



エンターテインメントの未来がここにある  
Compile -Future Entertainment-

CEDEC

CESA Developers Conference

2010

ゲームにまつわるヒト・モノ・カネ  
本音で語ろう！ビジネス視点の「ゲームプロデュース論」

SAMURAIゲームファクトリー(株)

代表取締役 照山 茂行

# ■プロデューサーとは何者？

「クリエイターで一番キャリアが長くて、ヒット作で偉くなった人」  
……???

「実際の現場を指揮、企画内容、予算から回収までを管理する人」（クリエイターの視点とビジネス的側面を両立）

……………できてますか??

実際は、スタッフロールだと、当てはまるのは  
パブリッシャー(出資者)の代表……エグゼクティブプロデューサー  
デベロッパー(開発会社)の代表……ゼネラルプロデューサー  
現場担当……「無印」「ラインプロデューサー」



まず、お金を投資する側(組織なら決済者)って誰ですか？

- ・アミューズメント業界系・・・インカム収益で計算してきた文化
- ・玩具業界系・・・・・・低年齢層向け、販売は問屋中心に考える文化。
- ・PCゲーム業界系・・・・・・基本が趣味人。インディペンデント系
- ・メディア業界系・・・・・・出版・音楽・映像系、人とコンテンツ重視

\* プロジェクトを立ち上げるには、プレゼン相手のバックボーンを知り  
思考の傾向を把握する必要がある。

(重要視する判断材料が違うため)

基本的にネガティブな意見のほうが当たり前

→8割方予想が当たるに決まっているのだから。

説得したら→スタッフィングが重要

スケジュールとマイルストーンの管理に専念する。



- ・一次創作(Intellectual Propertyを自社で保有する)の場合  
リスク(マーケティングコスト)とリターン(フランチャイズ可能)。
- ・二次創作(マンガ、アニメ、映画、小説等原作がある)の場合  
リスク(権利料、承認、制限)とリターン(ユーザーが読める)。

## \* 自身の経験として

「プラットフォーム移植間のライセンスビジネス」

「メディアミックス」

「他社コンテンツの運用協力」



## ・競合ソフトの分析

同ジャンルにおける製品を出荷本数のみではなく、マーケティングを含め分析と把握をしておくこと

- ・・・市場を実際に見る。(秋葉原、量販店店頭、イベント)
- ・・・もちろん、インターネットを利用した情報収集は欠かせない。

## ・プロジェクトにおける原価の妥当性を必ず検証すること

- パッケージであれば資材……実は10円単位で利益は変わってくる。
- マーケティング………妥当な宣伝方法と販促方法を見極める。
- 内部人件費………人月含め、必要人員を当初から見誤らぬこと。
- ミドルウェア採用………期間短縮、人件費の節減とのバランス。
- 外注費………音楽、映像、デザイン、脚本、声優のアサイン

### →その試算を妥当性含め検証

- \* 以上の熟考を怠らなければ、クリティカルな問題が発生しない限り大きな損失にはならない筈である。
- また、プロデューサーたるもの著作権法などの知識や法務的処理は理解しておかなければならない。



# ■カネを見る目

- ・まず、リクープ(回収)を考えること
  - ・・・企業である以上利潤を追求するのは必然。  
最低限、投資した予算が回収できるリスクヘッジをよく考える。

\* 複数プラットフォーム移植想定。

\* 海外ライセンスの収入。

→クロスリクープを考える。

(プロデューサーは営業でもあるべき。)



- ・お金を払うユーザーのイメージをすること  
対価を払うユーザーはどんな人物か？  
プロフィールするように人物像をまず考えてみる。

→商品内容、売価について考える。



## ・プロデューサーの資質とは？

ネゴシエーション能力

コミュニケーション能力

情報収集能力

……そして、情熱！！



これにて、本セッションを終了します。  
ご清聴ありがとうございました。



ゲームにまつわるヒト・モノ・カネ 本音で語ろう！ビジネス視点の  
「ゲームプロデュース論」

SAMURAIゲームファクトリー(株) 代表取締役 照山 茂行