



The Little Life

くーまん

くーまんご紹介



Dora
products
management

株式会社 ドラ プロダクツ マネジメント

IT全盛時代を迎えた今、
「いつでも、どこでも、誰でも」簡単にモノや情報を入手する事ができるようになりました。

就学前の子供たちですら、TVゲームやインターネットに触れながら、いともたやすく「仮想現実」に触れているのが現状です。

ITの発達やバーチャルな世界をすべて否定するわけではありません。新しさを先取りすることは、現代を生きるうえで
当然の営みだと思われれます。

しかし、ふと日常生活を振り返ってみたとき、私たちがいかに「風習」や「伝統」を置き去りにしているかに気づきます。

親から子へ、子から孫へと日本古来の習わしを伝えることは、この国に生まれ、いまここで生きていられる意味を考えることに等しい、と考えています。

我が子が情報の渦に呑み込まれていく前に、せめて人（日本人）として大切なその基本を語り継ぎたい・・・

日本人の多くは心のどこかでそう願っているのではないのでしょうか。

季節感豊かな日本には、古来より四季折々に節句が定められ、その伝統に則った行事が決められています。たとえ現代のIT社会が無機質であろうと、その教えは私たちの血に脈々と流れているのです。

『The Little Life / くーまん』は、そんな「日本人の心」を伝導させるキャラクターとして誕生しました。

若い世代の男女に“くーまん”が浸透して、キャラクターというプロパティを通じて日本の良き風習を再認識し、いつかは新米パパやママになり“くーまん”と共に子供たちと楽しみながら、それを伝え語り継承されて行きながら円滑な利益を生み出す事業として成就する事を切望して止みません。

「くーまん」は、日本の心を伝える伝道師キャラクターです。

1. 楽しみながら「日本の風習と文化」を啓蒙する。

子供の日と言うと想像するものは、柏餅、菖蒲湯、兜です。これらのものは、もうずっと日本のならわしとして続いている事です。それだけの長い間変わる事なく脈々と続いていると言う事に驚かされます。子供の頃には、これらの事についても深く考えると言う事はないと思います。どうして、柏餅を食べるのか、どうして兜を飾るのか、どうして菖蒲湯に入るのか、と言う事を知らないで育っている子供が大多数の現代です。しかし、これらの事には一つ一つしっかりと意味があるのです。そして、意味があるからこそ、時代が変わっても風習としてずっと残ってきているのです。 **日本の風習と文化伝統を「くーまん」を通じて伝えていきます。**

2. 正しい「礼儀作法（挨拶）」を啓蒙する。

最近、言葉遣いの荒い子どもなどを見かけます。

「おはよう。」、「こんにちは。」、「さようなら。」、「いただきます。」、「ごちそうさま。」、そして「ありがとう。」のような基本的な挨拶ができない子どもがたくさんいます。

正しい挨拶は社会や人間関係をとても豊にします。 **挨拶する事の大切さを「くーまん」を通じて伝えていきます。**

3. 正しい「人間関係」を啓蒙する。

日本の社会は年齢差のある縦の関係を大切にしています。年少者は年長者を敬い、年長者は年少者の面倒を見るという文化(風習)があります。

運動会など学校行事では、年長者が年少者のお世話をしたり、年少者が年長者の演技を見て憧れを抱いたりするという縦の関係を感ずることのできる場と なっています。 **社会を素晴らしいものにする正しい人間関係を「くーまん」を通じて伝えていきます。**

4. 「チームワーク」の素晴らしさを啓蒙する。

日本の社会ではチームワークを大切にしています。学校でも企業でもみんなで協力して作り上げていくことが重要です。役割分担を決めて、それを責任を持って実行すること、周りの様子を見ながらお互いに助け合うことを身につけないなりません。

そんな **日本人としての素晴らしいチーム作りを「くーまん」を通じて伝えていきます。**

5. 「美しい日本の自然」を継承する。

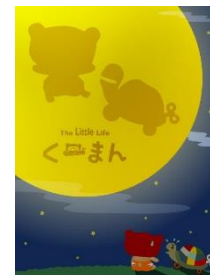
四季折々に恵まれた日本には美しい自然がたくさんあります。自然からの恵みを受けつづけることができる社会を【自然共生社会】と言います。空気、大地、川、海、そしてそこに生きる人や動植物など、すべての自然環境は地球という星の中でつながっていて、どこかの環境に問題が起これば、必ず他の環境に影響を及ぼしてしまいます。美しい日本の自然を守ると言うことは地球を守る事に等しい事です。【自然共生社会】は、地球にくらす一人一人が、身近な自然環境を大切にしないと実現できません。

自然を守り大切にすることを「くーまん」を通じて伝えていきます。

『くーまん』 は、下記の事業テーマで東京都から
経営革新支援法承認を2回受けた実績を持ちます。



- ① あいさつ運動啓蒙
- ② 早寝・早起き・朝ごはんの奨励
- ③ 日本の風習を伝承
- ④ 家族の団欒を啓蒙
- ⑤ 食育の啓蒙
- ⑥ こども110番



春



元旦



夏



秋



冬





元日



節分



桃の節句



端午の節句



母の日



父の日



七夕



海水浴



夏祭り



十五夜



運動会



稲刈り



勤労感謝の日



秋晴れ銀杏の木



紅葉と温泉



ハロウィン



焚き火と焼き芋



ボジョレーヌーボー



冬の釣り



クリスマス



かまくら





がんばってる人には
きっといい事が
待ってるんでよ



暑くなん
が
ないでよ!



寒い日には
やっぱり
お鍋でねえよ



いい子にすれば
きっとサンタさんは
来てくれるんでよ!



食欲の秋が
やってきたのでよ



そのしとく、
がまんてよ!!



残業おつかれさまでよ



自分を
信じるでよ!!



いいお湯
だったでよ。



あの子、
元気に
してまよかねえ...



元気だすでよ



プツハア〜!!
もう一杯でよ!





UFOキャッチャー商品

- 2000年
 - 2001年
 - 2001年
 - 2003年
 - 2004年
 - 2005年
 - 2006年
 -
 - 2007年
 -
 - 2008年
 -
 -
 - 2009年
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 -
 - 2010年
 -
 - 2011年
 -
 - 2012年
- ・ The Little Life / くーまん 誕生
 - ・ バンダイPCっぱ! 壁紙配信開始
 - ・ 中央出版・DM小冊子の表紙キャラに採用
 - ・ 東芝ソフトバンクケータイにインプリキャラクターとして搭載開始
 - ・ セガトイズ・モバイル版「UFOキャッチャー」キャラに採用
 - ・ 角川クロスメディア・モバイルウォーカーで待画配信開始
 - ・ ヤフーコンテンツストアにコンテンツ配信開始
 - ・ 2ちゃんねるで盛り上がり始める
 - ・ 東芝がくーまん着ぐるみを制作、ケータイショップでのイベント始める
 - ・ ライセンシングアジア2006に出展
 - ・ mixiのコミュニティサイトで盛り上がり始める
 - ・ マガジンハウス「Hanako」で連載開始
 - ・ ライセンシングアジア2007に出展
 - ・ 主婦と生活社「キャラさがしランド」で4回掲載され人気を博す
 - ・ くーまん公式ぬいぐるみをWeb限定販売開始
 - ・ ビデオ出版「まちがい探し広場」で連載開始
 - ・ モバイル公式サイト『くーまん★でふ』配信開始
 - ・ TBSホームページで連載開始
 - ・ TBSバラエティ情報番組「アナCAN」マスコットキャラに採用
 - ・ 経済産業省「洞爺湖サミット」プレイベント小冊子の表紙キャラに採用
 - ・ キャラクター事業を本格的に開始
 - ・ 大鵬薬品工業「ウレパールプラス」PRキャラに採用
 - ・ ストラップヤネクストよりケータイストラップ発売
 - ・ エイコーよりプライズ商品化(4月販売開始)
 - ・ 東京都経営革新事業として承認を得る
(食育・あいさつ・早寝早起き朝ごはん・こども110番・日本の風習伝承家族の団樂)
 - ・ NEXCO中日本の社内イメージキャラクターに採用
 - ・ 「カルピスウォーター」サマーキャンペーンに採用
 - ・ 大鵬薬品工業「ウレパールプラス」PRキャラに起用
 - ・ タカラトミーアーツより「くーまんガチャ」発売
 - ・ ストラップヤネクストよりケータイ木札ストラップ発売
 - ・ 富士通東芝レグザフォンのマスコットキャラクターとしてコンテンツ提供開始
 - ・ 富士通製スマートフォンに専用コンテンツ『くーまんの部屋』提供開始
 - ・ 大鵬薬品工業『ウレパールプラス』契約更新
 - ・ 富士通スマートフォンへのインプリ許諾、契約更新
 - ・ 大鵬薬品工業『ウレパールプラス』契約更新
 - ・ リュウシン合資会社にて『クリアファイル』『ボールペン』『ノート』制作



TOSHIBA



2003年から携帯事業を撤退する
2009年まで連続採用。搭載機種数
は26機種にのぼり、東芝携帯の
購入動機2位、くーまんクラブユー
ザーサイトには1500万人のファン
が居りました。

TAIHO 大鵬薬品



2009年より大鵬薬品『ウレバルプラス』の
PRキャラとして採用中。
大鵬薬品のホームページ上では【くーまん劇場】
を展開中。

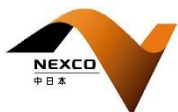
カラダにピース CALPIS



2008年よりTBSホームページ上の
占いコーナーと番宣キャラに採用。
地上波では数々の番組キャラとして
採用されました。



2009年夏、『カルピスウォーター』のサマーキャンペーンに採用。
6/15～8/31までのキャンペーン期間に約2,000万本の商品を販売
する計画のところ、初速が良く7月下旬には完売してしまいました。



2009年から中日本高速道路（東名高速・
中央自動車道）の社内マスコットとして採用中。
ポスターやメモ帳など社内アイテム
として使用されています。

FUJITSU



2011年から現在まで、富士通の
スマホ&フィーチャーフォンのキャラ
として採用中。
時期アプリの開発にも入り、今後
ますますのパワーアップ協業が
期待されます。

子育て本のラインナップ (想定)



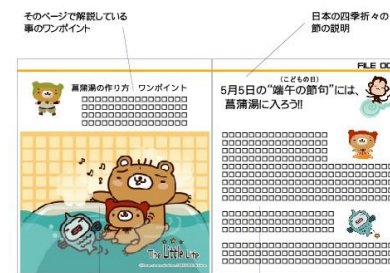
例えば

子育てルネッサンス
パパとママのための
子育てほんシリーズ

- 第1号 赤ちゃんに積極的に話しかけよう…
3歳までの子育てでティーチング
3歳までの教育は、大人になってからの人格形成に多大な影響を及ぼすと書かれます。明日の子どもたちを正しく育てましょう…
- 第2号 しんまいママは不安がいっぱい
新米ママさんトラブル110番
核家族で暮らす新米ママさんは初めての事ばかりで不安がいっぱい。誰にも相談出来ない悩みはこの一冊で一気に解決!!
- 第3号 幼稚園だって立派な社会デビュー
幼稚園児の社会デビュー応援ほん
幼稚園・保育園はりっぱな社会生活。小さいうちから社会の一員として正しく生活していく事を教えてあげましょう…
- 第4号 日本の節句を見よう!
今日はなんの日、ニッポンを知ろう
5月5日の端午の節句(こどもの日)には、お風呂に菖蒲を浮かべて菖蒲湯に入ろう! など、日本古来からある良き節を親子で学びます
- 第5号 こどもの疑問に答えてあげよう!!
なんでだろう? 何でだろう??
こども達が素朴に感じる疑問(電車はなぜレールの上を走るの?)に因らずに答えてあげられる本。これでいいママ、大好き!!



誌面の構成案 (イメージ)



そのページで解説している車を
くーまんの「ほのぼのイラスト」で説明
※このイラストはホームページモバイルの
サイト内で複製画像としてサービスします

図解入りで判りやすく
解説いたします

