



ピクター・キスリー氏

遂にセガとの提携を果たす  
「現段階でまだ詳細は言えません  
が、今後も新しい展開をしますよ。  
アジアの皆さんに向け、より力を入  
れた取り組みを考えていますので、  
是非とも楽しみにしていて下さいね」  
ピクター・キスリー氏は、トレー  
ドマークの笑顔と、いかにもITベン  
チャー企業のトップらしい、気取ら  
ないTシャツ姿を携えながら、こう  
屈託なく話す。

ピクター氏は、ベルルーシの首都ミ

ンスクで1998年に産声を挙げた  
ゲーム開発・運営企業「Wargaming.  
net（ウォーゲーミング・ドット・  
ネット）」のCEOだ。  
さて、日本の経済人には、まだ馴  
染みがない企業名かもしない。だ  
が、ネットの世界やゲーム業界でこ  
の名を知らなければ、今や「もぐり」  
と言われるほど、ここ数年で急激に  
存在感を増している、新進気鋭の「エ  
ンタテインメント集団」でもある。  
とは言え、「どこ」がそれほど凄いん  
だ?」と訝る読者も少なくないハズ。  
だが、同社の「看板」、ネットを  
介したオンライン戦車戦ゲーム  
「World of Tanks（WOT）」の登  
録ユーザー数は、世界で何と1億1  
000万人以上、というから驚きだ。  
もちろん、オンライン・ゲームの  
規模では世界屈指。同時接続者数  
などでも、世界記録を叩き出した  
「モンスター・ゲーム」だ。

2013年には、日本法人「ウォ  
ーゲーミングジャパン（川島康弘代  
表取締役）を設立し、日本語サー  
ビスを本格開始、すでに4年目に突  
入する。  
しかもこの間、アニメ、ゲーム、  
映画界などとも、積極的に連携に  
挑んでいる。  
例えばアニメでは、『ガールズ&パ  
ンツァー（ガルパン）』『蒼き鋼のアル  
ペジオ・アルス・ノヴァ』『ハイスク  
ル・フリート』などとコラボ、イベ  
ントやゲーム内にキャラクターを登  
場させる他、『終末のイゼッタ』では、  
松竹主体の制作委員会の1社として  
加盟するなど、極めてアグレッシブ。  
映画界に対しても同様で、ソニー・  
ピクチャーズ（日本配給はKADO  
KAWA）の『フューリー』や、ワー  
ナープラザーズの『ダンケルク』と  
いった作品とコラボ。

一方、ゲーム界に目を転じると  
ソニー・インタラクティブエンタテイ  
メント（SIE）の「PS4」やマ  
イクロソフトの「Xbox 360」とい  
った据え置き型ゲーム機に「コンソ  
ール版」としてWOTを提供、さらに、  
今年に入つてからセガとゲーム制作  
で提携を果たす。  
加えて、世界各国にある軍事関  
連の博物館との連携にも余念がない。  
例えば、著名な英國「ボービントン  
戦車博物館」では、毎年一度開催  
するフェスティバルを数年前からサポ  
ート。この結果、これまで3000  
人ほどだった来場者が、今年は何と  
約7倍の2万人に跳ね上がったとい  
う。まさに、「WOT」効果である。  
こうして見ると、「悲惨な戦争を  
テーマにしたゲームなどけしからん」  
と、眉を顰める向きもあるかもし  
れないが、

「他の多くのファイティング・ゲー  
ムとは異なり、我が社のゲームは、  
和泉貴志

# ベルルーシ発、世界最大級のネット・オンライン・ゲーム会社 「ウォーゲーミング」のCEOに 対日戦略をズバリ直撃!

本誌編集長



第二次大戦時のドイツ戦車の上での撮影に快諾するビクター氏

『血を流さない』が鉄則。逆に戦争の悲惨さや、人類の科学技術の軌跡を後世に残すためにも、我々は戦車、航空機、艦艇などのレストアやサルベージなどを積極的に応援しているのです。加えて、戦争孤児をサポートするためのチャリティ活動『Warchild』にも、専用のゲーム・アイテムを販売し、売り上げの全額を寄付するなど応援しています」と、日本法人マーケティング統括部広報の五十嵐翔氏は強調する。

## 日本に対してもサポート

このように快進撃を続けるウォーゲーミングだが、冒頭で紹介したように、今後の対日戦略は気になるところ。

そこで、今年6月下旬、前述したボービントン博物館の「タンク・フェス」を訪れ、会場に現れたビクター氏を訪ね、専用のゲーム・アイテムを販売するなど応援しています」と、日本法人マーケティング統括部広報の五十嵐翔氏は強調する。

「我々は世界各地にオフィスを設けていますが、アジアは欧洲に比べて非常に多くの国が集まり、それぞれ伝統や文化が異なる多様な地域であり、欧洲とは全く違う方針でビジネスを進めなければいけない、ということを学びました」

そこで記者氏が、スクエニとの、さらなる「共闘」の可能性について問

『血を流さない』が鉄則。逆に戦争の悲惨さや、人類の科学技術の軌跡を後世に残すためにも、我々は戦車、航空機、艦艇などのレストアやサルベージなどを積極的に応援しているのです。加えて、戦争孤児をサポートするためのチャリティ活動『Warchild』にも、専用のゲーム・アイテムを販売し、売り上げの全額を寄付するなど応援しています」と、日本法人マーケティング統括部広報の五十嵐翔氏は強調する。

「私は多くの日本の作品とコラボした結果、それらが海外でも知れ渡った意義は大きいと思いますよ。例えば『ガルパン』や『蒼き鋼』など、私達のゲーム内に取り込んだことで、本来は知ることのなかつたであろう、例えばロシアや欧米などでも、これらタイトルに耳目が集まっていますから」と、自信を漲らせる。

また、企業としての対アジア・日本戦略について水を向けると、

「個人的には、アジア地域の中でも最もサポートしている国が日本だと思っていますよ。だからオフィスも構え、日本人の川島氏をトップとして招き入れたのです」

と、ビクター氏は日本市場の重要なさをアピール。続けて、「我々は世界にオフィスを設けていますが、アジアは欧洲に比べて非常に多くの国が集まり、それぞれ伝統や文化が異なる多様な地域であり、欧洲とは全く違う方針でビジネスを進めなければいけない、ということを学びました」

氏を直撃した。

まず、日本のサブカルチャーとの連携について、ビクター氏は、

「私は多くの日本の作品とコラボした結果、それらが海外でも知れ渡った意義は大きいと思いますよ。例えば『ガルパン』や『蒼き鋼』などを、私達のゲーム内に取り込んだことで、本来は知ることのなかつたであろう、例えばロシアや欧米などでも、これらタイトルに耳目が集まっていますから」と、自信を漲らせる。

また、企業としての対アジア・日本戦略について水を向けると、

「個人的には、アジア地域の中でも最もサポートしている国が日本だと思っていますよ。だからオフィスも構え、日本人の川島氏をトップとして招き入れたのです」

と、ビクター氏は日本市場の重要なさをアピール。続けて、「我々は世界にオフィスを設けていますが、アジアは欧洲に比べて非常に多くの国が集まり、それぞれ伝統や文化が異なる多様な地域であり、欧洲とは全く違う方針でビジネスを進めなければいけない、ということを学びました」

と、アジア地域の特異性を強調、うと、

「もちろん、ないとは言いません。アシア地域は、物凄く成長しているので、もっと注力し、同時にブレ

イヤーの方々とも今以上に密に接しながら、そして話を聞きながら、会社を育てて行ければと考えています」

一方、日本企業とのさらなるコラボや、M&Aの可能性について尋ねると、

「可能性としてはないとは言えません。あくまでもケース・バイ・ケース。必要であればしますよ」と、明言は避けるものの、

「例えば、私が昔から好きな企業の一つはスクエニ・エーヴィクス(スクエニ)さんです。実は、我々のゲームがまだ無名だった頃『オーダー・オブ・ウォー』という自社ゲームでコラボして頂いたことがあります。このお蔭で我々はゲーム開発会社としてメジャーになった、と言つてもいいでしょう」と含みを残す。

「もちろん、ないとは言いません。アシア地域は、物凄く成長しているのは、『ファイナル・ファンタジー』シリーズなど、我々とは少々毛色の違うゲームなので、その意味では何とも言えません。現在はセガさんと『Total War: ARENA』でコラボさせて頂いていますから、その意味でも、日本のゲーム会社とは今後もコラボする可能性はあります」と、ビクター氏。

今後とも、その一挙手一投足に目

が離せない。

うと、

「もちろん、ないとは言いません。

とは言え、今彼らがヒットを飛ばしているのは、『ファイナル・ファンタジー』シリーズなど、我々とは少々毛色の違うゲームなので、その意味

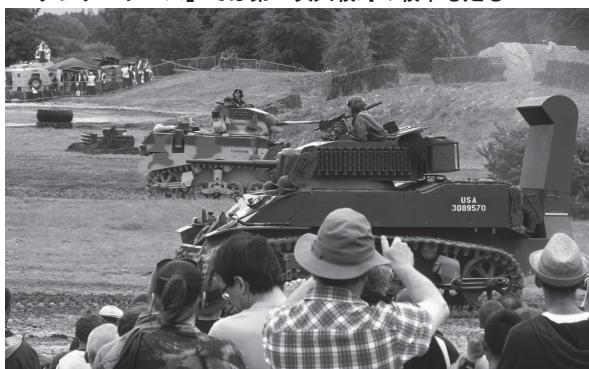
では何とも言えません。現在はセガ

さんと『Total War: ARENA』でコラボさせて頂いていますから、その意味でも、日本のゲーム会社とは今後もコラボする可能性はあります」と、ビクター氏。

今後とも、その一挙手一投足に目

が離せない。

「タンク・フェス」では第二次大戦時の戦車も走る



c Wargaming.net