

解説 遊技機メーカーから総合娯楽企業へ

COMMENTARY OF SG-1000 #1



セガの家庭用ゲーム機市場への参入前夜

時は1980年代初頭、NECのPC-8001のヒットに端を発したマイコンブームは、大人向けには「マイコンができない」と時代に取り残される、子供向けには「自分でゲームを作ればタダで遊び放題」といった具合に、コンピューターメーカーはもとより家電メーカーや玩具メーカーをも巻き込んで大きな波となりつつあった。

当時、アーケードゲームメーカーとして一躍名を馳せていたセガ・エンタープライゼスは、次代のビジネスとしてマイコンという新しい市場に着目、PC事業部を発足させて、子供が入門機と扱え

るホビー志向の強いパソコンの開発をスタートさせた。前年に発売されたぴゅう太 (54,800円) やM5 (49,800円) を下回る3万円前後のパソコン。それは、SC(セガ・コンピュータ)+3万円という価格帯に由来する3000という数字を合わせてSC-3000と命名された。

しかし、SC-3000の開発が概ね終了した頃に、任天堂の新型ゲーム機、ファミリーコンピュータの開発情報をキャッチする。専用のVDPを搭載して『ドンキーコング』がほぼ完全な形で移植できる、ゲーム専用に特化したマシンの存在はセガにとって大きな衝撃だった。そこで、

当時の社長であった中山隼雄は、鶴の一声で家庭用ゲーム機の開発を指示。SC-3000からゲームに直接不要な機能を取り外したゲーム専用機を急遽開発、SG-1000と名付けられた。なお、名前の由来はSG(セガ・ゲーム)+1万円台の価格帯であったことから1000 (当初は予価が2万円だったため2000とする予定だったという) がつけられた。

かくして、ファミコンと同じ発売日の1983年7月15日にSC-3000とSG-1000が発売され、2001年に撤退するまでの18年に渡るセガの家庭用ゲーム機事業はここに幕を開けたのである。

事業の本命はコンピューターの方だった

SG-1000が発売された1983年以前は、テレビや冷蔵庫、洗濯機と一通りの家電は普及していた時代で、各家庭メーカーはエレクトロニクスを応用した次世代の家電を模索していた。その中で特に有望視されたのは「テレビに繋ぐエレクトロニクス家電」であり、オーディオ

オヤビデオデッキと並んで、パソコン (当時は一般的にマイコンと呼ばれていた) やテレビゲームも含まれていたのだった。中でもひときわ未来のイメージを感じさせることができ、「何でもできるイメージ」が先行していたパソコンの存在は次世代家電の本命と目され、冒頭のマイコン

ブームへと繋がったのである。

その一方で、ちょっと高価な玩具程度の認識しかなかったのが今でいう家庭用ゲーム機であり、この当時はパソコンを遥かに凌ぐほどの巨大産業にまで成長すると予想できたものは誰ひとりとしていなかった。せいぜいゲーム機1台売ったところで1台1~2万円。ソフトが数本売れた程度で、それがビッグビジネスになるとは想像できなかったのだ。対してこれがパソコンであれば周辺機器をはじめ消耗品を含めれば、使い続けてくれるいいお客さんになってくれるわけで、子供の玩具を作って売るよりも遥かに割がいいと、各メーカーが考えるのも無理からぬことだったと言える。

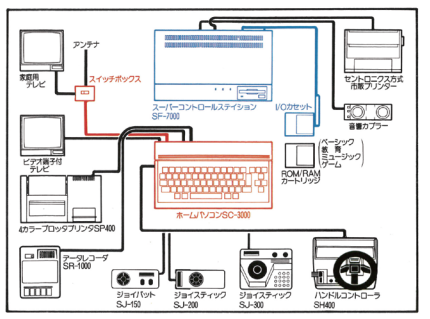
セガも、そういう意味ではSG-1000は任天堂のファミコンに対抗上発売した

豊富な周辺機器で、システムアップ自由自在

システムアップすると、楽しさもアップ / SC-3000は、豊富な外部機器との接続が可能。たとえば、専用のディスプレイをお持ちにならなくても、ご家庭用のテレビでOK。ビデオモニターテレビにも接続可能です。また、プリンターなど、用途に応じて多彩にシステムアップすれば、楽しいパソコンライフが演出できます。

〈お父さま、お母さまへ〉

これからの時代、コンピュータは必須条件です。頭が柔軟な子供のうちから、パソコンを生活の一部として使いこなせるように、21世紀をなうお子さまのために今から考えてあげたいものですね。



▲SC-3000のシステム構成図。10万円台のパソコンに相当する拡張性を有していた。

とはいえ、「ビジネスの裾野」という観点で考えれば、本命はSC-3000の方を考えていたと思われる。それを裏付けるかのように、SC-3000を本格的なコンピューターとしてパワーアップさせるためのアダプタとして発売されたスーパーコントロール・ステーション (P.26) やカラープロッタプリンタ (P.27) など、入門用からステップアップするための周辺機器を同時に用意していた。さらには、残念ながら試作品のみで発売には至らなかったものの、SC-3000のモデルバリエーションとしてSC-5000といった上位モデルの開発も進められており、セガのコンピューター事業に力を入れるのが伺えるというものである。

実際にSG-1000とSC-3000が発売されると、SC-3000は十分に好調な出足でスタートしたものの、さらに遥かに超えるセールスを記録したのがSG-1000であった。セガがそれまで商売してきたアーケードゲームの世界では数千枚売れば大ヒット。もちろん単価が根本に異なるために同列に語るのはいささか乱暴とはいえ、初年度の出荷台数は「5万台も売れば御の字」という社内予想を遥かに超えた16万台であった。お世辞にもアーケードゲームから遥かに劣るスペックの製品が飛ぶように売れている姿を目の当たりにしたセガにとっては、

いちゲーム機が、AM機器メーカーをエンターテインメント企業に変えた

現在のセガはパチンコ、パチスロなどの遊技機事業を行うサミーと2004年に経営統合し、セガサミーグループを形成、総合エンターテインメント企業となった。2017年度通期実績でセガ単独の売上高は2057億円、うちアーケードゲーム関連 (AM機器、AM施設) を除く家庭用ゲーム機をはじめとしたコンシューマ関連 (映像、玩具含む) の売上は1171億円。アーケードゲームを上回る

▲奨励会社であるアスキーが作成したセールスプロモーションガイドより。MSXの登場により、セガをはじめ各社がそれぞれ展開していたホビーパソコン路線は急速に訴求力を失う結果となった。

思わぬ金脈を得た思いであったのではないだろうか。

この時代に低価格ホビーパソコンを買っていた小中学生は「パソコンでプログラムを勉強したい」というお題目はさておき「家でゲームを好きだけ遊びたい」という本音を持っていた。同じゲームソフトが動作するなら格安なゲーム専用機を選ぶという事実を目の当たりにしたのである。

また、SC-3000が発売された3ヶ月後には家電メーカー14社によるパソコン共通規格、MSXは発足。MSX同士であればメーカーが違って共通して

ソフトが動作するという利便性は、セガのコンピューター事業にとって大きな驚異となった。低価格ホビーパソコン市場が次第にMSXに脅かされるようになり、MSX陣営以外の独立系メーカーも次々にパソコン事業から撤退、セガもマイナーチェンジモデルであるSC-3000Hを投入した限りで、以後はSG-1000シリーズのオプション扱い (P.20) に縮小。後続モデルの発売を断念することとなった。

こうやって、次第にセガのコンシューマ事業はゲーム専用機であるSG-1000へと一本化されていったのである。

56%の収益を誇る柱にまで成長したといえる。

もちろんこの数字は家庭用ゲームのみで成し得たものではなく、アーケードゲームなどの他の事業とのシナジー効果によるものである。しかし、1983年に発売されたSG-1000という、いちゲーム機がセガにとっていかに大きな影響を及ぼすまでに至ったか、おわかりいただけると思う。

残念ながら2001年1月にセガはドリームキャストの生産終了とともに家庭用ゲーム機ハード事業からの撤退を表明。他社のゲーム機へソフトを供給するソフトメーカーの道を歩むこととなったが、自前で18年という長きにわたって家庭用ゲーム機ハードを手がけていたノウハウは大きく、セガが現在でも一線級の開発力を持っている源泉はそこにあると言えるだろう。