

内閣府 知的財産戦略推進事務局 提出資料

一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会

2024年2月1日

■ ゲーム産業の現状

- 市場は堅調に成長するも、モバイルゲームを中心に存在感が増す海外勢
- 売上上位を占めるのは継続IPの続編
- ゲーム開発の高度化に伴う人材獲得競争の激化と人材の選別

■ 業界としての課題認識

- 新規IPの創出と、それを生み出せるクリエイターの育成・確保の必要性
- ゲーム開発の高度化に対応できる人材の育成・確保の必要性
- PC向けを含めたマルチプラットフォーム対応の必要性
- グローバル展開を促進するため、各種制度や各国マーケットに関する情報獲得・共有の必要性

国際競争力強化のため、高度人材を育成・確保するとともに、
グローバルマーケティングを推進するためのご支援をお願いしたい

【問題意識】

- 技術革新とグローバル化が進む中で、コンテンツ制作の中心であるクリエイター及びゲーム開発の高度化に対応できる人材の育成と確保を強化し、国産ゲームコンテンツの国際競争力を向上させる必要がある
- グローバル市場でも、積極的かつ円滑にビジネス展開できるよう、各種制度や各国マーケットに関する情報を共有できる仕組みを作る必要がある

(参考) CESA CSR委員会 ※2023年10月 上記課題を業界横断的に解決することを目的に新設

委員長

岡村 信悟 (株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役社長 CEO)

副委員長

田中 俊郎 (株式会社ディー・エヌ・エー CEO室 マネージャー)

関 一 (株式会社スクウェア・エニックス・ホールディングス 執行役員 最高法務責任者)

委員

小林 彰博 (株式会社カプコン グローバルマーケティング部 部長)

池田 準 (株式会社バンダイナムコエンターテインメント 執行役員 経営推進室室長)

石原 靖士 (株式会社コナミデジタルエンタテインメント 執行役員)

襟川 芽衣 (株式会社コーエーテクモゲームズ 取締役常務執行役員)

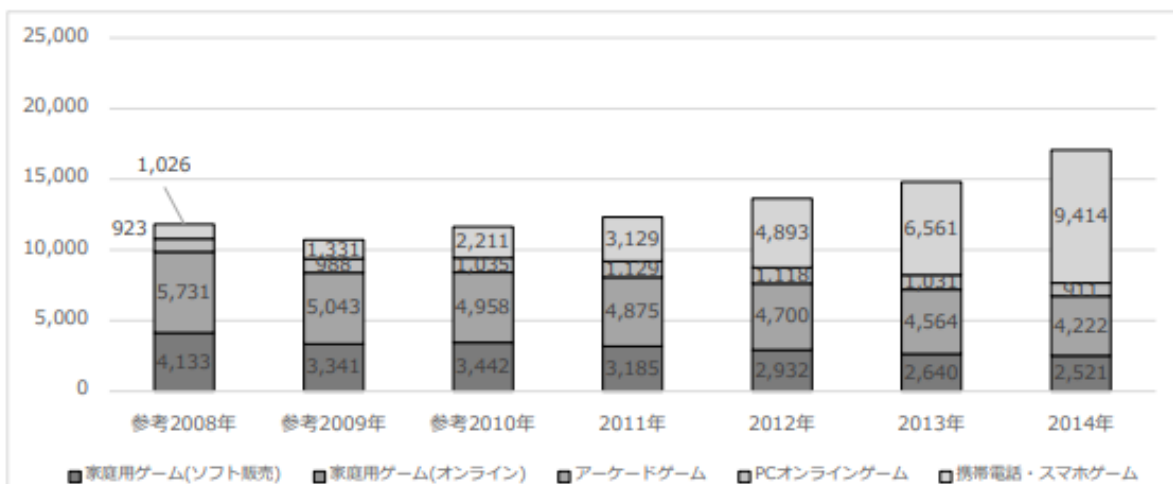
桐山 裕輔 (株式会社セガ プロジェクト推進本部 部長)

小木曾 健 (グリー株式会社 コーポレート本部 法務総務部 シニアマネージャー)

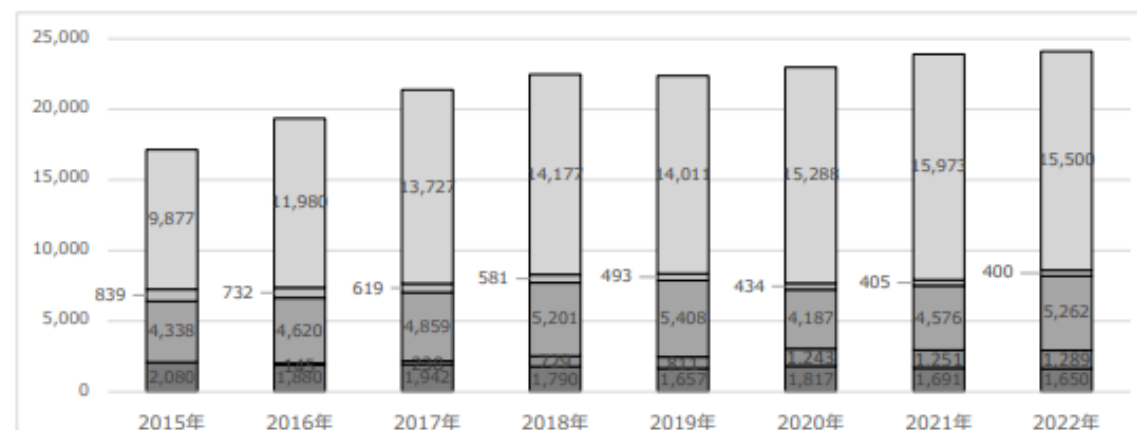
■ 堅調に推移する国内ゲーム市場

- ・ 国内ゲーム市場の動向は2010年代以降堅調に推移（コンソール市場は新型ハードの動向に左右）
- ・ 2010年以降の成長の大きな要因は、**スマートフォン普及に伴うモバイルゲーム市場の拡大**
- ・ デジタル化の進行により**パッケージ流通⇒ダウンロード型（コンソール・PC）の販売へシフト**

ゲームの市場規模と推移



| 分野 (億円) | 参考2008年 | 参考2009年 | 参考2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 |
|---------------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 家庭用ゲーム(ソフト販売) | 4,133 | 3,341 | 3,442 | 3,185 | 2,932 | 2,640 | 2,521 |
| 家庭用ゲーム(オンライン) | | | | | | | |
| アーケードゲーム | 5,731 | 5,043 | 4,958 | 4,875 | 4,700 | 4,564 | 4,222 |
| PCオンラインゲーム | 923 | 988 | 1,035 | 1,129 | 1,118 | 1,031 | 911 |
| 携帯電話・スマホゲーム | 1,026 | 1,331 | 2,211 | 3,129 | 4,893 | 6,561 | 9,414 |
| 小計 | 11,813 | 10,703 | 11,646 | 12,318 | 13,643 | 14,796 | 17,068 |



| 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | 2021年 | 2022年(推計) |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| 2,080 | 1,880 | 1,942 | 1,790 | 1,657 | 1,817 | 1,691 | 1,650 |
| 839 | 732 | 619 | 581 | 493 | 434 | 405 | 400 |
| 4,338 | 4,620 | 4,859 | 5,201 | 5,408 | 4,187 | 4,576 | 5,262 |
| 9,877 | 11,980 | 13,727 | 14,177 | 14,011 | 15,288 | 15,973 | 15,500 |
| 17,134 | 19,357 | 21,385 | 22,478 | 22,380 | 22,969 | 23,896 | 24,101 |

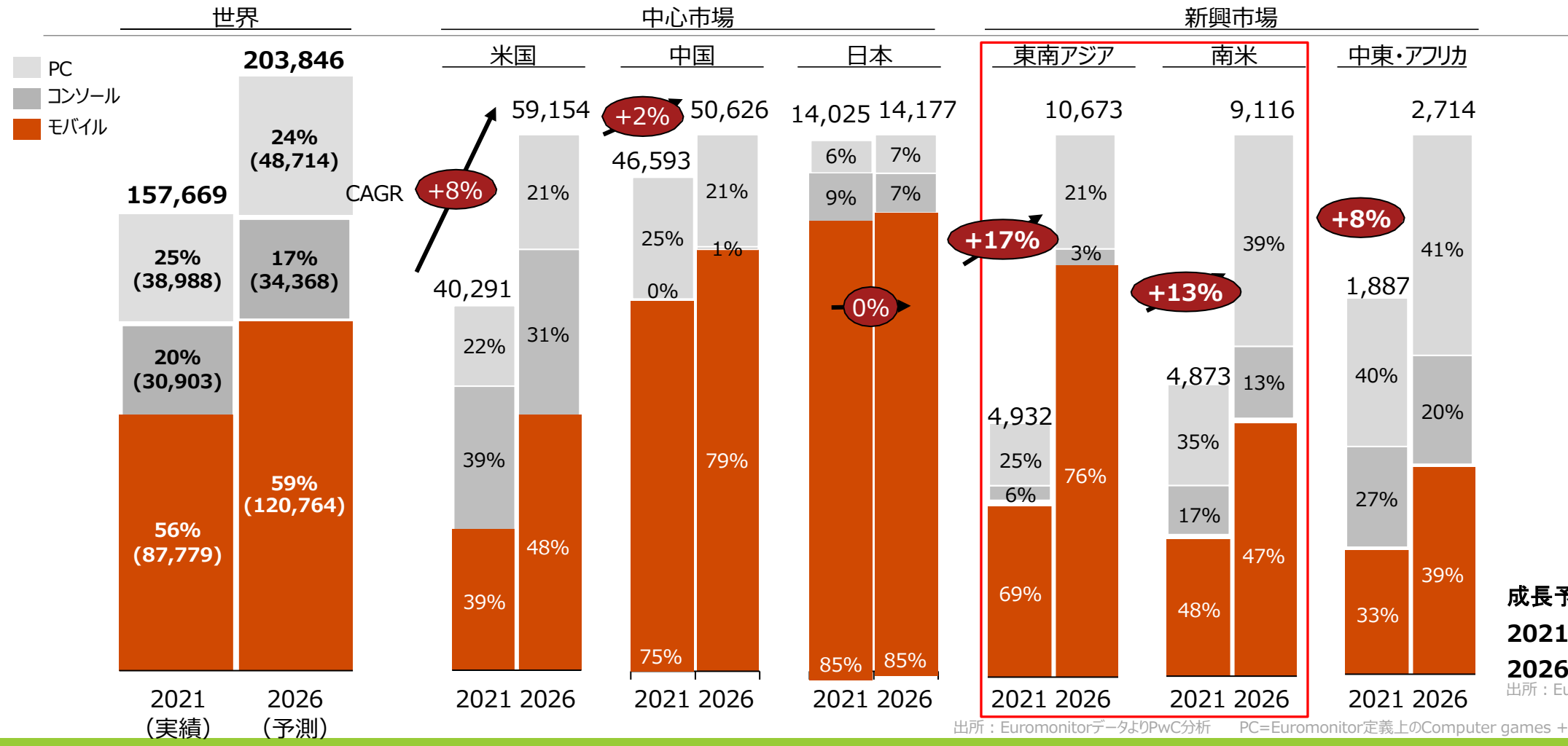
単位：万円

(出所) 日本と世界のメディア×コンテンツ市場データベース2023

■ 今後も成長が期待されるグローバルゲーム市場

- 引き続き成長が期待される欧米市場
- ゲームのマルチプラットフォーム化に伴い、新興市場においては更なる拡大が予想される

デバイス別市場規模 (単位: USD mil)



■ ゲーム開発の高度化に伴い人材の獲得競争が激化するとともに、人材の選抜も進む

ゲーム開発の高度化

- デバイスの高性能化に伴い、ゲームに求められるクオリティが上昇し、IT技術者の高度な開発能力が必要とされる

デバイスの高性能化

- ディスプレイの解像度について、iPhoneを例として10年前と最新版を比較すると、約5倍となっている。解像度が高ければ高いほど、高画質なグラフィックゲームの開発が可能となる

| SoC | 発売年 | 解像度 |
|--------------|------|-------------|
| iPhone14Plus | 2022 | 1,284x2,778 |
| iPhone 5 | 2012 | 640x1136 |

約5倍

ゲームクオリティの上昇

- PCやコンソールのみならず、モバイルにおいても、要求スペックやクオリティが上昇



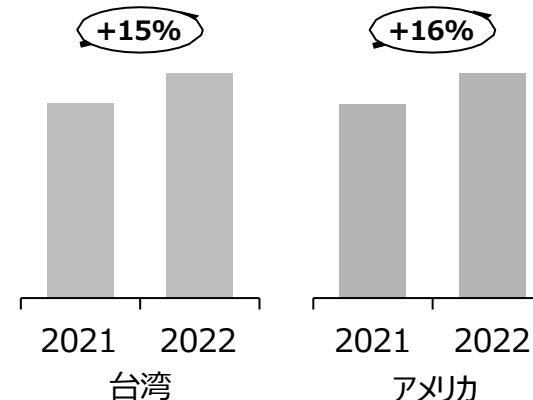
- デバイスの性能が上がっているため表現の幅も広がってきている
- グローバル各社がハイクオリティゲームの開発に乗り出しているためそのクオリティに負けることできない

開発人数・時間の増加

IT技術者の人件費高騰

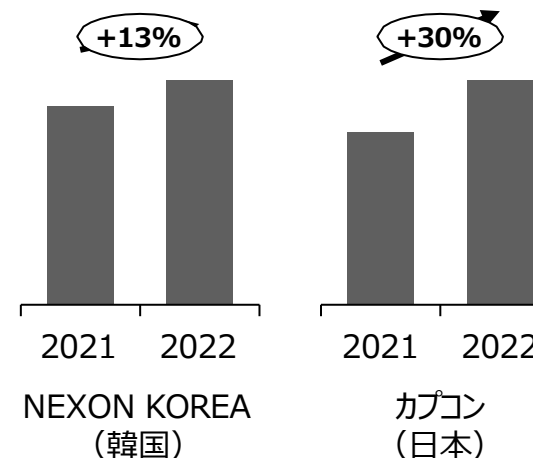
- 世界各国でIT技術者およびゲーム会社正社員の平均給与が2021年から2022年にかけて上昇している

国別
IT技術者
平均給与



出所：ヒューマンソリア株式会社『2022年度版：データで見る世界のITエンジニアレポートvol.6』

個別ゲーム企
業別正社員
平均給与



国内の大手ゲーム企業は近年活発に賃金向上に伴う人材確保を行う

<ゲーム各社の賃上げの動き>

- バンダイナムコエンターテインメント：2022年度から、大卒初任給を前年度比25%増の29万円。社員月収も平均5万増
- カプコン：2022年度から、正社員の年収を30%増額。2022年4月入社の新卒初任給は、前比4万7500円引上げ、23万5000円
- セガサミーHD：2023年4月から正社員年収を平均で15%引上げ。7月にベア実施。大卒初任給は最大28%増の30万円
- 任天堂：2023年4月から基本給を10%引上げ。初任給は約1割多い25万6000円
- スクウェア・エニックス：基本給を平均で10%引上げ。大卒の新卒初任給は平均27%増の28万8000円
- コーエーテクモグループ：2023年6月から基本給を約7.7%引上げ。8期連続ベア。大卒初任給は、月額30万5000円に。

■ 日本発IP人気と課題



現在において、特にコンソール&PCを中心に、世界でも高い人気と評価を得ている日本発のIP。

課題として継続IPが人気である裏で、新規の超人気IPの登場が鈍化傾向である

※参考として：国内コンソールミリオンタイトルの状況

※フリープレイ、課金の要素があるため、単純数値であるコンソールで数字把握

【コンソールミリオンタイトル】（出所：CESAゲーム白書2023）

| | |
|-------|---|
| 2022年 | ポケモンスカーレット・バイオレット、スプラトゥーン3 PokemonLEGENDSアルセウス、星のカービィディスカバリー NintendoSwitchSports |
| 2021年 | ポケットモンスターブリリアントダイヤモンド・シャイニングパール マリオパーティスーパースターズ、スーパーマリオ3Dワールド+ フューリーワールド |
| 2020年 | あつまれ動物の森、世界のアソビ大全5 1 |
| 2019年 | ポケットモンスターソード・シールド、 リングフィットアドベンチャー スーパーマリオメーカー2、NewスーパーマリオブラザーズUデラックス ルイージマンション3 |

※近年 継続IPタイトル以外のミリオンタイトルは発生していない

※継続IPだが、新シリーズとして唯一「[リングフィットアドベンチャー](#)」がある

【世界随一のソフトパワー】

世界のIP累計収益額TOP 20に、日本発のIPが9つがランクイン。

※そのうちポケモン・マリオはゲームから

The top 20 highest grossing media franchises of all time worldwide (by total revenue in U.S. dollars) are as follows:

1. Pokémon – \$92.121 billion
2. Hello Kitty – \$80.026 billion
3. Winnie the Pooh – \$75.034 billion
4. Mickey Mouse & Friends – \$70.587 billion
5. Star Wars – \$65.631 billion
6. Anpanman – \$60.285 billion
7. Disney Princess – \$45.187 billion
8. Mario – \$36.143 billion
9. Shōnen Jump / Jump Comics – \$34.117 billion
10. Harry Potter – \$30.871 billion
11. Marvel Cinematic Universe – \$29.128 billion
12. Spider-Man – \$27.078 billion
13. Gundam – \$26.457 billion
14. Batman – \$26.448 billion
15. Dragon Ball – \$24.031 billion
16. Barbie – \$24.003 billion
17. Fist of the North Star – \$21.818 billion
18. Cars – \$21.794 billion
19. Toy Story – \$20.743 billion
20. One Piece – \$20.515 billion

モバイルタイトルに関しては、国内市場であっても半数が海外タイトル、一方、海外市場では日本発IPはランクには入らず海外勢の台頭が顕著

2023's top grossing mobile games

All data sourced by mobilegamer.biz via Appmagic

| | | | |
|----|---|------------------------------------|----------|
| 1 |  | Honor of Kings Tencent | \$1.48bn |
| 2 |  | PUBG Mobile Tencent | \$1.14bn |
| 3 |  | ▲ 1 Candy Crush Saga King | \$956.9m |
| 4 |  | ▼ 1 Genshin Impact Mihoyo | \$943.8m |
| 5 |  | Roblox Roblox Corp. | \$868.6m |
| 6 |  | ▲ 14 Royal Match Dream Games | \$835.2m |
| 7 |  | ▼ 1 Coin Master Moon Active | \$728.7m |
| 8 |  | New Honkai: Star Rail Mihoyo | \$659.1m |
| 9 |  | New Monopoly Go Scopely | \$645m |
| 10 |  | ▲ 8 Gardenscapes Playrix | \$605.7m |

(出典) 米調査会社Appmagic

2023年日本トップ無料iPhoneゲーム ランキング

1. Pokémon Sleep
2. Monster Hunter Now
3. ロイヤルマッチ (Royal Match)
4. ダダサバイバー
5. ブルーロック Project: World Champion
6. 崩壊：スターレイル
7. 勝利の女神：NIKKE
8. LINE：ディズニー ツムツム
9. Block Blast!
10. ONE PIECE バウンティラッシュ - アクションゲーム

(出典) apple

【法令】 各国の制度

- ① サービスイン時におけるゲームの規制範囲、事例についての調査
- ② 個人情報保護規制、ルートボックス規制、等各種制度内容の正確な理解

【マーケット】 市場把握と カルチャーリスク

- ① クロスプラットフォーム化に伴い、**地域シェアの把握**
(プラットフォームシェアのみならず、稼働OSのバージョンなども)
- ② 国・使用言語に伴うローカライズ、カルチャライズ
- ③ 文化や慣習に伴うリスク (文化的規範) への対応



近年、グローバルで急速に拡大するマーケットに伴い、

- ・ **各国の法令事前調査 (法令やカルチャーリスク)、マーケット情報の収集などの対応地域の増加**
- ・ **新興地域への進出やスタートアップの障壁 (コストや人的負荷)**

⇒ 一定規模の大手企業のみが、特定地域への対応を行うことが可能な状況。
(※韓国や中国などは国家主導で下地整理をするなどの先行事例あり)

■ 人材育成からグローバル展開強化までのサイクルイメージ



人材育成

【制作環境の変化を踏まえた高度人材の育成】

- 新規IPを生み出す創造力を備えたクリエイターの育成
- ゲーム開発の高度化に対応できる人材の育成
- ゲーム業界で必要とされるスペックを教育機関と共有し、産学間において人材育成のマッチングを強化

コンテンツ制作

【日本発IPの価値を活かす高い製作力】

- スタートアップ/インディを含む新規IPの創出支援
- 継続したゲーム制作を可能とするスキルや能力の可視化
- 先端技術を活用したゲーム制作の推進

各国制度把握

【グローバル展開の促進】

- 海外の制度内容の共有化

マーケティング
プロモーション

【コンテンツ力をフルに活かしたマーケティング】

- 国別市場情報の共有と、更に海外展開時のビジネスマッチングまでのケア
- メディア攻略やファンコミュニティ形成のための拠点整備/市場調査
- カルチャライズや文化の観点からの評価指標の共有化

海外展開参考事例 (大型イベントへのパビリオン出展について)

■東京ゲームショウ2023への海外パビリオン参加例

昨年の東京ゲームショウでは下記の10か国からパビリオンとしての参加があった。

- ・オランダ
- ・スペイン
- ・ポーランド
- ・ノルウェー
- ・韓国
- ・インドネシア
- ・ドイツ
- ・香港
- ・ポーランド
- ・チリ



韓国パビリオンは、
韓国コンテンツ振興院(KOCCA)による大型出展

■日本から海外イベントへの参加例

日本からの主だった公的支援でのグローバルイベントへの出展はインディゲームを対象としたもので認知や規模も限られたもの。日本から主要ゲームイベントへのパビリオンとしての参加事例はあまりなく、2022年の実績としては過去GAMESCOMにJAPAN PAVILIONのビジネスブース出展があった。

※INDIE LIVE EXPO 実行委員会が公募・選定した14タイトル

※CESAからの取りまとめ出展事例はなし



「gamescom 2022」のJapan Pavilion出展レポートより
Photographed by JUMPEITAINAKA

CEDEC (ゲーム開発者向け技術カンファレンス)

■毎年開催で約1万人が参加する国内最大、世界2位のゲーム技術者カンファレンス

コンピュータエンターテインメント開発者を対象とした、ゲームに関する技術や知識を共有する国内最大規模のカンファレンスです。

毎年3日間にわたって開催し、エンジニアリング、プロダクション、ビジュアルアーツ、ビジネス&プロデュース、サウンド、ゲームデザイン、アカデミック・基盤技術の7分野で約200ものセッションが行われます。

各技術者が培った最新技術を公開し合い、日本のゲーム技術の底上げを図っています。また若手育成のために、安価な学生向けのパスも用意しています。



- 名称：CEDEC2023
(コンピュータエンターテインメントデベロッパーズカンファレンス2023)
- 会期：2023年8月23日(水)～8月25日(金)
- 開催形式：ハイブリッド開催
- 現地会場：パシフィコ横浜ノース (横浜市西区みなとみらい)
- 主催：一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 (CESA)
- 共催：日経BP
- 後援：経済産業省、横浜市
- 協賛
 - ＜ゴールドスポンサー＞
エピック ゲームズ ジャパン合同会社、ユニティ・テクノロジーズ・ジャパン株式会社
 - ＜シルバースポンサー＞
株式会社Aiming、アマゾン ウェブ サービス ジャパン合同会社、Arm、株式会社C R I・ミドルウェア、株式会社Cygames、Game Server Services株式会社、任天堂株式会社、株式会社ソニー・インタラクティブエンタテインメント、株式会社スパーク、テンセントジャパン合同会社、株式会社東陽テクニカ、株式会社WFS
- 参加人数：9,552名
- セッション数：216

ご清聴ありがとうございました