

懐かしのヒット商品(第3回)

「オセロ」を普及させた周到な戦略

2017.01.24

1973年に発売された、黒と白の駒を使ったボードゲームといえば「オセロ」です。発売当初は10年で50万個を販売するという目標でしたが、初年度だけで売り上げは30万個を突破し、3年後には250万個に達しました。今や愛好者は世界70カ国にまで及んでいます。



世には数多くのボードゲームがありますが、なぜここまでの大ヒットになったのでしょうか？

昔からあったゲームを少しだけ変えて大ヒット

オセロには元となるゲームがいくつかあります。例えば、「裏返す」言葉にちなむ「リバーシ」というゲームや、黒と白ではなく、赤と白の駒を用いた「源平碁」などがあります。

オセロの発案者である長谷川五郎氏も、著書で上記のゲームが「源流」と述べています。もともと、駒の色や盤のデザインも一定ではなく、ゲームによってはルールがあいまいだったようです。

ここで長谷川氏はひと工夫します。ボードの目の数を基本8マス×8マスの全64マスとし、中央に対角線式に置いた状態で開始することを、明確にルールとして決めました。ネーミングは「オセロ」とし、駒の色は黒と白、盤面は緑色に統一。オセロの名前は、五郎氏の父親が、シェイクスピアの戯曲「オセロー」から推薦したといえます。

結果的に、オセロは大人気になりました。特に長谷川氏は、女性も気軽に楽しんでいるのを見てヒットすると確信したそうです。実は長谷川氏は、以前に身近な女性に囲碁やチェスのルールを教えようとして「面倒くさい」「難しい」と言われて失敗した経験があったといえます。

「はさむと自分のものになる」というシンプルなルールは、海外でもあっという間に浸透。「ゲーム界のエスペラント(万国共通語)」と呼ばれるほどでした。米国のTIME誌は「チェス以上のゲーム」と評し、チェスチャンピオンとの戦いはBBCで放送されました。

「情熱がないと普及しない」とは… 続きを読む