

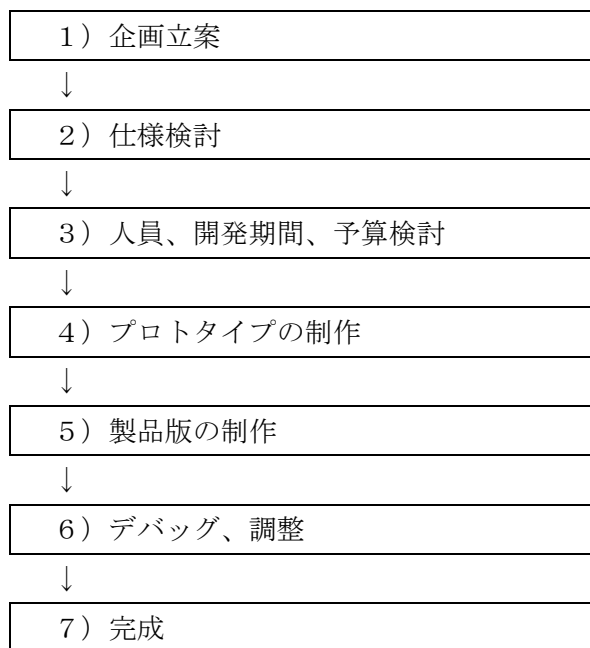
■ 2-1 ゲーム開発の流れ

定期的に続編が作られ、十万本単位の販売が期待できるようなゲームを、一般に「メジャータイトル」という。中堅メーカーや大手メーカーのメジャータイトルは「○というタイトルを、△年度中に□円の予算で制作する」というように、あらかじめ開発時期や予算が決まっているゲームもあるが、そういったものはごく一部にすぎない。毎日のように新作がリリースされるゲームソフトのほとんどは、クリエイター達が一からアイデアを出して新規に制作した商品である。

一般的なゲーム開発の流れは、まずクリエイターがゲーム内容を書面にまとめ、会社に提出する。開発会議や企画会議と呼ばれる場で、そのゲームは面白く売れそうだと判断されると、次はスケジュールや予算が検討される。総合的に見てそのゲームソフトを商品化すれば儲かる＝会社の利益となると判断されれば開発許可が下りる。

小さな会社では社長や役員が直接判断し開発を許可するか否かを決める。大きな会社では、役職を持つ何人かのチェックを経て許可が下りる。例えば、まず課長がOKを出し、次に部長がOKを出し、最後に部門長が許可を出せば開発出来る、という形だ。

メーカーや会社規模によって多少違いはあるが、ゲームは基本的に以下の流れで開発される。



1) 企画立案

社内の誰かがゲームのアイデアを出す。プランナーと呼ばれる立案やゲーム全体の設計を担当する職種のスタッフがアイデアを出す場合が多いが、プログラマーやデザイナーがアイデアを出すこともある。ゲームの立案者はそのアイデアを発表し、それをより面白くするための意見交換などが行われる。

2) 仕様検討

ゲームの内容を書面にまとめる。ゲームの全体像が判るように内容をまとめた書面は「企画書」と呼ばれ、より詳しいゲーム内容を記載した書面は「仕様書」と呼ばれる。

3) 人員、開発期間、予算検討

企画書や仕様書を元に、開発メンバーと開発期間、予算の検討が行われる。

4) プロトタイプ制作

プロトタイプ（試作）と呼ばれるバージョンを制作し、実際に遊んでみないと判断できないゲーム性や、そのゲームのルールが本当に面白いのかなどの確認が行われる。ゲームの核となる部分や、書面では判断できない部分を優先的に作る。

ゲームはアイデアの時点では面白そうだが、実際に作って遊んでみると面白くないことがある。プロトタイプが面白くない場合、改良して面白くならないか検討する。場合によっては、そのゲームは面白くならず売れないと判断され、開発中止となることもある。

製品化が確実に決まっているゲームの場合、プロトタイプ制作は省かれることもある。

5) 製品版制作

ゲームメーカーの多くは

α （アルファ）バージョン

↓

β （ベータ）バージョン

↓

M（マスター）バージョン

というようにバージョンで区切り、ゲームの開発を進める。どのバージョンでどれ位の内容まで組み込むかは、メーカーやゲームジャンルによって様々であるが、一般的には α バージョンはゲーム全体や主要な部分が確認できる状態、 β バージョンは製品を想定したほぼ全ての内容が入っている状態を指す。

6) デバッグ、調整

デバッグはゲームの不具合（バグ）を見つけ出し、それを修正する作業である。開発中は、随時、ゲームに不具合がないか確認しながら制作が進められる。そして開発終盤になるとそのゲームを隅から隅まで調べ、不具合を修正する作業が行われる。

バグが残ったまま発売されたゲームは欠陥商品である。ファミコン全盛の80年代を振り返ると、バグが残っているゲームソフトが多数存在し、バグ＝裏技＝面白いという図式があった。しかし今では、バグ＝欠陥＝あってはならないものという認識である。**重大なバグを残したゲームを発売してしまうと、商品としての評価が下がり、最悪の場合、会社に多大な損害を及ぼす。**ゲームクリエイターを目指す方はそれを理解しておく必要がある。

単に不具合を無くしただけではゲームが完成したとは言えない。ゲームをより面白くするために、バランス調整や難易度調整と呼ばれる調整が行われ、ゲームが完成する。