

報道関係各位



2023年4月6日

1968年の発売から**55年**

多様な価値観を反映した、7年ぶり歴代8代目の最新作

「人生ゲーム」2023年4月22日（土）新発売

人生の選択はルーレット次第！人物ピンはカラフルな6色に

株式会社タカラトミー

株式会社タカラトミー（代表取締役社長：小島一洋／所在地：東京都葛飾区）は、1968年から発売するロングセラー盤ゲーム「人生ゲーム」が2023年に55周年を迎えたことを記念して、フラッグシップモデルの歴代8代目となる「人生ゲーム」（希望小売価格：5,500円／税込）を、2023年4月22日（土）から全国の玩具専門店、百貨店・量販店等の玩具売り場、インターネットショップ、タカラトミー公式ショッピングサイト「タカラトミーモール」(takaratomy.com)等にて発売いたします。

また、「人生ゲーム」発売55周年を記念して、コラボレーションモデルの発売や、地方自治体との連携企画等、他にも様々な取り組みを予定しています。



コマと人物ピン

今回発売する「人生ゲーム」は、“人生は色々、人生はもっと楽しい”をテーマにしたフラッグシップモデルで、1968年の初代「人生ゲーム」から数えて、フラッグシップモデルとしては歴代8代目、シリーズトータル73作品目の商品です。

ルーレットを回して出た数を進み、お金を多く得た人が勝ちという基本的な遊び方に変更はありませんが、現代の人生の選択や価値観がより多様化したことを鑑みて、これまで以上に幅広い人生の選択を楽しんでもらえる「人生ゲーム」へと進化しています。例えば「結婚」の選択はルーレット次第に変更になり（奇数が出たら結婚しない、偶数が出たら結婚する）、様々なライフスタイルを楽しめる追加コースが付属するほか、コマ（車）に乗せていた人物ピンはこれまでのピンクと水色の2色に加えて、新たに白・緑・赤・黄色の4色のカラフルなピンを追加しました。

時代を反映する「お宝カード」には「デジタルアート」「フォロワー8万人」「超高性能VRゴーグル」などを新たに追加しました。そしてマス目コピーには「羊がとなりの家のランを食った」や「火星から使者がきた」など初代から続く伝統的なマス目のワードを引き続き取り入れているほか、「昆虫食」「キャンプ場」「サブスク」、また「リモート会議」「サウナルーム」などのトレンドワード（※）をフラッグシップモデルにも取り入れました。

（※）テーマライン版「人生ゲーム」の中には、該当のトレンドワードを掲載しているものもあります

商品の特徴

◆ 時代を映す鏡「人生ゲーム」～トレンドワード豊富なマス目、職業、お宝カード

【代表的なマス目コピー】

「映える昆虫食を考案」「キャンプ場が街より混んでいてがっかり」「ペットの乱入でリモート会議が和んだ」「サブスクの登録のしかたがわからない」「置き配の盗難防止に防犯カメラを設置」「自宅の庭にサウナルームを建てた」「週末農家で大豊作！」といったトレンドワード豊富なマス目のほか、2つのマス目を縦読みすると、人生ゲームのキャッチコピーである「やまあり」「たにあり」の隠しメッセージが現れるマス目を採用するなど遊び心も取り入れています。



【職業】



全部で31の職業が登場します

【お宝カード】



お宝カードも、時代を反映したものにアップデート

◆ ベーシックステージと組み合わせ可能な4つの追加コース

追加エリアの組み合わせによって、好みや遊ぶ時間を自由にカスタマイズ可能です。

メインの盤面であるベーシックステージとつなぐ枚数や種類で、ゲーム中に進むコースが変わります。4種の追加エリア（ジュニアエリア、トラベルエリア、ネクストエリア、チャンスエリア）の組み合わせパターンは全16種類となります。

ジュニアエリア：幼少期から就職前までの人生を歩めます。「ピカピカなドロ団子の作り方を教わった」「部活に行き忘れて帰宅」など子どもらしいマス目コピーが特徴です。このエリアは通常より早く就職ができたり、お宝をゲットすることが可能です。

トラベルエリア：人生の中のちょっとした気分転換を味わえる「アドベンチャーコース」と「リゾートコース」の2つのコースに分かれており、コースごとにこのエリアでしかできない職業や、お宝カードもあります。

チャンスエリア：お宝カードゲットから職業のランクアップまで人生を大きく変えるチャンスが目白押しです。

ネクストエリア：「お取り寄せグルメに舌つづみ」「自作動画で映画祭に招待された」など、ちょっぴりラグジュアリーな、新しいことに挑戦するエリアです。お宝ゲットのチャンスも豊富で、最後の決算日前の逆転を狙えます。

「人生ゲーム」のさまざまな取り組みについて

◆ 愛知県岡崎市とコラボレーション「おかざきゴールデンシニア人生ゲーム」

第二の人生を自分らしく暮らすという前向きなシニアライフを広めていくため、愛知県岡崎市とコラボレーションして「おかざきゴールデンシニア人生ゲーム」を作成し、2022年11月から岡崎市によって配布されています。

各マスのイベントに岡崎市ならではの内容が盛り込まれているほか、岡崎市健康・食育キャラクター・まめ吉や、オカザえもんなども描かれた岡崎市オリジナル仕様です。健康作りや介護予防、地域活動や制度などの情報を盛り込むことで、ゲームを通じて高齢期を疑似体験することができます。岡崎市内のシニア世代へのヒアリングやテストプレイを経て開発されました。お題に沿って自身の体験談など話す「あるある！お話マス」や「ストレッチタイム」など、シニア向けにも嬉しい内容が多数盛り込まれています。

◆ 新潟県佐渡市とコラボレーション「リアルゴールデンアイランド SADO スタンプラリー」

2022年10月の「人生ゲーム ゴールデンドリーム」の発売を記念した、佐渡とのコラボレーション企画です。かつて日本最大の金銀山として栄えた佐渡金山の史跡を誇る、「リアルゴールデンアイランド」である佐渡島を人生ゲームのコースに見立てて、「黄金の島」で「黄金のお宝」を探しながら島を巡るというゲームさながらの体験をスタンプラリーとして行うことができます。

コース内のマス目には、2022年8月に佐渡市内のイベントで一般参加者から募集した「佐渡市の魅力を伝えられるマス」も採用され、島を訪れる人に佐渡の魅力を伝えることのできる内容になっています。さらに、スタンプラリーをクリアした方の中から抽選で1名様には、実際の商品内の自動車コマ・人物ピンと同じサイズの「純金製自動車コマ」＆「銀製人物ピン」（製作：ギンザタナカ（田中貴金属ジュエリー））をプレゼントします。また、スタンプラリー用の佐渡島コースは、実際に「人生ゲーム ゴールデンドリーム」と組み合わせて遊ぶこともできます。

- ・開催期間： 2022年11月15日（火）～2023年5月31日（水）
- ・参加方法： 島内3カ所でもらえるスタンプラリー台紙に、それぞれの場所に設置されたスタンプを押し、全3カ所分押しと、観光案内所でスタンプ台紙を見せて、プレゼント応募に参加できます。
- ・スタンプ台紙／スタンプ設置場所： 佐渡観光情報案内所（両津港）、相川観光案内所（きらりむ佐渡内）、南佐渡観光案内所（マリンプラザ小木内）
- ・詳細ページ：www.takaratomy.co.jp/products/jinsei/event/2210_sado

◆オンライン授業「みんなで作るSDGs人生ゲーム」の実施

タカラトミーでは、「誰一人取り残さない」未来を実現するために、「人生ゲーム」を通じてSDGsを学ぶことのできるオンライン授業「みんなで作るSDGs人生ゲーム」を2020年より日本全国の学校で実施しています。この活動は、次世代教育支援を目的としたもので、全国の受講者数は、2023年2月に1万名を突破しました。

この授業では、タカラトミーグループにおけるSDGsの取り組みや、「人生ゲームのマス目づくり」を通して地域のすばらしさや課題を認識し、課題を解決するために自分ができることを考え行動することを子どもたちに促します。

さらに、一人ひとりが考えたマス目を持ち寄り学校（クラス）でひとつのSDGs人生ゲームポスターを完成させることで、目標を達成するためには皆で協力することが大切であることを実感し、コミュニケーションの大切さを学んでいただくことも目的としています。



◆全国の商店街を舞台としたイベント「まちあそび人生ゲーム」の開催

「まちあそび人生ゲーム」は商店街を舞台としたリアル人生ゲームです。商店街の店舗を人生ゲームのマスに見立て、参加者はルーレットで出た目に従って店舗を巡り、店員と専用通貨をやりとりしながらゴールを目指す街歩きイベントです。参加者が、街を散策して「街と人」「店と人」「人と人」の新しい出会い・ふれあいを創造します。

本イベントは、2013年7月、出雲市役所職員の田中寛氏が発案し、出雲市内の小さな商店街が「まちあそび人生ゲーム」を実施したことから始まり、今年で10周年を迎えます。その後、イベントを全国に普及するためにNPO法人「出雲まちあそび研究所」が設立されこれまでに日本全国33箇所の商店街で計55回にわたり開催されてきました。

商品概要

商品名：『人生ゲーム』

希望小売価格： 5,500円（税込）

発売日： 2023年4月22日（土）

対象年齢： 6歳～

プレイ人数： 2人～6人

商品サイズ： W595×H38×D490mm

商品内容： ルーレット付きゲーム盤(1枚)、追加エリアボード(4枚)、超高層ビル群パーツ(1個)、橋(1個)、架け橋(4個)、家(ゲーム版についているもの以外に3個)、自動車ゴマ(6色各1個)、旗(6色各1本)、人物ピン(6色、各10本)、職業カード(15枚)、転職カード(5枚)、お宝カード(16枚)、お金(ドル紙幣)(1セット)、株券(30枚)、保険証券(24枚)、お札立てトレー(1個)、お札立て用シート(3枚)、遊び方説明書(1冊)

取扱い場所： 全国の玩具専門店、百貨店・量販店等の玩具売り場、インターネットショップ、タカラトミー公式ショッピングサイト「タカラトミーモール」takaratomy.jp

著作権表記： © 1968,2023 Hasbro. All Rights Reserved. © TOMY

商品サイト：www.takaratomy.co.jp/products/jinsei/product/jinsei_8th



「人生ゲーム」について

「人生ゲーム」は、ルーレットを回してマス目を進み、人生の様々なイベントを経て億万長者を目指す盤ゲームです。「人生山あり谷あり～」のコピーで始まるテレビコマーシャルと共に、高度経済成長期の1968年9月に発売されました。初代「人生ゲーム」は、1960年にアメリカで発売された『THE GAME OF LIFE』の直訳版に近いものでした。その後、1983年に発売した3代目から日本オリジナルの内容となり、時代の世相やトレンドを反映させながら、常に話題性のあるゲームとして展開してきました。

「人生ゲーム」は大きくわけて2つのカテゴリで展開しており、フラッグシップモデルである①「スタンダード版」と、キャラクターコラボレーションやトレンドイベントなどを取り入れた②「テーマライン版」があります。本商品は「スタンダード版」としては8代目、歴代73作目の「人生ゲーム」になります。

www.takaratomy.co.jp/products/jinsei

ご参考 ～フラッグシップモデルの歴史～

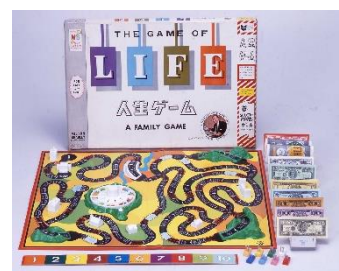
www.takaratomy.co.jp/products/jinsei/history/index.html

・1968年発売 「人生ゲーム」(初代)

「タカラ・アメリカンゲームシリーズ」のひとつとして発売し、「人生、山あり谷あり・・・」のキャッチコピーで始まるTVCMで大ヒット商品となりました。盤面のデザインは米国版を踏襲し、マス目のコピーも日本語直訳になっています。アメリカの黄金の60年代を象徴するようなスケールの大きなコピーのマス目が並びます。

—代表的なマス目コピー—

「牧場のあとつきになる」「火星から使者がきた」「羊がとなりの家のランを食った」



・1980年発売 「人生ゲーム」(2代目)

米国版の大幅なデザイン変更をうけて日本版もそれに伴いモデルチェンジしました。コースが曲線から直線を基調とし、バックのデザインも単なる色分けから細かいイラストが盤面いっぱい描かれたカラフルなものになりました。

—代表的なマス目コピー—

「世界旅行に出発する(初代)」→「豪華客船による世界一周旅行に参加する」、「裁判に勝った(初代)」→「損害賠償請求裁判に勝つ」というように、初代のコピーがより具体的になりドラマ性がアップしています。

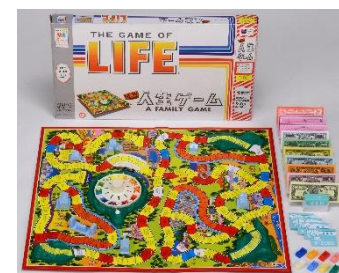


・1983年発売 「人生ゲーム」(3代目)

3代目で日本版として大きくモデルチェンジし、日本オリジナルとなりました。(以降すべて日本オリジナル) デザイン上の変更は、コースが初代のような曲線に戻っていることと、ゲーム上の大きな変更点として、「デザイナー」「パイロット」「アイドルスター」といった当時の人気の職業や世相を反映して「転職」ができるようにルールが改正されました。また従来のある夢のあるマス目のコピーは残しながらも、「お歳暮」「正月休み」といった日本オリジナルのコピーも加わりました。

—代表的なマス目コピー—

「お世話になった人達にお歳暮を送る」「正月休みに4泊5日のスキーツアーに行く」「ノーベル賞を受賞する」「先祖代々の土地を売る」



・1990年発売 「人生ゲーム」(4代目)

盤面のイラストがそれまでの細かな写実的なものから、抽象的なものになりました。また、それまでは単なる飾りでしかなかった盤上の立体的な建物を選んで買えるようになり、当時の流行語でもあった「リハウス」もできるようになりました。マス目のコピーも日本独自の世相や流行を意識したものが多くなり、日本オリジナルの要素がさらに色濃くなりました。

—代表的なマス目コピー—

「東京ドームでワンマンショーをひらく」「パソコン通信を始める」「ミス(ミスター)ワールドに選ばれる」「リハウスでリフレッシュ」



・1997年発売「人生ゲームEX」(5代目)

「人生はひとつじゃない」のキャッチコピーの通り「ベーシックステージ」「ワールドステージ」の2種類の盤面で2倍楽しめるのが特徴です。「ベーシックステージ」は「消費税アップ」「携帯電話を買う」という当時の世相を反映したコピーのマス目が増え、「ワールドステージ」は世界旅行をテーマに世界中を旅しながら各地の名産品を買い集めるゲーム内容になっています。また、従来は無塗装だった盤上の建物に細かな彩色が施され、見た目にも豪華でカラフルになりました。



—代表的なマス目コピー—

ベーシックステージ：「カラオケでストレス解消」「オオクワガタを発見」「インターネットで自分のホームページを作る」

ワールドステージ：「ソウルでキムチを大量に買う」「マカオの客船を買う」「シンガポールでゴミを捨て、罰金をとられる」

・2008年発売「人生ゲーム」(6代目)

約30分で遊べる「ジュニアステージ」と、約1時間で遊べる「億万長者ステージ」があり、2つのステージを続けて遊べば、「生まれてから億万長者の土地」へ行くまでの人生を楽しむことが出来る仕様に変化しました。「ジュニアステージ」はこれまでにはなかった、**生まれてから職業に就くまでの人生を体験することができます。** ※プレイ時間は4人で遊んだときのおおよその時間です。



—代表的なマス目コピー—

ジュニアステージ：「すでに神童と言われる」「駄菓子屋でアタリが出た！」「最悪な通信簿をもらった」

億万長者ステージ：「ハンバーガーショップでアルバイト」「恋人と三ツ星レストランに行く」「婚約指輪を買う。給料の2倍はらう。」

・2016年発売「人生ゲーム」(7代目)

4つの追加ステージで16種類の組み合わせが楽しめる人生のストーリーが変えられるようになりました。組み合わせ次第では、夢いっぱいなストーリーになったり、波乱万丈になったりすることがあります。**初の高層ビル群が登場したほか、人物ピンの形状をリニューアルし、お子さまでもコマ(車)にさしやすくなりました。**



—代表的なマス目コピー—

「人工知能で資産運用」「オーガニックレストランをプロデュース」「開業したネットショップが大繁盛！」

<報道各位から本件に関するお問い合わせ先>

株式会社タカラトミー 広報課 TEL：03-5654-1280 FAX：03-5654-1380

<読者から商品に関するお問い合わせ先>

株式会社タカラトミー お客様相談室 TEL：0570-041031 (ナビダイヤル)