

世界水準の面白さを生み出す、 コーエーテクモの魅力と多様性

多様な文化的バックグラウンドを持つ社員が、異なる価値観や経験を活かしながら世界中のユーザーに新たな体験を届けています。コーエーテクモの魅力や世界水準のものづくりを支える3人の海外出身社員がオンラインで集まり、コーエーテクモで働く価値について話しました。

座談会メンバー



プランナー M
KOEI TECMO SINGAPORE Pte. Ltd.
2011年入社
ソフトウェア事業部 / プランナー
ディレクター
出身地：済南市



CG H
KOEI TECMO SOFTWARE VIETNAM CO., LTD.
2014年入社
CG部 / CGデザイナー / 2D ANM
パートリーダー
出身地：バクニン市



マーケティング S
コーエーテックモゲームス (KTG)
2020年入社
グローバルマーケティング本部 / マーケティング部
『仁王3』海外地域担当
出身地：台北市

国境を越えてコーエーテクモを選んだ理由

プランナー M 私は済南市出身で、2011年に入社しました。中国大陸では「三國志」や「大航海時代」シリーズが多くの人に愛されています。私も学生時代に夢中になって遊び、コーエーテクモらしさである歴史の重厚感に魅了されていました。「いつかコーエーテクモでゲーム作りに携わりたい」という憧れを抱いて入社し、今も変わらずその面白さを感じています。入社当初はプログラマーでしたが、日本での研修をきっかけに、自分自身の興味に加え会社からの期待もあり、プランナーへ職種変更しました。その後『のぶニヤガの野望』『大航海時代6』『三國志 覇道』などに携わり、現在は新規開発中のタイトルを担当しています。

CG H 私はバクニン市出身で、2014年に新卒で入社しました。就職活動をしていた頃は、今ほどベトナムのゲーム市場は発展していませんでした。そんな中、コーエーテクモソフトウェアベトナム（以下、KTG）の求人を見つけました。コーエーテクモは世界的な人気タイトルを手がける高い技術力を持ち、安定した成長を続ける企業だと知って「この会社で働きたい」と強く思ったんです。

現在は『三國志 覇道』の2Dアニメーション業務を担当しています。併せてKTVの2Dアニメーションチームのリーダーとして、チーム全体の業務品質の管理も担当しています。直近では『遙かなる時空の中で 龍宮の神子』『信長の野望 出陣』『三國志 覇道』などのタイトルに携わりました。

マーケティング S 私は台北市出身で、2020年に新卒で入社しました。台湾ではコーエーテクモの歴史ゲームやアクションゲームが広く認知されています。特に歴史をテーマにしたゲームには、遊びながら歴史への理解を深める仕掛けが数多くあります。私自身も、ゲームは学びにつながるものだと考えているため、そうした体験を生み出すゲーム作りに惹かれて入社を決めました。

現在は、マーケティング部門で『Wo Long 2: Wings of Ember』など、コンソール・PCタイトルの宣伝を担当しています。

「面白さ」を事業として成立させる企業文化

マーケティング S コーエーテクモは「日本の老舗ゲーム会社」なので入社前には堅い社風を想像していましたが、その印象はいい意味で覆されました。現状に満足せず、常に新しいコン

テンツを生み出そうと挑戦を続けている会社だなと感じています。また、安定した経営基盤のもとで成長を続けている背景には「面白さ」や「高品質」を追求するだけでなく「事業として成立するか」という採算性を重視するカルチャーがあると思います。皆さんは、どのように感じていますか。

プランナー M 私、ビジネス意識が高い会社だと思います。私は入社当初「ユーザーの視点」で面白いかどうかでゲームの仕様などを考えることが多かったです。しかし、当時の先輩方と議論を重ねる中で、面白さだけではなく、開発コストや予算とのバランスも含め、事業として成立するかどうかまで見据えることの重要性を学びました。

CG H その積み重ねの結果だと思うのですが、私が企業カルチャーとして強く感じているのは「より良い体験を届けようと製品の改善を続ける姿勢」です。シリーズの新作には、常に前作をはるかに超える品質が求められています。タイトルの発売後に行われる社内レビューでは、問題点の指摘だけでなく、品質向上のための具体的な提案まで行われています。常に学び、改善し続けることが奨励されていて、より良い製品を作り上げていこうとする会社だと実感しています。

言葉も距離も越えて、ひとつのチームに

プランナー M 入社当初と比べて、多言語でのコミュニケーションを支えるIT環境が大きく進化したことも印象的です。現在は社内チャットのメッセージをワンクリックで翻訳できるようになり、日本語があまり得意ではない人と、英語があまり得意ではない人とのやりとりもスムーズになりました。

CG H ベトナムから日本に出張して研修を受けたことで、日本語の簡単なコミュニケーションがとれるようになりました。この研修を通じて「日本ではなぜこのように仕事を進めるのか」「この指示にはどのような意図があるのか」をより理解できるようになったので、それをベトナムの同僚に説明することができるようになりました。お互いの理解を深めることができ、日本側とのつながりが一層強まり、その後の仕事もよりスムーズに進むようになったと感じています。

マーケティング S 他言語でのコミュニケーションについては、語学学習への支援があるのもうれしいです。オンライン講座や語学試験への支援もあり、自分を成長させたいと思ったときに、いつでも学べる環境が整っていますよね。オンライン講座は語学だけでなく日々の仕事に役立つ内容も豊富で、スキルアップにつながっています。

世界に伝わるゲームへ。 文化を超える緻密なローカライズ

プランナー M 「世界No.1のデジタルエンタテインメントカンパニー」を目指すコーエーテックモにとって、多様な国と地域に根付いた文化的背景を持つ社員は不可欠です。例えば、同じ歴史ゲームを販売する場合も、どの武将を中心に打ち出すかは国や地域によって異なります。Sさんの出身地である台湾では、『三國志 覇道』にも登場する鄭成功の人気の高いですね。

マーケティング S そうですね。台湾では鄭成功は非常に知名

度が高い歴史人物です。実際に、アプリゲーム『三國志 覇道』繁体字中国語版に鄭成功が登場した際は、人気キャラクターの新登場として告知したことで現地のユーザーから注目を集め、好評を得ました。

一方で、日本の歴史を題材にしたアクションゲーム『仁王3』を欧米でプロモーションする際には、逆のことが起こりました。登場人物の武田信玄は欧米での知名度が高くないため、名前だけでは伝わりません。「日本の歴史に名を残す戦国武将」と補足するなど、地域ごとの歴史的知識や文化的背景に合わせた表現心がけています。

CG H そうした配慮という観点では、近年は各国・地域への理解を踏まえた社内ガイドラインの整備も進んでいますよね。例えば、手や指の形で意味を伝える「ハンドサイン」があります。あるキャラクターが踊る動作の中で、一部の国では不適切な意味を持つハンドサインが意図せず含まれていたことがありました。その時はKTVから日本の開発側へ相談し、その表現は使用しないことになったんです。世界中のユーザーに安心して楽しんでもらうためには、こうした文化的な違いへの理解も欠かせません。

バックグラウンドを活かし、 グローバルに活躍する

CG H 私は将来、CGディレクターのポジションに挑戦したいと考えていて、より高品質なCG作品を手がけられるようになることが目標です。そして、ベトナム拠点でゲーム開発の中で欠かせない存在になっていけたらと思っています。ベトナムでもゲーム業界が急速に成長していて、KTVで働いていることを話すと「どうすれば入社できるのか」と尋ねられることも多いんです。国籍を問わず、ゲームが好きな仲間と一緒に、より良い作品をつくっていききたいですね。

プランナー M 同じゲームを遊んでも、どこを面白いと感じるか、どんな表現に違和感を覚えるかは人によって異なります。コーエーテックモがグローバルでより多くのプレイヤーに楽しんでもいただくためには、さまざまな背景を持つ社員の意見を大切にしていくことも必要でしょう。その意味でも、文化やその違いの理解はさらに深めていきたいです。世界中のより多くのユーザーに満足していただけるコンテンツを届けることで、会社の成長に貢献していきたいです。

マーケティング S 私もっとも海外向けの仕事で自分の能力やバックグラウンドを活かしていきたいです。これまでオフラインイベントを実施する機会が少なかった地域で、ユーザー向けのイベントを開催するなど、新たなユーザーとの接点づくりにも挑戦してみたいと思います。出身地が異なるからこそ持っている現地の感覚は、きっと武器になると思います。



オンライン座談会の様子