

ボードゲーム企画制作業務
御案内カタログ
2025

ボードゲーム 大抵なんでも創れます

ボードゲームクリエイター
野村紹夫 (Akio Nomura)



カタログ内の各ゲーム製品はクリエイター個人の過去の作例(写真)として掲載しています。
各製品、および使用されているキャラクターの全ての権利は各製品・各作品の権利元に帰属します。

PROFILE

ボードゲームクリエイター 野村紹夫

1984年から40年以上にわたり、主に玩具市場向けにボードゲーム・カードゲームを創り続けてきたゲームデザイナーです。

パーティジョイシリーズ、ドンジャラシリーズ(ともにバンダイ)、大富豪ゲーム(ハナヤマ)、ほねほねザウルスゲーム(カバヤ食品)、ソコウメ!!(日本出版販売)等、これまで制作したゲーム数は200を超えます。

新番組放送に合わせて発売するために少ない資料だけでゲームを制作する、少ないカード枚数でゲームを創る、イメージCMから膨らませてゲーム化する、下敷きサイズにすぐろくを入れる、原作が追いついていないけれど何とかゲームにまとめる、同じキャラクターと世界観で20種類のゲームをつくる等、発注元の無理難題に長年応え続け、鍛えられてきたエキスパートを自負しています。趣味のゲーム作家とは違う、**今や国内でも珍しい「受注型ゲームクリエイター」**です。ボードゲーム・カードゲームは大抵なんでも創れますが、特に“すぐろく系”ボードゲームを創らせたら、たぶん日本一巧いはず!

ありがちな型に当てはめるのではなく、過去の制作物を流用するのでもなく、テーマやキャラクターと購買層に合わせて、その世界観に拠った“遊び”を毎回**ゼロから創造**することに拘ってきました。

そのゲームを買う人は単にゲームがしたいのではなく、好きなキャラクター独自の世界観で遊べると期待するからです。

現在は自身の会社である有限会社ルートイレブンを経営し、企業からの受注を中心に引き続き新しいゲームを創り続けています。

取材を受けた出版物(一部)

「日本懐かしボードゲーム大全」(辰巳出版)

「すばらしきパーティジョイの世界」(スモール出版)

TV・ラジオ取材

「The 仕事人〜おとなの社会科見学」(BS10)

200以上のボードゲームを考案したクリエイターの想い

※放映日: 2025年2月21日 他

「斉藤一美ニュースワイド SAKIDORI!!」(文化放送)

自らを売り込む! クリエイター EXPO

※放送日: 2018年4月5日

インターネット掲載記事(一部)

デイリースポーツ online

「『パーティジョイ』でデビューのボードゲーム界のレジェンド、20年ぶり復帰から得た新たな目標とは」

短縮 URL: <https://tinyurl.com/29tkrm49>

Red Bull

「テレビゲームとボードゲームを作った男、野村紹夫の生きる道」

短縮 URL: <https://tinyurl.com/26zssn89>

podcast 「ほらボド」 ※国内最多配信数を持つボードゲーム podcast

第105夜番外編 「ルートイレブン野村さん☆パーティジョイ制作裏話スペシャル」

短縮 URL: <https://tinyurl.com/28x5f5up>

第526夜番外編 「ほらボド解体真書: 第13章 ルートイレブン野村紹夫の半生」

短縮 URL: <https://tinyurl.com/28x5f5up>

4Gamer.net

「1980年代のベストセラー『パーティジョイ』シリーズのデザイナーが20年ぶりに挑んだボードゲーム制作。そのノウハウを聞いてみた」

短縮 URL: <https://tinyurl.com/2apve5fk>

タナカマコトの手番ですよ。

第7回「懐かしの『パーティジョイ』のデザイナーに聞く!」

短縮 URL: <https://tinyurl.com/2cuxqckk>



(C)石森プロ・東映
(C)ゆでたまご 集英社・NTV・東映動画
(C)円谷プロ
(C)1985・1986・1987 PARAGON FILMS LIMITED
(C)パードスタジオ/集英社・ラジテレビ・東映動画
(C)Nintendo
(C)武内直子・講談社・テレビ朝日・東映動画
(C)藤子・小学館・テレビ朝日



リアル人生すごろく

(2024年/依頼元：株式会社大創出版)

ゲームデザイン グラフィックデザイン



ダイソー各店舗で販売される「単価 100 円のすごろく」の1つとして開発しました。低単価で内容を絞らざるを得ないデメリットを逆手にとった、いわば「お金を使わない人生ゲーム」です。人生の価値はお金じゃない。私達はきっと何かを“体験”するために生まれてきた。……楽しいこと、悲しいこと。さまざまな気持ちの体験の積み重ねこそがその人の人生を形成しています。そんな“人生”のシステムを表現するため、このゲームはチェックシートに記入しながら進めるようになっています。ゲームが進むにつれて、各プレイヤーのシートに「幸せな体験」「悲しい体験」を示す♥マークが連なっていきます。

ゲーム盤は両面で現代編と未来編になっています。つまり子供達にとっては両親が働く現代の人生と、自分達が大人になった未来の人生をそれぞれ体験できます。ルート上のマスを追っていくと、会社員の方がフリーランスより健康診断を受けやすかったり（動きが速い＝忙しいと受け損なったり）、年齢が上がると結婚チャンスが減ったりと、おぼろげにリアルな社会構造が垣間見えます。子供時代は“親バカ”ゾーン。お絵描きや運動等のちょっとした体験で「この子天才かも?!」何かと浮かれちゃいます。才能を信じてその道に進むか、それとも堅実に会社に入るか。若い時代はレジャーが優先か、仕事の経験値を積むか。40代にさしかかる頃には、リスクのある夢をこのまま追うか、現実を受け入れて再就職するか悩む場面も。一方未来編では健康診断がありません。日頃から家が健康状態をスキャンするし、薬が発達しています。職種も変わって全体にマルチな能力を求められる等、現代編とは少しずつ変わっています。

楽しいこと、悲しいこといっぱいあったねえ〜と余韻を感じながらゲームは終わります。「豪華な家を買う」「大統領になる」等のよくある夢物語ではなく、あえてネガティブな要素も盛り込みました。楽しく遊びながら“将来”について親子で対話するきっかけになればと願っています。

日本&世界一周すごろく

(2024年/依頼元：株式会社大創出版)

ゲームデザイン グラフィックデザイン



こちら「単価 100 円のすごろく」の1つで『リアル人生すごろく』と同時に開発しました。

ゲーム盤の両面で、日本旅行と世界旅行をそれぞれ楽しめます。

「温泉コース」「グルメコース」等、プレイヤーごとに設定された複数の観光ポイントをスタンプラリーのように全て辿って、一早くスタート地点（東京・日本）に戻ることを競うゲームです。

一本道を進んでマスの指示に従うすごろくではなく、自分でルートを選び組み立てる旅の楽しさを盛り込みました。

道路上には“タクシー”や“忘れ物”等のイベントマスがあって、うまく止まることで有利に進めます。

遠距離を早く移動できる鉄道路線（新幹線）はストライキで使えなくなるリスクがあります。

さらに世界旅行編では各地で“おみやげ”を買わなければいけないし、日没で近くのホテルに戻ってしまうことも。

鉄道や道路をどう選び、いかに効率的に観光ポイントを回るか？ 時にはあえて迂回したり、他人を邪魔するマスを選んでゴールインを阻止したり。1980年代のすごろくを彷彿とさせる、仕掛けの要素も満載です。

各地の地形や風物をふんだんに絵柄で盛り込んだ盤面は見ているだけで楽しく、わいわい楽しむうちに日本や世界の地理が印象的に頭に入ってきます。

カードストライカー

(2022年/依頼元：株式会社大創出版)

ゲームデザイン グラフィックデザイン



ダイソー各店舗で販売される、いわゆる「100円のゲーム」のご依頼で開発しました。サッカーは世界中に愛好家が多いスポーツですが、アナログゲームにする場合は切り口がいくつかあります。ボールを蹴る前線の選手の視点なのか。選手の個性を見極め、グラウンドに指示を出す監督の視点なのか。それともチーム運営を行うオーナーの視点なのか。今回このゲームを遊んで貰いたいのはサッカーキッズとその親です。子供達がやりたいのはプレイすること、つまりボールを蹴ることなので、ゲームの視点もそこに設定しました。

カードは8枚×2人分。ボールを挟んで攻守に分かれ、攻撃側はドリブルやパスを出します。守備側はそれを予測して「ドリブルカット」「パスカット」でボールを奪いにかかります。ボールを取られない限り、攻撃側はボールを相手ゴールに向けて進めて行き、シュートポイントから1/3の成功率で得点を狙います。ゴールの右/中央/左のどれかを狙い、守備側は手持ちのゴールキーパー2枚を配置して防衛します。シュートの成功確率はわずか1/3!そして、ここでカギとなるのは、8枚のうち2枚だけ含まれる「フェイントカード」の存在です。「フェイント」が決まると守備側のゴールキーパーが1枚裏返し、もう一度決まると裏返った1枚が消えてしまいます。すると攻撃側のシュート成功率は2/3に跳ね上がり、さらに遠い位置からのロングシュートが1/2の確率で決まるようになります。ゴールキーパーは得点されるまで戻らないため、スリリングな展開が続いていきます。100円ゲームという極めてコンパクトな仕様に、サッカーの前線での攻防をギュッと詰め込みました。

☆ 研修目的のボードゲーム・地域振興のボードゲーム ☆

ビジネス研修、新入社員へのオリエンテーション、そして地元の魅力の再発見..
実際の仕事をシミュレートし、プレイヤーに状況変化への対応をせまることで、日頃見えにくいものの考え方などに触れてもらう、体感してもらう効果が、ボードゲームにはあります。
“繰り返し同じ場所を通る” 利点のため、図らずもルート周回型のゲームが集まりました。

wyEBIYA THE BOARDGAME

(2023年/依頼元：株式会社 EBILAB)

ゲームデザイン グラフィックデザイン 製造手配



伊勢神宮前の飲食店を「DX」の導入で急速発展させた企業様からのご依頼で制作しました。
ビジネス研修・経営学習の教材として活用できるボードゲームとして開発しています。

プレイヤーは伊勢神宮前に3スペースの店舗を構えるオーナーです。

飲食・物販・屋台・観光、4つの業種を店舗スペースに設定して営業しますが、
そもそも客が来ないと商売になりません。

評判を上げる、その店舗が狙えるターゲット層を広げる等さまざま施策を施し、
時には他プレイヤーとも交渉します。

株式の要素もあって、競合するばかりで無く、共存共栄も必要。リスクヘッジも重要。

原材料を必要量確保しなければ品物を売れませんが、価格は常に上下します。

店舗に立ってもらうスタッフのケアも欠かせません。

適切な納税も時に資金繰りを悩ませます。

季節や天候によっても売上が激変するので、気を配ることは一杯。

そしてお客さんの動きは気まぐれ。

原材料費は高騰し、スタッフの退職も頭が痛い。

時にはどうにもならない「新型の疫病」に翻弄されることも。

そんな激流に流されそうな経営を助けてくれるのが「DXカード」の存在です。

ご依頼元のこれまでの足跡と、現在推進しているDX事業の要点をゲームで表現しました。

ゲームを遊びながら、経営者が必ず抱えるさまざまなジレンマを体感することができます。

そう、「DX」を制する者が商売を制すのです。



粕壁 EAST POLLY

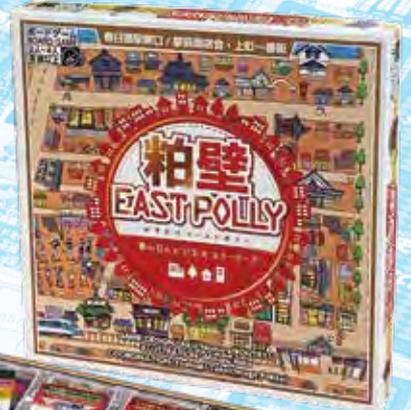
(2021年/依頼元：春日部駅東口駅前商店会・春日部市上町一番街振興会様)

ゲームデザイン グラフィックデザイン 製造手配

商店会からの依頼で、地域の家族に遊んで貰うために制作したボードゲームです。

舞台は埼玉県春日部市に実在する商店街です。
商店や施設が激しくも楽しい出店合戦を繰り広げます。
タイトルで連想されるように『モノポリー』的なゲーム感を持ちつつも、店舗ごとに異なるスペックがあり、どこにどの店を出し、どこに追加投資するか、隣に来る店舗は何か?…その判断が勝敗の行方を左右します。
遊ぶうちに商店街に親しみを感じ、商店(商店会に加盟する実店舗!)まで記憶に残ってしまいます!

また地元の史跡や神社もマスとして用意され、そこに歴史上の偉人がカードで登場してプレイヤーを助けてくれます。郷土の歴史に触れる機会にもなるのです。



レンタル生活 365days

2018年/依頼元：日建レンタコム様

ゲームデザイン グラフィックデザイン 製造手配

企業研修用ゲームです。一言で「企業研修用」といっても、実際の業務をシミュレートして直接レクチャーするものもあれば、もう少し広範に「業界」を体感させて、研修前のアイスブレイクツールとして使用し、かつ研修の意見喚起に繋がるキーワードをインプットするものもあるでしょう。その意味でこのゲームは後者に属します。

研修、合宿に海外出張…etc. 1年間のスレンダーに次々に入ってくるさまざまなイベント。もともと予定されていたイベントが急に仕事などで書き換えられてしまうことも。そして各イベントでは「衣服」であったり、高価な割にたまにしか使いそうに無い「バーベキューセット」であったり、「自動車」であったり.. と、イベント参加のハードルはなかなか高いのです。給料日は限られており、必要品を毎回買っていたら、あっという間に資金がショートしてしまいます!そこでうまく備品をレンタルしてイベントをクリアしていき、「幸せ」ポイントを獲得していこうというのがこのゲームです。
「レンタル」という選択肢が生活のあらゆる場面でチャンスをもたらすことに気づき、自分達が携わるレンタルビジネスで世の中を幸せにしていこう!と思うに至るツールです。

ほねほねザウルス ビルドボードバトル

(2021年・2022年/依頼元：株式会社エス・ワイ・エス、カバヤ食品株式会社)

ゲームデザイン グラフィックデザイン イラストレーション



『ほねほねザウルス』は2022年に20周年を迎えた、カバヤ食品株式会社様のロングセラー玩具菓子です。その商品ラインナップに新基軸を加えたいということで、商品に同梱する小型ボードゲームの制作を依頼されました。つまり、“ボードゲーム入りの玩具菓子”です。

舞台は火・氷・雷の3つの過酷な世界。プレイヤーは伝説のほねほねザウルスのパーツが埋まっているルートを進みながら、パーツを発見していきます。パーツが見つかるごとに盤上に“伝説のほねほねザウルス”が組み立てられていきます。他のコマを追い越すとパーツの奪い合いバトルが発生するため、速く進めば有利とは限らず、しかもルート上には数々のトラップが待っています。

玩具菓子のボードゲーム制作は過去にも経験がありますが、コンポーネント（ゲームの内容物）に使えるコストが比較的少ない、対象年齢が割合幅広い等、通常玩具とはまた違う条件があるものです。

また今回は発注側にも強い思いがあり、「これは必ず入れて欲しい」という要素条件が明確にありました。

カードバトルを頻発させること、逆転また逆転のすごろくにすること、バトルには“属性”を入れること、ほねほねザウルスが組み立てられていくゲームであること、お父さんお母さんも一緒に遊んでくれやすいものにする、製品3種類を買いそろえるとさらに楽しくなること、…等々。その他にも、複数の子供が製品を持ち寄って遊んだ後にごちゃませになったカード類を元通りに分けられる配慮等、くまなく気を配っています。

ほねほねザウルス ビルドボードバトル 2022

「ビルドボードバトル」はおかげさまで好評でしたが、商品の性格上薄目の紙素材のため、耐久性が高くありません。そこで去年遊んでくれた子供達に向けて、前回に近い遊び感の新ゲームを用意しました。せっかく新作を創るのだから、『ほねほねザウルス』の冒険世界をより魅力的に！

まずゲームボードを一新し、砂漠・ジャングル・空と海という、冒険世界を表現しました。3種類のゲーム盤にはそれぞれピラミッド、神殿などの大型建造物が描かれ、各ゲーム盤のゴールポイントになっています。またルートにはありとあらゆるトラップが用意され、それらも単なるマスではなく、全てイラストで自然な形に表現しております。

(ゲーム性とビジュアルが密接に関連するため、作画も全て担当しております。)

眺めているだけで楽しいゲーム盤で、もちろん3種類が全て繋がるようになっています。カードは攻撃の矢印が相手カードに突き刺さるデザインで、攻撃が有効か否かが判りやすくなりました。小さいながらも、数々の拘りが詰まったボードゲームです。



ほねほねザウルス カードバトルリング

(2021年/依頼元：株式会社エス・ワイ・エス、カバヤ食品株式会社)

ゲームデザイン グラフィックデザイン



『ほねほねザウルス』ゲームシリーズ第2弾、今回は“カードゲーム”です。

ほねほねザウルスは見た目では何となく戦いそうなイメージがありますが、関連商品をよく調べてみると実は戦ったことが無いようです。(前作“ビルドボードバトル”でも戦っていません。)

そこで今回はガチンコバトルをしてもらおうということで、1対1の対決ゲームをつくりました。

各自自分の手前には8枚のカードが伏せられています。

トランプの“神経衰弱”のようにカードを3枚めくって、見てから1枚戻します。残ったカード2枚と手札を合わせて“攻撃技”を組み立てたら、お互いに見せ合って勝負!

より強い攻撃技を繰り出した方が相手のほねほねザウルスのパーツを1つもぎ取ります。

伏せたカードは8枚なので、一度見たカードはぎりぎり憶えていられるかも??

お互いに3枚めくって1枚ずつ戻すので、相手の狙いを読んでわざと相手が困りそうなカードを戻したり、相手が残したカードをうまく使って技を組んだり、熱い駆け引きが繰り広げられます。

ほねほねザウルス スペシャルカードゲーム

(2022年～継続中／依頼元：株式会社エス・ワイ・エス、カバヤ食品株式会社)

ゲームデザイン グラフィックデザイン



『ほねほねザウルス』シリーズが20周年を迎え、新製品すべてにそれぞれ内容物（フィギュア）と同じ絵柄のカードをおまけに付けることになりました。それも“TCG(トレーディングカードゲーム)”のように集めて遊べるゲームにしたいとのご依頼で制作したのがこのゲームです。

しかし言うは易し(?)で、大きな課題がありました。フィギュアとカードの絵柄が一致しているため、もともとフィギュアの数しかカードが存在しません。1製品に4～6種類のフィギュアがあるとして、一人の子供が持つのはせいぜい2～3枚で、その内容もほぼ同一！一般のTCGのようにブースターパック（カードがランダムに封入されるもの）があるわけでもないし、カードのために複数製品を買う子もいないので、そもそも“トレーディング”が成立しないのです。

そこで最低2枚しかカードがなくても、カードの出し方で勝敗が変わるようにゲームデザインを行いました。ベースにしたのは前作『ビルドボードバトル(2022)』ですが、カードの上下で別の結果が出る上に、カードごとの“属性”の相性でも攻撃力に変化が付くようにしています。しかも低年齢の子が遊びやすいように勝敗の判定は数字の比較であり、1ケタの足し算・引き算だけです。

現在もこの企画は続いており、カードの種類は3桁に到達しました。ここまで来ればようやく、もともとのTCG的な遊び方も成立できる余地があるため、たくさん集めてもう少し戦略的な遊び方ができる「アドバンスルール」を発表しました。

大富豪ゲームシリーズ

(2018年～2021年／依頼元：ハナヤマ様)

ゲームデザイン グラフィックデザイン イラストレーション

家族で遊ぶボードゲームとして日本一知られているのは「人生ゲーム」(タカラトミー)です。おそらく「人生ゲーム」を一度も遊ばずに(?)大人になった人は数少ないのではないのでしょうか。そんな「人生ゲーム」くらいのすごくテイストで“入りやすく”(遊びやすく)、しかし根本的に違うものを..。そんなリクエストに応じて制作したのが『大富豪ゲーム』です。

自転車に乗ってルートを進み、企業マスでアルバイトを繰り返してお金を貯めていきます。やがてリムジンに乗り替え、株券を買って企業のオーナーになり、さらにクルーザーを買ってハワイ周遊へ。自家用ジェットに乗り替えて世界を周遊して、最後は宇宙開発にまで進出していきます。他社の株券を買って企業を乗っ取ったり、ハワイの島や海外支社に投資して儲けの幅を拡大したりといった局面もあって、チャレンジできる、「人生」を試せるゲームでもあります。

ほろ苦い人生の道をしてくると歩くゲームではなく、アグレッシブにビジネスを推し進めて幸せを掴みに行く!不景気で先行きの見えない時代だからこそ、威勢の良い展開に笑い転げるゲームを子供達に楽しんで欲しいと願ってつくりました。

大富豪ゲーム (第1作)



こんなイラストも描きました。



「80年代あたりによく見られた、何かアメリカンなぎたっとしたやつ」というご指定でした。

大富豪ゲーム Stay or Go で幸せになれるバージョン

こちらは令和版として制作した第2弾です。

「(前回の平成に対して) 令和になった今を反映した内容にして欲しい」というリクエストでした。

その意味では“コロナ禍”こそが無視できない事象ですが、家族で楽しむゲームにネガティブな要素はふさわしくありません。それらをどう扱えば楽しくゲームに落とし込めるかが一つのポイントになりました。

さらに「オリンピックが開催されるかもしれないので、そこにも目配せが欲しい」とも。当時は開催が危ぶまれていた時期で、その要素を入れるかどうか自体が賭けでした。

また個人的には、単にマス目のテキストを最新の話題に変えただけという仕事はしたくありませんでした。

それらの課題をすべてクリアして全体を再構築し、完成させたのがこのゲームです。

ルーレットに追加された「ステイ・オア・ゴー」が出たらコマをそのまま進めるか、それとも魅力満点の新カードをめくるかどうかを選べます。

ステイホームで幸せを得るか、Go to でチャンスをつかむか、です。

また、この機会に改めて世界の成功者の歩みを見直した結果、“大富豪”への道は独りでは歩めず、そこには信頼できるパートナーが必要と思に至りました。そこでこのゲームでは要所でプレイヤーの助けになるパートナーカードが用意されています。

パートナーをどう選ぶかもゲームの鍵です。

また“オリンピック(っぼい?)”のスポンサーになって収益を上げたり、逆に資金を出させられたりといった要素も入っています。
(子供達が喜ぶ金メダル・銀メダル・銅メダル付きです!)



ポータブル大富豪ゲーム

店頭で吊り下げて売ることができる“コンパクトサイズ”の『大富豪ゲーム』です。

あくまで初代『大富豪ゲーム』のコンパクト化がコンセプトですが、盤面のサイズは元の1/4程度しかなく、カード類もかなり小さくなり、立体物はコマと旗以外無し。さらに最大6人で遊べたものを最大4人に縮小したため、全体を再設計する必要がありました。

ルートを引き直し、いくつかのイベントルールを組み替え、ルーレットを工夫して…、

ゲームが組み上がった時点で改めて初代『大富豪ゲーム』の要所を戻し入れるという手順を踏んでいます。

しかも細かな改善を加えているため、初代よりも優れている点もあります。

(カードや紙幣が小さいことを除けば) ちゃんと初代『大富豪ゲーム』をまるごと楽しめるという、掌サイズのパッケージに魅力がギュッと詰まった製品ができあがりました。

名探偵ゲーム

(2019年/依頼元: ハナヤマ様)

ゲームデザイン



「書店のレジカウンターに置ける、コンパクトなカードゲームを」との依頼を受けて制作しました。

1人が「犯人」、残りのプレイヤーが「探偵」となって、24人の容疑者の中から犯人を特定していくカードゲームです。

ルールは簡単。「探偵」の1人が手持ちのカードを組み合わせ、「犯人」の特徴を提示(=推理)します。

「犯人」は当たっている特徴がいくつあるか「だけ」を「探偵」側に知らせ、さらに容疑者をリストから1人消します。これが手がかりです。

次の探偵は前の探偵の結果を参考にしながら、同じように手持ちカードを組み合わせ提示し、「犯人」はその結果を同じように伝え...と、積み重なっていく情報からどんどん容疑者が削られていくのです。

これが犯人だと判ったら、「探偵」は推理の後に犯人を指名します。

でも当たらなかったらその探偵は一回休みになってしまうので、当てずっぽうは禁物。

また「犯人」はゲーム中に3回だけ「黙秘権」を持っていて、「探偵」の推理に対して黙秘することもできます。

でも黙秘したと言うことは...?で逆に犯人を絞られてしまうことも。

「探偵」が各自3回ずつ推理するとゲーム終了。それまでに「犯人」を当てられたら「探偵」側の勝利。

当てられなければ「犯人」の勝利です。

ボードゲームができるまで

ご依頼を頂いてから納品までのモデルパターンをご説明いたします。

※御社のご事情・ご希望に合わせて調整いたしますので、お気軽にお問い合わせください。

ゲームデザイン

新しい「ゲーム」を考案する

グラフィックデザイン

製造に必要な入稿データを作成する

製造（印刷）

印刷・納品を仲介する

STEP1: お打合せ

制作するゲームの目的、めざすゴール等を確認、あるいは一緒に検討させていただきます。

- ◆扱うテーマ（何のゲームを創るのか）
- ◆目的（商品なのか、販促なのか、何を訴求したいのか等）
- ◆想定ターゲット（誰が遊ぶゲームなのか、誰に訴求すべきなのか）
- ◆販売・配布形態・ご予算（制作規模、製造コストに反映されます）等

..... <費用発生タイミングA> ※準備負荷が多い場合

（通常はお打合せから2週間程度）※繁忙期、および準備負荷が多い場合は、この期間が延びます。

STEP2: ゲーム案 [御社内部検討向け資料] 提示

だいたいの“遊び感”が掴める、テキストと簡単な図入り「ゲーム提案書」を提示し、ご希望を頂きながら、創るゲームのイメージを摺り合わせます。

※メールベースのやり取りも可能な段階です。

..... <費用発生タイミングB> ※多くの場合こちら

（ゲーム案確定から初回テストプレイまで、3～4週間程度）

STEP3: テストプレイ [モックアップ] による試遊・検討

実際に遊べる状態の「モックアップ」をご用意し、実際に遊んで頂きます。

修正点や追加リクエスト等があれば対応し、日を置いて「テストプレイ」を繰り返します。

多くの例では2回目のテストプレイでFIXしています。

※FIXした場合、社内プレゼン用に「モックアップ」をお渡しすることも可能です。

（FIXから、1週間程度）

STEP4: ゲーム納品 [モックアップとデータ] 納品

成果物として次のデータを納品して、「ゲームデザイン」は完了となります。

- ◆最終モックアップのデータ (ai 等)
- ◆説明書のテキストデータ (図が必要な場合は pptx 等)

ゲームに適したグラフィックデザインの要点があります。

引き続きグラフィックデザインまでお任せ頂くことをお勧めします。

（ゲーム納品から一ヶ月程度?）

STEP5: 入稿データ納品 [グラフィックデザイン] 納品

さらにご希望の場合は、製造（印刷）手配も承ります。 ※外部取引先への発注となります。



ホームページ

ゲームクリエイター 野村紹夫

制作費用、その他詳しい内容については弊社 HP よりお問い合わせください。

有限会社ルートイレブン

〒105-0004 東京都港区新橋5-31-8 新和ビル5F PHONE/FAX 03-3435-1185

<http://www.route11.co.jp>



カタログ