



# ポケモンビジネスの10年間 (1996~2007)

注)本ケースは教育機関における経営意思決定をめぐる討議のための資料として作成されたものであり、ケース中の企業、商品、個人についての経営管理の巧拙を論じることを目的とするものではありません。

## 5 1. 株式会社ポケモン

10 ポケモンは任天堂製ゲームボーイ専用ゲームソフトウェアとして1996年2月27日に発売された「ポケットモンスター 赤・緑」の略称として使われ始めた。これは、ゲーム内のバトルによって獲得(ゲット)した150種類のポケモンを友だち同士で、ゲームボーイ専用ケーブルを介したピアツーピア(P2P)通信によって交換するという遊びもできる画期的なゲームソフトであった。1996年11月にポケモンカードゲームが販売され、その翌年の1997年4月からテレビアニメ番組「ポケットモンスター」が放送開始された。

15 その5年後の2002年11月21日にテレビアニメ番組「ポケットモンスター アドバンスジェネレーション」(ポケモンAG)が再スタートした。このシリーズは、主人公サトシとそのパートナーであるポケモンのピカチュウは同じであるが、その他の登場人物、ポケモン、ストーリー展開が一新されている。

20 ポケモンAG放送初日と同日に、任天堂製「ゲームボーイアドバンス」(GBA)用ゲームソフト「ポケットモンスター ルビー・サファイア」が発売された。その後、2004年1月29日に「ポケットモンスター ファイアレッド・リーフグリーン」(ワイヤレスアダプタ付き)が発売、2004年9月16日に「ポケットモンスター エメラルド」(ワイヤレスアダプタ付き)が発売された。そして、2006年9月28日にはニンテンドーDS用ゲームソフト「ポケットモンスター ダイヤモンド・パール」が発売された。

25 ゲームソフトであるポケモンの原作者は、任天堂、ゲームフリーク、クリーチャーズの3社である。開発資金を任天堂が負担し、クリーチャーズがプロデュースを担当、開発をゲームフリークが行っている。ポケモン、Pokemonは任天堂、クリーチャーズ、ゲームフリークの登録商標である。また、テレビアニメ番組であるポケモンの原作者は、任天堂、ゲームフリーク、クリーチャーズ、小学館プロダクション、ジェイアール企画、テレビ東京の6社である。

30 ポケモン専門キャラクター商品店舗としてポケモンセンターが全国展開されている。国内にはポケモンセンタートウキョー(1998年4月25日開店)、ポケモンセンターオーサカ(1998年11月14日開店)、ポケモンセンターナゴヤ(2002年10月11日開店)、ポケモンセンターフクオカ(2003年11月1日開店)、ポケモンセンターヨコハマ(2005年3月15日開店)がある。

35 任天堂、ゲームフリーク、クリーチャーズの3社はポケモンセンターの運営を行う株式会社ポケモンセンターを2000年10月に改称し、共同出資会社ポケモンとして12月からポケモン関連商品の一括管理を行わせることにした。株式会社ポケモン(代表取締役、石原恒和)は、ポケモン原作者からの業務委託を受け、ポケモンに関する知的財産権管理とブランドマネジメントを行う。



2005年2月時点でのポケモン関連商品は日本国内70社が販売し、1兆円を売上げている。海外では200社2兆円である。(株)ポケモンは、ビデオゲーム、テレビアニメ、映画、ポケモンセンター各店とカードゲーム、イベント(ポケモンフェスタ)、そして「ポケモンだいすきクラブ」間の調整を行うことも重要な役目である。

- 5 2004年1月29日に発足した公式ファンクラブ「ポケモンだいすきクラブ」の会員登録は無料であり、ポケモンの最新情報をウェブサイト、ケータイサイト、電子メールを通じて入手できる。この公式ファンクラブも(株)ポケモンが運営している。(株)ポケモン代表取締役かつポケモンのエクゼクティブプロデューサーである石原恒和は、自分の仕事の内容について以下のように述べている。
- 10 『ポケモンが、ずーっと長くみんなに遊ばれるためには、なにをすればいいのか?をいつも考えています。ゲームボーイアドバンスやゲームキューブのソフトのことや、カードゲームのこと、テレビアニメや映画、そして集めたくなるフィギュアのことなんかも考えています。そして、そういったいろいろなポケモンの遊びが、いろいろとつながったり関係しあったりすると、もっと深くてももしろくなるんじゃないかか
- 15 思っています。』(「ポケットモンスター ルビー・サファイア大特集」、『N. O. M. 』No. 52、2002年11月号より引用)

ポケモンの主要顧客層は5~12歳の少年少女である。石原はこの世代の子供たちのライフスタイルを次のように分析している。『一日の活動がこま切れで、かつ移動距離

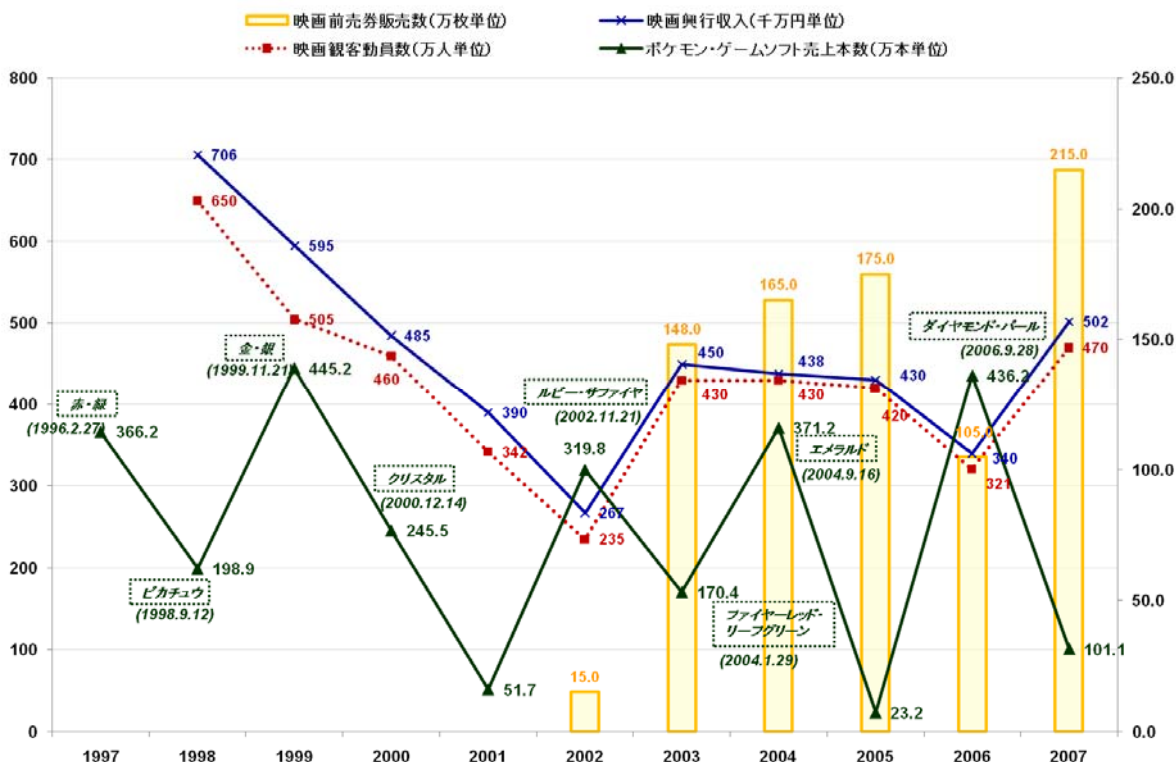
20 が長い』つまり、自宅、学校、塾、習い事と場所が分散しており、毎日、電車・バスでその間を移動する。子供たちは大きなバックを背負い、日常生活に必要な道具や食べ物をバックの中身から取り出して使用する。バックの中身という限定された小空間をポケモン商品が占めるための競争が日夜繰り広げられている。

- 25 ポケモン商品が電車内あるいは学校や塾の休み時間における子供たち同士のコミュニケーションのためのツールとして用いられていると石原は云う。そして、子供個人においては、ポケモンの世界は第二の自然環境であるとも石原は考えている。一言でいうところなる。ポケモンのビジネスが目指すことは、『ポケモンが子供たちの日常生活の中に存在し、日常の好奇心の中心となる』ことである。

## 30 2. 任天堂製ゲーム端末用ゲームソフト・ポケットモンスターシリーズ

ポケットモンスターシリーズは、ほぼ隔年おきに新バージョンが発売され、発売の度に新たな活躍の舞台とポケモンが登場する。

- 35 最初に発売された任天堂ゲームボーイ(GB)用ゲームソフト「ポケットモンスター赤・緑」(赤・緑)に登場するポケモンのキャラクターは151種類である。その外観と性質はさまざまであり、プレイヤーである子供の性別や年齢、性格によってもポケモンキャラクターの嗜好は異なる。しかし、子供たちにとっては、ポケモンキャラクターの集合体であるポケモンは常に魅力的なものであり、ポケモンの世界に入り込んで一緒に楽しむことができる。



図表1 ポケットモンスター（ゲームソフト）シリーズと劇場版ポケットモンスター

- ポケモンはそれぞれの性質（特性、技と弱点）をもっており、当初のポケモンは、ノーマル、ほのお、みず、くさ、でんき、かくとう、エスパーの7タイプに分類されていた。ポケモンのゲームプレイヤーは場所を移動しながら、手持ちのポケモンの性質を十分に発揮させて出会うポケモンとわざを使って対戦し、十分に弱めた所で、モンスターボールを投げてポケモンを次々と捕獲（ゲット）していく。ゲットして収集したポケモンは、別売りのゲーム端末間用通信ケーブルを使って、他プレイヤーが収集しているポケモンと交換することができる。赤・緑は、トレーナーに扮したプレイヤーがカントーエリアで150種類のポケットモンスターと出会い、自分で育てたポケモンと対戦しながら、ポケモン図鑑を完成させればゲームクリア（完了）である。このゲームソフトのキーワードは4つあった。すなわち、ゲット（収集）、トレーニング（育成）、バトル（対戦）、コミュニケーション（交換）である。赤・緑の出荷本数は1998年3月までに累計1,000万本を突破した。
- 5 『通信可能というゲームボーイの魅力を最大限に引き出したのが、このポケットモンスター。キミはマップ上を旅し、ポケットモンスターを捕獲。つかまえたモンスターを最強へと育て、「ポケモン図鑑」を完成させる。しかし、そこに難関が…。実はポケモンには「赤」と「緑」の2種類がある。一方にしか出現しない強者もいるのだ。つまり仲間を集め、通信ケーブルで交換しなければ、ゲームは進まないのだ』
- 10 『同じバージョンでもモンスターの出現率が違うこのゲーム。シナリオは同じでも「赤」と「緑」では出現するモンスターの種類まで異なる。図鑑を完成させるためにゲームのそとで、仲間との情報収集というもうひとつのゲームを繰り返し広げなければならない。だから知らず知らずの



## うちに仲間も増える。「赤」を買うか、「緑」を買うか。ゲームは店頭から始まるのだ。』(任天堂のゲーム内容紹介:1996)

- GB用ポケットモンスターシリーズは、赤・緑の他に「ポケットモンスター ピカチュウバージョン」(1998年9月12日発売)、「ポケットモンスター 金・銀」(1999年11月21日発売)、「ポケットモンスタークリスタル」(2000年12月14日発売)がある。
- 任天堂ゲームボーイアドバンス (GBA) 用ゲームソフト「ポケットモンスター ルビー・サファイア」(ルビー・サファイア) は、2002年11月21日に4,800円で発売された。GBAで稼動するはじめてのポケットモンスターシリーズのゲームソフトである。
- GBで稼動する過去のゲームソフトで作成したポケモン図鑑を転送することはできない。ルビー・サファイアはホウエン地方のホウエンリーグを舞台にしたポケモントレーナーの物語であり、ポケモンの構成が一新され、幻のポケモンを含む202種類となった。ルビーとサファイアのパッケージの違いでポケモンの出現率が異なっている。
- ルビー・サファイアからゲームの主人公として、男の子と女の子のどちらかを選ぶことができるようになった。最初のパートナーとして、ひよこポケモン(ほのおタイプ) アチャモ、もりトカゲポケモン(くさタイプ) キモリ、ぬまうおポケモン(みずタイプ) ミズゴロウのどれかを選択して、水や緑が豊かな土地であるホウエン地方の冒険を開始する。
- ルビー・サファイアには4つの新機能がある:(1)2vs2バトル、(2)「とくせい」つきポケモン、(3)ポケモンコンテスト、(4)ポケモンナビゲーター(ポケナビ)。
- ルビー・サファイアでは、対戦するトレーナー同士でそれぞれポケモンを2体ずつ出し合って2対2のバトルができる。生まれつき「とくせい」と呼ばれる能力を持つポケモンは、バトルの際にプレイヤーが指示をしなくても能力を発揮する。そして、ポケモンコンテストでは、トレーナーがポケモンをいかに大切に育てたかが審査される。「かつこよさ」、「うつくしさ」、「かわいさ」、「かしこさ」、「たくましさ」の5つのカテゴリからポケモンのコンディションが競われる。ポケナビを用いて、ポケモンのコンディションを調べることができる。
- ルビー・サファイアは初回受注合計200万本であり、GBA用ゲームソフトとして初のミリオンセラーとなった。同年12月末まで出荷本数は400万本を超えた。
- 2004年1月29日には、GBA用ゲームソフト「ポケットモンスター ファイアレッド・リーフグリーン」(FR/LG)が発売された。価格は前作ルビー・サファイアと同じ4,800円である。FRとLGのパッケージにはGBA間の無線データ通信を可能にするワイヤレスアダプタ(製品名:AGB-015、単体価格2,000円)が付属品として同梱された。ワイヤレスアダプタを利用することによって最大3m以内での無線通信による複数プレイすなわち、ポケモンの交換や対戦、チャット等が可能になった。FR/LGは、赤・緑をGBA向けにリメイクしたゲームであり、無線通信機能の使用を前提としている。FR/LGの2タイトルは発売後2ヶ月間で合計174万本を出荷した。FR/LGは2004年10月29日に、社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)主催の第8回CESA GAME AWARDSで優秀賞と共にベストセールス賞を受賞している。ベストセールス賞では2004年発売のゲーム内で最多販売本数となる219万本の記録が評価された。
- 2004年9月16日発売のGBA用ゲームソフト「ポケットモンスター エメラルド」(エ



メラルド) は2002年11月21日に発売されたルビー・サファイヤの新バージョンである。FR/LGと同様にワイヤレスアダプタが同梱されている(4,800円)。エメラルドには386種類のポケモンが登場する。エメラルドの舞台には「バトルフロンティア」と呼ばれる水と緑に囲まれた場所が登場する。バトルフロンティアには、ポケモントレーナーのバトルの腕前を試すために造られた7つの施設がある。バトルドーム、バトルチューブ、バトルアリーナ、バトルタワー、バトルピラミッド、バトルファクトリー、バトルパレスがそれら7つの施設であり、その中でバトルが繰り返し行われる。

5

2006年9月に発売されたニンテンドーDS用ゲームソフト「ポケットモンスター ダイヤモンド・パール」(ダイヤモンド・パール)は、2007年末までに累計537万本を売り上げた。ダイヤモンド・パールには、490種類のポケモンが登場する。

10

図表2 ポケモンのタイプとわざの相性

		わざを受けるポケモンのタイプ																
		ノーマル	ほのお	みず	くさ	でんき	こおり	かくとう	どく	じめん	ひこう	エスパー	むし	いわ	ゴースト	ドラゴン	あく	はがね
使うわざのタイプ	ノーマル												△	×				△
	ほのお		△	△	○		○						○	△		△		○
	みず		○	△	△				○					○		△		
	くさ		△	○	△				△	○	△		△	○		△		△
	でんき			○	△	△				×	○					△		
	こおり		△	△	○		△			○	○					○		△
	かくとう	○					○		△		△	△	△	○	×		○	○
	どく				○				△	△				△	△			×
	じめん		○		△	○			○		×		△	○				○
	ひこう				○	△		○					○	△				△
	エスパー							○	○			△					×	△
	むし		△		○			△	△		△	○			△		○	△
	いわ		○				○	△		△	○		○					△
	ゴースト	×										○			○		△	△
	ドラゴン															○		△
	あく							△				○			○		△	△
はがね		△	△		△	○											△	

(○のダメージ倍率: 1.4倍、(なし)のダメージ倍率: 1.0倍、△のダメージ倍率: 0.7倍、  
 ×のダメージ倍率: 0.5倍)

15

2007年末の時点におけるポケモンとそのわざには、17種類のタイプ(ノーマル、ほのお、みず、くさ、でんき、こおり、かくとう、どく、じめん、ひこう、エスパー、むし、いわ、ゴースト、ドラゴン、あく、はがね)があり、その相性には図表2のよ



うな規則性がある。おなじわざでも、相性がよい(○の場合)と、「こうかはばつぐんだ!」とメッセージが表示され、ダメージ倍率は1.4倍に増える。相性が悪い(△や×の場合)、ダメージは減る仕組みである。△の場合、「こうかは いまひとつのようだ…」と表示され、ダメージ倍率は0.7倍である。×の場合、「こうかが ないみたいだ…」と表示され、ダメージ倍率は0.5倍となる。また自分と同じタイプのわざを使った場合、さらにダメージが1.5倍になる。

### 3. プラットフォームの進展:ゲームボーイアドバンスド(GBA)、ニンテンドーDS、NWFC

10

任天堂は1998年10月に発売されたゲームボーイカラー(GB)の後継機種として、「ゲームボーイアドバンス」(GBA)を2001年3月21日に発売した。仕様は40.8mm×61.2mmのサイズで重量約140g、単3形アルカリ乾電池2本で約15時間稼動あるいは専用バッテリーパックで約10時間稼動である。GBAの価格は8,800円である。任天堂はGBAの4つの特徴をアピールした:大きく見やすいディスプレイ、32ビットCPU搭載、従来ゲームソフトの(部分的)上位互換性、最大4人までの多重プレイである。

15

従来のGBは8ビットCPUを搭載しており、1998年10月21日に発売されたゲームボーイカラー(GBC)では3万2千色中56色の同時発色が可能であった。一方、GBAはGBの約1.5倍の画面サイズとなる2.9インチ反射型TFTカラー液晶を採用し、3万2千色同時発色を実現したことで、色彩がさらに鮮やかとなった。GBAは32ビットCPUを搭載することによって演算速度と記憶容量が格段に向上し、ゲームの可能性がさらに広まった。GBA専用カートリッジは縦34.5mm×横60mmのサイズであるが、ゲームボーイ、ゲームボーイカラー対応/専用カートリッジも使用できる。GBAには無線データ通信を可能にするワイヤレスアダプタ(製品名:AGB-015、単体価格2,000円)が別売りされた。このワイヤレスアダプタを利用することによって最大3m以内での無線通信による最大4人までの複数プレイすなわち、ポケモンの交換や対戦、チャット等が可能になった。GBAではユーザーインターフェイスにも工夫がこらされた。今までに搭載されていなかったL・R(左向き・右向き)ボタンが追加された。

20

25

30

その2年後、任天堂はGBAの同等機種である、折りたたみディスプレイ付きのゲームボーイアドバンスSPを2003年2月14日に発売した。サイズは縦84.6mm×横82mm×高さ23.3mmである。本体にフロントライトが搭載され、明るく見やすい画面になった。リチウムイオン充電電池が内蔵され、約3時間の充電で約10時間のプレイが可能である。ゲームボーイアドバンスSPの価格は発売時には12,500円であったが後に9,800円に変更された。2003年3月末のGBAの販売台数は累計1,006万台である。

35

40

そして、ニンテンドーDS(DS)は2004年12月2日の発売である。希望小売価格は15,000円、サイズは縦84.7mm×横148.7mm×厚み28.9mmで重量は約275gである。DSの主な機能は、26万色表示の3インチ・カラー液晶(解像度256×192ピクセル)によるダブルスクリーン、タッチスクリーン、ワイヤレス機能内蔵、ピクトチャット内蔵である。見開きの上下に2枚の液晶が採用され、同時に2つの視点からゲームを楽しむことができる。従来のGBAのコントローラーインターフェイスは十字キーとボタンのみであった。DSは十字キーとボタンだけでなく、新たなコントローラーインタフェ



ースとしてタッチスクリーンを備えている。下画面にタッチスクリーンが採用されており、タッチペンや指で画面を直接触れて操作できる「直感的ゲームプレー体験」が可能となった。電源としてリチウムイオン充電電池を内蔵しており、電池持続時間は6～10時間である。ゲームソフトの筐体としてDS専用カードとGBA専用カートリッジの両方を利用できる。DSの無線通信機能はIEEE802.11と任天堂独自プロトコルの2方式に対応しており、電波到達距離は10～30mである。

任天堂はDSを子供向けに限定せず、若い男女も顧客層に捉えていた。DSの対象年齢は「5才から95才で、面白いことが好きな人はすべて」となっている。特に女子中学生や女子高校生に人気の高い女性ミュージシャンの宇多田ヒカル(当時21歳)がDSのテレビコマーシャルに出演した。宇多田が「さわってみてもいいですか?」と言った後、楽しそうにDSを手にとってから付属のタッチペンとタッチスクリーンで遊ぶシーンを撮影した15秒版と30秒版のテレビコマーシャル作品が製作された。このテレビCM「出会い編」と「実践編」はDS発売2ヶ月以上前の2004年9月18日から全国放送された。宇多田が出演したテレビCM以降も、女子高校生やオフィスレディたちが昼休みに遊ぶシーン等を登場させたテレビコマーシャル作品が製作されて全国放送された。これらの宣伝活動から、若い男女におけるDSの認知度は最初から高いものであった。

DSは最初に本体カラーがプラチナシルバーのみであったが、2005年4月21日以降に、さらに6種類の本体カラー色が異なるDSが販売された。新たに採用されたカラーバリエーションは、グラファイトブラック、ピュアホワイト、キャンディピンク、ターコイズブルー、レッドである。

そして2006年3月からは、DSをさらに薄型軽量化し、画面表示のための4段階の輝度調整機能を追加したニンテンドーDS Liteを発売した。小売価格は16,800円(税込み)である。ニンテンドーDS Liteで利用できるゲームソフトの筐体はDS専用カードのみであり、GBA専用カートリッジは利用できない。2007年末までに、次のカラーバリエーション8種類が発売されている:クリスタルホワイト(2006年3月2日発売)、アイスブルー(2006年3月11日発売)、エナメルネイビー(2006年3月11日発売)、ノーブルピンク(2006年7月20日発売)、ジェットブラック(2006年9月2日発売)、メタリックロゼ(2007年6月23日発売)、グロスシルバー(2007年6月23日発売)、クリームゾン/ブラック(2007年10月4日発売)。2007年3月末のDSの国内販売台数は累計1,602万台である。

また、任天堂はDS向けのワイヤレス・インターネット接続サービスである「ニンテンドーWi-Fiコネクション」(NWFC)の日本国内サービスを2005年11月23日に開始した。Wi-Fiは無線LAN規格「IEEE802.11b」の別称あるいは無線通信機器のIEEE802.11b適合性試験認定を意味している。IEEE802.11bは2.4GHz帯を利用し、最高伝送速度は11Mbpsである。

全国の家電量販店、総合スーパー、玩具店などのDS用ゲームソフト販売店約1,000店舗に、無線接続拠点である「ニンテンドーWi-Fiステーション」が設置された。DS用ゲームソフトを購入した後、すぐにNWFCサービスが無償で利用できる。

任天堂は、NWFCによる無線インターネット接続サービスの基本コンセプトとして、「カンタン」、「あんしん」、「無料」の3つをあげている。「カンタン」は、無線インタ



- 一ネット接続時に ID とパスワードの入力が不要であることを指している。DS を用いて初めて無線接続する際に ID とパスワードが自動生成されて DS 本体に保存される。全国約 1,000 店舗に設置された「ニンテンドーWi-Fi ステーション」に加えて、全国 3,000 ヶ所以上に設置されている FREESPOT から無線接続が可能である。さらに「ニンテンドーWi-Fi USB コネクタ」(2003年11月23日発売、価格3,500円)をブロードバンド接続済PCのUSBポートに接続することによって、自宅からでもPCを介してNWFCのサービスを利用することができる。「あんしん」は通信した相手を自動的に友だちとして登録する機能と、ユーザー固有のフレンドコードの交換によって登録された友だち同士のみ閉じたネットワークの作成が可能であることを指している。
- 5
- 10 米国任天堂は日本より先に米国でNWFCサービスを開始している。DS用英語版ゲームソフト「マリオカートDS」の発売と同日の2005年11月14日より、NWFCサービスを開放した。Wayport社が提供している北米6,000箇所のMcDonald'sショップにおけるHotSpotサービス、あるいは自宅のPCとニンテンドーWi-Fi USB コネクタを通じてDSによるNWFCサービスを無償利用できる。
- 15 豪州任天堂は、2005年11月14日にNWFCサービスを開始している。英国任天堂は2005年11月25日にNWFCサービスを開始した。無線インターネット接続サービスを提供するBT Openzone社とThe Cloud社との提携により、空港、ホテル、レストラン、コーヒーショップ、駅等の英国内7,500箇所以上のアクセス箇所が提供されている。

#### 20 4. ポケモンフェスタ動員と劇場版ポケットモンスター興行の変動(2002~2005)

- 1998年7月18日に封切られたポケモン映画第1弾「劇場版ポケットモンスター ミュウツーの逆襲・ピカチュウの夏休み」以来、ポケモン映画は夏休み恒例映画として東宝系で配給されてきた。しかし、その興行成績は2002年まで右肩下がりである。劇場版ポケットモンスター第1作の興行収入は70.6億円、観客動員数は650万人であった。2002年7月13日公開の夏休み映画「劇場版ポケットモンスター 水の都の護神 ラティアスとラティオス・ピカピカ星空キャンプ」の興行収入は26.7億円、観客動員数は235万人である(図表1参照)。
- 25

- (株)ポケモンと(株)小学館プロダクションは「夏休みをポケモンたちと過ごそう!」をテーマにした総合イベント「ポケモンフェスタ2002」を共同で主催した。これは7月20日より7日間、札幌、東京、名古屋、大阪、北九州(小倉)の全国5カ所で順次開催されるイベントであり、入場は無料、開催時間は9時から18時30分である。ポケモンフェスタ2002の後援は、(株)テレビ東京、(株)テレビ北海道、テレビ愛知(株)、テレビ大阪(株)、(株)ティー・ヴィー・キュー九州放送の各放送局である。協賛は、キリンビバレッジ(株)、サンヨー食品(株)、(株)ジェーアール東日本企画、(株)ジェイテービー、ショウワノート(株)、(株)セガトイズ、全日本空輸(株)、第一屋製パン(株)、(株)トミー、(株)永谷園、任天堂(株)、(株)バンダイ、(株)バンプレスト、ピカチュウプロジェクト、富士写真フイルム(株)、明治製菓(株)、(株)メディアファクトリーである。
- 30
- 35

- 40 ポケモンフェスタ2002会場には、「夏祭りコーナー」、「ゲームコーナー」、「ポケモンピカピカステージ」、「ピカチュウ・ザ・ムービーコーナー」、「ポケモンカードコー





ナー」、「販売コーナー」の6つのコーナーと「アルマトーレカフェ」、そして総合案内所と景品引換所が配置された。夏祭りコーナーではアトラクションチケット(1ポケ=100円、11ポケ=1,000円)をチケットカウンターで購入して7種類のアトラクションで遊ぶことができる。アトラクションは、「輪なげてポケモンゲットだぜ!!」(2ポケ)、「じたばたウソッキーのボール投げ」(2ポケ)、「ピカチュウのでんげきストラックアウト」(2ポケ)、「ハッピーマスコットくじ」(2ポケ)「モンコレくじ」(3ポケ)、「一番くじ」(5ポケ)、ポケモン砂絵あそび(5ポケ)、「ポケモンペタペタ焼き」(6ポケ)である。余ったチケットはアルマトーレカフェでパン(2ポケ)やドリンク(2ポケ)にも使うことができる。

10 ゲームコーナーでは2002年内発売予定のGBA用ゲームソフト「ポケットモンスター ルビー・サファイア」が体験できた。ポケモンピカピカステージでは、ポケモンキャラクターショー「みんなで歌おう!ピカチュウのノリノリミュージカル」(1日3回)、過去の劇場版ポケットモンスター上映、クイズ・ゲーム大会、そしてポケモンカード公式トーナメント決勝大会が行われる。ポケモンカードコーナーでは夏の公式カード

15 ゲームトーナメント「バトルロードサマー★2002」のシニアリーグ予選、ジュニアリーグ予選、決勝トーナメント、フリー対戦が行われた。販売コーナーは、「ポケモンセンターinフェスタ」としてポケモンセンターのオリジナル商品等が販売された。

来場者には「劇場版ポケットモンスター 水の都の護神 ラティアスとラティオス・ピカピカ星空キャンプ」の記念グッズがプレゼントされた。ポケモンフェスタ2002は

20 全国10万人の観客動員数を記録した。

2002年の夏以降、ポケモンフェスタは毎年夏休みの恒例行事となった。ポケモンフェスタを始めた理由を石原は次のように述べている。

『ソフトを売りっ放しにすると、出し手(企業)が想定した楽しみ方を満喫しないうちに終わってしまう場合がある。「こんな遊び方もある」と気づいてもらうために始めたのがポケモンフェスタだ。子供たちと接することで、我々が情報を吸収し次の商品開発やマーケティングにつなげるメリットもある。今年は規模を拡大し一度に複数の会場で開催できる体制で臨む。』(日経流通新聞 MJ2004年3月30日、石原恒和インタビュー記事より引用)

25

テレビアニメ番組「ポケットモンスター アドバンスジェネレーション」(ポケモン AG)は2002年11月21日(木曜日)19時に第1話が放送された。このテレビアニメ番組はルビー・サファイアの発売と合わせて、登場人物、ポケモン、ストーリー展開を一新して新しいタイトルで再スタートした。そのストーリー展開は、『主人公であるサトシが初心に帰り、ポケモンマスターを目指して一から出直すために友人であるタケシやカスミとも別れ、最初のポケモン・ピカチュウだけを連れて、新たなる舞台となる

30

35 **ハウエン地方におもむくストーリー**』である。

ポケモンAGでは、サトシとピカチュウやロケット団コンビ以外のキャラクター以外は、全てルビー・サファイアのキャラクター、ポケモンたちが登場する。ポケモン初心者トレーナーでルビー・サファイアの女の子主人公をモデルにしたハルカと、彼女の弟でポケモンに詳しくポケモントレーナーに憧れるマサトたちがサトシに同行する。

40

ロケット団の他にマグマ団やアクア団などルビー・サファイアにおける敵役も登場する。



劇場版ポケットモンスターのエクゼクティブプロデューサーである久保雅一(小学館)は、ルビー・サファイヤとポケモンAGとの連動について次のように述べている。

**『ゲーム版のリニューアルの話があったことから、アニメのシリーズも全部切り替えようと。その過程で、通常のプレイでは登場しないモンスターの中に、映画の主人公になりそうなキャラクターのデータが埋もれていたことを知り、だったらゲームと映画をもっとリンクさせられるんじゃないかと思ったわけです。』**

(日経キャラクターズ 2004年9月号、久保雅一インタビュー記事より引用)

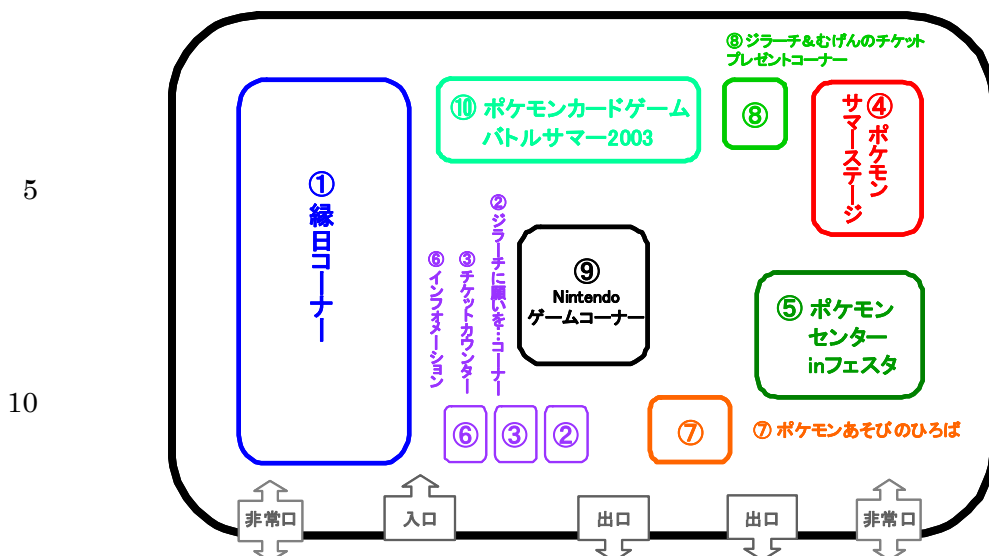
2003年7月19日公開の「劇場版ポケットモンスターアドバンスジェネレーション 七夜の願い星ジラーチ・おどるポケモンひみつ基地」はポケモン劇場版第6弾、ポケモンAGとしては初の映画である。この映画からポケモン引換券つき前売り券が販売されるようになった。ジラーチ引換券つき前売り券は2003年4月26日から7月18日の期間に販売された。ジラーチ引換券とルビー・サファイアのカートリッジつきGBAを持参して、全国のポケモンセンター、イトーヨーカ堂、ジャスコ、トイザラス、ハローマックで引換券1枚に付き、ジラーチ1匹を入手することができた。引き換え期間は6月21日から7月31日である。これらの手順は、発行部数200万部の月刊コロコロコミック誌(小学館発行)上でも詳しく説明された。

ジラーチ引換券つき前売り券の総売り上げは3ヶ月間で148万枚を売り上げた。映画公開後7日間で観客動員数は106万3千人に達した。これは前年の2002年「劇場版ポケットモンスター 水の都の護神 ラティアスとラティオス・ピカピカ星空キャンプ」と比較して、3倍速いペースでの観客動員数である。ポケモンAG映画第1弾は興行収入45億円、観客動員数430万人であり、「踊る大捜査線 THE MOVIE 2 レインボーブリッジを封鎖せよ!」に次いで2003年度邦画興行成績第2位を記録した。

ポケモンフェスタ2003は7月19日から8月24日まで、延べ14日間開催された。開催場所はポケモンフェスタ2002より4ヵ所増え、札幌、名古屋、大阪、東京、横浜、香川、仙台、広島、福岡の全国9ヵ所で順次開催された。また開催時間は9時から17時までであり、昨年より閉会時間が90分早まっている。

ポケモンフェスタ2003の主催は(株)テレビ北海道、東日本放送(株)、(株)テレビ東京、テレビ愛知(株)、テレビ大阪(株)、(株)中国放送、(株)ティー・ヴィー・キュー九州放送の各テレビ放送局である。後援が(株)ポケモン、(株)ジェーアール東日本企画、(株)小学館プロダクションの3社となった。協賛は、天田印刷加工(株)、(株)小学館、(株)トミー、任天堂(株)、(株)バンダイ、(株)バンプレスト、ピカチュウプロジェクト2003、(株)メディアファクトリー、(株)明治製菓、(株)ユージンの各社・団体、そして協力として財団法人日本サッカー協会とアディダスジャパン(株)が名を連ねた。

40



図表 3 ポケモンフェスタ 2003 会場マップ

ポケモンフェスタ 2003 会場には9つのコーナーが配置された(図表3参照)。会場マップでは各コーナーが次のように説明されている。

『1. 緑日コーナー: くじやモンスターコレクションつり、ラッキーシュート、ストラックアウトなど、楽しいアトラクションがいっぱい。ポケモンフェスタ限定の商品もいっぱいあるよ。チケットカウンターでアトラクションチケットを買って遊んでね。

2. ジラーチに願いを…コーナー: ジラーチにお願い事をしてみよう。ひよっとしたら、君の夢がかなうかも? メイクアウィッシュの募金活動もやってるよ。あまったアトラクションチケットをいれても100円として募金になるよ。

3. チケットカウンター: 緑日コーナーで使う「アトラクションチケットの販売。1ポケ=100円、10枚つづり(1,000円)を買うと、もれなく「フェスタオリジナルビニールバック」をプレゼント。

※払い戻しはいたしませんので、あらかじめご了承ください。

4. ポケモンサマーステージ: ピカチュウ、アチャモ、キモリ達が大活躍するキャラクターショーや、最新のゲーム情報がわかるポケモンニュース、大熱戦が繰り広げられるポケモンカードADV公式トーナメントの決勝戦など、楽しいステージが盛りだくさん。ポケモンルビー・サファイアの「ひみつきちコンテスト」もあるよ。出場したい人は、自分のカートリッジとゲームボーイアドバンスをもって集まれ。ステージスケジュールは、ポケモンスクープP1に載ってるよ。

5. ポケモンセンターinフェスタ: ポケモンセンターオリジナルグッズがいっぱい。イベント限定商品もあるのでGETしよう。

6. インフォメーション: 会場のタイムスケジュールやわからないことがあれば、ここで聞こう。携帯サイト「ポケモンひろば」の「会場限定☆スクラッチ」キャンペーンもこちらです。ポケモンスクープP43を見てね。

7. ポケモンあそびのひろば: メディアファクトリーの「ポケモンパッチン」やトミーの「データキャリアポケモン」、「スピエン」が体験できるぞ。



8. ジラーチ&むげんのチケット プレゼントコーナー： 事前応募で当選している方の引き換え、当日応募の当選者の引き換えはこちらです。詳しくは裏面の案内をご覧ください。

9. Nintendo ゲームコーナー： ポケモンの最新作が遊べるコーナー。ポケモンチャンネル、ポケモンピンボール、ポケモンバトルカード<sup>+</sup>で遊べるよ。ポケモンスクープについているカードで遊んでみよう。バトルタワー勝ち抜き戦、ポケモンコンテンツもあるぞ。3人勝ち抜くか、コンテストで優勝すると景品がもらえるよ。自分のカートリッジ、ゲームボーイアドバンスを持ってきて、参加しよう。

10. ポケモンカードゲーム バトルサマー2003： 夏の全国大会公式トーナメントのほか、対戦してためたポイントで景品がもらえる「ポイントゲットバトル」当日大会もあるぞ。自分のデッキで挑戦だ。デッキ貸し出しもしているのでみんなで参加しよう。ルールがわからない場合は、カードのルールを判りやすく教えてくれるコーナーもあるよ。プレイヤーズの引き換え、新規入会もここでしよう。』

ポケモンフェスタ 2003 には、2つの魅力的なプレゼントがあった。幻のポケモン「ジラーチ」プレゼントと「むげんのチケット」プレゼントである。これらのプレゼントは抽選券を入手して、さらに当選しなければ入手できなかった。そのために会場では抽選券を得るための2時間から3時間待ちの長い行列ができていた。ポケモンフェスタ 2003 は全国 45 万人の観客動員数を記録した。

ポケモン AG 映画第 2 弾「劇場版ポケットモンスターアドバンスジェネレーション 裂空の訪問者 デオキシス」は 2004 年 7 月 17 日公開である。「オーロラチケット」引換券付き特別前売り券は 4 月 17 日から発売開始され、3 ヶ月間で 165 万枚の販売枚数を記録した。

「オーロラチケット」は FR/LG をプレイするときに幻のポケモン「デオキシス」を捕獲（ゲット）するために必要なツールである。特別前売り券を購入してオーロラチケット引換券をもらい、ゲーム内のポケモンセンターの 2 階にいる配達員に話しかけることでオーロラチケットを入手できる。ゲームプレイ中の各地にある船乗り場でオーロラチケットを見せることで、野生の「デオキシス」がいる「たんじょうのしま」に行ける。この島の中央にある三角の物体を徒歩による最短距離で追いかけて続けることによって「デオキシス」が出現し、ゲットすることができる。

ポケモン AG 映画第 2 弾は興行収入 43.8 億円、観客動員数 400 万人、2004 年度邦画興行成績第 4 位を記録した。

ポケモン AG 映画第 2 弾公開と同日から 8 月 15 日までポケモンフェスタ 2004 が延べ 17 日間、全国 11 会場（名古屋、香川、広島、岡山、大阪、仙台、札幌、福岡、埼玉、横浜、千葉）で順次開催された。主催は（株）テレビ北海道、東日本放送（株）、（株）テレビ東京、テレビ愛知（株）、テレビ大阪（株）、（株）中国放送、（株）ティー・ヴィー・キュー九州放送の各テレビ放送局、後援は（株）ポケモン、（株）小学館プロダクション、（株）ジェーアール東日本企画の 3 社である。特別協賛として東日本電信電話（株）と西日本電信電話（株）の 2 社、協賛は天田印刷加工（株）、（株）am3、（株）さいたまアリーナ、（株）小学館、（株）トミー、任天堂（株）、（株）バンダイ、（株）バンプレスト、ピカチュウプロジェクト 2004、（株）メディアファクトリー、（株）明治製菓、（株）ユージンである。



ポケモンフェスタ 2004 では、幻のポケモン「ジラーチ」が事前抽選で各日 1,500 人にプレゼントされることになった。7月1日から7日の期間、ポケモンセンター各店に用意された応募用紙、あるいはポケモンだいすきクラブのウェブサイトから応募することで申し込める。

- 5 縁日コーナーには新たに次のアトラクションが用意された:「ポケモンサイコロ」、「キンセツシティのスロットゲーム」、「わくわく!ポケモン★つり大会」、「ピカチュウの10まんボルトゲーム」、「ディグダのコロコロゲーム」、「とんでけ!モンスターボール」、「プリンのごろがるモンスターボール」、「ポケモンミニスピー」、「ガラガラぬいぐるみくじ」、「ビッグピカチュウふわふわ」、「ホエルコプール」である。
- 10 ポケモンフェスタ会場では、ポケモンだいすきステージとゲームコーナーの2箇所にジョイスポットコーナーが用意され、「しんぴのチケット」がプレゼント配信された。これはFR/LGのプレイ時に伝説のポケモン「ルギア」と「ホウオウ」を出現させるために必要なアイテムである。「しんぴのチケット」はFR/LGあるいはエメラルドをプレイする際にポケモン「ルギア」と「ホウオウ」がいる「へそのいわ」に行けるアイテムである。プレイ中にしんぴのチケットを船乗り場で見せることによって、へそのいわに行くことができる。ポケモンフェスタ 2004 の観客動員数は全国で95万人を記録した。

2005年7月16日公開のポケモンAG映画「劇場版ポケットモンスターアドバンスジェネレーション ミュウと波導の勇者ルカリオ」では、幻のポケモン「ミュウ」引換券付き前売り券が4月16日から7月15日の間に販売された。6月25日から8月31までの引き換え期間中に「ミュウ」引換券1枚につき、ポケモンセンター、イトーヨーカドー、ジャスコ、トイザラス、ハローマック、ダイエーで「ミュウ」1匹をゲットすることができる。この「ミュウ」引換券付き前売り券は、175万枚を販売した。2005年ポケモンAG映画は興行収入41.1億円、観客動員数393万人を記録した。

25 一方、テレビアニメ番組「ポケットモンスター アドバンスジェネレーション」は、2005年7月からエメラルドのカントー地方を舞台とした「バトルフロンティア編」として新たに放送開始された。

30 ポケモンフェスタ 2005 は7月17日から8月21日まで、全国9会場(東京、埼玉、名古屋、札幌、大阪、千葉、岡山、福岡、横浜)において延べ12日間、順次開催された。ポケモンフェスタ 2005 の主催は(株)テレビ北海道、(株)テレビ東京、テレビ愛知(株)、テレビ大阪(株)、テレビせとうち(株)、(株)ティー・ヴィー・キュー九州放送の各地のテレビ放送局、後援は(株)ポケモン、(株)小学館プロダクション、(株)ジェイアール東日本企画の3社、協賛は(株)am3、(株)さいたまアリーナ、全日本空輸(株)、(株)トミー、任天堂(株)、(株)バンダイ、2005ピカチュウプロジェクト、東日本電信電話(株)、西日本電信電話(株)、(株)メディアファクトリー

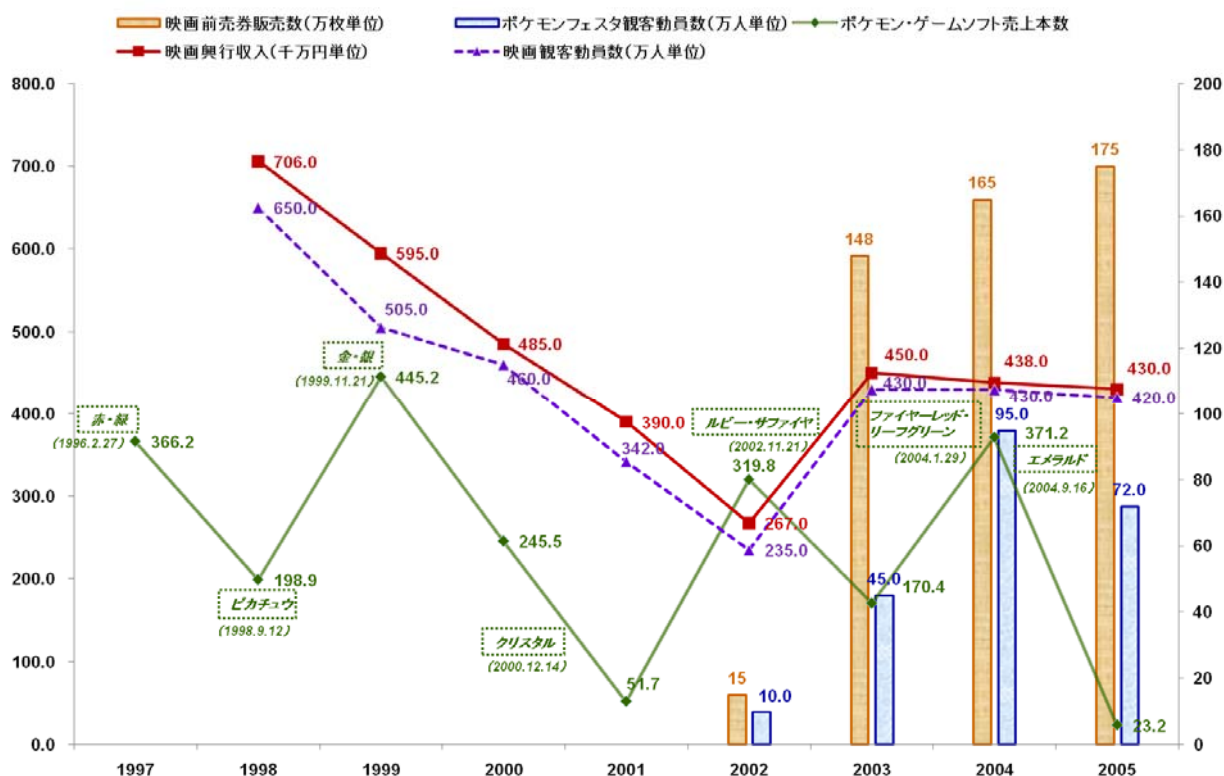
35 である。

40 ポケモンフェスタ 2005 各会場では「ふるびたかいず」のプレゼント配信が行われた。ふるびたかいずを入手するためには、ワイヤレスアダプタ付きのGBAとエメラルドのカートリッジが必要である。会場内で無線配信されている「ふしぎなカード」を受信してから、ゲームをプレイする。ゲーム内でポケモンセンターの2階に行くと、ふるびたかいずを入手することができる。レポートした後にミナモシティのふねのりばに



行き、そこから「さいはてのことう」に行き、野生の「ミュウ」をゲットすることができる。また、「ジラーチに願いを…」キャンペーンに参加したポケモンだいすきクラブメンバーの中から抽選で27,000人に幻のポケモン「ジラーチ」がプレゼントされた。ポケモンフェスタ2005は全国72万人の観客動員数を記録した。

5



図表4 劇場版ポケットモンスター興行とポケモンフェスタ動員 (2002~2005)

### 5. 関連ゲームソフト・ポケモン不思議のダンジョンシリーズ

- 10 2005年11月17日にゲームソフト「ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊」(4,800円)が発売された。このゲームはプレイヤーがポケモンに成りきって、仲間のポケモンたちと救助隊を結成して、ダンジョン内のポケモンを救助するための冒険を行うというストーリーになっている。最初に性格診断と性別の質問に答えることで、16種類のポケモンの内のどれかの主人公ポケモンが決定され、自分で名前をつけることができる。
- 15 次にパートナーとなるポケモンが決定される。プレイを進めて救助が成功する度に、救助ランクのポイントが加算されていく。ゲームに登場するポケモンは386種類以上である。「青の救助隊」がニンテンドーDS用ゲームソフト、「赤の救助隊」がGBA用ゲームソフトになっている。このゲームソフトは(株)ポケモンと(株)チュンソフトの共同開発である。「不思議のダンジョン」はチュンソフトの登録商標である。
- 20



チュンソフトはこれまで以下のような「不思議のダンジョン」シリーズを開発してきた。最初に任天堂スーパーファミコン (SF)用ゲームソフト「トルネコの大冒険 不思議のダンジョン」を1993年9月19日に発売した。このゲームのキャッチフレーズは「1,050回遊べるRPG」である。人気ゲーム「ドラゴンクエスト」のキャラクターである武器商人トルネコが世界一の商人を目指して、入る度に内部の地形等が変わる「不思議のダンジョン」に宝探しの旅に出るゲームであった。このゲームにおけるバトルのルールは通常のRPGと異なり、プレイヤーが一步動けば次に敵も一步動くという「ターン制」を採用していた。「トルネコの大冒険 不思議のダンジョン」は大ヒットし、チュンソフトは第二弾として、オリジナルキャラクターである風来人「シレン」を採用したSF用ゲームソフト「不思議のダンジョン2 風来のシレン」(価格11,800円)を1995年12月1日に発売した。続いてゲームボーイ (GB)用ゲームソフト「不思議のダンジョン 風来のシレン GB~月影村の怪物~」(価格3,900円)を1996年11月に発売した。その後2000年9月27日に、NINTENDO64用ゲームソフト「不思議のダンジョン 風来のシレン2 鬼襲来! シレン城!」(価格6,800円)を発売している。一方、SONYプレイステーション用ゲームソフト「不思議のダンジョン トルネコの大冒険2」(1999年9月15日発売、価格7,140円)、SONYプレイステーション2用ゲームソフト「不思議のダンジョン トルネコの大冒険3」(2002年10月31日、価格6,800円)、GBA用ゲームソフト「トルネコの大冒険2 アドバンス」(2001年12月20日発売、価格5,800円)、GBA用ゲームソフト「トルネコの大冒険3 アドバンス」(2004年6月24日発売、価格5,980円)はチュンソフト開発でスクウェア・エニックスの販売である。

「ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊」(ポケダン青・赤)においてもダンジョンに入る度に、ダンジョンの地形や落ちている「どうぐ」等が変化する。ダンジョンではターン制のルールが採用されており、自分と敵との間で1回ずつの動作(移動や攻撃)を繰り返し行う。主人公のポケモンが空腹になったり、攻撃を受けてパワーポイントがなくなってしまうとゲームオーバーとなり、地上に戻る。しかし、このときに救助を依頼して、ゲームをその場から再開することもできる。ゲーム端末同士の通信あるいはダブルスロット機能を使って、自分以外の「青の救助隊」あるいは「赤の救助隊」に救助してもらうことができる。救助隊に救助してもらうと、ダンジョン内で倒れる前の状態に戻ることができる。助けた方の救助隊も、救助ランクをあげるための救助ポイントを得ることができる。

近くの友だち同士でのワイヤレス通信あるいはゲームカートリッジの交換で救助依頼だけではなく、ポケモンだいすきクラブのウェブサイトを経由した「きゅうじょメール」のやりとりから、見知らぬ誰かに救助を頼むこともできる。「きゅうじょメール」の一連のやりとりは、「たすけてメール」、「ふっかつメール」、「おれいのメール」から構成される。ポケダン側から最初に「たすけてメール」用のパスワードが自動的に作成される。

ポケモンだいすきクラブ会員になれば、「ともだちきゅうじょだいすき!けいじばん!」コーナーの「ともだちきゅうじょけいじばん」で遭難したダンジョンのマップを指定して「たすけてメール」用のパスワードをソフトウェアキーボードで書き込み、救助依頼を出すことができる。掲示板を見た他プレイヤーが「たすけてメール」用の



パスワードを入力してプレイし、救助に成功すると「ふっかつメール」用のパスワードを得ることができる。そのパスワードを「ともだちきゅうじょだいすき!けいじばん!」にある「たすけてメール」の返信欄である「ふっかつメール」欄にソフトウェアキーボードで書き込むと公開され、救助依頼者がパスワードを知ることができる。

- 5 救助依頼者は「ふっかつメール」を受けるとというゲーム操作後にそのパスワードを入力すると救助され、ゲームを再開できる。ゲーム再開後には、「おれいメール」を送ることがマナーであり、そのパスワードも自動的に作成される。「おれいメール」も「ともだちきゅうじょけいじばん」で「ふっかつメール」欄の下に書き込む形式である。
- 10 この「おれいメール」のパスワードも公開され、救助者が知ることができる。救助者が、このパスワードを書き込むと、自分の救助隊のポイントが加算され、お礼として何らかのプレゼント(道具やお金)をもらうことができる。

ポケダン青・赤はポケモンが大好きな子供たちを対象に開発されており、難易度が異なるダンジョンをクリアしながら、トレーナーとポケモンとの深いつながり、勇気をもつことの大切さ、そして、かけがえのない友だちの出会いの素晴らしさといつか来る別れの悲しさについても学べるような感動的なストーリーで構成されている。これは、チュンソフトの「不思議のダンジョン」シリーズの中心的な開発スタッフである長畑成一郎によるディレクションとダンジョン部分のバランス調整、そして富江慎一郎によるシナリオ制作とポケモンのセリフ設定の力量に負う所が大きい、(株)ポケモンの川村久仁美の担当による企画・監修作業も少なからず貢献している。

- 15
- 20 ポケモンのエクゼクティブプロデューサーである石原はポケダン青・赤の発売に当たり、次のメッセージを「ポケットモンスターオフィシャルサイト」に掲載している。  
**『「不思議のダンジョン」というゲームは、それ自体がひとつのジャンルともいうことができる内容の濃い、ストラテジックなロールプレイングゲーム(RPG)です。**

- 25 **「ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊」を共同開発したチュンソフトの中村氏とは10数年のお付き合いをさせていただいており、2年前に本作の開発がスタートしました。**

- 30 **ダンジョンの魅力とポケモンの魅力、その2つが組み合わせられたときに生まれる新しい遊び、それが本作のメインテーマです。ダンジョンの魅力には、ダンジョンが自動生成され、常に新しい世界が楽しめる、といった点や、使うどうぐや、プレイヤーの動き次第で、難しい局面でも知恵をすれば解決できるロジックの面白さがあります。一方、ポケモンの魅力には、ポケモンを捕まえて、育て、仲間になって旅をする楽しさや、ポケモンにわざを覚えさせ、進化させ、敵とバトルをするといった面白さ、があります。**

**その2つの魅力が出会い、生まれた、全く新しい別の世界、それが「ポケモン不思議のダンジョン青の救助隊・赤の救助隊」です。**

- 35 **本作は、ダンジョンとポケモンの複雑なファンクションが掛け算となり、何倍も面白くなっています。これまでのポケモンバトルにはなかった距離の概念が導入されているので、わざの空間的な効果をダイレクトに感じることができます。またGBA版「ポケモンシリーズ」でおなじみの「こうかはばつぐんだ」は、ダンジョンの中で、どのように表現されているのか、「かえんほうしゃ」がどのような威力を持っているのか、はたまた、今まであまり使っていなかったわざが思わぬ効果を発揮することもあるでしょう。いままでのポケモンファンはそうしたところに注目してほしいです。そして、従来のダンジョンファンのみなさんは、例えば「矢」とか「巻物」、「くさ」がポケモン世界においてどう翻訳され、登場しているか、「妖刀かまいた**
- 40





**ち」のような能力は、どんなわざとして登場するかなど、に注目してください。「ハイドロポンプ+4」といった、どちらのファンの方にも興味深い内容も盛り込まれています。』**

**(石原恒和、「ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊」発売特別メッセージ、2005年11月17日。 [http://www.pokemon.co.jp/game/ds/dungeon\\_special.html](http://www.pokemon.co.jp/game/ds/dungeon_special.html))**

5

2005年末までにポケダン青は累計572,858本、ポケダン赤は累計558,456本を売り上げた。

10 ポケダン青・赤発売の約2年後に当たる2007年9月13日に、ポケモン不思議のダンジョンシリーズ第2作として「ポケモン不思議のダンジョン 時の探検隊・闇の探検隊」(4,800円)が発売された。「ポケモン不思議のダンジョン 時の探検隊・闇の探検隊」(ポケダン時・闇)はニンテンドーDS専用ゲームソフトである。前作と同様に開発元はチュンソフトであり、長畑成一郎がディレクションとダンジョン部分のバランス調整、富江慎一郎がシナリオ制作、(株)ポケモンの川村久仁美が「ポケットモンスター」の設定に沿うようなゲームソフトの企画・監修作業を担当している。

15 ポケダン時・闇には2006年9月に発売されたポケットモンスターシリーズ最新作「ポケットモンスター ダイヤモンド・パール」に新たに登場したポケモンが追加されており、従来ポケモンの性別がつけられている。

20 新機能として、Wi-Fi コネクションを介して他のプレイヤーの探検隊の救助を行うことができる。さらには、メールサーバと連携することで、登録した電子メールやケータイメールでプレイヤー同士によるともだち救助の「たすけてメール」のやりとりが可能となった。これにより、救助依頼を出した後に救助完了のプッシュメールで通知される仕組みが実現した。

2007年末までにポケダン時は累計718,477本、ポケダン闇は累計629,480本を売り上げた。

25

## 6. ポケモンレンジャーと2006年ポケモンAG映画興行

30 2006年3月23日に(株)HAL研究所と(株)クリーチャーズの共同開発によるDS用ゲームソフト「ポケモンレンジャー」(4,800円)が発売された。このゲームは、DSのタッチスクリーンとタッチペンを使った「スライドアクション」機能を「キャプチャ」という名前でプレイに取り入れている。

35 ポケモンレンジャーには男女のどちらかの主人公を選んでプレイすることができる。ポケモンレンジャーは「キャプチャ・スタイラー」というツールを持ち、コマのような形状の「キャプチャ・ディスク」を操って、野生のポケモンの周りに「キャプチャ・リング」という円を描くことで、野生のポケモンに「自然を思う気持ち」を伝えることができる。ゲームのプレイヤーはDSのタッチペンでタッチスクリーン上のキャプチャ・ディスクを操り、ポケモンの周りを円で囲む。結線している円をポケモンの周りに作成すると円の数字が表示され、数字が赤くなると「キャプチャ・オン」になり、キャプチャに成功する。



このゲームソフト発売に先駆けて、テレビアニメ番組ポケモン AG の 2005 年 12 月 8 日放送話「ポケモンレンジャー登場！セレビィ救出作戦!!」で初めてテレビ画面にポケモンレンジャーが登場し、大活躍を見せた。

5 ポケモンレンジャーは通信機能をもっていないために、ポケモンレンジャーのプレイヤー同士はもちろん、他のポケモンゲームソフトとのデータ交換は通常できない仕組みである。

10 例外として、2006 年 7 月 15 日公開のポケモン AG 映画「劇場版ポケットモンスターアドバンスジェネレーション ポケモンレンジャーと蒼海の王子 マナフィ」の「W ミッション」引換券付き特別前売り券を購入すると、2 つのミッションを受信することができ、ポケモンレンジャーで引き続きプレイすることができる。

このミッションプレイの内の 1 つである「だいじなタマゴをとりもどせ！」をプレイして、救出した「マナフィのタマゴ」を 2006 年 9 月 20 日発売のゲームソフト「ポケットモンスター ダイヤモンド・パール」にワイヤレス通信で送信すると、幻のポケモン「マナフィ」を入手することができることが大々的に宣伝された。

15 ポケモンレンジャーは、2006 年末までに累計 737,174 本を売り上げた。

20 そして 2006 年は、ポケモン AG 映画公開に合わせて開催されるポケモンフェスタを拡大させた「ポケモンジャングルツアーズ ～ダイヤモンド&パールの伝説～」が 7 月 20 日（木曜日）より 9 月 3 日（日曜日）まで延べ 16 日間開催された。会場は、名古屋（ポートメッセなごや）、大阪（大阪ドーム）、横浜（パシフィコ横浜）、千葉（幕張メッセ）の 4 会場である。各会場は 9 時～17 時の開場時間である。

会場はフリー（無料）ゾーンとアトラクションゾーンに分かれており、フリーゾーンでは 9 月発売予定の「ポケットモンスター ダイヤモンド・パール」体験コーナー、イベントステージ、オリジナルグッズ販売コーナーが設けられた。

25 フリーゾーンには、幻のポケモン「セレビィ」プレゼントコーナーもあり、任天堂ゲームボーイアドバンス（GBA）用ポケットモンスターゲームソフトである「ルビー・サファイア」、「ファイアレッド・リーフグリーン」、「エメラルド」用の「セレビィ」がプレゼント配信された。また、ポケモンレンジャー用の極秘ミッション「セレビィをすくいだせ！」のプレゼント配信も行われた。

30 そしてアトラクションゾーンの入場料は大人（中学生以上）1,300 円、子供（小学生以下）800 円である。アトラクションゾーンには、次の 7 種類の体験型アトラクションが設置されている：<静寂の滝ゾーン>ヤドキングなみだの滝（1 プレイ 600 円）、<波導の洞窟ゾーン>ルカリオ波導の火山（1 プレイ 600 円）、<幻の神殿ゾーン>ピカチュウ 3D ゴーランド（1 プレイ 700 円）、<秘宝の砂漠ゾーン>ダグトリオの宝探し（1 プレイ 500 円）、<憩いの草原ゾーン>アチャモの旗あげチャレンジ（1 プレイ 500 円）、<氷結の峡谷ゾーン>フリーザー氷の回廊（1 プレイ 600 円）、<天空の星座ゾーン>ジラーチ夢の夜空（1 プレイ 700 円）。これらの体験型アトラクションに入場する度に IC チップ内臓のモンスターボールが渡される。アトラクション内で見つけたポケモンを  
35 ゲットして、モンスターボールに記録することができる。最後にモンスターボールを出口に持って行くとモンスターボールが回収されるが、ゲットしたポケモンをシール  
40 としてプリントアウトし、入手することができる。



ポケモンジャングルツアーズの総入場者数は約 17 万人であった。そして、劇場版ポケモン AG としては最後の作品となる「ポケモンレンジャーと蒼海の王子マナフィ」の観客動員数は 9 月末の時点で約 310 万人、興行収入は 32.8 億円を記録した。同作品は最終的に 34 億円の興行収入に達し、2006 年邦画興行収入額第 7 位であった。

5

## 7. ポケットモンスター ダイヤモンド・パールとアニメ番組リニューアルの連動

(株) ポケモンは、「ポケットモンスター ダイヤモンド・パール」(ダイヤモンド・パール) を 2006 年 9 月 28 日に発売した。これは、従来のポケットモンスターシリーズと同様に、「ポケットモンスター ダイヤモンド」と「ポケットモンスター パール」の二本の同時販売(各 4,800 円)である。ダイヤモンド・パールはニンテンドーDS が対応機種となる初めてのポケットモンスターシリーズのゲームソフトであり、前作のエメラルドの後継ゲームソフトとなる。

ダイヤモンド・パールでは、緑豊かな大地であり、その中央部には山脈があるシンオウ地方がゲームの舞台となる。プレイヤーは、謎のポケモン(時を司るポケモンあるいは空間を司るポケモン)について探索を進めながら、この地方に住むポケモンたちを集めてポケモン図鑑を完成させていく。ダイヤモンド・パールでは、ポケットモンスターシリーズでは初めてポケモンに性別(雄雌)の区別がつけられた。

任天堂はダイヤモンド・パールのテレビ CM 作品を 2 編制作し、発売前からの不特定多数向に向けた宣伝活動を行った。第 1 編は 9 月 14 日から放映された「旅立ちの仲間篇」であり、ポケモンキャラクターのコンピュータグラフィックス(CG)とゲーム画面が登場した。第 2 編は「ニンテンドーWi-Fi コネクション篇」であり、9 月 21 日から放映された。この CM 作品は、若手女優の蒼井優が出演し、弟役の男性とボイスチャットをしながらポケモンを交換している光景が登場する。

ダイヤモンド・パールはニンテンドーWi-Fi コネクションに対応しており、それを用いた通信サービスである「グローバルトレードステーション(GTS)」をゲームプレイ中に利用することができる。ゲームソフト内では GTS が施設として存在しており、ゲームプレイ中に、交換したいポケモンを預けたり、検索して交換することができる。GTS を利用することで、ダイヤモンド・パールのプレイヤー同士はインターネットを介してポケモンを交換することが可能である。

ダイヤモンド・パールの発売日に合わせて 9 月 28 日(木曜日)より、テレビアニメ番組「ポケットモンスター ダイヤモンド&パール」(ポケモン DP) が放送開始された。従来と同じくテレビ東京系の放送枠で毎週木曜日 19:00~19:30 である。番組の主人公は前作のポケモン AG と同じくサトシとそのパートナーであるポケモンのピカチュウである。

ポケモン DP 第 1 回放送は「旅立ち! フタバタウンからマサゴタウンへ!」であり、ゲームソフトと同様に主要な女の子キャラクターであるヒカリが登場し、新ポケモンが続々と現れるシンオウ地方を舞台としてストーリーが進行する。第 1 回放送は第 1 話、第 2 話、第 3 話分の 90 分番組であり、視聴率 9.3% を獲得した。

ダイヤモンド・パールは 9 月中に 160 万本を販売し、2006 年内に国内 400 万本以上の売上を記録した。



2007年4月22日には北米版のダイヤモンド・パールが発売され、GTSを介した地球規模でのポケモン交換が可能となった。(株)ポケモンは6月13日付けのプレスリリースで、日米通算1,000万匹のポケモンがGTS利用によって交換されたことを発表している。

- 5 2007年末までに「ポケットモンスター ダイヤモンド」は累計2,939,405本、「ポケットモンスター パール」は累計2,433,003本を売り上げている。

## 8. 劇場版ポケットモンスター ダイヤモンド&パール ディアルガ vs パルキア vs ダークライ

10

2007年夏には劇場版ポケットモンスター10周年記念超大作と銘打った「劇場版ポケットモンスター ダイヤモンド&パール ディアルガ vs パルキア vs ダークライ」(劇場版ポケモンDP)が公開されることになった。

- 15 10周年記念イベントとして、「みんなで選んだ歴代映画主役ポケモンをプレゼント」のための投票キャンペーンが行われた。2006年までの劇場版ポケットモンスターのサブタイトルに登場するポケモン11匹の内、どれを一番入手したいかを投票してもらう試みである。投票はポケモン映画公式サイトや公式ファンクラブ「ポケモンだいすきクラブ」サイトから行うことができた。投票期間は2月15日から2月28日の間であり、その結果は3月15日以降にポケモン映画公式サイト、ポケモンだいすきクラブ公式  
20 式サイト、月刊コロコロコミック4月号誌上で発表された。投票キャンペーン結果が1位となったポケモン「デオキシス」の引換券つき特別前売り券は4月21日から発売された。

日刊スポーツ紙2007年7月13日の記事では「ポケモン前売り200万枚で公開前興収20億」という見出しで以下のように取り上げられた。

- 25 『人気アニメ映画シリーズの10周年記念作「劇場版ポケットモンスター ダイヤモンド&パール ディアルガ vs パルキア vs ダークライ」(14日公開)の前売り券が200万枚を突破することが12日までに、分かった。映画前売り券は数万枚の売り上げが相場といわれ、ゲームと連動した特典がけた違いの売り上げに結び付いた。公開前に興収20億円以上を稼ぎ出したことになり、配給の東宝も驚いている。

- 30 まさにモンスター級の売り上げとなった。前売り券は4月21日から発売を開始した。東宝によると6月中旬に売り上げ100万枚を突破。その後も売れ続け、13日に200万枚を超えることが確実になり、すでに20億円を稼ぎ出したことになる。

- 35 けた違いの売り上げの起爆剤となったのは、ゲームソフトとの連動だ。同映画は03年から、ポケモンゲームソフトで楽しめるキャラクターを限定入手できる引換券付き前売り券を企画。毎年100万枚を超える売り上げを記録してきた。今年はシリーズ10周年を迎えたことから、特別な企画を用意した。前売り券で入手できるポケモンキャラクターを、過去9作品の映画  
40 主演キャラクターからファン投票で決定するというもの。

投票は2月から行い、その結果、04年「裂空の訪問者」に登場した「デオキシス」に決まった。ポケモンのゲームソフトは数多くあるキャラクターを取り込んで楽しむが、「デオキシス」は最新ソフトでは入手が難しいキャラクター。“レアもの”に刺激された親子が前売りを買  
40 めた。



10周年企画はもう1つ用意されている。同映画を上映するすべての劇場で、今回の作品に登場するキャラクター「ダークライ」をワイヤレス通信でプレゼントするというもの。この初めての試みにも強い関心が集まったようだ。

- 5 「ポケモン」シリーズの前売り券は、強いキャラクター人気を追い風に、劇場窓口のほか、コンビニエンスストアや百貨店、玩具店、ポケモンのグッズショップなど幅広い場所で発売している。こうした状況を背景に、ゲームと映画の徹底した連動が前売り券の驚異的な売り上げにつながった。』

10 劇場版ポケモンDP 第1作の特別前売り券は、4月21日から7月13日までに215万枚を販売した。そして、7月14日(土曜日)から9月9日(日曜日)までの上映期間中、日本中のポケモン映画上映館では、幻のポケモン「ダークライ」のプレゼント配信が行われた。映画上映前あるいは上映後の休憩中に、ダイヤモンド・パールのいずれかのゲームソフト付きのDSを持参することで受信することができた。

15 また、2007年ポケモンDP映画公開の翌日である7月15日(土曜日)から9月2日(日曜日)までの週末延べ13日間に渡ってポケモンフェスタ2007「ポケモンパルシティ」が開催された。福岡(福岡Yahoo!Japanドーム)、札幌(つどーむ)、千葉(幕張メッセ)、名古屋(ポートメッセなごや)、横浜(パシフィコ横浜)、大阪(京セラドーム大阪)の6会場における開催時間は、9:00~17:00である。例年と同様に入場無料であり、幻のポケモン「ミュウ」、「ルカリオ」、「マナフィ」のプレゼント配信  
20 が各会場で行われた。

そして劇場版ポケモンDP第1作は興行収入50.2億円であり、2007年度邦画興行収入第2位を記録した。

## 9. ポケットモンスターシリーズ売上本数とアニメ番組視聴率の月次変化

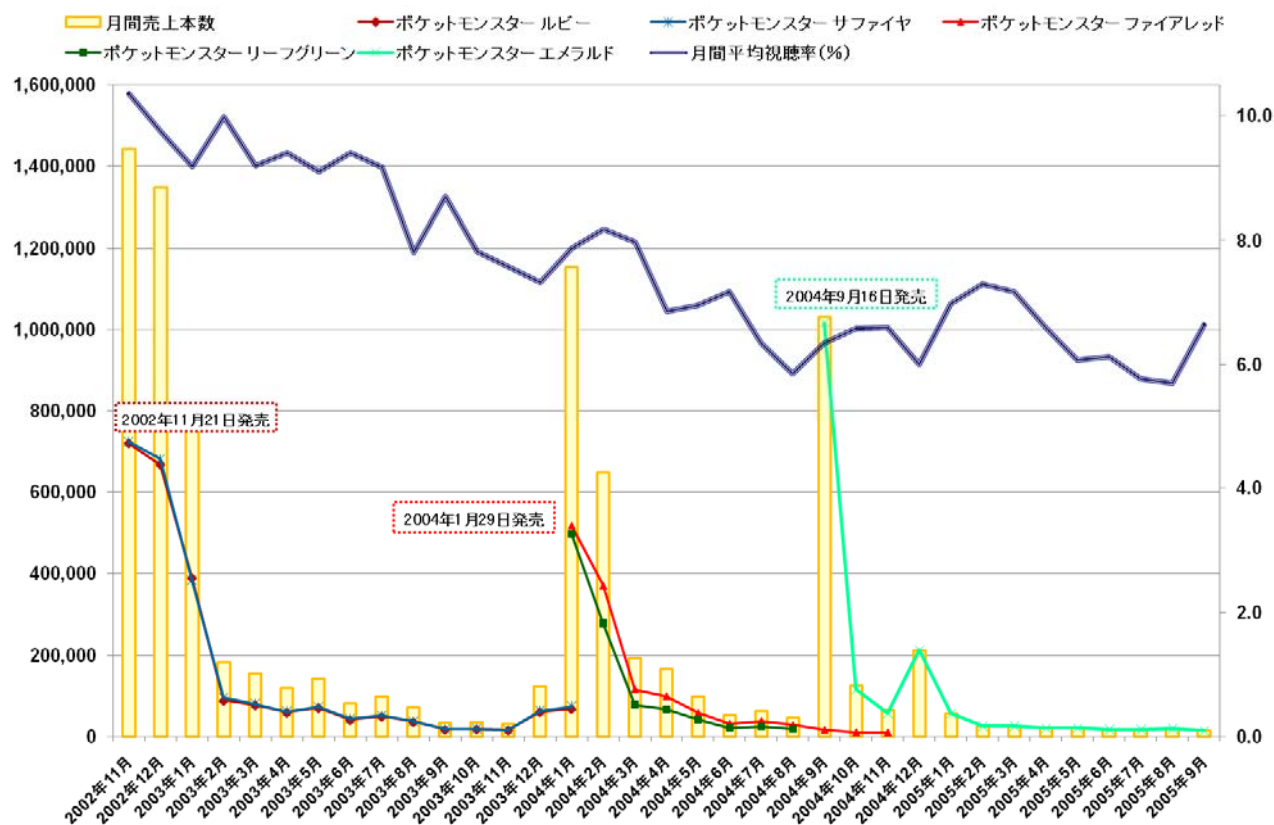
25 GBA用初のポケットモンスターシリーズであるルビー・サファイアの発売日(2002年9月11日)と同日にリニューアルされ、放送開始されたテレビアニメ番組ポケモンAGの月間平均視聴率は、2005年9月末にかけて10%から5%台に緩やかに低下している。同期間に発売されたGBA用ポケットモンスターシリーズであるルビー・サファイア、FR/LG、そしてエメラルドは、発売後1~2ヶ月が売上本数のピークであり、3ヶ月後からは、売上本数が非常に低下している。

30 2005年11月17日に「ポケモン不思議のダンジョン」が発売され、その発売時期に前後してアニメ番組の月間平均視聴率は6%台に回復する。しかし、2006年1月には5%台に下がる。その後の「ポケモンレンジャー」発売時期(2006年3月23日)に前後して6%台に回復するが、また5%台に下がる。

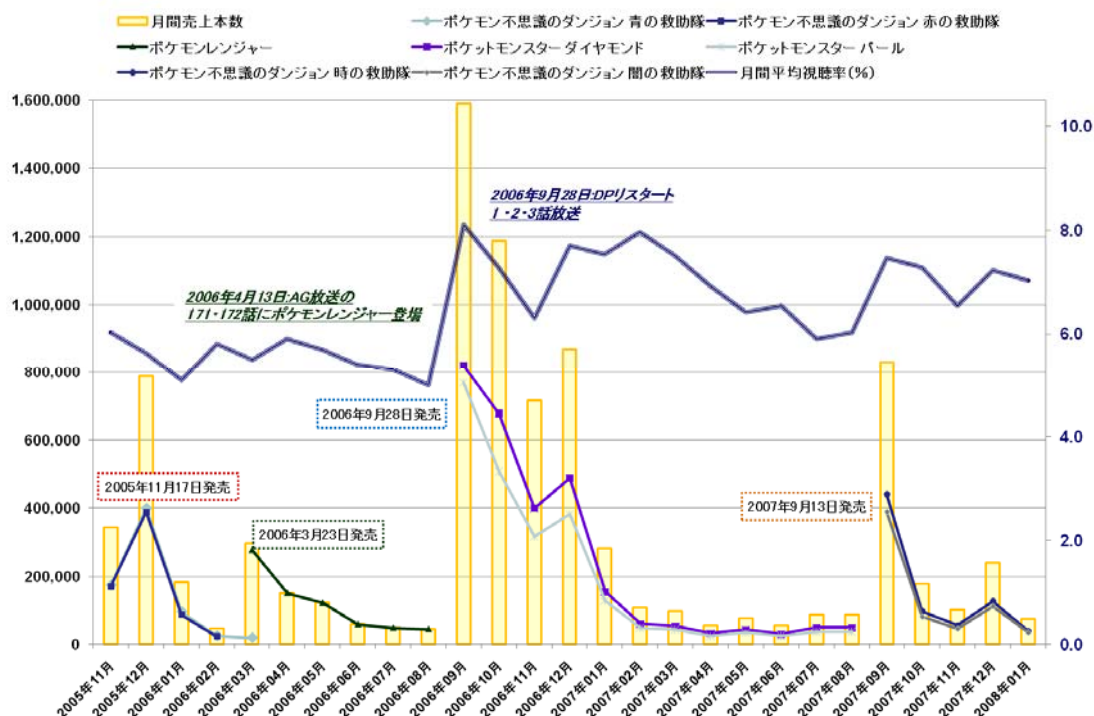
35 そして、初のDS用ポケットモンスターシリーズであるダイヤモンド・パールの発売日(2006年9月28日)と同日にリニューアルされ、放送開始されたテレビアニメ番組ポケモンDPの月間平均視聴率は8%台に急上昇している。ダイヤモンド・パールは発売後の1~4ヶ月間が売上本数のピークであり、5ヶ月目以降は、売上本数が急激に  
40 低下している。



その後、アニメ番組ポケモンDPの月間平均視聴率は6%台に下降するが、関連ゲームソフトであるポケダン時・闇の発売時期(2007年9月13日)以降は、7%台に回復している。



5 図表5 ポケットモンスター月間売上本数とアニメ番組月間平均視聴率(2002~2005)



図表6 ポケットモンスター月間売上本数とアニメ番組月間平均視聴率 (2005~2007)

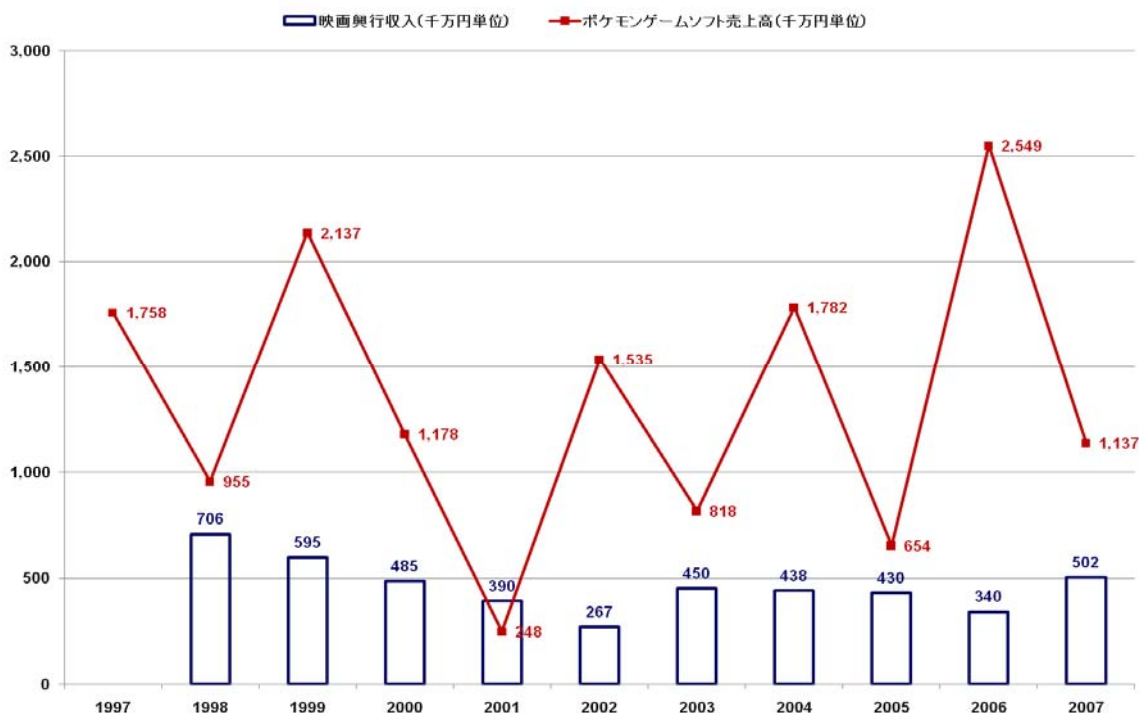
## 10. ポケモンビジネスの10年間における変動と成長

5 図表7で示されるように、1998年以降に毎夏公開されている劇場版ポケットモンスターシリーズの興行収入は初年度の1998年がピーク(70.6億円)である。翌年以降、その興行収入は右肩下がりであり、2002年が下げ底(26.7億円)となっている。2003年以降の興行収入は2005年まで44億円程度で安定している。2006年に興行収入は一度下降する(34億円)が、10周年を迎えた2007年には前年度比48%の向上を見せている(50.2億円)。

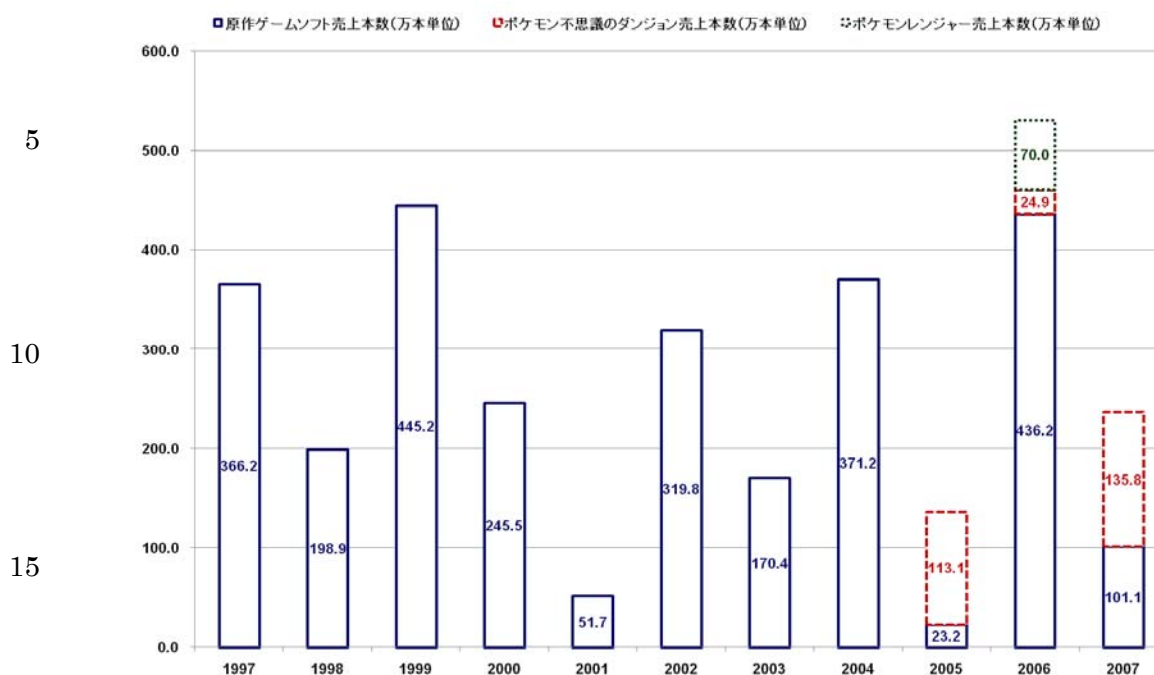
10 劇場版ポケットモンスターの興行収入は、いわゆるV字回復型である。2005年と2007年にポケットモンスターシリーズの売上本数と劇場版ポケットモンスターの興行収入の乖離は比較的小さくなっている。この両年では、ゲームソフトの売上本数が前年と比べて非常に低下しているが、映画興行収入の変化は比較的穏やかである。

15

20



図表7 ポケットモンスターシリーズ売上高と劇場版ポケットモンスター興行収入



図表8 ポケットモンスターシリーズと関連ゲームソフト群の売上本数

ポケットモンスターシリーズのゲームソフト作品は、1996年以降、ほぼ2年間ごとにバージョンアップしている。その売上本数は発売直後がほぼピークであり、毎年23万本～500万本の範囲で大きく変動している。図表7に示されるようにポケットモン





スターシリーズの年間売上規模は、映画興行規模(27億~70億円)と比べて規模が大きいが、非常にばらつきも大きい(25億~255億円)。

2005年にはポケットモンスターシリーズの新作は発売されず、その売上本数は前年度比6%台(23.2万本)である。同年、関連ゲームソフトであるポケモン不思議のダンジョンシリーズ第1作のポケダン青・赤が発売され、113.1万本を売り上げている。これは、ある程度の市場規模維持に貢献している(図表8参照)。

その翌年の2006年に、関連ゲームソフトであるポケモンレンジャーが発売され、その後、最新のゲーム機種であるDS向けポケットモンスターシリーズのダイヤモンド・パールが発売される。ダイヤモンド・パールはポケットモンスターシリーズの前年度比18.8倍、過去5年間で最高の売上規模(436.2万本)を達成している。

2007年にポケットモンスターシリーズの売上規模は大きく低下する(前年度比23%の101.1万本)。しかし、関連ゲームソフトの「ポケモン不思議のダンジョン」シリーズ第2作であるポケダン時・闇が発売され、ヒット作品となっている(売上本数135.8万本)。

15

【謝辞】本研究は科研費基盤研究(B)(No.20330087)の助成を受けたものである。



## ■参考文献および参照サイト

- 株式会社メディアクリエイト、『2003 テレビゲーム産業白書』、2003年。  
株式会社メディアクリエイト、『2004 テレビゲーム産業白書』、2004年。  
株式会社メディアクリエイト、『2005 テレビゲーム産業白書』、2005年。  
5 株式会社メディアクリエイト、『2006 テレビゲーム産業白書』、2006年。  
株式会社メディアクリエイト、『2007 テレビゲーム産業白書』、2007年。  
株式会社メディアクリエイト、『2008 テレビゲーム産業白書』、2008年。  
木村誠、根来龍之、「派生コンテンツのプロパティ設計による多様性と連動性のマネジメントー  
ポケモンビジネスの事例分析による検討ー」、『早稲田国際経営研究』、No. 39、pp. 109-129、早  
10 稲田大学 WBS 研究センター、2008年。  
スタジオイベントスタッフ、『ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊 公式ガイド  
ブック』、2005年。  
スタジオイベントスタッフ、『ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊 公式パー  
フェクトガイド』、2005年。  
15 スタジオイベントスタッフ、『ポケモン不思議のダンジョン 青の救助隊・赤の救助隊 公式ポケ  
モン名鑑』、2005年。  
スタジオイベントスタッフ、『ポケモン不思議のダンジョン 時の探検隊・闇の探検隊 公式ガイド  
ブック』、2007年。  
スタジオイベントスタッフ、『ポケモン不思議のダンジョン時の探検隊・闇の探検隊公式パー  
フェクトガイド』、2007年。  
20 スタジオイベントスタッフ、『ポケモン不思議のダンジョン時の探検隊・闇の探検隊公式ポケ  
モン名鑑』、2007年。  
畠山けんじ、久保雅一、『ポケモンストーリー』、日経 BP 社、2000年。  
畠山けんじ、久保雅一、『踊るコンテンツビジネスの未来』、小学館、2005年。  
25 石原恒和、「世界情報通信サミット 2005」セッション3「ライフスタイルに浸透するコンテンツ  
の創造」パネリストにおける発言、日本経済新聞社主催、2005年2月15日。  
株式会社ポケモン、プレスリリース「Wi-Fi で1,000万匹のポケモンが世界を飛び交う!! ポ  
ケモンファンが国境を越えてポケモン交換!」、2007年6月13日。  
Touch-DS.jp ウェブサイト。 <http://touch-ds.jp/index.html>  
30 チュンソフト・ウェブサイト。 <http://www.chunsoft.co.jp/>  
テレビ東京 Anime X-press・ポケットモンスター ADVANCED GENERATION・ウェブサイト。  
[http://www.tv-tokyo.co.jp/anime/pokemon\\_ag/main.html](http://www.tv-tokyo.co.jp/anime/pokemon_ag/main.html)  
テレビ東京・あにてれ ポケットモンスター ダイヤモンド・パール・ウェブサイト。  
[http://www.tv-tokyo.co.jp/anime/pokemon\\_dp/](http://www.tv-tokyo.co.jp/anime/pokemon_dp/)  
35 ポケットモンスターオフィシャルサイト。 <http://www.pokemon.co.jp/>  
任天堂オンラインマガジン 2000年6月号、No. 22。  
<http://www.nintendo.co.jp/nom/0006/index.html>  
任天堂オンラインマガジン 2000年7月号、No. 23。  
<http://www.nintendo.co.jp/nom/0007/index.html>  
40 任天堂オンラインマガジン 2005年4月号、No. 81。  
<http://www.nintendo.co.jp/nom/0504/index.html>  
任天堂オンラインマガジン 2005年8月号、No. 85。  
<http://www.nintendo.co.jp/nom/0508/index.html>  
任天堂オンラインマガジン 2006年10月号、No. 99。  
45 <http://www.nintendo.co.jp/nom/0610/index.html>  
ニンテンドーDS・ウェブサイト。 <http://www.nintendo.co.jp/ds/>



## 早稲田大学 IT 戦略研究所 作成ケース一覧

- No. 1 株式会社ジャパン・イーマーケット—e マーケットプレイスのビジネスモデル再構築—  
足代訓史 (2004年3月)
- 5 No. 2 株式会社PTP (パワー・トゥ・ザ・ピープル) 柏陽平 (2004年3月)
- No. 3 OCNとISP各社の競争—価格競争の追随関係— 宮元万菜美 (2004年8月)
- No. 4 ポケットモンスター (1996~1998) 木村誠 (2005年3月)
- No. 5 フォトハイウェイ・ジャパン：無料ビジネスからの脱皮 鍛地研介 (2005年7月)
- No. 6 株式会社アイスタイル—収益基盤強化のためのリニューアル— 鍛地研介 (2006年6月)
- 10 No. 7 楽天市場のビジネスモデルと情報システム— 楽天市場はどうして成功したか?—  
前川徹 (2006年6月)
- No. 8 日本の中古車流通産業—新しい事業形態出現の歴史— 呉健柏 (2007年3月)
- No. 9 UniversalCentury.net GUNDAM ONLINE (2000~2006) 木村誠 (2007年4月)
- No. 10 日本のブロードバンドビジネス発展の歴史—本命のFTTHへ— 宇賀村泰弘 (2007年9月)
- 15 No. 11 リテール特化の「コンシェルジュ」バンク：スルガ銀行 角田仁 (2008年3月)
- No. 12 起業時の経営戦略：イー・アクセス 石田雅之 (2008年9月)
- No. 13 ジュピターテレコムが多角化戦略 本多尚彦 (2009年1月)
- No. 14 ポケモンビジネスの10年間 木村誠 (2009年3月)

入手ご希望の方は下記までご連絡下さい。

連絡先：RIIM-sec@list.waseda.jp

<http://www.waseda.jp/prj-riim/>

このケースは、木村誠(長野大学企業情報学部准教授、早稲田大学 IT 戦略研究所客員研究員)が作成したものです。(2009年3月15日)  
本ケースを、事前の承諾なしに講義、セミナー、研修等で使用することを禁止します。ご使用の際は、連絡をお願いします。  
連絡先:RIIM-sec@list.waseda.jp 早稲田大学IT戦略研究所 <http://www.waseda.jp/prj-riim/>



## **RIIM IT戦略研究所**

Research Institute of Information Technology and Management

事務局:早稲田大学大学院商学研究科 気付  
169-8050 東京都新宿区西早稲田1-6-1

連絡先:RIIM-sec@list.waseda.jp  
<http://www.waseda.jp/prj-riim/>

**WASEDA UNIVERSITY**