

新展開

「SEGA」から「GiGO」へ! “新・創業”を掲げてロケブランドを刷新

株式会社 GENDA SEGA Entertainmentは、2022年を新たな創業と位置づけロケブランドの刷新を発表した。新しいロケ名称は「GiGO」。長く親しまれてきた「SEGA」の屋号はなくなるものの、ユーザーや従業員、業界にも馴染みのある名称として生まれ変わる。新ブランドが誕生した経緯と、新生GiGO（ギーゴ）が目指すゲームセンター像について、同社の思いや考えをインタビュー形式でお届けする。

歴史に対するリスペクトを込め、 新たな価値を創造するGiGO

株式会社 GENDA が2020年12月にセガサミーグループの施設事業を引き受け、株式会社 GENDA SEGA Entertainment (以下、GSE) としてロケ運営に乗り出した際、セガブランドは屋号として継承されてきた。約1年が経過して、GSEは2022年を「独立オペレーター」として本格始動する第2期」と位置づけ、ロケブランドを刷新し新たな創業に挑む。新生GiGOにかける想いを、GENDA代表取締役会長兼GSE取締役会長の片岡尚氏、GSE代表取締役社長の上野聖氏に伺った。

GiGO

Get
into the
Gaming
Oasis

新たな創業のキーワード「ゲームのオアシスに飛び込め!」。その英訳の頭文字が新生GiGOの由来

——コロナ禍の厳しい環境で、新たな創業を掲げた狙いは?
片岡 ここ数年のパンデミックで、人々がディスタンスを取らなければならなくなりました。それに呼応するように、昨今のパズワードであるメタバースをはじめ、AI・VR・MRといった非接触で何かをすることが主流になっています。今後も避けては通れないですが、本当に皆がそうなのか?という思いがありました。例えば、先日の高校サッカー選手権では国立競技場で多くの人が試合を楽しんでいました。もっと身近な例では、弊社の健康診断があ

あって全員が顔を合わせたのですが、本当に嬉しそうでした(笑)。今は我慢を強いられています。リアルなコミュニケーションは絶対に必要です。我々GENDAグループは、世界一のエンタメ企業を目指しており、その中でGSEは誰もが渴望するリアルエンターテイメントを担っています。こういう状況だからこそ、GSEの事業を前に進めようと思えました。

上野 「新・創業」というキーワードで、リアルエンターテイメントの中心であるゲームセンターを「継続」「進化」の二方向から改めて創っていきます。「継続」は、長きにわたって構築してきたお客様との関係性を続けること。「進化」は、この時代だからこそ、ゲームセンターを人々の渴望を満たす場所、オアシスにしていくという意味です。

——新たな創業に際して命名された「GiGO」の由来は?
片岡 セガの56年の歴史をリスペクトし、さらに時代がどんなに変わっても人々が求める「オアシス」であり続けるために常に進化していく。それを表すフレーズが「ゲームのオアシスに飛び込め!」Get into the Gaming Oasis」となります。その頭文字を取って「GiGO」です。

上野 過去を捨てて再出発するのではなく、今までやってきたことを積み上げ、さらに進化していきたい。「進化」という言葉を使

ましたが、我々はゲームセンターという場に立ち続けていますので、そこを深掘りする「深化」という意味も込めたいと思います。

——GSE運営となり、ブランド名もいずれ変わると類推していましたが、やはり、親しみを持たれている方が多いので、「GiGO」とされたのですか?
片岡 そうですね。お客様に親しまれている上に、従業員もセガブランドを愛していますから。それを上から塗りつぶすような行為はしたくありませんでした。歴史に対するリスペクトを込めて、この名称を選び直し、かつ新しい意味を付加したのです。

——「SEGA」を外すのは、やはり勇気のある決断でしたか?
片岡 おっしゃる通りです(笑)

上野 とはいえ、いずれはやらなければいけないことです。早いか



株式会社 GENDA 片岡尚会長



昨年9月の池袋 GIGO 最終営業日には多くのファンが訪れた。顧客の思い入れにも応えるために、改めて GIGO のブランド名を選び直した



プロフィール
 (株) GENDA SEGA Entertainment 代表取締役社長
上野 聖 (うへの さとし) 氏

■略歴

- 2000年 (株)セガ・アミューズメント西日本 社長就任
- 2006年 (株)セガ海外事業部にてアジアビジネス事業に従事
- 2015年 (株)セガ エンタテインメント 代表取締役副社長就任
- 2017年 (株)セガ エンタテインメント (現 (株) GENDA SEGA Entertainment) 代表取締役社長就任



遅いかなの問題です。

片岡 昨年、我々にとって非常に象徴的な出来事がありました。9月に GIGO ブランド最後の店である「池袋 GIGO」が閉店したのですが、その際にたくさんのお客様が集まっていただきました。そのマスコミ報道もコロナ禍で人を集めたことに厳しい意見が出るかと思いましたが、応援をいただくような内容が目立ちました。心から嬉しく思いました。上野と二人でどういう屋号にするか協議を重ねて来ましたが、やはり、池袋に集まってくださったお客様思いにお応えし、これまでのスピリッツを受け継ぐには、「GIGO」が最適だという結論に至りました。

——「ハイテクランド」といったセガブランドや、新しく出店され

たプライズ専門の「GOTON」

などもすべて変えるのですか？

上野 すべて「GIGO」に変えていきます。「GOTON」はリアル店舗だけでなく、オンラインクレーンサービスも「GIGO」ブランドに統合していきます。カプセルトイ専門の「GOTON」は、ショッピングショッパ業態なので変更しません。

——屋号を切り替えていく順番やタイムスケジュールは？

片岡 今後一年半ですべて変更する予定です。まずは、昨年10月にオープンした「セガ池袋」から、まだ正式発表はしていませんが、池袋の変更と同時期に都内でオープンする新店も「GIGO」にする予定です。

——ブランド変更にあたり、今後のロケ運営や展開について変えていくことはありますか？

上野 セガの中で「GIGO」は最上位ブランドでした。いろいろな屋号が混在する中で最上位ブランドが、これからは統一ブランドになります。そこには、セガが培ってきた歴史的背景も含まれていまして、今後はさらに飛躍させなければいけません。海外展開にも使うブランドですので、新たな命を吹き込んでいきたいですね。

片岡 以前、自社でロケの利用者調査を実施したのですが、お客様がまた来たいと思われる「再来店意向」のスコアがとてもよかったのです。再来店につながる一番のポイントは、ブランドイメージ等ではなく、店舗体験だと改めて実感しました。お客様に再来店いただく

ために最重要なのは、きちんとしたサービスを提供することであり、それを社内で徹底していきます。

——先日、片岡会長が SNS で、GSE が過去最高収益になる見込みとつぶやかれていましたが、その要因を教えてください。

片岡 ご覧になりましたか(笑)。いくつか要因があり、ひとつは、プライズ事業が伸長したことです。詳細はお話しできませんが、この1年でプライズを発注する中身を変更しており、それが奏効しました。それから、SOCロケで品揃えやレイアウトを顧客層に合わせて変えたこと。イオンむさし村山の店舗が成功して、その事例を他店舗にインストールして成果が上がりました。あとはコストカットによるスリム化です。

——最後に、今回の屋号変更の際の抱負をお聞かせください。

上野 屋号や看板だけではなく、中身も進化していくつもりです。まずは、社内にもその意識を浸透させることが最優先で、それから外部の方にも認識していただければと思います。お客様にはこれまで以上に「GIGO」を愛していただくよう、店舗づくりやオペレーションを進化させていきたいと思っています。

片岡 お客様、お取引先様、従業員と皆に愛されるブランドとして「GIGO」を育てていきます。日本だけでなく世界に通用するブランドに育て、数年後には世界中の誰もが知っているブランドにすることが私たちの夢です。

——ありがとうございました。