

ラスト・フローラ

リソースを管理して荒廃した世界を探索する

制作者：HAL東京 ゲーム4年制学科ゲーム企画コース4年 今井 優輔
想定プラットフォーム：PlayStation5/Nintendo Switch/PC
ジャンル：探索アクション
プレイ人数：1人

リソースを管理して荒廃した世界を探索する

生死に直結するリソース**管理**

先へ進むべきか、それとも後ろへ引き返すべきかを判断しリソースがなくなるないように管理。(リソース=HP)

ギミックを事前に攻略しておくことや、水を上げることでついてくるコップ君をうまく利用することで、一度は到達できなかつたエリアに進むことができる。



歩くごとに驚きと新たな発見が味わえる**探索**

プレイヤーの目的は、世界各地の花を咲かせ、滅んでしまった世界を取り戻すこと。

歩くごとに変わる景色やギミック、世界の謎と発見を体験し博士がいる研究所を目指す！

世界観

人類の開拓が進み、森林がなくなった世界。世界の緑化を進めるために作られた5歳児程度の知能のバケツ君。彼の仕事が実る頃には既に世界は荒廃し、人類は滅亡していた。自らの死期を悟り突如姿を消してしまった博士に戻ってきてもらうべく、博士が好きな花を集め大好きな博士に花束を贈るために世界樹に向けて歩き出す。

リソースを管理

管理すべきリソースは大きく2つあり、HPである**水**と、それを手助けしてくれる**コップくん**。

水の管理

増加例: チェックポイントに到達・コップくんを使用

減少例: 歩行・ギミックに使用・敵やギミックからダメージを食らう

増加



減少



コップくんの管理

コップ君に水を上げることでついてくるようになり、探索を優位に進行することができる。

しかし、敵やギミックにぶつかってしまうと、ついてこなくなるため移動や連れていぐ数を制限する必要がある。

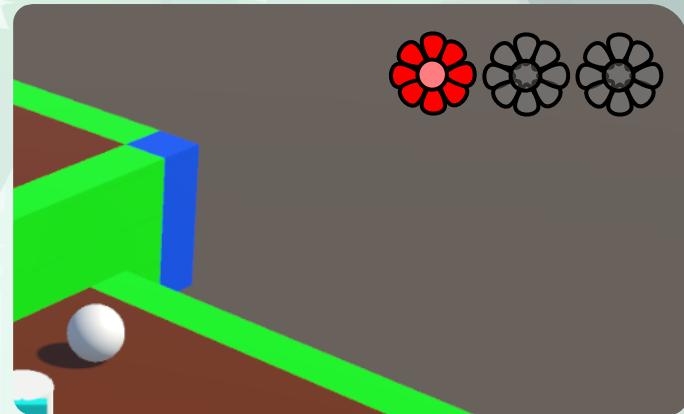


荒廃した世界を探索する

探索要素として、花を集める、コインを集める、思い出の収集がある。

花の収集

各ステージでそれぞれ3つの花を集めることができ、NPCからのクエストやエリアミッション、エリアから探し出して採取などステージによってさまざま。すべての花を入手しなくてもゴールまで進むことができるが、花を一定数持つことによって行くことができるエリアがある。



コインの収集

草むらやキラキラしたポイントに行くとコインを入手できる。コインを集めることにより、死んだ際永久ステータスを上げることができる。



思い出の収集

ステージにはストーリーや世界観を深く知ることができるアイテムが落ちている。一つ一つ集めていきコレクションとして入手しよう！



博士の日記の一部



コップ君に似た人形

PLAY IMAGE

リソース(HP)

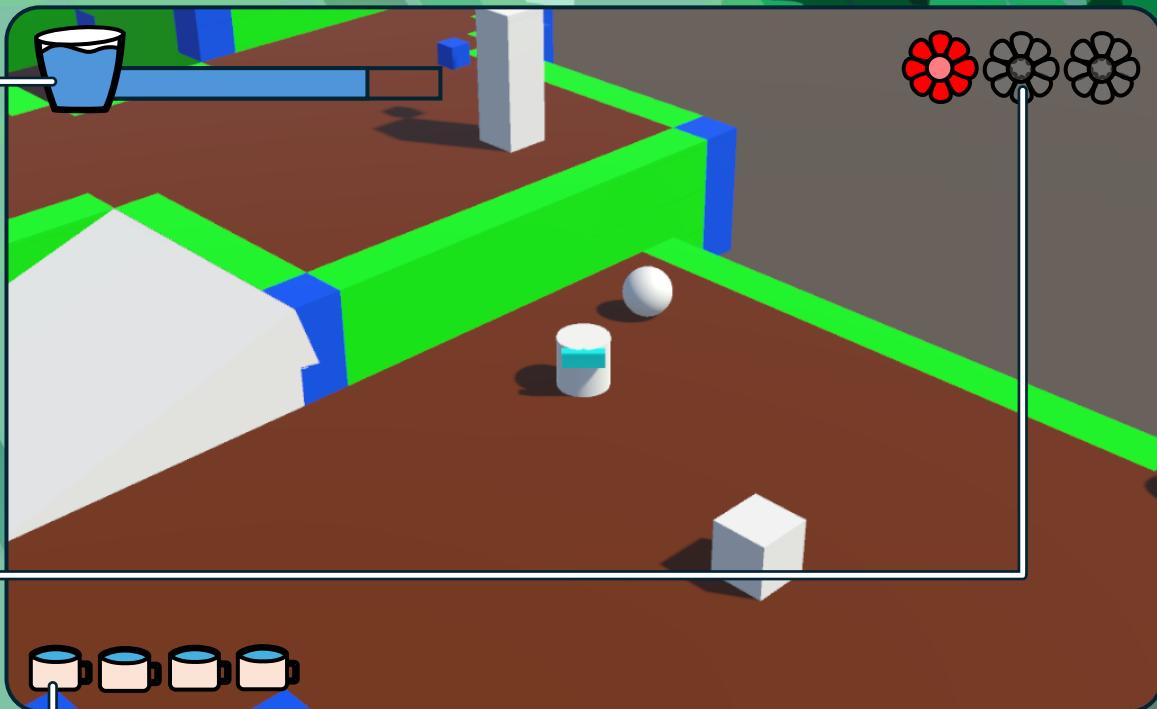
リソースが0になるとゲームオーバー。
チェックポイントまたは給水所に行くことにより回復することができる。
移動や攻撃、ギミックを動かす、ダメージを食らうことで減少してしまう。

集めた花の数

ステージごとに集める花の数が決まっており、すべて集めることで次のステージに進むことができるようになる。
各地で花を集めながら世界樹の方面へと向かおう。

コップ君の数

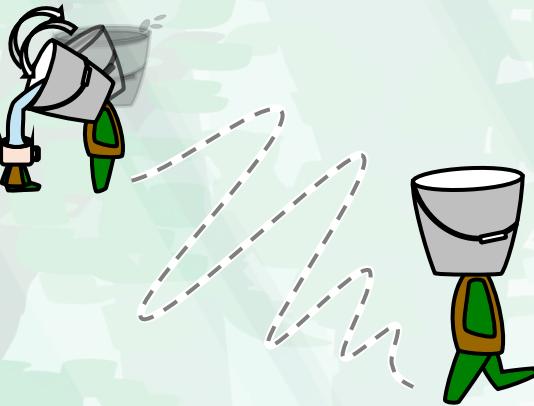
ついてきているコップ君の数。
プレイヤーが任意のタイミングで水分を補給することができる。
補給したコップ君はその場にとどまり、水をあげることによりついてくるようになる。



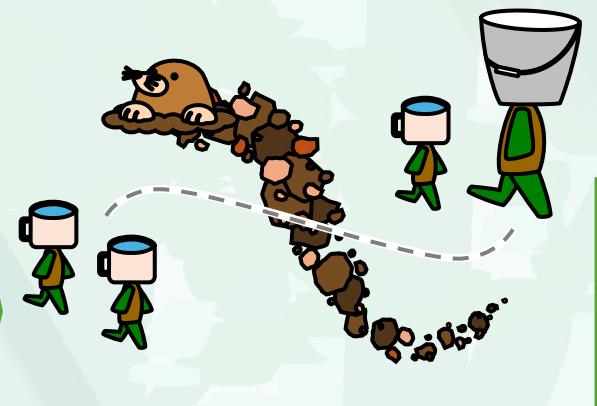
操作方法



GAME QUEST



エリアを探索し、コップ君を集める
ことで、目的である花集めや探索を
優位に進めることができる。



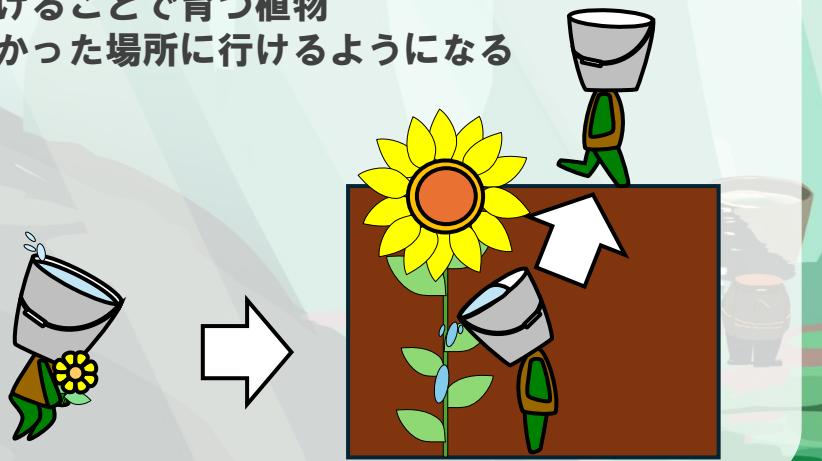
行く手を阻むギミックを攻略し、
探索できる範囲を広げる



チェックポイントや給水所を
うまく活用しリソースを管理。

探索をより楽しくさせるギミック！

水をあげることで育つ植物
行けなかった場所に行けるようになる



行く手を阻むんで来るモグラ！
水をかけることにより逃げていく



ペルソナ:アクションゲームが得意でない、一つ一つのギミックを考え楽しみたい女性

右の表の女性に着目すると、どの年代もパズルゲームが圧倒的に1位！
また、複数の女性の方にどのようにゲームを普段プレイするか聞いたところアクションゲームが苦手だから、考えて攻略していくゲームが楽しいという意見が多くみられた。

女性をメインターゲットに、アクションが苦手な人でも楽しめるゲームとして制作。

マネタイズ施策

方法

- ①プレイヤーのスキンをDLCで販売
- ②サウンドトラックの販売
- ③マルチプラットフォーム対応
- ④ストア別限定特典の作成

「好きなゲーム/やってみたいゲーム」上位5位 <男女年代別>

		(%)				
		1位	2位	3位	4位	5位
男性	29才以下	アクションゲーム 41.4	ロールプレイング 38.7	スポーツゲーム 29.0	レースゲーム 26.9	パズル/シミュレーション 24.6
	30代	ロールプレイング 50.7	アクションゲーム 37.2	パズルゲーム 32.9	シミュレーション 29.6	スポーツゲーム 29.2
	40代	ロールプレイング 45.5	シミュレーション 33.0	パズルゲーム 31.5	アクションゲーム 28.0	スポーツゲーム 26.2
	50代	ロールプレイング 27.5	パズルゲーム 26.8	ボードゲーム 24.4	シミュレーション 21.1	レースゲーム 18.3
	60才以上	ボードゲーム 25.6	パズルゲーム 24.8	ロールプレイング 17.4	シミュレーション 13.1	シューティング 11.9
女性	29才以下	パズルゲーム 51.7	音楽ゲーム 38.3	ロールプレイング 33.3	アクションゲーム 32.2	ボードゲーム 29.3
	30代	パズルゲーム 58.2	ロールプレイング 34.6	アクションゲーム 29.4	ボードゲーム 26.1	音楽ゲーム 24.9
	40代	パズルゲーム 52.1	ロールプレイング 24.5	ボードゲーム 24.4	アクションゲーム 20.6	音楽ゲーム 17.8
	50代	パズルゲーム 47.7	ボードゲーム 25.6	音楽ゲーム 17.7	ロールプレイング 17.4	アクションゲーム 12.8
	60才以上	パズルゲーム 43.3	ボードゲーム 23.4	音楽ゲーム 10.8	ロールプレイング 9.3	アクションゲーム 7.3

<https://www.nrc.co.jp/report/200302.html>

売上につながる間接的な要素

顧客単価の向上
顧客単価の向上

認知力の向上、売上の向上、販売網の拡大
認知力の向上、新規集客、宣伝効果の期待