

ゲーム産業の動向 ～今年発売予定の新ゲーム機が起爆剤となるか～

【ポイント】

1. 国内のコンピュータゲームメーカーは、ゲーム専用機を中心に、先行した米国ゲーム機メーカーの失敗も活かし、ビジネスモデルを展開し成長してきた。
2. しかし、ここ数年間、ハード及びソフトの販売は漸減している。その原因は、開発費高騰による新作ソフトの減少とスマートフォンゲームの拡大と考える。
3. 今年発売される新ゲーム機が起爆剤となり、ゲーム産業は再び成長に転じるかどうかを注視したい。

1. 独自のゲーム専用機開発などにより飛躍的に成長

コンピュータゲームの歴史は意外に古く約半世紀ある。世界最初のコンピュータゲームは1958年の「Tennis for two」と言われているが、その後、ゲームをビジネスへ拡大したのは、1977年発売の家庭用ゲーム機「Atari2600」の功績が大きい。

米国で急拡大したゲーム市場には、多数のサードパーティであるゲームソフトメーカーがこぞって参入した。しかし、誰もがゲームを作成できるようになっていたにも関わらず、その内容についてのチェック機能がなかったことから、品質の低下による悪質ソフトの蔓延を招き、結果的にユーザーの不信、不満を募らせることとなった。そして1982年のクリスマス商戦では全くゲームが売れず急激な市場の縮小が起り、米国のゲーム市場は壊滅的な状況に追い込まれた(これはアタリショックと言われ、米国ゲーム関連企業の株価は急落した)。

一方、日本のコンピュータゲームの歴史は、丁度この頃から始まる。1983年に発売された家庭用ゲーム機は、徐々に人気化し、1985年に現在もこのメーカーの代表作であるゲームソフトが大ヒットすると、日本のみならず米国でも一気に普及した。

この家庭用ゲーム機で成功した最大手ゲームメーカーは、アタリショックの反省から自社以外のゲームソフト販売をライセンス供与した相手に限るというビジネスモデルを採用した。同時にゲーム内容を事前チェックすること、1年間に発売するゲームタイトル数を限定すること等を条件とした。また、実際の製品生産においても、生産本数を決め、流通市場に在庫や余剰ソフトが溢れないような仕組みを構築した。この仕組みは効果的で、結果的にゲームソフトの品質を向上させ、過剰在庫を市場に滞らせないようにし、アタリショック以来冷え込んでいたゲーム産業を成長産業として歩ませるきっかけとなったと考えられる。

1990年代中盤に大手家電メーカーからCD-ROMメディアをゲームカセットの替りに採用したゲーム機が発売された。このゲーム機では半導体や電子機器の進歩が著しく、当時としては革新的な3D表現を用いたゲームが楽しめることとなり、1983年のゲーム機以来の大ヒットとなった。その後、この2つのゲーム機を発売した日本の大手企業2社が世界のゲーム産業を長きにわたり牽引し、ゲームといえばこの2社の「専用ゲーム機ありき」という構図が完成し、この2社の世界シェアは80%程度まで上昇した。

また、この10年間では、テレビに接続する据置型ゲーム機に加えて、携帯型が大きく伸びている。90年代後半からゲーム離れが言われる中、携帯型ゲーム機は、その手軽さやゲー

ムソフトの斬新さが評価され、今までゲームに馴染みの無かった層（カジュアルユーザー）を取り込んでいる。そして、2008年度にピークをつけるまでゲーム人口の停滞を改善し、ゲーム産業の拡大に大きく貢献した。

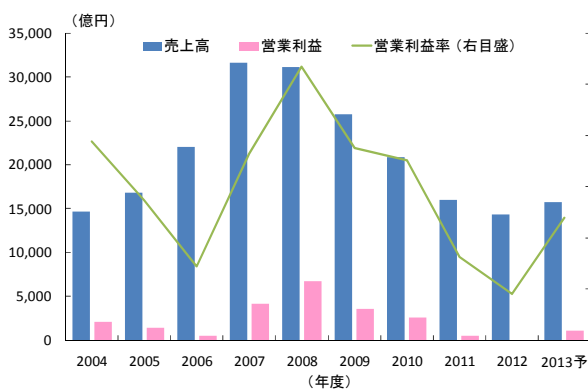
しかし、1983年から30年経過し、近年はこの状況に変化が見えつつある。

2. ゲーム開発費高騰、スマートフォンゲーム普及から業績低迷

このように成功を遂げた国内ゲームメーカーではあるが、2008年度以降はハード、ソフトとも減少傾向にあり、業績も低迷を余儀なくされている（図表1～3）。この理由としては、業界内部要因と外部要因とに分けられる。

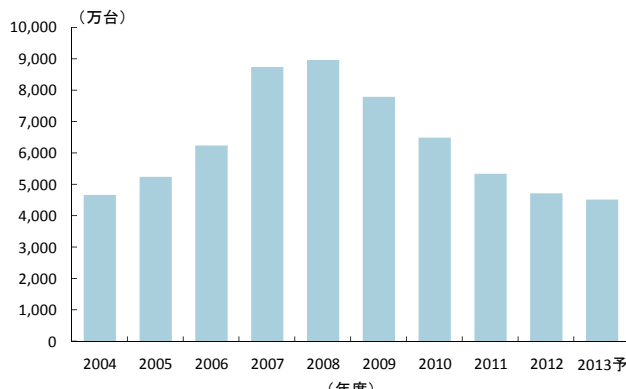
業界内部の要因としては、開発費高騰による新作ゲームタイトルの減少や過去のヒットタイトルを他のゲーム専用機で再販するだけなど、ソフトのマンネリ化が続いていることが挙げられよう。現在では、ゲームシナリオの複雑化、グラフィックなどの高精彩化などから開発期間が長期化し、開発費は高騰している。売上高に対する開発費比率も上昇し、利益の圧迫要因となっている（図表4）。そして「新たな顧客を獲得するゲーム」よりも「売れ行きの計算できるゲーム（ヒット作の続編）」の作成が増加した。これにより、ゲーム慣れしたユーザーを飽きさせ、販売の縮小に繋がったと考えられる。

図表1. ゲーム大手5社の業績推移



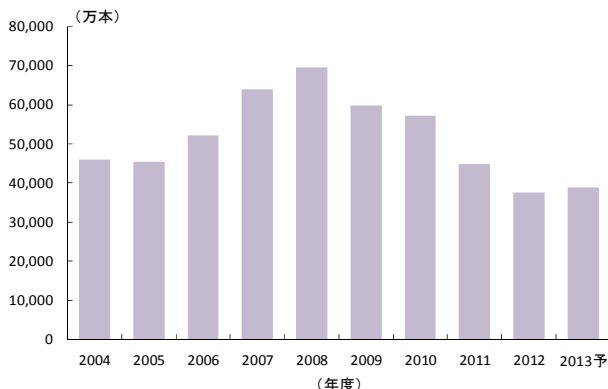
(資料)会社資料を引用し富国生命投資顧問で推定、作成

図表2. ハードウェア販売台数



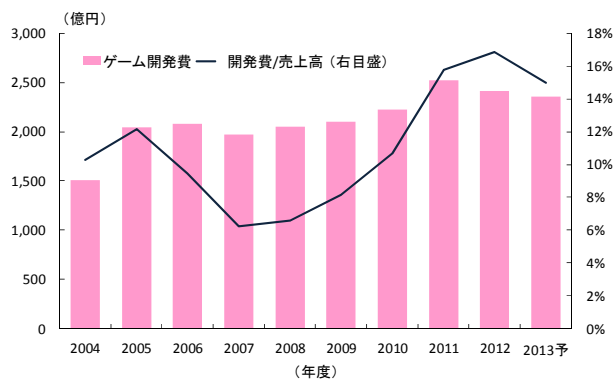
(資料)会社資料を引用し富国生命投資顧問で推定、作成

図表3. ソフトウェア販売本数



(資料)会社資料を引用し富国生命投資顧問で推定、作成

図表4. ゲーム開発費の推移



(資料)会社資料を引用し富国生命投資顧問で推定、作成

開発費高騰でリスクを取りにくくなっているが、「売れるゲームを作るには相応の開発費が必要」(大手ゲームソフト社会長)であることも事実であり、ゲームの開発費は大きくは下げられない。こうした状況下で、各社とも現状を打破し、ゲーム開発の効率性を上げるソフトウェアの開発や新作開発の厳格な選別などを徹底しており、ゲーム離れに歯止めをかける

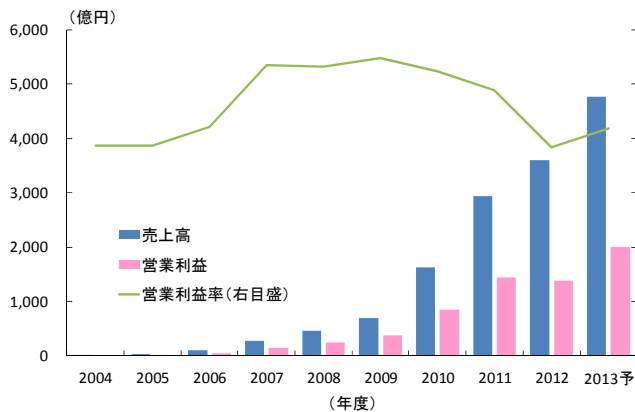
施策を模索している。

一方で、外部要因として、スマートフォンゲームの急増が考えられる。大手ゲームメーカー5社のソフトウェアのみの売上高合計が2008年度から昨年までで約5,500億円減少する一方で、特にスマートフォン向けにゲームを提供している国内ゲーム企業の売上高合計は、2013年度には5,000億円弱となる予想で、前年比で40%成長することを見込んでいる（図表5）。これまでゲームと言えば「専用ゲーム機ありき」だったが、スマートフォンという汎用機でゲームを楽しむようになってきている。スマートフォンゲームが急伸しているのは、基本的にゲームは無料で始められ、ゲーム機も不要であることが挙げられる。無料で提供できる理由は、従来のソフトと比較して、その開発コストの低さにある。

導入コストの低さから、以前に携帯型ゲーム機を盛り上げたカジュアルユーザーを上手く取り込めたのではないかと推測する。

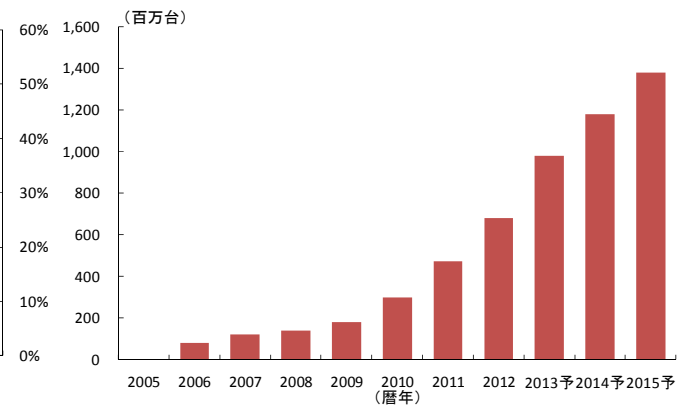
スマートフォンは、ここ数年間で爆発的に普及しており、図表6の通り、世界出荷台数は昨年の6億台から今年は約10億台を見込んでいる。同時に新たに台頭したスマートフォンゲームの市場も拡大すると考えられる。「専用機から汎用機」という流れは、今後しばらく続くと考える。

図表5. モバイル(スマートフォン)ゲーム



(資料)会社資料を引用し富国生命投資顧問で推定、作成

図表6. スマートフォン出荷台数



(資料)富国生命投資顧問で予想、作成

3. 新ゲーム機は起爆剤となるか？

昨年の1機種に引き続き、今年は新ゲーム機が2機種発売され、世界のゲーム大手3社の新ゲーム機が6~7年ぶりに出揃うことで販売台数の減少に歯止めがかかるかが注目される。このうち、国内の大手家電メーカーの新ゲーム機の予約状況は好調なようである。但し、マニア層の購入が一巡する来年以降の販売の方が重要と考えている。現段階では総販売台数が一世代前のゲーム機を上回るのは困難な印象を持っている。

ゲーム専用機の方がゲームをプレイするのに適しているのは間違いないだろう。しかし、前述の新作ソフト減少の問題、パソコンやスマートフォンなどの汎用機器でも楽しめるようなゲームソフトが増加している事等を考慮すると、決して安価ではない専用ゲーム機を購入することに対するハードルが以前よりも高まっていると考える。

これまでの「専用ゲーム機ありき」というビジネスモデルが転換点にあるのかもしれない、次の30年間のゲーム産業の成長を考えるうえでも、今後のゲーム専用機の売れ行きは今まで以上に注視する必要があるだろう。

(富国生命投資顧問(株) チーフアナリスト 安山 誠健)