーマンガ
- サッカー×デスゲームという異色のスポーツマンガは、話題沸騰中！

『ブルーロック』

をPRに起用したら…

- 主人公が成長していく展開は、共感度抜群！ サッカー関連はもちろん、サッカー好きではない層にもアプローチ可能！
- 魅力的なキャラクターが多く、女性ファンも急増中の大注目株！

圧倒的ユーモア！ 独特な世界観でアプローチ可能！
『カイジ』 『中間管理録トネガワ』
『1日外出録ハンチョウ』

不動の人気
カイジシリーズ！

STORY

藤原竜也さん主演で実写映画化もされた『カイジ』は累計発行部数2100万部突破の人気作。前代未聞の人間総力戦、修羅場勝負の数々など独特な世界観で読者を魅了。中間管理職の悲哀を独自の視点で描いたスピンオフ『中間管理録トネガワ』、飯テロスピンオフ『1日外出録ハンチョウ』もマンガ界を席卷中！

映画・アニメ化作品

コラボ実績多数

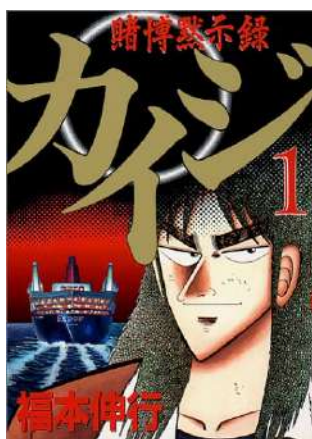
- ✓ 食品、飲料、電子タバコ
- ✓ ゲームなど



アサヒスーパー
ドライ
瞬冷辛口



日清焼そば
U.F.O.ビッグ×ト
ネガワ



コミックビジュアル ©福本伸行／講談社

おすすめ業種

食品、飲料、雑貨、ゲーム



プッチンプリン×
トネガワのコラボ

押しPOINT!

- 映画化・アニメ化で浸透したキャラを活かせる！
- 世界観を巧みに利用した、コラボ実績！
- 大人の男性をターゲットにした商品の広告宣伝にピッタリ！



『カイジ』 『中間管理録トネガワ』
『1日外出録ハンチョウ』 をPRに起用したら…

- ファンに人気の“名セリフ”をコラボに利用すれば、注目度抜群！
- ユーモアあふれるアプローチは、ユーザーへの届き方も好印象！

アニメ放送され、話題沸騰！ 注目の3作品
『東京卍リベンジャーズ』 『EDENS ZERO』
『美少年探偵団』

TVアニメ化で
注目度上昇中！

HOT TOPIC

マンガはアニメ化されることで、人気が高まるケースが多くあります。

アニメを通じて新たなファンを獲得し、知名度も急上昇。アニメ化作品は要チェック作と言えます。

2021年は、アニメ化されるこの3作品に注目！



コミックビジュアル ©和久井 健/講談社



コミックビジュアル ©真島ヒロ/講談社



アニメキービジュアル
©西尾維新/講談社アニプレックス・シャフト

東京卍リベンジャーズ

著：和久井 健

今度は不良が、タイムリープ！？第44回
講談社漫画賞少年部門受賞作。累計発行
部数2,000万部、タイムリープ・サスペ
ンス『東京卍リベンジャーズ』。

EDENS ZERO

著：真島 ヒロ

累計発行部数7,000万部を超える
『FAIRY TAIL』の著者・真島ヒロ
の最新作。個性的な惑星を舞台に冒
険を続けるスペースファンタジー。

美少年探偵団

原作：西尾維新

独特な語り口で人気を博す西尾維新の作
品のアニメ化。5人の美少年に囲まれた
少女の危険な日々を描く、爽快青春ミス
テリー『美少年探偵団』。



これら3つの話題作 をPRに起用したら…

- アニメファンを巻き込んだプロモーション効果が期待できる！
- ファンにとって、作品とコラボする企業は仲間。作品のファンが商品のファンになる！

音楽系 I P

『のだめカンタービレ』 『ましろのおと』

講談社
おすすめ音楽IP!

HOT TOPIC

講談社の音楽系IPマンガ2作品！ 音楽関連の商品、サービスにおすすめです！



コミックビジュアル ©二ノ宮 知子/講談社

のだめカンタービレ

著：二ノ宮 知子

クラシック音楽がテーマで今年で20周年。テレビドラマ・テレビアニメ・実写映画化され知名度・人気共に抜群！



コミックビジュアル ©羅川 真里茂/講談社

ましろのおと

著：羅川 真里茂

津軽三味線を題材にした『ましろのおと』。2012年に第36回講談社漫画賞少年部門を受賞し、450万部を突破。

音楽系 I P 2作品

をPRに起用したら…

- さわやか・元気など、作品の持つポジティブなイメージを訴求可能！
- 特に、音楽関係のサービス、商品との相性は抜群!!

料理系IP

『中華一番』 『焼いてるふたり』
『ふたりソロキャンプ』

万人受けする
強力な訴求力！

HOT TOPIC

料理系マンガは「食」との相性抜群！ ファンにとっては、「食べたくなる」「触れたくなる」IP！



コミックビジュアル
©小川悦司/講談社

中華一番

著：小川 悦司

天才料理少年マオが特級厨師（中国料理界の最高資格）を目指して成長していく料理冒険活劇『中華一番』。



コミックビジュアル
©ハナツカシオリ/講談社

焼いてるふたり

著：ハナツカ シオリ

健太と千尋。お互いをよく知らないまま夫婦になったふたりは、毎週末のBBQでじっくり仲を深めていく。



コミックビジュアル
©出端祐太/講談社

ふたりソロキャンプ

著：出端 祐太

読むとキャンプに行きたくなると話題の本格キャンプマンガ『ふたりソロキャンプ』。キャンプ好きに刺さるIP。

料理系IP 3作品

をPRに起用したら…

- 作品の知名度によって、商品、サービスへの興味喚起を実現！
- 料理系マンガは「おいしい」の証明！ 品質保証の役割も！
- キャラクターを起用した商品解説は、説得力を生む効果も！



ラブコメ系IP

『彼女、お借りします』 『カッコウの許嫁』

男性はもちろん
女性にも人気！

HOT TOPIC

昔から若年男性を中心に人気が高く、過去の名作も多数存在するジャンル「ラブコメ」
ここ数年の盛り上がりは際立っており、10代後半～20代男性に加えて女性ファンも増加中！



コミックビジュアル ©宮島 礼吏/講談社

アニメも
大好評！

彼女、お借りします

著：宮島 礼吏

日本だけではなく、中国でのアニメ再生
数が累計1億回突破するなど国境を越えて
大反響の『彼女、お借りします』。



コミックビジュアル ©吉河 美希/講談社

2022年
アニメ化！

カッコウの許嫁

著：吉河 美希

単行本1巻が講談社史上最速（約半年）で
10刷達成するなど記録づくめの『カッコ
ウの許嫁』。勢い・人気ともに加速中！



このラブコメ2作品 をPRに起用したら…

- 10代後半～20代男性に加えて、女性に対してもアプローチ可能！
- ラブコメマンガの魅力は、バラエティに富んだキャラクターたち！
あなたはどっち派？ など、参加型プロモーションとの相性も◎！

異世界転生系 I P

『パリピ孔明』 『シャングリラ・フロンティア』

爽快感と
共感性が魅力！

HOT TOPIC

小説やマンガにおける、超注目ジャンル「異世界転生」。
「爽快感」「共感性」が高く、今、非常に勢いのある作品ジャンルです。



コミックビジュアル ©四葉タト・小川 亮/講談社

パリピ孔明

原作 四葉タト 漫画 小川 亮

「次に来るマンガ大賞2020」でU-NEXT特別賞受賞。連載開始早々、Twitterトレンド入り！ youtubeにアップされた第一話ボイスコミックは20万回再生を突

破。



コミックビジュアル ©硬梨菜・不二涼介/講談社

シャングリラ フロンティア

原作 硬梨菜 漫画 不二 涼介

「週刊少年マガジン」連載開始号で即読者アンケート1位獲得！ 同誌の実売率1.5%アップに貢献している、人気沸騰中のゲーム冒険譚は、ファン増殖中！

異世界転生マンガ

をPRに起用したら…

- 若年層に人気のジャンルのため、SNSでの情報拡散に期待できる！
- 作品の勢いは、ファンの熱量に比例。プロモーションの盛り上がりにも反映される！

ファミリー系IP

『どすこい すしずもう』 『にじいろのさかな』
『パンダたいそう』 『講談社の動く図鑑MOVE』

キッズと母親を
がちりキャッチ

HOT TOPIC

ファミリー系キャラクターは、お子さんを入りに、親御さん、そして祖父母までと、幅広いアプローチを可能にするIPです。



©アンマサコ・講談社/どすこいすしずもう製作委員会

どすこい すしずもう

著：アンマサコ

東京国際映画祭にも出品されたアニメーション作品。日本の国技・相撲と日本食の代名詞・寿司がコラボレーション！ 現在アニメ放送中で、YouTubeチャンネルも子供に大人気！



にじいろのさかな

作・絵：マーカス・フィスター
訳：谷川 俊太郎

世界で3000万人以上の読者に愛される大ベストセラー絵本シリーズ。世界でいちばん美しいさかなの物語。翻訳を担当するのは、日本を代表する詩人・谷川俊太郎。



パンダたいそう
シリーズ

作：いりやま さとし

累計20万部突破の大人気絵本。読めば自然にからだ動く、家庭でも園でも大人気の「パンダたいそう」シリーズ。



講談社の動く図鑑
MOVE

「躍動感があり印象的な情報」を実現。まったく新しいコンセプトの、新時代の図鑑。

©講談社

ファミリー系IP をPRに起用したら…

- 子供を入りに、家族全員にアプローチできる！
- IPによっては、コラボが、企業のSDGs活動の一環になることも！



ネクストブレイクはコレだ！ 2021年度 講談社漫画賞受賞3作品

ネクスト
ブレイク！

HOT TOPIC

最も優れた作品を発表した作家を顕彰している「講談社漫画賞」。
第45回の受賞3作品は、今後注目度が高まること必至の、要注目マンガ。
ネクストブレイク作品を“青田買い”するなら、今！



少年部門

『ブルーロック』

原作 金城宗幸 漫画 ノ村優介

コミックビジュアル
©金城宗幸・ノ村優介/講談社



少女部門

『花野井くんと恋の病』

森野 萌

コミックビジュアル
©森野 萌/講談社



総合部門

『ゆりあ先生の赤い糸』

入江喜和

コミックビジュアル
©入江喜和/講談社



『講談社漫画賞』 受賞作 をPRに起用したら…

- 受賞作品の注目度は、まさに現在進行形で上昇中！
- コラボすれば、“作品の勢い”がプロモーションにも好影響！

【事例紹介】さまざまな企画で効果を発揮する、 推しマンガとのコラボレーション

コラボ効果で
ファン拡大！

新商品（食品）の
プロモーション

『進撃の巨人』 × 「明星・チャルメラ」

さま



- 『進撃の巨人』および同作のアニメと、明星・チャルメラのコラボグッズが当たるキャンペーン。『進撃の巨人』の原作完結を記念したもの。
- 袋めんの購入者を対象にした袋麺コースでは「ノリタケオリジナルラーメンどんぶり」が、カップ麺の購入者が対象のカップ麺コースでは「今治タオル オリジナルフェイスタオル」が抽選でそれぞれ500人にプレゼント！

『ふたりソロキャンプ』 × 「石井スポーツ」

さま

コロナ禍で高まる
キャンプニーズ！
リアル店舗への誘引

- 読むとキャンプに行きたくないと話題の本格キャンプマンガ『ふたりソロキャンプ』と、老舗スポーツ用品店・石井スポーツのマロニエゲート銀座店がコミックス7巻の発売を記念して、コラボレーションしました。
- 描き下ろしイラストやカバーイラスト、サイン入りのコミックスを活用し、店内で宣伝物・販促物として大々的に展開。マンガの世界を店舗内で体験できるようにしました。



新しい製品の特徴を
わかりやすく訴求

『はたらく細胞』 × 「ユーグレナ」

さま



- シリーズ累計発行部数500万部を超える、体内細胞擬人化マンガ『はたらく細胞』が、バイオテクノロジー企業「ユーグレナ」とコラボレーション。
- 1月13日（水）から、原作マンガのコマを使ったフルボイス動画が公開中。今回制作された動画には、『はたらく細胞』作者の清水茜先生描きおろしによる、新オリジナルキャラクター“ユーグレナさん”が登場したことも話題となりました。

タイアップ広告（キャラクター使用の流れ）

講談社の雑誌やWeb媒体で、キャラクターを使用したタイアップ広告を作りたい場合

（制作は講談社となります）



※期間はおよその目安です

ライセンス契約による商品化（キャラクター使用の流れ）

キャラクター限定パッケージでの商品化やコラボ商品を開発したい場合



※期間はおよその目安です

ライセンス契約による広告宣伝使用（キャラクター使用の流れ）

マス広告や店頭販促用のPOP、イベント等で使用したい場合

1 お問い合わせ・商談

使用したい作品・キャラ／掲載したい媒体をお知らせください。

2 「企画書」のご提出

著作権者へスケジュールを含めた諾否の確認をおこないます。

約1週間

3 「広告宣伝使用許諾契約書」の締結

諸条件合意後、弊社で作成する契約書の締結をお願いします。

約2週間

4 広告宣伝用の作品データ等のお渡し

必要な画像データ等をお渡しします。

約1週間

※新規で描き下ろし原稿を作成し、広告宣伝に使用したい場合は、ここで「ネーム提出（修正があれば修正ネームの提出）」→「ラフ（下書き）の提出」→「完成原稿の提出」という流れになります。（おおよそ1～2カ月を想定）

5 監修作業

作成いただいた成果物について作品データ等の使い方やデザインが問題ないか確認いたします。

約1週間

6 成果物の最終ご提出

最終形をご提出いただき、マンガ家含め最終確認をおこないます。

※期間はおよその目安です

マンガ&アニメ・キャラクター使用の注意点

原作版権とアニメ版権

「原作版権」は原作者＝マンガ家の画を使う場合の版権です。

「アニメ版権」はアニメ映像やアニメーターが描いたイラストを使った版権となります。「アニメ版権」は多くの場合、マンガ家・出版社に加え、テレビ局、アニメ制作会社なども参加する「製作委員会」が権利を持っています。



使用料について

「版権契約（ライセンス契約）は「そのマンガの世界観および画を使ってよい」という包括的な契約です。使用料は、画の種類や枚数ではなく、下記の要素で決まります。

「広告宣伝」の使用料は、以下3要素の組み合わせで算出されます。

- ◆媒体＝「テレビから雑誌、WEB、店頭までひとつおり」「店頭ツールだけ」など
- ◆期間＝おおよそ3カ月がひと単位
- ◆地域＝「全国」「関東地方と中部地方」など

グッズなど「商品化」の使用料は、下記の計算で決まります。

「商品の価格」×「規定のロイヤリティ率」×「製造数」



ほかにも「ゲーム」「原画展」「イベント」など、さまざまな契約形態があります。

ぜひ、C-Station から
お問い合わせください！

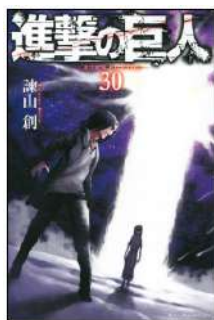


お問い合わせ ▶ <https://go.kodansha.co.jp/contact>

マンガプロモーションに講談社の人気作品を

男性マンガ 女性マンガ 講談社のマンガは設定やキャラクターが多岐にわたり、ターゲットとする読者層もさまざま。アニメ化・ドラマ化された作品も多数あり、BtoC から BtoB まで、あらゆる業種や業態において、ターゲット層にあったマンガを選定、ご活用いただくことが可能です。「このマンガありき」だけではなく、各企業さまの商品やサービスから最適なマンガやキャラクターを選んでいくことも可能となっています。

男性マンガ



女性マンガ





お問い合わせ

本資料についてのお問い合わせやご相談は下記までご連絡ください。

C-station
KODANSHA Contents Station

お問い合わせURL

<https://go.kodansha.co.jp/contact>

講談社 ライツ・メディアビジネス局 メディア開発部
〒112-8001 東京都文京区音羽 2-12-21

MAIL

c-station_info@kodansha.co.jp

本資料について当社の許可なく転載を行うことを禁じます。
また、本書の内容に関連したいかなる損害についても責任を負いかねます。

