

2026 年 8 月 20 日
フリー株式会社
(証券コード：6238 東証プライム)**フリー「世界観ビジネス」より、新たな体験価値を提案****選んで開けるドキドキ感と集める楽しさが魅力！新ブランド『nazoQ』が登場****初音ミクのアイテムを 11 月より先行受注開始**

高品質なミニフィギュアをブラインド形式で販売。コレクション性と手軽な価格も魅力

フリー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:榎本雅仁、以下フリー)は、自社のさらなる成長・発展のため、「世界観ビジネス」において、フィギュアをブラインド形式で販売する新たなビジネスに着手することを決定いたしました。本取り組みでは、フィギュアブランド『nazoQ(ナゾキュー)』を新設。3つの“Q”をテーマにしたブランドコピー「Qしよっ」を掲げ、開けるドキドキ(Question)、飛び出す本気(Quality)、集める楽しさ(Quest)お届けします。2026 年 11 月には、初音ミクのアイテムの先行受注を、自社が運営するホビーEC サイト『FURYU HOBBY MALL』にて開始。この他にも、劇場版『チェンソーマン レゼ篇』、TVアニメ『進撃の巨人』の商品化が決定しています。



『nazoQ』ロゴ



『nazoQ』商品デザインイメージ

現在、カプセルトイやくじなど、何が手に入るかわからない“わくわく感”“ドキドキ感”、ラインナップを揃える楽しさといった体験価値が人気を博し、日本国内を中心に市場を拡大させています。箱の外側からは中身が見えない状態でミニフィギュアをランダムで販売する「ブラインドボックス」についても同様な“わくわく感”・コレクション性といった体験が日本国外を中心に楽しまれており、世界市場規模は 2026 年には 8522 百万米ドル(1 兆 3,961 億円)にも上ると予測されています*1。

この度新たに登場するフィギュアブランド『nazoQ』では、開ける前と開けた後、1 つの箱で 2 度楽しめるような商品を開発。フリーの高品質ホビーブランド『F:NEX』やプライズ(クレーンゲーム景品)で培ったスケールフィギュアづくりの技術を生かした高品質な製品であることが特徴です。1 シリーズにつき 6 種類程を展開予定(未開封の 1BOX 購入で全種類コンプリート可)で、価格は 1 つ 1,000 円台を予定しております。自社 EC サイト『FURYU HOBBY MALL』はもちろん、各ホビー専門店や、量販店にも販路を拡大する他、先行受注後は在庫品の販売も行い、ユーザーの皆様との接点拡大も目指します。

なお 2031 年度には、『nazoQ』にて 1 アイテムあたり 100,000box の販売を目指しており、プライズ(クレーンゲーム景品)やホビー物販に次ぐ、「世界観ビジネス」の新たな柱の開拓を目標にしております。これにより、今後もフリーのキャラクターの魅力を表現する事業を拡張し、成長を加速させてまいります。

*1…「ブラインドボックスフィギュアグローバル市場シェアとランキング、全体の売上と需要予測、2026～2032」市場調査報告書(QYResearch)

■『nazoQ』ブランドコンセプト

あけよっ！ドキドキの Question。
かざろっ！堂々の Quality。
あつめよっ！ワクワクの Quest。
フリューのコレクタブルトイ「nazoQ」と、
さあ、今日も Q しよう！

＜『nazoQ』ブランドサイト <https://furyu-hm.com/pages/nazog> ＞

■『nazoQ』の特徴

- ・ブランドコンセプトを元に展開する、“わくわく感”やコレクション性といった体験価値の提供
- ・フリューの高品質ホビーブランド『F:NEX』やプライズ(クレーンゲーム景品)事業で培った、高品質なフィギュアづくり技術を応用した高品質なミニフィギュア
- ・「世界観ビジネス」の強みである約 250 件^{*2}にのぼる幅広い取り扱い IP 数と IP 獲得力を活用した、商品ラインナップ

など

^{*2}…2026 年 3 月末時点 フリュー調べ(現在商品化している IP、商品化予定 IP を含む)

■『nazoQ』展開アイテム(予定)

- ・初音ミク(11 月より、自社 EC サイト『FURYU HOBBY MALL』にて先行受注開始)
- ・劇場版『チェンソーマン レゼ篇』(予定)
- ・TV アニメ『進撃の巨人』(予定)

※1 シリーズにつき 6 種類程を展開予定、未開封の 1BOX 購入に限り全種類コンプリートが可能です。

■著作権表記

© 2025 MAPPA／チェンソーマンプロジェクト © 藤本タツキ／集英社

© Crypton Future Media, INC. www.piapro.net

© 諫山創・講談社／「進撃の巨人」The Final Season 製作委員会

＜フリュー株式会社について＞

フリュー株式会社は、人々のこころを豊かで幸せにする良質なエンタテインメントを創出する！という企業理念のもと、“かわいい”のプロデュースができるという強みを活かし、キャラクター商品、プリントシール機、ゲーム・アプリなど様々な事業を展開。ステークホルダーのみなさまにかけがえのない毎日“Precious days”をお届けしています。2007 年 4 月にオムロングループから MBO によって独立。2015 年 12 月に東証一部上場、2022 年 4 月に市場区分見直しに伴いプライム市場に移行しました。

＜フリュー株式会社 <https://www.furyu.jp/>＞

FuRyu

※本リリースに記載の内容は予告なく変更・中止となる場合がございます。

※『F:NEX(フェネクス)』『FURYU HOBBY MALL』はフリュー株式会社の商標または登録商標です。

※その他会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

【報道関係者の方からのお問い合わせ】

フリュー株式会社 広報部

TEL: 03-5728-1765／メールアドレス: furyu-press@furyu.jp