



VILLAGE

BIOHAZARD™

恐怖に死に物狂いで立ち向かえ！
誰も見たことがない
サバイバルホラー
『バイオハザード ヴィレッジ』

『バイオハザード ヴィレッジ』 プロデューサー

神田 剛

Kanda Tsuyoshi

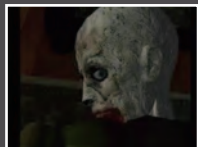
2002年入社。国内でマーケティングや海外業務に携わった後、2008年にカプコンU.S.A.へ出向。2015年に帰任し、プロデュース職に転向。『バイオハザード7 レジデント イービル』と今作ではプロデューサーを務める。

『バイオハザード』シリーズ

シリーズ累計1億本突破！ 世界を常に驚かせる恐怖体験を

「サバイバルホラー」ゲームの金字塔「バイオハザード(海外名称:RESIDENT EVIL)」は、迫り来るゾンビ達の“恐怖”に立ち向かい、絶望的な状況からあらゆる手段を使って生還するゲーム。1996年の第1作発売以降、世界中から熱狂的な支持を得て、シリーズ累計販売本数1億本を突破。ハリウッド映画やUSJのアトラクション展開で、ゲームファン以外の人気も獲得。

1996



『バイオハザード』

販売本数 **275**万本

1998



『バイオハザード2』

販売本数 **496**万本

1999



『バイオハザード3
ラストエスケープ』

販売本数 **350**万本

2002



『バイオハザード4』

販売本数 **125**万本

2005



『バイオハザード4』

販売本数 **160**万本

恐怖×キャラクター・ドラマ性でファンを魅了

「先に進むのも怖い、でも面白い!」恐怖に打ち勝つカタルシスや達成感など、サバイバルホラーゲームの本流を貫きつつ、キャラクターやドラマ性にも富んだゲーム、それが「バイオハザード」シリーズの基本コンセプトです。一見の価値ある面白いものづくりに挑むというカプコンのDNAを受け継ぎ、シリーズごとにインパクトのある“未知の恐怖”を創出。時代とともに進化するゲーム機と歩調を合わせて、そのとき実現できる最大限の表現に挑戦し続けてきました。これが長きにわたってファンに支持いただき、シリーズ累計販売本数1億本を超えることができた所以ではないかと思っています。

来年2021年3月にバイオハザード誕生25周年を迎えますが、開発の根底にあるのは常に挑戦者であるということ。世界中のユーザーに新たなサバイバルホラー体験を提供できるよう、新作に取り組んでいます。

フォトリアルな世界で、死に物狂いで戦う

2021年のリリースを目指し、今まさに開発を進めているのが『バイオハザード ヴィレッジ(VILLAGE)』です。タイトルロゴに8を意味するローマ数字「VIII」を忍ばせた作品で、前作『バイオハザード7 レジデント イービル』の完結編です。「死に物狂い」をコンセプトとして、プレイヤーが必死で試行錯誤できる、攻略の幅広さを前作以上に強化しました。ゲームへの没入感を高めるため、前作に続いて一人称視点のアイソレートビューを採用し、更に今作では次世代機の性能を存分に発揮し、ゲームデータを最適化してロード時間を極限まで短縮する試みや、より高精細なグラフィックや3Dオーディオとの相乗効果で、未だかつてない圧倒的な世界観での“死に物狂いの戦い”を目指しています。

ゲーム開発には、引き続き自社開発のゲームエンジン「RE ENGINE」を使用。エンジンとコンテンツが表裏一体となり、ゲーム



とともにエンジンも進化しています。スムーズな操作性や臨場感溢れる体験に、プレイヤーも驚くのではないかと期待しています。

『バイオハザード ヴィレッジ』
プロデューサー

ピーター・ファビアーノ
Peter Fabiano



2008年入社後、グローバルプロダクション室を経て、「バイオハザード」シリーズなどの開発に携わる。

『バイオハザード RE:3』と今作では神田とともにプロデューサーを務める。

「バイオハザード」は、日本発のゲームでありながら英語を主言語と定めて開発しているグローバルタイトル。アメリカで「サバイバルホラー」といえば「バイオハザード(Resident Evil)」をイメージする人が多いほど知名度も高い。日本をはじめ、北米、欧州各国の文化や嗜好に配慮しながら、最適なコンテンツやプロモーションを展開し、世界中のファンを常に新しいホラー体験へと誘います。

魅力を最大化し、グローバル市場にアプローチ

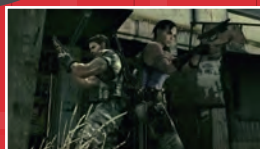
開発やマネジメント、グローバルのマーケティングメンバーと力を合わせタイトルの魅力を最大化し、世界に発信していくのが我々プロデューサーの使命です。このシリーズは欧米のシェアが圧倒的に高く、中でも北米を中心に各地域へアプローチしています。グローバル市場におけるデジタル化の進行に伴い、成長著しいアジア地域でのPCシェアも加味しながら、今作では更にデジタル版の販売シェアを高めるべく、販売戦略を遂行しています。

更に、本年はコロナ禍中での開発・プロモーションとなったため、メンバーの健康に留意しつつ、海外との制作連携もウェブ体制へシフトし、更にウェブ中心のプロモーション施策を基本軸としたグローバル施策を積極的に推進するなど、可能な限りの対応により、プロジェクトの遅延を最小限に留めつつ、プロモーション効果の最大化に努めています。

目指すはグローバル総販売本数1,000万本!。シリーズ誕生25年目にふさわしい、最高のサバイバルホラー体験として心に刻んでいただけるタイトルとなるよう、我々自身も死に物狂いで挑み続けます。

タイトル数 **141** 作品 シリーズ累計販売本数 **1億** 本以上

2009



『バイオハザード5』

販売本数 **770** 万本

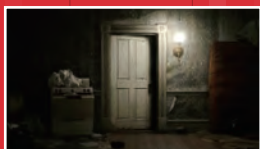
2012



『バイオハザード6』

販売本数 **760** 万本

2017



『バイオハザード7
レジデント イービル』

販売本数 **790** 万本

2019



『バイオハザード RE:2』

販売本数 **720** 万本

2020



『バイオハザード RE:3』

販売本数 **270** 万本

タイトル数、販売本数は2020年6月30日現在

©CAPCOM CO., LTD. 2020

Project management

人材や環境を整え、

プロジェクトを推進

CS第一開発統括
第一開発部
副部長

葛野 誠
Kadono Makoto

ゲームづくりは組織づくり 適材適所で最高の“恐怖”を創造

『バイオハザード ヴィレージ』は、まさに“ホラーのテーマパーク”。さまざまな恐怖やアクションでプレイヤーを楽しませるために、開発メンバー達は、2021年のリリースに照準を合わせ、まさに死に物狂いで開発に取り組んでいます。

カプコンのものづくりで最も大切なもの、それは、“人”です。数百名を超える開発メンバーが一人心の能力を発揮できる環境を整えてこそ、面白いゲームは生まれます。プロデューサー陣とも連携し、時には自身のプログラマーとしての経験を活かしてアドバイスをしつつ、進捗やコストを鑑みながら開発スケジュールを管理する、それが私の果たすべきつとめです。年々、ゲーム開発は複雑化しています。より効率的に進めるにはどうすればよいか？ 常にプロセス最適化の意識を持ちながら、世界トップクラスの品質を更に高められるよう努めています。

開発部門と連携し、タイトルの

ゲームづくりに最適な

ソリューションを

アドバンスドゲーム開発室
Technical Art Director

ブラッドリー サunders
Bradley Saunders

もっとクリエイティブに。 ゲームづくりの課題に技術で応える

クリエイター達が表現したいことは何か、どうすればそれを実現できるのか？ そうした潜在的なニーズに対し、開発エンジンを進化させたりワークフローを見直したりして実現に導くのが、私達のミッションです。

新しいゲーム機が出るたびに高まるユーザーの期待に応えるために重要な役割を果たすのが、次世代機のゲーム開発に必要な要素を全て盛り込んだ「RE ENGINE」です。美しい映像表現はもちろん、前作のワークフローの改善点を洗い出し、ゲーム開発の要となって作業を最適化するツールとして、『バイオハザード ヴィレージ』のためにさらなる進化を遂げました。

コンテンツをエンジンとの両輪で進化させる、これは自社開発のエンジンだからできることです。ユーザーに最高の恐怖を体験してもらえるよう、最適なソリューションを提供しています。

Advanced game development

Sales strategy



グローバル戦略を

企画・遂行

マーケティング戦略部
販売戦略室
CS第一販売戦略チーム
チーム長

中野 広祐
Nakano Kosuke

最高のスタートダッシュで 25周年のバイオハザードを世界へ

世界中のユーザーの興味が最高潮に達したタイミングで『バイオハザード ヴィレッジ』をリリースし、その後も売上が継続的に伸長するよう、グローバルで一貫した販売戦略を立案し遂行するのが、私達の役割です。

経営からの重要課題である「デジタル戦略」の実働部隊として、どのような商品を、いつ、いくらでどうやって販売するかを提案しています。発売後には、ただ価格を動かすのではなく、市場調査と過去作の分析などをもとに、地域の販社や開発と意見交換をしながら最適なタイミングと価格で販売することで、売上の最大化とブランド価値の向上に努めています。

今作は、次世代機に対応する新時代の「バイオハザード」となります。新時代の幕開けにふさわしい新たな体験を提供するとともに、25年の歴史の厚みで後押しをすることで最高のスタートダッシュを切っています。

成功を実現するスタッフ達

北米・南米地域の

デジタルセールスを担う

カプコンU.S.A.
デジタルプラットフォーム
シニア バイスプレジデント

ウィリアム 成幸
ヤギ・ベイカン

William Nariyuki Yagi-Bacon



本社・海外販社が一丸となって デジタル戦略を推進し、 多様なユーザーにベストの価値を

このチームでは、例えば『バイオハザード ヴィレッジ』発表時に、期待感をより高めてもらうため、前作にあたる『バイオハザード7 レジデント イービル』や、過去作の現行機移植版を値下げし購入し易くする、といった施策を考案・遂行することで、シリーズでの売上の最大化とデジタルシフトの拡大に貢献しています。

値下げセールを含んだ販売促進活動はグローバル化が進んでおり、本社と私達海外販社間、そしてファーストパーティーとの円滑なコミュニケーションが必要不可欠な時代となりました。このような状況下、私達販売部門にとって情報の鮮度と迅速な判断力が全てといっても過言ではありません。時には話が出た当日に判断をしなければならない場合もあるため、本社・販社間で速やかなコンセンサス取りの調整を行うのも、私の重要な仕事です。

Digital marketing