

誰を喜ばせたいの？ 『ターゲット』決め

三行でまとめると……

- ・どのターゲット層に売り込むかで、企画内容が変わる。
- ・ターゲットを意識することで、企画の”ブレ”がなくなる。
- ・「誰をどのように喜ばせたいか」具体的に考えよう。

■ターゲット層の絞り込み

ノベルゲームに関わらず新しく企画を立てる際には、「この企画をどのターゲット層に売り込むか」考える必要があります。

例えば「新しい味のスナック菓子を作る」企画があった場合、幼稚園児がターゲットならスナックを甘い味付けにして戦隊ヒーローなどの人気キャラをパッケージに採用します。二十歳以上の大人がターゲットなら刺激が強いペッパー味を採用して、お酒に合うおつまみ感覚のスナックを売り出すでしょう。

スナック菓子と同じで美少女ゲームも、純愛もの、寝取られもの、人妻ものなど、狙うターゲットによって企画の中身が変わります。「ライト層向けに純愛モノを作る」というコンセプトなのに、ハードSMを作っても成果は上がりません。広報担当やプロデューサーとも話し合い、企画と対象ターゲットが合致しているか確認しましょう。

■ライト層向けは 売れ筋を意識する

ライト層向けの作品を企画する際は、ネタのわかりやすさと、取っつきやすさを重視しましょう。

一般的に「恋愛ゲーム＝学生同士の恋バナ」という認識は根強いです。ライト層向けの作品を作るなら『学園が舞台の純愛もの』は外せません。お菓子で例えると「ソース味のスナック」になります。

ライト層は流行に敏感で「みんなが買ってるからオレも買おう」とブームに乗りやすい傾向があります。前回の記事で解説した『アピールポイント』が多ければ多いほど営業もしやすいでしょう。

デメリットとしては、王道故に競合他社が同じような作品を出すので、お客さん（ユーザー）の取り合いになります。企画の個性を出せないと、市場に埋もれてしまうでしょう。

■コア層向けは ユニークさで売り込む

コアなファン層、ゲームマニア向けの作品を企画するのなら、中身がユニークでなくてはなりません。この場合のユニークは「独特な」「面白い」の意味が含まれています。

「自分のために作れたかのようなニッチな趣味を全面に押し出した作品」「ライト層には受けないが、いつまでも心に残るような意欲作」といった作品としての「深み」を追求したゲーム作りを目指します。

お菓子の例で考えるなら、「四川風麻婆豆腐味のスナック」あたりでしょうか。子供は辛いのが苦手なので売り上げは見込めません。ですが、辛いモノが好きの一部のお子さんは泣いて喜ぶでしょう。

ぱっと見て難解そう&ニッチな作品はライト層のウケが悪く、爆発的なヒットは見込めません。宮崎駿監督のアニメ映画は万人が見に行きますが深夜アニメの劇場版はマニアしか見に行きませんからね。