

# 「ゲーム産業戦略 ～ゲーム産業の発展と未来像～」の概要

## 【ゲーム産業の意義】

- コンテンツ産業で最大の輸出産業であり、日本のソフトパワーの海外展開に貢献
- 今後の市場拡大の可能性が大
- コンテンツ産業を技術面で牽引
- ユビキタスネット社会の実現に貢献

## 【ゲーム産業の現状】

- ゲーム産業の国内市場規模は1兆1,442億円(2005年)
- うち、家庭用ゲームソフトの市場規模は3,141億円(2005年)であり、ピーク時と比較して46%減
- 欧米の市場は拡大傾向(2005年の市場規模は2001年比で北米 210%、欧州 304%)

## 【課題】

- 国内展開、海外展開ともに顧客のライフスタイルの多様化に対応したゲームの提供が課題
- ゲーム産業を取り巻く環境の変化(技術進歩、ネットワーク環境の向上)への対応が課題
- 国内において社会との関係の向上が課題

## <目指すべき未来像>

- 日本のゲーム産業が世界をリードしていくこと
- 日本のゲーム産業が社会や国民に広く支持を受けること

## <具体化に向けた3つの戦略>

### 開発戦略 —ゲームの創造・開発力の強化—

- ゲームクリエイターのポテンシャルを引き出す環境の整備
  - 国際的・国家的な表彰制度の創設、開発者コミュニティの活性化 等
- ゲーム産業における優秀な人材の確保体制の強化
  - スキル・キャリアパスの可視化、クリエイター発掘の強化 等
- 産学連携による人材育成の促進
  - インターンシップの推進、大学等の教育における産学連携の推進、 等
- 研究開発の推進システムの確立
  - 産学連携・企業間連携の推進、学術的裾野の拡大 等

### ビジネス戦略 —海外市場と新環境への展開の強化—

- 「東京ゲームショウ」の情報発信力や機能の抜本的強化
  - E3の縮小を踏まえ、「国際コンテンツカーニバル」(仮称)、「CEDEC」、「DIGRA 2007」との連携等による「東京ゲームショウ」の抜本的機能強化
- 海外市場におけるビジネス展開の推進
  - 海外の情報収集の強化、海外見本市の活用 等
- ブロードバンド環境を活用したビジネス展開の推進
  - オンラインサービスを行う企業の連携強化、課題の整理・検討 等
- 中小・ベンチャー企業のビジネス展開の推進
  - 日本版LLPやファンドの活用、大学のインキュベーション機能の発揮促進 等

### コミュニケーション戦略 —社会とのコミュニケーションの強化—

- ゲーム産業による情報分析・発信の強化 -産業界の情報発信強化、教育・学習や医療・福祉等でのゲームの活用 等
- 双方向のコミュニケーションに向けた取り組みの実施 -顧客、保護者、教育関係者、報道関係者等との対話の場の設置 等
- 青少年の健全育成に対する取り組みの強化 -「新年齢別レーティング制度」の普及・啓発、見直し 等