

# ビデオゲームを取り巻く環境

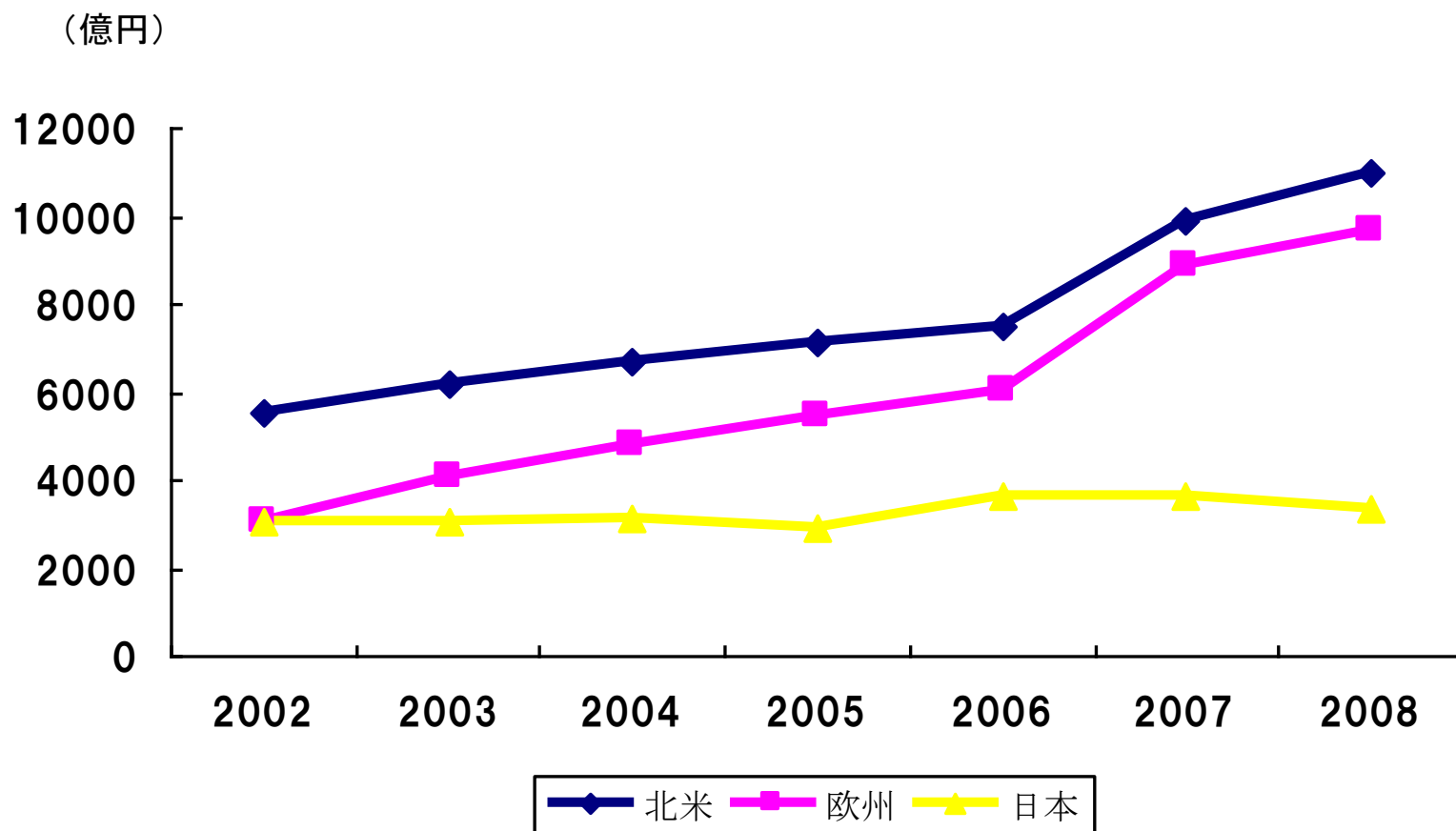
2010年1月15日

コーエーテクモホールディングス株式会社  
代表取締役社長 松原 健二

# ビデオゲームの市場



# 家庭用ゲームソフト市場規模



(注)出所:エンターブレイン社「ファミ通ゲーム白書2009」

# ゲームハードウェア販売台数

(台数:万台)

		日本	北米	欧州	合計
据置型	PlayStation3	354	824	980	2,158
	Xbox360	113	1,592	1,070	2,775
	Nintendo Wii	853	2,111	1,700	4,664
携帯型	Nintendo DS	2,777	3,281	3,600	9,658
	PSP	1,261	1,548	1,670	4,479

※日本-2009年9月、北米-2009年8月末、欧州-2009年6月末

※出所 当社推計

# ゲーム 国内売上 (2008年)

順位	作品名	売上	配給会社
		(単位:本数)	
1	モンスターハンターポータブル 2nd G (PSP)	245	カプコン
2	ポケットモンスター プラチナ (DS)	218	ポケモン
3	Wii Fit	215	任天堂
4	マリオカート Wii	200	任天堂
5	大乱闘スマッシュブラザーズX	175	任天堂
6	リズム天国ゴールド (DS)	135	任天堂
7	ドラゴンクエストV 天空の花嫁 (DS)	118	スクウェアエニックス
8	街へいこうよ どうぶつの森 (DS)	90	任天堂
9	星のカービィ ウルトラスーパーデラックス (DS)	86	任天堂
10	Wii Sports	84	任天堂

(出典 エンターブレイン「ファミ通ゲーム白書2009」)

# ゲーム 米国売上 (2008年)

順位	作品名	売上	販売元
		(単位:本数)	
1	はじめてのWii	528	任天堂
2	マリオカートWii	500	任天堂
3	Wii Fit	453	任天堂
4	大乱闘スマッシュブラザーズX (Wii)	417	任天堂
5	グランド・セフト・オートIV (Xbox 360)	329	Take-Two
6	Call of Duty: World At War (Xbox 360)	275	Activision/Blizzard
7	Gears of War 2 (Xbox 360)	231	マイクロソフト
8	グランド・セフト・オートIV (PlayStation 3)	189	Take-Two
9	マッデン NFL 09 (Xbox 360)	187	Electronic Arts
10	マリオカート DS	165	任天堂

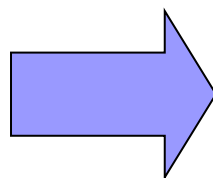
(出典 NPD社リリース)

# 日本ゲームメーカーの課題

◎ 成長を続ける欧米市場での収益拡大を実現する

## 【従来の形態】

国内市場をターゲットとした既存タイトルを、欧米市場向けにローカライズして販売



## 【あるべき形態】

欧米市場をメインターゲットとする開発体制に、重点を移項

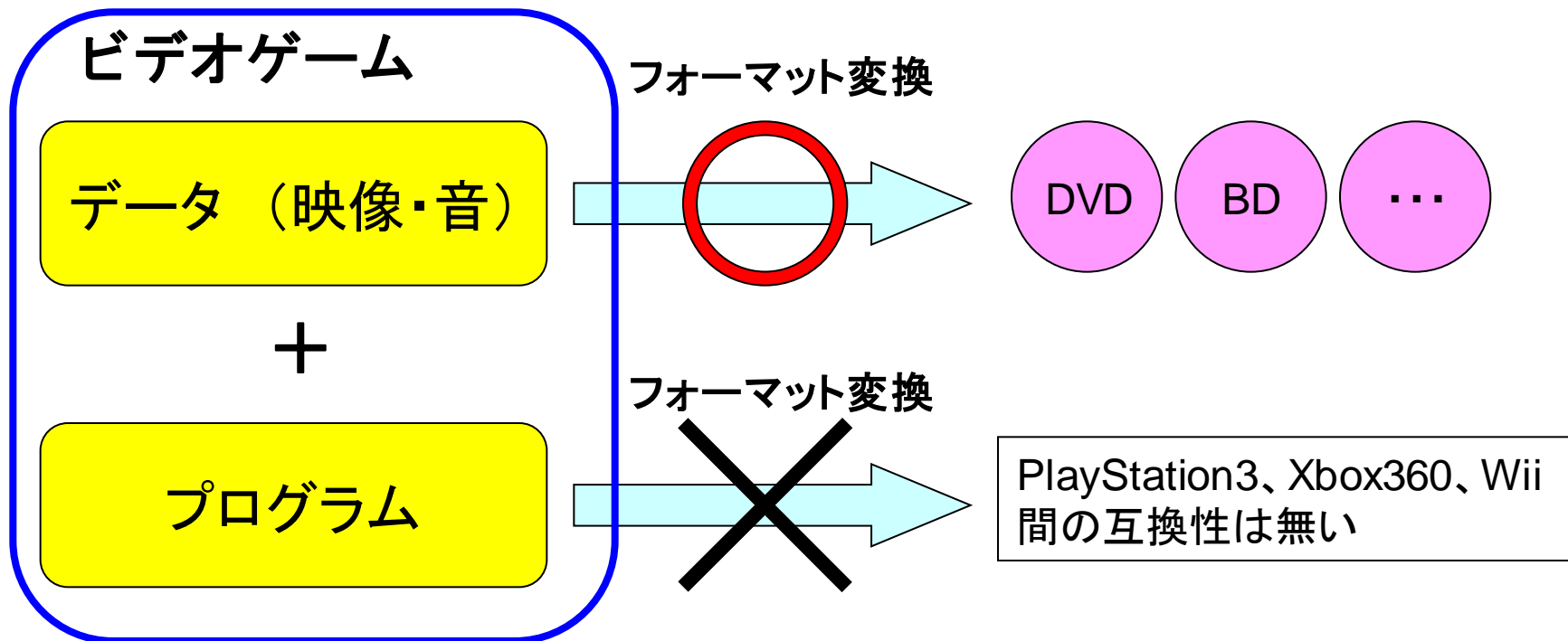




# ビデオゲームにおける マルチとは？



# 映像コンテンツとの違い



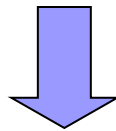
ビデオゲームはプラットフォームを越えて動作できず、  
(真の)マルチユース市場は存在しない。

# マルチプラットフォーム展開

- 一次コンテンツを他プラットフォームへ『移植』
- プログラム、CGリソース、企画内容等を修正



2009年10月 PC版



操作インターフェースなど大幅に修正

2010年3月 PS3・Xbox360版

最近ではマルチプラットフォーム同時発売が増加



# ゲームの新しい潮流 —ソーシャルゲーム—

# ソーシャルゲーム (1)

- (広義) SNSサービスの一環として提供されるゲーム
- (狭義) プレイヤー同士のコミュニケーションが活性化されるゲーム
- mixi、モバゲー、グリー、Facebookなど

## ソーシャルゲーム (2)

- オンライン環境を前提
  - PC、携帯電話、スマートフォン
- 基本プレイ無料、オプション有料(アイテム等)
- ゲーム開発ベンチャにとって参入が容易
  - ブラウザで動作。複雑な3D-CGを用いない。

## ソーシャルゲーム (3)

- 大手ゲーム企業の本格参入はこれから
- 手軽で安価なゲーム環境の出現
- ゲームのユニクロ化？



**ICT**