



**「ID.4」「ID. Buzz」「e-Beetle」など、フォルクスワーゲンの電気自動車が劇中に登場！
世界で人気のアニメ『ミラキュラス レディバグ&シャノワール: ザ・ムービー』と
コラボレーションを記念し、キャンペーンを8月4日(金)より実施**



フォルクスワーゲン ジャパン(東京都品川区:ブランドディレクター アンドレア カルカーニ)は、フォルクスワーゲンがグローバルで展開する新たなブランド戦略「Love Brand」の一環として、話題の3Dアニメ映画「ミラキュラス レディバグ & シャノワール」とコラボレーションし、8月4日(金)より『ミラキュラス×フォルクスワーゲン』キャンペーンを展開します。

フォルクスワーゲンは、2016年にパリ協定に遵守することを表明し、2050年までにCO2排出実質ゼロを実現するためのロードマップ「Way to ZERO」を掲げました。2023年から2026年までに、すでに発表済みの電気自動車「ID.3」「ID.7」「ID. Buzz」を含む10車種の電気自動車の発表を予定。アニメーションのヒーローが映画の中で電動モビリティの社会を目指すことは、ミラキュラス・ユニバースのエコロジーとサステナビリティという価値観と、フォルクスワーゲンの「Way to ZERO」の両方に完全に合致していることから、コラボレーションが実現しました。

本映画には、未来を見据えて開発されたフォルクスワーゲンの電気自動車が登場し、世界を救うために戦う主人公たちを乗せてアクティブに大活躍します。主人公のレディバグはザ・ビートルのコンセプトカー「e-Beetle」、シャノワールは日本でも発売中のフル電動SUV「ID.4」に乗り込みます。ワーゲンバスの愛称で親しまれているタイプ2の再来「ID. Buzz」と、ラグジュアリーカーの「ID. Vizzion」も登場。フォルクスワーゲンがID.ファミリーを、エモーショナルなストーリーでファミリー層に紹介する機会を創出します。フォルクスワーゲンは、「愛されるブランド」、つまり「Love Brand」になるため従来の価値である品質、信頼性や安全性に加え、社会的責任をこれまで以上に重視しながら、フォルクスワーゲンらしい人間味や温かさを大事にしていきます。今回のコラボレーションは、「Love Brand」戦略の中で、重要な役割を果たします。

アニメ『ミラキュラス レディバグ & シャノワール』シリーズは、フランスのパリを舞台に、ごく普通の高校生 2 人が「レディバグ」と「シャノワール」に変身して邪悪な影から街を守る、ダブルヒーローのアクションラブコメディです。現在、130 か国以上で放映されている人気アニメで、映画『ミラキュラス レディバグ&シャノワール: ザ・ムービー』は、7月5日(水)より世界 100 か国 以上の劇場で上映され(日本公開は未定)、日本では Netflix にて 7月28日(月)から独占配信を開始いたしました。

配信開始を記念して、「ミラキュラス×フォルクスワーゲン」キャンペーンをスタートします。日本未発売*の「e-Beetle ミニカー」が当たるプレゼントキャンペーンを実施し、フォルクスワーゲン公式サイトでのフォルクスワーゲンマガジンでは本編で登場したフォルクスワーゲンのモデルや、今後のキャンペーンの新情報もいち早くお届けします。

※8月4日(金)時点



【「e-Beetle ミニカー」プレゼントキャンペーン概要】

期間:2023年8月4日(金)~9月3日(日) 23:59まで

応募方法:フォルクスワーゲンマガジンから応募

当選者数:抽選で10名

フォルクスワーゲンマガジン:<https://www.volkswagen.co.jp/ja/magazine/miraculous-cp2023.html>

キャンペーンの詳細については、フォルクスワーゲンマガジンをご参照ください。



【配信作品概要】

作品名 :『ミラキュラス レディバグ&シャノワール: ザ・ムービー』

配信開始日:2023年7月28日(金)

配信 URL:<https://www.netflix.com/jp/title/81383247>

予告編:『ミラキュラス レディバグ&シャノワール: ザ・ムービー』日本語吹き替え版 予告編 – Netflix

<https://youtu.be/bMClOWe2Huc>

フォルクスワーゲングループ ジャパン 株式会社

→ お客様お問い合わせ先

フォルクスワーゲン カスタマーセンター tel. 0120-993-199