

# アークライト

福本皇祐 (代表取締役社長)



**代表作** 『ito』『ラプター 第2版』『ボルカス』『ウイングスパン 完全日本語版』『テラフォーミング・マーズ 完全日本語版』『クトゥルフ神話 TRPG』ほか

**Webサイト** <https://www.arclight.co.jp/>

ゲーム開発会社として1998年に事業を開始。当初は「デジタルゲーム」の開発を行ってきたが、徐々に開発の主体を「アナログゲーム」に移行すると同時に、出版、製造、卸売、販売事業へと進出。2010年からは、ゲームマーケットの主催・運営を引き継ぎ、現在に至る。オリジナルゲームブランド「ArcLight Games」で国内外のボードゲームを展開するほか、TRPG、TCGなど、さまざまなジャンルのゲームを開発・販売している。

## ● 2024年秋ゲームマーケットが幕張メッセへ!

——2024年秋のゲームマーケットから、重大発表があるそうですね。

**福本**：2024年秋は、会場を幕張メッセに移してゲームマーケットを開催します。

——とても大きな変化ですが、どんな理由があるのでしょうか。

**福本**：まずはスケジュールの関係です。東京ビッグサイトはコンベンション会場としてとても人気があるので、どうしても思うような日程が取れなくなってくる。たとえば「5月に開催したいけれど、4月になりました」という事態が起こると、出展する方にご負担を強いてしまいますよね。やはり、日程が定まらないとい

う点については、ご要望をいただくことも多く、従前から大きな課題と考えていました。さらには今年の秋に関していうと、スケジュールがちょうどドイツの『エッセンシュピール』と重なりそうになりまして。同日開催はさすがに無理だろうというところもあり、「幕張メッセでやってみようよ」ということになりました。

——たしかに2023年秋から今回の2024年春までは、4カ月ほどしか期間がありませんでした。

**福本**：そうなんです。もう一つ大きな理由がありまして、東京ビッグサイトが来年(2025年)から大規模なメンテナンスに入るんです。一度にすべての工事をやるわけではありませんが、ただでさえ日程の取り合いなので、ますます計画が立てにくくなるんですね。日程だけではなく、当然私たちが理想とするような規模感での確保も難しい。前秋

に、落選を多く出してしまったことには後悔の念も強く、会場のキャパシティがボードゲーム発展のボトルネックとならないことが重要と考えています。そのため、少なくともビッグサイトの補修工事期間中は、確実に会場が取れる幕張メッセの方がいいんじゃないかと。これによって、春・秋の期間を6カ月程度しっかりと空けられる目星がつかました。

——慣れ親しんだ東京ビッグサイトから幕張メッセへと移ることへの不安はありますか。

**福本**：正直に申し上げますと、恐怖感があります。ビッグサイトは交通の便もいいですし、すでに“ゲームマーケット=東京ビッグサイト”と根付いているところもありますから。皆さん、どうか今秋は間違えずに幕張メッセへお越しください(笑)。

——(笑)。この先もずっと、幕張メッセでの開催を予定しているのでしょうか。

**福本**：今回はさまざまなことが重なり、なるべくしてなった形なので、今後東京ビッグサイトに戻る可能性がゼロというわけではありませんが、むしろ移転によって近隣のホテルとの連携など、これまで難しかったことができる可能性もあることをポジティブに捉えたいです。とにかく一度、幕張メッセでの開催にチャレンジしてみ



ゲームマーケットの新たな展開について語る福本社長。

まずは成功を目指したいと思っています。ご理解・ご協力の程、何卒よろしくお願いたします。

## ● 京都で関西ゲムマの再開へ

——となると、気になるのは「関西での開催はどうなるのか」という点です。

**福本**：2019年までは東京で2回、大阪で1回というローテーションでしたが、コロナ禍においてそれが崩れてしまいました。アークライトの本社が東京にあり、出展者も東京の方が多く、かねてからマンパワーの面で1年に3回、とくに単独での関西での開催には難しさを感じていたのですが、コロナの移動制限にトドメを刺

されたというのが実際のところ。ただ、なんとか関西でのイベントの復活を目指し、<sup>ほうぼう</sup>方々で模索を続けていた中で、ありがたいことに京都市や京都を拠点に活動しているクリエイターの皆様の助力を得て、既存のイベントと連携した形で『出張版ゲームマーケット』のようなものを作る話が進んでおります。

——それは朗報ですね。実現に向けて、どんな経緯があったのでしょうか。

**福本**：京都市が行うイベント事業には地場産業振興などの側面もあり、個人や同人が手弁当で作品を販売するゲームマーケットと親和性が高いんです。そこで、こちらの事情をお話しして「ご一緒できませんか?」と投げかけたところ、「そういうことであれば、なおさら」とご快諾いただきました。観光振興、産業育成にもなりますし、

いずれは京都の地場産業などと連動したボードゲーム作りにもチャレンジしたいということで「ぜひ一緒に取り組みましょう」と。最初はイベントの一角から始めますが、それを徐々に大きくして、いずれは独立して『ゲームマーケット 京都』が開催できればと考えています。

——京都での開催となると、海外からのお客様も増えそうですね。

**福本**：たしかに、観光も含めて海外のメーカーの方が多くいらっしゃるかもしれませんね。ア

ークライト内でも「東京とは少し違った味付けのイベントにできたら」と話しているので、楽し

みにしていただけだと思います。現在、出展募集のアナウンス準備を進めておりますので、

ぜひご期待ください。

## ●進化する『ゲムマ』の“これまで”と“これから”

—あらためてゲームマーケットのはじまりについて聞かせてください。

福本：小学校の先生だった草場純さんが、ボードゲームを日本に広げる活動をされていたのが発端で、「いわゆる同人の発表の場を作ろうじゃないか」とスタートしたものです。イベントタイトルに関しては草場さんが「ゲームマーケットでいいんじゃない？」となんとなく付けたようですが、『コミックマーケット』という圧倒的に大きなイベントがある中で、すごくいいネーミングだったなと思います。



ゲームマーケットの歴史を物語る、過去のカatalogの数々。

—では、福本さんと草場さんとのご関係は？

福本：元々そんなに深い接点があったわけではないのですが、ボードゲームに興味を持っている以上、当然僕も会場に行くわけですよね。当時のゲームマーケットはボランティアで運営されていたので、お手伝いをしているうちになん

となく関係が深まっていった感じです。はじめは浅草の台東館で開催していましたが順調に大きくなって、個人で運営するのに限界が出てきたというときに、弊社が引き継いで現在に至ります。

—最初は来場者数もそれほど多くなかったそうですね。

福本：初回は400人程度からスタートして、これまでに最大で2万9000人の来場がありました(2019年秋)。コロナでイベントができない時期や、入場制限を設けた時期もあったので一時は

かなり減りましたが、ようやく2万5000人まで回復してきたところです。今回の春で出展数は過去最多を更新しましたし、来場者数でも過去最多を目指しています。

—ゲームマーケットの開催当初から、現在の規模になっていくことを想定されていたか？

福本：草場さんは「初回に100人来ていただければ」とおっしゃっていたそうですが、弊社が2010年にイベントを引き継いだ後のイメージでいくと、2~3万人の来場者になるのは時間の問題だろうと思っていました。むしろ本来、今

頃3~4万人になっていなければいけない。コロナ禍などがあって鈍化してしまったという認識ですね。とはいえ2010年の来場者数は約2200人だったので、そこから10倍以上に増えています。

—右肩上がりの増加数ですが、何かきっかけや要因はあったのでしょうか。

福本：自然発生的にボードゲームに着目する方が増えた、というのが一番大きな要因だと思っ

ています。そこにすぐろくやさんの『ナンジャモンジャ』、幻冬舎さんの『はあって言うゲーム』、

また手前味噌ですが弊社の『ito』などがヒットしたことでメディアに取り上げられる機会が増

えて、人気に拍車がかかったように思います。

—来場者が増えたことで、ユーザー層の広がりもあつたかと思いますが、そのあたりについてはいかがですか？

福本：台東館で開催していたときは来場者のほとんどが男性で、年齢層も高めの方が多かったんです。東京ビッグサイトに移ってからが顕著ですが、若い女性とファミリー層が確実に増えましたね。はじめから男性だけを狙ったイベントでは限界があるので、ムーブメントを大きくするためには女性も取り込まなければいけない。そこで意図的に若い女性層にアピールしたことが大きいのではないかと思います。



アークライトのヒット作『ito』。さまざまなバリエーションが展開されている。

—今後のゲームマーケットの展望についても聞かせてください。

福本：やはり、出展者の皆様ありきのイベントですから、まずは出展者の皆さんが活用しやすいイベントであるように改善を続けることが最も重要と考えています。その上で、ありがたいことに企業としてご参加いただくケースも増えてきているため、そのニーズにもお応えができるよう、さまざまな施策を試している最中にあります。

イベントとしてすっかり定着し、どんどん知名度も上がっていますが、やはり日本国内のイベントと考えてしまうとマーケットに限られるんです。でも“アジア”として捉えれば、とても大きなマーケットになりますね。今後は中国やタイなどのメーカーにも出展してもらい、そこで商談するような形にしたいと。欧米のバイヤー、メーカーが「ゲームマーケットに来ればアジアの人たちと商談ができる」という認識になるところまで盛り上げていきたいと思っています。

そして「ゲームマーケットはアジアのハブになる」というのが、現場にも明確に伝えている私のイメージです。日本で一番大きなアナログゲーム

## ●アナログゲームは人間にとって意義がある

—アークライトはアナログゲームを主体とされています。デジタル化が進む中、なぜアナログゲームに着目したのでしょうか。

福本：弊社もご多分に漏れず、デジタルゲームの開発をやっていた時期が長かったんです。でも内心では、開発の受託ではなく“自分たちで独自に作るもの”が欲しかったんですよね。そんな中で『マジック：ザ・ギャザリング』という大ヒット商品に触れる機会があり、「カード

ゲームでこんなことができるのか!？」と目からウロコが落ちました。そのときのショックもありましたし、もともとアナログで育ってきた人間だったので、原点に立ち返って「まずはトレーディングカードゲームの制作からやってみよう!」と考えるようになりました。

—福本さんが考えるアナログゲームの魅力とは？

福本：僕は、人間は元来“群れ”を作る生き物で、

コミュニケーションがないと生きていけないと

思っているんです。弊社が携わっていた頃のデジタルゲームは、一人で部屋に籠もって何時間もやるスタイルがほとんどで、人とのコミュニケーションを希薄にするものだという認識がありました……。その点、アナログゲームはいろんな人が集まってワイワイやるのが魅力。人と

人とのコミュニケーションを広げる、意義のある事業だから絶対に世の中に認められていくはずだと思っていました。あとは家族に「俺たちは世のためになるものを作っているんだ!」と胸を張れる自信の下地になったのも重要だったと思います(笑)。

## ●世界最大イベント『エッセン』にジャパンパビリオンを

— 今後は、エッセンシュピールにジャパンパビリオンの出展もお考えだそうですね。

福本：先ほどもお話しした通り、やはり日本だけではマーケットの規模が小さいですね。そこで、世界一大きなゲームコンベンションであるエッセンと何か組めたらいいなと思っていたところ、向こうからお声がけいただきました。イメージとしてはエッセンにジャパンパビリオンのようなコーナーを作って、日本のメーカーや個人がブースを出展できる空間にしたいと考えています。そういったコンセプトのもと、今後はエッセンに出展している海外メーカーがゲームマーケットに出張版のコーナーを作るなど、相互に交流でき

るようなイメージで進めています。



海外版『タイガー&ドラゴン』。洗練されたデザインが海外でも好評だ。

— ゲームマーケットでは個人が机一つでゲームを販売しているイメージが強いですが、それは日本独自のものなのでしょうか。

福本：そうですね。基本的にエッセンにはメーカーが出展するので、いわゆる個人の作品が出ることはまずありません。いくらクリエイターがゲームを作ったところで、それを披露する場がないんです。自分の作品を発表するためには

メーカーに持ち込んで、そこで認めてもらって製品化するしかない。世界的にもそれが主流で、日本の場合はもともと同人文化が根強いので、むしろちょっと特殊なんですよ。

— 日本にいと当たり前前に感じてしまいますが、日本特有のことなんですね。

福本：日本には個人向けの印刷サービスがあるのも大きいと思います。そもそも海外には一般人が物を作って売るカルチャーがないので、こ

れも同人文化が根付いた日本ならではのこともありません。

— ジャパンパビリオンとしての出展となると、個人の方でも海外につながるチャンスが広がります。

福本：私どもとしては、「自分たちで作ったゲームを世界に広げたい」という意欲のあるクリエイターをサポートする「海外挑戦プラン」を用意したいと考えています。ジャパンパビリオン

を支援する「海外挑戦プラン」を用意したいと考えています。ジャパンパビリオン

に皆さんの商品を展示させていただいて、商談があった場合はそれをフィードバックすると

いったサービスを展開していく予定です。

## ●国産ゲームの「世界デビュー」をお手伝いできたら

— 福本さんは、日本の作品の強みはどこにあると思いますか？

福本：日本はいろんな人たちが気軽に自分の作品を商品化できるので、インディーズから突拍子もないアイデアが出てくる。それが最大の強みだと僕は思います。あとは日本人らしい緻密さ、勤勉さですね。パッケージひとつとっても、日本人はディテールにこだわるので、完成度がとても高いと思います。



アークライト社内での会議の様子。ここから新たなゲームが世界に羽ばたく。

— ここから日本のアナログゲームが、どんどん海外へ進出していくわけですね。

福本：エッセンに限らず、アメリカの『Gen Con』や北京の『DICE CON』など、世界各地のコンベンションと協調する流れが進んでいま

す。ゲームマーケットへのコラボのオファーが絶えないのは、ひとえに日本のゲームが世界から注目されているからだだと思います。

— アークライトゲームズとしての海外展開についても聞かせてください。

福本：コロナ禍などの影響で遅れてしまったところはありますが、私ももいずれは海外に出たいと考えていました。そこで、前回のエッセンで版權営業をしたところ、いろいろな国から「このゲームをやらせてくれ」と案件が飛び込んできています。今のライセンスアウトの状況としては、

イタリア、スペイン、ドイツ、フランス、ポルトガル(ブラジル)、アメリカ、韓国、中国、ロシア、タイの10カ国ですね。かなりのタイトルが契約まで進んでいるので、これからアークライトの商品がさまざまな言語にローカライズされていくと思います。ぜひ楽しみにしててください。

— 最後にアナログゲーム業界全体として、目指すべき将来像を教えてください。

福本：日本のマーケットを考えると「みんなで海外に出ていくべきだ」とは強く思っています。ただ、そこにたどり着くまでにはハードルがたくさんあるので、企業としては個人の皆さんをしてバックアップして、世界デビューするためのお手伝いができると思っています。それによって、日本のボードゲームコンテンツが世界中に広まってくれたらうれしいですね。同時に日本のマーケットも地道に広げていかななくてはなりません。国内マーケットの環境を整えつつ、海外へ行くための礎をつくっていく。大変なことではあります

が、土壌づくりと将来への投資、両方のバランスをうまくとっていくことが必要だと思っています。



福本社長はインタビューの最後まで、ボードゲームの未来を明るく語ってくれた。

# Saashi & Saashi

Saashi (株式会社SAASHI-AND代表取締役社長/ゲームデザイナー)



代表作 『カム・セイル・アウェイ』『ゲット・オン・ボード』『コーヒーロースター』『フィルムを巻いて』『Aコードで行こう』

Webサイト <https://saashiandsaashi.com/>

株式会社 SAASHI-AND が京都で運営するアナログゲームの制作出版レーベル。2015年、京都でSaashiと宝井貴子によって設立され、日本および海外へ販売を展開している。Saashiがデザインしたゲームの海外版の逆輸入となる日本語版制作も行う。Saashiによるゲーム設計と宝井貴子によるイラストレーションの組み合わせによって表現する、ユニークで温もりのある世界観とテーマが特徴。言語への依存を小さくして、さまざまな国の人が楽しめるゲーム作りを大切にしている。

## ●見よう見まねでゲームを作った子ども時代

—まずはSaashiさんとアナログゲームの馴れ初めから聞かせてください。

**Saashi:** 僕は小学生の頃から子ども向けのボードゲームを遊び、中学ではウォーゲームを遊んでいましたが、すぐ作りたくなって、自分で地図を書いたゲームを学校に持って行って友達と遊んでました。ゲームはなかなか買えなかったもので、見よう見まねで作っている感じでした。

—友だちに遊んでもらったときに、喜びやうれしさも味わったのでしょうか。

**Saashi:** いや、僕はゲームを制作すること自体が好きなので、作っていく過程での喜びが一番大きかったです。中学生の頃には、鈴木銀一郎さんの『RPGカードゲームの作り方』という本をもものすごく読み込んでいました。当時はいろいろ作っていて楽しかったです。

—それから、ずっとゲームを作り続けてきたんですか？

**Saashi:** 十数年は環境が変わってボードゲームを遊ばなくなり、ゲームを作る習慣もなくなりました。でも結婚後に友人がたまたま、僕が好きそうだからと『カルカソンヌ』を贈ってくれて。「今のボードゲームはこんなふうになっているのか」と衝撃を受けました。それからは、地図を使うゲームが好きなので『チケット・トゥ・ライド』や『インペリアル』を買っていくようになりました。

—子どもの頃は買えなかったけれど、大人なのでなんでも買えちゃう(笑)。

**Saashi:** そうなんですよね(笑)。そこからゲームを作りたいという欲求がすぐに戻ってきて、当時は妻と遊ぶためにゲームを作っていました。「今日は何で遊ぼうか」という感じで、本当にいろいろ作りましたね。4~5年経った頃に京都へ引っ越したんですが、当時は出町柳に『カフェミープル』というお店があって(現在は河原町へ移転)。調べてみるとドイツゲームが好きなネイトさんというアメリカ人オーナーがやっているボードゲームカフェでした。そこへ通うようになって、浴びるようにドイツゲームの洗礼を受けました。ボードゲームが好きな

方々と出会い、それが僕にとっては「ごめん、ゲーム遊んでほしい!」と頼まなくても気兼ねなく

ゲームをプレイできる仲間と遊んだ初めての経験でした。

## ●ゲームデザインの根源となる仲間との出会い

—ゲーム仲間と出会うことで、いろいろと広がりがありそうですね。

**Saashi:** カフェには、京都在住のいろんな国の方が来ていたんです。フランス人、コロンビア人、ドイツ人……皆さん日本語での会話はご堪能ですが、テキストを読むのが得意じゃない方もいらっしゃって。自作のゲームで遊んでもらうこともありましたが、海外の方の場合は日本語が書いてあるとプレイが止まってしまうんです。それ

を見たときに「僕は日本人にしかできないゲームを作っているんだな」と気付かされました。彼らが同じように楽しむためには、すべてのテキストに英訳を併記するか、もしくはアルファベット1文字だけ、数字だけ、イラストだけ、といったシンプルな要素でゲームを成立させなければいけないなど、そこで意識が大きく変わりました。

—Saashiさんのゲーム作りの基盤が、カフェミープルで築かれたわけですね。

**Saashi:** 本当にそう思います。当時はテストプレイのときにいただいた言葉を、スポンジのように吸収していく感覚でした。ときどきすごくテクニカルなことを言ってくれるんですよ。今でも僕の中に彼らのキャラクターが根強くある

ので、実際にテストプレイをしてもらわなくても「彼らだったらここを指摘するだろうな」と考えられるようになりました(笑)。彼らのおかげで「日本人だけに向けたゲームを作る」という意識は自然となくなったと思います。

—そこからゲームマーケットへの初参加は、どのような経緯で？

**Saashi:** 仲間からゲームマーケットの話題が出たことをきっかけに、一度大阪会場へ遊びに行きました。その後に「君も作品がいっぱいあるんだから、どれか1個売ってみたいのにな」と言われまして。もともと僕は自分の作品を売ることあまり興味がなかったんです。たとえば健康のために太極拳をやっている人が全員、道場を開きたいわけではないじゃないですか(笑)。でも、そう言ってもらえるなら1回出してみるのもいいかなと思って参加したのが、2015年大阪のゲームマーケットです。



国籍や言語を問わないミニマルなデザインは、Saashi & Saashiのゲームの大きな特徴だ。

—出展にあたり、何か特別な準備をされましたか？

**Saashi:** 出展に際してレーベル名を考えました。僕は小さな頃にあだ名で「サーシ」と呼ばれていたんですが、引っ越しを機に呼ばれなくなりました。また京都に来てから仲間内でハンドルネー

ムとして「Saashi」と呼んでいただくようになったので、小さなときと大きなときのSaashiがいるわけですよ。僕がゲームを作らなくなった時期を前後に隔てて、昔ゲームを作っていたサー

シと、今ゲームを作っているSaashiが会うという意味で「Saashi & Saashi」という名前にしました。妻（宝井貴子さん）がイラストを担当

してくれているので「Saashi & Takakoじゃないのか」と言われることもあります。そういう理由があるんです。

——なるほど、すごくしっかり来ました。実際にゲームマーケットに参加されてみて、いかがでしたか？

**Saashi**：そのときに初めて『Aコードで行こう』を販売したのですが、最初は何個売れるかまったくわからないので100個ぐらい持って行くことにしたんです。そのとき、隣がベテランの江神号（エジンガー）さんのブースで初対面時に「その数じゃ絶対足りないよ」と言われたのが印象的でした。実際、予約分以外は30分ぐらいでなくなっただけですね。それで江神号さんが「ね、言った通りでしょ」って（笑）。なにしろ30分でなくなってしまったので、買えなかった人たちに「ごめんなさい」と言う時間がずっと続くわけですよ。「もし商品があれば、皆さんに渡せたのにな」とすごく申し訳ない気持ちになっ

たので、それからは必ず余量を見越して持っていくようにしています。



初参加となったゲームマーケット2015大阪で発売した『Aコードで行こう』。

## ● 独自の世界観で魅せるイラストレーションの裏側

——先ほども少しお話がありましたが、ご夫婦でゲームデザイン、イラストレーションをご担当されているというのも、とても素敵です。

**Saashi**：実は、僕も絵はけっこう得意な方なんですけど、「うまい絵」と「愛される絵」は違うと思っています。自分の絵にはヒキがないとわかっていたんですね。妻は絵が趣味で、彼女がクレヨンとかで描くものを見ていたので「きっと君なら描けると思うから、協力してくれないか」と無理を言ってお願いしました。



Saashiさん（右）と、妻でイラストレーターの宝井貴子さん（左）。

——イラストレーターを探したわけではなく、一番近くに適任者がいらっしやっただと。最初に貴子さんがイラストを手掛けた作品が『Aコードで行こう』ですか？

**Saashi**：そうですね。最初はサッカーのオフサイドラインを上げ下げするゲームのつもりで作っていたんですが、妻はサッカーが好きではなくて「サッカー選手は描きたくない」と言われてしましまして（苦笑）。無理に引き込んだ以上、その言葉に従わなければ描いてもらえない

と思い、オフサイドラインを上げ下げする仕組みを生かしたまま、急遽ジャズをテーマにしたゲームに変えました。僕はジャズも好きだったのでテーマを変更するのは難しくなかったですし、結果的にはサッカーをテーマにするより良かったと思います。

——貴子さんが手掛けるジャケットはSaashi & Saashiならではの世界観があって、飾りたくなるくらいおしゃれですね。

**Saashi**：父に初めて「ジャケットはこんな感じになるんだよ」と見せたとき、外国人のイラストレーターに頼んだのかと思ったらしいんです。

「目の前にいる貴子さんが描いたんだよ」と言ったら、ひっくり返って「ウソだろ!？」と驚いていました（笑）。

## ● 『コーヒーロースター』が海外で大ヒット! きっかけは…

——その半年後、2015年秋のゲームマーケットで2作目の『コーヒーロースター』を発売されました。

**Saashi**：僕は子どもの頃からゲームを作ってきたという自負があったので「新人さんね、はいはい」と言われぬように、『Aコードで行こう』をわざとこねくり回した、変則的なルールのトリックテイキングゲームにしました（笑）。その後何を作るかとなったときに、ここでまた

普通のゲームを作るのはダメだろうなと思って、世界的にもあまり例を見ない、1人用の4000～5000円ほどする大きなボードゲームを作りにしました。それを作れば、とにかく“変だ”ということは伝わるだろうと思ったんですね。

——（笑）。制作は順調に進んだのでしょうか。

**Saashi**：はじめは老人が死ぬ前に自分の人生を思い出すが、それが正しい記憶なのか、間違った記憶なのかかわからない……といった、壮大な1人用ゲームを考えていました。でも、どうにもうまくまとまらなくて。あと1カ月ほどで新作を完成させなければ出展に間に合わないというとき、ふいにカフェで「コーヒー焙煎のゲームにすれば、すぐに完成する」とひらめきました。その時点で厚紙トークンを出し入れするゲームと決まっていたし、僕は焙煎機（ロースター）を自分で買おうと思っていたぐらいコーヒーが好きで知識もあったので、そこから2週間程度で『コーヒーロースター』はほぼできあがりしました。ところが入稿を直前に控えたタイミング

で父が亡くなりまして。お通夜には間に合わなかったのですが、事前に父からは「何かあっても出展を辞めるなよ」と言われていたので、入稿データを仕上げることを優先させてもらった思い出があります。



ゲームマーケット2023秋の出展の様子。

——そんな思い入れのある『コーヒーロースター』ですが、お客さんの反応はいかがでしたか？

**Saashi**：ちょっとマニアックすぎたのか、持って行った分の半分も売れませんでした（笑）。でもそれから

半年くらい経った頃に海外のYouTubeで取り上げられて、海外から注文が殺到するようになったんです。

——まったく知らないところで紹介されていたんですか？

**Saashi**：そういうこともありました。一番大きかったのは『The Dice Tower』というボード

ゲームを紹介するYouTube番組です。実は知り合いが「Saashiさんのゲームは海外の人も好

きそうだし、日本語も書いていなくてユニバーサルな仕様だから、有名なレビュアーに作品を送ってみたい」と勧めてくれました。そこでZee Garciaという方に送ってみたところ「すごいクオリティだ」と絶賛してくれたんです。後で紹介してくれた知り合いに話を聞いたら「あの人は結構好き嫌いがあるから、悪いゲームのときにはボロカスに言うんだよ」と言われて、危なかったなと思いました(笑)。



『コーヒーロースター』の初版パッケージ。海外のYouTubeで紹介されたことをきっかけに注文が殺到した。

——海外からの注文が入るようになると、ますます忙しくなったのでは？

Saashi：当時は普通に働いていたので、帰宅してから山のように溜まったメールを処理して、その間に新しいゲームを作って……ということをしていたら、だんだん寝る時間がなくなって。睡眠時間3時間という生活が何カ月か続いたと

きに、本当に体調が悪くなってきてしまったんです。そのときにゲーム制作のどちらを取るか考えて「クリエイトできる業務のほうが面白い」という思いから、2016年の12月に専業になりました。

——ゲームデザイナーとして食べていく決意をされた。一般的には「日本のヒット作が海外へ」という流れですが、『コーヒーロースター』をはじめSaashiさんの作品は、はじめから全世界が対象ですよ。

Saashi：僕の中では、自分が作るものはマニアックだという意識があるんです。おそらく万人受けするものではないだろうと。でも、日本で売れる数が100個ぐらいたとしても、10カ国なら1000個、100カ国なら1万個かもしれない。だから僕の場合は「日本で流行ったから海外」と

いうより「日本で流行らなかったから海外」みたいな認識です(笑)。『コーヒーロースター』は2019年秋にドイツの出版社dlp gamesから欧州版が発売されて、日本でもそれを逆輸入したバージョンのほうが実はオリジナルよりも売れてるんですよ。

——欧州版のジャケットデザインは、dlp gamesにお任せしたんですか？

Saashi：そうですね。彼らが言うには、貴子さんの絵を使ってもいいけど子ども用だと思ってなめられる可能性がある。大人が遊べる1人用のゲームなのに、本当に届けたい人に届かないかもしれないという話を聞いて納得しました。貴子さんの絵のときにはリーチできなかった人にも、手に取ってもらえた。結果的にロングセラー商品になったのは、すごくうれしいことです。



『コーヒーロースター』欧州版。日本版と変わって大人の雰囲気。

## ●やっぱり僕はクリエイトすることが好き

——これまでゲームデザイナーとして活動する中で、ピンチだったことはありますか？

Saashi：2019年に『旅のあと』を作ったとき、当初よりコンポーネントが多くなり、ほかにもいろいろなことが重なってしまい、スケジュールが本当にギリギリになりました。余裕があれば海外の工場から船便で、それで間に合わないときは航空便で送ってもらうことを想定していましたが、航空便でも危ないぞという時期まで来てしまい、とうとう自分たちが現地から直接商品運ぶことにしたんです。飛行機には荷物の持ち込みに関する重量制限があるので、ゲー

ムマーケットの数日前に僕と貴子さんと母の3人で台湾へ行きました。工場の皆さんにお願いして商品を大量の段ボールに箱詰めしてもらい、チャーターした大きな車を空港まで飛ばしてそのまま台北経由で東京に向かって、到着したらトラックの運転手さんに「明日現場に持ってきてください」とお願いして、それで「解散！」って(笑)。母は大阪に帰り、私と貴子さんはそのまま会場に向かうということがありました。

——想像していた以上のピンチでした(笑)。Saashiさんはゲームのコンポーネントにできる限りテキストを使わないそうですが、テーマ選びのポイントはありますか？

Saashi：たとえば“エレベーターの前に並んで待つ”とかであれば、国を問わず誰も同じようなイメージを持っていると思うんです。『ゲストがくる前に』は“お片付け”をテーマにしたゲームですが、アメリカ人でも中国人でも、みんな“お片付け”はわかりますよね。同じように世の中にはコーヒーを焙煎している人がいることも、ジャズという音楽があることも、きっとみんながわかっている。尖ったシチュエーションでないほうが、障壁なくプレイできるかなという意

識はあります。



2023年、Saashi & Saashiはエッセンシュピールにも出展を果たした。

——今後の活動の展望については、どう考えていますか？

Saashi：毎年いくつかの新作ゲームを出しながら、無理のない範囲で海外出展もできたらいいなと思っています。海外への初出展が2019年でしたが20年以降はコロナの影響で海外への出展の機会が遠のいていたので。去年はシンガポールと台湾へ再び出展して、ドイツのエッセンシュ

ピールへの出展の果たしました。現地では海外の方からとても歓迎されて「僕が届けたいと思って作った人たちに、ちゃんと届いているんだなあ」と、すごくホーム感があるというか、温かいエモーションを直接受け取ることができたのでうれしかったですね。

——最後に、Saashiさんがこれからもゲームを作り続ける理由を教えてください。

Saashi：やっぱり僕はクリエイトすることが好きなので、それが一番の理由ですかね。以前海外サイトのスレッドを見たときにこんな文章を見つけました。「今日は仕事で疲れて、行き帰りの車でも道が混んでいてすごくきつかったけど、帰宅後、眠る前に『コーヒーロースター』をプレイしたら、しんどい、辛いと思っていた気持ちが、少し楽になったような気がする」と。英

語でしたが、すごく素敵な言葉で書いてくださっていて、それを見たときに「ああ、作ってよかったな」って思いました。もし一人でもそんな思いで遊んでくれる人がいるのなら、そういう人のためにゲームを作っているのかもしれないね。

# ゲームストア・バナスト

中野将之

Webサイト <https://banesto.nagoya/>

ゲームストア・バナストは1999年創業の名古屋のボードゲーム専門店。輸入を中心としたボードゲームの提供を行っており、ゲームマーケットにはほぼ唯一、初回から継続して出展をしている。



## ●ゲームマーケット発祥の地はバナスト!?

—まずはバナストとゲームマーケットの関係性から教えてください。

**中野:** ゲームマーケットには立ち上げの段階から個人として関わっており、バナストとしても2000年の第1回から参加を続けています。あの頃のゲームマーケットは創始者の草場純さんをはじめとした有志によるフリーマーケットのようなものでした。当時はアナログゲームを広め

ようという機運が高まっていて、そのためのイベント……つまり今のゲームマーケットに関する1回目の会合が、バナストの店内に開かれたんです。そういう意味で、バナストは「ゲームマーケット発祥の地」と言ってもいいのかもしれませんが(笑)。

—冒頭から貴重なお話が飛び出しました。第1回から今までの間に、どんな変化がありましたか?

**中野:** 当初は製作者が集まってブースを設置する即売会の形ではなく、フリマでありアナログゲームファンの交流会に近い牧歌的なイベントでした。しばらくして海外からゲームが流入してきたのをきっかけに「自分でゲームを作ろう」という流れが興ったように思います。これは私の想像ですが、カタログやブースなどコミケを手本にした部分もあってか、当初は非電源ゲームのオンリーイベントのようにとらえられることも多く、コミケに参加していた方々も集まって来やすかったように思います。徐々に参加者が増えて有志での運営が追いつかなくなり、会場も手狭になってきた頃アークライトさんに主

催が移り、東京ビッグサイトで行われる大きなイベントになりました。



2012年秋までゲームマーケットが開催されていた「台東館」。

—ゲームマーケットの歴史を見守って来られたんですね。今回出展するブースの構想を教えてください。

**中野:** バネストはずっと変わらず、シンプルにテーブルとイスのみで出展しています。文化祭のような手作り感を大切にしたい気持ちもあるのですが、実はシンプルな方が、イベント中にレイアウトが変更できるメリットがあるんですよ。混雑する午前中は並んでお待ちいただくことも多いので、その時間帯は販売スペースを広くとってスムーズに受け渡しができるようにしています。混雑が落ち着いてきたらレイアウトを変更し、次は試遊スペースを広げます。凝ったデザインのあるブースにしてしまうとできないことなので、効果的に“味変”ができるという点もいつも思っています。もうひとつ特徴を

あげるなら、毎回用意している「絵巻」でしょうか。



バナストブースの特徴でもある「絵巻」。手作り感も魅力のひとつだ。

—「絵巻」とはどんなものですか?

**中野:** 当日販売するゲームの紹介を記載した横に長い模造紙で、基礎情報だけでなくQRコードも載せて、ゲームの詳細が確認できるようになっています。スマホをかざしてすぐに知りたい情報にアクセスできるというのは機能的です

ね。アナログゲームのイベントではありますが、オンラインもうまく使えたらなと思っています。当日はガイダンスができるスタッフも配置しているので、初めていらした方でも気軽に自分に合ったゲームを選んでいただけたらと思います。

## ●好奇心を満たす「普通のゲーム」を求めて

—実際に海外に赴いてゲームを買い付けているとのことですが、その際のこだわりはありますか?

**中野:** さまざまな国へ買い付けに行きますが、単にゲームを買いに行くのではなく、エージェントと情報交換をすることに重きを置いています。「お前さんはどう思ってる?」と直接聞きたい。人との新たなつながりも直接会ったほうが生まれやすいし、インターネットの情報ではわからない部分もありますから、信頼する人たち

から情報や感想を集めて精査することを心がけています。向こうはこちらのことをわかってくれているし、彼らがいなかったらこっちもやっていけないですね(笑)。古くから付き合いがある人も多いので、お互い連携して情報を交換し合い、ゲームを発掘するようにしています。

—ゲームの選定基準などはありますか?

**中野:** 基準はそのときどきのトレンドによっても変わりますが、バナストをひいきにしてくれているお客様が欲しがりそうなゲームを経験則から選ぶようにしています。受賞歴などの評価

は関係ありません。たとえ現地で人気のゲームであっても、既存の評価に引っ張られすぎないようにしています。それよりも、ロジックとストラテジーのクオリティが担保されているか、1

時間程度で遊べてルール量は適切か、プレイスタイルや攻め方の工夫ができるか……といった条件を満たしている方がよっぽど大切です。加えて、あえて知名度の低いゲーム会社やデザイナーを発掘することも意識しています。ゲームのとっつきやすさや面白さは、知名度とは関係

——お仕事を通して楽しいのはどんな点ですか。

**中野**：毎年毎年、違う驚きがあることですね。こんなゲームがあるんだ、こんなやり方があるんだと、いつも好奇心を刺激されます。道具を使う趣味で、ここまで新しい発見が続くものはなかなかないんじゃないでしょうか。本当に、

——近年で印象的だったゲームはありますか。

**中野**：『ザ・マインド』というゲームにはとても驚かされました。バネストで輸入販売していて、その1年後くらいに日本語版が出たのですが、最初に見たときは「しゃべってはいけない」というルールがまったくピンとこなかったんです。でも実際に遊んでみたら、「こういうことか、すごい！」と（笑）。脱出ゲームのボードゲーム版が登場したのにも驚きましたね。今までのゲームは繰り返し遊べるものが当たり前だったので「1回しか遊べないって何!？」とびっくりしました。プレイの行程で紙を切ったり穴をあけたりして、どんどんゲームがバラバラになっていくのにも、はじめは罪悪感というか、抵抗感がありましたし……。でも制作会社のスタッフから「その1回がファンタスティックなら納得するで

ありませんから。むしろ新しいゲームを発掘できるとワクワクするし、自分自身が好奇心を満たしたくて動いている部分もあるので（笑）、お客様の好奇心も満たしてくれるゲームを発掘できたらと思います。

自分がまったく思いつかないようなことを思いつく人がたくさんいるんですよ！これはほかにはない楽しさだと思いますし、この仕事を続けるモチベーションにもなっています。

しょ？」と言われ、確かにそうだなと（笑）。本当に毎年毎年、何かしらの驚きや発見があることがうれしいですね。



しゃべらないルールが大きな特徴の『ザ・マインド』。日本語版発売以前からバネストで扱っていた。

## ●未だにはっきりしないボードゲームの「魅力」

——中野さんとボードゲームの出会い、どういったものだったのでしょうか。

**中野**：僕はファミコン世代なのですが、僕を育ててくれた祖父母はファミコンを買ってくれなかったんです。けれど盤ゲーム……今でいうボードゲームは買ってくれて。思い返すと、祖父母は僕と一緒に遊びたかったのかもしれま

せん。コンピューターゲームは新しいことを覚えたり、反射神経を磨いたりする必要があるけどボードゲームなら簡単に遊べますし、実際に家族でよく遊びました。やがて僕はTRPGをするようになったのですが、3～4年続けてみて、

自分には合わないかもと感じたんです。20歳の頃に東京のTRPGイベントに出展を決めたのですが、どこか熱中できないまま、たまたま六本木プレイングス（パズルと輸入ゲームの専門店）でJAGA（日本ゲーム協会）と出会い……

——衝撃の出会いですね（笑）。その後も東京の皆さんとの交流は続いたんですか？

**中野**：そうですね。もう亡くなられた方も多いのですが、当時は本当に皆さん優しく接してくれました。年上の方が多かったからか、初心者の僕をボーヤのようにかわいがって、受け入れてくれたことがうれしかったですね。まだインターネットもなくて、パソコン通信で連絡を取っていた時代です。画像のないテキストベースで

——ゲームを通して仲間が増える体験はいいものですよね。やはり対面で遊べるのがボードゲームの魅力でしょうか？

**中野**：それが、未だにはっきりしないんですよ（笑）。これだけやってもボードゲームの魅力は一言では語り尽くせません。でも、対面で遊べるのが魅力のひとつというのは間違いありません。今はオンライン対戦もできますが、その場がわっと盛り上がる感じ、気の合う人と時間を過ごしている感じ、相手の細かな感情の動きを読んでゲームする楽しさは、対面でないと得られません。もう一つ大きな価値をあげるなら、モノとしての魅力があることでしょうか。サーバーにあるものは、どんなにリアルな3Dであっても触ることができないでしょう？僕は「触れる」ということに特別な意味があると思うんです。サイコロを振る、コマやタイルを握る、塗料やインクの匂いを感じる……それら一つひとつに意味を感じます。タイルを打ち抜いていくときの紙の匂いにも、ぱちんぱちんという音にも、これからボードゲームをやるんだというワクワク感がある。シュリンクを開けたとき、どうせ捨てるんだと思いながらも、その瞬間にありがたみがあるんです。五感を使って楽しむほどに興味が増すっていいのかな、そういうときにこの趣味はいいなって思いますね。だから、

結局イベントをすっぽかして一日中ボードゲームで遊んでしまったんです。わざわざ名古屋からTRPGのイベントに参加したのにな（笑）。それからはどんどんボードゲームに熱中していきました。

の情報交換は今思うと不便でしたが、通信料の安い夜の時間を狙って、夢中になって交流しましたね。遊んだゲームを共有したり、どうやったら遊べるか相談したり、東京や大阪と、名古屋を行き来してゲーム会を開いていました。人との輪も広がりましたし、対面で遊ぶボードゲームのスタイルもよかったのだと思います。

避けられないことがあると知りつつ、箱にダメージがあるとちょっとセンチになることは理解できます（笑）。



25周年を迎える老舗となったバネストだが、中野さんは「まだまだ新しいことに挑戦したい」と語る。



## ●楽しもうとすれば、ゲームは応えてくれる

——最近流行していると感じるジャンルはありますか？

**中野:** トリックテイキングや、カードを使いきるゴーアウト系のゲームの人気の高まっているように感じます。個人の考えですが、今後はリメイク作品もトレンドにあがってくるかもしれ

ません。昔出ていたゲームの難点を補い、よりよく改良したゲームは流行すると思いますし、リメイク前のゲームを持っている人がまた買いたくなるゲームには価値があるように思います。

——ボードゲームは敷居が高いと考えているビギナーに向けて、アドバイスなどはありますか？

**中野:** 初心者の方にぜひ伝えたいのは「ゲームは遊びであり、娯楽だ」ということ。ゲーム中に故意にルールをねじ曲げるのはダメだけど、ちょっと間違っても気にしなくていいし、遊びなのだから好きなように楽しんでもらいたいです。「この瞬間を楽しもう！」という意気込みがあれば、ゲームは応えてくれますからね。初心者の方がゲームを選ぶときは「プレイ時間は30分程度、ルールが難しくないもの、大きすぎないもの」を基準にするのがおすすめです。新しい趣味を始めるときは経済的・時間的・精神的負担は少ないほうがいいですし、実際にプレイしてもらえれば楽しくて簡単だとすぐわかります。



ゲームストア・バネスト店内の棚。ところ狭しとゲームがひしめく。

——ゲームショップの方がそう言ってくださいと、初心者の方も心強いですね。具体的にはどんな作品がありますか？

**中野:** そうですね、有名な『宝石の煌めき』や『ドミニオン』はもちろん、慣れてきたら『ウィングスパン』も問題なく遊べると思います。バネストで扱っているものでは『GOLD』がおすすめです。金塊を取り合う神経衰弱のようなゲームで、自分のカードを合わせるだけでなく、相手のカードも覚えることで、相手の力を計りつつ戦います。パッケージが小さくて、旅先やゲー

ム会でも気軽にプレイできるのも魅力です。陣取りゲームの『セコイア』や、自分のヤギを山頂にあげて点数を競う『マウンテンゴーツ』もおすすめですね。少し慣れてきたら『フロント』も面白いですよ。ラウンドの途中でルールが変わるゲームで、新しいトリックテイキングを探している方にもぜひ遊んでいただきたいです。

——数あるゲームの中で、中野さんイチオシはどれでしょうか？

**中野:** イチオシは……あえて決めないようにしているんです（笑）。この仕事をするうえで、好きな作品に引きずられるのはよくないと思っています。ゲームは毎年新しいものが出てくるし、

そのときどきでトレンドもありますから、自分の好みにとらわれず時代とともに進化していくゲームを受け入れていきたいと思っています。

——ちなみに、ご自身がボードゲームにハマるきっかけになったタイトルは何ですか？

**中野:** それでは……『スコットランドヤード』についてお話しします。まず言っておきますと、



中野さんの思い出の作品「スコットランドヤード」。写真はドイツ版。

このゲームは絶対盛り上がります！ プレイ人数は最大6人で、1人が怪盗役となり残りのプレイヤーが刑事になって怪盗役を捕まえるというゲームです。これがね……ムキになっちゃうんですよ。刑事をやっている自分ならどう逃げかか考えるのが楽しくて、全員が怪盗役をやりたくなるんです。怪盗として逃げきったらヒーローになれるすしね（笑）。この世界に入りたてのときに、初プレイで6回連続で遊ぶほど面白かったのも、とても印象に残っているゲームですね。東京で草場さんたちに教えていただいた『モダンアート』や、今でいうボードゲームのサブスクにあたる、メビウスさんの頒布会を通して出会った『ニムト』も思い出深いです。

——たくさんのゲームを教えていただきありがとうございます。最後にバネストとしての今後の展望を教えてください。

**中野:** 今年でバネストも25周年、ゲームマーケットとほぼ同期になります。おかげさまでボードゲームショップとしても老舗と呼ばれるようになりましたが、老舗だからこそ挑戦できることもあると思っています。若い人との接点も大切

に、ほかの人が気づかなかったことに気づけるようにしたいですね。手習いなのでうまくできないこともあるかもしれませんが、よいゲームを発掘してだけでなく、新しいことにも挑戦していけたらと思います。



名古屋から日本のボードゲーム文化を支えてきたアナログゲームショップ、バネストの外観。