

シリーズ累計 2.5 億本^{※1}を売上げた「コール オブ デューティ」シリーズ最新作！
PlayStation[®]4『コール オブ デューティ ワールドウォーII』
「劇団 4 ドル 50 セント」、初挑戦で緊張のあまり涙・・・！？
タイアップ広告 10 月 30 日（月）より展開開始！

ソニー・インタラクティブエンタテインメントジャパンアジア^{※2}(SIEJA)は、PlayStation[®]4用ソフトウェア『コール オブ デューティ ワールドウォーII』の、「劇団 4 ドル 50 セント」とタイアップした広告を2017年10月30日(月)より展開することをお知らせいたします。

「コール オブ デューティ」シリーズは、2003年から発売され、シリーズ全体として累計実売本数2.5億本^{※1}を突破している、主人公の一人称視点で戦場を駆け巡るファーストパーソンシューター(FPS)ゲームシリーズです。最新作である『コール オブ デューティ ワールドウォーII』は、シリーズの原点に回帰した地に足の着いたハイスピードな銃撃戦を、最新のゲーム技術を活かした映画さながらの臨場感で体験できます。

今回の広告タイアップでは、メンバーの9割が演技未経験の『劇団 4 ドル 50 セント』を起用。『コール オブ デューティ ワールドウォーII』の主人公として登場する、戦場を体験したことのない新米兵士が仲間とともに過酷な戦場に挑み成長していくことと同様に、『劇団 4 ドル 50 セント』も経験のない初の広告タイアップにメンバー一体となって果敢に挑戦しています。國森 桜さんを含めた団員7名のインタビュー動画もPlayStation[®].Blogの特集ページ

(<http://www.jp.playstation.com/psblog/pickup/codwwii/>)にて公開中。インタビューでは、団員が『劇団 4 ドル 50 セント』のチームメンバーとしてどのような役割を担うか、また、意外な演劇とゲームとの共通点について語っています。ぜひ、参加メンバーの熱量と『コール オブ デューティ ワールドウォーII』との意外な関わりを映像にてご覧ください。

※1 アクティベーション調べ

※2 株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメントのディビジョンカンパニーとして日本およびアジア各国・地域のセールス&マーケティングを担当。



■『劇団 4 ドル 50 セント』 概要



秋元康氏がトータルプロデュースする新劇団。

今までの劇団の枠にとらわれない、演劇を中心とした団員 30 名の総合エンタテインメント集団。

劇団員からの派生メンバーによる音楽活動やドラマ・映画・モデル・バラエティなど多彩な個人活動を予定している。

11月3(金祝)4(土)5(日)の3日間青山スパイラルホールにてプレ公演を2018年2月8日から紀伊國屋ホールで旗揚げ本公演実施する予定。

■『コール オブ デューティ ワールドウォーII』概要

戦争を舞台とした、全世界で大ヒットシリーズとなったFPS（ファーストパーソン・シューティングゲーム）。本作の舞台はシリーズの原点である第二次世界大戦となっており、圧倒的な新世代のゲーム体験を味わうことができます。

“史上最大の作戦”と言われたノルマンディー上陸作戦からヨーロッパの戦史に残る数々の戦場まで、最新のゲーム技術によってリアリティ溢れる戦闘体験を実現。過酷な戦場における仲間たちとの絆を描いた重厚なストーリーにも期待いただける作品となっています。



<商品概要>

作品名	コール オブ デューティ ワールドウォーII
ジャンル	ファーストパーソンシューティング
対応機種	PlayStation®4
発売日	2017年11月3日(金)
価格	<Blu-ray Disc™> 通常版 希望小売価格 : 7,900円+税 <ダウンロード> 通常版 販売価格 : 7,900円+税 デジタルデラックス 販売価格 : 11,900円+税
CERO	Z(18歳以上のみ対象)
権利表記	© 2017 Activision Publishing, Inc. ACTIVISION, CALL OF DUTY, and CALL OF DUTY WWII are trademarks of Activision Publishing, Inc. All other trademarks and trade names are the properties of their respective owners.
開発元	Sledgehammer Games
発売元	株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント
SIEJA 公式サイト	https://www.jp.playstation.com/games/call-of-duty-wwii-ps4/
公式 Twitter	@CoD_SIEJA (https://twitter.com/cod_sieja)

※ 「PlayStation」および「PS4」は、株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメントの登録商標または商標です。

※ Blu-ray Disc は、ブルーレイディスクアソシエーションの商標です。

■ 撮影エピソード

① 劇団初の広告撮影に緊張しつつも、撮影は見事に成功！

劇団の旗揚げから初の広告撮影となる『劇団 4ドル 50セント』のメンバーは、緊張した面持ちで撮影スタジオに入り、メンバー同士で緊張をほぐし合う光景が多く見られました。しかし、自分の撮影になると、その表情は一変。『コール オブ デューティ ワールドウォーII』の中で戦場に向かう兵士のように、緊張感とクールなイメージで撮影に臨んでいました。



② チームの中だからこそ鋭く光る個性

フリースタイルの撮影では、各自のキャッチコピーを元にポーズングし、緊張感を保ちながらも個性ある表情が光りました。特に國森 桜さんの撮影では一気に場が引き締め、背負ったものと、成長への強い意志を感じさせる力強いスナップに仕上がりました。



③ 國森さん、撮影終了後で涙！？

撮影の裏側では、中心メンバーの一人であり最年長でもある、うえきや サトシさんが他のメンバーをたくさん笑わせていたり、國森 桜さんが踊りの振付をしていると他のメンバーも真似をするなど、仲の良い雰囲気伝わってきました。

特に、國森さんはスタジオ内では明るく、撮影時もカメラマンから指示を受けたポーズをリラックスして臨んでおり、インタビュー終了後、スタッフから花束を受け取るまで笑顔が絶えませんでした。しかし、楽屋に戻った瞬間緊張の糸が切れ号泣してしまい、初の撮影に対する緊張感やプロ意識を感じることができました。



■ インタビュー内容

タイアップ広告のメッセージとなっている『勝利は、一人では掴めない。』を「劇団 4 ドル 50 セント」と照らし合わせた際に、劇団での役割や仲間との存在についてどう想っているのか、メンバー7名にインタビューを行いました。インタビュー動画は PlayStation®.Blog の特集ページ

(<http://www.jp.playstation.com/psblog/pickup/codwwii/>) にて公開中です。

① 劇団はひとりでは絶対できない

一人で練習していてもコミュニケーションが大事。「我々は熱量では絶対に負けない」と言えるような劇団をつくっていくことが目標。(國森 桜さん)

② 全員で成し遂げたときの達成感は何倍にも膨れ上がる

一人で何か1つのことを成し遂げるよりも、全員で成し遂げたときの嬉しさや達成感は2倍にも3倍にも膨れ上がって返ってくる。チームに貢献できるように演技の勉強に励みたい。(菅原 麻由佳さん)

③ 素人でも素人なりにサポートし合うことで納得してもらおうような演技を

人が多いほどいろんな意見があるからお互いサポートをしっかりとしていくことが大切。素人であれば素人なりにできることもたくさんある。楽しんでもらえる、納得してもらえる演技をしていきたい。(青木 瞭さん)

④ 仲間同士の協調性ももちろんだが、自分と戦う闘争心も大切

周りを見ていないと良いものはできない。「劇団 4 ドル 50 セント」の活動で、協調性の中でも闘争心を抱き、自分と戦うことができる仲間をつくることができた。(福島 雪菜さん)

⑤ 限界は自分で決めない

一人だとはできないことでも30人の劇団だからこそ魅せれるパフォーマンスがある。仲間がいるからこそ、自分で限界を決めずに頑張れる、熱量が届けられる。(糸原 美波さん)

⑥ 演技とゲームの感覚は似ている。

一番後ろから仲間を押し上げるのが自分の役割。誰もこぼさずにみんなを支えていきたい。自分の中では現実では出なかった言葉が演技やゲームでは出たりするので感覚は似ている。(うえきや サトシさん)

⑦ 演劇も「コール オブ デューティ」も、いかに協力しながら仲間と関わっていくかが大切

「コール オブ デューティ」は仲間と連携して作戦を立て、ゲームを攻略していく。演劇も同じで、協力し合うというのは人と人との関わり方。どのように相手に関わっていくかが大切。(小川 恭平さん)

■タイアップ広告概要

①東京

展開場所： 渋谷駅「渋谷 4 面ビジョン」
渋谷駅「シブハチヒットビジョン」
京王井の頭線渋谷駅「渋谷丸柱集中ばり」、京王線新宿駅「ニューボード」

展開期間： 2017 年 10 月 30 日（月）～2017 年 11 月 5 日（日）

②大阪

展開場所： 心齋橋駅「エビスバシヒットビジョン」
JR 大阪駅「中央中 2 階北ジャンボセット」 ※駅へのお問い合わせはご遠慮ください。
阪急梅田駅「D-S t. ①～④」 ※駅へのお問い合わせはご遠慮ください。

展開期間： 2017 年 10 月 30 日（月）～2017 年 11 月 5 日（日）

③名古屋

展開場所： JR 名古屋駅「名古屋駅連続貼り」
地下鉄名古屋駅「東山線名古屋駅柱巻 & ビッグウォール（中セット）」
地下鉄栄駅「東山線栄駅（ホームセット）マルチ広告」

展開期間： 2017 年 10 月 30 日（月）～2017 年 11 月 5 日（日）