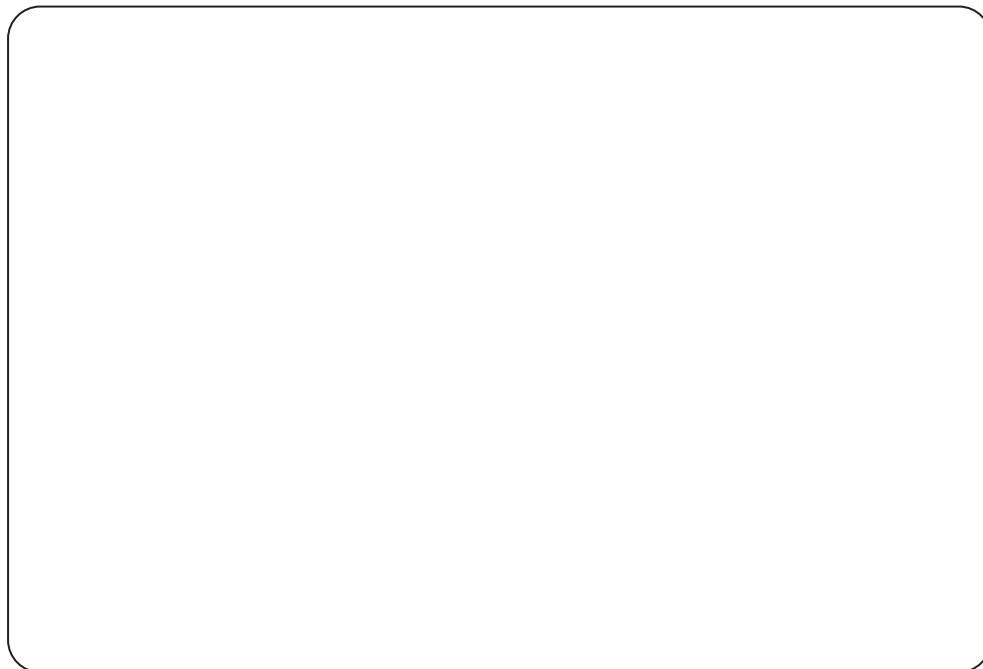




文化庁

Agency for Cultural Affairs,
Government of Japan

メディア芸術連携促進事業
連携共同事業



RCGS
立命館大学ゲーム研究センター
Ritsumeikan Center for Game Studies

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

佐藤秀樹第2回インタビュー後半：家庭用ゲーム機における任天堂との競争

清水 洋
鳴原 盛之
山口 翔太郎

Hideki Satoh, Oral History (2nd, 2): Competition with Nintendo
in Consumer Game Machine

Shimizu, Hiroshi
Shigihara, Morihiro
Yamaguchi, Shotaro

目次

グレムリン・インダストリーの買収	3
家庭用ゲームへの着手、「SC-3000」の発売	6
1983年に家庭用ゲーム機「SG-1000」を開発	10
「セガ VS 任天堂」という対立構造	12
サードパーティーのゲームに対するライセンス	15
ゲームソフトのラインナップとサードパーティーとの関係性	18
家庭用ゲーム機へのアーケードゲームの移植	22

グレムリン・インダストリーの買収

Q：後半では家庭用ゲーム機のお話を聞きたいんですが、その前に少しだけ確認の質問をさせていただきます。セガがアーケードゲーム開発を始めたきっかけの一つに、グレムリン・インダストリーを吸収したことがあったかと思います。

佐藤：G80 基板ね。

Q：はい。グレムリンを吸収した経緯をぜひ伺いたいのですが。

佐藤：経緯は分かん。正直、言って。そのときは多分、ローゼンが決めたんだと思います。ことソフトに関しては、セガよりよっぽど進んでた。それで、後先がどっちかな。「ヘッドオン」というゲームが、これはグレムリンから出てるわけですね。

Q：はい、「ヘッドオン」。分かります。

佐藤：「ヘッドオン」というのは、もう「パックマン」のどっちかという、この間もお話ししたと思いますけど、走りというかな。「パックマン」は「ヘッドオン」をまねて作った。世界初のドットをどんどん、どんどん食っていくという、取っていくという、そういったゲームで。彼らは、やっぱり今、言いましたように、ソフトに関しては非常にスキルが高かった。それで、ローゼンの多分、考えなんでしょうけど、これからどんどんマイコンベースのテレビゲームということになったときに、日本だけでやらしとくのはちょっと荷が重いのかなぐらいの。多分、そういう感覚だったんじゃないかなと思います。確かに進んでた。

あのときで7名ぐらいかな。要するに、研修に行きなさいということで、今日、さっき言ったイオザワさんという、マイコンを一番最初にやった人。それからその次、私の同期のヨシイというんだけどヨシイ。それから私、それ以外にあと何人か。何人かというのは部門を、ちょっといろんな部門からということで生産技術から2名。後々、部長になる連中でしたけど。あと販売から1名みたいな混成で。2カ月ということでアメリカ、ロスへ行って、それでグレムリンの中でソフトウエアを教えてもらう。

彼らは当初からライブラリーという。ソフトを組んでいくときに同じような処理をすることって、ままあるわけですよ。例えば、こういうスイッチを読む。もしくは、ある絵をあるところに出すとか、そういったどちらかという決まったような処理を、ライブラリーという、それを引っ張ってきて、それを使って、多少モディフィケーションして、作っていくことによって効率がすごく上がると同時に、1人1人がインディペンデントに作っていくと、本来こういう対応をしとかなくちゃいけないのに、それを忘れてるが故に、俗に言うバグになっちゃうとか、動かないとかいう、そういうことが起こるんで。あのモジュールをいっぱい用意しておくという、そういう考え方してたんですね。

だから、ある絵をあるところに出すとしたら、API として、ここにこういうデータを入れてやったら、この絵がここにぼんと出ますよみたいな。そういうのを彼らはやってたんで、そういうものをわれわれに、セガ Japan に対して教えるという。

先生がアーゴ・キッシュという、当時で言ったらもう 50 歳すぎかな。当時は私も若かったから、じいさんだなと思うぐらいのあれで思ってた。その息子もやっぱり一緒に、ジョージかな。ジョージ・キッシュというのがいて、グレムリン自体は、そんなに大きな会社じゃなくて、せいぜい 20 名いたか、いないかぐらい。そういう会社でしたけど、それをセガ Japan とうまくコラボレーションさせることによって、ということで。彼らが作ったシステムが G80 という。グレムリンの G。80 は Z80。

Q : Z80 から名前を取ったんですね。

佐藤 : そういったシステム、基板があつてね。その基板を使って作って、システムボードとして位置付けることによって、毎度、毎度、基板を新規に起こす必要がない。これは連綿として、その思想というかな。これは私も受け継いで。その後 SYSTEM1 だ、2 だ。SYSTEM なにがし、なにがし、なにがしってずっとね。だから同じ基板を使ってソフトの内容だけが違って、新しいゲームに持っていくという、そういうやり方、これはやっぱりグレムリンの教えというのはいすごい。

これは、ちょっと余談になっちゃうかもしれないけど、2 カ月という予定で行ったんですけど、ちょうど私が開発を終わらして、製造にかかった段階で私はアメリカに行つて。それはちょっと大型の機械で「スペースタクティクス」という機械。これはインベーダーをやっつけるみたいな、そんな機械なんですけども、これもモニターを動かしちゃうんですよ。モニターをメカの上に乗っけて、乗っかってるやつをパンしたり、チルトしたりするような。それを、コントロールするのに SSR といって、solid-state relay、普通のリレーだと接点がすぐにやられちゃうんで、半導体リレーというやつね。それを使って動かしてということ。

最初、試作段階で問題なく動いて。ところが実際に量産してお店に出ました、そうすると SSR がよく壊れるということで。本来 2 カ月間の予定で行ったんだけど、私は 3 週間目ぐらいに帰れという話になって、それで 1 人帰ることになったんだけどね。帰ってきて調べてみたら、SSR の容量が少なかったということで、ちょっと大きい容量の SSR。スイッチが要するにちっちゃなスイッチだったと。それを大きなスイッチに変えたら、故障はもう止まったんだけど、それを解析して何だかんだやってたら、もう既に 1 カ月過ぎて。今からまた行くというのも何だかんだというので、私は 3 週間ぐらいで帰ってきたんですけど、他の連中はおおむね 2 カ月、予定どおりいて帰ってきたということですけど。

アメリカ行ったというのも、そのときが私、初めて。それで飛行機乗ったのも初めて。当時、セガはビジネスクラスをちゃんと使わせてくれて、初めて飛行機乗って JAL の 61

便かな。なんかそうだったけど、他の連中も初めての連中いたんで、みんな喜んで初めて飛行機乗ってロスへ着いて。ロスの空港降りたら、まあ本当、映画で見てるのと一緒。要するに、俗に言う外人がいっぱい歩いてるわけで。それを本当、目の当たりにして、ああ、映画と一緒にだなみたいなね。

その夜、飯食いにいこうといって飯食いにいって、そしたらピザ屋へ行ったんだよ。これは、ちょっと余談で本当にあれだけど、ピザ屋へ行って、ピザ頼もうと。7名ほど列、作って「take or go」と言われて何を言ってるんだか分かんないよね。「take or go」、何だそれ、取るんか、行くんかって。

それで少し分かるやつがいて、ここで食べるよみたいな。7人で並んで1人1人、最初の3名ぐらいまでは先方も、例えばピザのこれこれ、分かったよ。次のやつに行くと、じゃあこれこれ、分かったよ。次のやつに行くと、これこれ。大丈夫かと。何か聞いてくるんだわ。何、聞いてんだか分かんない。それで、いいんだ、いいんだつって、それで全員、7名が全員頼んで、そしたら向こうも途中から面倒くさいからいいと思ったんでしょう。何と出てきたピザがこんなでっかい、要するに何人かでシェアして食べるピザ、それを日本人が1人1個ずつ頼んで。

(一同笑い)

佐藤：向こうも親切心で3人ぐらいだったらまだしも、それが7人が7人とも、このでっけえやつ。それは本当、その後、みんなで大笑いしたんだけどね。何だこれはみたいな。われわれは日本でピザ頼むと、大体、1人前か、せいぜいこの皿に乗っかってどんと来るぐらいの、そういうんじゃない。こんな厚い大きな40センチかぐらいのパンに乗ったピザがどっかーんと来る、初日からそれだったんでね。泊まったのがモーテルで、モーテルを2カ月間リザーブして。それで近場の所ということで頼んで、初日からとんでもない話で。

それで、ちょっとグレムリンに行き来して、そっからいろいろ教えてもらって。その中で彼らの作ったライブラリーがパーフェクトかという、私も大体ソフトが分かってきた段階だったんで、いろいろけち付けたんだわ。ここは、こんな処理じゃなくてこういうほうが、もっとスピードが上がるじゃねえかみたいなね。何回かそれやってるうちに、先方もアーゴ・キッシュというさっき言ったおじいちゃん、随分、気に入ってくれて。言うことそのものは決して間違いじゃないし、彼らのライブラリーのインプルーブメント、改良につながるんで非常に気に入ってくれて。メキシコへ連れていってくれたりとか、いろいろ個人的にもケアしてくれて。7名いたら彼の家へ呼んでくれて、ちょっと食事をみたいなことなど非常にフレンドリーに接してくれたんで、われわれも、私は3週間しかいなかったけども、その後も随分、いろいろ勉強させてもらった。

とはいえ、やっぱり、じゃあ「ヘッドオン」の次に何があるんですかという、当時、

やっぱり「スペースインベーダー」が出て、これの対抗しなくちゃいけないということで。そのソフトは、あそこにグレムリンに作らせたのかな。

Q：あります。アーケードでグレムリンが作ったものが。

佐藤：そう。セガでゲームのことをブタ殺し、ブタ殺して。要するに、ブタっぽいキャラクターが出てくるんで、ブタ殺しみたいなね。でも、それはそれで「インベーダー」が本当、手に入らないような状況だったんで、それはそれで結構、売れたんですよ。そこから G80 というシステムボードを使って、幾つかゲームは作ったんだけど、あとは鳴かず飛ばずだったのかな。とはいえ、セガはゲームセンターはいっぱい持ってたんで。それなりの数、500 なのか、1000 なのか分かんないけど、それなりの数は出たんだけど、他のゲームセンターでも、欲しい、欲しいというところまでいったかということ、大していかないというようなことで。

だんだん、こちらの教えてもらったせいもあるんだけど、やっぱり徐々に力を付けてきたということ。あるとき、また売却しちゃってんじゃないかな。グレムリン。つぶれたか、売却したか。私も何回かグレムリン、その後も行って、日本からも日本人がやっぱり管理、監督しないといけないなということで、社長じゃないけどお目付役的に行ってた人間もいて。だけどだんだん駄目になってきて。それで、あるときからは、もうバンクラプトなのか、売却なのか分かんないけど、縁は立ち消えになったという。でも 5~6 年は続いているんじゃないかな、もっと続いているか分かんないな。

だから経緯は分かんない。さっきも言いましたけどマイコンベース、プログラムとなったら、やっぱりグレムリンの力、これを活用したいというのが当時のトップ、ローゼンの考えだったと思いますよ。

Q：ありがとうございます。

家庭用ゲームへの着手、「SC-3000」の発売

Q：それでは家庭用のほうのお話をお聞きしたいと思いますけれども、最初に家庭用がセガで出されたのは、1983 年ですが、これに至る流れですね。その辺を少し伺いできればと思います。いつぐらいから家庭用をやり始めようと思われていたのか。

佐藤：家庭用をやったのは、SG-1000 と呼ばれるゲーム機の前に、SC-3000 というセガコンピューター3000。3000 は何かというと、2 万 9800 円という価格で、そこから SC-3000 というネーミングで家庭用のパソコンを出したんですね。

何でこんなことやったのというと、やはり業務用だけでは業容という点からいって、ちょっと弱いねと。一方の任天堂はもちろん業務用もやってたんだけど、家庭用として「ゲ

ーム&ウオッチ」みたいなものでかなり、やはり伸びてたわけですよ。だもんで、当時のトップにしてみると、業務用だけにスティックしてたんでは駄目だ。じゃあ家庭用で。かといって、じゃあ「ゲーム&ウオッチ」みたいなものがすぐにできるかとなったら、なかなかできないところもある。だったら、もうちょっと何ていうかな、方向性を変えて、じゃあパソコン、PCを安価に出すことによって、違ったコンシューマー路線というのが考えられるんじゃないのという思いだったと思いますけど。

パソコンというのは当時、まだまだ非常に高価だし、子どもたちに手に触れられるような代物じゃない。セガ、いろいろやってる中で、いろんな人からPCが徐々に来る。要するにPCというのは道具、文房具みたいなもんなんだから、「文房具みたいなものをできるだけ簡単に使いやすくするとしたら、ゲーム屋さんの考え方みたいなものもいいんじゃないんですか」みたいなことを多分、言われたんだと思う。私自身も言われた。言われたというのは、トップも言われたんじゃないかなと思うんだよ。そうすると全く違った分野で、それで任天堂とコンペにもならないし、みんなが欲しがっているものということでいくと、PC。

ところが、やっぱり安くなきゃ駄目だよねみたいなことでいくと、できるだけ汎用のチップを使いながらということになると当時、テキサス・インスツルメンツで出していた画像のチップだったり。もしくは当時からセガも使っていた8ビットのマイコンだったり、そういう組み合わせ、こういうものでやったらどうだ。ただし、それを本当に進めるとなると、当時セガではコンシューマーは誰もやってないから、自分だけじゃできないということで。フォスター電機という会社があるんですけど、いつかはスピーカーですごい有名だったフォスターですね。フォスター電機という会社があつて、そこはいろんなOEMもODMもやってるということなんで、そことタイアップして家庭用のPCなるものをやってみようということになる。

それでフォスター電機は、スピーカーもやってるし、他のOEMもODMも受けてるんで。かつコストに関しては非常にノウハウがあるわけですね。だから安く上げるにはどうするんだという。それで私も初めて見てびっくりしたんだけど、基板そのもの。要するに半導体に乗っける、ICに乗っける基板と。我々はFRPという、ガラエポを使うと。頭からそういうふうに考えていた。ところがガラエポというのは高い。もっと安いものというフェノール系、紙フェノール。それで、かつ片面基板。普通の基板というのは、表面を縦に配線通して、裏面を横に通して、それで配線。スルーホールというやつで配線を上と下つないで、みたいなことをやるんですよ。俗に言う両面基板というやつですね。両面の上へ行くと、今度は4層だの、6層だの、8層だの、今は20層以上あるかな。内層、要するに、内側の面に電源を入れる。通らないやつは配線を入れる、4段、8段になってくると、中のほうまでいっぱい配線が通ってるということなんですけど、一般的に使うのは両面基板で、要するに2層基板で上と下。上と下というふうにすると、上の線と下の線をくっつけなきゃいけない。そこでスルーホールといって穴を開けて、ここにまた銅を埋め込んでみたい

なことで上と下をくっつけるという、そういう手法でずっと作ってたんですよ。

ところがフォスターという会社は、それじゃやっぱり高い。基板の材質そのもの、マテリアルも高いし、製法も高いということで、1枚の安い基板。片面だけ持ってきて、それで配線をする。そしたら、どうしても通らないところがあるわけだ。クロスしちゃう線がこっちからこっちへ行きたい、こっちはこっちへ行きたい、さあ、このとき両面だったら逃げて下を通って、また上へ上がるってできるんですけど、片面だからできない。どうするかといったら、こことこの間はホッチキスジャンパーという。

Q：ジャンパーを使ってつないだんですね。

佐藤：ホッチキスジャンパーという方法で。もちろんその前には、できるだけクロスするところがないように、ICの配置、ならびにパターンも、ややもすると、ぐるっと回ろうが、つながりゃいいのねというやり方でやってたんだけど、どうしようもないときはホッチキス。だからホッチキスの本数を減らす、それでレイアウト、パターン、これ全部やって、そうしたところ、われわれのその当時の常識から見ると、何だこれはと。いっぱい、こうやってホッチキスが打ってあるわけ。それはクロスするポイントがいっぱいあるから。だけでも安い。マテリアルも安い、スルーホールも要らない、片面基板です。ということで非常に安価にできるということで、それをベースで進めてきて。SC-3000でコンピューターだからキーボードが要りますということなので。キーボードも金型を起こして、専用の、こういうカットの金型を起こして、ただし色は好き好きあるだろうと。

じゃあ3色、黒とクリーム色とレッド、この3色。これは打つときにプラスチックの樹脂の材料を変えればいいだけの話だからというんで3色用意して、SC-3000ですということで世の中に出して、そのときに使ったコマーシャル、そのとき初めてセガはコマーシャル打つわけですよ。

Q：これが最初のCMだったんですか。

佐藤：うん。それが、あれです。とんねるず。

Q：とんねるずを起用したんですね。

佐藤：あいつらがまだ、うんと安い頃だよな。多分、まだ全然、売れてない頃。

Q：そうですね。まだ当時はすごい人気というわけではなかったと思います。

佐藤：それで出して、セガ、SC-3000 というのがコンシューマーとして。ゲーム以外だとすると、セガ、実はおもちゃもやってたんですよ。おもちゃの中の一つが「ロボピッチャ」といって、モーターで、要はちっちゃなバッティングセンターに置いてある、あれのおもちゃです。ピンポン球みたいのを、ぴゅん。この「ロボピッチャ」も、もしかしたらテレビ宣伝をやったと思うけど。

Q：確か、湯川さんが CM に出てるんですよね。

佐藤：湯川。湯川は、だから、その後かも分かんないな。SC-3000 を出した後ぐらいにロボピッチャを宣伝して。それで 83 年の SG-1000。それを出した、ちょっと後あたりにコンシューマーの責任者として CSK から送り込まれてきたと。

Q：販路は、どういうふうだったんですか。SC-3000 は。

佐藤：SC-3000 は、当時はネバ店へ持っていったんじゃないかな。ネバ店というのは、今で言う家電店。あと、やっぱり、おもちゃ屋もどきということですけど、日本国内ではいまいちだった。だけど、売れたのはオーストラリアで何万台とか、ヨーロッパで何万台とか、ちょっと違う、われわれが想定したところじゃないところで、それなりに売って。多分、数十万台売ってるんじゃないかな。トータルで。

Q：海外には別に販社があったわけじゃなくて。

佐藤：そうですね。

Q：海外に輸出して、そのローカルの。

佐藤：ただ、セガは業務用のゲーム機は海外にも出してたから、アメリカはアメリカでセガの販社があったんですよ。セガ USA という。ヨーロッパにもセガのブランチ、販社があったんで、そのルートを使いながらだと思うわ。

Q：やっぱ日本のオフィスとヨーロッパ、あるいはアメリカのオフィスの関係性とかというのはどうですかね。どういうふうな関係は、もう完全に販社だったんですかね。

佐藤：セガ USA は、アメリカは現地人間がマネージして、それに対して本社としてガバナンスをといる。現地人間は誰かというと、やっぱりローゼンが選んで、それがアメリカの社長をしてたり。トム何とかさん。若いやつで。うわさだけど、セガ USA の社長をやっ

たのはローゼンの娘。娘だったってあれですけど、もらいっ子というか、養子だけど娘のボーイフレンドだみたいな、そんな。ヨーロッパは、当時は誰かな。まず当時の私のあれからいくと、当時は課長か、せいぜいそんなもんだから、販売の、海外は分かんない。

1983年に家庭用ゲーム機「SG-1000」を開発

Q：国内ではもうひとつでしたという話でしたけれども、そうしますと関連機種としてSC-3000Hとか、「オセロマルチビジョン」とかを作られてましたよね。

佐藤：「オセロマルチビジョン」はツクダオリジナルね。

Q：はい。SC自体もパイオニアでしたけど、じゃあ、これとかのも各関連機種もあまり開発に携わっていたわけではないと。

佐藤：OEMはどっちかという、私が絡んでやってるんですよ。当時、コンシューマーのほうの需要というのは、そんなにまだ大きくないんだわ。コンシューマーは、家庭用は業務用から見ると、セガから見たら業務用が保守本流なわけですよ。家庭用のビジネスっていうのは、そんなうまくいくかどうか分かんない。SC-3000、1台売って、当時で3万円で、出し値で2万円。2万円を1万台売ったって2億で。業務用の機械、例えばの話、ダービー1台売ったら1500万円。粗利で500～600万円。そっからいくと全然、亜流というか、支流にもならないぐらいの。なもんだから、この陣容というのは、当時は非常にブアでした。

だから、人を出しなさいみたいなことは言うんだけど、出てくるのは、もう要らない人間みたいなのが。一種の吹きだまりみたいなね。そういう連中が主で、そんなに体制も、人数もせいぜい何名いたのかな。当時でSC-3000やってる頃は5～6名じゃないの。開発関係を私がやって、それを管掌してたのが専務で、専務というのは任天堂から引っ張った人間。

Q：駒井徳造さんですね。

佐藤：駒井が。駒井の下にタナカという。さっきの面接のときに次長をやってたタナカミノルというね。彼も亡くなっちゃいましたけど、それで3人でまずは進めて、フォスターを使って。ですから最初は3+フォスターで動いていて。それなりに数、SC-3000もそれなりに出そうだねということで。そしたら営業で誰かが要るとか、製造管理で誰だとかということで、ちょこちょこ集めてきて。当時で、でも10名いたのかな。いないと思うね。いたとしても、もう使いもんにならないような人間がいて。

当時は、SC-3000 のときには、アプリケーションというのは基本的に BASIC さえ走ればいい。だから BASIC の A だ B だ。A と B、何が違うのといったら、メモリーの容量が違う。A タイプは 16 キロバイト積んでます。B タイプは 64 キロバイトです。それもカートリッジで、ぶすっと挿すと BASIC が立ち上がって、それでメモリーの範囲内でソフトが組みますと。IF 文を作ったらこうです、こうですとか。それなりにライブラリーがあって、テレビにつなげますと、モニターというのは家庭用のテレビという前提で作って。

Q：そうですね。

佐藤：だけど、それだけじゃ、やっぱり何かないということで、じゃあゲームのカートリッジも作っちゃおうということで、ゲームのカートリッジを何本か用意をしよう。だけど、基本的にゲームを作るとなったら、ソフト部隊を動かさなきゃいけない。ソフト部隊は自分たちの業務用だけで目いっぱい、ちんけな絵しか出てこない。開発サイドからいくと、ちんけな絵しか出てこない、そんなもんで開発するのは面白くないわけよ。業務用は先端的に色数が 256 色ですとか、スプライトが何百個出ますよとかというのに比べると、SC-3000 というのは 1 本のラスター上に 8 個しか並びませんよと。絵がね。だから、いっぱい、なんか出てくるといったら、まず出せませんと。それから全部で出せる数はこんだけですよと、決まってる。そうすると開発するほうからしてみると面白くないわけね。

Q：性能がチープだから、それじゃ面白くない、格好いいの作れないじゃんという。

佐藤：だからソフトも外へ出さざるを得ないということで、いろんな外注に頼んで、一種のセカンドパーティですね。セカンドパーティとして、うちから金を出すからみたいな。開発費を払ってということで。つまらないソフトを何本かゲームとして開発してんですけど、そんなこんなやってるうちに任天堂がゲーム機出すと。テレビゲーム機を出すという話が伝わってきて、何じゃそりゃというのと。もう一つは、これが結構、アメリカの本社、セガも当時はまだ外資ですから、本社っていったってデイビット・ローゼン中心とするセガ USA というかな。セガの本当のトップの連中。彼らからしてみると、何でゲームなんかやるんだと。何となればアタリショックというのがあった。ATARI2600 がどんとっちゃって、アメリカでは、もう全然、テレビゲームがむちゃくちゃになっちゃったの。

何ですかというと、アタリはサードパーティがどうだこうだというのは、もう野坊主で。作りたい人、どんどん作ってくださいって。アタリとしてみりゃ、ノーラン・ブッシュネルとしてみると、もう、ハードが売れりゃいい、ソフトはもう自由にどうぞ、どうぞ、だもんだから。もちろんいいソフトも、面白いゲームもあつたか分かんないけど、くそゲーがもういっぱい。そうするとお客さん買いました。遊んでみたら何だこりゃ。それが何回か続くと、もうテレビゲームいいやというふうなことになって、ATARI2600 というのは

一世を風靡した機械ですけど、あるときからずどんと駄目になっちゃって。

その後でセガおよび任天堂がやるということで、テレビゲームをやりたいということを経営の責任者、当時は中山、彼がヴァイスプレジデントだったかな。プレジデントはローゼンがまだやってたから。ヴァイスプレジデントだった彼が打診をした。そしたら、ばか言うんじゃないか。そんなもん駄目になったのに何を今更、またやるんだみたいな。それをああでもない、どういう言い方をしたのか分からないけど、何とか説得をして、じゃあゲーム機やろうと。でも、すぐにできる代物ではないから SC-3000、あれからキーボード取っ払っちゃえと。ゲームカートリッジ挿せば、ゲーム動くんだよねということで急ぎよ、あれを。SC-3000 をちょっとモディフィケーションして、ゲーム機に仕上げ直した。

Q：それが SG-1000。

佐藤：SG-1000、SG の G はゲーム、1000 は 1 万 6500 円かな。

Q：資料を見ると、定価が 1 万 5000 円になってます。

佐藤：1 万 5000 円か。任天堂が 1 万 6500 円かな。

Q：ファミコンは 1 万 4800 円ですね。

佐藤：148 か。そこからですよ。任天堂とやってきたのは。

Q：本格的な競争の始まりですね。

「セガ VS 任天堂」という対立構造

佐藤：それまでは確かに業務用、任天堂も業務用をやってたんで。業務用をやってて、業務用の場合はやろうとすると、そんなにバッティングはしない。それ以上にセガのほうが業務用という点でいくと、いろんなラインだっけ持ってたし、強かったんで、あまり意識しない。彼らは「ゲーム&ウオッチ」含めたコンシューマー。「ゲーム&ウオッチ」もあそこでやってた当時の担当の人は竹田さんといって、その後、常務まで行ったのかな。どこまで行ったか分からないけど、竹田さんという人。その人と話したこともあるんだけど、任天堂からもセガがゲーム買って、ゲームセンターに入れてみたいな。

Q：やっぱ、そういうのをやってた。

佐藤：ちょっと面白い業界なんだ、この業界というのは。

Q：当時だから、任天堂レジャーシステムですよ。レジャーシステムが販売した基板なり、業態なりをセガさんが直営でやっているゲーセンに入れて。

佐藤：だからセガのゲームセンターですといいながらナムコの機械だ、任天堂の機械だ、タイトーの機械だとかが入ってる。一方、ナムコのゲームセンターですといっても、セガの機械が入っている。

だから、さっき言ったようにお客さんにしてみると、どうでもいいんだよね。メーカーはね。そのゲームセンターへ行ったら、面白いものがあるかないか。面白いものがあれば金を落とす、なかったら帰るというだけの話なんで、非常にうまく回ってるような業界で。任天堂から買った機械、これは全然インカムが良くなかったんだわ。これを何とか、活用したい。ついては、ソフトを入れ替える。

当時は任天堂のあの機械は Z80 だから、基板がどうやって動くか分かればセガでソフト組み直して、新しいゲームとして出すことができるね。そうすると在庫のやつがはけるねということで。そういう話、技術ということで、私がハードウェアのどっちかっていうと、ずっと責任者やってるんで。任天堂に行って、ちょっとその辺、質問するべきことは質問してということで行ったときに、先方は竹田さんという人。彼が任天堂の責任者で話をして、一通り業務用の機械の話が終わって、私もちらっと「ゲーム&ウォッチ」をやっていると知ってたから、「竹田さん、『ゲーム&ウォッチ』というのは、大体 10 万個ぐらい出るの」ぐらいの？ という。というのは家庭用の経験というのがほとんどなかったから、業務用でいったら、もし 1 万台も出たら大変な台数なんだよね。だからゲーム&ウォッチ、みんな使ってはいるみたいだけど 10 万個かな、20 万個か。そんなつもりで聞いたら「いや、大体 500 万個かな」とかね。ええという話で。ええ、そんなにという。それが僕、ちょっとびっくりして帰ってきたという記憶があるんだけども。

こと、コンシューマーというのは、すごい、ボリュームからいったら多い。おもちゃはもちろん多いですよ。おもちゃも売れたっていつて何万個っていつたって、1 個 20 円、30 円のやつが 1 万個売れたって 20 万、30 万円なんだから大した金額じゃない。つつい業務用のスーパーダービーを 1 台売ったら 600 万円もうかるなみたいな、そこからいくとね。たくさん売るために、おもちゃの場合はアニメを自分で作って、それでアニメの中におもちゃをみたい、これはバンダイであれ、どこであれ常とう手段としてやってるんだよね。あれは女の子の漫画でも、アニメでも、セーラームーンのスティックから始まって。

Q：変身アイテムとかありますよね。

佐藤：そうそうそう。あれが当たればこっちも売れる。アニメの場合は一般的には本当、

10本作って1本、2本当たればいいやと。1本、2本でも全部、今までのを回収すると。アニメ1本をワンクール流すと何だかんだで10億円ぐらいかかるね。それで（アニメを）打って、打って、打って、打って、当たったらいいんだけど。打って、打って、打って、当たらない。アニメを打つときには、もちろんおもちゃも用意するわけですよ。金型起こして何やってさ、もうアニメが当たったら、これいっぱい売れるからみたいなの。当たらない。そうすると全部、そんなもんどみだよ。という、そういう非常にある意味ではリスキーな話なんだけど。それに比べるとゲームは、まだ1万5000円なり、何なりで。ゲームソフト、これをうまく出してけばということで。任天堂がやるつつってる。きっと、そういう意味では任天堂さん、傍証だけど、あのコンシューマーを知ってる任天堂が家庭用のゲーム機やるっていったら、日本ではいけるんじゃないのぐらいの。じゃあ、うちもやろう。って、SG-1000出しました。

当時は正直言って、絵、見たってひどい絵だよ。業務用のあれが、私は業務用もやるから。業務用は256色だ。もう、今や3万2000色だというレベルからいくと、まあちゃんげな絵で、どうかなぐらいの、そういうつもりだったんだわ。そしたら何よ、初年度に任天堂のある意味じゃ宣伝の効果があつたせいか、16万台売っちゃったんだよ。セガ全員がぶったまげたよね。16万台。

Q：記憶は定かじゃないのですが、違ったらごめんなさい。83年の発売が7月15日で、ちょうどファミコンと全く同じ日に出て競合がある状況で、しかも7月だから初年度ってそんな時間ないじゃないですか。その短期間で16万台というのは、もう、すごいです。

佐藤：それはファミコンが売り切れて。

Q：代わりに、しょうがないからセガのを買ったと。

佐藤：ひどい、われわれ、そのときだったから呼ばれていったのは、そのときかな。駆り出されたのよ。年末年始。デパートだとか、そういうところに。社員総出まではいかないけど。

Q：応援でですか。販売応援に。

佐藤：そう。販売のサポートということで。私もとあるデパートへ行って売って、包装したりとかね。それで悪いやっちゃね。任天堂のファミコン、買いにくるわけだ。任天堂のファミコンは、もう売れちゃってないんだわ。そしたら、はい、これがセガのファミコンですって。

(一同笑い)

サードパーティーのゲームに対するライセンス

Q：確か初年度だったかな。ファミコンは1回、回収したんですよ。年末、欠陥があつて。確か年末年始、それで在庫切れたという形かも。

佐藤：在庫が切れた、それで売れたんだよ。きっと。というのは、まずソフトが、くそ面白くないソフト。要するに、セガ自身が作ってるものはなかったんじゃないかな。

Q：83年ですと、今、ちょっと口頭でざっと申し上げますけど、「ボーダーライン」「N-SUB」「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」「シンドバットミステリー」といったゲームが出ています。

佐藤：「スタージャッカー」くらいだと思うけどね。

Q：それが外注。

佐藤：いや、それが、うち。うちというかセガが。

Q：すみません、セガの内製が「スタージャッカー」だけだったということですね。

佐藤：「N-SUB」はあれだよ。「ぷよぷよ」の仁井谷君。

Q：コンパイルの仁井谷さんのところで作っていたんですね。

佐藤：くそ面白くない。仁井谷君は当時、彼、広島かな。

Q：そうですね。広島です。

佐藤：ソフトを外注に出して、それで、まず、出来が悪いんだ。めちゃくちゃ出来が悪い。音も全然、同期が取れてないということで、セガからライブラリーを全部、提供したりして。ショーの当日になって、やっとリュックを担いで。彼はリュックでいつも移動してたんで、リュック担いでショーの当日の朝の9時かな。なんかショーが10時ぐらいに始まるという9時ぐらいに来て「できました」みたいな。「ばか野郎、この野郎。何で昨日のうちに」みたいなことがあったんだけど、まさしく枯れ木も山の賑わいという枯れ木。

それに比べて任天堂は「ドンキーコング」。「ドンキーコング」というのは、実は池上通

信が、池通が作ったタイトルなんですけども、業務用でも任天堂は結構、評判のいいタイトルだったんですよ。任天堂は今、言ったみたいに「ドンキーコング」という、一種の当時で言うキラータイトルを持ってきて、出来もやっぱり本当に良かったですよ。ファミコンの能力、非常に制限されてた能力のなかからいくと、非常に良かったということもあって。それ以外にも幾つか、やっぱりいいタイトルあった上で。

Q：そうですね。この年は「マリオブラザーズ」とかも出ましたし。

佐藤：そうでしょ。あった上でファミコン。セガは任天堂のファミコンに劣るハードウェアの能力の機械で、ろくでもないソフトが何本か。だけど16万台売ったということが、セガにとってみるとびっくりすること。業務用からいったら桁が違う、2桁ぐらい違う。業務用で1600台、売りましたといたら、うわ、すげえなという話だけど、その2桁違う16万台ということなんで。一気にやっぱり、業務用の連中にしてみると、コンシューマーもそれなりにやるんかなぐらいな。だけど、まだ気持ちは、やっぱりいいハードで、いいソフトを作りたいという、そういう思いがあるんでね。翌年は、もうあれだろう。形、変えたんじゃないかな。SG-1000というのは、ここにカートリッジが挿さるんですけど、そうするとお墓。

Q：墓石みたいだと…。

佐藤：それで、それはやっぱり一新しなければ駄目だということ。もう一つはコストけちって、コントローラーをケーブル出してそのまま。要するにコネクター使わないで直接、ケーブル出しただけ。そうするとコントローラーというのは、あれ使い方によってはすぐ壊れるんだわ。そうするとコントローラー壊れた、本体ごと返さなきゃいけないということで、やっぱりコントローラーは独立して使えるように。これもコストけちったが故。任天堂はちゃんとコネクターはきちっと取り換えられる設計に、ファミコンはなかった。だからまねられるというか、倣うところは倣うみたいなことで、お墓から一気に違う形状でもってソリッドの形、四角い今度は弁当箱を借りて。

Q：横に挿せるようにして。

佐藤：そう。それで翌年はSG-1000、MARK IIか。なんかそんな名前かなんかで。

Q：SG-1000 IIの発売が、84年7月です。

佐藤：そうでしょ。だから83年に初代SG-1000、翌年にMARK II、金型から何から全部、

超特急で、デザイン含めて起こし直して。当時は金型から何だか平気でばかばか走ってたから、あの金型だけで多分 2000 万円ぐらいすっ飛んでると思うよ。

Q：すごいですね。

佐藤：なんたって 16 万台売れたら、2000 万円ぶちこんだって、1 台当たり幾らだよみたいな。あとソフトが売れたらみたいなね。

任天堂が偉かったのは、やっぱりアタリの駄目になった理由をきちっと研究したんでしょうね。要は、コントロールしない形でソフトがどんどん出ちゃうと、それこそ粗悪なソフトがいっぱい出てくるということで、サードパーティー契約を必要とする形にしたんだよね。だから任天堂のファミコンとソフトを作るためには、任天堂と契約しなくちゃいけない。契約した上で任天堂の検証を受ける。それはハードでちゃんと動くかどうか、それから内容までどこまで踏み込んだか知らないけど、それなりに内容としては是々非々。そういったことを任天堂がやりますよ、ついでにロイヤルティーを払いなさいと。サードパーティーにね。あんたたち売りたいんだったら、ソフト 1 本に対して幾らというロイヤルティーを払いなさい。ハードウェアは任天堂が責任を持ってリリースしますという。良く言えば本当にウィンウィンでいくんだからというね。

それにあらがった連中も最初のうちはいたんだけど、やっぱり任天堂のコネクターにアクセスするためには、あるコードを入れないと駄目だみたいな、そうするとこれは IP 侵害してるとか何とかかんとかね。任天堂のお墨付きがないと任天堂の製品を扱っている初心会という問屋さんの団体があるんですけども、初心会がそういった任天堂のライセンスを受けてないものは取り扱いませんよと。そういうことを初心会が発表すると、サードパーティー、要するにライセンスを受けてない連中は、いくら作ったって初心会が扱わないということになると、任天堂と契約をして。

一番、もうかるのは実は、ここのロイヤルティーなんです。任天堂はさらにソフトのソースコードを持ってらっしゃいと。オブジェクトコード、ROM、それからカートリッジ、これは全部、任天堂が作りますと。それで、ロイヤルティー込みの値段であなたに返しますよ。そうすると基本的に、まず製造する、そのためにこれだけの費用がかかりますよ。カートリッジは任天堂にちゃんと合うようにケースにきちっと入れて。そうすると任天堂としてみると、そこで売り上げが立ち、そこで若干の利益が出て、さらにロイヤルティーが入ってくる。だからサードパーティーを仕切ることによって、すごいもうかる構図を作った。大義名分は粗悪なソフトが出ないようにするんですという。セガもそれをまねしてるわけよ。セガの SG 専用のソフトを作りたい人は、セガとライセンス契約を結ばなきゃ駄目よという形で、これがずっと続いている。今でも。

だから今、例えばソニーがといたら、ソニーに対してちゃんと契約して、ソニーで検証を受けて、良ければ出す。ソニーの ROM というか、板まで作ってるかどうか分かんないけ

ど、板まで全部仕切る。マイクロソフトもそれをやるということでね、PCの世界と全然違う世界で。だから任天堂のビジネスモデル、これがあるが故にハードメーカーとして見るとハードでの損失、マーケティングを含めて、それをソフトで補っていくという構図ですと来てる。だから8ビットでSG-1000を出しました。セガもまねしてライセンス契約の仕組みでやりました。初年度16万台売りました。次年度は、これはもっと売れるだろうくらいのことでいったんだけど、まあ鳴かず飛ばず。セガの良くも悪くもいい点は、良くも悪くもだけど、これが駄目なら、よし次だ。非常に転換が早い。あの格好で駄目だったら、よしじゃあ格好を変えて、グラフィックチップ変えてやっちゃうかぐらいの、それが今度は85年になるのかな。もうテキサスインスツルメンツの9918じゃ駄目だということで。

Q：セガ・マークIIIですか。1985年の発売ですね。

佐藤：うん。業務用に使ってた。85年ね。だから83年に出した。翌年はデザイン変えて出しました。85年、またちょっと内容も変えて出します。

Q：そこで駒井さんのセガでの役割について、ぜひ差し支えなければお尋ねさせていただければと思うんですけど。

佐藤：駒井さんは、ですからコンシューマー事業の統括責任者。

Q：要は、元任天堂ですから、恐らく駒井さんルートで、ファミコンみたいな名前は分かんないまでも、任天堂が8ビット家庭用ゲーム機をこのぐらいの値段で出すみたいだよみたいなお話って。

佐藤：それは彼から、やっぱり来てる。

Q：これは資料として買った本に載っていたお話なのですが、駒井さんのそういう情報があって、逆に向こうもセガの情報をキャッチしていて、どうやら土壇場でSG-1000が1万5000円で売れるから、じゃあ、それより安くしないとという感じで1万4800円という、結構ぎりぎり詰めたみたいなことが書いてあったんです。あと、駒井さんが問屋の説明会とかの話も出たような記述もありましたね。

ゲームソフトのラインナップとサードパーティーとの関係性

佐藤：セガと任天堂といたら、やっぱり正直言って任天堂は全部自分で回せる。回せるというのは、どういうことかという、いいタイトルを持ってたわ。さっきの池通が作っ

たにしる「ドンキーコング」があり、「マリオ」があり、何がありと。セガが得意とするものは、やっぱりシミュレーションゲーム、ドライブゲームだったり、ドッグファイトのゲームだったり。だから非常に限られてる。それで、かつセガのゲームそのもの、ドライブゲームにしたって何だってそうだけど、ハードウェアそのものの能力が、やっぱりかなり必要とされる。だから、こけおどし的なものはセガがすごい得意、ところがここだけ。頭だけで新しいゲームを、例えば RPG なんていうのは、セガはろくなもんはない。何でかといったら、土壌が違うんだわ。文化が。

やっぱり業務用で、ずっと来てるもんだから、何ていうのかな。長時間遊ぶとかいうスタイルのゲームっていうのは、ゲーセンじゃ必要ないわけですよ。だから2分、3分でわっと遊んで面白かった、じゃあ次みたいな、そういったゲーム。これに関しては、それこそ素晴らしいグラフィックス使うなり、素晴らしい高速のマイコン使うなり、筐体もムービングで体感でぐいぐい動くとか、そういうのは得意なんだけど、じゃあ3日間遊べるようなゲーム作れますかといったら、全然、違うんだよね。

そうすると家庭用のゲームというのは、今はもう短時間で遊べたほうがいいねみたいな話になってるけど。前は可処分時間、その中であまりPCに取られてませんでした。かつ、スマホみたいなこういうものもなかったから、SNSを含めてそういうインターネットを見てどうだこうだという、そういう時代背景でもなかった。それなりに可処分時間があつたとしても、これを消費するターゲットがなかった。

そうするとゲーム。ゲームで3日間、遊べるんだしたら、これはいいよねということで。でもセガのゲームは3分で終わっちゃいます。5分で終わっちゃいます。それは無理くり伸ばしたって意味のない、つまらないゲームになっちゃうということていくと、全然、違う。だもんでセガのゲームは、正直言ってコンシューマーでいくと大したゲームはない。

一方、任天堂は自分のところでできないやつはエニックス、スクウェア、そういうところへ頼む。それで、「ドラクエ」を持ってくる、「FF」を持ってくる、だから任天堂のファミコン、スーパーファミコン含め、そっからの派生のやつを含めて、特に卒に RPG、こういうものもきちっと用意されてますよとなると、お客さんからしてみるとハードの是々非々なんかどうでもいいんですよ。要は、ハードなんかどうでもいいんですよ。極論言うと、自分でやってきたあれもあるんだけど、どうでもいい。そうじゃなくて、そのハード上でどんな楽しいゲームを提供してくれるんですかというのがキーですよ。

じゃあ、セガはさっきから言ってるようにサードパーティーそのものに対して、きちっといい関係が作れるかっていったら、どうも、やっぱり業務用やってて、そっちが本流だから。うるせえなこいつは、と。例えば、スクウェアだ、エニックスが何か言ってきた、こうしてくださいとか、ああしてくださいと言ってきたとしても、セガとしてみると何だそんなの。だから対応もいまいち。これは、ずっとソニーが出てきたときにも、やっぱり

同じなんだわ。

ソニーが出てきたときにソニーは自分でソフト作れない。ゲームソフトが作れない。そうすると皆さんにお願いをする、それがコナミですか。ナムコですか。タイトーですか。スクウェアですか。エニックスですかと、お願いをする。そしたらナムコさん「鉄拳」出してねと。セガがPSに対抗してサターンですとといったときにセガは、いや、うち「バーチャファイター」があるもんねと。だからナムコからしてみると、セガの陣営で何かやろうとすると「鉄拳」と「バーチャファイター」が突くよねと。でもソニーでやってるんだったら、誰もいないもんねと。そうすると何でセガに乗らなきゃいけないのと。かつ当時、久夛良木君が本当に上手だったのは、大賀さんと非常に久夛良木君は仲がいい。大賀さんに頼んでナムコの当時の中村雅哉さんのところへ、「中村さん、ちょっと、うち今度、これゲーム出すんだけど助けてくれませんか」。そうするとナムコの中村さんにしてみると、あのソニーの大賀さんが自らお願いに来た。

じゃあ、セガは誰が行ったのというと、ナムコの中村さんと、当時のセガの社長の中山さんという人は、仲が悪い。業務用で丁々発止してやってる。そうすると大体、同じようにして来てるわけだ。昔の業務用のおやじというのは、もう俺が、俺が、そういう連中が多いから、何だあの野郎、気に入らねえなみたいな。あつちは気に入らないと、こっちも気に入らない。特にこの人は、みんなからちょっと嫌われてたきらいもあるということで、彼が行ったとしても何で俺が中山のためにやんなくちゃいけないんだと。一方で大賀さんが来て、久夛良木も来て「もう、お願いします」と。ここは誰もいない。ところが、こっち来たらさっきから言ってるように「バーチャファイター」があります。こっちは、じゃあドライブゲーム、またセガはドライブゲーム持ってます。

Q：はい、たくさん持ってますよね。

佐藤：他のサードパーティーも一緒なんだよね。何でもかんでもやってるから。自分でいいところを、うちはこれ出します、これ出します、これ出します、これ出します。だからお願いしますって、いっぱい出してるのは何かというと、お客さんにとってみると、こんだけいろんなカテゴリーのタイトルがあるんだから、どうぞご安心くださいということを言いたい。

だけど、それを言った瞬間に他のサードパーティー、他のソフトの会社は、何だセガ、あれやるんかと。これもやるんかと。空いてるところ、それしかないのというと、何だよ。こちらは何も無い中で、サードパーティー同士でももちろん競争あるかも分かんないけど、そこでできる。ソニー、片やセガ、同じような品川区近辺に、あそこにいたとしてもね。結局のところ、ほとんどのサードパーティー、特に業務用をやってる連中、コナミなんて全く来ないよね。上月さんと中山さんもばちばち。

Q：小島秀夫さんとか。

佐藤：いや、小島さんというより、もっと上で辻本さんと中山さんとかね。ということで昔の。

Q：創業者社長のワンマンなところがあって、というわけですね。

佐藤：というようなこともあって。あれは私がサードパーティだとしても、やっぱりちょっと抵抗あるよね。

Q：家庭用ゲームの参入のところで、佐藤さんのほうで例えば、MSX への参入は考えられたんでしょうか？ コンピューター開発のほうで、何か西さんとお話をされたんですか。

佐藤：あるよ。参入を考えなかったというよりは、西君と何か組んでできることあるかなというんで。西君と会って話をしたんだけど、彼も彼で、あれは問題多い男だよ。私の目から見て。何といたらいいんだろうな。要は、わがままでよね。いつか彼はセガに、大川さんの紹介というかな。彼の肝いりでセガの一種、コンサルみたいに来て少しの間は、それなりにうまくやってたんだけど。だけど本質的なところで、やっぱり駄目になっちゃって。最後の最後はばか野郎、この野郎で終わったんだけど。一番最初に会ったとき、彼は MSX をやってみました。うちは、やっぱり MSX に近い。近いというのは何かというとマイコンは一緒です。グラフィックチップは一緒です。違うのはサウンドチップだけです。うちは 9918 という TI の PSG を使って、先方は GI かどっかのちょっと違う。でも基本的には一緒なんだわ。MSX とね。それで何かの形でコラボレーションできればいいなということまで話をしにいたら、最終的に「セガさん、ハードウエアはやめなはれ」みたいな。「あんなのところはソフト会社として生きたほうがいいよ」みたいな。そういうような物言いというかな。それと、やっぱり当時、中山さんというトップ、彼からしてみると西君の言動というかな。これがちょっと許せない。

Q：なるほど。

佐藤：うん。ということで、それで、私ともう一人、田中さんというのが、さっき言った次長 2 人で西君と会って、話をして、報告をしたんだけど、ちょっとあまり、要はネガティブな報告せざるを得ないでした。そしたら彼は、もう一刀両断でいいと。やめちまえと、そんなもんやる必要はないということだね。

Q:MSX という統一規格を作っているんなハードメーカーで作っているという発想自体は、

佐藤さんの的には肯定的に捉えていらっしやった？

佐藤：あれも確かに素晴らしいことだとは思う。だけど、当時からやっぱりあったんだけど、じゃあMSX陣営に加入したメリットは何と。しょせんハードを売るために競争になるんじゃないのと。当時はカシオもやりました。パナもやりました。どこそこもやりました。まあ、いっぱいやった。どうするのと。しょせん競争でしょうと。だったら、そんな縛られるよりは自分でやっちゃったほうがいいでしょうということ。

Q：ビジネス的に、じゃあどんな旨味があるんですかという。

佐藤：メリットがないでしょう。

Q：明確に見い出せなかったと。

佐藤：だから西君は、「佐藤さん、ハードをやったって、しょせんみんな、ソニーもやったんだし、どこもやって競争になるんだから、ハードなんか手を出さんほうがいいよ。あんたはソフトやって盛り上げてくれればいいよ」みたいな。だけど、それじゃちょっとということ。それでMSXの陣営に入ったからってメリット何があんのと。MSXって冠もらったから何なのと。セガはセガでやればいいじゃないのという、良く言や本当、独立志向の高い、悪く言や、わがままの連中だったんで、そんなもん知るかみたいな。

家庭用ゲーム機へのアーケードゲームの移植

Q：家庭用のハード設計をするに当たって、アーケードの移植ができるという前提で、もう進めているという認識でよろしいですか。

佐藤：だから、SGの最後のやつが。

Q：マークIIIですか？

佐藤：マークIIIか。マークIIIはSYSTEM2ベースだと思うよ。業務用の。

Q：アーケード基板でしたね。

佐藤：アーケード基板で。結局、日本じゃ任天堂に全然、勝てなかったんだわ。何やっても勝てない。ひとえに、もうソフト。いいソフトで引っ張れない。8ビット、セガはどんどん形状、格好を変えながら、グラフィックチップ変えながらあがいてきて、まだ駄目だと

いうんで 16 ビットよね。それこそ、ほとんど毎年ぐらい変えていったんじゃないの。よく自分でも変えられたなと思うけど。

Q : SG-1000 の本当、初期のときにも 83 年の段階で「モノコグラフィ」を移植してるので、やはり自分のところでアーケードで売れたのが、やっぱり家庭でもできたほうがビジネス的にいいんじゃないかというのが。

佐藤 : あれ、任天堂はリコーなんですよ。グラフィックチップは、それでセガはある意味、独自。ヤマハと組んで半導体を起こしてった。回路そのものはセガの回路で、ヤマハに設計してもらってということだね。ただし、グラフィックチップを変えたにしろ。今になって考えると良かったんだか悪かったんだか分かんないけど、アップーコンパチ。要はお客さんがカートリッジ買いました、ソフト買いました、新しい機械、買いました。それで、このゲームソフトも遊べるようにという、それが大事だよみたい。これは財産だから。アップーコンパチするためには元のハードウェア、すなわち TI-9918、これの機能を続けなきゃいけない。9918 ベースをやってたのは、やっぱりヤマハなんですよ。ヤマハは 9918 の中をよく知ってるということで。それでヤマハに 9918 部分はコンパチを保った形で、かつ、こちらのシステムツールという業務用で作ってた、これをマージさせるという。そうということで、ヤマハとそこからだね。セガとヤマハがべたっと来たのは。

Q : それで、ずっと新しいハードを買っても買い替えなくてすんだ。

佐藤 : 必ずヤマハが、なんらかの形で絡んでる。メガドライブは、もうグラフィックチップそのものからヤマハ。サターンになって、さすがのヤマハもグラフィックチップできないんで、グラフィックチップは日立かな。サウンドチップはただしヤマハ。

Q : SH-2 ですかね。

佐藤 : そう。マイコンはサターンのときは日立が新しく出した RISC CPU のアーキテクチャを使いましょうということで、SH シリーズの。この前、話したけど SH というのはという。つまらないネーミングがね。SH なにがし。だから横目で見るとインテルはペンティアムとか、何だか分かんないけど何となくすごい格好いいんだな。だから日立に言ってネーミングを考えると。こんな SH なんていうのは面白くないと。そしたら結構、調査したりしたみたい。最後の最後は「佐藤さん、申し訳ねえ。もう、ないです。もう、いいなと思ったのは誰かが登録商標してたりとかして。だけど SH というのは佐藤秀樹でしょう」と言われて。

(一同笑い)

「SH というのはセガ、日立です」と、いやよく考えてきた。「SH というのは商売繁盛です」と。実際、やっぱり 500~600 万円ぶっ込んで調査してみたい。それで、もうありません。ギブアップですというんで、それだったらいいよと。日立辞めてソニー行った、当時の半導体の責任者でマキモトさんという人がいるんだけど。マキモトさんが直々来て「佐藤さん、もういろいろ金もかけて調べたけど、いいネーミングはありません。ついては」と、さっき言ったように佐藤秀樹から始まる、だからこれで許してくださいというか、「これでやらしてください」と言ってきたんで、「まあ、しょうがねえな。いいよ」つつつて。佐藤秀樹が出てきたらちょっとな。よくぞ考えてきたなど。

Q：じゃあ、今日はあれですね。これで。本日はここでひとまず MARKIII まで、お話をお聞きしたということで、また来週、再来週でしたっけ。

佐藤：MARKIII までは、アメリカの販社はトンカか？ セガもアメリカにも出したけどね。確かトンカだと思ったな。16 ビットで、トンカで、自分でセガ・オブ・アメリカか。立ち上げて。

Q：8 ビットまでトンカ、16 ビットになってから SOA。

佐藤：16 ビットからは、もう自社で。そのときに出てくるのはトンカであり、ポール・リオであり、ポール・リオというのはヴァイスプレジデントね。それから豊田君。豊田君というのは日本人です。

Q：分かりました。