

ミッキー & フレンズと F1® が加速させる、心を揺さぶる、魔法の時間。

## ディズニーと F1®、2026 年レースシーズン開幕に向け 特別キャンペーン「Fuel the Magic」を始動

「ミッキー & フレンズ」とファンをつなぐ限定コンテンツ、グッズ、特別な体験を提供

- オーストラリアのグランプリに先駆け、WEBTOON にて「Mickey & Friends × F1®」コミックシリーズを配信
  - ディズニーストア、GENTLE MONSTER の他、グローバルライセンスによる新作コレクションが世界各国で随時登場



2026 年の F1® レースシーズン開幕に先立ち、ディズニーと F1® は複数年にわたるコラボレーションキャンペーン「Fuel the Magic」（読み：フュエル・ザ・マジック）の継続展開を発表しました。2025 年 11 月のラスベガスグランプリでの話題を追い風に、ディズニーと Formula 1® は、2026 年レースシーズンの同キャンペーンをオーストラリアグランプリから本格始動。その後、中国グランプリ以降へと続く複数のレースを通じて、本キャンペーンを展開いたします。

本年、ディズニーと F1® のコラボレーションを象徴する「Fuel the Magic」キャンペーンでは、WEBTOON による限定コンテンツをはじめ、新たなグッズ、そして魅力的なエンターテインメントを通じて、各レース開催都市の熱量と「ミッキー & フレンズ」の豊かな個性を融合する体験をゲストにお届けいたします。

### ■ WEBTOON による、レースをテーマにしたオリジナルコミックシリーズを配信

ディズニーと WEBTOON は、オリジナル縦型コミックシリーズ「Mickey X F1 Racing to the Top!」を制作。コミックは、2026 年の F1® レースシーズンを通じて、2026 年 3 月 6 日（金）より WEBTOON のグローバルプラットフォーム上で独占配信されます。

新たな世代のファンに向けて制作された本コミックでは、ミッキー & フレンズの創造性と想像力を F1® ならではの興奮やドラマと融合させた新キャラクターなどにも注目。エリートレーシングの世界に着想を得たオリジナルストーリーで、ミッキー & フレンズのキャラクターたちが力をあわせて困難を乗り越える姿を描きます。



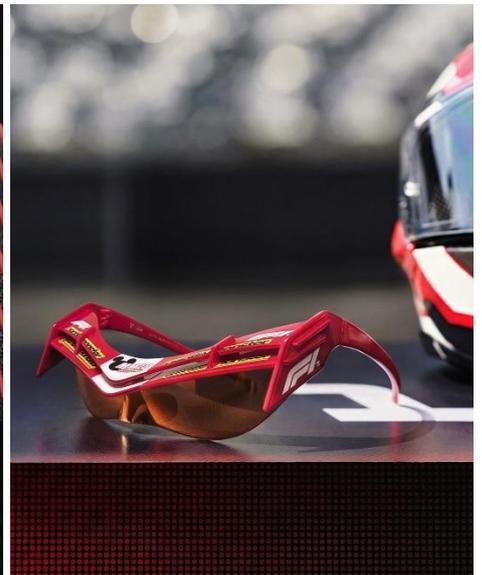
### ■ 限定グッズや特別イベント、主要グランプリにあわせて展開

「Fuel the Magic」キャンペーンに連動したブランドコラボ商品も充実。3月13日（金）～15日（日）の中国グランプリを皮切りに、今シーズンを通じて一部の F1®レース会場の Fanzone などブランドコラボ商品を展開し、開催都市にインスパイアされた商品ラインや関連グッズを販売いたします。またその他ディズニー×F1®グッズのフルラインナップは、F1®Hub および Grand Prix Plaza、また F1.com 公式ストアでもお求めいただけます。

一部のレース期間、ディズニーによる特別エンターテインメントも実施。F1®仕様のスタイリッシュな装いのミッキー & フレンズが登場し、記憶に残る体験をお届けいたします。

### ■ GENTLE MONSTER コレクションを公開

グローバルアイウェアブランド GENTLE MONSTER（ジェントルモンスター）は、レーシングのダイナミックなエネルギーを込めたディズニー×F1®とのコラボレーション「2026 CIRCUIT Collection」を発表します。本コレクションは、レーシングカーの構造的要素を GENTLE MONSTER ならではの視点で再解釈し、スポーツとファッションの境界を超越した強烈な美学を反映。高い耐久性を持ちながらも軽量の素材を適用し実用性を加えた全 8 種類のダイナミックなデザインで展開されます。うち 3 種は本コラボレーションにむけてデザインされたもので、レーシングパフォーマンスの要素と日常的な付け心地を融合させたコレクションです。「2026 CIRCUIT Collection」を記念し、ソウルと上海でポップアップも実施予定。巨大なミッキーマウスのスタチューと F1®マシンが並ぶ空間で特別な世界観を体感いただけます。



## ■ ファッションや雑貨、コレクターズアイテムがさらに充実

初の Disney × F1®コレクションに続き、ディズニーストアでは新作アイテムを順次発売します。オーストラリアグランプリにあわせて、F1®ユニフォームを身にまとったミッキー・マウスのぬいぐるみをオーストラリア国内限定で発売します。その後、年内に各国への展開を予定しています（日本国内での展開時期等は未定）。

さらに、GENTLE MONSTER、そしてユニクロとのさらなるコラボレーションも展開予定です。ディズニーと F1®、ユニクロが初のタッグを組み、「Fuel the Magic」キャンペーンを記念したコレクション「Disney x Formula1® UT」を発表。3月にレースが開催される中国、日本を皮切りに順次世界各国での商品販売を予定しています。



また、オンラインストアでは拡充された Disney × F1®のグッズコレクションも販売。商品ラインナップは、アパレル、雑貨、ぬいぐるみなど多岐にわたり、それぞれがレーシングカルチャーとミッキー & フレンズを独自の視点で表現します。新商品については、ディズニー公式グッズアカウント (@DisneyStyle) およびディズニー・ショッピング公式アカウント (@disney\_shopping) にて順次公開予定です。

## ■ ディズニー・コンシューマ・プロダクツ プレジデント、タシア・フィリップトス によるコメント

「F1®とディズニーは、世界中を熱狂させるカルチャー現象を巻き起こしています。そしてこのうねりは、まだ始まりにすぎません。今年は、熱狂のその瞬間をシーズンを通じたストーリーへと発展させていきます。WEBTOON とコミックを公開するという新たなデジタル施策により、ファンの皆さまにはレース週以外でも、F1®の世界に触れ続けることができます。各開催地の個性を捉えたグッズ展開や特別な体験を通じて、キャンペーンの世界観をリアルに体感していただけることを心待ちにしています。」

## ■ F1® チーフ・コマーシャル・オフィサー、エミリー・ブレイザー氏 によるコメント

「ディズニーとの『Fuel the Magic』キャンペーンの継続は、単なるスポーツパートナーシップの枠を大きく超える取り組みです。Formula 1 とディズニーが手をとることで、没入型のカルチャーストーリーテリングと魅力的なエンターテインメントの力を融合することができます。独自性あふれる商品展開やファン体験、デジタルコンテンツ、そして WEBTOON との連携を通じて、新規ファンから既存ファンまで、これまでにないかたちで私たちのスポーツとつながり、レースイベントを体験していただける機会をさらに広げていきます。」

最新情報は、SNS にてミッキー公式アカウント (@MickeyMouse) および F1 公式アカウント (@F1) をフォローし、ハッシュタグ #FuelTheMagic をつけてご参加ください。

## ■ ディズニー・コンシューマ・プロダクツについて

ディズニー・コンシューマ・プロダクツ (DCP) は、ディズニー・エクスペリエンスの一部門であり、おもちゃからアパレル、アプリ、書籍、テレビゲームなどの商品や、ディズニーストアの e コマース、ディズニー・パーク、国内外の小売店、世界中のディズニーストアなど、世界中で展開される体験を通じて、愛されるブランドやフランチャイズをご家族やファンの日常生活にお届けします。このビジネスには、世界中で想像力を刺激する商品、ライセンス、小売の専門家、アーティスト、ストーリーテラー、技術者からなる世界トップクラスのチームが揃っています。

## ■ F1®について

F1®は 1950 年にレースを開始し、世界で最も権威あるモータースポーツ競技であると同時に、年間を通じて最も人気のあるスポーツシリーズです。Formula One World Championship Limited は F1®の一部であり、FIA フォーミュラワン・ワールド・チャンピオンシップ™™における商業権を独占的に保有しています。F1®は Liberty Media Corporation (NASDAQ: FWONA, FWONK, LLYVA, LLYVK) の子会社であり F1 グループのトラッキングストックに関連付けられています。F1 ロゴ、F1 FORMULA 1 ロゴ、

FORMULA 1、F1、FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP、GRAND PRIX、PADDOCK CLUB およびこれらに関連するマークは、すべて F1 社の一員である Formula One Licensing BV の商標です。無断転載・使用を禁じます。

※本リリースに掲載の画像を利用される際は下記クレジットの表記を必ずご記載ください。

© Disney