

トレーディングカードゲーム
知財を守り、育みながらTCG業界世界一を目指す

事業内容

カードゲーム、ゲームソフト、キャラクター商品等の開発、発売、および各種コンテンツプロデュース。

特許登録番号と内容

商標登録第 5378550 号	CARDFIGH!! ヴァンガード (ロゴデータ)
-----------------	---------------------------

(2011年5月現在)

ACTIVITIES & ACQUISITION IS INTELLECTUAL DATA



代表取締役社長
木谷高明さん

カードのデザイン性やコレクションの楽しさが
ゲームの魅力と市場を拡大

創業以来、破竹の快進撃を続ける株式会社ブシロード。同社が手掛けるトレーディングカードゲーム (TCG) は、専用カードの中から自分で組み合わせたデッキ (= セット) を使って対戦していくもの。各カードにはさまざまなキャラクターのイラストが描かれ、それぞれに攻撃力や守備力等の設定がしてある。一見トランプのようだが、TCG にはいくつかのシリーズがあり、使用するものにより、登場するキャラクターも遊び方やプレイヤーの対象年齢も違う。違うシリーズのカードは、野球とサッカーが対戦するようなもので、ゲームが成立しないという。TCG 自体は昔からあるものだが、同社では新しいルールや遊び方も構築し、TCG の世界を広げている。

木谷高明代表取締役社長は「まだまだマーケットは小さい」と話すが、プレイヤーは小学生から社会人と幅広く、2010 年の国内の市場は約 840 億円と、テレビゲームに次ぐ人気を誇る。海外でもすでに 50 か国以上で楽しまれ、世界大会まで開催されるほど。アジアでは日本のほかに、香港、台湾、シンガポールが特に盛んだという。

その魅力について、東保裕之取締役管理部長は「ゲーム性に加え、電気も特別な道具も使わずに遊べる手軽さ、



取締役管理部長
東保裕之さん

そしてカード自体の美しさも大きな要因でしょう」と分析する。さらに「TCG にはトライアルデッキという基本セットのカードだけでも遊べますが、ほかにカードが 5 枚入ったブースターパックというものを別売りで販売しています。これは福袋のように中身がわからないようになっています。これを購入する、あるいはトレードするなどして、自分がほしいカードを集められるのも特徴。こうして“好きなカードをコレクションする”“自分だけのデッキを構築する”のもおもしろさであり、醍醐味といえるでしょう」と続ける。

「作家」と「知財」への尊敬が
製品作りのモチベーションを高める

TCG に使用する数々のキャラクターは、他社から版權を借りることが多い。東保部長は「社員一同、ゼロから生み出す難しさはよく理解しているので、人気コンテンツを開発することは非常にすばらしく、原作者さま、版元さまに対して強いリスペクトを持っています。その大切な知財をお借りするのですから、当社はご迷惑をお掛けしないように細心の注意を払いながら製品作りに取り組んでいます。そしていいカードを作り、たくさんの方に楽しんでいただきたい。そしてキャラクターを生み出した作家さんや版元さんにも、喜んでいただけるものを目指しています」。

同時に“自社でも独自にいいものを作りたい。いいものを作れると証明したい」と「ヴァイス・サヴァイヴ」「探偵オペラ ミルキィホームズ」をはじめ、オリジナルコンテンツも続々と発表。その中にはテレビアニメやゲーム化されたものも少なくない。今年、発売した男児向けの「カードファイト!! ヴァンガード」もアニメ化さ



「ヴァンガード」の
カードたち

れ、カードの売れ行きもアニメも好評で、大きな手ごたえを感じている。

自社コンテンツを守りながら
アジア、そして世界へ

同社が保有している知財権は商標に関するものが多く、シンガポールをはじめ、海外でも取得している。これらの手続きや管理を担当するのは、法務部門と外部の弁理士事務所だという。しかし申請登録の最終的な判断については、多くの場合、木谷社長が下している。東保部長は「権利をプロテクトする、しないは、今後の商品展開や知財戦略にも深く関係すること。素早かつ確に判断できるのは、経営者であると同時にクリエイターでありプロデューサーでもある社長だからです。ただ会社の成長に合わせ、今後はこうした流れも含めて見直す必要があると考えています」と知財管理への意識を高めている。

また、今までは国内外に人気のカードを扱っているにもかかわらず、模造品出現といったトラブルとは無縁だった。その理由について木谷社長は、TCG の製造工程



ヴァンガードの
トライアルデッキ

は何段階もある上、専用の機械も必要なので、まねするにはかなりの技術と設備が必要なことを挙げる。加えて、たとえば売れるからとレアカードを大量偽造すると希少価値がなくなり、作る意味がなくなるのも要因だろう。

同社は昨年 11 月にはシンガポールにも拠点を立ち上げるなど、アジア市場への参入を強化していく。カードも今までは日本語版を卸すだけだったが、これからは英語版のカードも発売することによって「安心してばかりもいられませんね」と対策の必要性を感じている。

こうしてコンテンツという知財を守り、大切に展開させている同社。今度もさらにその活動フィールドを広げながら、「世界一の TCG カンパニー」を目指している。

知的財産活用のポイント

知財権でプロテクトするとともに
優れた本物を流通させる重要性

本格的に海外進出する際、心配なのが模造品の問題だろう。その対策として考えているのが、「月並みですが、知財権の取得によるプロテクト」と東保部長。「まねされてこそ一流ともいわれますが、模造品を放っておくわけにはいきません」と続ける。

ただ、前述のように TCG の偽造は難易度が高い。これは

印刷だけではない。ブースターパックの中身にしても、レア度や強さのバランスをある程度整える必要があり、その技術は特定の製造会社ならでは。またパッケージにもノウハウがある。

木谷社長の「本物を流通させることが、一番の対策だと思います」という言葉通り、優れた品質を作ることも有効な知的財産の守り方といえそうだ。