

9月30日(水)  
神戸新聞分

日本文化や象徴にも  
登場した、日本が誇る

「スーパーマリオ  
ブラザーズ」  
ポケモン、ファミコン、  
DS等、拳闘の果ては  
日本の公道まで  
走るサービスも!!  
(勿論、公道でゲーム  
のようなことはしませんが)  
これからも、姿を保ち  
ながら多くの変化と  
ともに日本に根付いて  
いくのでしょね。



エディオンなんば本店入口付近に設置された「マリオ(左)や「クッパ(中央)をかたどった大きなレゴブロックの飾り=24日、大阪・ミナミ

任天堂の人気ゲームソフト「スーパーマリオブラザーズ」が誕生から35年を迎えた。シリーズ39作品の世界販売は累計3億7千万本を突破し、主人公のキャラクター「マリオ」は世代を超えて親しまれる存在となった。活動の舞台はゲームの枠を飛び出し、テーマパークやハリウッド映画にと広がりを見せている。

# マリオ

## 愛され35年

### 任天堂、ゲーム販売累計3億7000万本

### ライセンス収入も伸び

9月下旬、大阪・ミナミのエディオンなんば本店に設けられた35周年の特設コーナーには、懐かしそうに足を止める中高年男性客の姿があった。

商品棚にはゲーム機「ニンテンドースイッチ」で遊べる歴代の人気タイトルなどがずらりと並ぶ。「新作が出たら必ず買いに走った世代。親になった今も子どもと楽しめる」と売り場の担当者。大阪府河内長野市から訪れた20代女性会社員は「小さい頃は(携帯型の)ゲームボーイで遊んだ。今も家族みんなでスイッチのマリオを楽しんでいきます」と話す。

初代ソフトは1985年9月に家庭用ゲーム機「ファミリーコンピュータ」向けに発売された。マリオや双子の弟ルイージを操作しながらカメ一族の大魔王「クッパ」を倒し、ゴールを目指す。複雑な操作を必要とせず直感的にプレイできる作りで、子どもから大人まで夢中になった。

その後もスーパーファミコン、Wii(ワイ)といったハード

が発売されるたびにキャラクターを増やすなどマリオの世界は進化を続け、新たなファンを獲得した。ついでに人にもアピールしようとして、マリオを筆頭とするキャラクターのライセンスビジネスを2014年から加速。昨年11月には国内初の直営グッズ販売店「ニンテ

### スーパーマリオブラザーズ35年の歩み



- 1985年 ① 初代「スーパーマリオブラザーズ」発売。販売本数4024万本と記録的な大ヒット
- 2006年 ② 「New スーパーマリオブラザーズ」発売。3080万本を販売
- 17年 ③ 「スーパーマリオ オデッセイ」発売。今年6月末時点で1806万本販売
- 19年 ④ 東京・渋谷に「ニンテンドートウキョウ」出店
- 時期未定 ⑤ マリオの世界を再現した新エリアがUSJにオープン(写真は今年1月の記者会見)
- 22年予定 ⑥ マリオのアニメ映画公開

(写真①～⑤は任天堂提供)

が実現することに挑戦している」と胸を張る。

さらに、任天堂はゲーム機を持っていない人にもアピールしようとして、マリオを筆頭とするキャラクターのライセンスビジネスを2014年から加速。昨年11月には国内初の直営グッズ販売店「ニンテ

今年には組み立てブロック玩具のレゴとコラボ。マリオをかたどったレゴはセンサーを搭載しており、動かすと内蔵スピーカーから「ピコーン」といったゲームでおなじみの効果音が出る。任天堂はライセンス供与だけでなく、4年以上かけて開発に携わった。22年には「ミニオンズ」などのヒット作で知られる米アニメ会社のイルミネーションと共同で制作するマリオのアニメ映画が公開。ユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ、大阪市)では、マリオの世界を再現した新エリアの開発が控えている。

キャラクターグッズやライセンス収入を中心とした19年度の関連事業の売上高は512億円。前年度と比べ約1割増えたが、売上高全体に占める割合は約4%にとどまる。エース経済研究所の安田秀樹シニアアナリストは「伸びしろは大きく、10%くらいまで狙える。動画配信サービスとの提携など、今後の展開次第では安定的な収益源に成長するだろう」と見通した。

「ンドートウキョウ」を東京・渋谷に開業した。1年近くたった今も盛況で、入店制限をかける日もあるという。