

吉井正晴インタビュー後半：セガおよびゲーム業界黎明期
のゲーム開発、業界事情についての証言

鳴原 盛之
金 東勲
清水 洋

IIR Working Paper WP#20-04

2020年2月

Masaharu Yoshii, Oral History (1st, 2): Oral History on Game
Development at Sega and Game Industry at the Early Stage

Shigihara, Morihiro
Kim, Donghoon
Shimizu, Hiroshi



Hitotsubashi University
Institute of Innovation Research



ゲーム産業生成における
イノベーションの分野横断的なオーラル・ヒストリー事業
EMERGENCE of Industry,
An Oral Historical Research Project focusing on Game Industry

吉井正晴インタビュー後半：セガおよびゲーム業界黎明期のゲーム開発、業界事情についての証言

鳴原 盛之

金 東勲

清水 洋

Masaharu Yoshii, Oral History (1st, 2): Oral History on Game Development at Sega and Game Industry at the Early Stage

Shigihara, Morihiro

Kim, Donghoon

Shimizu, Hiroshi

目次

ビデオゲーム黎明期の業界事情.....	3
LD ゲームの開発を担当	8
家庭用ゲーム市場に参入当時の状況.....	10

ビデオゲーム黎明期の業界事情

Q：先程から、グレムリンの吸収によってビデオゲーム開発のノウハウも得られたというお話を伺っておりますが、70年代から80年代初頭にかけて発売された、初期のセガ製ビデオゲームにおいて特にヒットしたタイトルとなりますと、やはり「モナコ GP」あたりになるでしょうか？

吉井：そうですね。セガのオリジナルでということであれば、確かに「モナコ GP」かな？あれは売れましたし、ドライブものとしては画期的な企画でしたよね。アーケードに限れば、後の「コラムス」とかもかなり売れましたが、当時ですとそれ以外の売れ行きは普通だったのではないのでしょうか。

Q：グレムリン開発のものも含めると、「ヘッドオン」とかもかなり売れたのではないのでしょうか？

吉井：ええ。「ヘッドオン」もかなり売れたと思います。

Q：「モナコ GP」にしても「ヘッドオン」にしても、当時からレース、ドライブもののプレイヤー人気と言いますか、アーケードゲーム市場においては需要がかなりあったという理解で宜しいですか？

吉井：そうですね。ドライブものというのは、スピード感ですとか、自分が何で失敗したのかのかが割とわかりやすいじゃないですか。「もう1回、また遊んでみたい」ということを、プレイヤーが考えやすくなるんですよ。

Q：レースゲームですから、基本的にはハンドルを回して車を動かせばいいんだなって、筐体や画面を見れば子供でもすぐにわかりますね。

吉井：そうそう。ハンドルとアクセルだけ動かせば遊べちゃうし、難しい要素は特にないですから。

Q：ちなみに、「ヘッドオン」が発売されたすぐ後にナムコから「パックマン」が発売されましたが、キャラクターを動かして画面上のドットを消すという、基本的なルールはどちらも同じだったと思いますが、当時のセガ社内では「パックマン」は「ヘッドオン」の真似をしたという見方をしていたのでしょうか？

吉井：それはありましたね。「え、ズルいじゃん」で思ったのと、「さすがナムコさん、アレンジがとてもうまい、偉いな」とも思っていました。私も当時から、ナムコはすごくゲームの作り方、アイデアをひねり出すのがうまいなど。でも、別にいいやと思って見ていました。

Q：昔はインベーダーブーム期に、ゲームセンターが不良のたまり場というイメージが定着したこともあって、ゲーム業界関係者は社会的地位が低かったという印象がありますが、吉井さんご自身もそのような印象をお持ちでしたか？

吉井：そうですね。そもそも、セガは会社の知名度が全然なかったですから、「どこの会社に勤めてるの？」と聞かれて、セガだと言っても「何それ？」って言われるし、アーケードゲームとかを作っていると説明しても、「ええーっ」と言われるような感じで、良い反応はなかったです。でも、私自身は特に負い目はなかったですし、自由に開発とかの仕事ができたので楽しかったですけどね。

Q：ご自身で、そのネガティブなイメージがだんだん変わって良くなってきたな、と思い始めた時期は、だいたいいつ頃になりますか？

吉井：やっぱり、コンシューマーゲームを始めてからでしょうね。それが如実に表れたのが、アメリカに行った時ですね。昔は、「何しに来たんだ？」って入国時に聞かれた時に、「ショーを見に来た。会社はセガという会社だ」とかって言うと、「どんな会社なんだ？何か変なことはしないだろうな？」とか、「ちょっと、名刺を見せてみろ」ってさんざんうるさく言われました。ですが、コンシューマーゲームをやり始めた途端に、「ああ、セガなのか！」って態度が変わって、こんなに簡単にアメリカに入国できたのは初めてだなあって思ったことがありましたね（笑）。

Q：なるほ、入国審査で社会的地位の向上を実感されていたんですか。それは面白いお話ですね。

吉井：なので、アメリカのほうが先に認知されたような気がしますし、あれはうれしかったですね。

Q：昔は知名度がなかったということは、コンシューマーゲームを発売するにあたって、テレビCMや雑誌広告を大々的に使用するまでの間は、会社の認知度を向上させるような、いわゆるCI活動とかも特にしていなかったんですね。

吉井：最初の頃は、「お前、任天堂か？」なんていっしょくたにされたりもしましたが、ち

ゃんと違うハードウェアを出し始めてからは、認知度はすごく上がりましたね。

Q：別の方のインタビューでも話題になったのですが、昔は大手の電機メーカーがゲームメーカーをバカにしている面があったそうですが、吉井さんや当時の同僚の方々にも、そのような意識はあったのでしょうか？

吉井：そうですね。ゲームメーカーというのは、ハード的に見れば新しい会社でしたし、技術的なベースも全然なかったですから品質管理も大したことはやっていなかったし、ああいう昔からある大きな会社に比べたら、我々はまだまだ新参者だったですよ。そんな新参者が、偉そうに「これ、売ってくれよ」とか言ってくるので、「何だこいつらは？」って最初は思われていたと思います。初めのうちはあまりいい反応はなかったのですが、何回かものを買っているうちに「随分いっぱい買ってくれるんだな」って、やっぱり態度が変わってきましたよね。

Q：お得意さんになってくれるとわかると、当然喜んで態度を改めてくれますよね。

吉井：そうそう。「なんだ、上客じゃん」と、雰囲気が変わったのがわかりましたよね（笑）。

Q：大手の電機メーカーが、喜んで商品をどんどん卸してくれるようになったのは、やはりインバーダーブームの時期になりますでしょうか？

吉井：そうですね。あの頃は、ICの取り合いでしたからね。ICがないことには基板は作れませんし、当時のICは、ほとんどがTI（テキサス・インスツルメンツ）で作られていましたが、手に入らないときはしょうがないから、ちょっと質が落ちるインドネシアの会社が作った、言ってみれば二流メーカーが作った材料を調達したりとかもしましたね。多分、当時は日本のメーカーでもICはほとんど作っていなかったと思います。

Q：当時、セガではアタリ製の「アステロイド」や「スペースフューリー」も輸入販売していたかと思います。これらの作品は、いわゆるベクタースキャンによってキャラクターを描いていましたが、この技術をセガの自社製品でもどんどん採用しようという方針ですとか、計画みたいなものはあったのでしょうか？

吉井：ベクタースキャンはね、非常に繊細な絵の表現ができるんですよ。ドットじゃないので、いくらでも小さいものでも大きなものでも表示できて、拡大も縮小も非常に簡単にできたのですが、カラーにするのは難しかったです。技術的に言いますと、ベクタースキャン用のモニターは信号がなくなると死ぬんですよ。点で絵を描いているから、信号がなくなる

とそれが一箇所に集中しちゃうから、そこが焼けて死んじゃうんですね。そういう弱い面があったので、綺麗だけでも技術的に見ると使いにくいし、「ああいう表現だったら、別に普通のモニターでもレゾリューションを上げればできるじゃん」っていうような流れになったので、まあやめちゃったんですね。

Q：ベクター स्कैनを使ったゲームがあまり発売されなかったのは、技術的な理由があったんですね。見栄えはとても良かったのですが……。

吉井：そうですね。私もベクター स्कैन自体は好きでしたし、当時は「テンペスト」にハマっちゃって、やり過ぎて手にマメができましたから（笑）。

Q：筐体の生産ラインは、セガの自社内で持っていたのでしょうか？

吉井：筐体自体は外で作っていました。1週間に1回ぐらいの割合で、それを大型トラックで会社に運んできて、社内の工場に並べて部品を取り付けたり、色を塗ったり貼り付けたりして、商品にして出荷していました。筐体は、何とか木工とかっていう所で作っていたと思います。

Q：その筐体を作っていた所は、セガの近くにあった大田区のどこかの町工場だったのでしょうか？

吉井：いいえ。大きいものは、もっと遠くの所で作っていたみたいですね。おそらく、都内ではなかったと思います。

Q：セガで一時期やっていたアタリ製品の輸入販売は、ある時期からパタッとやめちゃいましたよね？ 「グレムリンを吸収したから、アタリ製品はもう必要ない」などという会社の判断があったから、取り扱いをやめたのでしょうか？

吉井：結局、もうゲーム自体がそれ以上なかったんですね。そういう輸入品までを扱うマンパワーもなかったですし、自分たちでベクター स्कैनのゲームを作ろうという気持ちも起きなかったですね。むしろ、「やめたほうがいいですよ」という感覚でしたし、偉い人も「これしかできないなら、もうやめようか」という感じでいたと思います。

Q：80年代に入ると、別のメーカーがソフト部分だけを作ったアーケードゲームをセガで販売するようになりましたよね？ 例えば、「ジャンプバグ」や「チャンピオンベースボール」はアルファ電子が開発したゲームですが、ほかにもコアランドですとか、他社が作った

ゲームをなぜ販売するようになったのでしょうか？

吉井：ハードをイチから開発できる会社が少なかったんですよね。タイトーもハードウェアはあまり作っていなかったですし、自分たちでハードを作れたのはナムコ、コナミ、任天堂とセガぐらいしかなくて、それ以外の所は自分たちでハードを設計して大量生産するリスクを負えなかったんじゃないかなあ……。ですから、「有りもので、自分たちは使いやすいハードウェアを使いたい」と、技術屋さんのほうから言ってきたとか、そういう事情があったのではないのでしょうか。そういう意味では、ウチのハードも役に立てたのかなと思います。

Q：ゲームの外注が始まったきっかけは、外部からの企画の持ち込みがきっかけだったのでしょうか？ あるいは、セガの中で人手が足りなかったのが理由だったのでしょうか？

吉井：多分、セガの中で人材が足りなかったからだと思います。本当はもっと自分たちでゲームを作りたかったけど、もう手一杯でこれ以上手が回らないので、じゃあどうしようかということで、外注をするようになったんでしょうね。あの頃は、いろいろ手を広げていてかなり大変な時期で、「ハードウェアの中身を公開しても別にいいんじゃないの？」という風潮もあったと思うんですよ。実際、当時は基板の販売もしていましたし、買われた基板を解析されたら、もうその中身はわかっちゃいますから、それに対して別にわだかまりとかもないですし。

ウチ以外でゲームを作っていたのは、グループ会社とは言わないまでも、それに近い会社だったんですよね。そういう所から、「ゲームのアイデアがあるから、開発をしたいんですけど？」という話があったので、「じゃあ、ウチのハードを使ったら？ ノウハウは教えてあげるから。ただし、ウチで販売させてね」ということで作ってもらったと。彼らは販路をそれほど持っていませんでしたから、それならお互いにいいんじゃないのという感じだったと思います。

Q：ほかにも、当時のセガではコナミの「ターピン」や「フロッガー」の販売もしていたようですね。

吉井：中山さんと、コナミの上月さんの仲が良かったからとか、そんな理由だったのではないかと思います。コナミさんとは、そんなに関係が悪くはなかったと思いますし、昔は社長同士が仲良しだったからできたか、そういう話が結構あったんですよね。コアランドも、多分そうだったと思います。向こうの社長が中山さんに泣き付いてきたので、「まあいいか」みたいな話になったりしていたみたいですね。でも、最終的にリスクを負うのはこっちですけどね（笑）。

LD ゲームの開発を担当

Q：それから、80年代のセガではレーザーディスクを使用した、いわゆるLDゲームもいくつか出していましたよね？こちらはどのようにして作られていたのかご存知でしょうか？

吉井：LDゲームの開発は私もやりました。最初に作り始めたのは「アストロンベルト」で、もうひとつは何だったかな？

Q：手元の資料では、発売された順番は、最初が「アストロンベルト」で、第2弾は「スターブレイザー」と書いてあります。

吉井：確か、そのハード設計も私がやったのかな？この時は飛行機を動かしたり、弾が当たったのかどうかとか、スコアを出す時にレーザーディスクの信号に同期させる回路が必要になったので、それがややこしくて大変でしたね。もっと大変だったのは、弾が当たって爆発した時の画面と、弾が当たらないでそのままシーケンスに進む場合とをどうやって切り替えるかだったのですが、爆発した時の画面はどうやって出してるのかわかりますか？

Q：弾が命中した時の映像を、いつでも出せるように別のLDとかハード内に準備しておいたのでしょうか？

吉井：あれはね、10秒とか20秒ごとに映像を区切って入れておいて、その間に爆発の絵を入れておいたんですよ。ですから、もし弾が当たらなかった場合は、爆発の絵を再生しないで飛ばすようにして、弾が当たったという信号が来たら、そのまま再生して爆発した時の絵を見せるようにしたんですよ。そうすると、元の映像を作るのがすごく大変になるわけですね。映像を何フレーム目で切って、その間に爆発を入れるのかとかを考えたりして、しかも爆発のシーンも10種類ぐらいあったので、そのマザーテープの編集が一番大変でした。テレビの番組を作るのと同じですよ。

で、その編集作業をするプロの人が当時はいまして、ビデオテープを回しながら編集をするのですが、バグを見付けるのと同じようなものですよ。昔の東洋現像所、今はIMAGICAって言うのかな？そこのスタジオを、昼間は空いていないので夜に借りて編集していました。「じゃ、夜の0時からやりますので」って連絡をして、それから朝の8時ぐらいまで編集をする生活を、1週間ぐらいずっと続けながら作りました。私もそこにずっと付き合っていて、テレビ番組とかを作る会社ってすごいなあ。この編集をしている人たちって、

いったいいつ寝てるんだらう？」って思いましたね。スタジオには確か仮眠室があったとは思いますが、もう本当に大変だなあと（笑）。最初の頃はパイオニアのレーザーディスクプレイヤーを使いましたが、パイオニアがやめちゃったので途中から日立のプレイヤーに変えました。

Q：LD ゲームならではの、大変なご苦労があったんですね。まったく存じませんでした。

吉井：「スターブレイザー」からは、自分たちで映像も作るようになりました。東映だったか東宝だったか、どこかのスタジオを借りて、長さが3メートルか4メートルぐらいあるデカイ宇宙戦艦を作って、移動式のカメラであちこちから撮影しながら映像を作りましたね。確か、映像制作には何千万円というお金が掛かりましたが、ゲームは結構売れたので元は取れていたと思いますよ。筐体自体が高くて1台200万円ぐらいしましたし、ロケーションのほうでもかなり人気があったから、3ヶ月ぐらいで元が取れていたのではないのでしょうか。

Q：メーカーとしても筐体が売れて、ロケーションでもインカムが稼げるゲームができたのですから、それは良いビジネスになりましたね。

吉井：筐体は全世界で売りましたので、ヨーロッパまで「メンテナンスに行ってください」とって会社から言われたこともありました。映像は自分で作ったけど、機械のことは全然知らないよと思いつつも、「行け」と言われたからしょうがないなら行ってくるかということで、イギリスやフランスとかをドサ回りしてましたね（笑）。

Q：「アストロンベルト」の筐体にはステレオサウンドやバイブレーションシート、つまりボディソニックの機能が搭載されていたと思いますが、これはどなたのアイデアですか？

吉井：多分、鈴木久司さんだったと思います。「デカイスピーカーを椅子の後ろに付けて、とにかく迫力を出そう」ということでやりました。まあ、後に「R-360」を作っちゃうような人でしたしね。

Q：それから「アストロンベルト」は、視聴者参加型の「パソコン宇宙大作戦」というテレビ番組で、優勝者が賞品を賭けてチャレンジするゲームとして使用されていたかと記憶しておりますが、本作が番組に採用されるまでにどんな経緯があったのでしょうか？ 広告代理店とか、番組制作会社からオファーがあったとか、もしご存知でしたらお聞かせください。

吉井：そんな番組がありましたか。そう言えば、確かにあったかもしれませんね。昔はたまにですが、「番組の中で、コマーシャル的なものは入れられないか？」という話があったことがあったと思います。「アウトラン」を出した時に、どこかの会社に言われて何かやったような気がしますけど、それが実際に流れたのかどうかもよくわかりません（笑）。

家庭用ゲーム市場に参入当時の状況

Q：今度はコンシューマー、家庭用ゲームについてお尋ねします。新たな市場に参入するにあたり、SG-1000の発売が83年7月ですから、その1年ぐらい前に中山さんがゴーサインを出したうえで、ハード設計を佐藤秀樹さんが担当されたわけですね。

吉井：そうですね。佐藤秀樹さんが、プロジェクトマネージャーみたいな立場でハード設計をしていました。

Q：SG-1000発売当時の吉井さんは、どのような業務を担当していたのでしょうか？

吉井：多分、アーケードゲームの開発はやっていなかったですね。コンシューマーの管理職みたいな、作っている連中のお尻を叩くほうになっちゃったので、もう開発をやらせてもらえなかったんです。佐藤秀樹さんの上に本部長の鈴木久司さんがいてハードウェアを担当して、私はソフトウェアのほうにいたのかな？ 要するに、そこでハードウェアとソフトウェアをやる所が、完全に分かれるようになったんです。それから、その両方に属さないサウンドやデザイン、企画を担当する所も別にあったので、3つの部署があったような気がしますね。最初は自分たちのゲームだけを出して、サードパーティがいなかった所以他社とのコントロールするような部署もなかったと思います、SG-1000の頃はね。

Q：以前、元コンパイルの仁井谷正充さんにお話を伺ったところ、「N-サブ」など初期のSG-1000用ソフトの開発を、外注として受けていたとお話をされていました。

吉井：ええ。外注は当時からいろいろと使っていました。

Q：SG-1000と同時期に発売された、家庭用コンピューターのSC-3000のほうも、開発などのお仕事を担当されたのでしょうか？

吉井：どうだったかなあ……。コンシューマーのハードのほうは、ソフトの部署にいたからよくわかりません。

Q：ソフト部門の管理職になられて、ご自身でハードの設計やプログラムを組んだりすることもなくなってしまったんですね。

吉井：その頃には、課長ぐらいになっていたのかな？ コンシューマーのプロジェクトが始まってからずっとそこにいました。いろいろなことがありましたがあまり楽しくなくて（笑）、89年からアメリカに行くことになっちゃったんですけどね。

Q：家庭用ゲーム市場への参入にあたり、開発や営業、販売部門の責任者が集まったうえでの経営戦略会議などの場に、吉井さんも参加されていたのでしょうか？

吉井：ええ。売るためには、ソフトウェアがなければ当然ダメですから、「ローンチの時には、最低 20 タイトルは出すようにしてよ」って言われていたのですが、結局は全部遅れちゃったんですよ。まずハードの開発が遅れて、そのハードがないことにはソフトは作れませんから、「ハードができないとゲームが作れませんよ」って言うと、今度はハード屋の佐藤秀樹さんのほうから「もうできてるよ」って言われるんですよ（笑）。

最初の頃は、ソフトのプログラマーが 100 人ぐらいいるのに、ハードが 100 台もできてないし、開発ツールもなかったんです。まずは開発ツールを作ってもらわないと、プログラマーは何も手を出せないし、シミュレーションもできないんです。あの時代ですから、そんな大したコンピューターはまだ出ていませんでしたからね。

Q：ローンチタイトルは「最低 20 タイトル」とのことでしたが、最初に提案があったゲームの企画を全部作らせたなら 20 タイトルになったということでしょうか？ あるいは、いろいろな企画を集めて、その中から 20 タイトルを選んだうえで投資や開発をしたのでしょうか？

吉井：まずはスポーツものとかドライブものとか、絶対に必要なジャンルとかカテゴリーを選んでいって、「それぞれ 2 本ずつぐらい出しましょう」と考えて作るだけで手一杯でした。ですから、たくさん数があるなかから 20 本を選べるような環境があったわけではなくて、今作れるものだけに資源を集中するしかなかったんですよ。「もし、そのうち 1 本か 2 本でもコケたらヤバイよね」という結構ギリギリな状況で、「大丈夫か、大丈夫か？」って毎日言われていましたが、正直どうなるのかはわからなかったですよ。「まあ大丈夫でしょう」と、こっちも取りあえずは言っただけなんです（笑）。

Q：セガ自身がアーケードゲーム開発の豊富な実績がありましたから、人気があったアーケード版のタイトルを移植すれば、ある程度のタイトル数は確保できる状況ではあったと思

いますか？

吉井：ええ。でも、ハードウェアの能力が全然違いますから、どう端折って移植をするかが難しいんですよね。元のゲームの出来が良い場合は、それがなおさら大変なんです。「もっとたくさん色を使ってカッコよくしたり、いろんなキャラクター出せるようにならないの？」って言われても、そんなのできるわけじゃないですよ。かたや、アーケードは10万円もするようなハードで、コンシューマーは1万円そこそこのハードなんだから、同じものが作れるわけがないんですけど、そこをなかなか理解してもらえないんですよね（笑）。

Q：でも、たとえ性能は違っていても、ゲームセンターと同じゲームが家でも遊べるというのは、当時の子供たちにとってはすごく大きな夢であり、憧れになっていたと思いますが？

吉井：そうですね。やっぱりそれが売りでしたからね。

Q：SG-1000 のローンチタイトルを調べてみたところ、正確な発売日まではわからなかったのですが、本体を発売した1983年には「ボーダーライン」「N・サブ」「コンゴボンゴ」「スタージャッカー」「チャンピオンベースボール」「シンドバッドミステリー」が出ていますので、最初はアーケード版からの移植が多かったんですね。

吉井：まあ、それもしようがないですよ。ソフトがなければハードが売れませんから、とにかく出さなきゃいけないということでしたので。

Q：ほかにも有名どころでは、1984年には「フリッキー」が、1985年には「ザクソン」などが移植されていますよね。

吉井：確か「ザクソン」は、元々は池上通信が作ったものだと思います。で、彼らにそのゲームで使っていた斜めスクロールの特許を取られてしまったので、セガでもそれが使えなかったんですよ。「その権利を売ってよ」って交渉をしたら、えらい金額を提示されちゃったので、「じゃあ、いらない」って言ったんですよ。

Q：商品がいわゆる玩具からコンピューター、あるいはコンピューターゲームに変わったことで、当時のおもちゃ問屋の反応はいかがでしたか？ 問屋からの注文は順調に入っていたのでしょうか？

吉井：任天堂が相手なので結構苦労はしましたが、注文自体は割と入ったと思います。大川さんの時代から、教育用コンピューターを作ろうという意思はあったみたいで、教育用のソ

ソフトウェアを作るための人たちを何人か取ったんですよね。浅井君とか小玉さんとかは、多分その目的で取ったんだと思います。

Q：それから、SG-1000 を開発するタイミングで、任天堂から駒井徳造さんがセガに転職されたかと思いますが、駒井さんから任天堂が SG-1000 と同時期にファミコンを出すという情報を得ていたようですね。

吉井：そうですね。本人がどう考えていたのかまではわかりませんが、まさにそのために引っ張ってきたんだと思います。

Q：SG-1000 発売後の売れ行きはいかがでしたか？

吉井：コンシューマーでは、100 万台がひとつのラインになるんですが、まあそこまではいってなかったですね。

Q：佐藤秀樹さんにお話を伺った時は、SG-1000 が「発売初年度で、予想以上に 16 万台も売れた」と仰っていました。

吉井：でも、それじゃあダメですね。あとはソフトが何本売れるかなんですが……。

Q：当時から、ハードのほうは原価率が高かったということですか？

吉井：いやいや、もう原価を割ってると思います。本体を買ってもらったら、ソフトのほうは最低でも 6 本買ってもらわないと元が取れない。今のプリンターのカートリッジじゃないですけど、本体は赤字ですよ。

Q：その頃から、家庭用ハードは売れてもあまり儲からないので、まずはハードをたくさん売ったうえで、その後にソフトで儲けるというビジネスモデルになっていたんですね。

吉井：そうそう。もうこの頃から、そういうふうになっちゃったんです。

Q：ただ、儲からない商材となりますと、問屋さんからハードを扱うのは嫌がられてしまうと思うのですが？

吉井：まあ、そうなんですけどね。でも、問屋としても売る物がなければしょうがないですから。特に年末、アメリカとかはそうですね。まあ、えらいことを始めちゃったなあ

(笑)。

Q：家庭用ビジネスを始めたことで、新たにカスタマーサポートとかサービスセンターですとか、故障修理などの問い合わせを受け付ける部署を作ったのでしょうか？

吉井：ええ。そのアーケードとコンシューマー部門の両方を持つことになっちゃったわけですよ。コンシューマーのほうは家庭用ですから、直接お客様と接する機会が多くなったわけですよ。お客様相談室ですとか、今までセガはそんなことはやったことがなくて初めての経験でしたから、それはもう大変でした。アーケードのほうは業者が相手ですけど、コンシューマーは一般の消費者から電話が掛かってきちゃうので、まあ大変でした。こっちのほうでもお金が結構掛かっちゃうので、結構火の車だった気がしますね。

Q：やがて、SG-1000でも家庭用オリジナルソフトが出始めるとともに、サードパーティが参入してソフトを開発するようにもなりますよね？例えば、アイレムの「ジッピーレース」ですとか、ジャレコの「エクセリオン」などのSG-1000移植版が発売されましたが、どうやってサードパーティとなるメーカーと契約をしていたのでしょうか？

吉井：アイレムにしてもジャレコにしても、元々関係があった会社で、アーケード時代から付き合いがありましたから、こっちから「作ってほしい」と頼み込んだんですよ。それで、偉い人から「おい、あそこに開発ルールを渡してやれ」っていきなり言われたりして、「えーっ、開発ツールの数がそんなにないんですけど……」って、もう何をかいわんやと(笑)。

Q：ソフトを1ユーザーあたり6本以上買ってもらうなくてはいけないとなると、ソフトのほうもたくさん数をそろえないといけないですよ。

吉井：そうそう。それで、「じゃあ、5万本の保証をしてよ」とかって言われたりするんですよ。実は、そういう交渉も私がやっていたんですよ、企画管理部という部署があって、そこで外注とかサードパーティをコントロールしていました。で、契約時に「開発費はいくらにしましょう」とか、「1本売れたら、いくらインセンティブを付けましょう」とか、要は「いいものを作って売れたら、あなたたちも儲かりますよ」という言い方をしたわけですよ。でも、そんなにうまくいった例はあまりなかったのですが(笑)、サードパーティを使えばソフトの種類はたくさん増えますからね。

Q：当時はサードパーティに対して、開発費をどのように支払う契約だったのでしょうか？

吉井：多分ね、最初に半分ぐらいの金額を払って、マスターアップしたら残りの半分を払っ

ていたと思います。発売後は、売れた本数を一定期間ごとに報告したうえで、その分のロイヤリティを払うというような形でやっていましたね。

Q：最初から開発費を出すということは、もう投資しているのと同じことですよね。

吉井：そうそう。最初からお金を出さないと、向こうのほうで困っちゃうことが結構多かったんで、最初に契約する時はすごく大変なんですよ。相手に払う金額がはたして妥当なのかどうか、誰もわからないわけですから。そうすると、もうゲームの内容によりけりなんですよ。ね。「こういうゲームを作るから、お金が欲しい」ということになったら、「じゃあ、開発費として最初に5千万円ぐらい出しましょう、完成したら5千万円払いましょう……えっ、そうすると1億円になるけど、1億円も出していいの？ それで本当に作ったソフトが売れるの？」とかって当然なりますから、そうすると私が営業と外注先との狭間に立つわけなんですよ。

Q：駒井さんルートでファミコンの情報が入っていたということは、サードパーティとのロイヤリティ契約を結ぶ際は、例えば「うちのほうが、任天堂よりも有利な条件で契約できますよ」などと言って交渉するようなこともあったのでしょうか？

吉井：それも当然やりました。でも、向こうはすごい数が売れちゃったから、もう勝てなくなっちゃいましたね。そうすると立場が逆になって、セガのほうから「ぜひ、うち用のソフトも出してください」ってお願いすることになったので、あれはつらかったですね。

Q：SG-1000は、海外にも売る前提で開発していたのでしょうか？

吉井：いいえ、その頃はまだ考えていなかったですね。そもそも、いきなり海外分も含めた、たくさん数を作れなかったですよ。特に、アメリカは広いですから、向こうで売ろうと思ったらお金がすごく掛かりますし、返品が自由にできますからおっかなびっくりになりますので。海外に売ろうになったのは、マスターシステムの辺りからだったかもしれないですね。でも、海外ではかなり余っちゃったので、それをどこかに売り払って、何とか凌いだという話があったようですけどね。

Q：つまり、海外へ進出するにあたっては、それまでに資金や技術、あるいは顧客サービスのノウハウを十分に得てからやろうと思ったわけですね？

吉井：ええ。ハナからアメリカとかでも出そうという意識はなかったと思います。実際、やってみたらかなり大変でしたから。

Q：SG-1000 用ソフトには「ロードランナー」という、元々は海外のメーカーが開発したゲームの移植版も発売されていましたが、当時からセガでは海外のメーカーとライセンス交渉をするラインを持っていたのでしょうか？

吉井：ええ、ありました。

Q：SG-1000 用ソフトのなかで特に売れた、あるいは儲かったソフトは何だったのでしょうか？

吉井：特になかったですね。あの頃は、そういう記憶に残るゲームがないですね……。

Q：1984 年になると、SG-1000 オリジナルのタイトルがどんどん出るようになりましたよね。例えば「ガールズガーデン」は、新人時代の中裕司さんが開発を担当されたようですね。

吉井：そうそう。もう本当に、やっとなれるようになりましたよね。

Q：その頃になると、技術職の新卒採用を増やしていたのでしょうか？

吉井：ええ。人数がかなり増えました。私が入った頃はたった 3 人でしたが（笑）、その後は、毎年数百人単位で増やしていましたね。辞める人も多かったので定着率はあまり高くなかったのですが、あっという間に社員の数が 1,000 人を超えました。

Q：その当時、開発志望で入社試験を受けた学生は、大学や専門学校でハード設計やプログラムを学んでいた人が多く集まるようになっていたのでしょうか？

吉井：いいえ、まだそんなにはいなかったと思います。そもそも学校側が、セガがどんな会社なのかという情報や知識がまだ全然なかったと思いますので。任天堂が出てきてからは業界の認知度がすごく上がって、学校のほうでもゲーム産業の存在が認知されるようになったので、それから増えていったんでしょうね。それまでは、学校側が積極的に学生に薦める会社ではなかったですから。

Q：セガのほうでも、SG-1000 を出した辺りから積極的にテレビ CM を出すようになりましたので、そのおかげで学生や学校の認知度や好感度も上がったのでしょうか？

吉井：ええ。そうですね。

Q：ちなみに、かの有名な「セーガー」のアイキャッチはどうやって作ったんですか？

吉井：あれはどうやって作ったんだろう……私は知らないですね。

Q：あるいは、どこかの大手広告代理店から提案があったんでしょうか？

吉井：多分、そうだったと思います。セガは博報堂だったのかな？ やっぱり、上場を狙うとなると、そういう付き合いも必要だったんだと思います。

聞き取り調査ワーキングペーパーの一覧表

http://www.iir.hit-u.ac.jp/doc/WPlist_Game.pdf