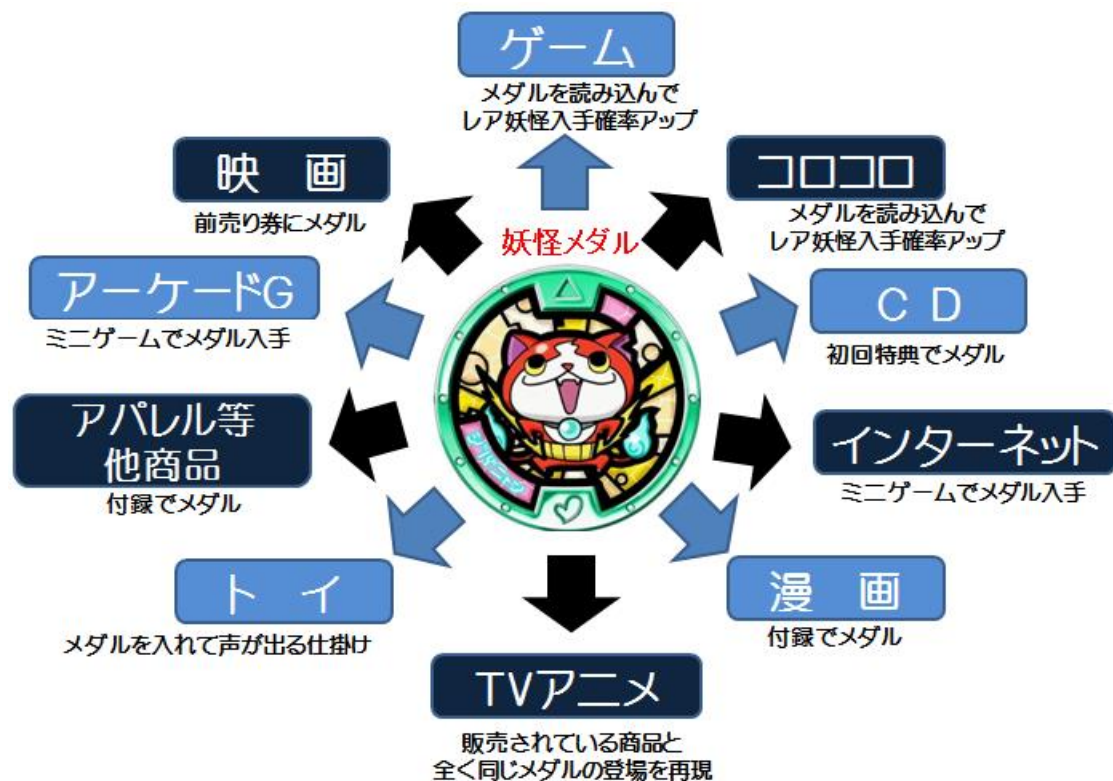


妖怪メダルを集めるほど物語が好きになる

～ 妖怪ウォッチのクロスメディア戦略 ～

妖怪ウォッチは、子どもたちの生活や価値観を徹底的に調査しながら、登場人物を考え、そして物語の展開を練っていきます。また、他のマンガやアニメと比べて特徴的なのは、妖怪メダルを中心としたクロスメディア戦略です。



妖怪ウォッチをプロデュースする日野晃博さんは、「子どもたちには、ゲームの疑似的な世界で自由に楽しんでもらいたい。それが最高に面白いエンターテインメントだ」と言います。しかし、「ゲームソフトの 4,800 円とか 5,000 円という金額のものは、誕生日や正月のお年玉、クリスマスなどの 1 年に 1 回クラスのイベントでなければじゃないと買えない。好きでたまらないから欲しいんだ、とならないと子どもたちは買えない。だから、クロスメディアはまず敷居が低いところから好きになってもらい、好きになった後に『もしよろしければゲームはどうですか』というかたちになる」。

その敷居の低いメディアが、テレビのアニメです。テレビをつけるだけで観られるから効果は絶大です。その次にマンガを買ってもらって読んでもらう。そして妖怪メダルによって、様々なメディアから妖怪ウォッチを大好きになってもらいます。妖怪メダルを集めれば集めるほど、妖怪ウォッチが好きでたまらない、という気持ちになってもらいゲームソフトにたどり着いてもらう。それが妖怪ウォッチのクロスメディア戦略です。