



©CAPCOM CO.,LTD.2007,2008 ALL RIGHTS RESERVED.

「誰でもできるハンティングアクションゲーム」がコンセプトのモンスターハンターポータブルは、上級者と初心者と一緒に楽しめる。



2008年に開催したモンスターハンターフェスタでは開催地のご当地ストラップも制作した。



人と人がつながるゲーム 初心者にも広がり大ヒット

— PSP向け「モンスターハンターポータブル」シリーズが大ヒットしています。まずは、開発の経緯と商品コンセプトから聞かせてください。

辻本 私は「モンスターハンターポータブル 2nd」(2007年2月22日発売)からプロデューサーとしてかかわってきました。当時、モンスターハンターというブランド自体の認知が少しずつ高まりつつある状況の中で、さらに人気に火をつけたいという狙いがありました。そうして発売された2ndが、シリーズでは初めて100万本を突破。08年3月27日には「モンスターハンターポータブル 2nd G」が発売され、こちらは250万本を突破しています。

このゲームのコンセプトは、「誰でもできるハンティングアクションゲーム」です。上級者と初心者が共存し、参加プレイヤー全員が一緒に楽しめるゲームであることが大事だと考えました。ですから、どんどんモンスターを狩りたい人も、のんびり楽しむ

たい人も、その人の状況や気分に応じた楽しみ方ができるゲームを目指しました。

もう一つ重視したのが、他人と一緒にプレイする「協力プレイ」の要素です。僕たちファミコン世代は、家に友達を呼んで一緒にゲームをやっていた感覚がありますが、そうではない世代の方には「みんなでゲームをする」という経験が少なかった可能性もあります。そういった意味でも「人と人がつながる感覚」は、若い人たちには新鮮だったかもしれません。

— インターネットや携帯電話の普及など、若者を取り巻く環境は激変しています。若者に受け入れられるゲームを開発する上で工夫した点はありますか。

辻本 ゲームというのは、面白ければ成立するもので、環境の変化についてはあまり気にしていません。ただ、携帯ゲーム機の特長は考慮しました。携帯ゲーム機は、時間や場所を選ばずにプレイできる分、それぞれの状況に合った達成感を味わえることが必要です。電車で15分の移動中にプレイしている人は、15分の達成感が味わえる。一方で、休日に家で2時間

ほどプレイする人には、2時間分の満足が味わえる。その人の目的や状況に応じて遊べる要素を盛り込むことが大切だと考えました。

コミュニティ発の口コミで “外ゲーム”を広める

— そうしたゲームのコンセプトや特性を踏まえ、どのようなプロモーション戦略を立てたのでしょうか。

辻本 プロモーションを展開するにあたりまず考えたことは、「外でゲームをする習慣を広めたい」ということです。今でこそ、電車の中でも携帯ゲーム機で遊ぶ人が増えましたが、以前は車中でゲーム機を出すことに心理的なハードルがありました。そうした違和感を取り除き、ゲーム機を持ち歩いて外でもゲームを楽しんでもらいたいと考えたのです。

そこで注力したのが、イベントの開催でした。ここに来れば誰でも仲間と一緒にゲームが楽しめるという環境を提供することが目的です。08年には、全国主要5都市で「モンスターハンターフェスタ2008」を開

催し、全会場で合計2万人近い参加者を集めました。また、夏には「モンスターハンター夏期講習08」も実施。クエストタイムを競ったり、協力プレイに参加することで、プレイヤー同士のコミュニティの形成による口コミの広がりを狙いました。

2ndで得た人気をさらに爆発させるため、2nd GではテレビCMを投下して知名度を上げることも努めました。ただ、いくらテレビCMの投下量を増やしても、視聴者の印象に残らなければ意味がありません。印象に残すためにはフックとなるキーワードが必要です。また、キーワードは口コミが広がっていく上でとても重要です。そこで制作したのが、実際にこのタイトルで遊んでいる芸人や女性タレントを起用し、これまで何時間遊んできたかを示すテロップを入れたテレビCMです。「芸人が4人でやっているアレ」でもいいし、「○○さんが何時間もやっているゲーム」でもいいので、視聴者の頭の片隅に残る要素を入れておくことで、口コミを広がりやすくしています。

— 口コミの広がりや、やはりブログやSNSへの書き込みから感じる人が多いのでしょうか。

辻本 後三「つれもつりょうせい」
カプコン編成室 プロデューサー。1996年、カプコン入社。プランナーとしてアーケードゲーム開発に携わり、その後コンシューマタイトルの開発を担当。「モンスターハンターポータブル 2nd」でプロデューサーデビュー。現在、Wii「モンスターハンター3(トライ)」を開発中。

辻本 いいえ。どちらかといえば僕は、リアルに耳に入ってくる情報を意識しています。電車内で学生がモンスターハンターについて話していたとか、居酒屋で自然とモンスターハンターの話題になったとか。人から人へ情報が伝わる時に最も説得力があるのは、普段の生活の中で自然に出てくる会話だと思います。ブログやSNSの情報ではなく、何気ない普段の生活で入ってくる情報こそ、重視していきたいと思っています。

— 2nd Gが発売されてから半年ほど経ちますが、今後もプロモーションは続けていく予定ですか。

辻本 はい。つい先日も「開発スタッフと

行く沖繩ツアー」を実施し、こちらも大変好評でした。また、10月末には廉価版を発売しましたので、そのプロモーションも行っていきたいと思っています。

— 「ゲームを開発していく上でここだけは譲れない」と思うことはありますか。

辻本 ゲームでしかできない表現にこだわっていく必要があると思っています。ゲームは映画と違って、自分で操作して進行していくものです。その気持ち良さや、発見・驚きがないと、ゲームとして成立しないでしょう。ただ、どういう場所や状況で、誰とプレイしているかによって遊び方が変わってくる。ですから、遊ぶ環境を意識して作らないといけない時代になっていると思います。

