



**G**  
A M E

**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



西崎光第1回インタビュー前半：ゲームショップの業務内容、ビジネスモデル

福田 一史  
木村 めぐみ  
鳴原 盛之  
松井 彩子

Hikaru Nishizaki, Oral History (1st, 1): Working at Game Shop and Game Shop Business Model

Fukuda, Kazufumi  
Kimura, Megumi  
Shigihara, Morihiro  
Matsui Ayako

## 目次

生い立ち～ゲームに興味を持ったきっかけ .....	3
高校時代からゲームショップでのアルバイトを開始 .....	4
ゲームショップとコンビニを掛け持ちして学んだゲーム流通の仕組み.....	8
デジキューブの登場以降のゲームショップ、コンビニ流通・経営の変化 .....	16
ソニー流通の普及による、中古ソフトの取り扱いと問屋への影響 .....	19
PC ゲームの販売・流通事情.....	25

## 生い立ち～ゲームに興味を持ったきっかけ

Q:今日は、まだ現役ではありますけれども、西崎さんのゲームショップの体験談をまとめるという形でゲームショップのその時々トレンドとか、歴史とかを聞き取りするという形でインタビューをお願いしたいと思います。よろしく願いいたします。まず最初に、西崎さんがゲームに子供の頃出会ったきっかけとか、当時はまったゲームとか、そこからお話いただけますか。

西崎：小学生1年、2年生でしたかね。友達の子にファミリーコンピュータを持っている子がいて、目の前でゲームを遊んでるのを見て、僕はファミコンの遊び方もわからないので、目の前でマリオが動いてるのを見て、それですと見てるんですけども、自分は何もしてない。ただ動いてる絵を見るだけなもので、暇なんですよ。まあ、友達がずっと友達の家でずっとゲーム遊んでるんですよ。じゃあ、自分はなんかお手伝いできないかなと思って、初めて押したボタンが、リセットボタンだったんですよ。まあ怒られましたね。ただ、怒られてる理由もわかんない。それで、父に「テレビゲームというのが欲しい」と言ったのが、ファミコンと出会ったきっかけだったんじゃないかなとは思っています。

Q：何年のお生まれですか？

西崎：1978年生まれですね。

Q：やっぱりファミコン直撃で。ファミコン以前の思い出ってというのは何かありますか？

西崎：それまでは、同じマンションの上の階に住む、2つ上の友達がいたんですけども、まあその時のマンション、今でもそうなんですけど、マンションに子供たちがいっぱいいるんで一緒に遊んでたのですが、その一人のお父さんがMSXを持ってましたね。プログラミングとか、そういうものは全くわからずにテレビゲームという感覚で、ファミコンと同じように遊んでいたような思い出はあります。

Q：先程のお話だと、マリオを見てた、客観的に見てたっていうような感じだったんですけど、なんでゲームを欲しいって思ったんですか？

西崎：何をしてるかがわからないんですね。だから、テレビって今までずっと向こうから送られてくるものに対してこちらは受動的に受け取ってるものなんですけど、その人はこちらから操作をしていることに対してテレビが反応してるんですよ。だから、その時はそれが何をしているのかが自分はわかっていないので。何かやってるんだなって。自分もなんか触ってみたいなって衝動にかられて、手伝ってみたいなって思ったら、目の前にあるボタンがリセットボタンと電源ボタンしかないもんですから、これはなんだろうって興味本位で押したら、えらい怒られたんです。

Q：魅力的に感じたってということですかね。

西崎：そうですね。ええ。初めて買ってもらったのは、任天堂の『ピンボール』と、ハドソンの『チャレンジャー』だったんです。

Q：確か『チャレンジャー』の発売は1985年だったかな。そのぐらいの時期だから、小学生の頃に使っていたということですね。今、調べたら『チャレンジャー』、85年の10月発売ですね。じゃあ、『スーパーマリオ』を初めて見た後に買ってもらったということですか？

西崎：そうですね。ファミコンが何年に出たとか、そういうことについて詳しく知らなかったの、友達の家にあったというのが第一印象ですね。

Q：西崎さんは、生まれもご出身も都内ですよね？

西崎：そうです。生まれも育ちも池袋です。

Q：じゃあ、通ってた小学校でもファミコンは大流行りだったって言う感じですかね？

西崎：まだ、小学1、2年生ではそんなに持ってなかったですかね。

Q：そうか、低学年はないですかね。もっと上ですかね。

西崎：もっと上でだったのか、どうでしたかね。一番、学校の中でみんなが盛り上がったのは、わーきゃーわーきゃーファミコンで盛り上がっていたのはまあ、『ドラゴンクエスト III』が出たあたりだったと思うんですけど。

Q：じゃあ、もうあと2、3年経ってからか。そうですね。

## 高校時代からゲームショップでのアルバイトを開始

Q：確かアルバイトがきっかけだったと以前に伺ったと思うんですが、ゲーム屋さんで働くことになった動機は何だったのでしょうか。

西崎：家から近かったからです。

Q：単純に（笑）。

西崎：単純に、ただそれだけです。まあ、自分は商業科の高校の卒業なんで、元々は商人になるつもりで。まあ実家も、両親ともに商人なもんですから。商人になるつもりでいたので、今アルバイトをしに行こう、小売に行こうっていう。本当、ちょうど近くにテレビゲーム屋さんがあったもんでして、そこに

勤めたのがきっかけですね。その時はまだ、ゲーム屋さんになりたいという意思はなかったですね。

Q：バイトして、社会経験も積みつつ、お金も稼いでお小遣い稼いでみようかくらいの。

西崎：そうですね。

Q：それは高校生位の時ですか？

西崎：そうです、高校の時です。初めてやったバイトは郵便局の年賀状配りです。

Q：ああ、チャリンコに乗って。

西崎：そうですね、多分、あれが一番最初だったと。昔のことなので、自分でも忘れちゃったんですけど。

Q：確か、最初に働いた店は個人経営の店だったんですよね。

西崎：そうですね。平成6年ですね。平成6年から、11年まで個人経営のお店に勤めてました。

Q：それはゲーム専門店ですか？

西崎：はい。もう名前に「ファミコンショップ」って入ってて。当時だったらいいでしょうけど、今だったらファミコンの名前を使ってるお店はあれですけども。「ファミコンショップ桃太郎」さんっていうところですね。そこの個人のフランチャイズ店に5年ほど勤めてました。主に、中古・新品ソフトと音楽CDがメインの小売業種ですね。

Q：「桃太郎」って、よく雑誌とかに広告出していた時期ですよね。この頃だと。

西崎：そうですね。今はもう会社の母体が変わっちゃってますけども。

Q：じゃあ、もうひたすら任された仕事はレジ打ちとかですか？

西崎：そうですね。当時、主にやってた「桃太郎」での仕事は、仕入れは脱サラした店長がやられてたので、直接テレビゲームにそこまで詳しいわけではないです。なので、本部の方から「何をたくさん仕入れればいいのか」とか、従業員に聞いたりだとか、僕たちに聞いたりだとかして。主にやるのはレジ打ちとか、会員証のお客様の個人情報の会員登録ですとか、それから商品の動作確認、清掃、販売・買い取り業務、そのあたりがメインですかね。あと、店長がどうしても、週に1回営業中に『古畑任三郎』が見たいっていうので、営業中に店の裏側で店長と一緒にテレビを見てましたけどね。毎週水曜日は、レジの後ろで『古畑任三郎』、そのくらいですかね（笑）。

Q：94年からだから、ちょうど次世代機が出てくるタイミングですかね。プレステが94年の暮れだから。

西崎：そうですね、94年の12月3日かな？

Q：そうですね、「1・2・3」のときですよ。

西崎：サターンが11月22日で、PC-FXが12月23日だった気がしますね。

Q：そのちょっと前には3DOが出て。

西崎：3DOのほうが、少し発売が早かったですかね。

Q：やっぱり売れてたのは、次世代機なんですか？

西崎：いや、次世代機は94年の末頃なので、やはり、メインどころとしてはスーパーファミコンだったと思います。翌年の95年とか、96年とかも、ニンテンドウ64が出てくるまで任天堂はずっとスーパーファミコンだったので、やっぱりまだスーパーファミコンが強かったですね。

Q：それまでは、西崎さんご本人は、ゲームのヘビーユーザーだったんですか？

西崎：ただ遊んでる人ですね。

Q：普通のプレイヤーだったんですか？

西崎：普通のプレイヤーです、ただうまいわけでもなく。ただ、ハドソンという会社が好きだったので、よくみんなで『ボンバーマン』ですとか、『桃太郎電鉄』ですとか、そういうのはやってました。

Q：自分で持っていたハードは何でしたか？

西崎：遊んでたのは、PCエンジンでしたね。PCエンジンがみんなで遊べるので。

Q：マルチタップをつけると、『ボンバーマン』が5人で遊べたんですって。

西崎：そうです。それで、僕の家を集まっては、みんなでコントローラーを持ってきて、時には喧嘩して出刃包丁持ち出す子なんかもいて。

Q：危な過ぎます（笑）。

西崎：まあ、喧嘩になる直前にまでいったり…って、喧嘩ですよもう既に。まあ、そのぐらいみんなで夢中で遊びました。5人で遊んでたので、スーパーファミコン版の『ボンバーマン』だと多くても4人までしか遊べないのですが、PCエンジン版なら5人まで同時に遊べますので、それでみんなで遊んでましたね。

Q：PC エンジンってことは、やっぱり、スーファミじゃなくて、変わったというかスノッブというか、そういうタイプのゲーマーというかプレイヤーだったということですか？

西崎：やっぱり、いろんなタイプの人がいらっしゃると思うんです。ファミコン買う前にセガのハードを買ってもらって、それからセガが好きになったっていう人もいますし。僕はハドソンが好きだったんだと思います。最初にも買ってもらったのも『チャレンジャー』でしたし。ファミコンは任天堂のカセットが多くて、その時はハドソンって意識してなかったんですよね。当時の『コロコロコミック』を読んでいると、『コロコロコミック』にハドソンの情報がいっぱい載っていて。

Q：当時は、ハドソンソフトの新作や攻略情報がたくさん載ってましたよね。子供の頃は、毎月いくらからいお小遣いをもらっていたのですか。

西崎：うちの両親は厳しくて、お小遣い制にしてってなんだかんだ言ってもお小遣いをくれなかったの。ただその代わりに、「これが欲しいです」っていうのを綿密に計画をして、「こういう理由でこれが欲しいんです」って親に相談すると買っていただけてたので。PC エンジンが出たのは、確か87年10月ですかね。それも、結構初期の方に買ってもらって。

Q：ハドソンの全国キャラバンとかにも参加されましたか？

西崎：そうですね。行こうとは思ってたんですけど、KUMONの宿題をやってないっていう理由で連れて行ってくれなかったですね。

Q：真面目ですね（笑）。KUMONもやっていたんですね。

西崎：その後、やっとキャラバンに行けるようになったのは90年、91年の『スーパースターソルジャー』と『ファイナルソルジャー』。

Q：ああ、『ボンバーマン』でキャラバンを開催する前の、シューティングゲームの頃からは行ってたんですか。

西崎：はい。『ボンバーマン』の94年のキャラバンの時は、1年に10箇所ぐらい行ってましたね。お小

遣いをためて。

Q：かなりのファンですね。

西崎：そうですね、ハドソンが好きでという意味ではそうですね。なので、ゲーム屋さんにとまたま勤めてたのはいいんですけど、その時はゲーム屋さんになろうとはまだ高校の時は思ってなかったですね。実家が日本料理屋なので、日本料理屋の後を継ぐんだろうなと思ってましたけどね。結局、継ぎませんでしたけど。

## ゲームショップとコンビニを掛け持ちして学んだゲーム流通の仕組み

Q：高校を出てからも家業を継ぐのではなく、そのままお店に働きつづけることになったのはなぜですか。

西崎：高校を卒業しても、大学の選択肢はなかったんです。親からも「大学に行く必要はない」ってきっぱり言われて。その時に、高校卒業して何したのっていうと、そのゲーム屋さんにも勤めながら、その次に行った学校が、自動車教習所ですね、そこで車の免許を取って。

テレビゲーム屋さんにも長く勤めていると、そのテレビゲーム屋さんの流通雑誌、『デジタルメディアインサイダー』って言う雑誌を見ていて、それで同業者の方の仕入れ方や発注やらの情報もいろいろ載っているんですけども、それを見て、自分もこういう仕事がしたい、できるようになりたいなっていうのがきっかけで。それで、今自分がいるフランチャイズの小売店だけでは、勉強も、言ってしまうとその中だけでしかできない。何か、接客やらそういうことも覚えたいなと思って飛び込んだのがファミリーマートさん。

Q：ちなみに、「桃太郎」時代だと、94年からでしたよね。そうすると、時期的にさっきスーパーファミが強いっていうお話がありましたが、『ドラクエ VI』とか、『FFVI』もギリギリ入ると思いますが、やっぱり売れ筋は、そのへんのRPG系ですか？

西崎：そうですね、RPGだとそうですが、どちらかというとテレビゲーム屋さんは新品を売るより、中古を売ったほうが利益は上がるので、特に郊外店だと回転する商材が欲しいんですよ。わかりやすく言ってしまうと、RPGって特にスクウェアとかエニックスとか、ハドソンもRPGを年末に出したりとかして、いろんなメーカーがスーパーファミコンでRPGを出してたんですが、人気の作品はすぐゲームのファンのみなさんが飛びつくんですね。

これは、今の『ドラゴンクエスト XI』でも言えるんですが、みんな新品でわーって飛びついて買うんですよ。で、みんな最後まで遊んだら中古になって返ってくるんですよ。なので、売れないんですよ、中古が。みんなもう新品に飛びついちゃってる後なので。今はソフトが出た後からオンラインアップデートができますけど、昔はそれがなかったのだから今よりも中古に回って来るタイミングが早いですね。

3ヶ月経った、4ヶ月経った、半年経ったっていうのは、テレビゲームの本体を買ったときにそうい

ばこれが人気だったねって、一緒に買おうって買ってく人がいるので、値下がりが激しいです。で、それとは別に任天堂のような、ファミリー層が多いようなタイトルは、コンスタントにずっと売れ続けてくれるんですよね。わかりやすく言うと、『マリオカート』ですとか。

Q：ああ、そうですね。DS版とかもそうですね。ずっと長く売れてて。

西崎：今でもびっくりすると思うんですけど、最近だったら『マリオカート 8』が Wii U で出て、こないだ Nintendo Switch でも『マリオカート 8』がでたじゃないですか？ で、来月には 3DS で『マリオカート 7』の本体同梱版出ますからね、いまだに。ひとつ前のやつですよ。

Q：すごいですよね。

西崎：まだそれだけ売れ続けると言うのは、それだけ需要があるということですからね。結局、回転する商品が店としては欲しい。

Q：具体的には？

西崎：郊外店ですと、わかりやすいのがテーブルゲーム。大人向けには麻雀、将棋、オセロ、すごろくのような 1 年経とうが 2 年経とうが、ずっと安定して売れ続けるもの。つまり、時代の流れに左右されないもの。それと、友達同士で遊べるもの。子供たち向けだったら、さっき言ったマリオとかもそうですし、自分のことを言うのもなんですけど、『ボンバーマン』みたいなアクションゲームとか。RPG は、ファンの方にはやっぱり新品でわーっと売れる。で、中古になってわーっと返ってくるのでどうしても値崩れが早い。

Q：なるほど。テーブルゲーム系っておっしゃった、いわゆる将棋とか麻雀とかっていうのは、その当時に特段有名なタイトルっていうのは？ ぱっと思い付かないんですけど。

西崎：ないですね。スーパーファミコンでも、将棋や麻雀はいろんなメーカーが出していたんですけども、カルチャーブレーンとかアイマックスさんとか。

Q：ほかにもサミーとか、いろいろありましたよね。

西崎：あと意外と面白かったのが、当時やっぱり結構あったのが、サミーとかもそうなんですけども、スーパーファミコンでパチンコのソフトがよく売れました。それまでなかなか考えられなかった。実際のパチンコのソフトがスーパーファミコンに出てるんですよ。なので、パチンコのホールに行かれる前にスーパーファミコンで予習をされる方がいらっやって、すごいパチンコのソフトを買う人が多かったです。それで予習をしてから、本番に臨むんでしょね。

Q:確かに、手元の資料でもいろいろ出てきますね、日本シスコンの『パチスロ完全攻略クランキープロ』とか。これはPSですけど。スーファミですと、テーブルで1番売れてるのが『スーパー桃鉄DX』とか、96年ですと『スーパー人生ゲーム3』とかですね。

西崎:はい、『スーパー人生ゲーム』は『1』『2』『3』って出てましたね。

Q:今、94~96年までの家庭用の麻雀のゲーム調べたら、47本ぐらいあるみたいですね。

西崎:そのぐらいありますよね。メーカーもそれを作ると、コンスタントに店頭から在庫が消えるので、長期スパンで製造ができるんですよ。

Q:ライフサイクルが長い。なるほど。

西崎:94年の暮れに次世代機がもろもろでてきて、メディアがCD-ROMに変わりますよね。多分まあプレステとかだと、初期だと、『鉄拳』シリーズとか『FFVII』あたりが爆発的に、あと『闘神伝』なんかが売れたと思うんですけど。

Q:『闘神伝』とか『リッジレーサー』とかが人気ありましたよね。今、思い返して頂いて、ROMカセットの時代とCD-ROMの時代との違いはどうですか。儲かりやすくなったのか、儲けにくくなったのか、何か大きな違いはありますか？

西崎:メディアによる違いはないです。きっぱり言ってしまうと。あ、そういう意味ではないんですかね？ その時代をさかのぼって、その時代の区切りからしてどうだったかっていうことですか？

Q:単純にやっぱり、メディアが変わろうが、CD-ROMになろうがROMカセットになろうが、卸しの掛けとかは変わってないから、やっぱり儲けはそんなに変わらないみたいなイメージなんですかね。単価が、スーファミのROMとかって単純に高いじゃないですか？ 10,000円とか12,000円とかしますよね。10,800円とかってかなり一般的だったんですけど、PSになってからは単価が半分くらいになって。

西崎:5,000円くらいになりましたよね。

Q:それで、随分ビジネスモデル的に変わったのかなというイメージがあるんですけど。

西崎:CD-ROMの段階では、プレイステーションの前にもPCエンジンとかメガCDがあつて。

Q:PCエンジンのCD-ROM2(ロムロム)とか、PC-FXとかがありましたね。

西崎：あとは3DOとか。PC-FXのほうは、プレイステーションよりも後に出たんですけども。その時の価格帯を見てもらうと分かるんですが、CD-ROMになったから安く製造ができるといっても、プレイステーションが出てくるまで定価が下がってるってことはないです。

PCエンジンやメガドライブ、あとネオジオCDもそうですけど、大量生産といっても消費者が思い描く大量生産とはやっぱり違うので。PCエンジン、メガドライブ、ネオジオCDとかは10万本いけばって世界なんです。20万本、10万本いけばって世界なので、どうしても生産ロットが、CDがいくらどんなに安いコストで作れるっていても、定価が下がることはなかったです。

プレイステーションは、頭っから5,800円とかそういう金額で設定してるのは、初めからもう100万本とかミリオンを狙って作ることを想定している価格帯なので。当時、一番わかりやすく言っているのが、プレイステーション1ですよ。PS1が出た時に、みなさんも記憶に残っている「いくぜ100万台」っていう。

Q：そういうキャッチコピーでしたね。テレビCMでも流してて。つまりそれを見越して、そこから予算を弾いて作ってるから、あの値段で出せるっていう。

西崎：カセットを1本作るより、CDのほうが早くプレス、つまり製造ができるっていう。

Q：そうですね。納期が早いのが利点だって、PSの発売当時からずっと言われてましたよね。実際に現場でそうでしたか？ 発注をかけてから、納期はやっぱりCDの方がレスポンス早かった？

西崎：いえ。CDをどんなに早く作っても、中の説明書は印刷屋さんが印刷するので。

Q：そうか、紙の印刷屋さんの都合もあるから、CDのプレスとはまた別に。

西崎：どんなにプレスが早い、どんなにCDがたくさんできたって、説明書が遅いと、結局そのタイミングになっちゃうから、あんまり変わらない。

Q：ゲームショップからの発注は、普通はおもちゃの間屋さんにするわけですよね？

西崎：はい。セガだったらセガサターンとかでも、セガも任天堂とかも全部、間屋さんを通ってくるので、小売は間屋さんにお問い合わせすると。間屋さんが在庫を抱えてくれているので、「品切れになりました、仕入れます」っていったら間屋さんが在庫持っていれば、すぐに来る。持っていなかったら、間屋さんはメーカーにお問い合わせするので、メーカーさんが在庫を持っていれば、すぐに来る。メーカーさんにもない、間屋さんもないって言ったら、製造し直さなきゃってなっちゃうので遅くなる。

Q：当時の報道を見ると、CD-ROMになったから、まあ話が繰り返しになっちゃいますけど、プレスが早くできるからリピートもできて便利だよって言う言われ方をしていましたけれども、実際問題、小売の立場からすると今おっしゃったような理由で、そのメリットって実は意外となかったという。

西崎：ないですね。

Q：メーカーは在庫リスクがなくなるんだと思いますけど、小売店として実際にそのスピードが上がったと言う感覚はなかった？

西崎：ないですね、はい。

Q：CD-ROM になってソフトの単価は下がるわけですから、ビジネス的には厳しくなったっていう事はありましたか？

西崎：ただですね、仕入れ率が違いました。プレイステーションは、当時ですけれども、だいたい定価の 7 掛け程度。任天堂とかは他の問屋さんを通ってくるけど、プレイステーションはソニーさんから直接来るので。フランチャイズの場合は本部に来てから店に来るので、まあワンクッション置くんですけども。問屋さんの場合は、一次問屋と二次問屋とがあるので、小売店に卸すときには、もうそれは薄利多売。こんなこと言うのもなんですけれど、スーパーファミコンの本体が 25,000 円ですよ。で、スーパーファミコンって AC アダプタと映像用のケーブルが付いてないんですよ。ファミコン持ってる人はそれがそのままそれが使えますから、使ってくださいねっていう意味で。スーパーファミコンには、本体とコントローラーが 2 個しか付いてないんですよ。

Q：そうでしたね。RF とか AV ケーブルと AC アダプタは別売りなんですよ。

西崎：その 25,000 円もするスーパーファミコン本体 1 台を売るより、メーカー純正ではない、1 本 1,000 円のケーブルを売ったほうが利益は高いんですよ。

Q：粗利がですか？

西崎：はい。スーパーファミコンの本体 1 台売ったところで、数百円ですね。

Q：つまり、当時からメーカーも含め、ハードはもうほぼ原価に近い値段で売って、後はソフトで回収するっていうやり方をしていたってことですね。

西崎：任天堂の純正ケーブルは、スーパーファミコンだとステレオ AV ケーブルが 1,200 円。でも、他社さんのは 1,000 円で売っていたのですが、値段の安い非純正品のほうが仕入れ値が安いので儲かるんです。スーパーファミコンの本体を 1 台売ったって、アルバイトの時給 1 人分にもならないですよ。

じゃあ、ゲームを売ったら儲かるのかって言ったら、これもちょっと難しくてですね。ゲームもゲームで、クリスマス商戦に合わせてほしいテレビゲーム屋さんは、年末は他の月と比べて売上が 3 倍ぐらい違います。今の秋葉原もそうですけど。12 月の売上って、他の月と比べて 3 倍ぐらい違う。スーパ

ーファミコンもテレビコマーシャルで、今度新しく『スーパードンキーコング』が出ますよとか、マリオが出ますよヨッシーが出ますよって、子供がクリスマスに欲しいってなって、11月ぐらいに発売なんで11月の頭ぐらいにテレビCM どんどん打っていくんですよ。クリスマスだから、みんなサンタさんをお願いするんですよ。世の中のサンタクロースさんは、みんなテレビゲーム屋さんを駆けずり回って、ネットもまだなかった時代だから、電話して「ありますか？ ありますか？」って。でも、ないんですよ。「ありません」ってお客様に言うのも辛いので、こちらもがんばって仕入れるんですけど、そういう所の足元を見てくる問屋さんもいるんですよ。10,000円位する商品が、仕入れ値が98%位とか。10,000円で98%だと9,800円の仕入れですからね。

Q：それじゃあ、粗利がたったの200円しかない。

西崎：粗利200円だと思いますよね？ 違うんですよ、消費税の3%が入っていませんからね。

Q：ああ、確かにそうですね。

西崎：10,000円の商品仕入れるのに、定価超えて仕入れてる。で、お客様には定価で売るしかないんですよ。それでも、定価で売ったお客様から、「お前らは、お店の外に『2割、3割引します』って書いてあるのに、こんな時だけ定価で売りやがって、お前の店ぼったくってる」って、文句を言われるんですからね。

Q：もともとその店は、ずっと定価売りだったんですか？

西崎：違います。やはり、2割か3割を引いてますね。

Q：元々、そのお店はずっと定価販売だったんですか。

西崎：はい、プレイステーションは。

Q：PSはそうですね。多分、ソニー縛りで値引きができなくて。

西崎：独占禁止法か何かが、その後に入りますけれども。

Q：確か、公取委から排除勧告を受けたんですよ。

西岡：そうですね。プレイステーションは、中古販売をしないでねとか、フライング販売をしないでねとか。

Q：その影響のことも聞きたいなと思います。プレイステーションになって、中古販売に対する規制と

か、それ自体が後になってかなり議論になったりしましたけれども。そういう状況に対してはどういうふう感じていたとか、経験というか、お話をいただいてもいいですか。

西崎：当時、一番有名なのがエニックスさんと上昇さんの裁判。要はカメレオンクラブさんとか、小売店がいっぱい集まった連合と他のメーカーさんとか、結構いろんなところで裁判になって、中古をやるなとかって。

Q：そうですね。有名なのはARTSとCESAがやり合った、中古ソフトの販売訴訟ですよ。

西崎：それは、結構ずいぶん後のことなんですよ。プレイステーションは、初めから中古はダメだよ、減価もやめてね、その代わり5800円だよと。でもまあ、そうしたらお客様も安心して、手に取っていただけるようになるんじゃないかと思うんですけども、値引きはできないって。でも法で縛られているわけじゃないので、だからどういうふうにするかと言うと、ポイントカードのポイントの利率を変えるですとか、後はもう割引券を直接配っちゃうだとか、そういうやり方でお客様にお店を使ってリピートのアピールをしてましたね。

Q：次回来店時にポイント貯めると、ポイント分いくら値引きしますとか、あるいは割引券を提示して次回購入時にこれを使っていただければ、その金額分引きますよとか。

西崎：そうですね。ただ、それを破ったらペナルティがあるよとか、お前の所にはもうプレイステーションの取り扱いはさせません、卸させませんよっていうのはあるんですけども。その代わり、問屋さんとかを通して、発売日の前日に商品をお届けして、発売日の朝には、商品を並べられる状況を我々は提供しますっていうのを、ソニーさんがちゃんとやってくれるんですよ。

ある日ですね、1人のお客様が見えられて、どうしても発売日のゲームを買いたいんですけども、どうしても明日の発売日は仕事の都合で、お店に買いに行きたいけど来れないんです。営業時間に来れないんですと。申し訳ないんですけども、もし入荷してたら売ってくれませんかって、泣きつかれたんです。その時のオーナーが、じゃあかわいそうだし、夜遅く、閉店ギリギリにかけ込まれたから、じゃあわかりましたって。売ってあげますよって。その人だけ特別に1本、発売日の前日にゲームを売ってあげたことがあるんですよ。

Q：今で言うところのフラゲをやったと。

西崎：フライングかどうかって、当時は曖昧でしたけれどもね。プレイステーションは、まあその時代から厳しかったですね。

Q：ソニー側から、そういう申し入れというか、通達があったんですか。

西崎：ソニーからはあったと思います、確か。あったかどうか、それを僕は直接見たわけじゃないんです

けれども、そのお客様のレシートをですね、そのお客様は実は近くにできた新しいテレビゲーム屋さんのライバル店さんでして、そのレシートをソニーさんに送り付けられてたんです。で、帰ってきて「お宅のお店、フライング販売したでしょ？ 証拠あります」って言うからですね、テレビゲームが前日に届かなくなりました、ソニーさんから。発売日に、「ゲームください」ってお客様が来るんですけど、お客様申し訳ございませんまだ届いておりませんって言って、「え、何この店？」って、お客様にも逃げられました。

Q：それは、他の店もそうだったんですか？

西崎：他店様はどうだったんですかね。もしやったら、まあペナルティでしょうね。それからずっと入荷は発売日の当日になって、それまでは前日に届いていたんです。それから、「お前の店はフライングするから」って言って、当日まで届きませんでした。周りもいろいろなゲーム屋さんがあるんですけど、直営店とかは、ソニーさんのあれがあるので中古はしてないんですけど、フランチャイズや個人経営の店、まあチェーン店でもそうなんですけど、完全に個人経営のお店は、プレイステーションの中古を始めて、その代わりプレイステーションの商品は入荷しないと。プレイステーションもですね、中には、ソニーから直接なんですけれども、直接ソニーから買ったものを、小売店が問屋さんに流すっていうところが出てきて。それも本当は禁止されてるんですけども。

Q：以前はフライング販売っていうのは、結構一般的に商習慣として行われていたんですか？

西崎：大々的ではないんですが、中にはファミコンの時代は、物によってはフライングしても別に怒られなかった理由は、物流の仕組みで発売日が決まっても、都道府県によって発売している時期が違ったりがあったりしたからなんですよ。ちゃんと流通が発売日に持ってきてないんで。なので、発売日ってあるんですけど曖昧なんですよね。セガのSG-1000の時代なんて、発売月はあるんですけど、発売日って固定したものはあんまりなかったんですよ。

Q：東京よりも、地方では1日とか2日とか遅かったりしますよね。

西崎：でも、逆に早かったりする地域もあったりしたんじゃないですかね？ 秋葉原に行ったら、1日早く売ってたお店もありましたし。

Q：フライングというか、決まった日付と言うことよりは、届いたら売ってたみたいな、そういう状況だったんですか？

西崎：スーパーファミコンからは、やっぱりちゃんとしてました。意外と適当なのはファミコンまでで。スーパーファミコンからは発売日はちゃんとしてましたね。中にはフライングで、仲が良い店員さんだったら売ってくれるみたいな、そういうお店もありました。『週刊少年ジャンプ』を1日早く売ってくれるような、そんな感じです。プレイステーションになってからはもうガチガチです。

Q：ちなみに、電話やお店に来たお客さんに対して、ノートか何かに連絡先を書いて、発売前のソフトの予約販売とかもやっていたんですか？

西崎：会員証のシステムがあったので、それで予約を受け付けてましたね。

Q：なるほど。

西崎：いつから予約開始なのかという決まりは特になくて、『ファミコン通信』に載ってるものだったら、もうなんでも予約を受けてたので。発売が3年延期になったソフトとかも予約があって、お客様が3年ぶりに来たこともありましたね。あと、発売中止になったゲームもありましたね。

Q：そういうやり方でも大丈夫だったんですか。なるほど。

西崎：「本当にこのゲーム出るのかな？」っていうのをお客様が予約をしたりとか。

Q：客が予約ソフトを取りに来なくて、在庫になって損したとかいうケースはありましたか？

西崎：個人経営の店なので、1つのソフトに何本も集中して予約が入るっていうのは、大型のソフトしかないのです。

Q：『ドラクエ』とか『FF』とかじゃないと、たくさん予約が入らないと。

西崎：はい。AAAタイトルとかじゃない限りは。そんなに予約は集まらないです。

## デジキューブの登場以降のゲームショップ、コンビニ流通・経営の変化

Q：なるほど。それから、プレイステーション時代はデジキューブがありましたよね？ コンビニでもゲームソフトが売られるようになって、結構そこに注目されていた時期がありましたけれども、そうなるとうゲーム専門の小売店からしたら、同じ値段でどこでも手に入るっていう状況になったのは結構厳しかったんですか。

西崎：先ほどもちょっとだけお話ししたんですけれども、僕はファミリーマートというコンビニにもいまして。そのファミリーマートは直営店だったんですよね。だからこそ、接客だとかも教えてもらえたんですけども、そこにもやっぱりデジキューブがありまして。デジキューブは言ってしまうと、デジキューブさんが完全に仕切っているのです、お店は仕入れをまったくしないんですよね。勝手に商品が届いて、勝手に商品を売って、「一定期間たったら返してください」って勝手に言われるので、店員さんはテレビゲームについては、他の商品みたいに自分たちで発注はしません。

深夜に、野菜とかヨーグルトとかと一緒に、テレビゲームが届くっていう感じです。なので、楽っちゃ楽なんですけれども。デジキューブって、言ってしまうとスクウェアが陣頭指揮を執っていて。特に、『ファイナルファンタジーVII』の時に、デジキューブはコンビニで買ってくださいよって言うCMを、デジキューブが仕切ってた。あんまりこちらとしては、テレビゲーム屋さんは、「ください、仕入れたいから何本ください」って言っても、発注どおりの数が届かないことがざらにありました。別に、これはデジキューブに関してのことではないのですが。

Q：あとは、プレイステーション時代のことで言うと中古の販売については、まあSCEがストップしてたっていうのがあると聞いているんですけど、実態としてPSのもう中古取引っていうのはあったんですか？

西崎：中古をやった途端に、新品がもうまったく取り扱えなくなりました。

Q：そこは、さっきのペナルティみたいなことで。じゃあもう、新品を売りたいかったら中古は扱えないと。

西崎：この後、僕が秋葉原で勤めることになるのある会社では、新品も中古もやってたんですけども、中古やるためにですね、中古の販売だけを別会社にしまして、会社を分社化するっていう。

Q：それで、SCEも対応してくれるんですね。

西崎：対応してくれるというか、大見得切って分社化しますと言っているわけではないので。

Q：そんなこと、向こうは全然知らないよっていう。すぐわかりそうなもんですけど、でもやり方としては上手ですよ。

西崎：その当時、お店にいらっしゃってたお客様は、もうみんなわかってたと思いますよ。営業時間も同じ、お店のデザインも同じ、使ってる備品も同じ、エプロンも色違い、棚も同じ色を使ってるし、値段のつけ方も同じ、でも店名だけが違うなこの店っていう。

Q：そういう方弁というか、そのものとして分社化してたんですか。

西崎：お客様からしたら、単純に「新品のお店と、中古の二号店があるのかな？」っていうふうにしかなってないと思うんですけども。その時は、会社は完全に分かれちゃっているので、お客様から聞かれても、その時は「いや、別のお店ですよ、会社も違いますし」ってきっぱり言ってましたけどね。

Q：公正取引委員会が、SCEに入ったのが98年くらいみたいなんですけど、その前後で状況はかなり変わったんですか？

西崎：その間、ずっとつまりその4年間は、まあ小売店にいる僕らからしたら、「今更？ やっと？」っていうふうには思っていました。

Q：3、4年ぐらいはずっとその状況で、結構厳しい状況だった？

西崎：そうですね、でもそれこそ厳しいとみるか、言い方はあれですけど、ちゃんと新品をやっているお店としては、値段が高い、どんなに人気のソフトでもちゃんと商品を発注したら届くし、70%とか75%って言う掛け率で売れるので。あの時は、発売日が木曜日だったんですよね。当時はテレビゲームの発売日って金曜日だったんですけど。

Q：途中から木曜日に変わりましたよね。

西崎：昔は週末に合わせて金曜日だったんですけども、木曜日になったんですよ。ソニーさんが始めたことで、木曜日の発売日で「品切れになりました、発注しましょう」ってなったら、週末の土曜日、日曜日には間に合うだろうっていうことで木曜日になり始めたんですよ。そういう文化ができた頃だったので、言い換えればソニーさんの約束事を守っているお店は、ちゃんとやれてたんですよね。

Q：むしろ、そっちの方が回っている側面もあると。

西崎：マーケティング的には。デジキューブができたからっていうふうに言ってますけど、デジキューブはデジキューブでしか扱っていないソフトがありますし、デジキューブで扱ってるソフトって、例えばコンビニだと定価なんですよ。でも、うちだとポイントカードシステムがあるし。ただ、デジキューブって朝7時から発売なので、ちょっとずるいなあっていうのがありました。

Q：ああ、そうでしたね。レジでの引き換えが朝7時からって、予約のレシートに書いてありましたよね。ゲーム屋さんの場合、開店時間は普通は何時からですか？

西崎：だいたい10時ですね。9時からってところもありますが。以前にある人から聞いたのですが、「あ、うちも7時に開けてみるか」って思い付いたら、7時にパソコンの電源を入れてもPOSシステムに、まだ誰も出社していないので本部のサーバーにアクセスできなくて、だからレジが打てないので、やっぱ7時じゃ無理だってなりました。普通に手打ちのやつで、「5,980円ね」って、おばちゃんがカチャカチャ打つようなレジだったらいいんですけどもね。

Q：ちなみに、94年から90年代後半はどういうことをなさっていたのですか？

西崎：94年から5年間はずっと「桃太郎」です。

Q：じゃあ90年代後半までずっと「桃太郎」なんですね。途中、ファミマとかぶっている期間もあるっ

て、以前にお会いした際におっしゃっていましたが。

西崎：そうです。「桃太郎」に入った1年後からファミリーマートを始めて、5年ほど勤めていました。

## ソニー流通の普及による、中古ソフトの取り扱いと問屋への影響

Q：なるほど。かぶっているんですね。わかりました。でもそのお話を聞くと、スーパーファミ時代までは、90年代に入るまでは、中古を回すのが一番利益率がいいし、そこにメインをおいてたと思うんですけど、それがプレステ以降の時代になって、新品販売が主なビジネスになるっていうようなお話だったと思うんですけど。かなり根本的な、ある種の転換があったように聞こえるんですけども。

西崎：プレイステーションの中古を僕はやってたので、メインは中古でした。

Q：なるほど。じゃあ新品が入ってこなかった？

西崎：プレイステーション以外は入ってきてます。だから、それはスーパーファミコンの時とずっと同じで、だいたいがニンテンドウ64になってもセガサターンになっても、結局プレイステーションだけはソニーの流通なので、それ以外はやっぱり問屋流通なので、ずっとそれは何も変わらないです。

Q：プレステだけ新品は扱っていないけど、他は全部中古も扱っていると。

西崎：『FFVII』の時までは、プレイステーションの中古をずっとやっていっていませんでしたが、その頃から店長が方針を変えて中古も取り扱うようになりました。

Q：プレイステーションの新品を扱うって言うことは、中古が扱えないってことじゃないですか。

西崎：直営店はそうです。「桃太郎」さんも、直営店舗は、やっぱり中古はできない、メーカー直なので。

Q：フランチャイズでも、ソニーが卸すところと卸さないところがあるってということですか？ その、直営だったりそうじゃなかったり。

西崎：直営は間違いなく新品しかやっていません。フランチャイズは、その店長の意向次第なので。なので、中古を取り扱うようになってので、以後PS用ソフトの新品は入荷ができなくなりました。

Q：ちなみに、儲けの話で言うと、当時のPSソフトには『the Best』シリーズがあったじゃないですか。一度ヒットしたソフトが、ちょっと後になって低価格で再販されたりして。後は、最初から安い『SIMPLE』シリーズとかも出てくるじゃないですか。こういうのって、お店は儲かるものなんですか？

西崎：あれもプレイステーションだったら、基本的に掛け率は75%とかなので。

Q：じゃあ、利幅は変わらないんですね。

西崎：変わらないです。

Q：値段は安いけど、別に取り扱う分には悪くない？

西崎：でも、わざわざこれ現に、今の廉価版と違って、ちゃんと廉価版は廉価版でちゃんとプレスし直してくれるんですよ、ソニーさんは。廉価版っていうシリーズは、スーパーファミコンも後期にもあったんですけども、2,800円はやっぱり魅力的なんですよ。プレイステーションのゲームは常に定価だと言って中で、それがポンと置いてあるとやっぱり手に取りやすいので。

『SIMPLE』シリーズの1500円っていうのもそれを狙って、発売はディースリー・パブリッシャーさんですね。1,000円、1500円という、メーカーが低価格帯路線の、どうせプレイステーションは値下げ販売ができないんだから、はじめから低価格のものをうちが出そうって。オセロだ、麻雀だって、最初はそういう定番のものなんですけれども。これ以降は、あくまで廉価版ではないんですけども、昔作ったものを『SIMPLE』シリーズだとか、1,500円シリーズだとか言って、そういうのを打ち出してきてやるようになってましたね。

Q：ちなみに、そのソフトの掛け率と言うのは？ 仕入れの割合っていうのは、PSの時代とそれ以前の時代とでは違いますか？

西崎：違います。PSの時代って言いますか、PSが違います。

Q：PSのほうが、掛け率がいいって言うことですか？

西崎：そうですね。ソニーから直接もらえるので。

Q：間に問屋が入らないから。

西崎：とは言っても、間に本部が入ってるんですけどもね。「桃太郎」だったら、ランシステムが間に入ってた。ただ、ソニーさんがちゃんと直接届けてくれる。ソニーさんが届けるといえるか、宅配便で届くんですけども。

Q：発送元がソニーということですね。

西崎：ソニー製品は、ソニー流通以外には卸せないことになっているので。ソニー以外のものについては、問屋さんだと、さくら堂さんとかそういう問屋さんがあったんですけども、プレイステーションが

やれないおかげで、その時代には問屋さんがガンガン潰れてます。

Q：そうだったんですね。

西崎：今でも残っているのは、ゲーム以外の商品を仕入れたりとか、自分のところで商品・コンテンツを作る場所、さっき言ったさくら堂さんというのは問屋さんだったんですけども、DVD プレイヤーズゲーム、パソコンのアダルトゲームとかを DVD プレイヤーでも遊べるようにしようっていうものを開発していたところですね。本当に、その頃に問屋さんがガンガン潰れました。

Q：じゃあ、卸売りの役割だけを果たしているような会社はもう無理になったと。

西崎：今でも生き残っているところはありますけどね。

Q：今も残っている問屋はどれくらいあるんですか？

西崎：ほとんど残っていないですね。ゲームショウのビジネスデイに行っても、小売りの業者の人は全然見かけなくなりました。ソニーは、プレイステーションの時代からは自社流通ですけども、今は任天堂だけじゃないですか、問屋を通してのって。Xbox のマイクロソフトはハピネットだし、コナミも自社流通、セガも自社流通、今はスクウェア・エニックスも自社流通ですし、他のテレビゲーム会社も、そういう大きなメーカーの流通で売らなくなったので、今はテレビゲームはほとんど自社流通。

Q：自社っていうのは、パブリッシャーですか？ それともプラットフォーマーですか？

西崎：パブリッシャーですね。プラットフォーマーがパブリッシャーも兼ねてしている場合もあります。

Q：例えば、日本ファルコム『閃の軌跡』シリーズは、コナミの流通を使っていますよね。

西崎：つまり、いろんな大きな会社が、自分のところで流通を始めたんですよ。ハドソンはコナミの傘下だったので、コナミの流通を使う。なんでそうなるかというと、メーカーさんごとに利率・掛け率が違うので。もちろん、ソニーさんは自分のところは自分の、プレイステーションのものは全部請け負う。だから今、問屋さんというのが一番なくなっている。そのおかげで、町のテレビゲーム屋さんもうない。

Q：ここはひとつの大きなポイントですね。その問屋が、プレステがはやったところで消えてくっという。その後は、ちょっと出遅れてニンテンドウ 64 が出てきますけれども、任天堂はまだ ROM カセットを頑なに続けてきて、当時は初心会がまだあったと思うんですけども。

西崎：そうですね。初心会は 1997 年までありましたね。

Q：そのパワーを持ってしても問屋が減ってきていると。ニンテンドー64 がそもそも負けたっていうのもあると思うんですけども。

西崎：そうですね。『ポケットモンスター』が出てくるまでは。

Q：ああ、ゲームボーイですけどもね。発売は1996年でしたかね。

西崎：『ポケモン』が出てくるまでは、問屋さんはもうかわいそうと言うか。だから、ずっとスーパーファミコン押しですよ、問屋さんとしては。その時はプレイステーションがあっても。あと、その当時はセガとかSNKとかも自社流通はしてないので、問屋さんを通すしか方法がなかった。言い方を変えると、ソニーさんだけが特別だったんですよ。

Q：確か、元々SMEで持っていた流通チャネルを利用してたんですよ。ちなみに、NECはどういう流通の仕方をしていたんですか。

西崎：PCエンジンは、普通に問屋さんで仕入れられましたが、ゲーム以外の流通もあったようです。NECの流通って、パソコンと一緒にPCエンジンも流れてくるので。家電屋さんなので、「パソコンを何台仕入れてくれたら、おまけにPCエンジン何台つけますよ」よみみたいな、そういうことを、NECと問屋さんでそういうやりとりがあったそうです。

Q：ソニーが7掛けとか、7割5分とか、そういう話をしていましたけれども、スーパーファミの頃は8割とか、場合によっては9割とかになってしまう？

西崎：そうですね。二次問屋とか、三次問屋ってなると。

Q：じゃあそれだと、新品のビジネスは、小売店にとって旨味はあんまりないですよ。

西崎：おいしくないですよ。ええ、ないです。なので、スーパーファミコン本体1台のコードを1本売ったほうがいいです。新品だけだと、世の中の町のテレビゲーム屋さんは、多分もう一瞬で暮らしていけなくなると思います。プレイステーションはそういう意味では、7掛けとか7割5分とか決まった数字だったので。

Q：新品でも、それなりのビジネスになっていた。

西崎：そうです、それなりにちゃんとやっていただけだったので。

Q：それって、さっき町のテレビゲーム屋さんがなくなったって言う話とちょっと矛盾している気がする

るんですけれども。そういう、ソニーみたいな会社が出てきたから、小売店の営業とか経営が守られた気がするのに、問屋がなくなったから、ゲーム屋さんがなくなったっていうのは変じゃないですか？ むしろ、ソニーみたいな会社が出てきたほうが、ゲーム屋さんとしては経営が成り立ちやすいのでは？

西崎：でもそれは、75%で卸してきたものに、25%の利益があるって言うんですけれども、その25%の利益っていうのは、定価販売の場合なんです。さっき言った独占禁止法で、ソニーさんのところにばって降りてきたものが、定価販売も中古販売も全部崩れたとなったら、25%しか利益がないので、2割引きとかしてみなさん売りますよね。だから、定価販売も崩れる。でも、仕入れ値は変わらない。

Q：じゃあ、もっと厳しくなっちゃう？

西崎：さらに厳しくなりますね。

Q：逆に言うと、その公取委が入ったことで、中古を取り扱ったらペナルティっていうのはなくなったんですか？

西崎：その時はもう、僕は完全に中古専門店にいたので、どうだったかっていうのはわかりません。

Q：専門店というものがあるということは、やっぱりペナルティみたいなものに該当することがあったっていうことですか？

西崎：あったからこそ、最初のほうに言ったお店を分社化したほうの、新品の専門と中古の専門のほうは中古の専門で。まあ、たまたま秋葉原でそこでは、いつでしたっけね。僕は平成12年の11月に入って、8年3ヶ月過ごしたんですけれども・

Q：その中古専門店に入ったのが、ちょうど2000年ですかね。

西崎：そうでしたかね。ファミリーマートにもいて、そこをさくっと辞めまして。まあ、5年ぐらいいましたけども。で、中古の専門店に行ったんで、新品のところの部分は、正直言うと2000年以降はそんなに詳しくはないです。

Q：あと、ちょっとすいません。話が戻りますけれども、前も聞きましたけれども、ファミマ時代、デジキューブ流通で来た、卸されてきたゲームソフトの返品は確かオーケーだったって言う話があったと思うんですけれども。それは間違いないですか？

西崎：はい、間違いないです。

Q：ただ、こっちが返品するっていうわけでもないですね。向こうから発注を考えて卸してくる、運んで

くるっていう感じで。

西崎：届くのも向こうが勝手に送りつけてくる、「返して」という連絡も、向こうが勝手に言ってくる。良い意味で、全然テレビゲームにお店の人は仕入れも発注も何にも携わらないです。ただ来たものを売るだけ、それだけなんですけど、ある一定の期間が経ったので、「そろそろこれは返品してください」と言ってくる。こっちから、「全然売れないから返品したいんだけど」という理由で返品できるわけではないです。ですので、返品したくないものについては、別に返品をしなけば、ずっとお店で売れるんではないんですけど、「返品してください」というタイミングは、例えば「次の夕方にお弁当が届くので、その弁当の便の人に返してくださいね」というように連絡するんですよ。

でも、それで問題が一度あって。昔うちのファミリーマートにいたアルバイトに、夕方 5 時頃に社員さんが来て、「あれ？ 今回の便で『ファイナルファンタジーVII』、さっきの 2 時間前の便で返品しなきゃいけないのに、なんで返してないの？」って言うんですけども。でも、返品用の伝票には『FINAL FANTASY VII』ってアルファベットで書いてあるんですよ。それで、おばちゃんが「ごめんね、おばちゃんは英語が読めないのよ」と言っていて、英語で書いてあるのが分わかんない。『セブン (VII)』の表記だってローマ数字じゃないですか。「もう奥さん、おばちゃんこれ返してっていったじゃないの」と言っても、おばちゃんは、「わかんないよ、これ CD とかそんなのを返すのが」とか言って。

おかげで、それはお店が個人で買い取りですからね。『ファイナルファンタジーVII』は (笑)。で、返してくださいってそういうのもあったりだとか。だから、本当にわかんないものは、おばちゃんとかわかんないですし、レジにカードを持ってきても、「何これ、何なんなの？」って言って、後ろのフライドポテトとか揚げてる下の棚をがちゃって開けて。それで、ピッとレジに通していくらですってやるんですけど。まあ、おばちゃんはちょっとかわいそうでしたね。そういう意味では。

Q：コンビニにとっては、主体性はもうほとんどないんですね。

西崎：コンビニがいくら利益を取ってたかは知らないです。ごめんなさい、わかんないです。

Q：もう単純に、コンビニの店頭は販売委託でもらってるだけで、場所貸してるってということですよね。ただ、フランチャイズとかの契約の問題だけってということですかね。

西崎：置けっていう義務ですからね。しかも、僕がいたのは直営店だったので、多分あそこにいる社員さんですらわかってないんじゃないですかね。店長ですらわかんないと思います。逆に、フランチャイズにいた方のほうが、もしかしたら知ってるかもしれませんけど。

Q：セブンイレブンに、セブン銀行の ATM を置いてるだけぐらいの話かもしれないですね。

西崎：電気料金とかも、お店に払いに来ますけども、あれゼロ円ですからね。1 円も儲けてないですね。

Q：まあ、お店に来てくれる機会が増えるかもしれないという、それぐらいのものですかね。

西崎：毎月、必ず公共料金の請求書を 20 枚くらい持って来て、ピッてレジで払う人がいて、その人のおかげでレジにがーって並ばれて、そのせいで何も買わずに帰られるとがっかりしますけどね。ま、そういう感じでしょうね。

## PC ゲームの販売・流通事情

Q：ちなみに、PC ゲームの流通ってというのは、やっぱり家庭用とは全然違いますか？

西崎：僕はやったことないです。中古の時は PC ゲームやってましたけども。申し訳ないです。

Q：家庭用がメイン、専業だったというか。

西崎：そうですね。秋葉原にいた時は、もちろん中古の PC ソフトの仕入れはやっていましたけど。ただ、PC の担当から聞いたところによると、利益は結構あったそうです。利幅がすごい。定価が同じ 8,800 円のソフトがあったとしても、仕入れ値はすごい安い。おかげで、例えば美少女ゲームって言われてるそういうジャンル、男性向けのアドベンチャーゲームですね、成人向けの。ああいうものは、ショップはオリジナルで豪華な特典をつけたりだとか、そういうのをしていたそうなので、それを定価で売ってもすごい利益を上げるんです。

それを逆手にとるメーカーもあって、8,800 円っていう定価をつけておいて、発売日なのにお店で 5,980 円とかで売ってるんですよ。発売日からもう安いですよっていつてるのは、それだけそのメーカーさんが、すごいわざわざ安く仕入れを卸して、こういう定価のものをこの金額で卸すので、「ぜひたくさん売ってください」っていうんですよ。「安く大量に販売してください」っていう面白い戦略を打つメーカーもあったり。PC については、申し訳ないです、そんなにわかんないです。

Q：当時は、人気ソフトの発売日に行列ができて社会現象になることがありましたけれど、それに関する体験とかは何かありますか？

西崎：さっきの続きじゃないですけど、秋葉原でまだ深夜販売をやっていた時に、分社化した前の会社から聞いたのは、1 平方メートルあたりの売上高が日本一だったそうです。詳しい数字についてはわかりませんが、売場面積の 1 平方メートルあたりで、日本一だって聞きました。まあ、そうですね、深夜販売とかでは。

Q：深夜販売って具体的になんですか？

西崎：ゲームだと、発売日の夜中 0 時ぴったりに発売することがあるんですよ。

Q：日付変わった瞬間ですよ。

西崎：わかりやすい例だと、Windows95 の OS の発売日とか。ゲームではそんなになんていっていいんですけども、ゲームの深夜販売だと 0 時ぴったりにってなって、それ成人向けのソフトだからだっさりするんですけど。

Q：木曜日の夜とか。金曜日の夜とか。

西崎：そうです。テレビゲームだと基本的に深夜販売はないんですけども、行列っていうと、一番多かったなと感じてるのは、プレイステーション 2 本体の発売日ですね。平成 12 年 3 月 4 日ですかね。

Q：ジャスト 2000 年の発売でしたね。

西崎：すごかったですね。ちなみに、その時僕は普通にコンビニに行ってまして、午前 7 時にコンビニに入荷することを知ってたので。レジでプレイステーション 2 の本体をコンビニで買いました。それで、7 時 5 分には家にいました。大変だ、みんな並んでるよーとかって指を差して見てました。

Q：店員として、行列をマネージしたとかってというのはあんまりなかった？

西崎：中古専門店なので、ないんです。ひとつ面白かったのが、成人向けのソフトが出て深夜販売をやった時に、中古屋さんなので新品を入荷してないので、深夜に買い取りをしてみようかって言ったんです。みなさんが深夜にゲーム屋さんにわーって並ぶってというのは、0 時ぴったりにゲームが欲しいのは欲しいんですけど、一人のお客さんが複数店舗で同じゲームを何個も買うんですよ。その理由が、そこのお店でこのゲームを買ったら、今ならこれがついてくるっていうお店独自のオリジナルのブランドの特典があるんですよ。店舗ごとに全部違う、独自の特典がついてくるので、1 人で 2 個 3 個 4 個とどんどん買っちゃうんですよ。

なので、試しにぼっとその時にいたパソコン担当の上司に、「深夜販売してるんだったら、深夜に買取もしてみようか」って言って。隣で売ってるお店屋さん、全然違う会社の人ですよ。全然違う会社のお店のゲーム屋さんが、カウントダウンで「3、2、1、0、わー発売日になりました、いらっしやいませってやってるんですけど、その買った人が、そのままうちに並んできて買い取りをするっていう。うちで売ってもらった後も、そのお客様はまた別のお店に買いに行くので。

Q：AKB48 の CD みたいな？

西崎：そうですね。AKB48 の CD とか、ああいうのも似たようなもので。あれは初めからオフィシャル特典が中に入っているんですけどもね。当時もありましたよ、ゲームを 1 本買うと中にテレホンカードが入っているものとかが。

Q：フィギュアとかがついてるのもありましたね。

西崎：しかも、それがランダムで12種類中のうち1種類が入ってますよってなると、全部集めたい人はどんどん買って中身を抜くんですよ。それで売りに来るっていう。そういう秋葉原らしいこともありました。

Q：ちなみに、ついてる特典というのは、ゲーム屋さんによって違うっていうことですか？

西崎：そうですね。ゲーム屋さんを作る特典だと店によって違うんですけども、メーカーが作る特典だと、例えば初回限定版とか、初回封入特典付とかがあって、だいたい全部同じようなものがついてくるので、それは1本だけ買えばいいんです。ですが、お店がオリジナルで独自ブランド、メーカーとお店がタグを組んで作るとなると、当時一番多かったのはテレホンカードとか、そういうものです。テレホンカードは、コレクター性があるアイテムのひとつだったので。

テレホンカードとかが5、6種類、全部違う柄がお店にあったら、5本も6本も買わないといけないの。別に義務でもなんでもないんですけど。5本も6本もゲームを買ったら、じゃあ4本は売ろうかなということ、発売日から商品が、封が空いていないゲームが並んでいるっていうことが多々ありました。

Q：それはPC用だけですか？ 家庭用でも同じでしたか？

西崎：どちらもですね。でもPCゲームのほうが多かったです。

Q：PCゲームのほうがメインの文化っていう感じですか？

西崎：そうですね。

Q：デジキューブもおまけをつけてましたよね。『FFIX』のときに、コンビニで予約するとビビのぬいぐるみが特典でついてくるっていう。

西崎：あれは、スクウェアが自分の会社、というかデジキューブで作って売ってるものですね。テレビゲームの場合は利幅が薄いので。

Q：そうか。お店で余計なもの作っちゃうと儲けがなくなるから。メーカーさんと店舗が共同で企画するっていう特典が、系列店とかだと絶対ありますよね、4つか5つくらい。そういう担当者みたいな人がいて、そういう人たちがやってるっていうことですかね。

西崎：それを一番最初にやり始めたのが、メッセサンオーらしいですけどね。

Q：メッセサンオーは限定みたいなイメージ、確かにありますね。

西崎：今ではそういうのは利幅が薄いので、テレビゲームではなかなかないんですが、最近はメーカー小売希望価格を超えて、わざと特典を作るっていうお店も最近はあります。その代わりに豪華にしようっていう。

Q：僕らでゲームソフトのデータベースを作っていると、よくわからないバージョンがたくさん出ていて。「何とかかんとか同梱版」とか、同じソフトだけど違うバージョンとかがあって。

西崎：アイディアファクトリーさんが作る乙女ゲームのタイトルなんて、アニメイトさんで特典ついてとか、ステラワースさんでも特典がついてとか。アニメイトさんのだけでも、特典バージョンA、特典バージョンB、特典バージョンCとかがあって、さらにそのABセット、BCセット、ABCセットがあって、そのほかにも、ステラワースさんがまた何とかがっていう特典がついたりして。

Q：アマゾンだけでも、5種類ぐらいあったりもしますよね。で、そのファンがいるんですよね、固定客みたいなのが。PCゲームで昔あったのが、PCゲームを買って、大阪だけなのかもしれないけれど、1週間以内なら高く買ってくれるみたいな店がありましたよね。

西崎：そういうのは、ファミコンの時代にはよくあったんですよね。あと、ソフマップさんなんかは、昔はどちらかというとレンタル業務をやられてたので。当時の秋葉原をよく知ってる人に聞いたんですが、ソフマップさんが大阪から秋葉原にやって来るってなった時に、反対する人が結構いたそうですね。「ソフマップさんが来たら、家電のお店がパソコン屋さんになっちゃうよ、秋葉原が」っていうように思うような人もいたらしいです。今思えば、普通にソフマップさんが14店舗も15店舗も秋葉原にあるわけですけども。