



## 奈良県内にみるモバイル位置ゲーム (コロニーな生活☆PLUS)

携帯電話を使用した位置情報ゲーム、「位置ゲー」(位置情報登録を利用したシミュレーションゲーム)が全国的な広まりを見せており、最近出歩かなくなった消費者・旅行者の旅行消費を活性化する起爆剤として期待されている。

そのパイオニアともいえる「コロニーな生活☆PLUS」(略称:コロプラ)と連動し、実際に店舗での買い物をすることで発行されるカード「コロカ」の提携が奈良県内でもみられている。

3月1日に「株式会社三輪そうめん山本」(桜井市箸中)の本社直売店で「コロカ」の提携が開始され、県内では「株式会社森野吉野葛本舗 森野旧薬園」(宇陀市大宇陀区)に続き2店舗めとなった。

「コロニーな生活☆PLUS」とは、株式会社コロプラが展開する「位置ゲー」で、位置登録により1km以上移動すると「プラ」と呼ばれる仮想通貨が手に入り、それを使って土地の拡張や施設の設置、アイテムの購入などを行い、自分のコロニー(入植地)を広げ人口を増やしていくゲームである。

その中で「コロカ」の仕組みは、全国各地の名産を実際に店舗で購入することで「コロカ」と呼ばれるカードがもらえ、記載されたシリアルナンバーをゲーム内で入力するとその店舗限定の特別アイテムの購入権利が生まれるというもので、人が動き、買い物をするという現実の世界と、ゲーム内でのバーチャルな世界が連動する仕組みになっている。

全国で200店舗を上限に、各県で4~5店舗、1業種1社と厳選されており、「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」が選定基準とされている。

そのため、各地域の長い歴史を持つ知名度の高い名産品であり、店舗も、歴史とブランドを代表するところが求められ、事前の店舗調査、周辺調査に加え、覆面調査も入るなど審査は厳しい。また、ゲーム内では、その店舗の歴史や商品への思い入れなどの紹介記事が写真付きで掲載され、商品やブランド訴求にも役立つ仕組みになっている。

伝統的な地域の特産物・逸品は、これまで、中高年齢層が主顧客層となっていたが、コロプラを楽しむ若い顧客層をも取り込むことにより、さらに顧客層が拡大することが期待されている。

「コロプラ」は、2011年1月現在で、ゲームユーザー数167万人、月間約20億4,300万ペー



「コロプラ」の公式ガイドブック(左)と、「コロカ」の金券、銀券、青券。それぞれ、5,000円、2,000円、1,000円の実際の買い物により発行される。(三輪そうめん山本)



三輪素麺は、大和土産の代表として古くから名高い。「三輪そうめん山本」の創業は享保2年(1717年)。卑弥呼の墓とも言われる「箸墓」に近接する。

ジビュで、ユーザーの8割が20~40歳代と、「大人がハマる」ゲームといわれ、近年急拡大している。

旅行業界との提携も進んでおり、JR各社や私鉄・バス、さらに、JTBを始めとした旅行代理店、「じゃらんネット」といったネット旅行代理店などが、ゲームと連動したツアーの開発や、鉄道では1日周遊券の発売などを企画している。

また、各都道府県に設定された地域の一定数を訪問すればゲーム上でスタンプが発行され、全国制覇まで塗りつぶすスタンプラリー的な楽しみ方も有る。奈良県内では「奈良地域」「橿原地域」等々、現在10地域設定されており、うち7地域を回ればスタンプゲットができるという仕組みで、県内周遊旅行者の有力な誘致手法の一つとして期待される。(山城 満)