

【ゲームタイトル】
Ad SHOOt(アドシュー)

【公式 Web サイト】
<https://bocste.com/AdSHOOt>

【キャッチコピー】 広告×イケメン×縦シューティング

【概要】
ボスは全員、架空企業に所属。自社製品を広告弾幕にして放ってくる。

主人公の遊佐(ゆさ)アウディは、動画視聴を広告に邪魔されて憤った若い男性。
「広告を撃ち落とす STG(シューティングゲーム)をクリアすれば当分広告を出さない」という約束でゲームに参加する。

【タイトルの意味】
広告(ad / advertising)と
シューティング(shooting) または シューターゲーム(shooter game)
を組み合わせ略したものです。

【対象】

これまで STG をプレイしなかった人

【既存 STG と異なる点】

- ・登場人物が全員イケボ(美声)のイケメン(美男)
- ・敵機や敵弾が(架空の)広告
- ・「回転式打錠機」や「マンションポエム」をモチーフにした弾幕はおそらく世界初
- ・宅地建物取引士を召喚するボスもおそらく世界初

【恋愛要素】
なし

【成人向け描写】
なし

【主人公】

顔グラフィックあり、名前固定(遊佐アウディ)、男性固定

【基本情報】

発売日: 2024 年 11 月 5 日頃

販売価格: 未定 1500 円前後

プラットフォーム: Windows PC/Steam

*Nintendo Switch,Xbox,PlayStation5 にも移植予定

Steam ストア:

https://store.steampowered.com/app/2954360/Ad_SHOOt/

ジャンル: 縦スクロール弾幕シューティング

開発元: ボクステ株式会社(BOCSTE, Ltd.)

パブリッシャー: ボクステ株式会社(BOCSTE, Ltd.)

ボイス対応言語:日本語のみ

UI・字幕対応言語:日本語/英語/中国語(簡体字)/中国語(繁体字)

【2024 年のスケジュール】

6 月中旬 Steam ストアと予告編 PV、公式 Web サイトの公開

7 月～8 月 体験版(3 面まで)の公開を開始

*ベータテストを兼ねる 特に Steam と連携する機能の確認

10 月下旬 Steam Next フェスに参加

11 月 5 日 Steam で製品版発売

デバッグや修正は随時行います

【ゲームエンジン】

Unity

【システム】

・縦スクロール

・一人用(協力プレイも対戦もなし)

・2D

- ・残機+HP 制
- ・ボム
- ・グレイズ(敵弾にかする)点
- ・ボス早期撃破ボーナス
- ・難易度別の Steam グローバルランキング
- ・Steam 実績

【ステージ構成】

本編:6 面、EX:1 面

【難易度】

本編:3 種類、EX:1 種類

【サブショット】

本編:なし、EX:6 種類

【会話】

本編:1 種類、EX:6 種類

【音楽】

すべてオリジナルで
ステージとボスごとに専用曲が存在する

【制作協力】

ボイス音声制作 株式会社コトリボイス
翻訳 ミエトランスレーションサービス合同会社

【制作】

上記以外のすべてが ボクステ株式会社 による

企画/弾幕デザイン/背景3D モデリング/小物/キャラクターデザイン/イラスト
音楽/最終キャスティング/音響監修/ローカライズ/アニメーション/プログラム/
UI・UX/システム/デバッグ/広報/Web サイト制作

Q&A

Q.なぜ広告をテーマにしたのか

A.

現代の広告は消費者、出稿企業、プラットフォーム三方に悪い所がある

<現状>

- ・消費者…不快広告を見せられる、動画視聴や SNS 閲覧を邪魔される
- ・出稿企業…広告料を出しているのに商品イメージが悪くなる、邪魔にされる
「サブスクで広告を消す」「有料会員になると広告を消す」など
自社広告が罰ゲーム扱いされる
- ・プラットフォーム…広告ブロッカーを使われた分広告収入が得られない
広告詐欺被害者から裁判を起こされる
ガイドラインの見直しや取り締まり、監視が大変

<当ゲーム>

(実現可能性・収益性は置いておいて)ゲーム内だけでも三方良し*を実現。

- ・消費者…無料で STG が遊べる、広告を撃ち落とせるのでストレス解消ができる
- ・出稿企業…自社製品を弾幕にすることで製品・サービスを宣伝できる
強いボスや印象的な弾幕であるほど格が上がり
プレイヤー間で攻略情報が共有される過程で知名度が増す
- ・プラットフォーム…広告をスキップされずに見てもらえ(撃ち落とされるが)
多くの広告手数料が手に入る
ゲーム型の広告枠として新たな場を設けることで出稿者が増える
広告出稿者からゲームの開発費やシステム利用料が得られる

*近江商人の三方良しは、売り手、買い手、社会貢献であるらしいが
ここでは社会貢献のかわりにプラットフォーム

Q.なぜ人物がイケメンか

A.

<恋愛要素のない女性向けゲームの人気>

近年、恋愛シミュレーション以外の様々なジャンルで女性向けゲーム*が人気です。 *プレイヤーの大半が女性

女性向けに分類されるゲームは、パズル、ターン制バトル、育成、RPG、ADV、リズムゲーム、ガチャによる課金などゲームジャンル・システム自体は既存の一般向け、男性向けゲームと変わりません。であれば、STG であっても良いだろうと判断しました。

<STG の敵>

従来 STG における敵は、宇宙生物、ロボット、戦闘機、生物、無機物、巨大建造物(都庁など)、生体モチーフ(脳など)、人型であれば美少女、美女が多いです。

しかし、人型かつ女性に人気がありそうなタイプの美形男性キャラクターはほとんど登場しません。
(男性に人気のありそうな厳ついおじさん、渋い武人、職業軍人、ケモノは登場する)

そこで、STG プレイヤーの女性率の低さはゲームの操作が合わないのではなく登場するキャラクターが女性向けではないからでは？と全員イケメンとすることにしました。

スクロールシューターではないシューティングは近年女性にも人気のジャンルです。

3D ゲームでも敵の攻撃をかわしながら敵を撃つことができるのですから、2D ゲームならもっと楽に対応し、楽しめるはずです。

Q.なぜ STG か

開発者がサークル「上海アリス幻楽団」の同人 STG「東方 Project」シリーズファンで、
STG を作ってみたかったからです。

Q.なぜ 2D か

A. 開発者が 3D 酔いの激しいタイプであり、同じシューティングでも一人称(FPS)や三人称視点(TPS)のゲームはとても開発できないため。

世の 3D 酔いゲーマーの皆さんに易しいゲームです。

Q.開発者の STG 暦は？ *非 STG 含む

A.

「たけしの挑戦状」の STG 面をセスナでプレイ。

なお、ハンググライダーでなければクリア不可能であるため、いくらセスナでプレイしても無駄でした。

ハドソンのファミコンゲーム「ドラえもん」の2面「大魔境編」が STG 面でそれをプレイしていました。

おそらく「ゼビウス」に触ったことがあります。

「パロディウス」と「スクーン」は少しプレイしたことがあるはずです。
(ひとのプレイを横で見ていただけのものと区別がつかない)

「ツインビー」は通しでクリア済み。

「斑鳩」は、コンティニューを使用してクリア済み。

「東方 Project」シリーズは、Windows 版の整数ナンバーはすべて EX(Ph)までクリア済み。

つまり、紅魔郷、妖々夢、永夜抄、花映塚、風神録、地霊殿、星蓮船、新霊廟、輝針城、

紺珠伝、天空璋、鬼形獣、虹龍洞、獣王園をクリア済み。
一部の作品では最高難易度 Lunatic をノーコンティニューでクリア。スコアアタックにも挑戦。
しかし、上手くはないので初心者を脱した中級者程度の腕前です。

「東方 Project」の小数点ナンバーだと、
東方文花帖、ダブルスポイラー、弾幕アマノジャク、秘封ナイトメアダイアリー、バレットフィリア達の闇市場
をクリア済み。

「東方 Project」の二次創作 STG では、サークル「海鮮堂(仮)」の「東方真珠島」
「東方鬼葬剣」をクリア済み

STG 経験が「東方 Project」シリーズに偏っているため、STG 全体には詳しくありません。

Ad SHOOT(アドシュー)のキーボード配置や UI、弾幕パターンに名前がある点、
ステージ構成などが STG というより、「東方ライクゲーム」とも呼ぶべきものになっております。
しかし、他の東方二次創作 STG や東方弾幕風スクリプト使用の作品とは異なり、
幻想郷の設定や霊夢・魔理沙などの登場人物、神話妖怪幻獣モチーフは登場しません。

Q.なぜ HP ゲージ制にしたか

A.1被弾で1ミスになる(残機が減る)形式で制作していましたが、ノーコンティニュークリアができませんでした。

初心者向けゲームであるのに難しすぎることから
主人公(プレイヤーキャラ)の周りに HP ゲージを表示し、
4～6 回ほど被弾してはじめて残機が減るようにしました。

また、前述のとおり「東方 Project」の影響を受けすぎているため、
残機システムだけでも変更したいというのがありました。

Q.なぜノーショット特典があるのか

A.

2面以降「ショットを止めている間」だけ得られる恩恵があります。
シューティングですからどんどん敵を撃った方が爽快ですし、
速攻した方が画面の弾幕密度を抑えることができます。
よって、ショットを止めることは、プレイヤーにストレスであったり、
難易度を上昇させるかもしれません。

では、なぜノーショットをスキル発動の条件にしたのかと申しますと、
ショットやボムは「広告をスキップする」ことであり、
ボス達は「広告をスキップしないでほしい」から
ショットを止めるように誘導しているのです。

Q.こういったコンテンツ展開を望むか

A.

- ・STGのプレイヤー層を広げ STG 人口が増える
- ・他社からも女性に向けた STG が企画販売されるようになる
- ・実在企業から弾幕として飛ばして欲しい商品画像を募り
無料ゲームにして公開 料金: 枠単価×枠数×掲載期間
- ・キャラクターを推すファンができる

Q.1 面ボスの薬師寺クリスは広報なのに有償広告・宣伝を担当している？

A.開発者が PR(パブリックリレーションズ・基本無料・プレスリリースが掲載されるかはメディア次第)と広告(有料、かつ、掲載先や掲載期間を企業側が決める)を混同していたため。

すでにボイス収録済みであったことから彼が広報である点は動かさませんでした。

現実には PR 活動も全くの無料ではなく、広報が宣伝広告業務も兼任している実例は多いため、クリスもそうであるか、または、クリスの言う「ワタシども」は、は PR 部だけでなく彼の所属する「セイフ製薬」全体のことだと思って聞き流していただきたいです。

Q.ボス達の所属部署名が横文字で何をしているのか分からない

名称は様々ですが、かつて「広告宣伝部」「販売企画部」「商品開発部」と呼ばれていたものに相当する部署です。

(1 面ボスのクリスは広報)

現在でもこれらの名称は用いられていますが、近年、日本の老舗大手企業が「宣伝部」等の看板を下ろし国際的に通用する名称にしているそうです。

一方的な製品中心のマーケティングから

双方向かつ顧客体験(CX)中心のマーケティングに移行していると、多くの Web サイトや書籍で述べられています。

広告/マーケティング界限は、用語の分類が細かく定義が難しいので大雑把には企業利益の最大化を目指している部署だとお思いください。

【開発者に広告や宣伝についての経験はあるか】

ありません