

経済産業省
エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会
提出資料

ゲーム産業の課題・提言について

CESA

2026.02.04



一般社団法人
コンピュータエンターテインメント協会

提言主旨とゲーム産業の抱える課題

【課題】

①進化するゲーム機器に伴い、高度な開発人員の確保とAI等による作業の効率化が急務

⇒高度開発人材の不足、大型開発チームの組成による人員不足、開発コストの高騰

※現在、主要産業で約20万人の雇用創出と平均賃金700万円を超える雇用対策も講じている。

【家庭用ゲーム】制作規模

大型タイトル（AAA）

開発費	40 億円～
開発期間	48 ヶ月～
開発人数	～ 300 人 / 月
運営費	1 億円～ / 月 50 人～ / 月

グローバル市場の拡大で従来より中規模タイトルの数が減り、さらに開発費を投資した**トリプルAヘシフト**。**グローバル作品では100億円以上を投じる製作規模が標準**

【モバイルゲーム】制作規模

大型タイトル（AAA）

開発費	40 億円～
開発期間	～ 32 ヶ月
開発人数	～ 200 人 / 月
運営費	1 億円～ / 月 50 人～ / 月

トリプルAタイトルは家庭用ゲームと同等の40億円超。さらに1億円/50人以上の運営費が長期で発生するため、その**開発規模はすでに家庭用ゲームを上回る**

【産業の給与水準】

平均年収

産業全体 **723** 万円 (昨年708万円)

※うち、開発職 **756** 万円

大手振替 **747** 万円 (昨年719万円)

※うち、開発職 **804** 万円

※中小企業庁定義「ソフトウェア業・情報処理サービス業 資本金3億円以上、または従業員300人以上の会社」

初任給 (月平均)

25.9 万円 (23.6万円)

初任給 (大学・大学院卒/専門学校・高校卒)

26.9 万円 (25.2万円) / **24.9** 万円 (23.2万円)

() 内は前年数値

企業内平均年齢

37 歳 (37歳)

平均勤続年数

7 年 (7年)

参考：給与所得者の平均年収は460万円
出典：国税庁 令和5年分同業給与実態統計調査

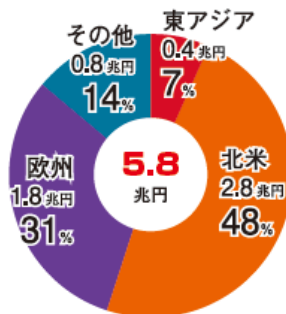
②PCやモバイル端末の世界中での爆発的な所有率増加にともなう、伸長地域進出における対応

⇒進出地域の拡大に伴う、作品の多言語対応／各国慣習の把握と、国別プロモーションやSNS対応費用等の負担増

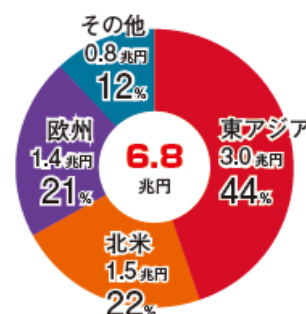
【PCプラットフォーム STEAMの販売国数】

- ・世界237か国+αで販売
- ・29言語を公式にフルサポート。100か国以上の言語でゲーム検索の対応、様々な言語でゲームプレイができることが標準仕様となっている

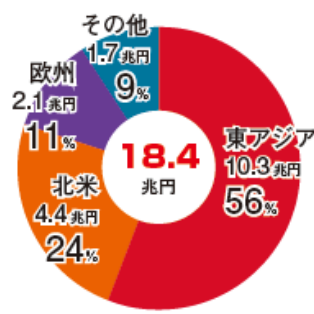
【家庭用ゲーム グローバルシェア】



【PCゲーム グローバルシェア】



【モバイルゲーム グローバルシェア】



ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【具体的な支援策案：人材不足、開発コスト高騰に対して】

①技術進化するゲーム機器に伴い、高度な開発人員の確保とAI等による作業の効率化が急務
⇒高度開発人材の不足、大型開発チームの組成による人員不足、開発コストの高騰

└支援策案①：人材不足⇒産学官の連携による人材育成事業（文化庁とご相談・協議中）

■産学官連携施策について（大学・専門学校、小中高の2軸）

○ゲーム産業の課題感：産学におけるスキルセットのミスマッチ（大学・専門学校）

新たに産業に入る学生においては、企業として求めるクリエイターのスキルセットと、学校で教える教育内容で技術レベルの差があることで、企業に入社後、長期間の研修が必要な状況。

└大手ゲーム会社の新卒研修は短くて半年、長くて数年かかるケースがあり、その内容は例えばプログラマーであれば、行列計算など未学習（2012年に高校必須科目から削除）である状況を、基礎から教え直すという研修プログラムが必要な事態となっている。

⇒現在、ゲームクリエイターのスキル調査を行うプロジェクトを文化庁と進めているが、技術革新のスピードが速いゲーム分野では調査結果は1～2年で陳腐化するため、定期的な調査更新が必要となり、継続的な支援が必要。また開発人員だけではなく、グローバルでのビジネスをリード・支える周辺人材の人材育成も急務。

○ゲーム産業の課題感：学校でのゲーム分野の授業（小中高等学校）

ゲームクリエイターで最もイメージされるプログラマーだけでなく、他の業種（プロデューサー、ディレクター、プランナー、イラストレーター、サウンドなど）を目指すきっかけとなる授業導入への推進が必要。

⇒現在、1校の小学校へのクリエイター講師派遣授業を文化庁と進めているが、感受性の高い年代の学生に向けて早期からクリエイターを目指すきっかけとなる、通常授業での取り組みや教科書への導入を推進が望まれている。

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【具体的な支援策案：人材不足、開発コスト高騰に対して】

①技術進化するゲーム機器に伴い、高度な開発人員の確保とAI等による作業の効率化が急務
⇒高度開発人材の不足、大型開発チームの組成による人員不足、開発コストの高騰

└支援策案②：開発コスト高騰⇒大型開発作品（300～500人規模）への開発費補助 海外で実施されている税制優遇・補助金策等の導入（経産省とご相談・調整中）

■税制優遇・助成策：海外と同等の支援導入を

ゲーム開発は制作スタッフの人数（人件費）と期間により製作費が決まるが、海外市場を狙う大型タイトルの制作では制作期間が3～5年、人数は300名以上が珍しくない。ヒットビジネスとしても非常にリスクの高い状況となっているため、海外各国で導入されている開発費の直接的な補助が必要。また小中規模タイトルであっても、新規IPを創るには海外での成功も必要条件となっているので、今後の日本のゲーム産業の成長、海外進出を後押しする助成・補助金、税制優遇策が望まれている。

【世界各国の助成補助金・税制優遇具体事例】

■助成金・補助金事例

- ・イギリス：英国政府によるゲーミング分野への支援。UKゲームズファンドは、スタジオが特定のゲームプロジェクトを開発する際に使用できる400万ポンド（約7億7,600万円）の助成金を確保し、申請の50%を補助
- ・EU：コンピュータゲームや没入型デジタル環境の開発支援。2024年の支援予算は700万ユーロ（約11億3,500万円）
- ・ドイツ：年間5,000万ユーロの補助金（約81億円）
- ・フランス：ビデオゲームサポートファンド(FAJV)。助成金の上限はプロジェクト費用の50%で、上限20万ユーロ以内（約3,200万円）

■税制優遇事例

- ・カナダ：開発中または出版されたビデオゲームへの資金提供：科学研究および実験開発(SR&ED)税額控除。人件費と間接費の最大69%、請負業者の費用の36%、材料費の最大45%の税額控除。オンタリオ州における人件費とマーケティング・流通に係る費用（最大10万ドル）の40%を税額控除の対象とする
- ・フランス：ビデオゲーム減税：1年あたり1,500万ユーロまでの経費に対し30%を税額控除の対象とする。最大450万ユーロ（約7,300万円）

参考）トリプルAタイトルの場合（300～500名での制作）：約300名規模の一例 ※人員構成はゲームの内容により異なる

■チーム構成例：プロデューサー1名、アシスタントプロデューサー1名、ディレクター1名、プランナー職25名、ゲームデザイン職（リード、レベル、システム等）40名、プログラマー職（リード、エンジン、AI等）90名、アート職（キャラ、アート、UI等）130名、サウンド職12名 ※QAデバックやPR、カスタマー等除く

■開発コスト：100億円～1,000億円（開発期間や人員規模による）

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【具体的な支援策案：進出地域への対応コストに対して】

②PCやモバイル端末の世界中での爆発的な所有率増加にともなう、伸長地域進出における対応
⇒進出地域の拡大に伴う、作品の多言語対応／各国慣習の把握と、国別のプロモーションやテストマーケティング、SNS対応費用等の負担増

└支援策案③：海外販売への対応⇒海外拠点での支援活動の取組み（経産省とご相談・調整中）

■言語・文化への対応支援、現地調査・マーケティング活動のバックアップ

日本のコンテンツのグローバルな競争力を高めることを目的に、日本企業の進出を支援するコンテンツ海外拠点を開設し、各地域でビジネス・マーケティング広報活動を支援できる環境の構築をご検討頂きたい。

【具体策】

売上シェアの大きな地域・国のニーズを調査し、必要な支援を行うために、JETROなどの出先機関の大幅強化、即時性のある支援体制を構築。ローカライズやカルチャライズの支援は映像中心の現行補助金制度をゲーム分野に合致できるよう適用範囲を拡充。

●海外で直接的に⇒海外での現地での専門的な直接サポート、支援がないため、
韓国KOCCA等の他国の実績をベンチマークとして、海外拠点でのサポート基盤を計画

●間接的に⇒現在の海外支援補助金「J-LOX+」の利用幅拡大
海外で同時発売するタイトルの支援拡大

└多言語ローカライズの支援

（翻訳、ボイス収録、声優コスト、カルチャライズなどの支援枠大）

（海外進出における支援希望策）

- ・「モバイル市場進出を手助けする海外小規模テストの支援」・「マーケティング／広報活動サポート」・「大型イベントでの日本パビリオン出展」
- ・「ローカライズ支援」・「カルチャライズ支援」・「市場／法令調査」

（人的対応案）

エンターテインメント分野の専門職員の設置（海外ビジネスセンター各1名）

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【他の課題と支援策案に関して】

└課題：海賊版対策

➡オンライン販売によりコピー対策はできているが、ローカライズ対応できていない地域での海賊版においては未だに問題のある地域があり、それらを解消すべくローカライズ費用の支援策を強化したい。例）ローカライズコストへの支援枠拡大、AI翻訳エンジンの開発支援、ゲーム分野に特化したローカライズ会社への支援

オンライン販売の普及によりコピー対策は一定程度進展しているものの、ローカライズが行われていない地域においては依然として海賊版が流通している。これは言語・価格・文化面の障壁により、正規版が選択されにくい構造に起因する。これらの解消にローカライズ費用への補助枠拡大、ゲーム特化AI翻訳エンジンの開発支援、ゲーム専門ローカライズ企業への育成支援を実施し、正規版が選ばれる環境整備を進めたい。海賊版対策を「取り締まり」から「市場形成」へ転換し、日本IPの価値最大化と海外売上拡大を実現することを目指す。

└課題：インディ支援

➡次世代のゲームクリエイターを育成するために、機会創出から独り立ちまでのサポートを行う施策が求められる

インディゲーム開発者は、日本の次世代IP創出の源泉である一方、開発スキルはあっても事業化まで到達できず離脱するケースが多い。この離脱を防ぐため、ゲームジャム等による機会創出、ヒット作を生み出した経験のあるクリエイターによる伴走型アクセラレーション、開発費・法務支援を含む独り立ち支援までを一気通貫で行うインディ支援プログラムの創設や大規模スタートアップ支援拠点（インキュベーション／コワーキング／展示・交流スペース）の提供を要望する。※台湾のTaiwan Startup Terrace（台湾スタートアップテラス）のような施策を導入。これにより、才能ある若手クリエイターが継続的に活動できる環境を整備し、日本発インディIPの創出と今後を担うゲーム企業への成長を促し、産業基盤の拡大を実現したい。

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【他の課題と支援策に関して】

└課題：eスポーツ支援

➡スポーツとして参加する、海外の国際大会への遠征費用支援、国内で開催する国際大会への運営費用の個社負担が大きいため、それらの支援が求められている

eスポーツは世界的に競技化が進み、国際大会も増加しているが、日本選手・チームの海外遠征費用や、国内国際大会開催時の運営費用は個社負担が大きく、国際競争力向上の妨げとなっている。

海外国際大会への遠征費用支援、国内で開催する国際大会の運営費補助、ナショナルチーム育成制度の検討など、総合的な支援策の実施を要望する。これにより日本のeスポーツ競技力強化と国際的プレゼンス向上を実現したい。

└課題：ジャパン・パビリオン支援

➡ゲーム文化の普及、また若手クリエイターの活躍の場、国内技術を広めるビジネスの場をグローバルで創出するため、韓国KOCCAが行うような国を取りまとめたパビリオン展開が求められている。また親和性の高い他分野（アニメ等）との連携することで国内IPの面だし・相乗効果が上がることに期待ができる。

海外展示会における日本ゲーム企業の出展は大手を中心に個社単位が中心であり、国としての発信力や存在感は十分とは言えない。一方、韓国ではKOCCA主導による国家パビリオン展開により、戦略的な海外発信を実現している。

日本のゲーム文化の普及とビジネス機会創出を両立させ、持続的な輸出産業として成長させることを目指し、国主導による「ジャパンゲームパビリオン」の設置、若手・インディ向け出展支援枠の拡充、アニメ・観光等他分野と連携した複合パビリオン展開を実施し、日本IPの総合的な海外発信を強化したい。

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【他の課題と支援策に関して】

└課題：海外の情報整備

➡市場情報整備（国・地域ごとの規制情報データベース整備、レーティング申請の支援などの法務コストの低減）

海外市場において、日本のゲームが順調にリリースして適切に評価されるためには、各国規制・レーティング制度への円滑な対応が不可欠である。しかし現状では情報が分散し、特にグローバルでのビジネスを目指す中小・インディ事業者にとって大きな参入障壁となっている。これらを支援するため「海外ゲーム展開支援データベース」の構築、PEGI・ESRB・iARC等の申請費用補助、ワンストップ相談窓口の設置など、包括的な支援体制の構築を要望する。
これにより、日本のゲーム産業全体の海外展開を促進し、コンテンツ輸出の拡大と国際競争力の強化につなげたい。

└課題：ゲーム専用／共通サーバーSaaSの整備

➡モバイル・オンラインゲーム運営に必須となるサーバーや運営費、セキュリティ対策への補助など

オンライン・モバイルゲーム運営には、サーバー基盤や高度なセキュリティ対策が不可欠であるが、現状ではこれらのコストが中小・インディ事業者にとって大きな負担となっている。
日本発オンラインゲームの安定運営と長期的なサービス継続を実現し、産業基盤の強化につなげるため、ゲーム特化型サーバーSaaS基盤の整備、クラウド利用料・運営費・セキュリティ対策費への補助制度の創設、共同利用型SOCの設置など、包括的な支援策の実施を要望する。

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

【他の課題と支援策に関して】

└課題：AIに関わるエンジン・共通基盤の共同開発推進など

➡ゲーム開発に今後必要となるAIエンジンへの支援や、独自ゲームエンジンの開発への支援

ゲーム開発分野においてAI活用は今後不可欠であるが、現状では基盤技術を海外サービスに依存しており、長期的な産業競争力や技術主権の観点で課題がある。

ついては、国主導によるゲーム特化AI共通基盤の共同開発、独自ゲームエンジン開発への研究開発支援、AI人材育成プログラムの整備など、包括的な支援策の実施を要望する。これにより、日本のゲーム産業が「AIを活用する側」から「AI技術を創出する側」へと転換し、持続的な競争力を確立することを目指す。

└課題：環境整備

➡中国市場のイコールフットイング問題への取組み

世界のゲーム市場成長の中心はアジア、とりわけ中国市場が大きな位置を占めており、日本のゲーム産業が中長期的に外貨獲得を積み上げていく上で、中国市場との安定的なビジネス関係構築は極めて重要である。

現状では制度運用の見通しや地域特有の基準への対応などにより、事業計画の立案が難しい場面もあるため、制度運用の透明性向上や国際基準との調和、知的財産保護の強化などを通じて、日中双方にとって予見性の高い市場環境整備が望まれる。

こうした環境整備により、日本企業の中国展開を後押しし、中国市場への安定的なコンテンツ供給と外貨獲得の拡大を実現したい。

➡モバイル新法の問題への取組み

スマートフォンソフトウェア競争促進法における、競争法の趣旨と異なる、プラットフォームメーカーによる法律をかわした新たな条件や手数料などの負担があり、消費者やアプリ事業者への行き過ぎた負担を強いている。

アメリカでは無償で提供されている条件と同等なイコールフットイングの確保と、多様な決済手段が実効性をもって選択肢となり得る自由で公正な市場の実現を求めたい。

ゲーム産業の抱える課題と支援策案

■コンテンツ産業をバックアップするありたきビジョン・戦略立てについて

新たなクールジャパン戦略の目標：「日本発のコンテンツの海外市場規模を、2033年までに20兆円とすることを目標値として設定する」

➡設定時輸出額の4倍以上となる20兆円の目標達成に向けて、全体の目標設定とそれに沿った施策を定めるために、まずは達成までの戦略を組み、2033年までの分野別の目標設定、そこを目指す中期計画・海外販売戦略を5か年計画にて作成することをご提案いたします。

20兆円の目標のうち、①ゲーム、②アニメ、③マンガ／出版、④実写、⑤音楽／ライブ・エンタメの各分野でどの分野がどれくらいの目標額としていくのか、それに対する支援策は何か・支援額はそれぞれどれくらいの見込みなのか、また日本のコンテンツ産業が世界で戦う上でどの地域を優先して攻略・支援するのか、各分野がメディアミックスなどで協力すべき施策はあるのかどうか等を明確に示して頂き、各産業もその目標に向かって自発的な行動、他分野と連携ができるよう、計画を立案頂けるようお願いいたします。またこれらを促進するような韓国KOCCAのような国内コンテンツの全分野を網羅する総括機関の設立や、コンテンツ産業を育成する総合支援体制の構築を望みます。

今後の取組

コンテンツ産業を基幹産業として、PDCAサイクルを回す

- ・コンテンツ産業の海外展開目標：20兆円（2033年）、進捗確認に必要なデータの整備

- ・海外展開は過去最高の4.7兆円（2022年）。
→ 鉄鋼産業の輸出に匹敵し、半導体産業の輸出に迫る規模。
- ・国際競争でできる制作費・利益の確保、クリエイターへの収益還元と自律的な活動環境の確保、海外展開のビジネス人材確保が重要。

ゲーム（2.8兆円）

新規IPやXR・3D対応できる人材育成が重要

アニメ（1.5兆円）

資金・人材不足。クリエイター育成、交渉力強化・ビジネス展開支援が重要

マンガ／出版（0.3兆円）

海外展開は紙が主。海賊版対策とデジタル配信による市場化が課題

実写（0.1兆円）

国際水準ベースでの制作環境、経理・労働環境、人材育成が重要

音楽／ライブ・エンタメ（数字不明）

デジタルに即した構造変化が重要、ライブ・エンタメの海外展開、データの整備

出典：新たなクールジャパン戦略【概要】資料より

（支援額は？）

どの分野にどれくらい何の支援策でどう投資をそれぞれするのか

- ①ゲーム（支援額：--億円）
- ②アニメ（支援額：--億円）
- ③マンガ／出版（支援額：--億円）
- ④実写（支援額：--億円）
- ⑤音楽／ライブ・エンタメ（支援額：--億円）

中期計画：➡2031年

輸出額目標：00兆円

支援策・予算：000億円

①2033年の各分野・輸出目標額の設定

②その目標に向けた全体戦略立案、

分野別支援策・予算の割り振り

③中期5か年の計画に落とし込みと26年からの実行

④中期5か年計画の反省・改善案を2031年から反映

（2033年の到達目標額は？）

各分野の目標設定／2022年の売上4.7兆円を2033年20兆円にて比例計算
※4.25倍

- ①ゲーム（11.9兆円）
- ②アニメ（6.37兆円）
- ③マンガ／出版（1.27兆円）
- ④実写（0.42兆円）
- ⑤音楽／ライブ・エンタメ（--兆円）

2033年

輸出額目標：20兆円

支援策・予算総額：000億円

ご参考) 課題へのCESAの取り組み／一部紹介について

①人材育成活動：文化庁受託事業3件を実施中

・人材育成事業：トップゲームクリエイターズ・アカデミー (TGCA)

次代を担うクリエイター等の育成支援を目的に、文化庁・独立行政法人日本芸術文化振興会と連携した2年間のゲーム分野の育成プログラムを実施中。

・ゲームクリエイタースキル実証プロジェクト

CESAが中心となって大学等を始めとする教育機関で学ばべきスキルセットを明らかにすることで、ゲーム業界に関する教育の底上げを図るとともに、開発人材の確保をより効果的、効率的に行えるような取り組みを目指すプロジェクト。

・学校における文化芸術鑑賞・体験推進事業-クリエイターの派遣-

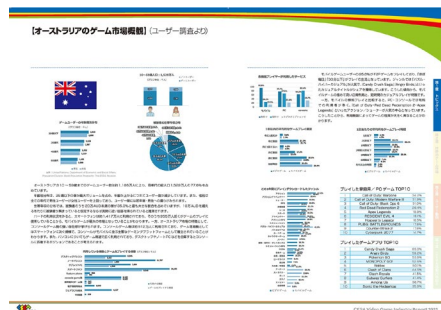
CESA理事会社を中心とした現役クリエイターなどによる、各職種のプレゼンテーション方式の出張を小学校で実施。



②海外進出支援：

ゲーム市場攻略の参考となる外国の独自市場調査を深く行い、公開した。

(中国、オーストラリア)



③インディクリエイター支援：

東京ゲームショーで国際インディコンテストを実施し、クリエイター同士のビジネス、国際交流の場を提供した。

※81か国、1,365タイトル参加

