



報道関係各位

2025 年 1 月 9 日

マテル・インターナショナル株式会社

ジェラードン、アタック西本&かみちい 2 人で揃って初の声優挑戦！

シンプルで奥深いボードゲーム「ブロックス」を、

「ウノ」のような人気者にすべく「ウノさん」が立ち上がった！？

1 月 11 日のウノの日に合わせて「ウノさんとブロックスくん」ムービー公開

「ウノって言ってない！」を何度もトライするジェラードンのメイキング動画も同時公開中

世界大手の玩具メーカー、米国マテル社の日本法人マテル・インターナショナル株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：石井 恵三）は、ジェラードン アタック西本さん、かみちいさんが声優を務めるオリジナルムービー「ウノさんとブロックスくん」の配信を 1 月 9 日（木）より開始いたします。



<ウノさんとブロックスくん企画背景>

本ムービーはマテルより発売されているカードゲームの「ウノ」と、戦略ボードゲーム「ブロックス」の認知度の違いを背景に作成されました。マテルにて実施した「ウノとブロックスの認知度調査」では、ウノの認知率が 88.8%に対し、ブロックスの認知率は 23.0%と 60 ポイント以上の差があり、2 つのゲームの認知率に差があることが明らかになりました。この調査結果の背景から、ブロックスをウノのような多くの人に知られるゲームにするべく、知名度の高い「ウノさん」が先輩として、後輩である「ブロックスくん」を有名にしていくオリジナルストーリーとなっております。

「ウノさん」と「ブロックスくん」の声を担当する、ジェラードンのアタック西本さんとかみちいさんは、お二人で揃って声優に挑戦するのは今回が初めてとなります。ムービーは公式サイト、公式 X（旧 Twitter）、YouTube にて全 5 話を公開中です。今回の 1 月 11 日のウノの日に合わせてムービーのお披露目を皮切りに、今後もマテルゲームを盛り上げるべく、情報を発信してまいります。

ウノさんとブロックスくん公式サイト：

https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/unosan_blokuskun

ウノ公式 X（旧 Twitter）：https://x.com/unogame_japan

マテルゲーム公式YouTube（全5話まとめ動画）：<https://youtu.be/SVv9nLjdpIU>

※公開予定日に見ることができます。

※ジェラードン出演バージョンは 2025 年 3 月 7 日（金）まで

【Point】

- ✓ シンプルで奥深い人気ボードゲームのブロックスであるが、アナログゲーム認知度調査の結果、圧倒的なウノの認知率 **88.8%** に比べ、ブロックスの認知率は **23.0%** であった。そこで、先輩アナログゲームである“ウノさん”と、“ウノさん”のように有名になる志をもつ“ブロックスくん”がウノのような人気者になるべくストーリーを展開していく！
- ✓ ムービーに登場するゲームの声をジェラードンのアタック西本さん、かみちいさんが担当！

ジェラードン お2人揃っての声優は初挑戦！

- ✓ マテルゲームでは、カードゲームの定番「ウノ」、テリトリー戦略ゲーム「ブロックス」、新感覚ボードゲーム「バウンス・オフ」など、子どもから大人まで家族や友達みんなで楽しめるゲームを発売中
- ✓ 1月11日（土）の「ウノの日」を記念し、1月9日（木）より、公式サイト、公式X（旧 Twitter）、公式YouTubeにて**配信中！**

【ジェラードンアタック西本さん、かみちいさん声優出演オリジナルムービー「ウノさんとブロックスくん」】

<ストーリー詳細>

本ムービーでは、マテル社より発売されて「ウノ」と「ブロックス」の認知の差に注目。「ウノ」に比べると、まだまだ認知が低い「ブロックス」を「ウノ」のように人気者にするべく、面倒見の良い先輩“ウノさん”が、後輩の“ブロックスくん”に様々なアドバイスをしていきます。

第1話では「ウノのように有名になりたい！」と打ち明けた“ブロックスくん”に対し、面倒見の良い先輩の“ウノさん”が有名にするべく相談にのるのですが、前のめりの“ブロックスくん”に、圧倒されタジタジの“ウノさん”。その他全5話のストーリーでは、ブロックスにも「ウノって言ってない！」のようなルールを検討したり、“ブロックスくん”の魅力を伝えるべく自己紹介を磨いたり、二人で大奮闘。ムービーにてその様子をご覧ください。より「ウノ」や「ブロックス」を楽しんでいただける内容となっております。

声優には、ジェラードンアタック西本さん（“ブロックスくん”役）とかみちいさん（“ウノさん”役）を起用し、お二人ならではの空気感も相まったコミカルなオリジナルムービーとなっております。



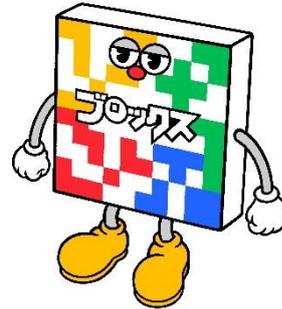
<ウノさん、ブロックくんプロフィール>

ウノさん



性格 : 明るく楽観的で面倒見の良い兄貴肌
 趣味 : パーティ
 特技 : 楽しい時間をもっと盛り上げること
 いろんなルールやファミリーを駆使して人を
 エキサイトさせる
 相性のいい人 : 運に任せて感覚的に生きる人
 好きな色 : 赤、青、黄、緑

ブロックくん



性格 : 生真面目で純粹すぎる心をもつ頭脳派
 趣味 : 読書・アート
 特技 : 初対面の人にもすぐ覚えてもらうこと
 単純そうな見た目にも秘めた奥の深さで
 あっという間に人々を熱中させる
 相性のいい人 : 実力主義で戦略立てて生きる人
 好きな色 : 赤、青、黄、緑

声優にジェラードンのお二人を起用

■起用理由

兄貴肌で明るく面倒見の良い“ウノさん”、生真面目（ゆえ、やや押しの強い！？）頭脳派な“ブロックくん”。そんな個性をいかしながら、軽快なテンポでのやりとりが続く本作には、コントに長けた芸人さんがピッタリだと思い、この度、ジェラードンさんに行きつきました。

■収録時のエピソード

収録当日まで、どちらのゲームに声を当てていただくか決めずに臨んでいただき、テストで両方に声を当てていただきました。結果、先輩の“ウノさん”をかみちいさんが、後輩の“ブロックくん”をアタック西本さんがご担当いただくことになりましたが、すぐに個性を理解いただき、1話目からアドリブがとまりませんでした。あまりに精度が高く面白いアドリブのため、しまいには、監督も毎話アドリブをお願いするまでに。各ゲームがどんな発言をするのか、それぞれの性格を鑑みて声を吹き込んでいただいた結果、思わぬ“ウノさん”の性格も垣間見えるかもしれません。2カ月限定のジェラードン版ムービーを是非お楽しみください。

ジェラードン プロフィール

2008年10月結成。

2017年7月31日に『ファースト∞ブレイクスルーチャレンジ』で優勝し、ヨシモト∞ホールのランキングシステムにおいて最上位の「ファーストクラス」に昇格。

2018年3月、ヨシモト∞ホールを卒業し、現在は「大宮セブン」メンバーとして大宮ラクーンよしもと劇場を中心に活動。

2021年10月には「キングオブコント」の決勝に進出した。





コメント

多くの人に遊んでいただいているゲームのキャラクターの声を拝命して大変光栄です！
ウノさんとブロックスクンの会話の中で、ゲームの遊び方や面白さをジェラードらしく楽しくお伝えしています。
是非見てみていただき、ブロックスで遊んでみたり、ウノをまたやってみたりするキッカケになれると嬉しいです。

▼ムービーはこちら

ウノ公式 YouTube (全 5 話まとめ動画) : <https://youtu.be/SVv9nLjdpIU>

- #1 登場篇 : <https://youtu.be/IDq36QrFpsw>
- #2 ウノって言ってない篇 : <https://youtu.be/Xd1z6jwkDY0>
- #3 自己 PR 篇 : <https://youtu.be/mGhwphjNNV0>
- #4 ブロックスのルール篇 : <https://youtu.be/zrhKzjfIzgE>
- #5 ウノさんファミリー篇 : https://youtu.be/2MXAp_saNZI

▼「ウノって言ってない！」を何度もトライする、メイキング・コメントムービーはこちら

<https://youtu.be/x9ojJWaAz-k>

▼その他、ウノを知ってより楽しめるコンテンツを随時公式 X (旧 Twitter) にて発信！

ウノ公式 X (旧 Twitter) : https://x.com/unogame_japan

▼マテル公式サイト (ウノさんブロックスクン特設サイト)

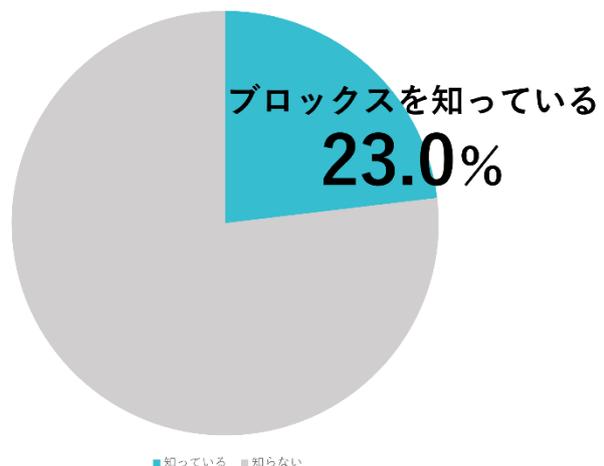
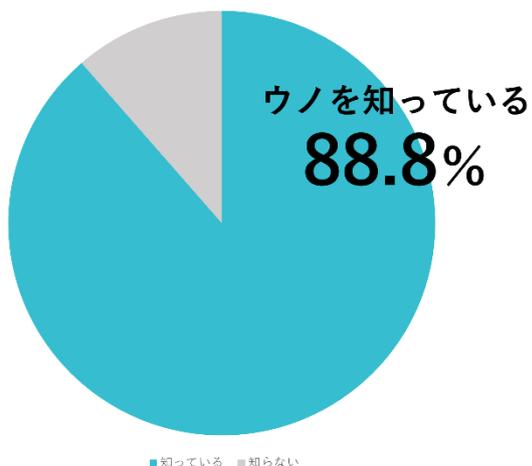
https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/unosan_blokuskun

【ウノとブロックスの認知度調査を実施】

マテル・インターナショナル株式会社は「ウノとブロックスの認知度調査」を実施いたしました。

今回の「ウノとブロックスの認知度調査」では、全国20～69歳の男女約1000名を対象に調査を実施し、ウノやブロックスをはじめとするカードゲーム/ボードゲームの実態を調査しました。

調査の結果、ウノの認知率が88.8%に対し、ブロックスの認知率は23.0%と60ポイント以上の差があり、2つのゲームに認知率の差があることが明らかになりました。



Q.ボードゲーム/カードゲームについて、あてはまるものをお知らせください。

選択肢：知らない・知っている（知っているが興味はない・興味があるが購入は検討していない・購入は検討しているが持っていない・ご自身で購入はしていないが持っている・ご自身で購入して持っているの合計）



さらに、ウノの認知率は、30～50代では90%以上、全年代でも75%以上と、年代問わず知られている一方、ブロックスの認知率は20～30代では40%以上に対し、50代以上では10%以下と年代による認知度の差がみられました。

ウノのように、ブロックスも年代問わずより多くの方に遊んでもらえるよう、今後も情報発信を行っていきます。

【調査期間】2024年12月25日(水)～2025年1月2日(木)

【調査人数】1111人

【調査対象】全国20～69歳の男性/女性

【調査方法】インターネット調査

※集計時に小数点2位以下を四捨五入しているため、総計が100.0%とならない場合があります。

※引用・転載時には「マテル・インターナショナル株式会社」とクレジットを明記下さい。

【マテルゲーム紹介】

ウノ

1971年の誕生以来、不動の人気を誇るカードゲームの定番。ゲームの形勢を一気に逆転できる「ワイルドカード」、全員のカードを集めてシャッフル、ゲームをリセットできる「シャッフルワイルドカード」、好きなルールを書き込める「白いワイルドカード」など、エキサイティングな面白さは、大人から子どもまで、家族や友達みんなで楽しめます。

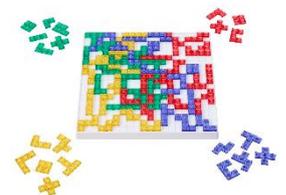
商品名 : ウノ
メーカー希望小売価格 : 1,210 円 (税込)
対象年齢 : 7 歳以上
サイズ (cm) : W9.2×D1.9×H14.6
発売元/販売元 : マテル・インターナショナル株式会社
URL : <https://www.amazon.co.jp/dp/B0006334AO>



ブロックス

ボードのマスに赤・青・緑・黄色の各21個の形の違うピースを、同じ色のピース同士角と角がつながるように置いていく陣取りゲーム。全員がピースを置けなくなったら終了、マス目を多く置いた方が勝ちというシンプルながらも頭を使います。最大4人まで同時にプレイすることができ、各プレイヤーが戦略を練りながらコミュニケーションを通してその戦略を読み合い楽しめます。子供から大人まで幅広い年齢層のユーザーから世界50カ国以上で支持を集めています。

商品名 : ブロックス
メーカー希望小売価格 : 3,300 円 (税込)
対象年齢 : 7 歳以上
サイズ (cm) : W26.7×D3.8×H26.7
発売元/販売元 : マテル・インターナショナル株式会社
URL : https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/mattel_games-11132/





<メンサも認める戦略ゲーム>

MENSA（メンサ）は、全人口のうち上位 2%の IQ（知能指数）の方が参加するという国際的グループです。毎年メンサ会員がその年の最新ボードゲームをプレイして評価し、そのうち上位 5 つのゲームにはメンサセレクトの称号が与えられます。

『ブロックス』は、2003 年にメンサセレクトを受賞しており、商品パッケージの右上に表示しています。

メンサセレクト：<https://www.mensamindgames.com/about/winning-games/>

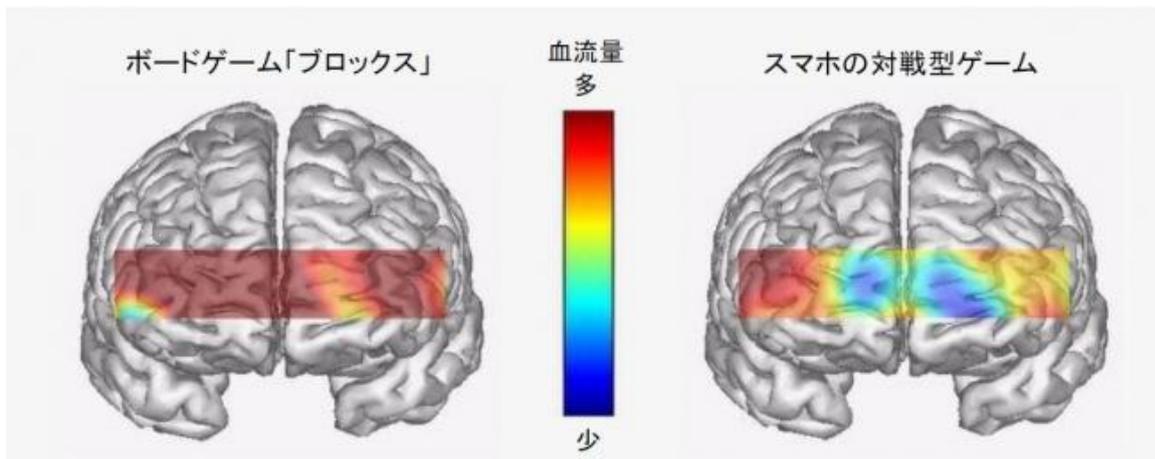


© 2025 American Mensa

<脳波調査>

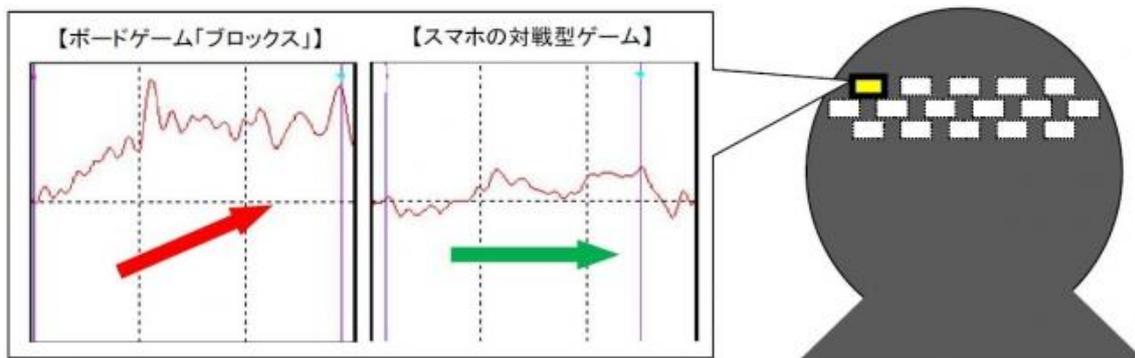
2018年には、『ブロックス』が脳血流に与える効果の実証実験を行いました。実験では親子がペアとなり、スマートフォンを使って通信対戦するゲームアプリと『ブロックス』で遊んでいる最中の脳の働きについて調べ、その結果、ボードゲームで遊んでいる時の方が、戦略立てて勝利を目指していくプランニング力を高めたり、社会性を司る前頭葉の血液量を高めることが判明しました。

■『ブロックス』の方が、スマホの対戦型ゲームで遊んでいる時よりも脳の前頭葉の働きが活性化！



【図1】ボードゲーム「ブロックス」で遊んでいる時とスマホの対戦型ゲームで遊んでいる時の脳血流量画像（被験者4名平均）

■「先を読む力」と、対面で一緒に遊ぶからこそ生まれる「コミュニケーション」が鍵！



ゲーム開始時から終了までの脳血液量の変化を分析したところ、『ブロックス』で遊んでいる時の方が、ゲーム中盤から終了直前にかけて脳の働きが右肩上がりで活性化されていることが明らかとなりました。『ブロックス』は終盤になればなるほどピースを置けるマスが少なくなり、限られたマスと残されたピースの数や形を見比べたり、相手の次の動きを考えたりしながらゲームを進める必要があり、対面で一緒にプレイする人とコミュニケーションをとり、時には相手の戦略を読むこともあるため、「先を読む力」や「コミュニケーション力」によって、集中力やプランニング力、社会性を司る脳の「前頭葉」が活性化したと考えられました。

【図2】ボードゲーム「ブロックス」で遊んでいる時とスマホの対戦型ゲームで遊んでいる時の脳血流比較（被験者4名平均）



■ 監修・実施



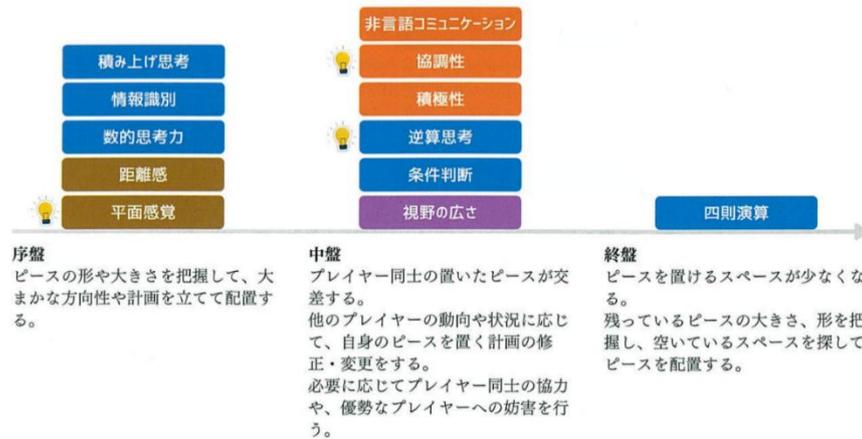
古賀 良彦（杏林大学名誉教授・医学博士）

昭和21年東京都世田谷区に生まれる。昭和46年慶應義塾大学医学部卒業後、昭和51年に杏林大学医学部精神神経科学教室に入室。その後2年に助教授、平成11年に主任教授となり現在に至る。日本睡眠学会名誉理事長、日本ブレインヘルス協会理事長、日本薬物脳波学会副理事長、日本臨床神経生理学会名誉会員、日本TMS研究研修センター理事長などを務める。

<日本ボードゲーム教育協会>

教育の場において、ボードゲームの活用を企図する団体・個人への支援を通して、広く人々に豊かな学びを提供することを目的とした団体です。『ブロックス』には四則演算・情報識別・数的思考・条件判断・逆算思考など、ゲームの序盤・中盤・終盤の中で学びの要素があることが、日本ボードゲーム教育協会でも認められています。

日本ボードゲーム教育協会：<https://sites.google.com/view/jbgea/>



※55の学びの要素分類から各ボードゲームで獲得できる要素を選別、抽出した。

ボードゲーム教育概論 I_ブロックスの進行度別学びの要素より抜粋



財津 康輔（日本大学生産工学部助教 日本ボードゲーム協会代表理事）

「ゲームの社会的活用」について研究、博士号を取得。大学講師や、ボードゲーム輸入販売会社の研究開発部門、学童保育の運営などを通じて、「学びをアップデート」するための教育プログラムを開発。

コメント：ブロックスは図形の操作（回転や移動）ができたり、計画に基づいて布石を打つことができる点で非常に学びの要素を多く含むボードゲームです。何より面白く、夢中で遊びながら自然と学びになる体験を得ることができます。



ウノフリップ

ライトサイド（表面）とダークサイド（裏面）、2つの側面がある新感覚のウノ。「フリップカード」を出す
とダークサイドに突入、5枚引かなくてはいけない「ダークドロ-5」カードなど、ハードモードに瞬間チェンジ。「ダ
ークフリップ」カードを出すと、ライトサイドに戻るという駆け引きが楽しめるルール。



商品名 : ウノ フリップ
メーカー希望小売価格 : 1,100 円 (税込)
対象年齢 : 7 歳以上
サイズ (cm) : W9.2×D1.9×H14.6
発売元/販売元 : マテル・インターナショナル株式会社
URL : https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/mattel_games-10961/

ウノハンパねえ

カードを 10 枚ひかせるワイルドカードなど、情け無用のカードを大量投入。ドロカードがどんどん増えて
も、カードが全て交換になっても…容赦なし！カードを持ちすぎるとゲームオーバーになるルールも追加。
手加減なしのハンパない面白さ！



商品名 : ウノ ハンパねえ！
メーカー希望小売価格 : 1,760 円 (税込)
対象年齢 : 7 才以上
サイズ (cm) : W9.2×D3.8×H11.6
発売元/販売元 : マテル・インターナショナル株式会社
公式ホームページ : https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/mattel_games-18495/

マテルゲームについて

1971 年の誕生以来、不動の人気を誇るカードゲームの定番「ウノ」、子供向け教育コンテンツや
社内研修コンテンツとしても取り上げられる戦略ゲーム「ブロックス」、シンプルなルールにはまる人続
出の新感覚ゲーム「バウンス・オフ」など、大人から子供まで家族や友達みんなで楽しめるゲームを
提供しています。

公式サイト : https://mattel.co.jp/toys/mattel_games/
X : https://twitter.com/unogame_japan
YouTube : <https://www.youtube.com/user/mattelgamesjapan>



マテル社について

マテルは、世界をリードするおもちゃとファミリーエンターテインメント企業であり、世界で最もアイコンックなブランドポートフォリオを展開して
おります。私たちは、バービー®、ホットウィール®、フィッシャープライス®、きかんしゃトーマス™、UNO®、マッチボックス®、MEGA®、マ
ッチボックス®、ポリポケット®、そしてマスターズ・オブ・ジ・ユニバース®など、他にもグローバルエンターテインメント企業の人気ブランドを
通じて、おもちゃ、コンテンツ、消費者製品、デジタルおよびライブ体験を提供しています。マテルは1945年の創業以来みなさまに信頼
されるパートナーとして、だれしもが子どもの頃に熱中していた好奇心をずっと持ち続けられるよう、誇りをもって取り組んでいます。

公式サイト : <http://www.mattel.co.jp/>