

F 「フィッシュライフ」を開発したセガ未来開発研究部とは

G 開発された「フィッシュライフ」は、セガのゲームノウハウを生かした新事業展開の一例として、注目されている。開発された「フィッシュライフ」は、セガのゲームノウハウを生かした新事業展開の一例として、注目されている。開発された「フィッシュライフ」は、セガのゲームノウハウを生かした新事業展開の一例として、注目されている。



■特殊のある魚をレクチャーした「ベークタエエピソード」EPISODE1、EPISODE2、は「コップアや」魚、EPISODE3、は「ピラニアやタコ」など「下は魚を採ったところ」



回転寿司のオーダー「フィッシュライフ」が応用
「単に製品を企画・開発するだけではなく、それを発展させていくも私たちの仕事」

「フィッシュライフ」もインテリアからビジネスツールへと進化させているという。9月に、大阪の回転寿司チェーンの客席に、「フィッシュライフ」を応用したオーダーパネルが導入された。こちらは、エンタメという文字に囲まれる、ヒラメが躍動しているような仕組みた。

また、魚以外に虫や鳥、車などのコンテンツも開発する予定。遊びながら具体的に学習できる「図鑑」のようなものという。私個人としては、2年間に子供が生まれてから、子供たちのために学習を企画したいという気持ちが高まりました。購入価格を安くするの、ほのぼのとしたものを作って、それを先上げに上げるのが夢なんです。



B 株式会社セガ 未来開発研究部 企画 山下賢哉さん

A セガを背負って立つ商品は未来開発研究部から！遊べて学べるCGインテリアが多方面に侵食中。

世界初の“遊べるインテリア”として、セガが開発した「フィッシュライフ」。それがインテリアの枠を超え、ビジネスツールへ、また昆虫、鳥類ヴァージョンへと大きく発展しようとしている。

D スタッフ全員で魚の種類から生態まで懸命に研究
「ブームを先取りするような製品を開発したいですね。もっと言えば、セガを背負って立つような強力商品をうちの部で作りたい」と言うのは、セガ未来開発研究部で企画を担当する山下賢哉さん。

「この製品の元になったのは、7年に京都府のジョイポリス用に作った巨大なCG水族館の面に設置するリアクションが起つてくる楽しさに加え、技術面でも高い評価を得たので、小物化して一般に親しめたんです」
「魚は水の中で泳ぐ魚は、すべて実在のものがモデル。あくまでリアルを追求しながら、そのどの程度エンターテインメント性を盛り込むかのバランスに苦心していました」
「リアルさだけでは物足りないのでは、いろいろう遊び要素を取り入れました。タッチパネルモニターを採用し、魚などのコミュニケーションがとれる、というのがいちばんのウリです。水辺を歩く、子供が魚を集めて餌付けをできたり、指で自由に絵を描けたりするんです。また、水中の魚など本物の海や水族館ではめったに見られない珍しいシーンを、目の肥えたりできる、その製品のポイント。たとえばハリセンボンがふくらむ場面とか、それを実現するために、スタッフ全員で魚の種類が生産まで徹底的に研究しましたよ。笑」

A セガを背負って立つ商品は未来開発研究部から！遊べて学べるCGインテリアが多方面に侵食中。

B 株式会社セガ 未来開発研究部 企画 山下賢哉さん

C 世界初の“遊べるインテリア”として、セガが開発した「フィッシュライフ」。それがインテリアの枠を超え、ビジネスツールへ、また昆虫、鳥類ヴァージョンへと大きく発展しようとしている。

D スタッフ全員で魚の種類から生態まで懸命に研究
「ブームを先取りするような製品を開発したいですね。もっと言えば、セガを背負って立つような強力商品をうちの部で作りたい」と言うのは、セガ未来開発研究部で企画を担当

している山下賢哉さん。

未来研究開発部は、セガが持つ先端技術を活用して、斬新な商品を生み出す部門。放送局や電機関連会社など他業種からの転職者が目立つセクションでもある。山下さんも、ディスプレイ会社からセガに移ってきた。

「学校では工業デザインを学び、以前の会社では展示会の内容などを手掛けていたので、そのスキルをセガで生かしたいと思って。うちの部門には独自の得意分野を持っている人が多いので、いい刺激になりますよ」

そんな山下さんの所属する未来研究開発部が今、力を注いでいるのは、去年6月に発表された『フィッシュライフ』。モニター内にCGとは思えないほどの美しい魚たちが泳ぎ回る。最近、ホテルのロビーや行院の待合室などで見かける“アレ”だ。

「この製品の元になったのは、'97年に京都のジョイポリス用に作った巨大なCG水族館。画面に接触するとリアクションが返ってくる楽しさに加え、技術面でも高い評価を受けたので、小型化して一般用に製品化したんです」

仮想水族館で泳ぐ魚は、すべて実在のものがモデル。あくまでリアルさを追求しながら、そこにどの程度エンターテインメント性を盛り込むかのバランスに苦心したという。

「リアスさだけでは物足りないので、いろいろな遊び要素も取り入れました。タッチパネルモニターを採用し、魚たちとコミュニケーションがとれる、というのが一番のウリです。水面近くをタッチすると魚が集まって餌付けをできたり、指で自由に絵を描けたりするんです。また、水中の魚たちと本物の海や水族館ではめったに見られない珍しいシーンを、目の当たりにできることもこの製品のポイント。たとえばハリセンボンがふくらむ場面とか。それを実現させるために、スタッフ全員で魚の種類から生体まで懸命に研究しましたよ(笑)」

もちろん、生き物ではないので、“水替え”やエサなどの管理は不要。美しく、簡単で、清潔に、魚たちを鑑賞&コミュニケーションが楽しめる。現在『プレイフル エディション』『アマゾン』『レッドシー』など5種類のソフトウェアを発売中。遊べるインテリアとして、またヒーリング効果も認められて、ホテルやレストラン、病院、図書館などを中心に人気が高まっている。

回転寿司のおオーダーに『フィッシュライフ』が応用

「単に製品を企画・開発するだけではなく、それを発展させていくのも私たちの仕事。『フィッシュライフ』もインテリアからビジネスツールへと、進化させているところです」

2月に、大阪の回転寿司チェーンの客席に、『フィッシュライフ』を応用したオーダーパネルが導入された。例えば、“エンガワ”という文字に触れると、ヒラメが画面に登場するような仕組みだ。

「エンターテインメント性と学習機能を兼ね備えているのが『フィッシュライフ』の大きな特徴です。でも、回転寿司のオーダーパネルでは、水族館にはなかったタコやイカでくるのでCG担当者が苦労していました。軟体動物をリアルに描くのは非常にむずかしいんで

す。でも、クオリティは今もどんどんアップしています。今後課題があるとすれば、製作期間をより短縮して、コストを下げてくださいね」

また魚以外に昆虫や鳥、車などのコンテンツも続々誕生する予定。遊びながら立体的に学習できる図鑑のようなものといえよう。

「私個人としては、2年前に子供が生まれてから、子供たちのためになる製品を企画したいという気持ちが強くなりました。勝ち負けを争うものより、ほのぼのとしたものをつくって、それを売り上げにつなげるのが夢なんです」

E

チームノウハウを生かした新事実展開

F

「フィッシュライフ」を開発したセガ未来開発研究部とは

G

未来開発研究部の前身は、第5AM研究開発部。主にアミューズメントテーマパークのコンセプトデザインや、アトラクションの企画・開発を担当していた部署である。昨年7月の組織再編に伴い、それまで11部門あった研究開発部のうち、9部門はグループ会社として独立し、メカトロ研究開発部と未来研究開発部がセガ本体の研究開発部門として残った。それを機に、従来通りの仕事に加え、セガのイメージを一新するような新しい商品開発に力を入れている。「先端技術を常に磨いて、目先の利益を追うことより、将来会社の軸となる開発をしていくのが私たちの使命。スタッフそれぞれが感性を研ぎ澄まし、新しい技術や流れを貪欲に取り入れています。未来研のスタッフは総勢50名ほど。元々アトラクションを作る部門だったので、大きなメカを作りチームからCGプログラマー、音楽を作る人間まで揃っています。つまり、未来研の中だけでほとんど何でもできてしまうのが強み。チームワークも抜群で、“セガを背負って立つ商品を作ろう”が合言葉です」

H

↑特徴のある魚をセレクションしたベーシックエディション。「EPISODE 1」はアロワナ、ウツボなど、「EPISODE 2」はハコフグや小魚、「EPISODE 3」はピラニアやタコなど（下は絵を描いたところ）