

# Creaa Report

取締役専務執行役員  
開発部門、PS事業管掌

江川 陽一



### 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

### 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]

世界一  
面白いゲーム

+

充実した  
ラインナップ

# グローバルで高い評価を誇るコンテンツを生み出す開発方針と基盤づくり

## 開発方針

### 世界屈指のクオリティとコスト感覚の両立により持続的な成長を実現

創業以来35年以上に渡りゲーム開発を行ってきた我々には、「クオリティが高く、グローバルで通用するものに仕上げなければゲームは売れない」という業界の現実が、骨の髄まで染みわたっています。私が開発責任者となってから、「モンスターハンター」のグローバルブランド化、「大型タイトルの長期販売モデルの確立」、「デジタル販売比率の拡大」など、カプコンは大きな成長を果たしてきましたが、これらは全て、カプコンのゲームが世界屈指のクオリティであるという評価を獲得したからこそ成しえたものです。

現在もこの状況に満足することなく、開発組織全体で、更なる成長に向けた体制づくりを進めています。

加えて、私が注力しているのは開発部門の数字への意識強化です。私自身、開発畑出身ですが、クリエイターはどうしても「クリエイティブの可能性を突き詰めて追求する」傾向にあります。もちろん、その職人気質が当社の強みでもありヒットタイトルを生み出す源泉になっています。一方で、経営が求める「毎年10%の利益成長」を実現するためには、作り手の自己満足ではいけません。私は、多額の投資を預かる責任者として、部門の成果を損益だけで評価せず、生産性を意識したゲーム開発を推進することで、健全性を高めています。この取り組みにより、現在では開発の部門長レベルに、経営目標である、中期的な視点でタイトル損益とパイプラインの拡充を両立させる意識が浸透し始めています。

今後は、不変のミッションであるIPの育成と創出に加え、クラウドの台頭やプラットフォームの多様化に対応するため、クロスプレイへの対応などネットワーク環境の構築・整備に注力するほか、運営型オンラインコンテンツの強化を進めていきます。また、5年、10年先を見据え、先端技術の研究も推進していきます。

これからの技術革新により、デジタルエンタテインメントは未知の成長可能性を秘めています。私はこれからも「逃げない、諦めない」の精神で、引き続き、開発組織の管理と育成に注力していきます。

## 開発組織の特徴

### 自社開発エンジンにより、自分達の特徴を最大限に生かす開発環境を構築

カプコンのゲーム開発の強みの一つは、自社でゲーム開発エンジン[RE ENGINE]を構築していることです。[RE ENGINE]は、高品質なゲーム開発を可能にするだけでなく、これまでに開発したタイトルからのフィードバックを受け、自分達の特徴に合わせて常に進化しており、内製エンジンである強みを存分に発揮しています。

また、当社は研究開発棟や開発設備に積極的に投資し、設備面

でも世界最先端の水準にあります。この環境のもと、クリエイターとエンジニアがタッグを組むことで、世界トップクラスのクオリティが実現できるのです。→詳細は統合報告書2017・P38参照

## 開発人材の育成

### 重要案件にも若手社員を積極起用 次世代へ継承するカプコンのものづくり

社内に技術とノウハウを集約し、創業以来続く人気IPの開発DNAを次世代に継承しながら、若い世代の感覚も取り入れて進化させる。こうした考えのもと、カプコンは2011年度から新卒開発者を毎年100名以上採用し、まずは2,500名体制を実現する目標を掲げています。新卒社員が一人前になるには数年の開発経験が必要ですが、ゲーム機の性能向上により、1タイトル当たりの開発期間は長期化傾向にあります。そのため、若手社員であっても、大型タイトルや、ゲーム開発の根幹をなすミドルウェア開発のチームに起用することもあり、最先端の現場でやりがいとノウハウを得ながら成長を促しています。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整備しています。

## コロナ禍でのゲーム開発

2020年4月から5月にかけて、日本での緊急事態宣言発令を受け、当社開発部門でも原則的に在宅勤務を行いました。

大容量のデータを扱うゲーム開発において、在宅で進められる業務には限りがあります。また、緊急事態宣言解除後も、ソーシャルディスタンスを考慮した座席配置により、全社員が一斉に出勤することはできませんが、人員配置の見直しや時差出勤など、効率的な稼働と成果を両立させることで、開発遅延リスクの低減を目指しています。

なお、今回の経験を踏まえ、有効な在宅勤務の進め方の検証が進んでおり、仮に今後感染拡大が続いた場合も、生産性の低下は今回より抑制できる見込みです。

家庭用ゲームソフト販売本数推移 (万本)

	2018	2019	2020	2021 (計画)
<b>総販売本数</b>	<b>2,440</b>	<b>2,530</b>	<b>2,550</b>	<b>2,800</b>
<b>主要販売タイトル</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モンスターハンター：ワールド 790</li> <li>●バイオハザード アレジデント イービル(リビート) 160</li> <li>●マーベル VS. カプコン：インフィニット 100</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モンスターハンター：ワールド(リビート) 450</li> <li>●バイオハザード RE:2 420</li> <li>●デビル メイ クライ 5 210</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●モンスターハンター：ワールド(リビート) 520</li> <li>●モンスターハンター：ワールド(リビート) 320</li> <li>●バイオハザード RE:2(リビート) 240</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●バイオハザード RE:3(リビート)</li> <li>●モンスターハンター：ワールド(リビート)</li> <li>●バイオハザード RE:2(リビート)</li> </ul>

(3月31日に終了した各事業年度)



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

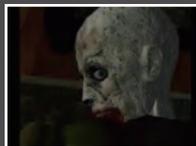
2002年入社。国内でマーケティングや海外業務に携わった後、2008年にカプコンU.S.A.へ出向。2015年に帰任し、プロデューサー職に転向。『バイオハザード7 レジデント イービル』と今作ではプロデューサーを務める。

『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0』

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。

1億本以上  
シリーズ累計販売本数  
141作品  
タイトル数

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

# 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 ヴィレッジ』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ひとり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 ヴィレッジ』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