

# 1P 企画書シート

氏名：ハンバレク真幸

作成日：2010年4月14日

## 1. こんな人のこんな気持ちが

ルーチンワーク的で、変化や感動に乏しく、閉塞的な日常にうんざりしている。飽きている。

## 3. こんな気持ちに変わった！

外の世界や人々に目を向けることができるようになり、少し視野が広がった。  
開放的な気持ちになった。

## 2. こんなゲームをすることで

世界中の街や人々に出会い、可愛い雑貨や、面白い雑貨を探す RPG。

### 【気持ちが変わるために大切なこと】

- ① 世界の人々との交流や、街や国の雰囲気を魅力的に描くこと。
- ② 「自分自身」にもこうして、外の世界と交流できる可能性があると思えるようにすること。
- ③ 広い世界を表現するために、一定のボリューム感を確保。登場する人物や雑貨の数など。

## 4. ゲーム概要

- タイトル：セカイ雑貨店
- 題材：雑貨バイヤー
- ジャンル：世界横断 RPG
- プラットフォーム：DS
- ゲームの達成目的：売り上げを伸ばし、お店のレベルを最大まで上げること。
- 達成までの総プレイ時間：20時間未満。クリア後もプレイ可能。
- 目標本数：1万本。

## 5. ターゲットユーザー

(1.を受けて)

日常に閉塞感を覚えている女学生、OL、主婦。ルーチンワークに徹している人たち。  
10代後半以上。「雑貨（バイヤー）」という題材に反応する。

## 6. ゲームの特長（「大切なこと」を受けて）

- ① 実在の国や民族をモデルにして、現実の世界を柔らかに、優しく表現する。
- ② 語学を学ぶパートがある。語学を習得することで、外国でのゲームプレイが有利になる。
- ③ 大量の雑貨が登場する。各雑貨は、3Dで描かれる。

## 7. 競合するゲームや娯楽との優位点、差別点

「どうぶつの森」との差別点：現実世界がモデルであること。  
「世界1周雑貨店」（一般人から期間限定の雑貨バイヤーを募ったイベント）との差別点：実際に世界をまわるより、圧倒的に手軽であること。  
「スーパーマーケットマニア」（カリスマ雑貨バイヤーが世界のスーパーを回る書籍）との差別点：プレイヤー自身が魅力的と思う雑貨を選択し、ショップに陳列して楽しめること。