

ゲーム企画作りの テクニック5(再掲)

～分割掲載されていたものをまとめました。～

～「売れるゲーム企画書の書き方」吉成隆杜著 より抜粋～

2015年6月
株式会社サクセス

テクニック (1)
(チェックリスト法)

チェックリスト法とは？

新しいアイデアを発想する有効な方法の一つにチェックリスト法がある。

まずはテーマや対象を決めた上で、予め用意したチェックリストの項目順に検討を重ねていく方法である。オズボーンのチェックリストが最も有名だが、ゲームで利用できるチェックリストを幾つか紹介しよう。

次のチェックリストは筆者が実際に使っているチェックリストであり、大きな成果を幾つも生んできた。

！オズボーンのチェックリスト

- ①転用（他に使い道がないか）
- ②応用（他に似たものはないか）
- ③拡大（大きさ、重さ、高さ、長さ、強さ、頻度、間隔、時間を変える）
- ④縮小（大きさ、重さ、高さ、長さ、強さ、頻度、間隔、時間を変える）
- ⑤代用（人、物、素材、製法、エネルギー、場所を変えてみたら）
- ⑥再配列（要素、形、機能、配置、順番を変えてみたら）
- ⑦逆転（反転、前後、左右、上下、順番、役割を逆にしてみたら）
- ⑧結合（形、目的、用途を他のものと一緒にしてみたら）

II ゲームに応用したチェックリスト

- ①転用（他のプラットフォーム、言語に移植できないか）
- ②応用（教育、リハビリ、販促に利用できないか。ジャンルを変える）
- ③拡大（マップ、ステージ、キャラを大きくしてみたら）
- ④縮小（マップ、ステージ、キャラを小さくしてみたら）
- ⑤代用（世界観、時代、舞台、キャラを変えてみたら）
- ⑥再利用（シリーズ化してみたら。価格・ユーザー・市場を変える）
- ⑦逆転（反転・前後・左右・上下・順番・役割）
- ⑧結合（他のゲームとセットにする。幾つかのゲームを一つにする）
- ⑨解体（形・目的・機能・キャラ・ステージを分けてみたら）

Ⅲ ゲームジャンルを決める時に使うチェックリスト

- ①アクション
- ②アドベンチャー
- ③格闘
- ④パズル
- ⑤レース
- ⑥RPG
- ⑦シミュレーション
- ⑧スポーツ
- ⑨シューティング
- ⑩FPS
- ⑪テーブル

IVゲームの時代背景を考える時に使うチェックリスト

- ①未来
- ②近未来
- ③現代
- ④昭和・大正・明治
- ⑤江戸
- ⑥安土桃山・戦国
- ⑦室町・鎌倉・平安
- ⑧奈良・飛鳥
- ⑨縄文・弥生

Vタイトルのシリーズ化検討に使うチェックリスト

- ①ルールを変える
- ②インターフェースを変える
- ③プラットフォームを変える
- ④ジャンルを変える
- ⑤事件を変える
- ⑥敵を変える
- ⑦挑戦者を変える
- ⑧敵・味方を入れ替える
- ⑨主役を変える
- ⑩舞台・国・地域を変える
- ⑪時代を変える
- ⑫季節を変える
- ⑬誰かを殺す
- ⑭誰かを復活させる、生き返らせる

「 | オズボーンのチェックリスト-

① 転用(他に使い道がないか)」の典型的なケース

例えば、よくスーパーやデパートの屋上で見かける子供向け店頭機と呼ばれる業務用ゲーム機がある。テレビゲームにメダルやカプセル、カード等を組み合わせたもので、代表的なものは2003年に登場した『ムシキング』だ。

このカテゴリーの先駆けとなったのは、サクセスが1987年に開発した『**とんとん**』というゲーム機で、**元は大人向けのメダル機として開発されボツになったものを、子供向けに作り変えたものだ。**

『とんとん』の元となったゲームは、時間をかけて開発したものの、サンプル出荷したものに致命的バグが見つかり、発売中止となってしまった。何とか再活用できる方法はないかと考えていたところ、当時すでに存在していた発光ダイオードを利用した子供向けゲーム機『ジャンケンマン』をヒントに、発光ダイオードの代わりにテレビを使ってみたら、と考えた。

早速、大人向けの絵柄を子供向けに変更し、テストしたところ、子供達が夢中になって遊んでくれたのであった。『とんとん』はこうした経緯で誕生した。

その後、『とんとんびょうし』『びよんびよん』と続き、シリーズで数千台のヒットとなった。

「1 オズボーンのチェックリスト-

⑧結合」がヒントになったケース

それは4つのゲームを一つのパッケージにした『**ゲームの達人**』（1995年/PS・SATURN・3 DO）である。

当時（1990年代）の家庭用ゲーム市場は、急成長する兆しが見えたことから、業務用ゲームメーカー、PCゲームソフト会社だけでなく、大手出版社、大手レコード会社、大手映画会社がこぞって市場に参入し、タイトル数も飛躍的に増えつつあった。

そうした厳しい環境下で、如何にすれば話題性のあるタイトルを低予算で作れるかということがゲーム会社の大きな課題となった。その対策として考えたものが、**「4 in 1」すなわち「4タイトルを1つにしたら」というアイデアで、これが元となって『ゲームの達人』が誕生した。**

このゲームは、それまで個別に販売されていた麻雀・将棋・連珠・リバーシの4種類が、1つのパッケージに収められている。しかも、中身が4倍なのに、ゲームの価格は1個分ということで、それなりの成功を収めることができた。

このように、チェックリストの効用は非常に大きい。

これらを参考に、自分だけのオリジナルチェックリストを作ることをお薦めする。それは幾つあってもよく、ここで紹介したチェックリストはその一部に過ぎない。

テクニック (2)

(アイデアのキャッチボール)

アイデアのキャッチボール

人の会話の特徴は、話題が次から次へと飛んでいくことにある。天気の話をしているうちに、地球温暖化の話に変わり、それが世界経済の話になり、経済格差の問題から政治に移り、総選挙の話が大阪市長のゴシップになり、といったラリーとなる。ラリーが長く続けば続くほどアイデアも湧いてくるというものである。

では、ラリーを長く続けるにはどうしたらよいただろう。

誰しも経験があることだが、何時間話しても話の尽きな相手もいれば、相手によっては話がプツツン、プツツンと切れて続かない人もいる。そう、キャッチボールに相手が必要なように、アイデアのキャッチボールをするためにも相手が必要なのだ。それもキャッチボールが楽しい相手が。

そうしたアイデアのキャッチボールから生まれた企画は数しれない。例えば、『ゲームの達人』の発売直後、私が社員の一人であるプロデューサーのY氏とビールを飲みながらアイデアのキャッチボールをしていた時のことである。

吉成「『ゲームの達人』は、それなりの成功だったけど、
もっと売れてもよかったよね」



Y氏「確かに4つも入っているわりには値段は安かったですよ。でも、欲しくないものも買わなければいけないのか、と思った人も多かったと思いますよ」

吉成「欲しいものの1つだけを買う値段で他の3つも付いてくるんだよ」

Y氏 「理屈で理解はしていても、欲しくないものが1つ入っているだけで、購買意欲が下がるのは確かですよ。欲しいものだけを1/4の値段で買えたらもっといいですよね」

吉成 「確かに。じゃあ、試してみようか」



こんなふうにして、一度作った作品をバラバラにして作り直したものが、1998年にPSで発売された『Simple1500シリーズ』であり、アイデアのキャッチボールから生まれたサクセスの代表作である。

会議の予算はビール2本とピザ1個で生まれた企画だが、成果は大きかった。このシリーズは家庭用ゲーム初の廉価版ということもあり、空前の大ヒットとなった。

ちなみに、シリーズの各タイトルの値段を1500円としたのは、当時サクセスが受託開発をしていた1タイトル当たりの予算が、2000万円～2500万円のものが多かったためである。

つまり、500万円～600万円の予算で開発すれば、5800円という通常価格の1/4（1500円）で発売しても利益率は変わらない、という理由で決定した。

テクニック (3)
(ブレインストーミング)

ブレインストーミング

ブレインストーミング、略してブレストというこの言葉を知らない人はいないだろう。複数の人が集まってアイデアを出し合ったり、企画を考える方法であり、しかもお金のかからない有効な手段である。

だが、実際にブレストの運用方法を理解して実践している人は意外と少ない。何人かが集まって好き勝手に議論することをブレストだと考えている人が多いのではないだろうか。

そのような単なる好き勝手な議論をブレストとは呼ばない。ブレストの意味を正しく理解し、そのルールをメンバー全員が承知しているだけで、その会議の生産性は大きく変わる。

ブレストのルールとは、以下のようなものである。

ルール1：メンバーの数は4～5人から、多くても10人以内。

ルール2：司会者を決め、進行を司会者に委ねる。

ルール3：テーマ、目的、議題は予め全員が理解しておく。

ルール4：他人の意見に対し反対意見を出したり、
単なる批評をしない。

ルール5：自由奔放、新規性、ユニークさを重視する。

ルール6：質より量。アイデアを結合したり、改良したり、
他の要素を加える。

ルール7：結論は最後に出す。

一人で企画を考えていると、時には壁にぶつかったり、同じところで堂々巡りに陥ってしまうことがある。

そうした時、自分とは異なる思考パターン・行動パターン・性格・価値観・嗜好などを持つ人と接することで、化学反応が起きる。その反応を起きやすくする方法がブレインストーミングなのだ。

テクニック (4)
(組み合わせ: nCr)

組み合わせ(nCr)

「企画とは既存のアイデアの新しい組み合わせを考えることである」と定義しても大きな間違いはない。ところが、企画を職業としている人の中でも「組み合わせ： nCr 」を理解している人は極めて少ない。

そこで、改めて「組み合わせ： nCr 」について勉強しておこう。

「組み合わせ： nCr 」とは、 n 個の要素から r 個を取り出す場合、その組み合わせが幾通りあるか、という意味である。

例えば、A、B、C、D、E の5つの要素から3つを取り出す組み合わせは幾つあるか、を考えてみよう。

答えは、ABC、ABD、ABE、ACD、ACE、ADE、BCD、BCE、BDE、CDEの10通りある。

このように、要素が少ない場合は、しらみつぶしに書き出すことで答えは出るが、この要素の数と取り出す数が増えると、その組み合わせの数も劇的に変化する。

しかし、この式さえ覚えておけば、 n 個の要素から r 個を取り出す場合の答えを簡単に出来るようになる。

$nCr = n! / r! (n-r)!$ ※ $n!$ は n の階乗を表す。

$n=5$ の場合、 $n! = 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1 = 120$

先の問題に当てはめてみると、 $n=5, r=3$ なので $5C3 = 5! / 3! (5-3)! = 10$ となる。

<新しいゲームカテゴリーを考える>

この式の用途は色々ある。

例えば、新しいゲームカテゴリーを考える場合、先に挙げたリストの中の10種類の既存カテゴリーから3つだけ選んで作るとすると、その種類は $10C3 = 120$ 通りあることが分かる。この中から最善のものを選べば良い。

①アクション ②アドベンチャー ③格闘 ④パズル ⑤レース
⑥RPG ⑦シミュレーション ⑧スポーツ ⑨シューティング ⑩FPS

10種類のゲームカテゴリーから3つを組み合わせると？

スポーツ × パズル × RPG → 野球パズルで大冒険

FPS × レース × RPG → 夕日のガンマン大陸横断レース

格闘 × レース × シミュレーション → 肉弾レースで天下統一

格闘 × パズル × アドベンチャー → 喧嘩パズルであの子とデート

などなど、組み合わせは120通り！！

<ガチャの確率を計算する>

また、ガチャの確率計算にも応用ができる。

例えば、15種類のガチャアイテムから3個を取り出し、特定の組み合わせが出ると特別なイベントが発生するとしよう。

その組み合わせの種類は $15C3=455$ 通りある。従って、各アイテムが同じ割合あるとすると、特定の組み合わせが出る確率は $1/455$ になる。

この式が教えてくれることは、「**企画とは既存のアイデアの新しい組み合わせを考えることである**」ということだ。だとすれば、既存の知識しかなくとも、組み合わせを変えるだけで新しい企画を幾らでも生み出せる、ということになる。

テクニック (5) (情報のインプット)

情報のインプット

企画とは一種のアウトプットである。だが、良質のアウトプットのためには、インプットが必要だ。それも大量で質の高いインプットを継続的に行う必要がある。そこで、以下の質問に答えてほしい。

- ①月に10冊の本を読んでいるか？
- ②新聞を毎日読んでいるか？
- ③ゲームを毎日プレイしているか？
- ④SNSを利用しているか？
- ⑤漫画を読んでいるか？
- ⑥映画を見ているか？
- ⑦アニメを見ているか？
- ⑧音楽を聴いているか？
- ⑨舞台に足を運ぶことはあるか？
- ⑩旅行に行っているか？
- ⑪色々な講演やセミナーに出席しているか？
- ⑫ゲームショーやコミケなどイベントに足を運んでいるか？

インプットできたかリスト(記入してみよう)

記入月		2015年●月
今日	今日の 新聞 で気になることは？	
	今日遊んだ ゲーム はどこがおもしろい？	
	今日の ツイート で気になるのは？	
今月	今月読んだ 漫画 は？	
	今月読んだ 本 は？	
	今月観た 映画 は？	
	今、気に入ってる アニメ は？	
	今、気に入ってる 音楽 は？	
	今月見に行った 演劇、舞台 は？	
	今月行った 旅行先 は？	
	今月参加した 講演(セミナー) は？	
今月参加した イベント は？		

願わくば、前ページの質問に対しすべて「イエス」と答えてほしい。しかし、すべてが「イエス」だとしても、これだけでいい企画を立てられる訳ではなく、単なる必要条件を部分的に満たしているに過ぎない。

映画を観た後、「他の映画を観ておけばよかった」とか、本を読んでいる途中で、あまりのレベルの低さに投げ出したくなったり、ミスの多い演奏を聴いて席を立ちたくなったりした経験はないだろうか。

ゲームにも糞ゲーといわれるものが実に多い。正直なところ、サクセスが作ったゲームにも恥ずかしくなるほど低レベルのものが数多くある。こうした経験から自信を持って言えることは、「糞ゲーが生まれるのは、糞が作るからである」ということだ。他に原因はない。すべては作り手の問題なのだ。

美味しいジュースが、不味い果物からは絞り出せないように、質の高い企画をアウトプットするには、あなた自身を美味しい果物にする必要がある。そのために肥料を与え、太陽の光を十分に浴び、手入れを欠かさないことだ。

①～⑫の全ては、あなたを育成するための肥料であり、太陽の光なのだ。