

2025 年 9 月 1 日
レゴジャパン株式会社

レゴグループ、遊びの価値と重要性を発信するブランドキャンペーンを展開
今年は遊び心を忘れない“プレイメーカー”としてトム・ホランドが登場
ショートフィルム「Never Stop Playing - 心が動く方へ」
2025 年 9 月 2 日（火）より公開

レゴジャパン株式会社（代表取締役社長：マイケル・エベスン／所在地：東京都港区、以下レゴジャパン）は、遊びの重要性を発信するグローバルブランドキャンペーン「Rebuild the World 創造力が、世界を変える」を展開します。マーベル・シネマティック・ユニバースにおけるスパイダーマン三部作の主演としても知られる世界的な俳優トム・ホランドを「Playmaker（プレイメーカー）」に迎え、ショートフィルム「Never Stop Playing」を2025 年 9 月 2 日（火）より公開します。ショートフィルム、およびビジュアルは、TVCMほか、デジタル広告、東京・渋谷エリアを中心とした交通広告でも展開予定です。



【ショートフィルム URL：<https://youtu.be/pJk4SNkWRvk>】

■遊びへの後ろめたさと成長への焦燥感が浮き彫りに

今回のキャンペーンは、レゴグループが6歳から16歳の子どもと保護者を対象に10か国で行った新たな調査結果を背景としています。本調査では、子どもが成長する過程で、44%が「早く大人にならなければならない」と感じ、48%が「子どもっぽい」「幼稚だ」と言われたために、「特定の遊びやおもちゃをやめた経験がある」と回答しています。さらに、24%の子どもが家族や友人から「遊ぶことはカッコ悪い」と頻繁に言われたことがあると回答しています。（※レゴグループ2025年調査より）

■トム・ホランドが新たな「Playmaker」に就任

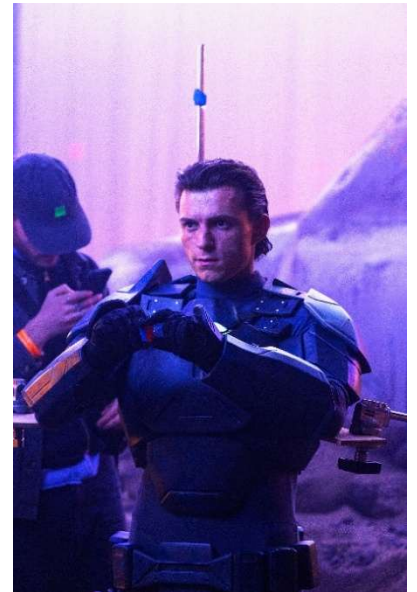
本キャンペーンより、トム・ホランドがレゴグループの新たな「Playmaker」の一員として加わりました。「Playmaker」とは、クリエイティビティや好奇心、勇気を体現する存在として、想像力を解放した先にある可能性を自ら示している世界のアーティストやクリエイターたちのことを指します。

■トム・ホランドの実の兄弟も出演 ショートフィルム「Never Stop Playing」を公開

ショートフィルム「Never Stop Playing」は、多数の受賞歴を誇るクリエイティブデュオ Los Pérez が手がけました。ロック界のレジェンド AC/DC の楽曲「High Voltage」をBGMに、子どもから大人まで、“創造力”と“遊び心”を持ち続けることの大切さを呼びか

ける、レゴグループからのアンセム的なメッセージが込められた内容です。本ショートフィルムを通して、「創造力や遊び心を失わないで」という力強いメッセージを届けるとともに、全ての人が持つ自身の“遊び心”を呼び覚まします。

映像の冒頭では、トム・ホランドが2つのレゴ®ブロックをカチッと組み合わせる瞬間が描かれ、これは「遊び心を取り戻す」という決意を象徴したシーンとして描かれています。劇中で、トム・ホランドは、スターサッカー選手や起業家、美術館に活気をもたらすクリエイター、さらには潜入捜査官のレゴ®ミニフィギュアに変身したり、遊びを忘れた堅物の上司を演じたり、年齢や立場に関係なく、「遊びは常に選択肢の一つである」ということをさまざまなキャラクターに扮しながら表現しています。また、トム・ホランドの実の双子の兄弟であるサムとハリーもサプライズ出演し、「遊び心を持ち続けることが私たちをつなげる」というメッセージが表現されています。さらに、本作には数々のレゴ®ブロックで組み上げられたユニークな小道具、プロップスが登場します。カスタムメイドのロケットシューズ、クリエイティビティと想像力が花開く色鮮やかな庭園、空中で組み上げられるレゴ®ブロック製の不死鳥、大型のサッカーボールやメガホン、野生動物など遊び心あふれるアイテムが映像を彩ります。



<トム・ホランド (Tom Holland) のコメント>

子どもの頃からレゴ®ブロックで遊ぶことが大好きでした。兄弟と一緒にリビングを恐竜のジャングルに変えたり、レゴ®ブロックで組み立てた車のためにレースコースを作ったり、自由な世界を作り上げていました。今回の撮影でそうした思い出を再現できたのは本当に良かったです。今回のキャンペーンを通して“Playmaker”の一員になれたこともとてもクールだと思います。これまでどんなに忙しくても、遊ぶことをやめたことはありません。これからもうやるつもりはありません。本キャンペーンのショートフィルムを通じて、遊ぶことは年齢に関係なく、自分らしさを表現する方法だということを伝えられたら嬉しいです。私にとって、遊びは世界を探求し、身の回りの環境を受け入れるうえで常に大切な要素でした。撮影現場にいるときも、兄弟や友人と過ごしているときも、あらゆることに“遊びの要素”を取り入れるようにしています。



<レゴグループ チーフ・プロダクト&マーケティング・オフィサー ジュリア・ゴールドフィン (Julia Goldin) のコメント>

本キャンペーンは、創造的な遊びの重要性とその価値を伝えるものです。遊びは子どもにとってだけでなく、大人にとっても、8歳であろうと80歳であろうと、年齢を問わず想像力をかき立て、自信を育み、そして本当に大切なものと私たちを再び結びつけてくれる力を持っています。今回、新たな“Playmaker”としてトム・ホランドとともに、遊びはいつの時代にも大きな影響力を持ち、必要不可欠なものであるということを示せることに嬉しく思います。

<※調査概要>

本調査はレゴグループの依頼により市場調査会社 OnePoll が実施したオンライン調査です。

- サンプルサイズ：計 20,000 名
- 調査対象国：10 カ国（イギリス、アメリカ、フランス、ドイツ、オーストラリア、チェコ、中国、日本、メキシコ、ポーランド）
- 調査対象：6～16 歳の子どもとその保護者
- 調査期間：2025 年 2 月 3 日～2025 年 2 月 24 日
- 調査方法：インターネットリサーチ

■レゴグループについて



遊びが持つパワーを通して、一世界の明日を創造していく未来の担い手を育成する—それがレゴグループの使命です。レゴ®ブロックと基礎部分からなる LEGO System in Play は、子どもから大人まで誰もが、思い通りにものを作り上げ、好きに形を変えて、また新たなものを作り上げられる遊びのツールです。レゴグループは、1932 年、デンマークのビルンで誕生しました。創立者は、オーレ・キアク・クリスチャンセン。レゴという名は、デンマーク語で「よく遊べ」を意味する LEO GOdt に由来しています。現在も引き続きビルンを本部として家族経営を続けているレゴグループですが、その製品は世界 120 カ国以上で販売されています。

レゴジャパン公式 X(旧 Twitter) : https://x.com/LEGO_Group_JP

レゴジャパン公式 Instagram : https://www.instagram.com/legojapan_official/

レゴジャパン公式 Facebook : <https://www.facebook.com/legojp/>

レゴジャパン公式 LINE : @lego_japan

製品ラインアップ : <https://www.lego.com/ja-jp/themes>

<本件に関する一般消費者からのお問い合わせ先>
レゴ®コンシューマーサービス
URL: www.LEGO.com/service