



# 対戦格闘ゲームの 新時代が 幕を開ける

IPのポテンシャルを最大化するため、  
遊び方の定義を見直す

「対戦格闘ゲームなのに、対戦しないとは?」

5年ほど前、開発メンバーの松本と中山から出された「ストリートファイター6」の構想をまとめた企画書は、これまでのタイトルの固定概念を覆すさまざまなアイデアで埋め尽くされていました。「対戦しなくてもいい」、「闘う前に、師匠から闘い方を学ぶ」など驚きを隠せない面もありましたが、この発想こそタイトルを次のステージへ押し上げる原動力だと直感しました。

「ストリートファイター」は、1987年に業務用ゲーム機として登場し、シリーズ累計5,000万本を超える、対戦格闘ゲームの代名詞ともなっているカプコンを代表するIP。eスポーツとの相性もよく、自らプレイするだけでなく、観戦しても楽しめるタイトルとしてその地位を確立。しかし、対戦格闘というジャンルは、シューティングやアクション、RPGなどと比較するとゲーム人口はそう多くはありません。対戦するため必ずどちらかが負けます。負けがモチベーションになるのか、ストレスとなって遊ばなくなるのか…。そうした特徴を踏まえつつ、新しい楽しみ方を新生「ストリートファイター」で提案し、その魅力をより多くの方に知っていただく。そして、このジャンルをもう一度盛り上げていきたいという意気込みに共鳴し、開発にGOサインを出しました。

取締役専務執行役員  
開発部門副管掌

## 辻本 良三

TSUJIMOTO RYOZO

第二開発統括として「モンスターハンター」や「ストリートファイター」など当社の代表的なシリーズ開発にて指揮を執る。2022年6月に取締役開発部門副管掌に任命し、開発全体の戦略とマネジメントに注力。



## 新旧の挑戦者が集い、楽しめる 3つの“遊び場”を用意

『ストリートファイター6』の開発チームは、松本、中山を中心としたバランスのよい統制のとれたチームです。社内だけでも300名という大規模の体制で、世界最高峰の対戦格闘ゲームをつくるという目標に向かって全力で進んでいきます。私は全体をマネジメントする立場から、必要なリソースを経営陣に説明し承認を得たり、国内外の販売会社とプロモーション戦略を進めたりして、チームが動きやすいよう努めました。

今作で開発チームが最も重視したのは、格闘ゲームのハードルを解消しながら、新規ユーザーもコアファンも楽しめるようにすることでした。新規ユーザーが参入しやすいように、新規キャラクターの追加をはじめ、複雑な操作を覚えなくても技を繰り出せる「モダンタイプ」という操作方法を導入するなど、新鮮な要素を取り入れました。

特徴的なのは、ユーザー視点に立ち、3つのゲームモードを用意したこと。1つは、ユーザーがアバターを作成し、自分の分身が師匠に入門して技を学びながら、「ストリートファイター」の世界を自由に旅するシングルプレイモード「ワールドツアー」です。闘い以外にも楽しめる要素がたくさん、ゲームスタイルに慣れる第1ステップ。2つめは、ワールドツアーで鍛えたアバターで、全世界のプレイヤーとコミュニケーションやバトルを楽しむモード「バトルハブ」。ゲームセンターで誰かを誘って対戦する感覚



でゲームを楽しめるモードです。そして3つめの「ファイティンググラウンド」は、最新の技術でコアファンをも唸らせる、格闘対戦プレイモードです。このモードをエンドコンテンツと位置づけ、逆算してそこに至るまでに必要な要素を肉付けしていきました。さながら3本分というボリュームのあるコンテンツを「RE ENGINE」をフル活用して効率的に開発しました。

その結果、『ストリートファイター6』は2023年6月の発売から約1ヵ月で、全世界で200万本を突破\*。多くのユーザーにその新しい楽しみ方が受け入れられた成果だと思います。この先も新鮮さを保ち、関心を引き続けるために、定期的にコンテンツを提供しつつ、8月からは年間賞金総額200万ドル以上\*のeスポーツ大会「CAPCOM Pro Tour 2023」も開催。対戦格闘ゲームの新たな火蓋は切られたばかり。挑戦はまだまだ続きます。

\* 2023年7月7日時点

## 全人類に遊んでもらえる、世界最高峰の対戦格闘ゲームを目指す

少年時代、ゲームセンターで『ストリートファイターII』に熱中したふたりが、あの歓喜を再び巻き起こそうと、今こうしてシリーズ最新作を開発しています。コンセプトは『ストリートファイター7』をつくる担当者が困るほどの対戦格闘ゲームの最高峰をつくること。世界観がぶれないよう、ブランディングチームを立ち上げ、グラフィックからサウンド、プロモーションまで方針を固め進めていきました。カプコンUSAのスタッフとも連携し、最大の市場である北米のカルチャーが表現できているかもチェック。全人類に遊んでもらえるよう、わかりやすいUIに加え、視覚障害者のeスポーツプレイヤーにも協力いただき、効果音などのサウンドアクセシビリティも向上させています。海外の販売会社とも連携し、SNSやグッズ、イベントなど、ゲームをしない人の日常にも『ストリートファイター』が身近に感じられるよう、プロモーション活動を行っています。

多彩なキャラクターがたくさん登場し、新しい挑戦者の参加を待っています。幅広いユーザーが楽しめる追加コンテンツを用意していますので、次なる展開に期待してほしいと思います。



ディレクター  
中山 貴之

プロデューサー  
松本 脩平