



コロプラ「コロニーな生活」(2005～2011)

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。

旧名称「コロニーな生活☆PLUS (略称コロプラ)」は、携帯電話やスマートフォンのGPS モジュール (位置情報登録機能) を利用した育成ゲームである。ユーザーの移動距離に応じて獲得する仮想通貨「プラ」を用いてコロニーを育てるだけでなく、隕石落下などのイベントに対処したり、他コロニーのユーザーたちとのコミュニケーションやアイテム等の取引、さらには全国各地のお土産アイテム収集などの多様な遊び方が提供されている。さらに、コロプラカード (コロカ) も提携店で配布されている。

2008年10月にコロプラの運営組織が法人化された後、約1年間でユーザー数が10倍以上増えて100万人以上が登録会員となり、20～40代のユーザーの割合が多いことから、「大人がハマる」位置ゲー (携帯位置情報ゲーム) と呼ばれている。2011年7月末より、従来のゲームコンテンツサービスとしてのコロプラは、「コロニーな生活」と呼ばれるようになった (※)。本ケースは、コロプラの運営の変遷、株式会社コロプラと他会社の連携事業の展開についてまとめたものである。

(※)「コロプラ」、「コロニーな生活」、「コロカ」及び「位置ゲー」は(株)コロプラの登録商標である。

コロニーな生活 (コロニナ)

馬場功淳 (ばばなるあつ) は九州工業大学卒業後、大学院博士後期課程に進学したが、大学院での研究よりもにバイト先の会社 (ケイ・ラボラトリー) で携帯電話の Web アプリサービスの開発に従事していた。

当時の DDI ポケットが提供を介した PHS 「AirH[®]Phone」は、国内で唯一のパケット定額制が利用可能で、かつ位置情報が取得できる携帯端末であった。この AirH[®]Phone 向けに、自宅にサーバを配置して何かサービスを提供できるようにしたいというのが最初のアイデアであり、次に携帯電話 (ケータイ) ならではの情報を活用したアプリということで、携帯電話から位置情報を登録してプレイするシミュレーションゲームを着想した。馬場は元々、いわゆる育成ゲームが好きだったので「町を育てるゲーム」を開発することにしたが、通常の町は移動することができない。そこで、町を空中に浮かせるようにした。このゲームの名称は「コロニーな生活」(コロニナ) であり、最初は AirH[®]Phone 専用ゲーム (コンテンツ) として 2003 年 5 月からサービスを開始した。

コロニナは AirH[®]Phone ユーザーに限定されているが、無料でプレイすることができる。特にケータイを移動してプレイするという斬新さと自分のコロニーを育てるといったプレイの面白さが評判を呼び、国内のネット掲示板等で取り上げられ、熱心なユーザーが多数生まれた。馬場はゲームマスター (GM) として第 1 コロニーを運営したが



ら、コロナの開発を続けていた。一方で、GM ブログとして、日々の進捗や今後の開発方針をコロナユーザーに周知、意見交換する機会を設けていた。

5 ケイ・ラボラトリーは馬場の活動を支援し、コロナをリニューアルする大規模プロジェクトとして「コロニーな生活 II」の開発に取り組み、公式サイトをオープンした。個人サイトと異なり、サーバの性能が格段に強化され、通信レスポンスの遅延が以前より少なくなった。公式サイトは、ケイ・ラボラトリーとコンテンツプロバイダー会社のホットスポットによる共同運営であり、サービス提供料金は 150 円に設定された。

10 2003 年 12 月 1 日発表のプレスリリースで紹介された「コロニーな生活 II」の様子は以下のようなものである。

『「コロニーな生活 II」にユーザー登録を行なうと、「コロニー」と呼ばれるバーチャルな空間が与えられます。この空間に、木を植えたり、農場や貯水池を作ることで、コロニーが発展していくのを楽しむ育成シミュレーションゲームとなっています。

15 AirH`PHONE の位置情報を活用し、移動距離に応じてコロニーで利用できる通貨「キーロ」を貯めることができ、キーロを使ってコロニーを発展させることができます。

また、コロニーが発展し住みやすい街になると、「コロックル」という癒し系キャラクターが住みついてきます。コロニーの発展と共にコロックルも増えていきます。コロックルはコロニーの中で働き、キーロを増やしてくれます。コロニーが発展すると、コロックルの人口も増え、稼ぎも増えていきます。

20

ただし油断できないことに、平和なコロニーの世界に隕石が落ちてくる場合があります。隕石が落ちると土地が減ってしまいます。隕石はユーザー自身が位置を移動することで避けることができるほか、みんなで協力して隕石を打ち落とすこともできます。

25

コロニーは、近くに位置登録されている他のコロニーと通信をすることができます。掲示板機能があり、リアルな生活とバーチャルな生活をつなげることができます。また旅先などで位置情報を変更することで、その土地のユーザーと通信できる楽しみを味わうこともできます。

30

<コロニーについて>

コロニーは、9×9のマスからなるバーチャルな空間です。ユーザー登録をすると、一つだけこのコロニーが与えられます。この空間に、土地を作ったり、木を植えたりしてコロニーを育てていきます。そして、位置情報を利用することで、近くにいる他のユーザーと情報交換ができます。コロニーは常にユーザーの頭の上に浮かんでいるようなものなのです。

35

<通貨「キーロ」について>

40 コロニーを発展させるには、独自の通貨「キーロ」が必要です。このお金は、ユーザーの実際の移動距離が、1km=1 キーロとして換算され、貯まっています。



また、コロニーの住人「コロックル」が定期的にお金を稼いでくれます。人口が多いほど稼ぎも多くなります。』

(株式会社ホットポット、株式会社ケイ・ラボラトリー「ニュースリリース 育成シミュレーションゲーム『コロニーな生活 II』サービス提供開始」、2003年12月1日)

5

その後の「コロニーな生活 II」は、ウェブブラウザ Opera 搭載の携帯電話 AH-K3001V 向けにリニューアルして Java スクリプト・スタイルシート (CSS) を導入した国内初のケータイゲームとなり、2004年5月14日から更にクオリティの高いサービスを提供するに至った。

10 一方で馬場は個人サイトによるコロニナの運営を続けていたが、2005年5月8日にコロニナの運営を終了した。

コロニーな生活☆PLUS (コロプラ)

15 馬場はコロニナのリメイクの決意を2005年1月11日に表明した。それは単にほっておいたコロニナにそっくりのケータイ向けゲームが au 対応のサイトとして公開されたからである。彼の決意表明は以下のように GM ブログで示された。

『えー、「コロニーな生活」の GM です。という、知らない人には何の話やらという書き出しで申し訳ない。コロニーな生活(以下コロニナ)は、AirH[®]Phone という携帯端末で動くゲームで、はじめたのが確か、2年前の5月ぐらいだったかな。それから細々と僕の自宅で運営されております。

25 ちなみに「コロニーな生活 II」という感じで公式コンテンツ化されたりしましたが、この blog では一切扱いません。完全に個人として、僕単体で行っているサービスであるコロニナについて書いていこうと思っています。

30 で、もうすぐ2周年を迎えるコンテンツで、何でいまさら blog なのかというと、書いてみたかったから…というわけではなく(まあそれもありますが一)、なんと最近、パクリサイト(笑)が出てきたんですねー。いや、別に文句を言いたいわけではないんです。ずっとほったらかしにしていたわけだし、「じゃあ俺が!!」見たいなノリになるのは当然だし、というか「俺のサービスパクられちゃった」というネタになって少し美味しかったり(笑)

35 ただね、これの困ったところが Au にも対応しちゃってるわけですよ。いやー、参りました。。正直、Au ユーザーの母数は AirH[®]Phone のユーザーの比じゃないですからねえ。もし流行ったりした日には、どっちが本家だか分からなくなっちゃうわけですよ。まあ、そもそも、本家とかユーザーにとっては関係ないですしね。面白い方、便利な方に指示が傾くのは間違いないわけで、Au に対応していなくて、ユーザー数で負けてしまったら、コミュニケーションを主題にしているコロニナにおいては絶対的な負けになってしまうのです。やっぱ、ご近所は多いほうがいいですよな?

40



というわけで、決意しました。

コロナをリメイクします!!

- 5 頑張ります。Auにも対応します。頑張ります。一から書き直して新機能や新要素もつけます。頑張ります。サーバも新設して負荷にも負けません!!

というわけで決意表明なblogです。作っている過程や悩み事相談などを書いていこうと思う予定です。みなさんよろしくー。

- 10 ほら最近の流行りも取り入れていい感じー、ってなもんですよ。なんか、もうやけたな。正直「自分を好きな人が突然ほかの人を好きになってヤキモキ」みたいな感じがかっこ悪いなあと。ま、コロナもそろそろ何とかしないとイケないなと思っていたのでちょうどいい機会か。Auのノウハウも欲しいし。できるだけ頑張るのでこっそり応援してください。途中で投げ出したときはこっそり罵ってもらえればと。あと、
- 15 こんなblog誰が読むんだろうという根本的な問題は目をつむって生きていくので、そこんところはよろしくー。

ああ、まず新しいサーバ買わないとなあ <orz』

(<http://colony.livedoor.biz/archives/12149764.html> より引用)

20

「コロニーな生活☆PLUS」(コロプラ)は、2005年5月1日よりサービスを開始した。サーバの配置場所は家賃2万5千円の学生向けアパートの一室である。ユーザーデータの引継ぎは行われずに、新たに新規入会手続きが必要であった。

- 25 サービス開始早々に不正コロニー(1人で複数のコロニーを所有してアイテム交換する)行為が頻発し、GMはその検索と抹消(コロニー落とし)の作業にも追われた。

5月21日にはさっそくWeb投げ銭システムが実装された。具体的はniftyが提供する@payと呼ばれるサービスであり、これを用いると、寄付を行う側は(受け取る側)に対して匿名でクレジットカードを用いて寄付ができる。ただし、仲介料として、投げ銭の15%が徴収される。

- 30 コロプラはGMの個人資産(サーバ)で開発、運営されていたが、すべてが彼1人で開発された訳ではない。特に、グラフィックデータは、多数の協力者によって開発された。例えば、2005年6月29付けのGMブログでは、『コロプラは私個人が運用するゲームコンテンツです。突然サービスが打ち切られたり、サポートが停止したりする可能性が十分に考えられます。この点にご理解いただけない方はご投稿をお控えください。』とお断りをした上で、以下のような内容でゲーム内フィールドの画像募集を行っている(以下の内容は当時の運用方法であり、現在の運用方法は異なる)。
- 35

『コロプラではゲーム内で使用されるフィールド画像を募集しております。我こそはと思われる絵師様は下記の募集要項をお読みになりご投稿いただければ幸いです。

40

■ 基本仕様



- ・ゲームフィールドは横 10x 縦 10 マスであり、座標画像を合わせると 11x11 マスとなる。
 - ・ファイル形式はは 255 色の png 画像。
 - ・パーツを組み合わせたときに、おかしくならないように。
- 5
- ・液晶の質が低い端末もあるので、中間色などがうまく再現できない可能性がある。出来るだけ原色に近いほうが良い。
 - ・QVGA 用と非 QVGA 用に、フィールドの一パーツは 10x10 ピクセル(非 QVGA 用)、20x20 ピクセル(QVGA 用)という大きさとする。唯一の例外として合体ビルは 20x20 ピクセル(非 QVGA 用)、40x40 ピクセル(QVGA 用)というように縦横に 2 倍の大きさのパーツとなる。
- 10

■ ゲームフィールド画像

- 木(w.png) : 酸素を生成できる。例えば樹木のようなイメージ。
貯水所(m.png) : 水分を生産できる。例えば湖のようなイメージ。
- 15
- 農場(f.png) : 食料を生産できる。例えば畑のようなイメージ。
ミサイル(y.png) : 隕石を打ち落とすことができる。まさしくミサイルのようなイメージ。
レーダー(r.png) : レーダー1 個に付きレーダーレベルが 1 上昇。まさしくレーダーのようなイメージ。
- 20
- 避石針(n.png) : ミサイルがなく隕石が落ちてくる場合、ここに落ちる。例えば避雷針とか磁石のようなイメージ。
テント(1.png)、家(2.png)、ビル(3.png)、合体ビル(4.png)。ビルが 2x2 集まると合体し、合体ビルとなる。通常のビルとくらべ 4 倍の面積を持つ。
大地(c.png) : 何もないテクスチャ。
- 25
- 空(a.png) : コロニーではないテクスチャ。空でも海でも。
アイテム場(i.png) : アイテムをセットする場所。例えば碑石のようなイメージ。

■ 座標画像

- 空白(s.png)
- 30
- フィールド左上
- 0(s0.png)
- 1(s1.png)
- 2(s2.png)
- 3(s3.png)
- 35
- 4(s4.png)
- 5(s5.png)
- 6(s6.png)
- 7(s7.png)
- 8(s8.png)
- 40
- 9(s9.png)
- A(sa.png)



B(sb. png)

C(sc. png)

D(sd. png)

E(se. png)

5 F(sf. png)

G(sg. png)

H(sh. png)

I(si. png)

J(sj. png)

10

■ リジェクトについて

採用基準は私の主観となります。下記のような場合は特にリジェクト(不採用)される可能性が高いのでご注意ください。

15 ・現在すでに存在しているテーマと絵柄/モチーフが酷似している。例えばパーツを文字で表現している。

・パーツの色違い。例えば、一つの絵柄があってその他すべてがその色違いなど。

・絵になっておらず、記号としか思えない場合。

・エロ系/グロ系/著作権系

20 一応このよう挙げて見ましたが、絵全体の雰囲気や書き込み具合などによってはこの限りではありません。また、上の基準に合致しない場合でもリジェクトする可能性があります。すいません、やっぱり私の主観となりますく orz』

25 コロプラへの相次ぐアクセスの増加によるサーバのダウンが頻発し、そのための対応に GM は日々対処することになった。その一方で、Au に加えて、ドコモの FOMA ケータイも対応機種に加わった。

GM はインタビューで当時の状況について以下のように述べている。

30 『この頃は、昼は IT ベンチャー企業で IT エンジニアとして働き、夜はひたすらコロプラ運営をしていました。

35 当時は、なかなか人にできない働き方をしていましたね。夜中に帰宅して、サポートメールやメンテナンスをする。大体 5 時ぐらいに寝て、8 時に起きて会社に行く。休日は少し寝て、あとはずっとコロプラを開発する。2008 年まではこんな調子で、「会社」と「コロプラ運営」両立の日々を送っていたのですが、コロプラが成長するにつれて、さすがにこの生活を維持できなくなりました。もしこのまま両立を続けようとしたら、会社に迷惑をかけてしまいます。』

(<http://jibun.atmarket.co.jp/ljibun01/rensai/leader02/04/01.html> より引用)

40 コロプラを止める、すなわち、サーバのスイッチを切ることを何度となく思ったことはあったが、GM にとって、コロプラはライフワークに近いものになっており、会社の方を辞めることを選択した。2008 年 4 月に GM は退職し、個人事業主となった。そ



してコロプラサービス開始 3 年目を迎える 2008 年 5 月の GW には、1 日のページビュー (PV) が 100 万を超える事態が生じた。負荷分散のための一層のサーバ環境整備に GM は追われることとなった。

5 ついに 2008 年 10 月 1 日に法人化し、株式会社コロプラが創立された。12 月 16 日にはエンジニアに限定することなく、広い分野の社員募集の意思が告知されたが特に問い合わせもなかった。年明けの 2009 年 1 月 6 日には、1 日の PV が 330 万 PV に達していた。2009 年 2 月 27 日にはアイテム等の「ドコモケータイ払い」が可能になった。3 月 9 日には会社サイト (<http://colopl.co.jp>) も公開し、合わせてエンジニアの募集も行った。そして 4 月からは、GM 以外のエンジニアが書いたコードもコロプラに実装されるようになった。

10 一方、コロプラのユーザー数が増えることへの対処として、利用規約の大きな改定も 2009 年 6 月 29 日に行った。それは以下の 2 点を禁止するというものである。

『許可を事前に得ていないオフ会 (企画) をコロプラ内で告知する行為』

『コロプラ内でイベントを開催してプラ・アイテム等を獲得する行為』

15 いわゆるオフ会をコロプラ側に無許可で行うことは禁止とされた。また、2 つ目の条項は、いわゆる賭博行為に見られる胴元の発現を未然に防ぐためのものである。

コロプラ側では、これまで自らの資産となるサーバの追加で負荷の増加に対応してきたが、2009 年 8 月 6 日、遂にデータセンターへのサーバ移行を行った。コロプラ創立 1 年目となる 2009 年 10 月 1 日の直前となる 9 月には、月間 6 億 4 千万 PV を超える

20 に至った。
そして 11 月 17 日には、『プラやアイテムの外部サイトでの取引を禁止』することもコロプラの利用規約に追加された。

お土産スポンサーの登場、コロカへの発展

25 2009 年 3 月 5 日付の GM ブログでは、コロプラに初のお土産スポンサーが誕生したことが報告された。

『皆様、コロプラに初めてのお土産スポンサーがつかまりました！

30 日光のおせんべい屋さん「株式会社石田屋」さんです。

石田屋 x コロプラ

35 今回、創業明治 40 年 (1907 年)、日光東照宮の「眠り猫」を彫った左甚五郎の名にちなんだ日光を代表する銘菓である、

「日光甚五郎煎餅」

をコロプラお土産として追加させていただきました！

40 日光甚五郎煎餅は、栃木県のたいていの家庭にこの缶 (可愛い猫のイラストが特徴です) が置いてあるほど有名で、世界遺産『日光の社寺』御用達です。』



(<http://colony.livedoor.biz/archives/51827993.html> より引用)

5 石田屋との協働（コラボ）に合わせて、コロプラを用いて石田屋（栃木県日光市本町 4-18）周辺でユーザーが位置登録すると、バーチャルな日光甚五郎煎餅をお土産アイテム（デジタルアイテム）として取得できるようにした。

コロプラサービス開始 4 周年に当たる 5 月 1 日に石田屋は日光の本店で買い物をしたお客の先着 1200 名対象に「コロプラ携帯クリーナー付きストラップ」をプレゼントした。これはコロプラ側の企画ではなく、石田屋側の企画であった。

10 2009 年 6 月 6 日、GM は「コロプラの思い」というタイトルで、コロプラ創業に至る気づきについて GM ブログに書き記している。

『コロプラの前身である「コロニーな生活」略してコロニナが始まってから 6 年が経ちました。作った当時は「こんなゲームがあったら面白いかもしれない」という単純な好奇心しか無かったと記憶しています。その後、コロニナを運用していく中で、

15

「お出かけが楽しくなった」
「出張が苦にならなくなった」
「生活に彩りが出た」

20 といった感想が多数寄せられました。
(もちろん、それと同数以上の各種お叱りも多数頂いております^^; こういった感想を頂けたからこそ、今までコロニナ・コロプラを続けて来れたことは間違いありません)

25 作った当時は全く考えていなかった「お出かけが楽しくなった」という効果。初めは「ほんとかなあ?」と思っていたのですが、それから 1 年後、2 年後も継続的に感想を頂いたことで確信に変わりました。

「コロニナはお出かけが楽しくなるんだ」

30 私は特にそうなのですが、あまり遠出や旅行には行きません。きっと行ったら行ったで絶対に楽しいのですが、なんというか「きっかけ」がないのですね。コロニナはこの「きっかけ」になり得るのではないかと。

そう言った確信を元に現在のコロプラを作ったのが 4 年前。

35 思いをもっと形にしたいと株式会社コロプラを創業したのが 8 ヶ月前。

「コロプラはお出かけのきっかけになりたい」

これがコロプラの原点なんです。

40 (あくまできっかけです。楽しさは移動した先で勝手に得られるはず)



ところが最近になってまた気づきました。移動した人だけではなく、その先の地域地方にも良い影響が出ることに。

5 最近の日本には元気がありません。色々原因は言われておりますが、特に地方に活気がないのが大きな要因だと地方出身の私は思っております。

コロプラは移動のきっかけにはなれるかもしれない。

じゃあ、その移動した先で何が起きるのか。

訪れた地域も元気になるのではないかな。

10

そんなことを最近常々思っております。そんな中で日光石田屋さんの話が持ち上がり、じゃあ一度試してみましよう、ということでリアルお土産である日光甚五郎煎餅を導入したのです。

15 結果、2ヶ月程度で1000人以上の方が石田屋さんまで訪れて頂き、そして訪れたユーザーの皆様からも「楽しかった」と言って頂きました。きっと日光全体にも良い影響があったのではないかと思います。

・コロプラはお出かけのきっかけ。

20

・お出かけた人は楽しい。

・お出かけた先も元気になる。

改めて思います。皆さんが作るコロプラは本当に良いものです。

25 最近、株式会社コロプラの目標を

●コロプラはお出かけのきっかけに。

●お出かけて地域に活力を。

●地域を元気にして日本を楽しく。

30

としています。6年前はなにもなかったのですが、日本全体に考えが至るまで成長できました。自分でもビックリです^^;;』

(<http://colony.livedoor.biz/archives/51874871.html> より引用)

35 上記の株式会社コロプラの3つの目標のためのアプローチとして、コロプラの新規サービスとなる「コロカ」とスポンサーお土産店を6月8日に公開した。

コロカはコロプラカードの略称である。ユーザーがコロプラと提携したスポンサーお土産店で商品を購入すると、一定の購入金額ごとにスポンサーお土産店オリジナルのプラスチック製カード(コロカ)を取得することができる。青いコロカは1,000円、
40 銀のコロカは2,000円、金のコロカは5,000円分である。コロカにはシリアルナンバ



一が印刷されており、コロプラにアクセスして入力することで、デジタルなお土産アイテムを取得することができる。

第1回のスポンサーお土産屋店は、佐賀県のしん窯、日光の石田屋、神奈川県伊勢原の茶加藤、石川県の宮本酒造店の4社である。

- 5 これらのスポンサーお土産店のデジタルアイテムは購入する前からコロプラ内でその詳細を確認し、実際に訪ねて購入する際に役立てることができる。

- コロプラは、スポンサーお土産店の名称をコロカ提携店と変えて、「旅費をかけてでも訪れるべき、日本の良いもの(日本の銘品)を提供している店舗」を選定条件として、その上限数を日本国内200店舗と定めた。日本の銘品はいわゆる定番品ではなく、
10 販売される店舗の雰囲気やその地方の特色も含めて評価される。その審査プロセスとして、コロプラの社員が実際に身分を明らかにすることなく(お忍びで)、コロプラ提携店候補を訪問して、さらに社員全員による試食・試飲の審査プロセスを経て毎月3~5店舗程度をコロカ提携店として認定し、その店舗名と新たな日本の銘品名を公開するという手順を実施することになった。

- 15 コロプラ側では日本の銘品のデジタルアイテムを用意するが、その対価としてコロカ提携店でコロカを配布する際の売上金額の数パーセントをコロプラ側の手数料として徴収する。コロカ提携店の中では、コロプラオリジナル商品を自社開発し、販売することで売上が伸びた店舗も登場した。

- 20 コロカとコロカ提携店舗(コロカ提携サービス開始)発表から2年3ヶ月後の2011年9月8日にコロカ提携店舗数115店舗を記録し、全国の都道府県すべてにおけるコロカ提携店舗の認定を達成(コロカ提携全国制覇)したことを発表している。

認証実験コロプラバスツアー、JR九州「コロプラ★乗り放題きっぷ」発売

- 25 2009年7月30日、GMブログで新しい企画が紹介された。じゃらんリサーチセンターからの提案にコロプラが賛同した試みであり、コロプラユーザー限定で羽田・福岡間を飛行機で移動する1泊2日の旅行を行うものである。名称はコロプラバスツアーであり、福岡着からはプロの旅行ガイドつきで福岡、長崎、佐賀を巡り九十九島クルーズや呼子朝市への参加、コロカ提携店である有田焼「しん窯」の工房見学や店舗訪問、
30 もちろんコロプラユーザー同士の交流会を含めた盛りだくさんのツアーである。価格も羽田・福岡間の往復航空券付きで44,800円に設定され、8月30日と9月12日の2回に渡って実施された。1回のツアーはバス2台に約60人が乗り込んで移動、約130名が参加した。参加者の男女比は半々であり、年代別構成比は30代が約半数、20代が約3割であった。また、1名の単独参加が全体の約3割を占めており、その次に多
35 いのが友達同士であり、第3位が(恐らく)独身同士のカップルであった。

参加者には、オリジナルのコロプラノート、コロプラストラップ、コロプラ缶バッジ、コロプラ2色ボールペンがプレゼントされ、これらも大好評であった。

- 40 この2回のバスツアーはコロプラとじゃらんリサーチセンターにとって、コロプラ会員に向けて提供する国内観光旅行案内サービスが実際に受け入れられるのかどうかを知るための認証実験でもあった。



この認証実験とは別にコロプラは JR 九州と交渉を進め、10月30日にタイアップ企画の共同発表を行った。コロプラは「九州一周塗りつぶし位置ゲーの旅」と名づけられたゲームサービスを提供し、JR九州は「コロプラ★乗り放題きっぷ」を期間限定で発売するものである。

- 5 九州一周塗りつぶし位置ゲーの旅は、指定された JR 九州の 50 駅を巡り、各駅で位置情報を送信すると九州の地図が塗りつぶされていくという「リアルとバーチャルが連動する旅のゲーム」である。塗りつぶし指定駅は以下の通りである。
- 【福岡】門司港、小倉、折尾、香椎、博多、久留米、大牟田、行橋、若松、西戸崎、新飯塚
 - 10 【佐賀】佐賀、鳥栖、肥前山口、肥前鹿島、有田、伊万里、西唐津
 - 【長崎】長崎、佐世保、諫早、ハウステンボス
 - 【大分】大分、中津、日田、豊後竹田、臼杵、佐伯、由布院、恵良
 - 【熊本】熊本、新八代、人吉、松橋、三角、肥後大津、阿蘇
 - 【宮崎】宮崎、宮崎空港、延岡、都城、日向市、飫肥
 - 15 【鹿児島】鹿児島中央、川内、隼人、吉松、指宿、枕崎、志布志

10月30日付の GM ブログでは、共同記者発表後の興奮さめやまないままの生々しいコメントで以下のように説明されている。

- 20 『さて、今月初めから話題にしておりました、JR九州様との企画なのですが、本日、情報告知解禁となりました。
先ほど九州現地での記者会見(大変緊張しました)が終了し、現在、博多からブログの更新を行っております。会見で発表になった情報とは……
JR九州が乗り放題となる「コロプラ★乗り放題きっぷ」が発売されます！
- 25 コロプラがきっぷの名前になりました！

コロプラ内アイテムのようなきっぷ名ですが、JRで発券されるリアルなきっぷです。特徴は、

- 30 1) 新幹線を含めた JR 九州の全線(魅惑の特急列車も)乗り放題です。
2) JR九州の駅のみどりの窓口で買えます。
3) コロカのみどりの窓口でもらえます。
4) 一枚から購入可能です。
5) 平日でも休日でも正月でもいつでも乗れます。

- 35 コンセプトは「本当に自由なきっぷ」です。制限があまりありません。こういったきっぷでは珍しい気がしています！
発売は11月2日から、使用期間は11月7日からです。
詳しくは特集ページ(7ボタン)にリンクを出しておりますので、ご確認いただければ
- 40 幸いです。



また、きっぷの発売と連動して、九州ぬりつぶしキャンペーンをコロプラ内で実施します。50の駅が地域として設定されており、駅周辺で位置登録をするとその地域の色が変わるといったぬりつぶし地図。様々な仕掛けをご用意しておりますので、キャンペーン開催の11月7日をどうぞお待ちしております。

5

これからは紅葉の季節です。魅惑の特急列車に揺られ、のんびり景色を堪能しつつ、九州を一周などいかかでしょうか？

10 なお、このキャンペーンは、「コロプラ★乗り放題きっぷ」の連動企画となりますため、通常開催しているイベントとは異なります。次回イベントは11月10日開始予定です。

コロプラきっぷ…… あまりの出来事に、発表を行った今も、現実感がありません。

15 コロプラは今後もお出かけのきっかけに。地域を盛り上げ、日本を元気にするための活動を続けて参ります！九州へおでかけの方、もちろん九州にお住まいの皆さまも、九州の移動には「コロプラ★乗り放題きっぷ」をよろしく願いいたします。』
(<http://colony.livedoor.biz/archives/51954638.html> より引用)

20 JR九州からは、有効期間や内容別に合計4種類の乗り放題きっぷが発売された。有効期間が2日間のきっぷは、北部九州(1万円)、南九州(1万6000円)、全九州(2万2000円)の3種類が用意された。全九州で有効期間が3日間のきっぷ(2万5,000円)も合わせて発売された。きっぷにはそれぞれ記念乗車カードとして「コロカ」が1枚付属し、ゲーム上のアイテム「ペイント」を入手できる。コロカはきっぷの乗車対象エリアに応じて3種類が用意されており、カード自体も3つを並べると九州新幹線「つばめ」の全車両がつながって見えるデザインになっている。両社の提携サービスは11月7日から2010年3月31日まで約4か月間実施された。

30 2009年12月末にコロプラはオリジナルのコロプラカレンダー2010を全国のコロカ提携店に配布開始した。コロプラカレンダーは、コロプラに登場するデジタルアイテムやキャラクターが登場する卓上月めくりカレンダーである。12月25日からコロカ提携店で2,000円以上の買い物の際にお客さまにプレゼントとして渡された。同時にJR九州のコロカ引き換え窓口でもコロカ1枚についてJR九州仕様コロプラカレンダー1枚の配布が行われた。

35 この「九州一周塗りつぶし位置ゲーの旅」には約67,000名が参加し、ゲーム内の九州エリアすべてを塗りつぶすことができた(コンプリートした)コロプラユーザーは約660名であった。

「コロ旅」ツアーの開始

40 コロプラバスツアーやコロプラ★乗り放題きっぷの成功を受けて、コロプラは2010年2月12日、JTBとじゃらんリサーチセンターとの業務提携による新形態ツアーである「コロ旅」ツアーの企画と「コロ旅」紹介ページ運営の開始を発表した。



第一弾の「コロ旅オフィシャルツアー」として、「おでんせ岩手！ぐるっと一周コロプラバスツアー」と「岐阜制覇！白川郷・飛騨高山・下呂温泉の旅」が案内された。

JTBは「おでんせ岩手！ぐるっと一周コロプラバスツアー」(東京駅発着)を2月15日に発売、電話予約を開始した。このツアーは、参加者が東北新幹線で岩手県一ノ関駅に向かい、ツアーバスに乗り換えて岩手県内を2日間で一周しながら適宜、位置情報を送信してコロプラ内の岩手県内各エリアを走破して白地図を塗りつぶし、完全制覇を目指していく。さらに岩手県内のコロカ提携店を訪問し、コロカを入手して「お土産」アイテムも増やすこともできる。コロ旅紹介ページでは、オフィシャルツアーだけではなく、数多くの特選ツアーを紹介、更新していくことになった。2010年6月からは、コロ旅日帰りツアーの広告も開始された。

また、5月20日から株式会社マツダレンタカーとの提携を開始し、コロ旅のページ内にマツダレンタカーのサービスが掲載されるようになった。5月27日からは、株式会社リクルート運営の国内総合宿泊予約サイト「じゃらんnet」との提携を開始した。コロ旅からじゃらんnetのサイトにリンクが張られ、宿泊プランの予約ができるようになった。

コロ旅開始の約1年後の2011年1月26日には、「県コロカ付」宿泊プランの提携宿泊施設が500施設に達した。コロプラユーザーは、都道府県コロカのシリアルナンバーを入力することで、ペイント(デジタルアイテム)をゲーム内で獲得できる。

2011年10月22日には、2012年5月にオープンする東京スカイツリーの展望台入場券つきツアーの販売をコロ旅のページで開始した。これは、浅草からの東武特急で行く、鬼怒川温泉のお宿をつけた1泊2日の専用ツアーであり、参加すると東京スカイツリーの入場券も入手することができる。東武トラベルが提供する「スカイツリーの入場券つきツアー」はこのプランのみであり、大変貴重なものとして注目を集めた。

25 東京メトロとのタイアップ「コロプラ☆専用一日乗車券」

2010年3月29日、東京メトロとコロプラは共同で、ニュースリリース「東京メトロとコロプラが東京を舞台にタイアップ！「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」を実施！ゲームと連動する「コロカ」デザインの1日乗車券を発売」を発表した。このタイアップの実施期間は4月17日(土)～10月16日(土)の6ヵ月間であり、コロプラにとっては首都圏の交通機関とタイアップする初めての試みである。

「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」はコロプラ内で行われるキャンペーンイベントであり、コロプラを利用して東京メトロの各駅で位置情報を登録すると各駅で異なる食材(デジタルアイテム)を取得できる。

東京メトロが販売する「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」専用の「コロプラ☆専用一日乗車券」はコロカの役割も兼ねており、印字されたシリアルナンバーを入力すると料理人キャラクターが呼び出され、食材(デジタルアイテム)を調理してできた江戸グルメ料理をゲーム内のキャラクターに食べさせることで、キャンペーンイベントを進行させることができる。コロプラ☆専用一日乗車券は710円(小児券なし)でキャンペーン期間中、東京メトロ定期券売り場(27駅)で販売され、カード式乗車



券として東京メトロ線全線で乗り降り自由で利用できる。もちろん、自動改札機も使用できる。

3月31日にはiPhoneに対応したコロプラのアプリケーション(iアプリ)も公開され、その翌日の4月1日からコロプラ☆一日乗車券の広告ポスターが東京メトロ各駅に貼られ、各路線の中吊り広告でも宣伝された。

コロプラ☆一日乗車券は2010年のゴールデンウィーク(GW)中、毎日1,000枚弱が「飛ぶように売れた」という。都内や神奈川、千葉、埼玉県の住民だけではなく、GWを利用して地方から上京して一日かけて東京メトロ18路線の各駅を巡り、携帯電話やiPhoneを用いて位置登録を繰り返すコロプラのユーザーたちも少なくなかった。

『4月から企画がスタートしていますが、専用1日乗車券の総販売枚数は約2万枚(5月12日現在)です。GW中は、初日2000枚からスタートして連日1000枚弱が売れるほど、大変な好調ぶりでした』(東京ウォーカーによる馬場功淳インタビュー記事を引用)



「コロカ」デザインの一日乗車券(イメージ)



専用台紙(イメージ)

(<http://www.tokyometro.jp/news/2010/2010-m09.html> より引用)

図表1 東京メトロ「コロプラ☆専用一日乗車券」



このキャンペーンの影響で、関東一円のローソンで4月28日に発売された「コロプラ公式ガイドブック」も品切れが続出した。ローソンでは、地方在庫などを循環させるためにロッピーお取り寄せとローソンネット販売を急ぎよ開始した。

- 5 8月2日には「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」キャンペーンとの連動商品として、「東京三步×コロプラ」オリジナルクッキーの発売を開始した。東京メトロの丸ノ内線・後樂園駅構内店舗であるメトロスでのみ販売され、1,000円買い上げる度にコロカ1枚を入手することができる。コロカのシリアルナンバーを入力すると、キャンペーン中の限定デジタルアイテムである「宇宙犬フィギュア」というアイテムを得ることができる。発売前から話題となり、初回販売分は初日で売り切れた。
- 10 この「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」キャンペーンには約20,000名が参加し、東京メトロの各駅を走破(コンプリート)したコロプロユーザーは、約5,200名であった。

「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」キャンペーン

- 15 2010年6月10日、コロプラとTwitterを連携する新規サービス、コロツイを発表した。コロプラとTwitterを連携することで、Twitterの機能であるツイートやフォローなどをコロプラユーザーが携帯電話で利用できる一方で、コロプラ上に自分の最新ツイートを表示させることもできる(公開、非公開の設定も可能である)。また、9
- 20 月4日からPCからコロプラへのログインと操作が可能になっている。
- 25 そして2010年7月20日より、コロプラと全国各地の公共交通機関とタイアップするキャンペーン「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」が開始した。実施期間は、7月20日から2011年6月30日までの約11ヵ月であり、その第1弾は、JR北海道とJR九州の2社とのタイアップキャンペーンである。第2弾は9月16日から、会津鉄道、秋田内陸縦貫鉄道、阿武隈急行、宇和島運輸フェリー、弘南鉄道、JR四国、津軽海峡フェリー、津軽鉄道十和田観光電鉄、土佐くろしお鉄道、名古屋鉄道、山形鉄道、由利高原鉄道の計13社(鉄道11社、フェリー2社)、第3弾が11月18日から、近畿日本鉄道、肥薩おれんじ鉄道、天草エアラインとの連携、第4弾は2011年1月14日から、青い森鉄道、伊豆急行、商船三井フェリー、フェリーさんふらわあとの連携である。第1弾から第4弾まで合計22社の交通事業者が参加した。
- 30 このキャンペーンの参加とその遊び方は、1. 位置登録して花の種を飛ばす、2. 花を育てて咲かせる、3. 駅でコロカ引換券付き専用乗車券(1日~3日間乗り放題切符)を購入して特定駅でコロカを入手後、シリアルナンバーを入力する、4. 各駅で位置登録して花(デジタルアイテム)の写真を撮影する、5. プレゼントをゲットする、である。
- 35 花の撮影が可能な駅は第1弾の場合、JR北海道は40駅、JR九州は50駅が設定された。



(http://colopl.co.jp/press/news/2010/0629_2.html より引用)

図表 2 「コロプラ☆北海道乗り放題パス」と「コロプラ☆乗り放題きっぷ」

第 1 弾の価格体系は以下の通りである (子供は半額となる)。第 2 弾、第 3 弾も同様に 1 日～3 日間乗り放題の乗車券が発売された。

- コロプラ☆北海道乗り放題パス【道央版】2 日間 (8,000 円)
- コロプラ☆北海道乗り放題パス【全道 2 日間】(17,000 円)
- コロプラ☆北海道乗り放題パス【全道 3 日間】(19,000 円)
- コロプラ☆乗り放題きっぷ【北部九州エリア版】2 日間 (10,000 円)
- コロプラ☆乗り放題きっぷ【南九州エリア版】2 日間 (16,000 円)
- コロプラ☆乗り放題きっぷ【全九州エリア版・2 日間】(22,000 円)
- コロプラ☆乗り放題きっぷ【全九州エリア版・3 日間】(25,000 円)

「日本縦断!花いっぱい位置ゲーの旅」は開始後 1 ヶ月間で 1,000 名以上のコロプラユーザーが北海道と九州で専用乗車券を購入した。このキャンペーンは当初は 6 月 30 日までの予定であったが好評であったためにキャンペーン期間を延長し、2011 年 9 月 30 日まで実施した。

「日本全国すぐれモノ市 -コロプラ物産展 2011-」開催

2011 年 3 月 11 日に発生した東北地方太平洋沖地震の被災地支援のために「日本を元気に! みんなで助けあい」をキャッチフレーズに、コロプラ側からコロプラユーザーに募金参加を呼びかけた結果、3 月 31 日の締切りまでに約 64,855 人から総額 40,023,500 円の募金が集まった。既に 3 月 14 日にはコロプラ(会社名)から別途 1,000 万円を寄付することにしており、合計 50,023,500 円を、日本赤十字社を通して寄付することを 4 月 1 日に発表し、4 月 6 日に遂行した。



コロプラ社内でコロカ提携店舗の参加による物産展を開催する機会を設けたいという話は以前からあったが、実現にまでは至らなかった。その後、いよいよ物産展を開催しようと準備を進めていた矢先に東北地方太平洋沖地震が起き、初めてとなる物産展の開催も中止せざるをえないかもしれない状況となった。しかし、ユーザーの後押しや、震災の影響で低迷した消費を少しでも回復させるきっかけを作りたいという思いから、なんとか実現させることを意思決定し開催に至ったのである。

5
10
まずは、関東一帯の電力確保が心配となる夏の前の時期となる2011年6月に実施することを定めて、その前の2カ月間(4月と5月)が準備期間となった。コロプラは東北地方、特に東日本大震災で甚大な被害を被った福島県、宮城県、岩手県内のコロプラ提携店の参加を重要視し、参加を呼びかけることにした。5月31日にコロプラ(会社)は以下の内容のプレスリリースを発表した。

『「日本全国すぐれモノ市 -コロプラ物産展 2011-」を開催 ~携帯コンテンツ業界初の物産展、日本の逸品が東急百貨店吉祥寺店に集合~』

15
株式会社コロプラ(代表取締役:馬場功淳、本社:東京都渋谷区、以下「コロプラ」)は、携帯位置情報ゲーム「コロニーな生活☆PLUS(通称:コロプラ)」と連動した日本の逸品カード「コロカ」の提携店舗を集めた物産展を、東急百貨店吉祥寺店(店長:村上正裕、武蔵野市吉祥寺本町)にて2011年6月9日から15日まで開催します。

20
本企画は、主なコンテンツを携帯電話上で提供するインターネット企業としては日本初の試みとなります。

25
コロカの提携店舗は、各県4~5店舗、全国200店舗を上限として、毎月数店舗ずつ、社員全員で行う試飲・試食等や匿名による現地訪問など、綿密なプロセスを経て厳選し提携しています。“旅費をかけてでも訪れるべき、日本の良いものを提供している店舗”を条件とし、いわゆる定番品ではなく、空気感も含めてその土地の良さが伝わってくる店舗を選定していった結果、来店・購買客数は月間2万人・一次需要創出額は月間1億2千万円を超えています。

30
今回、日本全国に点在して訪問が難しいコロカ提携店舗が一堂に会することで、より多くの皆様にコロカ選定商品の良さを存分に感じていただける企画といたしました。また購入者には本企画用の特別コロカを配布いたしますので、一般来場者様だけでなく既に店舗を訪問したコロプラユーザー様も楽しんでいただくことができます。

35
コロプラは、本企画を通じて、コロカ選定商品に代表される日本の良いものを感じていただくことで東日本大震災の復興の一助となれればと考えています。

実施概要

40
名称 日本全国すぐれモノ市 -コロプラ物産展 2011-
期間 2011年6月9日(木)~15日(水) 10:00~20:00 ※最終日のみ16:00閉場



場所 東急百貨店 吉祥寺店 8F 催事場

【本企画用 特別コロカをプレゼント】

普段なかなか訪れることができない店舗でのお買い物がより一層楽しめるよう、「すぐれモノセット 2011[緑]」「すぐれモノセット 2011[黄]」「すぐれモノセット 2011[赤]」という3種類の特別コロカを用意しています。一店舗あたり2,000円ごとのお買い物につき一枚、それぞれの店舗であらかじめ決められたカードをプレゼントします。3種類すべてのコロカをそろえると一枚の絵になるようにデザインしてあるため、いろいろな店舗でお買い物が楽しめます。

5
10 また、それぞれの特別コロカには、そのカードをもらえる店舗の商品がイラストで描かれているため、お買い物後も、どこに何が描かれているかを探す楽しみがあります。

【特別コロカを入手することでのゲームメリット】

特別コロカの裏面にはシリアルナンバーが記載されています。「コロニーな生活☆ PLUS」内にてそのナンバーを入力すると、それぞれ「すぐれモノセット 2011[緑]」、「すぐれモノセット 2011[黄]」、「すぐれモノセット 2011[赤]」が手に入ります。すべてハイパーチャージャーと同じ効果として使用することができますが、3種すべての「すぐれモノ」セットを集めると、「すぐれモノなペイント」に合成することができます。

20 **【コラボ商品も限定販売】**

実際に店舗に訪れないと購入することができない、コロプラと出展店舗によるコラボ商品も、今回は数量限定で販売します。中には、今回の物産展から発売する新商品も用意しています。

25 **【出展する提携店と商品一覧】**

全国のコロカ提携店 101 店舗 (2011年5月現在) 中、40 店舗が出展する予定

【コロプラな企画が目白押し】

会場での出展商品販売以外にも、コロプラとして様々な企画を準備しています。

30

【コロニーな生活☆PLUS 公式ガイドブックの販売】

会場での購入者には、携帯電話に貼付できるサイズのロゴ入りステッカーをプレゼント。数量限定販売で、GMサイン入り「公式ガイドブック 2011」を販売。また、2010年版と2011年版の公式ガイドブックをセットで購入した方には、特別ギフトも用意しています。

35

【コロ旅での提携宿泊施設でのキャンペーン】

吉祥寺東急インが、5/30(月)から新たに「コロ宿」県コロカ付宿泊プランで新登場。提携開始を記念して、6月の宿泊をされた方には、東急百貨店吉祥寺店でしか販売していないオリジナル銘菓「井の頭煎餅」を1枚プレゼント。

40



【その他】

本物産展初日に初めて披露する新商品の展示なども予定しています。』

(<http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011053101.php> より引用。一部削除)



5 (http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011053101.php より引用)

図表 3 「日本全国すぐれモノ市 -コロプラ物産展 2011-」 特別コロカ

10 特設会場となった東急百貨店吉祥寺店は、JR 吉祥寺駅から徒歩 3 分程度のアクセスの
の良い場所にある。6 月 9 日(木曜日)の東急百貨店吉祥寺店開店前には、前日から
並ぶ徹夜組が約 50 人、当日朝も約 300 人が行列を成し、コロプラ物産展 2011 の開場
を待っていた。開場予定時間を 15 分早めて、9 時 45 分に開場することになった。開
場後も午前中は 500 人位の行列ができたために、昼過ぎまで入場制限を行った程である。

15 催事会場を提供した東急百貨店吉祥寺店でこれまで最も人気のある催事は、北海道
物産展であった。今回のコロプラ物産展は、平日にもかかわらず北海道物産展の土・
日曜日以上の賑わいぶりであり、催事者側にとっても「想定外の人出」であった。

コロプラユーザーにとっては、多大な時間と交通費をかけて日本各地を旅して得る
ことができるコロカ提携店 40 店の商品とオリジナルコロカを一度にまとめて購入で
きる、さらに物産展限定のコラボ商品を購入できるまたとない機会でもある。

20 物産展初日には、初夏の暑い中、開店を待つユーザーに配慮し、社長の馬場をはじ
めとするコロプラの社員が総出でペットボトルの水を配布することになった。コロプ
ラ側は入場者の先着 100 人にオリジナルノートを配布する予定であったが、開場直後
にノートは品切れとなる盛況ぶりとなった。また、開催期間中はコロプラステッカー
5,000 枚を用意して、来場者に配布した。

25 特に、富山県の和菓子店「引網香月堂」は、コロプラのメインキャラクターである
クマを似せた上生菓子が桐箱に入った「コラボ上生入り 銘菓セット」(1,500 円)を販
売し、開場と同時に購入の行列ができた。また、有田焼の窯元「しん窯青花」(佐賀県)



は、デジタルアイテムの鯛の形状を似せた、5色の有田焼の箸置き(5個セット 3150円)を販売し、人気を集めた。

コロプラの広報担当は、6月9日当日の取材で以下のように答えている。

- 『初日は1,500~2,000人くらい来ていただければ大成功と思っていたのですが、3000人くらいの来場者になりそうです。開場3時間で(売上は)500万円を超えていました。午前中、売り場が狭くてご迷惑をおかけしたので、明日以降は売り場を拡大し、土日はレジも増やして対応予定です』

- コロプラ物産展の特設会場の入口には、会場内のお店マップが置かれており、マップを見ると、2,000円購入ごとに配布される物産展の特製コロカ(緑、黄、赤)を入手できるお店が一目でわかるようになっている。この特製コロカ(緑、黄、赤)は、それぞれ7,000枚用意された。物産展内の商品購入後、レシートと特製コロカを引き換えることができる。このための特別コロカ引き換え所にも行列ができた。多くの来場客は、特別コロカ3種類をすべて獲得するために6,000円以上の買い物をする事になった。客層は成人である老若男女の全ての層が集まっていた。

- 各店舗のコーナーの店員は積極的に入場者に声をかけ、来場客は試飲や試食を楽しみ、大変な賑わいとなった。実際の店舗にも訪問することをコロカ提携店舗の店員に約束する人たちも少なくなかった。開催初日から開場2時間も経たないうちに、売り切れとなる店舗が続出した。

- 物産展初日の動員数はのべ5,000人以上であり、東急百貨店で開催された物産展の動員数としては記録的な数字であった。この大盛況ぶりに東急百貨店の会長が視察に来た程である。2日目からは東急百貨店側も売り場の拡大、行列の整理やレジの増加等の改善をして対応することになった。

- 6月15日までの7日間開催されたコロプラ物産展2011の総来場者数は約4万人に達し、55坪の売り場で約7,000万円を売上げた。特設会場を提供した東急百貨店吉祥寺店の同規模の催事場としては、開店以来最高の売上を記録した。

- 2010年5月末時点でのコロプラユーザー数は194万人であり、約2%のユーザーがコロプラ物産展でコロカ提携店の商品を購入するために、わざわざ吉祥寺まで足を運び、来場したことになる。

30 「コロプラ Beach2011 in 由比ガ浜」開催

- 2011年7月8日、神奈川県湘南の由比ガ浜で「コロプラ Beach2011 in 由比ガ浜」を開催することを発表した。コロプラ側では、海水浴やお祭りなどでコロカを使った季節限定イベント開催の候補地を探していた。特に由比ガ浜に多数配置されている海の家は通常のレストラン並みに充実した食事メニューが用意されており、海で泳がなくても十分楽しむことができる場所になっており、「遠方からでも足を運んでいただきたい場所」というコロカのコンセプトに合致すると評価して開催を決定したのである。

- 2011年7月16日(土)から8月31日までの期間中、由比ガ浜茶亭組合に所属する海の家(15店舗)での「コロプラ Beach 飲食メニュー」の注文や、海の家1日利用券(1,500



円)を購入することで、限定の特別コロカを入手して、シリアルナンバーを入力するとデジタルアイテム「由比ガ浜なペイント」を利用することができるようになる。



(<http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011070801.php> より引用)

図表 4 「コロプラ Beach 2011 in 由比ガ浜」特別コロカ

コロプラのプレスリリースには、以下のような鎌倉市長 松尾崇と由比ガ浜茶亭組合組合長 増田元秀のコメントが掲載された。

『このたびは、本市の由比ガ浜海水浴場の海の家と、位置情報を活用したゲームサービスで知られるコロプラ社が提携され、全国に先駆けた取り組みをされますことを大変喜ばしく思います。全国の皆様に由比ガ浜海水浴場と鎌倉の魅力を発信し、より多くの海水浴のお客様をお迎えできることを期待しております』(神奈川県鎌倉市市長 松尾崇)

『確固たる理念にもとづき、初めての試みでもチャレンジしていくコロプラの考えに感銘し、今回の企画をお願いしました。由比ガ浜海の家は、海辺レストランのような空間・建物デザインだけでなく、ご提供する飲食にも力を注いでいます。昼間だけでなく、夜 22 時まで営業の海辺ディナーもこの機会に知って頂きたいです』(由比ガ浜茶亭組合組合長 増田元秀)

コロプラ側は開催初日となる 7 月 16 日、由比ガ浜の海の家「LOVE & PEACE」への先着 100 名に整理券を配布し、整理券と引き換えにコロプラノートを配布した。

2011 年の夏季行楽シーズンは東日本大震災の影響で特に関東地方の海水浴場の客足が大幅に減少したが、由比ガ浜は前年(2010 年)並みの来場者数(約 70 万人)を確保したことが発表されている。

「プロ野球!コロプラシリーズ」開催



2011 年 7 月 19 日、コロプラ（会社）側は、コロプラユーザー数が 200 万人を超えたことを発表した。このユーザー数は、登録済みユーザー数から退会済みユーザー数を引いた数字である。2010 年 4 月にコロプラユーザー数が 100 万人を超えてから 1 年と 3 カ月間で、ユーザー数が倍増したことになる。その 8 日後となる 7 月 27 日に、これまでコロプラという略称で呼ばれていた「コロニーな生活☆PLUS」の名称を単に「コロニーな生活」、位置情報ゲームのプラットフォームの名称であった「コロプラ+」を単に「コロプラ」と、公式に名称変更することを発表した。以降、従来のゲームであるコロプラは、コロニーな生活と呼ばれるようになった。

そして 2011 年 8 月 2 日には、コロニーな生活では初の試みとなるスポーツイベント「プロ野球！コロプラシリーズ」の開幕が発表された。これは、コロプラと東京ヤクルトスワローズによるコラボ企画であり、東京ヤクルトスワローズが明治神宮球場で主催するプロ野球セ・リーグ公式戦の対象試合（ナイター）観戦用特別コロカ付きチケット（巨人・阪神戦 3,300 円、横浜・広島戦 2,800 円）を販売するという試みである。座席の指定ができない内野 B 指定席（1 塁側・3 塁側）が用意された。毎試合は 18 時開始であり、スケジュールは以下の通りである。

- 9/2(金)～4(日) 東京ヤクルトスワローズ vs. 読売ジャイアンツ
- 9/9(金)～11(日) 東京ヤクルトスワローズ vs. 阪神タイガース
- 9/17(土)～19(月祝) 東京ヤクルトスワローズ vs. 横浜ベイスターズ
- 9/21(水) 東京ヤクルトスワローズ vs. 広島東洋カープ (台風のために中止となり、10 月 25 日に変更された)
- 9/27(火)～29(木) 東京ヤクルトスワローズ vs. 阪神タイガース
- 10/7(金)～9(日) 東京ヤクルトスワローズ vs. 広島東洋カープ
- 10/14(金) 東京ヤクルトスワローズ vs. 阪神タイガース



(<http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011070801.php>
<http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011092601.php> より引用)

図表 5 プロ野球コロカ[神宮] [K スタ宮城]



この特別コロカ、プロ野球コロカ[神宮]のシリアルナンバーを「コロニーな生活」に入力すると、デジタルアイテム「神宮なドリンク」を入手できる。さらに「神宮なドリンク」を3つ集めると、「プロ野球なペイント [神宮]」を合成することができる。

この新しいイベントの試みは大いに反響を呼び、急遽、東北楽天ゴールデンイーグルスとの共同企画となる「プロ野球！コロプラシリーズ in 宮城」を開幕することが、9月26日に発表された。コロプラシリーズ第2弾は、仙台の日本製紙クリネックススタジアム宮城（Kスタ宮城）で行われる東北楽天ゴールデンイーグルス主催のプロ野球パ・リーグ公式戦（2011年10月7日から10月10日までの東北楽天ゴールデンイーグルス対千葉ロッテマリーンズの4試合）で特別コロカ付き観戦チケット（内野指定席1塁側B）を販売するものである。価格は10月7日（金）対象では大人3,100円と子供2,000円、他の3日間においては各日、大人3,500円と子供2,100円である。

約2か月間に渡り、「プロ野球！コロプラシリーズ」と銘打った限定コロカ付きチケット販売の結果、東京スワローズの全17試合で約2,000枚のチケットを販売することができた。

15

東北応援スタンプラリーキャンペーン

コロプラは2011年10月25日、東日本大震災からの復興支援を目的にした「東北応援スタンプラリーキャンペーン」を発表した。これは、福島県、宮城県、岩手県を対象エリアとして、3県下のコロカ提携店舗とコロ旅提携の宿泊設備（コロ宿）に加えて、交通機関（鉄道、バス、レンタカー会社）とも連携した東北・東日本の観光支援キャンペーンであり、11月1日から2012年3月31日まで、以下の3回に分けて実施するものである（当初、福島県は2012年1月31日まで、宮城県は2月29日までであったが、2012年1月20日に3月31日までに延長された）。

25

- 第1回：福島県 2011年11月1日（火）～2012年3月31日（土）
- 第2回：宮城県 2011年12月1日（木）～2012年3月31日（土）
- 第3回：岩手県 2012年1月10日（火）～2012年3月31日（土）

各回で対象となる県内の対象店でスタンプラリーを開催する。2,000円以上の購入や利用する度に、スタンプカードおよびスタンプ1つが付与される。スタンプ欄にはお土産、コロ宿、乗り物の3種類があり、お土産欄はコロカ提携店舗が押印、コロ宿欄は宿泊施設（コロ旅ツアーも対象）が押印、乗り物欄は、鉄道会社、マツダレンタカー、ウィラートラベルが押印する。スタンプ欄が3つたまった参加者は、新たに東北応援コロカ1枚を入手することができる。東北応援コロカのシリアルナンバーを「コロニーな生活」に入力すると「東北応援なペイント（福島・宮城・岩手の3タイプ）」（デジタルアイテム）も利用できる。また、東北応援コロカを3枚集めて、それらのシリアルナンバーを入力すると、「コロニーな生活」内で「東北サポーター」の称号が付与される。さらに、3県の東北応援コロカをそれぞれ1枚ずつ集めてシリアルナンバーを入力した場合には「東北応援団長」の称号が付与される。

40



15 (http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011102501.php より引用)

図表6 東北応援コロカ[福島][宮城][岩手]

コロプラは、このキャンペーンのプレスリリースを発表する際に以下のような観光庁長官 溝畑宏の応援メッセージを掲載している。

20

『観光庁長官 溝畑宏氏からの応援メッセージ

東北・東日本の観光を支援する「東北応援スタンプラリーキャンペーン」
コロプラ様の熱く真剣な取組を心より応援しています！

25 観光庁長官 溝畑 宏です。東北・東日本の観光を支援する目的で実施される、この度の「東北応援スタンプラリーキャンペーン」につきましては、深く感謝すると共に、心からの敬意を表します。

30 今、我が国は、大地震により未曾有の危機に晒されています。この状況を乗り越えるためには、オールジャパンの協力体制が必要です。復旧作業や医療活動など、直接的な被災者への支援はもちろんですが、各地域から「日本の元気」を積極的に発信し、被災地及び日本全体を活性化させることは、風評被害を打ち破ることに繋がり、復興の大きな助けとなります。そして、実際に被災地に足を運ぶということは、地域住民との交流も生まれ、何よりの支援になるのです。その点で本取組は、正に時機を得たものだと言えるでしょう。

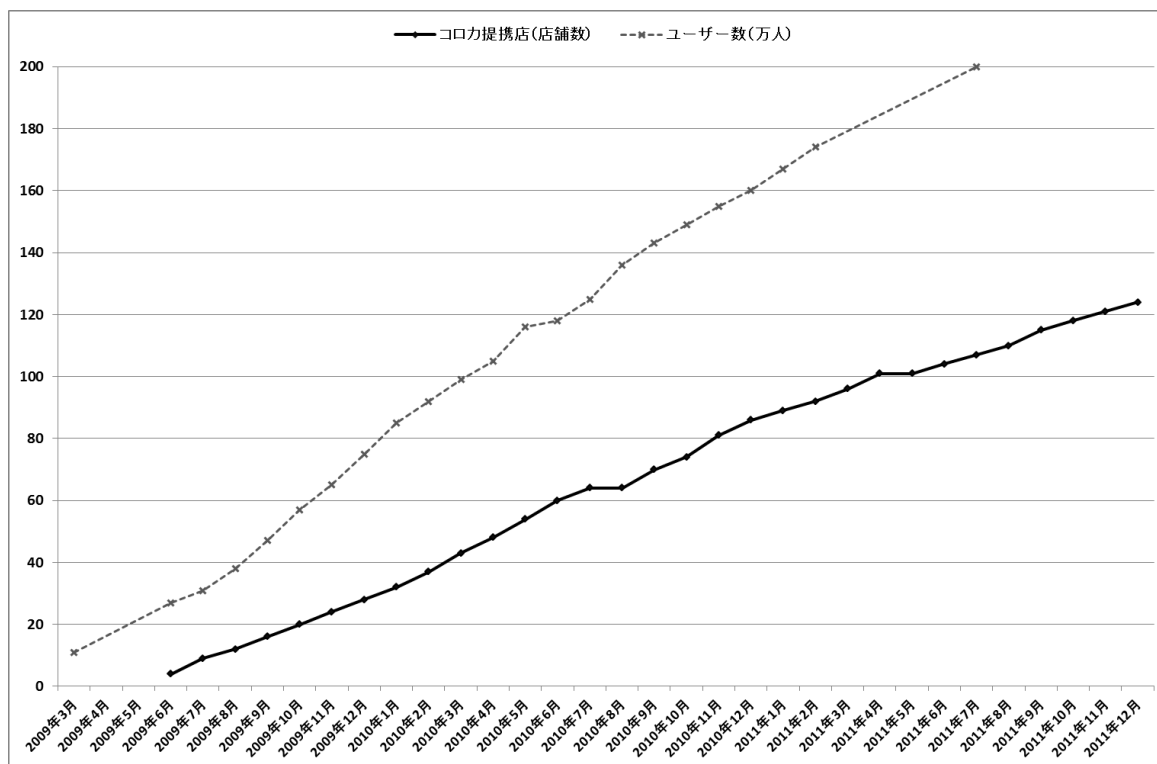
35

是非とも、本取組にて東北を「笑顔」で一杯にして下さい。笑顔は明日の「元気」に繋がります。今の日本に必要な「元気」を、大人から子供まで全員で日本全国にと強く発信して下さい。

40 地域を想うコロプラ様の取組を心から応援しています！！』



コロプラ 2011 年の O2O 活動の成果発表



図表 7 コロニーな生活ユーザー数、コロカ提携店舗数の推移

5

図表 7 は、コロニーな生活のユーザー数とコロカ提携店舗数の変化をグラフ表示したものである。ユーザー数は法人化以降、ほぼ 1 年間で 100 万人ずつ増加している。コロカ提携店は、2010 年の 88 店舗から 2011 年の 124 店舗に、新たに 38 店舗が追加(選定)された。特に 2011 年は、全都道府県内のコロカ提携店舗の選定を達成し、コロプラ側の発表によると、月間 1.3 億円の一次需要を創出している。一方、コロプラはコロカ提携店舗数の上限を 200 店とすることを当初から宣言しており、2 年後の 2013 年内には、その上限数に達すると予測される。

10

コロプラは 2011 年 12 月 26 日、自社の提携事業における諸活動を「インターネットを通じて実店舗などでの購買に影響を及ぼすような活動」として、O2O (Online to Offline) 活動と総称し、その総括をプレスリリースとして発表した。コロプラは、コロニーな生活を含んだ、コロプラが提供するコンテンツサービスの総登録会員数が 2011 年 12 月に 250 万人に達している。コロプラがプレスリリースで特に取り上げた 2011 年における O2O 事業は、以下の通りである。

15

- ・コロプラ Beach 2012 in 由比ガ浜
- ・プロ野球!コロプラシリーズ
- ・日本全国すぐれモノ市 -コロプラ物産展 2011-
- ・東北応援スタンプラリー

20



- ・コロカ事業
- ・コロ旅（宿泊）事業

5 2011 年のコロ旅（宿泊）事業では、県コロカ付宿泊プランが 461 施設（2010 年）から 870 施設に増加し、宿泊動員数も 2010 年に比べて約 3 倍の増加を記録している。

コロプラは、上記した O2O 事業の取り組みについて、『コロプラは、本事業を通じて、今後も日本を元気にする一助になればと考えています。』と結んでいる。

10 （注）本ケースは、公開資料に基づいて作成された。本ケースの内容確認に応じていただいた株式会社コロプラ 経営企画部広報担当 斉藤久良良様に感謝致します。しかし、万一、記述に事実と異なる部分がある場合の責任は筆者にある。本ケースの時点は、2011 年 12 月末までである。



資料1 「コロニーな生活 (旧名:コロニーな生活☆PLUS)」年表(2003~2011)」

西暦	日付	出来事
2003	5 月	馬場功淳が個人運営による DDI ポケット AirH ^o Phone 専用ゲームコンテンツとして「コロニーな生活」(コロニナ) サービス、コロニナの運用状況や開発経緯を通知する GM ブログを開始する。
	12 月 1 日	ケイ・ラボラトリーとホットスポットの共同運営による「コロニーな生活 II」サービスの開始が発表される。
2004	5 月 14 日	「コロニーな生活 II」をウェブブラウザ Opera 搭載の携帯電話 AH-K3001V 向けにリニューアルし、Java スクリプト・スタイルシート (CSS) を導入した国内初のケータイゲームとしてサービス提供をする。
2005	1 月 11 日	個人運営してきたコロニナをリメイクし、個人運営を続ける決意を GM ブログで表明する。
	5 月 1 日	「コロニーな生活☆PLUS」(コロプラ) サービスを開始し、コロニナユーザーに新規入会手続きを求める。
	5 月 21 日	nifty が提供する@pay サービスを用いた Web 投げ銭システムを実装し、運用開始する。
	6 月 29 日	GM ブログを通じて、コロプラ用フィールドの画像募集を行う。
2008	4 月	GM (馬場功淳) がコロプラ運営を優先するために退職し、個人事業主となる。
	5 月 1 日	コロプラサービス開始 3 年目に 1 日のページビュー (PV) が 100 万 PV を超える。負荷分散のためのサーバ環境整備の対応が一層厳しくなる。
	10 月 1 日	コロプラの個人事業主から法人化し、株式会社コロプラを創立する。
	12 月 16 日	GM ブログを通じて、エンジニアに限定せず、広い分野の社員募集の意思を告知したが、特に問い合わせもなかった。
2009	1 月 6 日	コロプラの 1 日の PV が 330 万 PV に達する。
	2 月 27 日	アイテム等の「ドコモケータイ払い」が可能となる。
	3 月 5 日	GM ブログで日光のおせんべい屋「株式会社石田屋」がコロプラ初のお土産スポンサーとなり、お土産アイテム「日光甚五郎煎餅」がゲームに追加したことを報告する。
	3 月 9 日	会社サイト (http://colopl.co.jp) も公開、合わせてエンジニアの募集も行う。
	4 月	GM 以外のエンジニアが書いたコードもコロプラに実装される。
	5 月 1 日	コロプラサービス開始 4 周年に当たり、石田屋が日光本店の先着 1200 名の買い物客に「コロプラ携帯クリーナー付きストラップ」を配布する。GM ブログで (株) コロプラの目標を、「コロプラはお出かけのきっかけに。お出かけして地域に活力を。地域を元気にして日本を楽しく。」と明文化したことを報告する。
	6 月 6 日	新規サービスであるコロプラカード (コロカ) とスポンサーお土産店 (コロカ提携店) 4 店 (佐賀県のしん窯、日光の石田屋、神奈川県伊勢原の茶加藤、石川県の宮本酒造店) を公開する。
	6 月 8 日	コロプラ利用規約の改定を行い、許可を事前に得ていないオフ会 (企画) をコロプラ内で告知する行為、コロプラ内でイベントを開催してプラ・アイテム等を獲得する行為を禁止する。
	6 月 9 日	コロプラ利用規約の改定を行い、許可を事前に得ていないオフ会 (企画) をコロプラ内で告知する行為、コロプラ内でイベントを開催してプラ・アイテム等を獲得する行為を禁止する。
	7 月 30 日	GM ブログでコロプラバスツアーの試みが告知され、参加者を募集する。
	8 月 6 日	データセンターへのサーバ移行を行う。
	8 月 30 日	コロプラバスツアー (羽田から福岡 1 泊 2 日) 実施する。第 1 回が 8 月 30 日、第 2 回が 9 月 12 日。それぞれ約 120 人が参加する。
9 月 12 日	コロプラバスツアー (羽田から福岡 1 泊 2 日) 実施する。第 1 回が 8 月 30 日、第 2 回が 9 月 12 日。それぞれ約 120 人が参加する。	
9 月 30 日	コロプラ創立 1 年目の直前に、月間 6 億 4 千万 PV を超えるに至る。	



2009	10 月 30 日	コロプラと JR 九州はタイアップ企画の共同発表を行う。コロプラはゲームサービス「九州一周塗りつぶし位置ゲーの旅」を提供、JR 九州は「コロプラ★乗り放題きっぷ」を期間限定で発売する。
	11 月 7 日	上記両社の提携サービスを開始する。2010 年 3 月 31 日まで実施する。
	11 月 17 日	コロプラの利用規約を改定し、プラやアイテムの外部サイトでの取引を禁止する。
	12 月 25 日	全国のコロカ提携店で 2,000 円以上の買い物客対象にオリジナルのコロプラカレンダー2010 を配布する。
2010	2 月 12 日	JTB とじゃらんリサーチセンターとの業務提携による新形態ツアー「コロ旅」ツアーの企画、「コロ旅」紹介ページ運営開始を発表する。
	3 月 29 日	共同ニュースリリース「東京メトロとコロプラが東京を舞台にタイアップ！「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」を実施！ ゲームと連動する「コロカ」デザインの 1 日乗車券を発売」を発表する。
	3 月 31 日	iPhone 対応のコロプラのアプリケーション (i アプリ) を公開する。
	4 月 1 日	コロプラ☆一日乗車券の広告ポスターが東京メトロ各駅に貼られる。
	4 月 17 日	東京メトロの「コロプラ☆専用一日乗車券」発売する。10 月 16 日まで。
	4 月 28 日	関東一円のローソンで「コロプラ公式ガイドブック」を発売する。
	5 月 19 日	「宮崎県口蹄疫被害義援金」に 100 万円を寄付する。
	5 月 20 日	株式会社マツダレンタカーとの提携を開始し、コロ旅のページ内にマツダレンタカーのサービスが掲載される。
	5 月 27 日	リクルート運営の国内総合宿泊予約サイト「じゃらん net」との提携を開始する。コロ旅からじゃらん net の宿泊プランの予約が可能となる。
	6 月 10 日	コロプラと Twitter を連携する新規サービスのコロツイを発表する。
	7 月 20 日	コロプラと全国の公共交通機関のタイアップキャンペーン「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」第 1 弾 (JR 北海道と JR 九州) を開始する。
	8 月 2 日	「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」キャンペーン連動商品「東京三步×コロプラ」オリジナルクッキーを丸の内線後楽園駅構内店メトロスでのみ発売する。
	8 月 20 日	Android 対応コロプラ (アプリ) を公開する。
9 月 4 日	PC 上のウェブブラウザからコロプラへのログインと操作が可能になる。	
9 月 16 日	会津鉄道、秋田内陸縦貫鉄道、阿武隈急行、宇和島運輸フェリー、弘南鉄道、JR 四国、津軽海峡フェリー、津軽鉄道十和田観光電鉄、土佐くろしお鉄道、名古屋鉄道、山形鉄道、由利高原鉄道の計 13 社 (鉄道 11 社、フェリー 2 社) と「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」第 2 弾を開始する。	
10 月 28 日	奄美大島義援金「日本赤十字社鹿児島県支部」に 100 万円を寄付する。	
11 月 18 日	近畿日本鉄道、肥薩おれんじ鉄道、天草エアラインとの連携による「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」第 3 弾を開始する。	
2011	1 月 14 日	青い森鉄道、伊豆急行、商船三井フェリー、フェリーさんふらわあとの連携による「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」第 4 弾を開始する。
	3 月 11 日	東北地方太平洋沖地震が発生する。
	3 月 14 日	(株)コロプラが東北地方太平洋沖地震被災地支援を目的に 1,000 万円寄付することを発表する。
	4 月 1 日	3 月末までにコロプラユーザーに募金参加を呼びかけた結果、3 月末までに約 64,855 人から総額 40,023,500 円の募金が集まったことを報告。
	4 月 6 日	日本赤十字社を通して総額合計 50,023,500 円を東北地方太平洋沖地震被災地支援のために寄付する。
5 月 31 日	「日本全国すぐれモノ市 -コロプラ物産展 2011-」を東急百貨店吉祥寺店で 6 月 9 日から 15 日まで開催することを発表する。	



2011	6月9日	コロプラ物産展初日の動員数はのべ5,000人以上であり、東急百貨店で開催された物産展としては、記録的な動員数を記録する。
	6月21日	コロプラ物産展2011(7日間)の総来場者数が約40,000人、売上合計が約7,000万円であり、東急百貨店吉祥寺店の同規模売り場面積の売上記録を更新したことを発表する。
	7月8日	神奈川県湘南の由比ガ浜で7月16日から8月31日までの間に「コロプラ Beach2011 in 由比ガ浜」を開催することを発表する。
	7月19日	コロプラユーザー数が200万人を超えたことを発表する。
	7月27日	「コロニーな生活☆PLUS」の名称を「コロニーな生活」、位置情報ゲームのプラットフォームの名称であった「コロプラ+」を単に「コロプラ」と名称変更することを発表する。
	8月1日	コロプラと東京ヤクルトスワローズの共同企画である「プロ野球!コロプラシリーズ」の開幕を発表する。
	9月8日	2年3ヶ月間をかけてコロカ提携店舗数115店舗を記録し、全国都道府県内コロカ提携店舗認定を達成(コロカ提携全国制覇)したことを発表する。
	9月26日	コロプラと東北楽天ゴールデンイーグルスの共同企画である「プロ野球!コロプラシリーズ in 宮城」の開幕を発表する。
	10月11日	紀伊半島水害に対して日本赤十字社を通じて奈良県、和歌山県、三重県の3県に100万円を寄付する。
	10月25日	東日本大震災からの復興支援を目的にした「東北応援スタンプラリーキャンペーン」(11月1日から2012年3月31日まで)開催を発表する。
	12月26日	2011年のO2O(Online to Offline)活動結果を総括し、コロプラが国内最大級のO2O事業者へ成長したことを発表する。



参考文献および参照サイト

- 太田亮三、「コロプラと JR 九州が「位置ゲー」でコラボ、乗り放題きっぷも」、ケータイ Watch、
5 2009 年 10 月 30 日。 http://k-tai.impress.co.jp/docs/news/20091030_325557.html
神奈川県庁保健福祉局生活衛生部環境衛生課、「平成 23 年度 神奈川県海水浴場利用者数」、
2011 年 10 月 4 日。 <http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f6464/p381357.html>
株式会社ホットポット、株式会社ケイ・ラボラトリー「ニュースリリース 育成シミュレーションゲーム『コロニーな生活 II』サービス提供開始」、2003 年 12 月 1 日。
10 <http://www.klab.jp/press/2003/031201.html>
近畿日本鉄道株式会社、「近鉄とコロプラがタイアップ！～関西初、キャンペーン「日本縦断！花いっぱい位置ゲーの旅」に 11 月 18 日から参加～「コロプラ☆近鉄乗り放題きっぷ」を発売」、2010 年 10 月 28 日。 <http://www.kintetsu.jp/news/files/koropurakippu20101028.pdf>
コロプラ、「位置ゲーのコロプラ、東北応援スタンプラリーキャンペーンを開始～溝畑宏観光
15 庁長官も応援！みんなで地域に活力をプロジェクト第二弾！～」、2011 年 10 月 25 日。
<http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011102501.php>
コロプラ、「コロプラ、2011 年の 020 (オンライン to オフライン) 活動の結果を発表～取り組んで 3 年、最大級の 020 事業者へ。会員数は 250 万人を突破。～」、2011 年 12 月 26 日。
<http://colopl.co.jp/news/pressrelease/2011122601.php>
20 GM ブログ「コロプラ～携帯を持って外に出かけよう～」。 <http://colony.livedoor.biz/japan.inteernet.com> 編集部、「JTB、携帯位置情報ゲームと連動した新形態ツアー「コロ旅」を発売」、japan.inteernet.com、2010 年 2 月 12 日。
<http://japan.inteernet.com/busnews/20100212/9.html>
東京ウォーカー。「携帯ゲーム“コロプラ”人気で、GW 東京メトロ 1 日乗車券がバカ売れ！」、
25 Waller Plus News、2010 年 5 月 12 日。 <http://news.walkerplus.com/2010/0512/11/>
東京メトロ、株式会社コロプラ、「東京メトロとコロプラが東京を舞台にタイアップ！「東京再発見！食べつくし位置ゲーの旅」を実施！ゲームと連動する「コロカ」デザインの一日乗車券を発売。東京メトロがゲームの舞台に！平成 22 年 4 月 17 日(土)～10 月 16 日(土)」、
2010 年 3 月 29 日。 <http://www.tokyometro.jp/news/2010/2010-m09.html>
30 vsmedia、「「日本全国すぐれモノ市ーコロプラ物産展 2011ー」初日に行ってきた」、2011 年 6 月 11 日。 <http://vsmedia.info/2011/06/11/colopl-3/>
湯野康隆、「観光業界が注目する位置情報ゲーム、「コロプラ」バスツアー」、ケータイ Watch、
2009 年 9 月 15 日。 http://k-tai.impress.co.jp/docs/news/20090915_315649.html
吉岡綾乃、「ケータイゲーム発！「コロプラ」の物産展が大盛況」、Business Media 誠、2011
35 年 06 月 10 日。 <http://plusd.itmedia.co.jp/mobile/articles/1106/10/news025.html>



早稲田大学 I T 戦略研究所 作成ケース一覧

- 5 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)
No.2 株式会社 P T P (パワー・トゥ・ザ・ピープル) 柏陽平 (2004 年 3 月)
No.3 O C N と I S P 各社の競争—価格競争の追随関係— 宮元万菜美 (2004 年 8 月)
5 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)
10 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)
No.7 楽天市場のビジネスモデルと情報システム— 楽天市場はどのようにして成功したか?— 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)
10 No.9 UniversalCentury.net GUNDAM ONLINE (2000~2006) 木村誠 (2007 年 4 月)
15 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)
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)
20 No.15 メガネ 21 (トゥーワン) の非常識経営 木村誠 (2009 年 12 月)
No.16 エムスリー: 躍進する業界特化型ポータル事業 東勝英 (2010 年 1 月)
No.17 流通系電子マネー「WAON」 木村誠 (2010 年 2 月)
No.18 I B M メインフレーム: 巨竜は生き残る 高田晴彦 (2010 年 3 月)
No.19 プラットフォーム系動画配信ビジネス事例分析: ShowTime・Yahoo! 動画・GyaO! 亀田年保 (2010
25 年 11 月)
No.20 ケンコーコム: 日本 No.1 健康関連 E コマースサイトの試練と挑戦 曾我部和彦 (2010 年 12 月)
No.21 ブシロード製トレーディングカードゲーム: ヴァイスシュヴァルツ (2007~2010) (2011 年 3 月)
No.22 N P O 法人フローレンス—ソーシャル・ベンチャーとしての拡大戦略— 久米村隼人 (2012 年 3 月)
No.23 コロプラ「コロニーな生活」(2005~2011) 木村誠 (2012 年 8 月)

30

入手ご希望の方は下記までご連絡下さい。

35

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 戦略研究所招聘研究員)が作成したものです。(2012 年 8 月 10 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