

エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会 第2回
業務分野別専門委員会 ① ゲーム

議事要旨

日 時：令和6年12月19日（木） 16:00～17:00

場 所：経済産業省本館12階省議室（オンライン併用）

出席委員：

＜ステアリングコミッティ委員＞

座長 中村 伊知哉 iU（情報経営イノベーション専門職大学）学長

委員 栗田 宏俊 株式会社講談社 取締役

中山 淳雄 Re entertainment 代表取締役社長

村松 俊亮 一般社団法人 日本経済団体連合会クリエイティブエコノミー委員長

＜専門委員＞

宇田川 南欧 株式会社バンダイナムコエンターテインメント 代表取締役社長

岡村 信悟 株式会社ディー・エヌ・エー 代表取締役社長兼 CEO（意見書提出）

佐藤 澄宣 株式会社マーベラス 代表取締役社長

杉野 行雄 株式会社セガ 代表取締役 副社長執行役員 Co-COO

＜ステアリングコミッティ オブザーバー＞

市井 三衛 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 専務理事兼事務局長

＜専門委員会 オブザーバー＞

植田 修平 一般社団法人日本オンラインゲーム協会 共同代表理事

小野 憲史 NPO 法人国際ゲーム開発者協会日本 名誉理事・事務局長

辻本 春弘 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 会長

株式会社カプコン 代表取締役社長 COO

早川 英樹 一般社団法人日本eスポーツ連合 会長

株式会社コナミデジタルエンターテインメント 代表取締役社長

【議事要旨】

1. 日本のゲーム産業の現状について

- ゲーム業界は政府に頼らず世界に勝負し、日本をけん引してきたが、スマートフォンやモバイルが進化しており対応が必要である。
- 昨今ゲーム業界は着実に伸びているが、コロナ禍で一段とステップアップしており、ゲーム分野全体で約30億人のユーザーがいる。またゲームIPはエンタメ領域をまたいで、多面展開させることが主流となっている。The Game AwardsにおけるGame of the Yearの6作品のうち、4作品が日本発であり日本の存在感が強い。
- モバイルゲーム市場は、ゲーム領域においても最大比率を占めており、グローバルでも2桁兆円の規模を有する。そのなかで海外市場における日本発タイトルの大きな成功事例は少ない。官民一体で海外進出を促進する取り組みに注力していく価値が大きい領域と考えられる。日本

や中国市場では、非常に高い開発費のタイトルが市場の上位の多くを占めており、各社が表現のクオリティを突き詰めることで、結果的に開発費競争のような状況が生じている。一方で、小規模独立系パブリッシャーや北米市場で上位に位置するタイトルの中には高い開発費を投じていなくとも、多くのユーザーから支持を得ているタイトルもある。

- eスポーツ人口は世界に1億3000万人いるといわれており、サッカー人口の半分程度まで来ている。日本発のeスポーツタイトルが多数あり、強い選手も多い。ゲーム事業におけるeスポーツの主たる位置づけは、既存ユーザーの維持とロイヤルティの向上にある。また新規ユーザー層の獲得もある。ゲームが盛り上がる環境を構築するため様々な事業会社が、周辺機器やチーム運営、配信サイトなどのeスポーツの事業化に取り組んでいる。
- インディゲーム分野では、数多くのタイトルが生まれており、人口の多い中国市場や北米市場でも日本発のものが売れている。民間企業によるコンテストが開催されるなどインディゲームのイベントも増えているが、企業の体力に依存している。

2. ゲーム分野におけるアクションプランについて

- 日本のゲーム産業は、デジタルディストリビューションの普及で消費需要が拡大するなかで、ビジネスチャンスを生かし切れていない点が課題。グローバルでIPを多面展開するためのビジネスインフラが整っておらず、コロナ禍に海外で日本ならではのコンテンツが非常に高い評価を受けた反面、ファンアイテムを届けるサプライチェーンが整っていない。
- グローバルビジネス人材が圧倒的に不足している。グローバル市場を俯瞰してIP戦略を立案できるビジネスプロデューサーや、映画製作等においてハリウッドと対等に交渉できるビジネスプロデューサーの存在が不足しているため、各エンタメ領域をまたいだ人材の育成が必要であり、金銭面だけでなくやりがい面でのインセンティブの付与が重要である。
- 各日系エンタメ企業の足並みが揃っておらず、海外展示会への出展に向けて業界をまたいだ協力体制が築けていない。中小ゲーム会社はアニメの展示会にまで出展することは非常に難しく、海外イベントへの出展に関する支援が必要である。
- 直近5～6年間のコンテンツの海外展開の面ではゲーム産業は進んでいる一方で、ゲーム市場全体が成長している中で成長率としては負けている。人材やPR費の不足に加えて、ゲーム分野ではゲームIPが強く漫画やアニメとのコラボが少なく、モバイルゲームは25%程度が漫画・アニメ由来で、PCやコンソールでは2%程度にとどまっていることも課題であり、シナジーを起こすために取り組めることがあると考えている。
- モバイルゲーム分野では日本や中国など東アジア地域と、米国を中心とする北米など他地域との間で支持されるゲームに大きな違いがあると考えており、そうした主要海外市場の理解をより深めていく必要がある。また、開発だけでなくその後の運用にもコストがかかるため、利益を上げるまでの期間が相対的に長く、中小企業や個人がチャレンジするにあたっての障壁となっている。こうした課題への対応として、海外の主要市場を中心に、日本との違いを把握し、関係各社が海外戦略を立案しやすくなるための情報提供や、モバイルゲーム領域における小規模なトライアルを促進するような支援が必要である。
- eスポーツ分野では、世界のeスポーツ視点で官民での連携が必要である。国際大会で国産のゲームタイトルが採用されることが不可欠であり、採用のために各ゲームメーカーと直接交渉しているが、各社の費用負担も多く、助成や各国際団体・各国政府への働きかけも含めた後押しが必要である。また、多様な大会規定の情報整理や、選手強化、協議環境整備、国際交流の場の構築なども進捗させる必要がある。

- e スポーツ分野では、プロ以外でも、アマチュアでプレーする人が増えており、世界で10億人ほどがアマチュアで実況してオープンワールドで話しているような中で、日本タイトルがトップ10にも入っていない状況である。
- インディゲーム分野では、国内クリエイターはクリエイターマインドが強く、諸外国と比較するとビジネスを意識した開発ができる人が多くない。また欧米ではチーム制で支援者を見つけて活動を継続する取り組みをしているが、日本はチームアップの柔軟性が乏しく開発に時間がかかる傾向にある。また、アート面よりゲームシステム面を主軸として開発を始めることが多い為、海外のパブリッシャーなどを探す上で不利になっている。資金面では、生活費を別に稼ぎながら開発を行う状態のため、開発時間が長くなり旬を逃がしやすい。投資家などによる投資も海外と比較すると少ない状況である。海外進出の面では、クリエイターの海外イベントでのパブリッシャーや投資家などの支援者探しを行う際の出展費や渡航費、ローカライズ費などが不足している。育成機会の創出、支援機会の創出、海外進出に対するサポート、マッチングサポートといった支援に加えて、産業の外側のダイナミズムを取り込み、すそ野を広げる施策も必要である。
- そもそも、一言でインディゲームといっても、実態は多様である。支援の確度をあげるため、まず実態調査を行ってはどうか。他にベテラン開発者のUターンやIターン希望に対して、自治体が中央のゲーム会社のスタジオを誘致しやすいような環境を整備するも一つの手である。
- 新しいスタートアップやベンチャーを育成していかないと国内の業界が発展していかないため、インディメーカーを育成していくプランニングが重要であり、大手企業やパブリッシャーとのリレーション作りなどのBtoBに対する支援が有用であると考えられる。
- ゲームはグローバル化の共通言語であるという点から、出版社でもインディゲーム分野を手掛けはじめており、クリエイターを拾い上げたいと考えている。出版社ではゲームをより良くするための提案まではできないので、他の企業とのマッチングが進むとより盛り上がる可能性がある。
- 日本国内における不平等な海外勢の進出を是正することが必要である。また、中小企業は情報不足が共通的な課題であり、各国の税制や法令やオンラインゲーム特有のビジネスモデル等の情報を取りまとめることに価値がある。また、韓国 KOCCA は各国の主要ゲームイベントのみならず、Bitsummit（インディゲームイベント）のような小規模のコンベンションにも出展し、各イベントに存在感を出している。韓国の取り組みなどを参考に、日本も A11 JAPAN の体制を築いていくことに期待している。
- 業界団体としてもゲーム産業の俯瞰的なデータの取りまとめに着手している。そのうえで主に次の三点を5カ年計画として取り組んでいく予定である。
 一点目は、国内のゲーム開発力の強化を目的とした、産学連携での即戦力人材の育成と、開発体制の強化を目指した内製のゲームエンジンについての取組などの強化。
 二点目は、活発な海外ビジネス展開に向けた情報の収集・提供による進出支援やサポート。
 最後、三点目は、国内産業の全体的な底上げをふまえた、スタートアップ、ベンチャー、インディを含む支援についての検討。この三点を軸に産業全体で検討していき、引き続き行政サイドとの取り組みを強化していく予定である。
- 三点目の中の一つであるインディへの支援というのは、ゲーム業界の更なる発展に取って、大変重要であると考えられるため、ぜひ具体的に進めて頂きたい。

以上