

「無双OROCHIシリーズ」における マルチプラットフォーム戦略について

株式会社コーエー
ω-Force プロデューサー
鈴木 亮浩

自己紹介

- 株式会社コーエーの社内制作チームω-Forceのプロデューサー
- ω-Forceの設立時からチームに加わり、第1作であるPS版『三國無双』でリードプログラマを務める。
- PS版『デストレーガ』、「真・三國無双シリーズ」でディレクターを務める。
- PS2版『真・三國無双3 Empires』、PS3/XBOX360版『BLADESTORM 百年戦争』、「無双OROCHIシリーズ」などでプロデューサーを務める。
- 現在は、プロデューサーとしてPS3『TRINITY Zill O'll Zero』に携わる。

Ω-Force 紹介

コーエーの中で、新しいことにチャレンジするチームとして設立

1997年 三國無双 (PlayStation)

1998年 DESTREGA (PlayStation)

2000年 真・三國無双 (PlayStation2)



SHIN · SANGOKUMUSOU



Ω-Force 紹介

新しいコンテンツ・プラットフォームへの挑戦



ブレイドストーム
BLADESTORM
百年戦争

2008年
PlayStation3 / XBOX360

鎧袖一触の衝撃

Ω-Force 紹介

新しいコンテンツ・プラットフォームへの挑戦



さいはいのゆくえ
さいはい

2008年
Nintendo DS

かつてない合戦アドベンチャー！！

Ω-Force 紹介

新しいコンテンツ・プラットフォームへの挑戦



真三國無双
MULTI RAID
マルチレイド

2009年
PSP

覚醒せよ。まだ見ぬ仲間たちよ。

Ω-Force 紹介

OMEGA

新しいコンテンツ・プラットフォームへの挑戦



戦国無双[®]3
SENGOKU MUSOU

2009年
Nintendo Wii

いざ、出陣！

Ω-Force 紹介

新しいコンテンツ・プラットフォームへの挑戦



2010年予定
PlayStation3

FANTASY Action RPG

Ω-Force 紹介

OMEGA

新しいコンテンツ・プラットフォームへの挑戦

- 2007年 BLADESTORM 百年戦争 (PlayStation3)
- 2008年 采配のゆくえ (Nintendo DS)
- 2009年 真・三國無双 MULTI RAID (PSP)
- 2009年 戦国無双3 (Nintendo Wii)
- 2010年 TRINITY Zill O' Il Zero (PlayStation3)
- 201X年 ???

「無双OROCH」シリーズの紹介

「真・三國無双シリーズ」と「戦国無双シリーズ」のコラボレーション



時空を越えた人気キャラクター達の共演

「無双OROCH」シリーズの紹介

独自の進化を遂げたアクションシステム



チームバトル、タイプアクションなどキャラの個性と連携を重視

「無双OROCH」シリーズの紹介

オリジナルキャラクターの投入



古今東西の英雄と無双キャラとの共演により、さらにお祭りらしさを強調

「無双OROCHI」シリーズの紹介

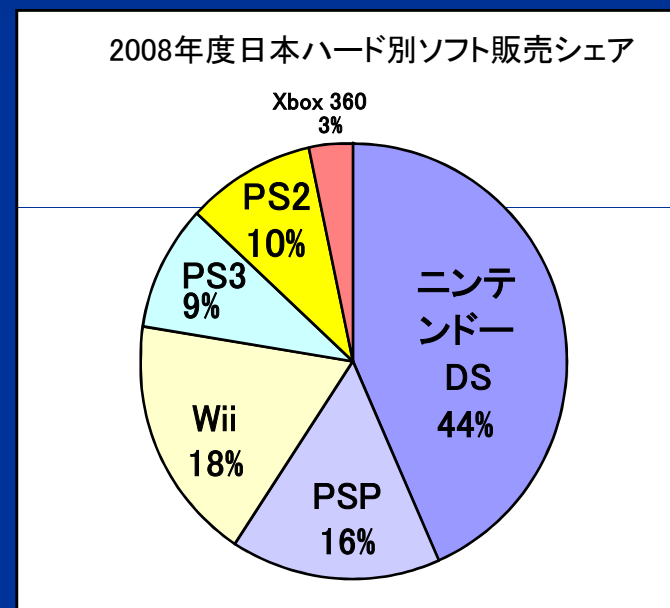
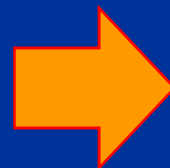
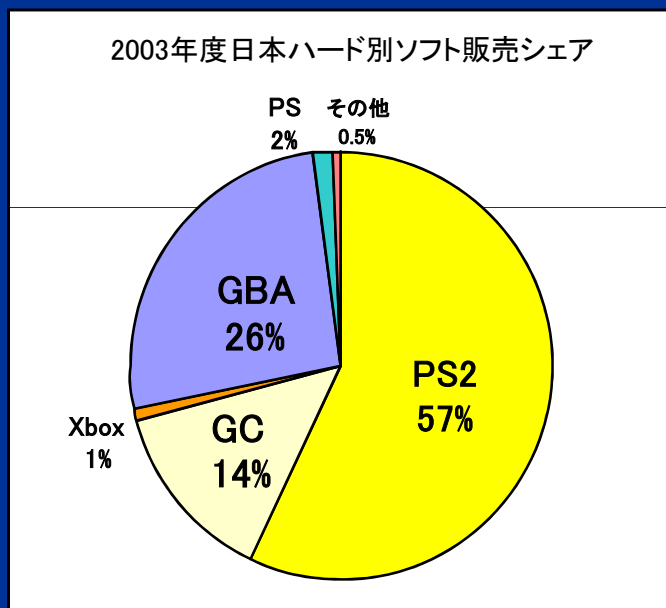
タイトル	機種	発売日	出荷本数
無双OROCHI	PS2	2007/03/21	70.0万本
	XBOX360	2007/09/13	1.4万本
	PSP	2008/02/21	18.0万本
無双OROCHI 魔王再臨	PS2	2008/04/03	42.7万本
	XBOX360	2008/09/04	1.5万本
	PSP	2008/11/27	22.6万本
無双OROCHI Z	PS3	2009/03/12	24.3万本

シリーズ合計で、180万本以上を出荷

マルチプラットフォーム展開

何故マルチプラットフォーム展開が必要なのか？

出展：ファミ通ゲーム白書



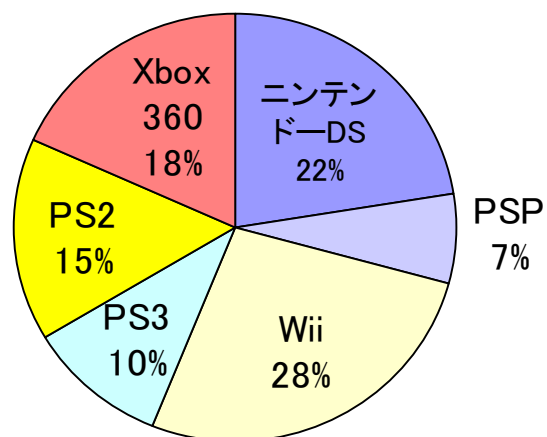
現在は、ソフト販売シェアで抜きん出ているハードが無い

マルチプラットフォーム展開

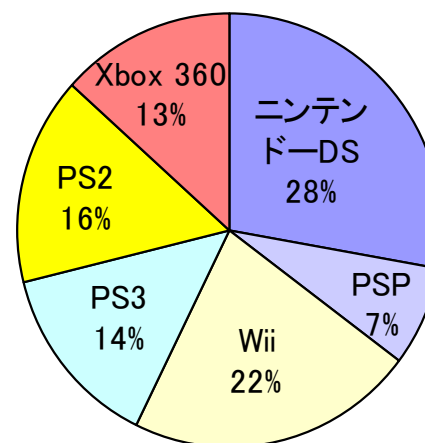
何故マルチプラットフォーム展開が必要なのか？

出展：ファミ通ゲーム白書

2008年度北米ハード別ソフト販売シェア



2008年欧州ハード別ソフト販売シェア



参考) 北米・欧州でも同様の傾向

マルチプラットフォーム展開

どういうやり方で展開するのが良いか？

展開する機種すべてを同時発売

かつ

各機種の特性を活かした仕様の追加

※特に海外では、ハードメーカーからの強い要望がある

マルチプラットフォーム展開

「無双OROCHIシリーズ」の場合は・・・？

市場の状況を考慮し、同時発売をしなかった



当時、新世代機の普及が予想よりも遅く、
また、PS2のソフト市場が健在だったため、1作目はPS版で開発。



その後、機種ごとに市場の動向やプロジェクトの採算性を見て、
展開時期を決定。

後発のデメリット

プロモーション面への マイナスの影響が大きい

- ➡ 時間が経てば経つほどコンテンツの鮮度が失われ、
相対的に魅力が減っていく。
- ➡ “ただの移植”ではメディアに取り上げられにくく、
ユーザーに認知させる機会が確保できない。



「無双OROCHIシリーズ」における 後発のデメリットへの対処

各機種固有の要素を追加

追加要素をセールスポイントとし
プロモーションに活かす

追加要素の中からアピールポイントを絞りこみ
プロモーションの柱とする

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

XBOX360版の追加要素

ビジュアルの強化

キャラクターやステージなどの3Dモデルは作り直し
その他、HDR対応などハードのスペックに合わせてクオリティアップ



「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

XBOX360版の追加要素

サウンドの強化

ハードのスペックに合わせてクオリティアップ

Xbox LIVE のランキング機能対応

壁紙の追加

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

XBOX360版のプロモーション(広告)



「ビジュアルの強化」を
柱に

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PSP版の追加要素

アドホック通信による対戦・協力プレイ



「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PSP版の追加要素

アドホック通信による対戦・協力プレイ



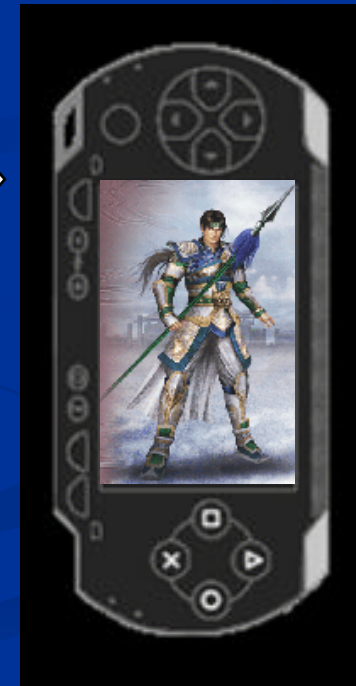
「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PSP版の追加要素

壁紙の追加、PSP向けの機能追加



通常表示



回転表示

画面サイズの関係で縦長の画像が小さく見
づらくなってしまうため、回転表示機能を追加

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PSP版のプロモーション(広告)



Koei 30th Anniversary

助けてほしい? 邪魔してほしい?

無双 OROCHI 魔王再臨

大ヒットアクションの続編が
PSP® (PlayStation®Portable) に登場!

フル画面で2P協力プレイ! アドホック通信で2P対戦プレイ!

好評発売中 希望小売価格 5,280円(税別)

上巻はシナリオ中心のPSP®版完全対応の攻略本
上巻 / 下巻 / 好評発売中 定価 各1,575円(税込) u-Force 数冊 45冊

「無双OROCHI 魔王再臨」公式サイト <http://www.gamecity.ne.jp/orochi-sairin/>

株式会社 コーエー www.koei.co.jp

「通信プレイ」を
柱に

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PSP版のプロモーション

プロモーション映像を
ご覧下さい



「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PS3版『無双OROCHI Z』の追加要素

新キャラ2名、プレイキャラ2名の追加



「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PS3版『無双OROCHI Z』の追加要素

『無双OROCHI』+『無双OROCHI 魔王再臨』の
決定版的構成

グラフィック、サウンドの強化

シナリオ、イベント、BGMなどの追加

プレイキャラのコスチュームや壁紙の追加

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PS3版『無双OROCHI Z』のプロモーション(広告)

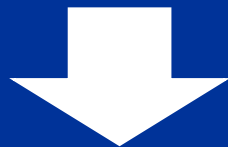


新キャラ2名をアピールしつつ、
「『無双OROCHI』+『無双OROCHI 魔王再臨』」決定版的位置付けを柱に

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PS3版『無双OROCHI Z』のプロモーション

1作目のPS2版『無双OROCHI』の発売から2年経過
より訴求力のあるセールスポイントが必要



無双シリーズ最高峰のワラワラ感

PS3のスペックをゲーム性の向上にあてる

「無双OROCHIシリーズ」の豪快なアクション性との相性が良い

「無双OROCHIシリーズ」における 追加要素とプロモーション

PS3版『無双OROCHI Z』のプロモーション

「シリーズ最高峰のワラワラ感」を柱に

プロモーション映像を
ご覧下さい



まとめ

「無双OROCHIシリーズ」のマルチプラットフォーム展開

機種ごとに発売時期が違う



各機種固有の要素を追加

追加要素をセールスポイントとしプロモーションに活かす

アピールポイントを絞りこみプロモーションの柱とする

まとめ

「無双OROCHIシリーズ」のマルチプラットフォーム展開
各機種追加要素を決定するポイント・その①

移植元の発売からの経過時間

➡ 基本的には、時間が経つほどボリュームアップが必要

まとめ

「無双OROCHIシリーズ」のマルチプラットフォーム展開
各機種への追加要素を決定するポイント・その②

機種ごとの特性を活かした仕様

➡ ハードスペック(特にグラフィック)の差は埋められない
各機種ならではの要素がなければ訴求は難しい

まとめ

「無双OROCHIシリーズ」のマルチプラットフォーム展開
各機種への追加要素を決定するポイント・その③

プロジェクトの採算性

- ➡ 移植では最も重要なポイント
必要工数や売上本数の見込みなどについて、
確度の高い策定が可能

ご清聴、ありがとうございました

株式会社コーエー
ω-Force プロデューサー
鈴木 亮浩