CREATIVE REPORT

人気IPの育成と創出、デジタル戦略を強力に推進

取締役専務執行役員
開発部門、PS事業管掌
江川　陽一

背景：ゲームに実装する様々な効果音を収録・制作する「フォーリーステージ」。多種多様な床面など、様々なシーンに対応可能な収録道具を取り揃え、昨今のハリウッド映画と同じ手法を用い、より没入感を高めるハイクオリティなゲームサウンドを制作しています。

① 開発の全体方針

クラウドや5Gの時代を迎え、世界中、いつでもどこでも好きな時に、ゲームを楽しむ流れが加速しています。更にSNSの普及によって誰もが情報発信者になれる今、ゲームをヒットさせる方程式も変化しています。この環境下では、オンラインサービスの拡充あるいはマーケティング部門との連携を視野に入れたゲーム開発は必須です。一方で、変わらず重要なのは、グローバル市場で通用するオンリーワンのコンテンツを創出し続けることです。

カプコンが目指すのは「世界一のゲームコンテンツ企業」。世界トップレベルのゲームクオリティの実現はもちろん、それを支える戦略的なデジタル販売、定期的な追加コンテンツの配信など、ユーザーの好奇心を刺激し続ける運営ビジネスを通じても、ユーザーに支持をいただけるよう力を注いでいます。

こうして培ってきたノウハウに加え、将来に向けては、インパクトのあるビジュアルを実現する映像技術に加え、クロスプレイなど、多様なデバイスに対応できるネットワーク技術を高め、次代を切り開くカプコンクオリティのゲームづくりに挑戦していきます。

② 開発戦略

中期経営目標のもと、開発責任者として、コンシューマタイトルに開発投資額の約8割を割り当て、「バイオハザード」や「モンスターハンター」など人気IPシリーズを様々なプラットフォームに安定的に展開して収益責任を果たすよう努めています。並行して、積極的な人材採用により拡充してきた人員を活かし、新規IPの創出にもチャレンジしています。直近では、新世代機向けのアクションアドベンチャー『PRAGMATA(プラグマタ)』を発表し、開発を着実に進めているところです。

こうした当社のコンテンツ開発に欠かせないのが自社で構築したゲーム開発エンジン「RE ENGINE」です。「RE ENGINE」は、高品質なゲーム開発および開発コスト短縮を可能にするだけでなく、例えば『モンスターハンターライズ』では、データロードによるゲームの中断が発生しないシームレスな通信協力プレイを実現するなど、各ハードウェアの性能を最大限に引き出せる優れたゲームエンジンです。この内製エンジンも進化させながら、カプコンらしいものづくりを推進していきます。

更に、今後は、『モンスターハンターライズ』や『バイオハザード ヴィレッジ』における無料追加DLCの状況なども踏まえながら、オンライン運営のビジネスモデルの構築やユーザーのプレイ動向や嗜好を把握する顧客管理を推し進めていきます。

③ 技術面の協力体制

私は、ヒット作は偶然の産物ではなく、開発組織全体の連携によって作り出すものだと考えています。

カプコンにおけるゲーム開発は大規模で、チーム体制は300人以上になることもあります。だからこそ、知識や技術を共有するための最適な組織が必要で、その点でタイトル開発の基盤となる技術研究を行う部門は当社の成功の要といえます。技術研究開発部門が生み出した「RE ENGINE」は『バイオハザード7 レジデント イービル』でデビューし、直近では『モンスターハンターライズ』にも採用されました。この2つのブランドは、ゲーム性もユーザー層も異なります。それぞれの特色を存分に表現し、かつ複数のプラットフォームへ展開するため、技術開発担当者が部門の枠を越えタイトル開発チームに加わり、各タイトルに最適な開発環境を提供しています。この自社エンジンを採用する大きなメリットにより、開発チームが高品質なタイトル開発に集中できる環境が整っているのです。

こうした環境のもと開発された『モンスターハンターライズ』の売れ行きは期待を上回り、ユーザーの皆様にも好評を博しています。今後も、「RE ENGINE」を最大限活用、また進化させることで、業界トップレベルの開発環境のもと世界中のユーザーに支持される高品質なタイトルの創出に努めていきます。

④ 開発人材の育成

面白いゲームをつくる起点は「人」です。カプコンでは、ゲームづくりは人づくりと考え、人材採用と育成、登用に注力しています。採用面では、2013年度から戦略的に毎年約100名の開発者を採用し、近い内に2,500名体制となる予定です。新規採用した若手社員を、人気IPや大型タイトルの開発を含め起用するなど、実践の場でノウハウと技術を習得できるようにしています。『PRAGMATA』はまさに若手のチャレンジタイトル。デジタルネイティブの若い感覚を取り入れることで、IPに新たな魅力が加わっていると感じています。また、能力の高い若手をチームでサポートして育て、次の担当タイトルで全体を指揮する「コアメンバー」へと抜擢する仕組みも導入しています。こうして、次世代のリーダー候補を着実に育てています。

前年に続き、コロナ禍の中での開発は試行錯誤の連続ですが、試行錯誤の中で追求することはものづくりの本質でもあります。

世界中のより多くの皆様に当社のゲームを手に取っていただけるよう、これまで通り諦めずこだわりをもって「面白いゲーム作り」に挑み続けます。

■家庭用ゲームソフト販売本数推移 (万本)

(3月31日に終了した各事業年度)

総販売本数

2018	2019	2020	2021/3 実績	2022/3 計画
2,440	2,530	2,550	3,010	3,200
●モンスターハンター:ワールド 790 ●バイオハザード7 レジデント イービル(リピート) 160 ●マーベル VS. カプコン:インフィニット 100	●モンスターハンター:ワールド(リピート) 450 ●バイオハザード RE:2 420 ●デビル メイ クライ 5 210	●モンスターハンター ワールド:アイスボーン 520 ●モンスターハンター:ワールド(リピート) 320 ●バイオハザード RE:2(リピート) 240	●モンスターハンター ライズ 480 ●バイオハザード RE:3 390 ●モンスターハンター ワールド:アイスボーン(リピート) 240	●バイオハザード ヴィレッジ ●モンスターハンターストーリーズ2 ～破滅の翼～ ●モンスターハンターライズ(リピート)

一人でも協力プレイでも。気軽にスイッチを入れて、つい遊びたくなる新しい狩猟体験のフィールドへ

常務執行役員　CS第二開発統括

辻本　良三
TSUJIMOTO　RYOZO

2007年発売の『モンスターハンターポータブル2nd』以降、一貫してシリーズのプロデューサーを務める。最新作『モンスターハンターライズ』でもプロデューサーとしてタイトル全体を統括する。

多様なプレイ環境に最適化した新しい“モンハン”を

みんなと協力して遊べるアクションゲーム、それが第一作目から変わらない「モンスターハンター」のコンセプトです。携帯機としても遊べるNintendo Switch向けのタイトル開発が決まったとき頭に浮かんだのは、記録的大ヒットとなった『モンスターハンター：ワールド（以下MH:W）』とは違った、携帯機モードも強く意識したモンスターハンターを生み出したいという思いでした。持ち運んで遊べるゲーム機には、特有のテンポ感や「いつでも、どこでも」という遊び方が求められます。じっくり腰を据えて楽しむ据え置き専用機向けの『MH:W』とは違う感覚で、気軽に仲間と「一狩りいこうぜ!」と楽しめる完全新作にしようと決め、プロデューサーの門脇とディレクターの一瀬を中心に、『モンスターハンターライズ（以下MHRise）』の開発を開始しました。

「RE ENGINE」でグラフィックとアクションの両立を実現

『MHRise』では、ハンティングアクションに新しい風を送り込むべく、自社独自の開発エンジン「RE ENGINE」を採用しました。「いつでも、どこでも、気軽に」のコンセプトのもと、フィールドを縦横無尽に移動できる「翔蟲（かけりむし）」というアクションや、狩りのオトモに騎乗可能なイヌ型の「オトモガルク」を追加し、シームレスに繋がったフィールドを高速で移動できるようにしました。そして、Nintendo Switchとして最高水準のグラフィックと短いロード時間の両立を実現。いずれも、テレビなどの大画面でなくてもストレスなく遊べるよう工夫した結果です。

こうした新しい狩猟体験を実現できたのは、「RE ENGINE」によるところが大きいと感じています。開発チームとエンジンがゲームづくりの両輪となり、『MHRise』の表現やアクションの可能性を広げています。

■販売戦略イメージ

販売前戦略

2020年9月タイトルコール SNSでの情報発信と 無料体験版を配信

ネットをフル活用したプロモーションを展開。

販売拡大戦略

発売から1週間で 全世界500万本を突破

早期購入特典や、友達と誘い合えるよう本編2本とゲーム内アイテムを収録した「狩友ダブルパック」などで購買意欲を喚起。発売当日からダウンロードコンテンツも充実。

深耕戦略

全世界累計700万本突破 新作RPG『モンスターハンターストーリーズ2 ～破滅の翼～』とのコラボ

700万本突破を記念したチャレンジクエストとアイテムパックを配信。『モンスターハンターストーリーズ2 ～破滅の翼～』とのコラボ企画を展開。

未来戦略

2022年初頭 PC版販売決定! 世界中のファン増加を狙う

PCでも遊びたいというユーザーニーズを受け、現在「RE ENGINE」を活用して開発中。

デジタルプロモーション

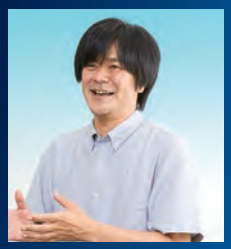
- **無料体験版配信**
  1回目1月8日／2回目3月12日
  シングルプレイも、マルチプレイも楽しめる体験版を配信。
- **SNSプロモーション**
  コロナ禍でイベントが実施できないため、ライブイベントを録画し、ローカライズして世界中に同時配信。SNSを用いた多数の情報発信。
- **発売の直前に特別番組を公開**
  全世界同時にYouTubeライブで特別番組を配信。
  日本では著名芸能人をゲストにスペシャルライブを展開。
- **CAPCOMコラボ企画配信**
  ○第1弾 6月
  『モンスターハンターストーリーズ2 ～破滅の翼～』コラボ
  ○第2弾 7月
  『大神』コラボ
  ○第3弾 8月
  『ストリートファイター』コラボ
- **伊豆大島とコラボ 7月**
  モンスターハンターラ伊豆(イズ)』と『モンスターハンターストーリ伊豆(イズ)2 ～破滅の翼～』オンラインスタンプラリーキャンペーン
- **東京ゲームショウ2021 オンラインにて PC版の試遊を実施予定**

今も、これからも新しい“狩り”の楽しみを

コロナ禍もあり開発は困難の連続でしたが、メンバーたちはそれを乗り越え、プライドをもってこのタイトルを開発してくれました。次のタイトルを担う人材も着実に育っています。うれしいことに、『MHRise』を楽しんだユーザーが『MH:W』も購入するなど、相乗効果も現れています。

シリーズとしては、現在、累計7,500万本(2021年6月末時点)を販売するブランドに成長しましたが、私たちはこれで満足しているわけではありません。世界中にはまだ“モンハン”を知らない人がいますし、ゲーム開発にはまだ先が広がっています。新しいゲーム環境に、新しい遊び方を。常にチャレンジを続け、10年先も、20年先も、世界中に「一狩り」旋風を巻き起こしていきたいと思っています。

CS第二開発統括 編成部
プロデューサー
門脇　章人
Kadowaki Akihito



『MARVEL VS. CAPCOM 3』、『戦国BASARA4』にてプロデュース業務を担当。『モンスターハンタークロス』海外版からモンスターハンターの開発メンバーとなり、本作でプロデューサーを務める。

2020年9月にシリーズ最新作『MHRise』のタイトルコールを行い、Nintendo Switchソフトであることに加え、発売日や値段、購入特典の内容を公表し、予約受付も開始しました。従来のタイトルと比べ、最初にユーザーの関心が高い情報を一気に発表することで、より多くの興味をひく戦略をとりました。以降は、SNSを使い、ゲームの要素を動画や写真で多数に切り分けて世界中に同時発信し、ユーザーとゲーム情報の接触頻度を上げることに注力しました。さらに発売前には、オンラインで協力プレイが可能な体験版を2度配信し、ユーザーの興味を喚起し続けました。世界中でファン獲得を目指し、発売後もイベントクエストなどのダウンロードコンテンツを通して運営ノウハウを磨き、『MHRise』をシリーズの新しい柱に育てていきます。

カプコンDNAを受け継ぐ正統派ハンテ

DIRECTOR

CS第二開発統括　編成部　第一編成室

一瀬　泰範　Ichinose Yasunori

ユーザー一人ひとりが思い描く“モンハン”の期待を超える楽しみを届けたい

プロデューサーの辻本から「『MH:W』とは立ち位置が違うものにしたい」という構想を聞き、どうすれば『MHRise』を新ブランドとして確立できるか考えました。導き出した答えは、Nintendo Switch向けに進化したアクション主体のハンティングゲーム。内製のゲーム開発エンジン「RE ENGINE」を活用し、ビジュアルのクオリティを保ちながら、シームレスなフィールドでよりアクション面を強化するという難しい仕様に挑戦しました。狩りの舞台は、『モンスターハンターポータブル 3rd』以来となる「和」の世界。従来作よりキャラクター性を掘り下げた登場人物や「翔蟲」、「オトモガルク」などの新要素を取り入れながら、短時間プレイでも満足できる厳選したクエストを開発するなど、ゲームをつくり込んでいきました。今後も、ユーザーの皆様に「楽しい」と感じていただける瞬間を提供します。ご期待ください。

PROGRAMMER

技術研究統括　基盤技術研究開発部　基盤エンジン開発室

宮部　浩太朗　Miyabe Kotaro

携帯ゲーム機でここまで表現できるのか!という驚きの体験を

「『MHRise』は「RE ENGINE」で行う!」この決定を受け、私はタイトル開発チームに「RE ENGINE」のエンジニアとして加わりました。クリエイターとエンジン開発を担う技術部門とをつなぎ、Nintendo Switchで安定したパフォーマンスと最高のクオリティを両立できるよう努めるのがミッション。主にグラフィックスの技術選定と実装、そしてゲーム全体のパフォーマンスの最適化を担当しました。シームレス化されたステージに最大4人通信プレイ、オトモ4体、大型モンスター3体、さらに多くの小型モンスターと環境生物を動かすのは至難の業。その上でハードウェアの性能を限界まで使って美しいビジュアルと短いロード時間による快適なゲーム体験を提供できるよう工夫を重ねました。ゲームを支える、一見地味に見える部分にも注目してもらえたことはエンジニア冥利に尽きます。

ィングアクション『MHRise』を世界へ

SALES STRATEGY

マーケティング戦略部　販売戦略室　CS第二販売戦略チーム
瀬上　礼佳　Segami Ayaka

グローバルタイトルに成長した”モンハン”デジタル化を好機とし、世界中のファンに情報を発信

パンデミックの影響で外出が制限される中、一人でも多くのユーザーに『MHRise』を楽しんでもらいたい。そう願いながら、プロモーションおよび販売の骨子となる戦略立案とロードマップの策定、各国との連携を行いました。前作『MH:W』の販売本数の約8割は海外であるため、グローバル市場は戦略の要。国内だけでなくグローバルでもWin-winなキャンペーンができるよう心掛けました。リアルイベントがことごとく中止となり、プロモーションは一気にデジタルシフト。デジタルイベントの公開時間や言語対応など、それぞれの施策において世界の各地域の要望を取り入れながら調整を図るのに苦労しましたが、各地域の担当者と緊密なコミュニケーションを取りながら進めました。各国の担当が一丸となって取り組み、発売1週間で500万本を突破したときは感無量でした。今後もチームとともに、グローバル展開に努めていきます。

PUBLIC RELATIONS

マーケティングPR部　インタラクティブPRチーム
矢島　英　Yajima Hana

開発チームの熱意とゲームの魅力をInstagramで発信し、新規ファン獲得を目指す

『MHRise』の認知度を向上させるため、SNSでの情報発信やWeb番組の配信、パブリシティなどを活用してPR活動を行うのがインタラクティブPRチームのミッションです。その中で私は、主に公式Instagramの立ち上げと運用を担当しています。Instagramは若年層や女性がボリュームゾーンであり、新たなターゲット開拓が目標です。開発チームと積極的に意見交換し、鮮度の高い情報をリアルタイムで発信していきました。毎週金曜日には「オトモ」たちのかわいいイラストや、コメントを投稿するなど、ユーザーの興味を惹き、『MHRise』のファンになっていただけるよう努めています。入社1年目だった私にSNS運用を任せてくれる社風に感謝しつつ、世界に羽ばたく『MHRise』とともに成長していきたいと思います。

人材戦略と独自のプログラムで
カプコンの未来を担う人材を
続々と育成
開発人材
の強化
トップコアメンバー
実績の積み重ね
コアメンバー
移植作品等のディレクターに抜擢
中堅・若手（コア育成枠）
各種研修制度
先輩社員による指導
新 卒
＋
＝
世界一
面白いゲーム
＋
充実した
ラインナップ
開発環境の整備
開発拠点の拡充
開発部門を集約し、
機動力や統率力を向上
独自の開発ツール
品質と開発効率を高める
「RE ENGINE」
最新技術の導入
世界最先端の「3Dスキャン」、
「モーションキャプチャー」、「VR」
カプコンが誇る
最新クリエイティブ
開発設備

管理本部　人事部　人材開発室 室長
市川　圭子 Ichikawa Keiko

2,500名体制で安定成長を目指す

カプコンが未来にわたって安定成長を続けていくために選んだ道、それは、ゲームづくりの技術と知識を自社内に集約し、カプコンDNAを次世代に着実に継承していくことです。少人数で開発するタイトルもありますが、今や大型タイトルの開発ピーク時は数百名もの人員が必要です。積極的な採用を行い、自社で人材を育成する。それによって、品質向上とラインナップ拡充も図れますし、各タイトルに若い世代の感覚を吹き込み、ゲームをより面白いものに進化させることもできます。これが2,500名体制で開発を行う、人材戦略の狙いです。

社員の戦力を強化する、3つの人材育成方針

人材育成の方針は「早期戦力化」「適材適所」「自育」の3つです。

まず「早期戦力化」ですが、新卒入社者には、入社後「短期集中プログラム」で職種別の専門スキルを学ばせ、早期戦力化を図ります。その後、実際のプロジェクトに配属し、育成担当のサポートのもとカプコンのモノづくりを実地で体験する中でスキルや個性を伸ばしていきます。

次に「適材適所」ですが、人材を適切に管理できるマネージャーの育成を強化するとともに、人材情報を一元化・分析して人材開発に活用するための取り組みを進めており、戦略的なタレントマネジメントができるよう努めています。

そして、最も大切なのが「自育」です。「人は他者から強要されても育たず、あくまでもその人の志ありき」という人材観に基づき、人材育成施策を立案、実施。その象徴ともいえるのが、開発中堅人材育成プログラム“VIRTUAL無茶振り道場”です。これは、人事と開発部門が共同で開発した体験型の教育プログラムであり、モデル人材に共通する思考、行動特性を明文化し、開発場面を模した疑似的なモノづくりを体験します。本プログラムを通じて自発的な気づきを得ることを目的としています。受講者からも「レベルデザインが素晴らしい」「夢中で楽しんだ」と好評です。独自のプログラムで自発的な気づきや学びを促しています。

社員一人ひとりの“感性”を世界中の大“歓声”に！

人生をかけて“おもしろい”を追究したい。そんな志をもった人をカプコンは求めています。嬉しいことに、次世代ゲーム開発に欠かせない「AI」や「ネットワーク」「データ分析」等を専門に学んだ学生の応募も増えています。カプコンのものづくりをより強靭なものにしてくれると期待しています。

カプコンは世界で一番になれるゲーム会社です。社員一人ひとりの“感性”を世界中の大“歓声”に！　社員たちが輝ける場所を提供できるよう、私たち人事は全力でサポートしていきます。

作業の短縮・高精度化を実現する「3Dスキャン」とリアルな動きを再現する「モーションキャプチャー」

約130台のカメラを用いたワールドクラスの「3Dスキャン」スタジオを完備。物体を360°取り囲み撮影することで、人やモノをデータ化し、3DCGとして再現します。従来、手作業だったCGモデリングの工程が大幅に短縮されただけではなく、高精度化したことで、さらなるクオリティの追求が可能です。

人間の実際の演技を赤外線カメラで感知してPC上でデータ変換する「モーションキャプチャー」では、天井高7mを誇る国内最大級のスタジオを設備。高低差のあるアクションなどキャラクターのリアルな動きの追求が可能です。

臨場感を再現！3D音響ブース「ダイナミックミキシングステージ」

映画館でも使用されている最先端音響システム、ドルビーアトモスを採用。まるでその場に居合わせたかのような臨場感を再現できるリアルタイムバイノーラル技術を駆使して音像変化に対応しています。前後左右からのあらゆる音や声を表現し、映像だけでなく聴覚からも働きかけることで、ゲームの没入感を高めます。

進化し続ける自社開発内製エンジン「RE ENGINE」

実写さながらの表現を可能にするとともに、VRなどの最新技術にも対応。更に、ゲーム開発に必要な各プロセスの時間を飛躍的に短縮しました。ゲーム開発チームとの連携により、仕様を常に進化できるのは自社開発の内製エンジンならではのメリット。世界に通じるクオリティを実現する重要な基盤です。