

進化する「遊び」に 対応できる世界レベル の開発体制を目指す

開発全体の方針

急速に進化するゲーム市場において、社員一人ひとりの揺るぎない情熱とデータを駆使したユーザーファーストへのこだわりにより、当社は11期連続の営業増益と過去最高の販売本数を達成しました。

ゲーム開発の高度化に伴い、より多くの時間とリソースが必要となるなか、10%営業増益の継続に向けて開発リソースの戦略的配置や更なる開発効率の向上は不可欠です。

開発部門では5年間のロードマップに沿って、主力タイトルはじめ、休眠IPの復活や新規ブランドなどの最適な発売時期を検討しています。それを実現すべく効果的に資金、人材、技術、設備を投入していき、特に近年当社が力を入れている「人材投資」についてさらなる強化を図ります。

また、デジタル販売が主流となり、オンラインイベントなど直接的なユーザーとのコミュニケーションを通じて、様々な要望や意見を吸い上げ、満足度を持続できるよう運用面にも注力していきます。長期ビジョンである年間販売本数1億本達成に向け、世界トップレベルの開発体制を作り上げ、カプコンのDNAを受け継いだ社員と共に「最高のIPコンテンツを届け、世界中の人々を夢中にさせる企業」を目指します。

取締役専務執行役員
最高製品責任者(CPO)
開発部門、PS事業管掌

江川 陽一

開発戦略

当社はグローバルで通用するコンテンツ制作を目指しています。世界約230の国・地域のより多くのユーザーにプレイして満足してもらえるシリーズ最新作、過去作を現在の技術で進化させたリメイク版、完全新規タイトルのチャレンジなど、中期開発計画を策定し推進しています。

ゲーム開発に必勝法はなく、自分たちでトレンドを作っていくのがカプコン流です。試行錯誤を繰り返し、満足する完成までには相当な時間を必要としますが、作り手の情熱と努力、またチャレンジを経て数多くのIPが生まれブランドとしても育ってきました。

2024年3月発売の『ドラゴンズドグマ2』は、精彩なグラフィックや緻密に



開発内の協力体制

2024年6月末時点で開発部門には約2,800名の社員が所属しており、第1開発、第2開発といったゲームを開発する部門だけでなく、基盤技術を研究する部門、周辺支援を行う部門、品質管理を行う部門が連携することで、大規模化、長期化するゲーム開発の最適化を図れるよう努めています。第1開発は「バイオハザード」、第2開発は「モンスターハンター」などに代表されるように、各部門が持つ特色を活かした開発スタイルで、ユニークな世界観を創造し、グローバルで通用するコンテンツを制作します。「RE ENGINE」を含む、各タイトルに最適な開発環境のもと、クリエイターが追求するクオリティを実現しています。

また、品質管理部門は不具合対応からバランスチューニング、顧客からのフィードバックを開発と連携し、総合的なアプローチで品質を管理している

ため、ユーザー満足度を高く維持し、長期的な販売につなげるため、重要な役割を担っています。

開発人材の育成

ゲーム開発の核となるのは、やはり「人」です。2013年にコンテンツ制作の内製化を志向してから毎年100名以上の開発者を積極採用しています。当社コンテンツに魅せられた希望者は多く、世界中から多様な人材が応募し、ゲーム開発の土壌を豊かにしています。新規採用した若手社員は、実践の場に配属し、現場のノウハウと技術を習得して育てています。一つのタイトルを完成するまでには以前より長くなるものの、育成プログラムを見直すことで、若手をより早く一人前に育てることに取り組んでいます。個人の能力を最大限発揮し、やりがいと向上心をもって働ける環境や制度を充実させています。

家庭用ゲームソフト総販売本数推移 (万本)



※3月31日に終了した各事業年度

MONSTER
HUNTER
20th
ANNIVERSARY

「モンスターハンター」シリーズ20周年 目指すは“世界的”

ゲーム。一緒に、一狩りいこうぜ!

歴代の「モンスターハンター」シリーズ。カプコンが誇る技術革新



取締役専務執行役員 開発部門副管掌

辻本 良三 Tsujimoto Ryozo

2007年の「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。最新作の「モンスターハンターワイルズ」でも、プロデューサーとしてタイトル全体を統括する。

「みんなで遊べる ハンティングアクション」 楽しさの連鎖が成長の源泉

20年前に産声を上げた「モンスターハンター」シリーズは、今年、全世界のシリーズ累計販売本数が1億本を突破しました。正直、当時はここまで愛されるタイトルに育つとは想像もしていませんでした。Wi-FiもSNSも普及していなかった時代に、「オンラインで仲間とつながり、協力プレイを楽しむ時代がきってくる」と予想し、「みんなで遊べるハンティングアクションゲーム」という明快なコンセプトを掲げてリリース。荒削りだけど、協力して狩る楽しさ

や成長を実感できるゲーム性、思わず笑ってしまうユーモアが刺さり、ファンがクチコミで仲間を誘ってくれユーザーが拡大。開発側もファンの熱量も大きく、国民的ゲームと呼ばれるほど成長しました。

ひとりのニーズ、そして 世界が求めるニーズに 技術と楽しさで応える

岐路となったのは、世界で勝負しようと、2018年にリリースした「モンスターハンター:ワールド」でした。準備段階で、海外でフォーカステストを実施したのですが、そこで遊び方や感覚の違いを突きつけられました。どうすればグローバルで受け入れられるゲームになるのか…。そこで、協力して狩る楽しさは変えずに、シームレスにつながるアクションやわかりやすい表示など、展開方法を見直しました。ゲームづくりの開発手法が激変する中で、技術的な困難も伴い

ましたが、こうしてリリースしたタイトルは大ヒット。世界への道を開き、AAAタイトルの仲間入りを果たしました。

没入感ある狩猟生活を 大阪から全世界へ 浸透させていく

この20年間を振り返ると、目の前のことに全力で取り組んでいたら今日だったというくらいあっという間。ユーザーとのコミュニケーションを大切にしながら、挑戦を続けてきました。私たちがこのシリーズを出し続ける意味、それは、国境を越えてユーザーを増やし、楽しみの輪を右肩上がりに広げていくこと。実際、据置機と携帯機にわけてみると、どちらも右肩上がりに成長しています。もちろん、次作「モンスターハンターワイルズ」も、期待を超える狩猟生活が楽しめるよう、全プラットフォーム同時、かつクロスプレイで、没入感あるアクションを楽しめるタイ



最新作「ワイルズ」の魅力

時間や気候が精緻に表現された生態系の中で、究極の狩猟体験が楽しめる。進化したハンティングアクションと、途切れることのない没入感を追求。

トルになるよう鋭意開発中です。

EXPO 2025 大阪・関西万博の「大阪ヘルスケアパビリオン」に、カプコンは「モンスターハンター」のIPを使ったコンテンツを展開します。「大阪から世界へ」を掲げるカプコンとして、その名のとおり、新しい楽しみを提供したいと思っています。



CS第二開発統括 編成部 副部長
ディレクター

藤岡 要 Fujioka Kaname

初代「モンスターハンター」以来、ディレクターとして携わっている。最新作の「モンスターハンターワイルズ」では、アートディレクター兼エグゼクティブ・ディレクターとして注力。

品質管理のチカラ

カプコンクオリティの番人として “攻めと守り”で、さらなる価値を



品質管理統括 統括 兼
開発管理統括 副統括

小林 周太郎 Kobayashi Shuntaro

入社以来、品質管理業務に携わり、チーム長、室長を経て、2010年に品質管理部長に。2022年より現職。カプコンの品質管理の土台をつくり、戦略的組織を構築。

一気通貫で クオリティを担保

品質管理統括のミッションは、プレイヤーに心からゲームを楽しんでもらえるように、企画段階からリリースまで一気通貫でクオリティを担保すること。タイトルをゼロから生み出す開発チームはもちろん、内製ゲームエンジン「RE ENGINE」の開発などを担う技術研究部門とも連携し、唯一無二のゲームづくり

をユーザー視点からチェックしていきます。ゲーム開発チームに寄り添いつつも、ときに辛辣に。開発中のリスクや、ゆらぎをあぶり出すリトマス紙の役割を果たせるよう努めています。

快適なプレイ体験を 提供するために

具体的には「バグチェック」「チューニング」「サブミッション業務」「お客様相談」の4つの業務を担っています。

「バグチェック」は、開発中のゲームをプレイして、プログラムの欠陥や不具合を発見し、意図した通りに動作するか検証します。多言語展開していますので文字の表記や知的財産の侵害がないかなども、ローカライズ部門や知財部門と連携して行っています。

ここ数年強化しているのが、作業の自動化です。必須である確認作業を人に代わってシステムが自動でプレイしてバグチェックできるよう、技術研究部門が各タイトルに合わせて自動化システムを構築。内製エンジンであること



から横展開が容易である点はカプコンの強みであり、大幅なコストダウンに成功しています。

これにより、自動化できない「チューニング作業」にマンパワーを集中。チューニングは、いわば剪定のような業務。ゲーム要素や展開が、唐突だったり難しすぎたりしていないか。そういった「楽しさ、わかりやすさ」に関わる部分を深く掘り下げ、ゲームに最初に触れるユーザー代表として、敬意を払い、クリエイターたちに意見を出していきます。ともすると敵対すると思われるがちですが、開発チームの懐は深くチューニングの重要度は理解しており、互いの距離は非常に近く、開発メンバーとして隣でチェックしたり、スポットでチューニング依頼がきたりすることも。こうした連携がカプコンの強みになっていると感じています。

開発工程の最後の 門番として

一般的な品質管理の業務はここまではですが、ここで終わらないのがカプコン。「サブミッション業務」では、完成したマスターデータの各ハードメーカーへの提供やレーティング*の取得申請、デジタルストアへの配信設定など、開発チームと複数の販売先とを



つなぎスムーズなゲームリリースができるようにしています。発売後にはお客様相談室にてユーザーの声を集約しており、品質管理部門にタイトルへの反応がリアルタイムで集まり、定期ミーティングを通じて経営陣に報告しています。

大規模化、高度化するゲーム開発プロジェクトの一員として、品質管理の精度を高めながらコストダウンを図る。タイトルの最初のユーザー、そして品質管理の門番として、一人でも多くのお客様に正しく届けられるようこれからも努めていきたいと思っています。

※レーティング制度とは、青少年の健全な育成を目的として、性的、暴力的な表現などを含む家庭用ゲームソフトが、相応しくない年齢の青少年の手に渡らないよう、ゲームの内容や販売方法について自主規制する取り組みです。



開発チーム・技術研究開発

- プロデューサー
- ディレクター
- プランナー
- デザイナー
- プログラマー
- サウンド
- 技術研究
- エンジンプログラマー (RE ENGINE)
- サーバープログラマー

ワンチームで
最高のタイトルを
世界へ

品質管理統括

- ゲームテスター
- チューニングスタッフ
- サブミッション
- カスタマーサポート



バグチェック

開発中のゲームを実際に触って不具合を見つける。技術研究部門が開発したシステムで、バグチェックの自動化を推進中



チューニング

「楽しさ、わかりやすさ」に関わる部分を深く掘り下げ、ユーザー視点を大切に、ゲームバランスやユーザビリティを開発チームに提案



サブミッション

開発チームと複数の販売先をつなぎ、予定日にゲームをリリースできるよう、マスターデータの提出や各種申請などを行う



お客様相談室

カスタマーセンターとして、ニーズの吸い上げや集約を行い、次のチューニングに反映。お客様満足度を高める業務を担う