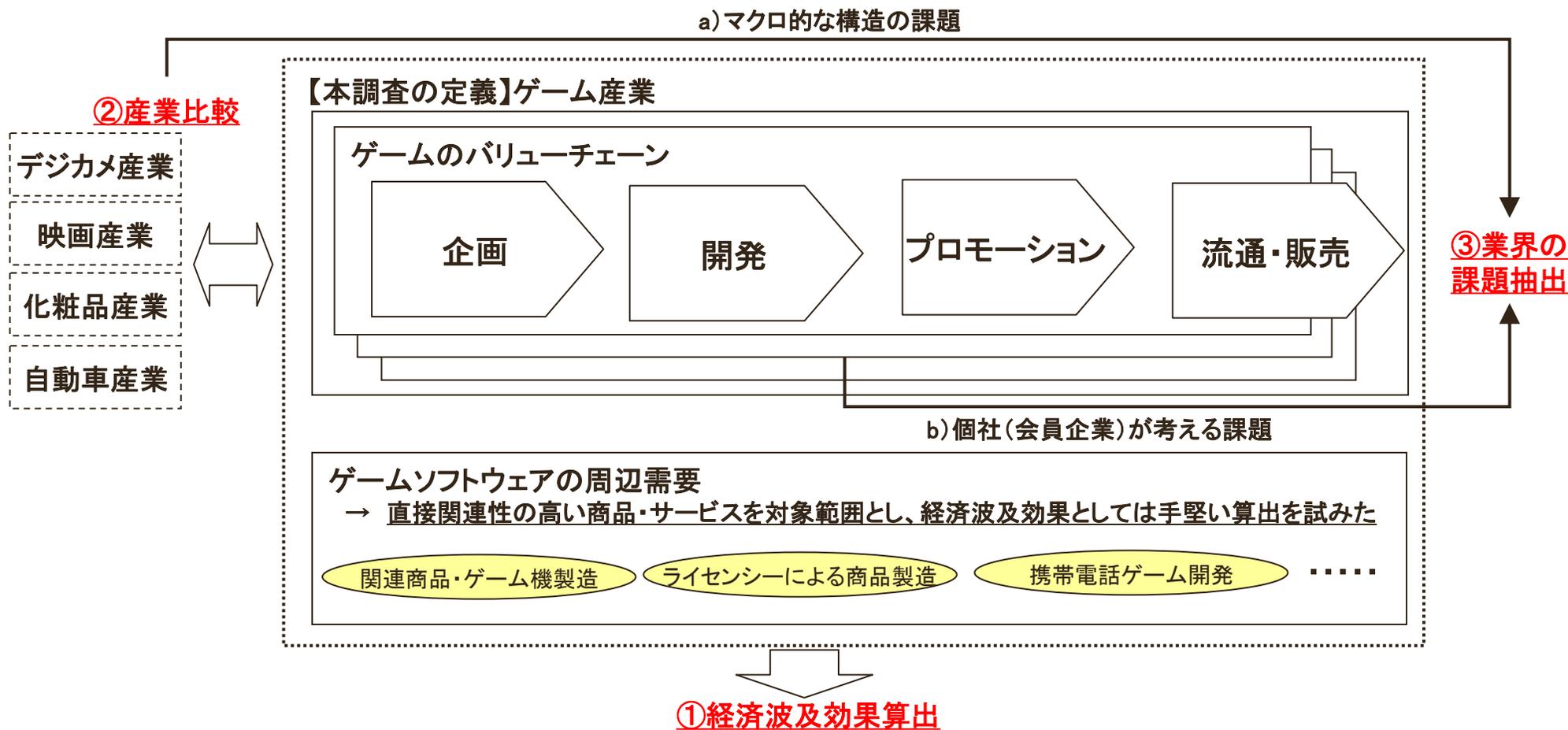


ゲーム産業の分析と 波及効果調査(速報版)

2008年10月1日
社団法人コンピュータエンターテインメント協会

当調査報告の概要と目的

- 当調査では、まず①ゲームソフトウェア業界の経済波及効果の算出を行った。
- また、②特定の産業との比較を行うことにより、③業界の課題を抽出した。
- これらの結果から、ゲーム業界として取り組むべき展望を提言することが目的である。



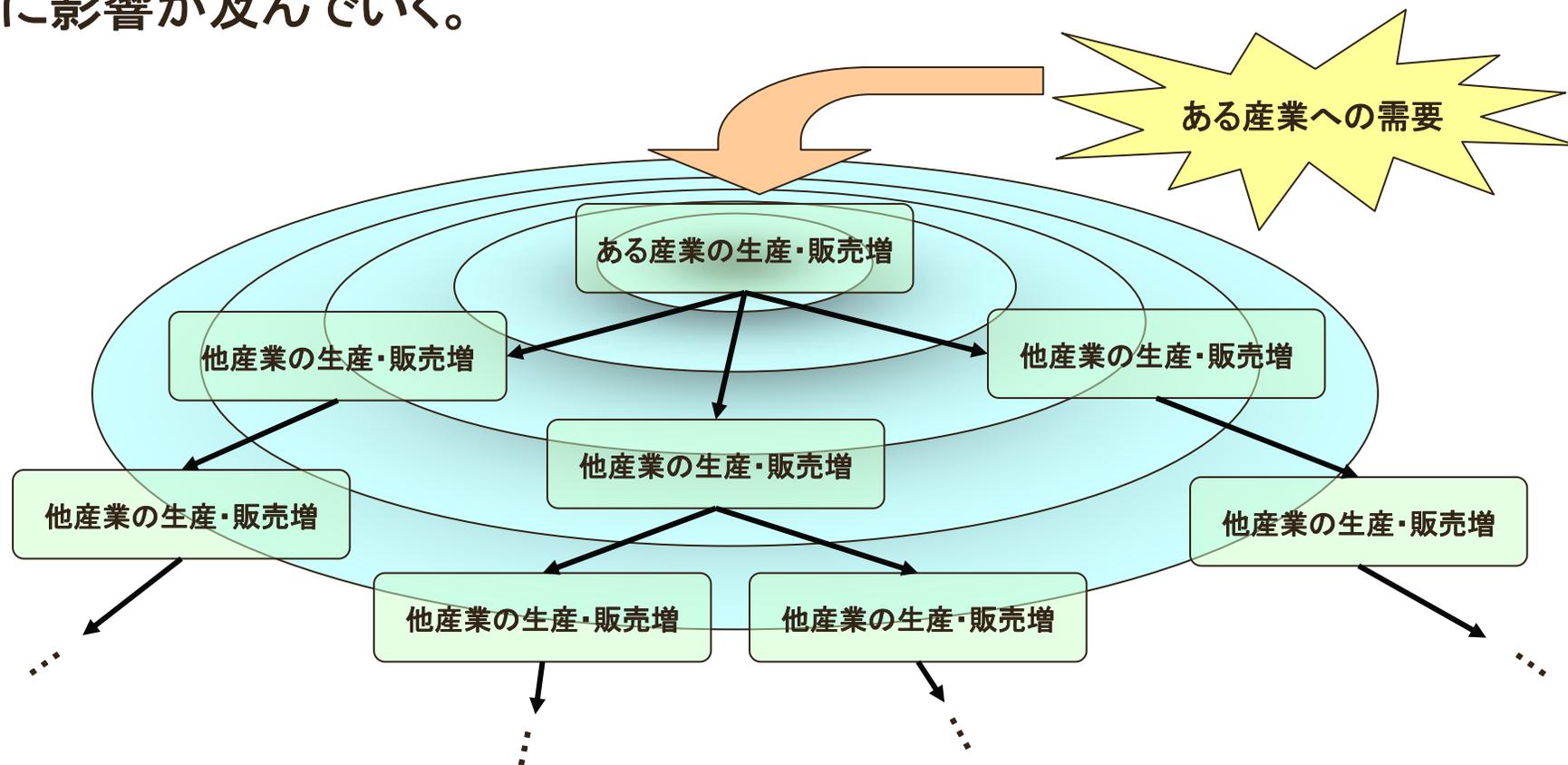
本日の発表内容

- 周辺需要を含めたゲームソフトウェア産業の日本国内の経済波及効果は、約1兆円。
 - 国内のゲームソフトウェア市場規模は3,823億円、約1,000本の新タイトル(2007年度実績「2008CESAゲーム白書」より)。
 - これらのデータ及び企業のデータから関連書籍、アニメ、キャラクターグッズ等の周辺投資まで含めた経済波及効果は、約1兆円(乗数効果約2.3倍程度)の規模となる。
- ゲームソフトウェア産業は成長性、収益性、国際性が強み。更なる発展にはグローバル化、ミドル人材の育成がカギ。
 - ゲーム産業をマクロなデータで他産業と比較すると、成長性、収益性、国際性の3つが強み。
 - 更なる発展のためには、グローバル化対応、プロデューサー人材育成、開発体制の効率化に業界をあげて臨む必要がある。

産業連関による経済波及効果の算出

経済波及効果算出の考え方 - 産業間の連関(概念図)

- 経済を構成する各産業は、相互に密接な取引関係を結びながら生産活動をしている。
- ある産業に需要が生じると、それが刺激となり、ちょうど水面に投げた石が波紋を生んで次々と範囲を広げていくように、相互の取引を通じて、他の産業に影響が及んでいく。

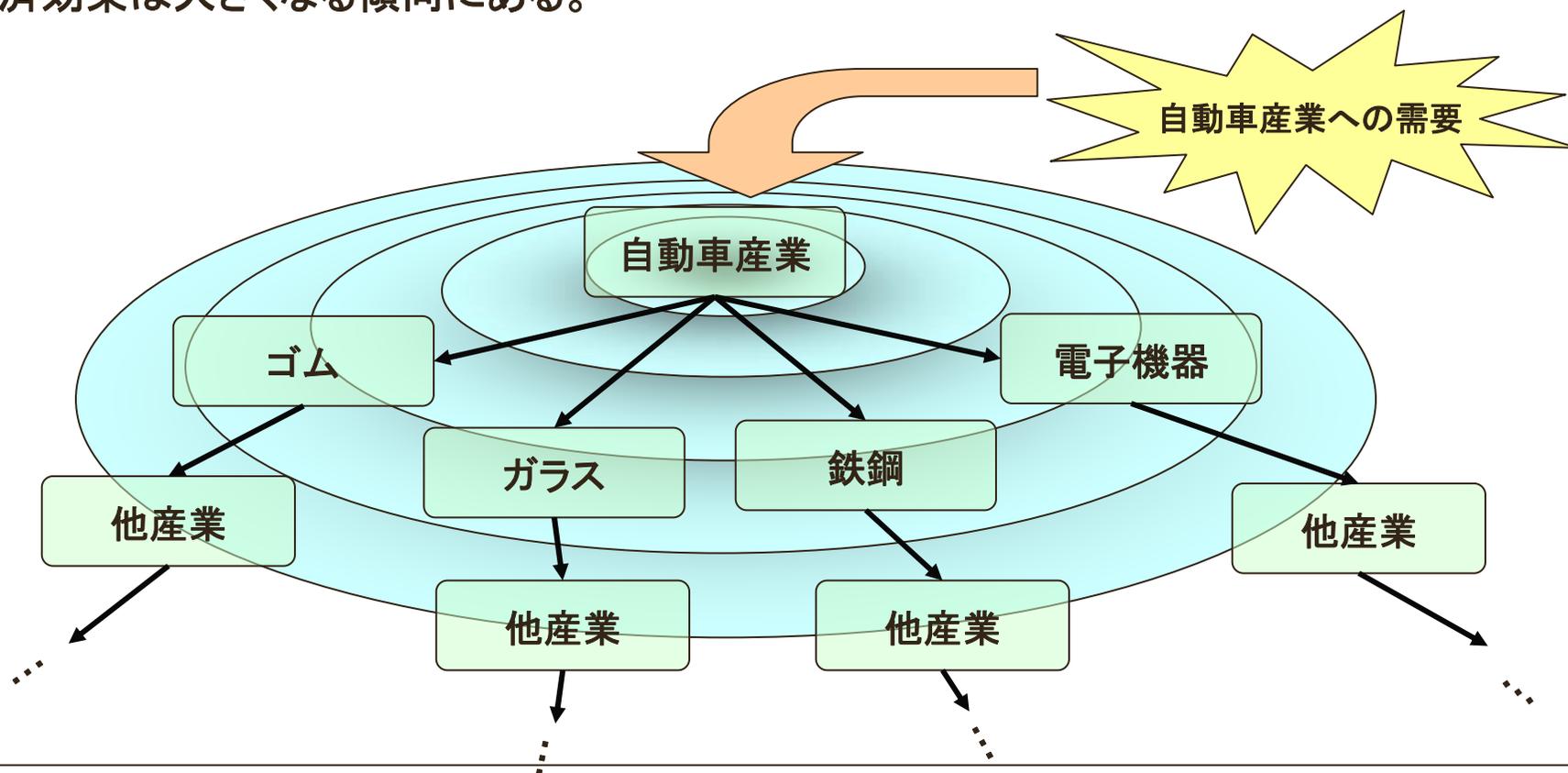


経済波及効果算出の考え方 - 産業間の連関(自動車産業を例に)

- 自動車産業を例にとると、例えば次のような生産の連関が生まれ、それぞれの産業は生産に必要な原材料等の取引を通じて、別の産業に需要をもたらし、生産を誘発させる。

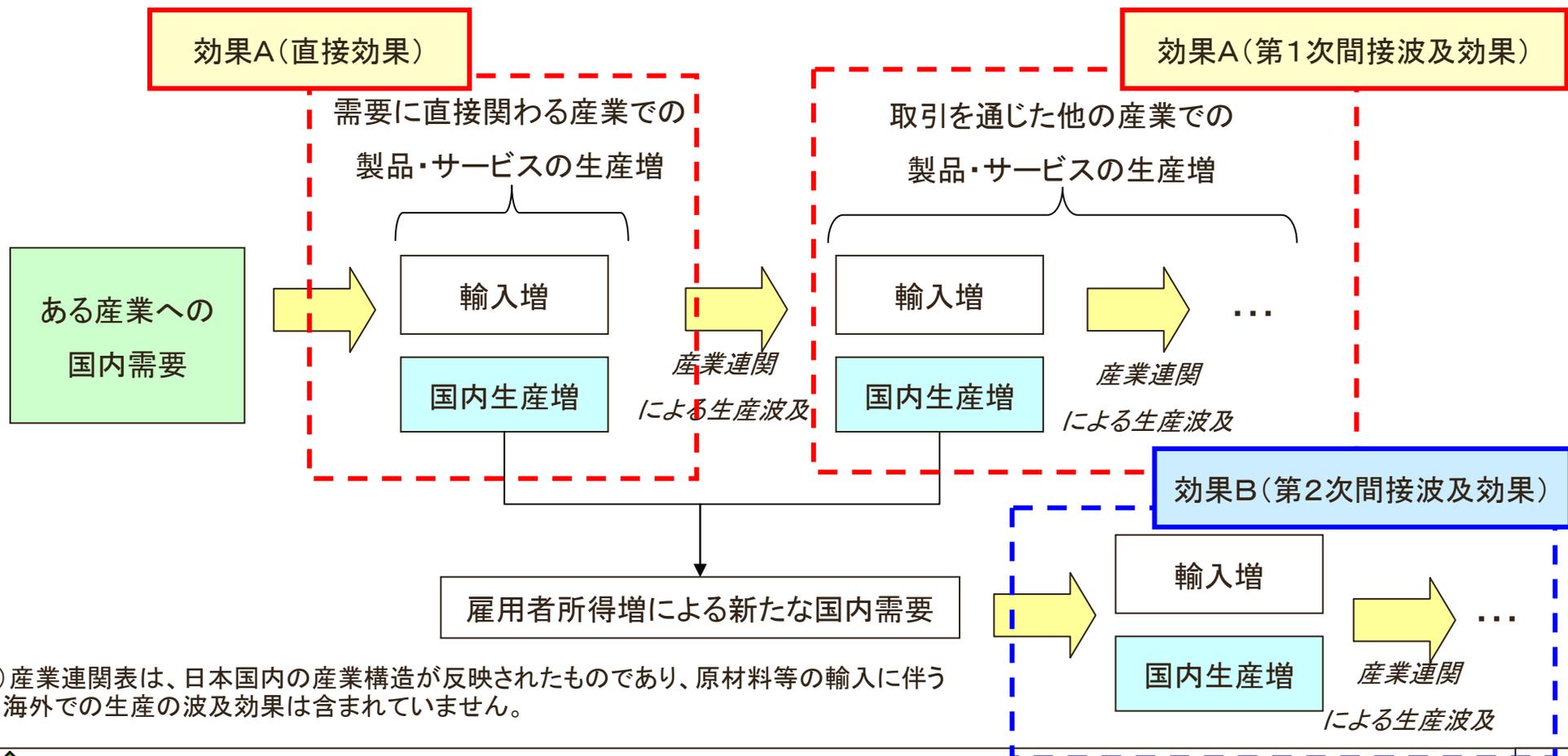
タイヤ→ゴム製造業 窓ガラス→ガラス製造業 ボディ→鉄鋼業 …

- 自動車産業は、一般的に、関連する産業が「広い(=様々な産業と関連がある)」、関連する産業を含め、産業連関が「深い(=下請け構造が多段階で取引の連鎖が長い)」といった特徴があり、経済効果は大きくなる傾向にある。



経済波及効果算出の考え方 - 産業間の連関(直接・間接の効果)

- 効果A ある産業に需要が発生すると、その生産を行うのに必要な派生需要を次々を生ま出し
ていく。
- 効果B 波及した産業での生産増に伴う雇用者所得の増加は、消費を通じて新たな需要を発生
させ、それが生産増へとつながっていく。



(注)産業連関表は、日本国内の産業構造が反映されたものであり、原材料等の輸入に伴う海外での生産の波及効果は含まれていません。

(参考)産業連関表とは — 経済循環の見取り図

- 経済産業省が提供する産業連関表をみると、各産業での生産に要する中間投入額(原材料など)や、各産業で生み出された生産物の販売先(消費先)がわかる。
- 例えば、自動車産業が分類される「14 輸送機械」を縦にみると、鉄鋼や電気機械の額が大きく、原材料の仕入れなど、生産に当たって取引が盛んであることがわかる。

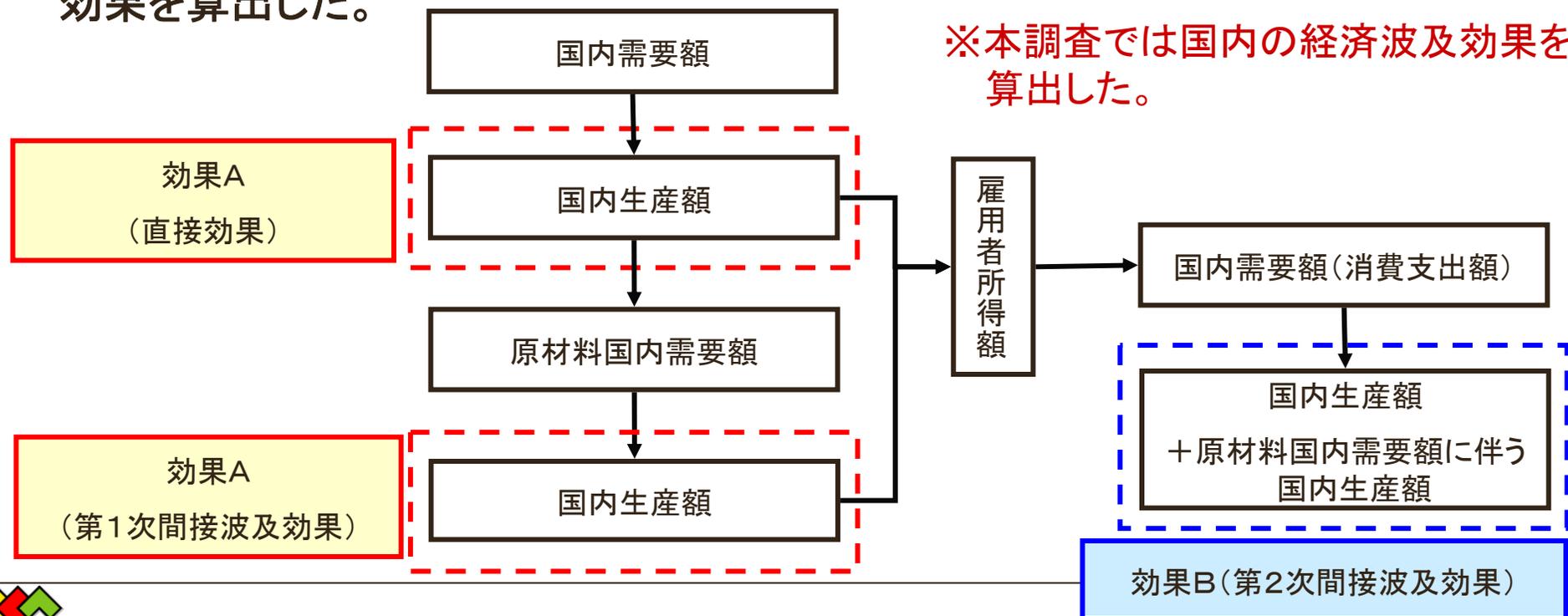
(単位:百万円)

		04	05	06	09	12	13	14	15
		繊維製品	パルプ・ 紙・木製 品	化学製品	鉄鋼	一般機械	電気機械	輸送機械	精密機械
04	繊維製品	1,859,665	92,482	22,555	11,074	38,638	136,581	86,297	6,122
05	パルプ・紙・木製品	68,948	3,850,673	416,569	15,770	57,271	329,297	71,168	25,786
06	化学製品	599,911	493,339	7,653,259	104,422	174,817	531,890	438,155	27,647
09	鉄鋼	259	110,472	1,102	7,812,433	1,839,245	683,303	1,734,556	40,202
12	一般機械	0	27,790	834	8,416	5,616,791	369,590	500,743	37,114
13	電気機械	129	2,850	2,006	158	1,663,586	15,967,865	1,900,094	326,078
14	輸送機械	0	0	0	0	0	0	18,411,324	0
15	精密機械	82	624	617	51	127,537	45,264	27,596	445,357
国内生産額		7,093,605	14,861,895	26,102,452	17,159,538	28,586,673	53,402,802	42,667,472	3,938,934

(原典)経済産業省「平成12年産業連関表」の取引基本表(32部門表)

経済波及効果算出の考え方 - 算出の手順と乗数効果

- 本調査では、経済波及効果を次のように算出し、その合計額とした。
 - ①ゲーム産業への国内需要に伴う国内生産額と、その生産に応じるために発生した中間投入（原材料等）への需要に伴う国内生産額
 - ②雇用者所得による国内需要に伴う国内生産額と、その生産に応じるために発生した中間投入（原材料等）への需要に伴う国内生産額
- 最初に生じた需要額と、上記で算出した生産額（経済波及効果額）との倍率を「乗数」、需要額よりも生産額が大きくなる効果を「乗数効果」と呼ぶこともある。
- 当調査では、経済産業省平成12年（2000年）産業連関表（確報）を用いて、経済波及効果を算出した。

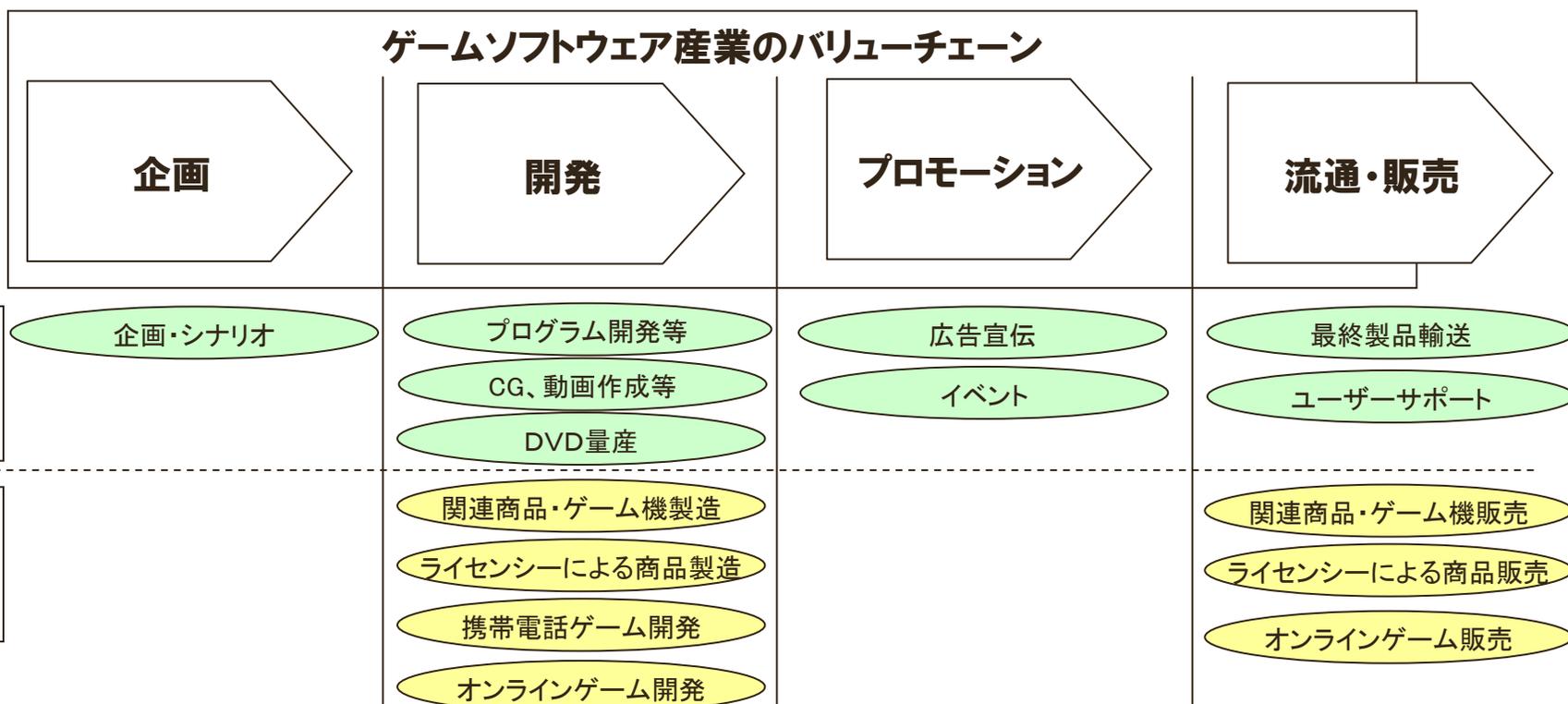


ゲーム産業の経済効果算出の範囲

- ゲームソフトウェア産業を以下のようなバリューチェーンにおける投資と周辺投資があるものと捉え、これらの活動に対する需要(投入量)をもとに経済効果を算出した。

※周辺投資は、直接関連性の高い商品・サービスを対象範囲とし、経済波及効果としては手堅い算出を試みた。

ゲームソフトウェア産業のバリューチェーン



算出方法① ータイトルによる分類

- ゲーム産業国内市場規模3,823億円(国内の販売額ベース、2007年度実績「2008CESAゲーム白書」より)の経済波及効果を算出するにあたって、ゲーム業界および関連する産業における経済活動の内容(業種)および各活動における生産額の設定が必要となる。
- ゲームはタイトルに応じて、関連する経済活動の内容(業種)および生産額は異なるため、プラットフォームおよび販売本数の2つの切り口から、ゲームのタイトルを下表の6タイプに分類した。

※国内の物流・販売を含めた経済波及効果を算出するため、販売額ベースとした。

対象となるプラットフォームによる分類		販売本数による分類 (累計販売本数により区分)					
		A 大ヒットクラス (50万本以上)		B 通常ヒットクラス (10万本以上)		C その他 (10万本未満)	
	例		イメージ		イメージ		イメージ
I.据置型ゲーム機用	PS3・2、Wii、Xbox360	分類Ⅰ-A	大型RPGもの、キャラクターシリーズ	分類Ⅰ-B	話題作	分類Ⅰ-C	単発もの
II.携帯型ゲーム機用	DS、PSP	分類Ⅱ-A	据置型大ヒット派生キャラクターシリーズ	分類Ⅱ-B	話題作	分類Ⅱ-C	単発もの

算出方法② ータイトル分類ごとの投入額のモデル設定

- 据置型ゲーム機に対応するゲームのうち、大ヒットするタイトル(分類Ⅰ-A)に関わる経済活動および各活動の時期と投入額(国内需要額に相当)を次のように設定した。このデータは会員企業にヒアリングし、ゲーム開発にかかる費用や期間を平均化したものである。
- その際、ゲーム開発・販売に関わる経済活動の部分と、グッズ等の関連商品製造・販売やライセンスによる2次利用などの周辺投資部分に分けて設定した。

(単位:百万円)

経済活動の分類		1年目	2年目	3年目	4年目	5年目	6年目	7年目	合計額	
		開発期			販売機		販売終了後			
ゲーム開発・販売部分	企画・シナリオ	200	200						400	
	プログラム/デザイン/CG/映像・音楽制作		800	800					1,600	
	DVD量産(最終製品製造)				120	80			200	
	最終製品輸送				3	2			5	
	広告宣伝	紙媒体		30	7	7	7			50
		放送				180	120			300
		ネット		30	7	7	7			50
	イベント	会場設営・人材派遣		18	6	6				30
		物販				6	2	2		10
	ユーザーサポート	オペレータ対応				6	1	1	1	10
周辺投資部分	関連商品製造・販売	書籍			24	8	8			40
		音楽CD				24	8	8		40
		アニメ・映画								
		食品								
		グッズ・玩具				24	8	8		40
	衣料									
	関連ゲーム機製造・販売					300	100	100		500
	ライセンスによる商品製造・販売	食品				18	6	6		30
		グッズ・玩具				18	6	6		30
		衣料				24	8	8		40
		書籍				12	4	4		20
		アニメ・映画				660	220	220		1,100
	携帯電話ゲームコンテンツ開発	プログラム加工			60	10	10	10	10	100
オンラインゲーム開発・販売	企画・シナリオ			100	100				200	
	プログラム・デザイン等				400	400			800	
	広告宣伝				30	7	97	67	200	
合計額		200	1,078	979	1,678	1,203	478	178	5,795	



算出方法③ - タイトル分類ごとの年間市場投入数のモデル設定

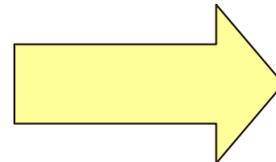
- 2007年度の売上ランキングから、6分類の年間市場投入タイトル本数は右下の表の通りになる。

No.	規模	ランキング	据置型(α)			携帯型(β)			合計
			Wii	PS2+PS3	Xbox360	DS	PSP	GBA	
①	100万本以上	10位以内	3	0	0	6	1	0	10
②	50万本以上	29位以内	2	2	0	14	1	0	19
③	25万本以上	67位以内	6	11	0	20	1	0	38
④	10万本以上	138位以内	4	22	0	34	10	1	71
⑤	10万本未満	200位以内	8	13	7	27	6	1	62

↓

分類	本数
I-A(①α+②α)	7
I-B(③α+④α)	43
I-C(⑤α)	28
II-A(①β+②β)	22
II-B(③β+④β)	66
II-C(⑤β)	34
合計	200

「2008CESAゲーム白書」によると2007年の年間タイトルは約1,000本。201位以下のタイトルはI-C、II-Cに属すとする。



I-C、II-Cへの割り振りは以下の通り。
 $(I-A) + (I-B) : (II-A) + (II-B)$
 $= 3 : 2$

【最終的な内訳】

分類	本数
I-A	10
I-B	50
I-C	340
II-A	20
II-B	70
II-C	510
合計	1,000

経済波及効果① - 1タイトルの効果(分類 I - A)

- 据置型ゲーム機に対応するタイトルのうち、大ヒットするタイトル(分類 I - A)の開発・販売および周辺投資の国内需要による経済波及効果は次の通りとなる。

	ゲーム開発・販売	周辺投資
国内需要額	2,655百万円	3,140百万円
経済活動	①企画・シナリオ制作 ②プログラム／デザイン／CG／映像・音楽制作 ③DVD量産(最終製品製造) ④最終製品輸送 ⑤広告宣伝 ⑥イベント ⑦ユーザーサポート	①関連商品製造・販売 ②関連ゲーム機製造・販売 ③ライセンスによる商品製造・販売 ④携帯電話ゲームコンテンツ開発 ⑤オンラインゲーム開発・販売
経済波及効果	6,174百万円	7,063百万円
乗数	2.325倍	2.249倍

(注)分類 I - Aのほか、他の分類についても、経済波及効果の算出には最新の確報データである平成12年(2000年)産業連関表(確報)を使用した。

経済波及効果② - 1タイトルの効果(分類別)

- 分類Ⅰ-Aと同様に各タイトル分類ごとの、1タイトル当たりの経済波及効果は次の通りとなる。
- ゲーム開発・販売の乗数効果は、2.30~2.33倍程度となる。

	ゲーム開発・販売			周辺投資		
	国内需要額	経済波及効果	乗数	国内需要額	経済波及効果	乗数
分類Ⅰ-A	2,655百万円	6,174百万円	2.325	3,140百万円	7,063百万円	2.249
分類Ⅰ-B	675百万円	1,561百万円	2.313	50百万円	116百万円	2.328
分類Ⅱ-A	955百万円	2,229百万円	2.334	2,290百万円	5,090百万円	2.223
分類Ⅱ-B	275百万円	633百万円	2.302	50百万円	116百万円	2.328

ゲーム開発・販売の乗数効果 = 2.30~2.33倍程度

(参考)ゲーム産業の乗数効果の比較① – 比較対象業種

- ゲーム産業の乗数効果を検証するにあたって、以下のような基準で対象業種を選択した。

- ▶ 標準産業分類(下記19分類A～S)から1業種ずつ選択。

- ただし、一次産業(農業等)やその他相当は比較し難いため対象外とした。

- ▶ 業種の選択は、ゲームと同様(BtoC)ビジネスをできるだけ選択。

- ▶ 産業比較で比較した4業種は無条件で選択。

記号	分類名	記号	分類名
A	農業	K	金融・保険業
B	林業	L	不動産業
C	漁業	M	飲食店, 宿泊業
D	鉱業	N	医療, 福祉
E	建設業	O	教育, 学習支援業
F	製造業	P	複合サービス事業
G	電気・ガス・熱供給・水道業	Q	サービス業 (他に分類されないもの)
H	情報通信業	R	公務 (他に分類されないもの)
I	運輸業	S	分類不能の産業
J	卸売・小売業		

(参考)ゲーム産業の乗数効果の比較② - 比較結果

- ゲーム産業の乗数2.3程度は自動車産業などの製造業を除き、高い水準にある。

順位	分類	産業名	乗数
1	F 製造業	乗用車 [自動車]	3.496
2	F 製造業	化学最終製品 [化粧品など]	2.658
3	F 製造業	精密機械 [デジタルカメラ、時計など]	2.462
4	F 製造業	医薬品	2.433
5	F 製造業	出版・印刷	2.414
6	N 医療, 福祉	医療・保健	2.329
7	H 情報通信業	放送	2.322
8	Q サービス業	広告・調査・情報サービス	2.321
9	M 飲食店, 宿泊業	旅館・その他の宿泊所	2.271
10	I 運輸業	鉄道輸送	2.117
11	N 医療, 福祉	介護	2.114
12	H 情報通信業	通信	2.015
13	O 教育, 学習支援業	教育	1.961
14	K 金融・保険業	金融・保険	1.960
15	Q サービス業	娯楽サービス [映画など]	1.932
16	G 電気・ガス・熱供給・水道業	電力	1.848
17	L 不動産業	不動産仲介及び賃貸	1.645

製造業は産業構造上、総じて大きい傾向がある。

ゲーム産業と同じグループ。製造業を除けば高い乗数となっている。

人的サービスが主体であったり、生産に関わる原材料の購入が少ない業種ほど低い傾向にある。

17業種平均 2.256

(注)ゲーム産業の場合と同様、第2次間接波及効果までを含めた経済波及効果を算出し、乗数を計算した。ただし、ゲーム産業の場合は、経済活動ごとの需要額を設定するなど精緻に経済波及効果を算出したのに対し、上記17業種については、簡易な条件設定に算出している点に留意が必要。

市場規模3, 823億円のゲーム産業がもたらす経済波及効果①

- 1タイトル当たりの経済波及効果と年間市場投入タイトル本数から、1年間に市場投入される1, 000タイトルがもたらす経済波及効果を算出した。

(単位: 百万円)

1, 000タイトル分のゲーム開発・販売がもたらす経済波及効果

	1タイトル分			年間タイトル数	経済効果総額
	国内需要額 (投資額)	経済波及効果	乗数		
分類Ⅰ-A	2,655	6,174	2.325	10	61,740
分類Ⅰ-B	675	1,561	2.313	50	78,050
分類Ⅰ-C	405	937	2.313	340	318,580
分類Ⅱ-A	955	2,229	2.334	20	44,580
分類Ⅱ-B	275	633	2.302	70	44,310
分類Ⅱ-C	165	380	2.302	510	193,800
				合計	741,060

(注) Ⅰ-CとⅡ-Cの国内需要額は、それぞれⅠ-B、Ⅱ-Bの6割、乗数は同一とした。

(単位: 百万円)

1, 000タイトル分の周辺投資がもたらす経済波及効果

	1タイトル分			年間タイトル数	経済効果総額
	国内需要額 (投資額)	経済波及効果	乗数		
分類Ⅰ-A	3,140	7,063	2.249	10	70,630
分類Ⅰ-B	50	116	2.328	50	5,800
分類Ⅰ-C	50	116	2.328	340	39,440
分類Ⅱ-A	2,290	5,090	2.223	20	101,800
分類Ⅱ-B	50	116	2.328	70	8,120
分類Ⅱ-C	50	116	2.328	510	59,160
				合計	284,950

(注) Ⅰ-CとⅡ-Cの国内需要額および乗数は、それぞれⅠ-B、Ⅱ-Bと同一とした。

市場規模3, 823億円のゲーム産業がもたらす経済波及効果②

- 国内年間市場規模3, 823億円(2007年度CESA)のゲーム産業では、年間の市場投入タイトル本数が1, 000本(※廉価版は除く本数)であり、これらすべてのタイトルについて、過去の開発・販売への投資額、および将来の販売やアフターフォロー等への投資額までを含め、
ゲーム開発・販売がもたらす経済波及効果 = 7, 411億円
となる。
- また、1, 000本の市場投入に伴い、周辺投資(書籍やキャラクターグッズ、衣料等の関連商品の製造・販売、ライセンスによる商品製造・販売等)が発生する。これらの過去および将来の投資額までを含め、
周辺投資がもたらす経済波及効果 = 2, 850億円
となる。
- よって、国内年間市場規模3, 823億円を生み出す約1, 000本のタイトルについて、これらの過去の開発・販売への投資額、および将来の販売や周辺投資への投資額までを含めると、それがもたらす経済波及効果は、
ゲーム開発・販売および周辺投資がもたらす経済波及効果 = 1兆261億円
となり、約1兆円の規模となる。

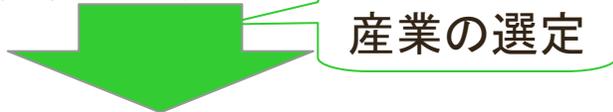
他業種との比較による産業分析

産業比較分析のスキーム

- ゲーム産業と4つの産業を、公開情報を基に比較した。

産業選択の基準

- ・ゲーム産業を、エンターテインメント(嗜好品)産業の代表的存在で、消費者との直接の接点がある(BtoC)商品を提供し、国際的な存在感がある産業と捉えた上で、比較する産業を選定した。
- ・一定以上の産業規模があり、産業セグメント情報が比較的公開されている産業を対象とした。
- ・CESA調査広報委員会において委員の方からの意見を参考に選定した。



- ・**デジカメ** … 世界シェアが高い産業
- ・**化粧品** … 近年アジアでのブランド力を高める嗜好品
- ・**映画** … 国内市場規模が同程度のエンタメビジネス
- ・**自動車** … 国際力のある日本の代表産業

活用情報の基準

- ・国や業界団体等の公開データ(マクロデータ)
- ・各産業内で活躍する企業のうち、上場企業であり、かつ、出荷数や売上高等の数値が大きい企業の平均

対象とした会社一覧(五十音順)

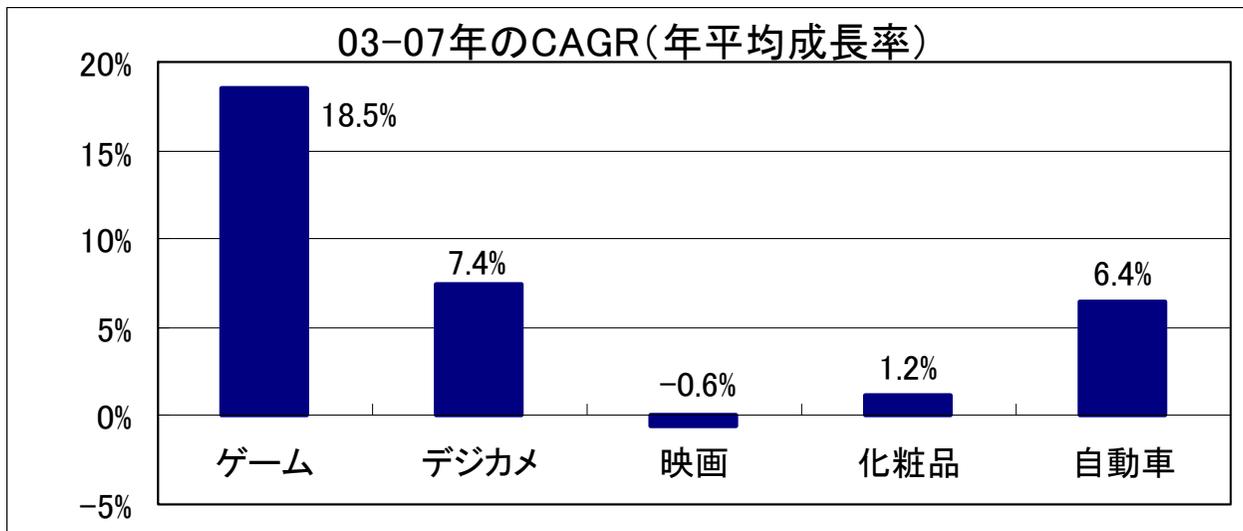
ゲーム	… カプコン、コーエー、コナミ、スクウェア・エニックス、ハドソン、バンダイナムコゲームス
デジカメ	… オリンパス、カシオ、キヤノン、ニコン、富士フイルム、ペンタックス、リコー
化粧品	… 花王、コーセー、サンスター、資生堂、ドクターシーラボ、ナリス、ノエビア、ファンケル、マンダム
映画	… 角川グループホールディングス、松竹、東映、東宝
自動車	… いすゞ、スズキ、ダイハツ、トヨタ自動車、日産自動車、富士重工業、ホンダ、マツダ、三菱自動車

※一部、決算期変更や合併等で、データを用いていない年次が存在する企業も含む。

※ゲーム産業は、2007年ゲーム年間売上本数上位50位(ファミ通調べ)以内のソフト販売元企業を選定。またハードメーカーは除外。

分析結果 ①成長性の比較 産業規模成長率

- ここ5年の産業規模(国内外の出荷額ベース)の年平均成長率(CAGR)は、ゲーム産業が5産業の中でトップである。



※海外マーケットも含めた産業比較を行うため、国内外の出荷額ベースを活用した。

2007年 産業規模 (単位:百万円)	ゲーム	デジカメ	映画(国内興行)	化粧品	自動車
	848,650	868,161	198,443	1,510,696	21,098,532

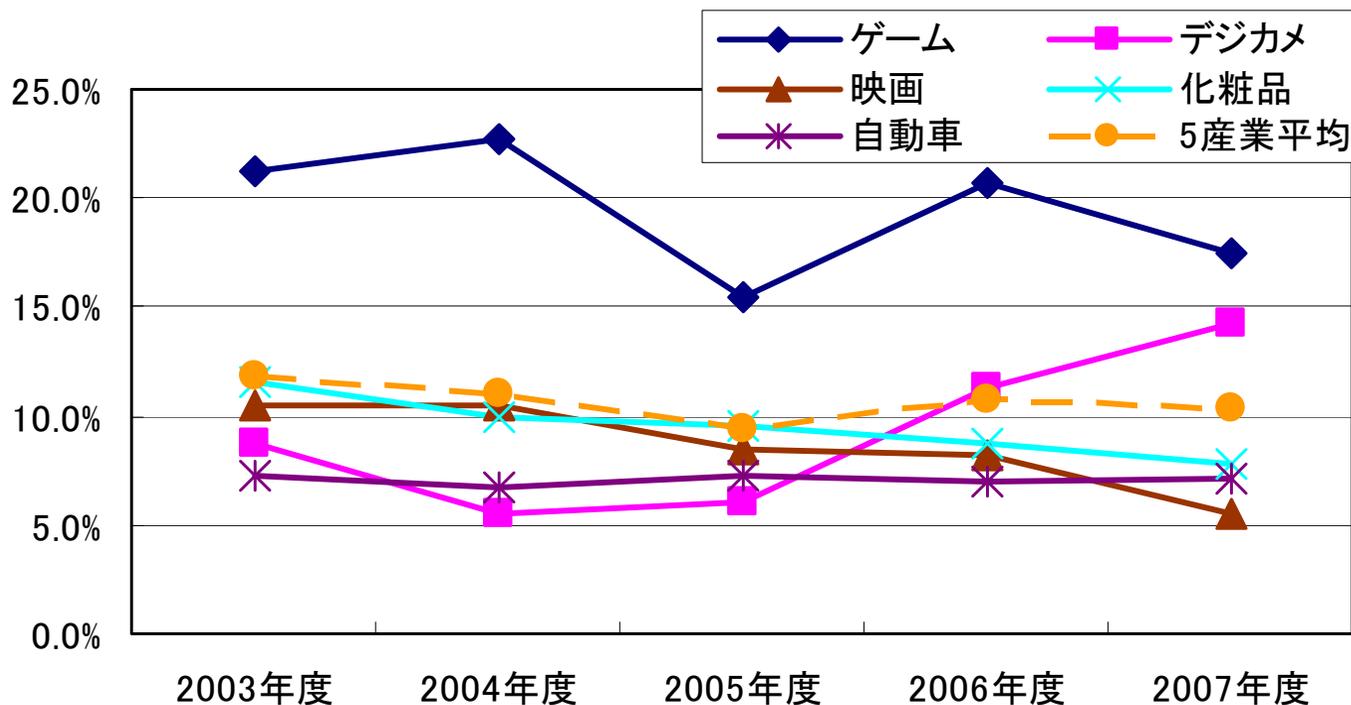
※CAGRの計算は、国内外の出荷額ベースで行った。ただし、映画については国内の興行金額で行った。

➡ **多くの国内産業が成熟に向かう中、ゲーム産業は数少ない成長産業。**

分析結果 ②収益性の比較 セグメント別営業利益率

- ゲーム産業の利益率は、やや下降傾向にあるものの、他産業に比べて高い値を維持。

対象企業当該セグメント営業利益率(加重平均)



※各産業の対象企業の財務情報から、本件に該当する事業セグメントの営業利益率を使用。

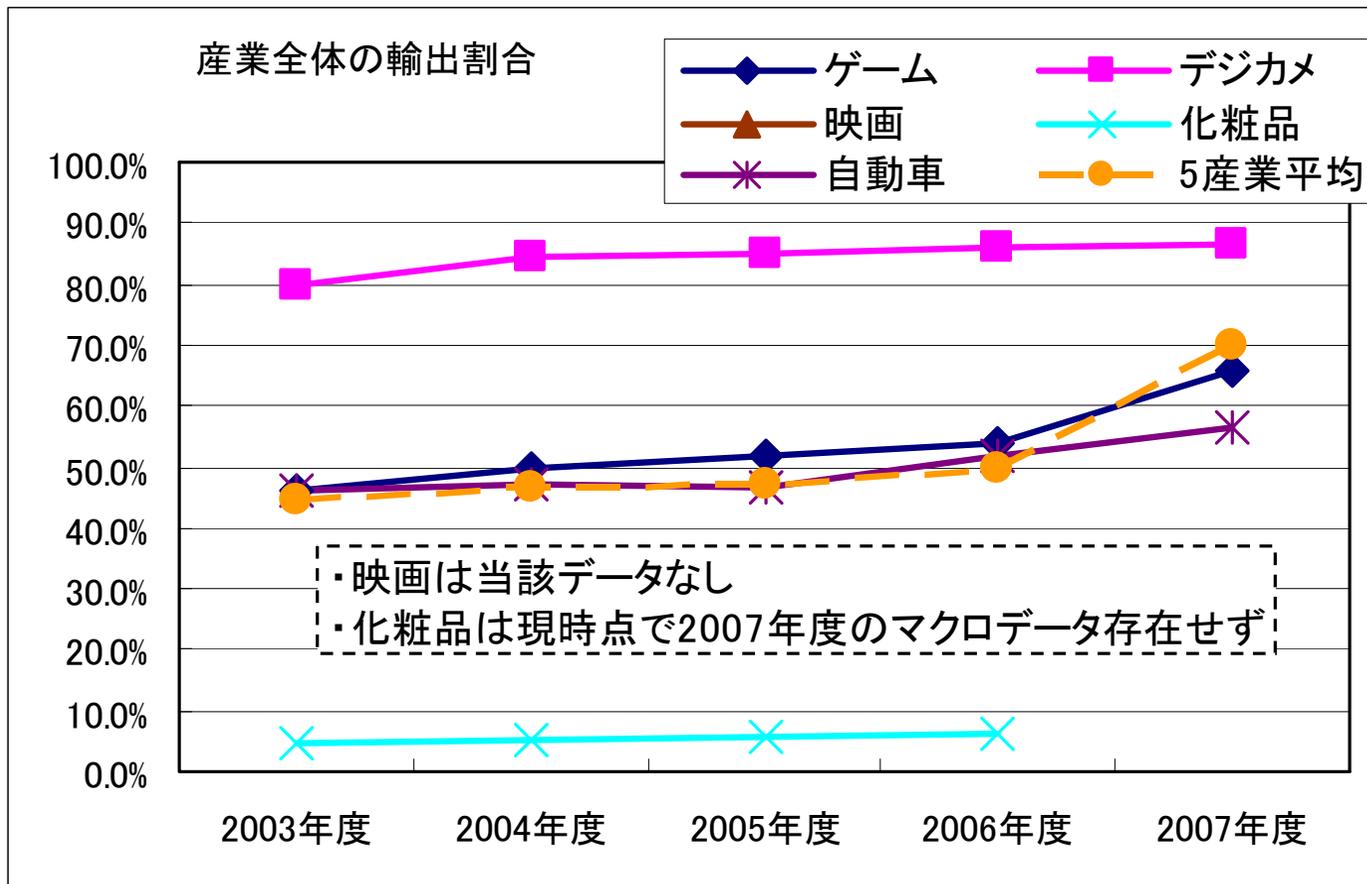
なお、当該事業がセグメントが売上の90%超を占める場合は全社営業利益を使用。



5産業平均を、毎年5～10%上回り続けており、営業利益率という点ではゲーム産業は優良といえる。

分析結果 ③国際性の比較(1) 輸出割合

● ゲーム産業の輸出割合は増加傾向にあり、50%を超える。



※ゲーム、デジカメ、化粧品：
産業全体の出荷金額ベース

自動車：
産業全体(4輪)台数ベース

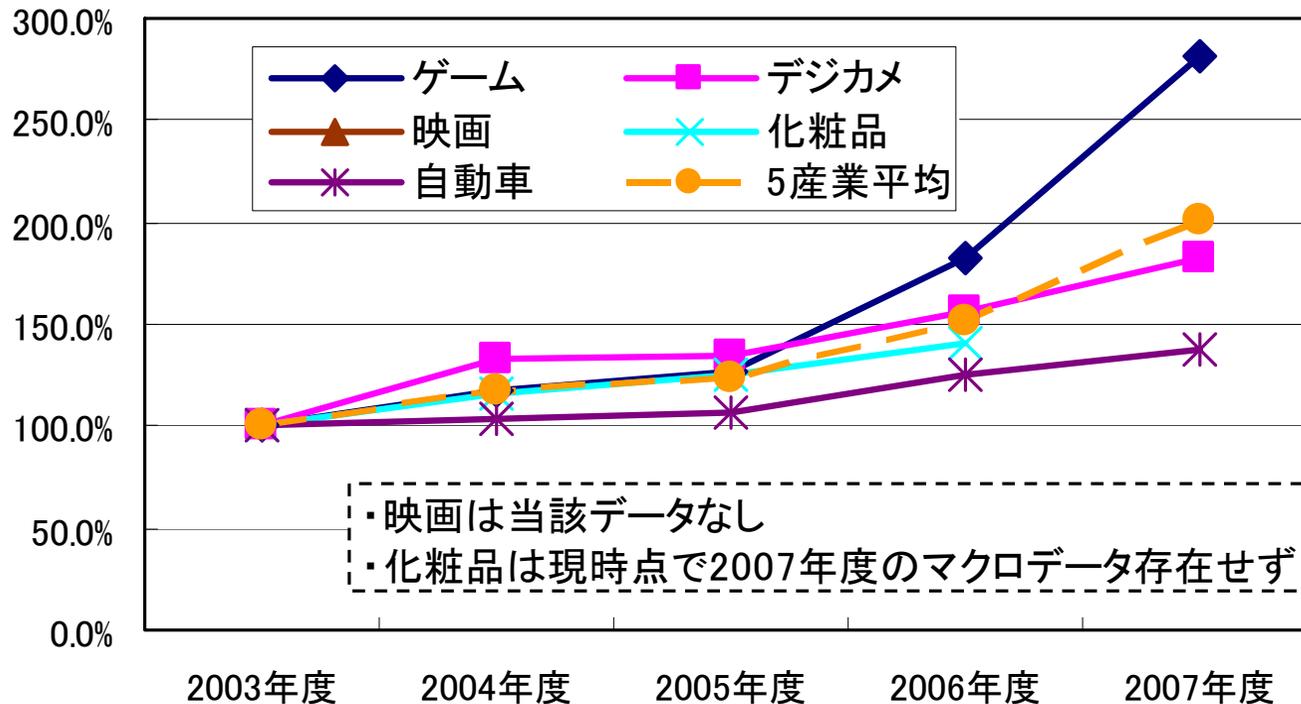


国内で生産するものを輸出するという観点では、ゲームは一般的に国際性の高いと言われる自動車並みに海外マーケットで事業を展開している。

分析結果 ③国際性の比較(2) 輸出額成長率

● ゲーム産業の輸出額の成長率は5産業の中でトップである。

産業全体の輸出の伸び(2003年度を100%とする)

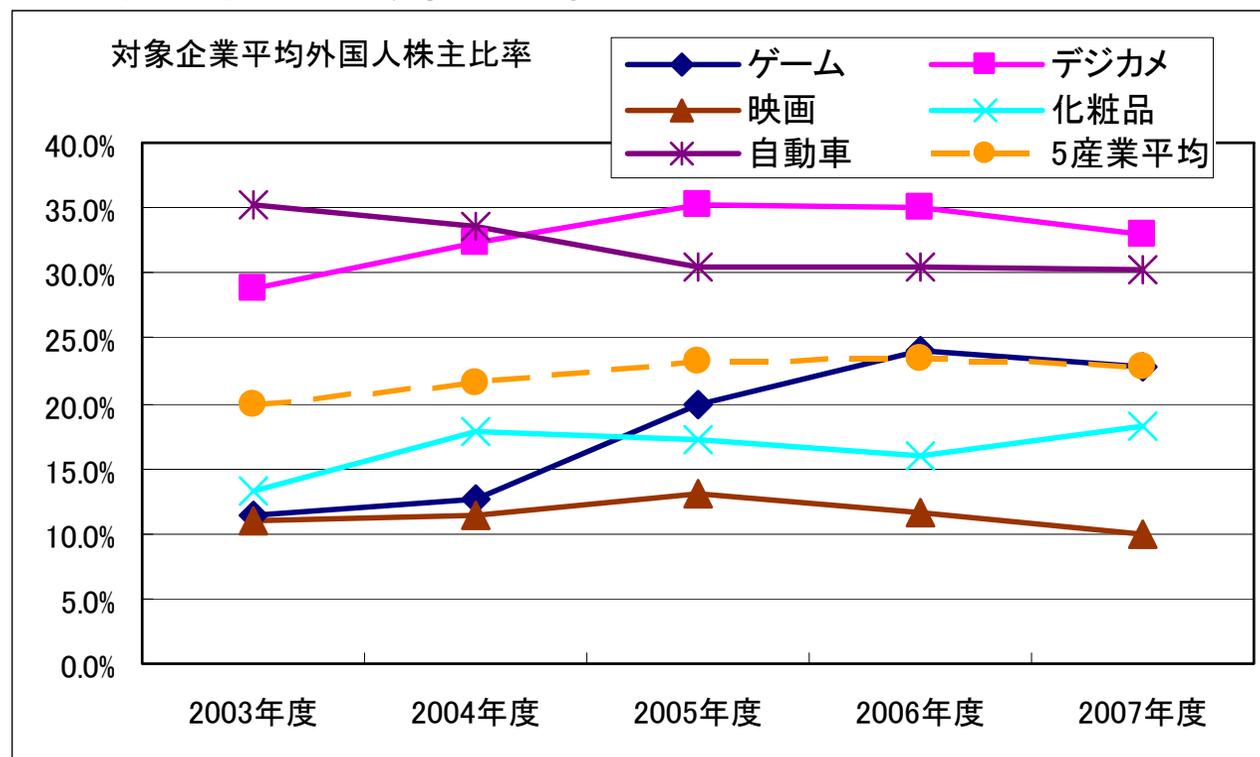


※ゲーム、デジカメ、化粧品：
産業全体の出荷金額ベース
自動車：
産業全体(4輪)台数ベース

➡ **ゲーム産業のソフトウェアの輸出金額は、ここ5年で、2.5倍超へと成長。
他産業以上に、日本製品が活動の範囲を海外へと広げている。**

分析結果 ③国際性の比較(3) 外国人株主比率

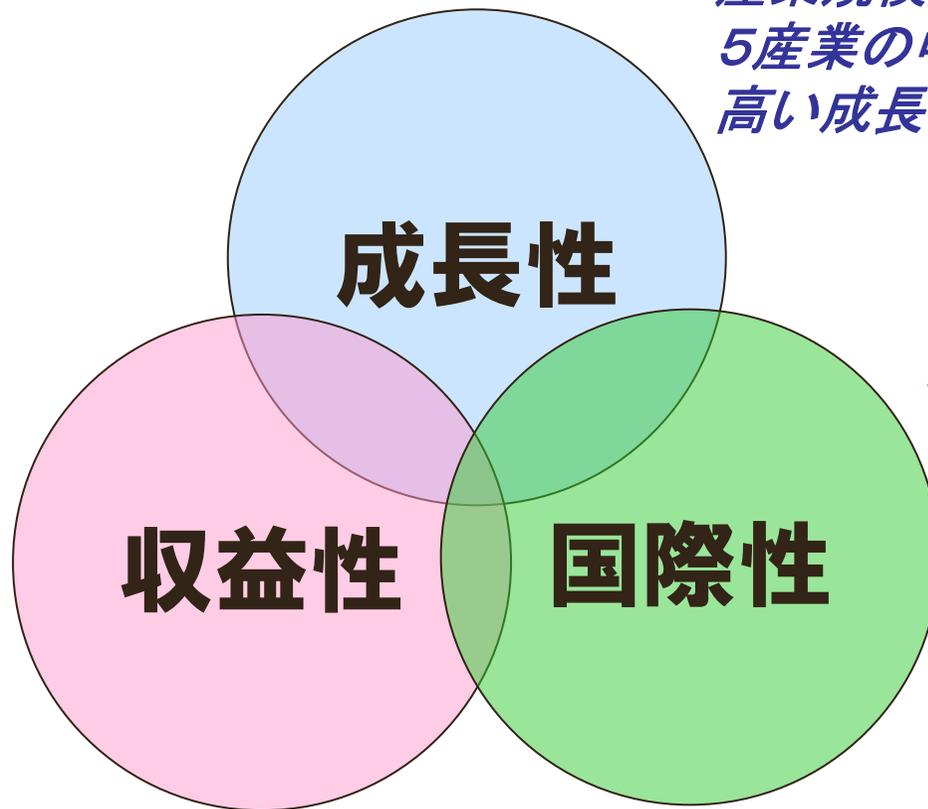
- ゲーム産業の外国人株主比率は、ここ数年で上昇した。
 - かつては、5産業の中で下位グループであったが、5産業の平均値ほど(3位)まで上昇した。



外国人株主比率の上昇割合では、5産業でトップ。
海外投資家から注目されている産業といえる。

産業比較から見えてくるゲーム産業の強み

- 成長性・収益性・国際性のいずれも、5産業の中でトップクラスの優良さを誇っている。



産業規模成長率は、
5産業の中でもトップ！
高い成長を達成。

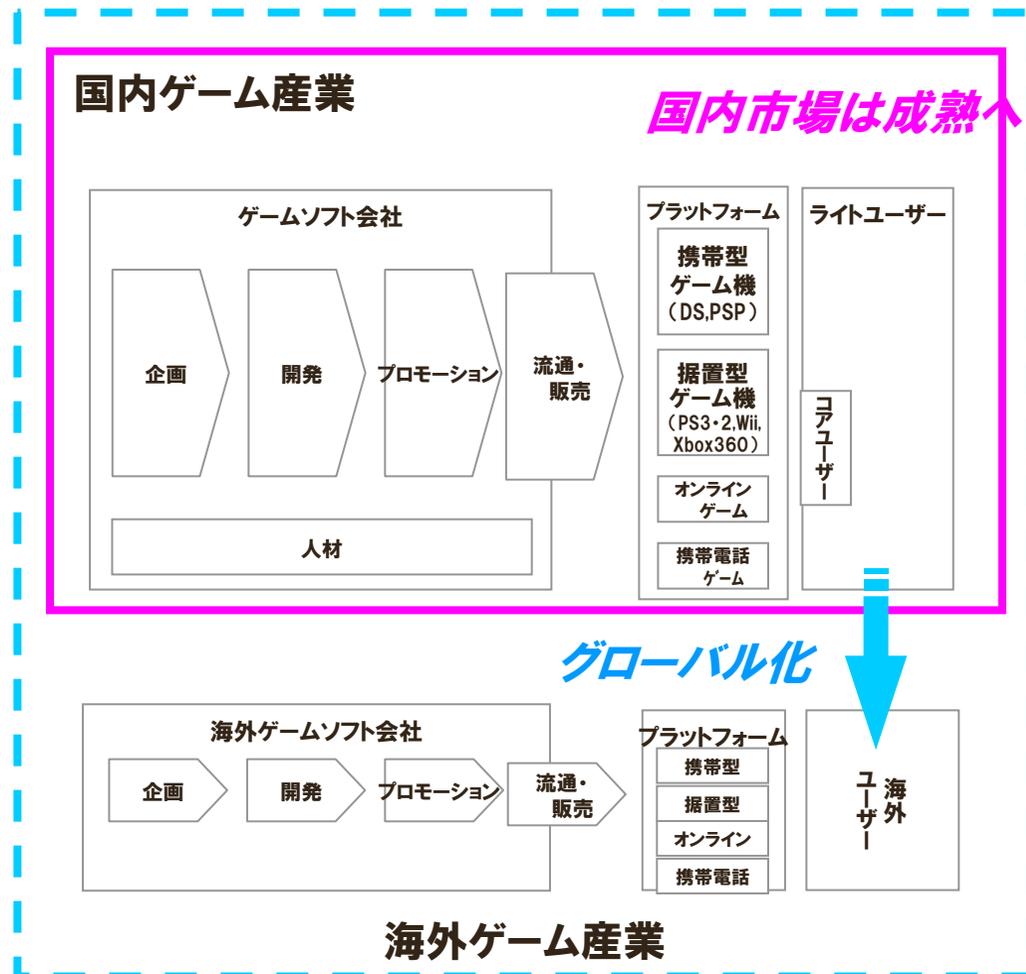
利益率は5産業の中
でもトップ！
優良な状態。

輸出割合、輸出額の
成長率のいずれも高く、
国際的な産業へと発展！
外国人株主比率も上昇し
ており、海外からの注目
も向上。

課題抽出及び提言

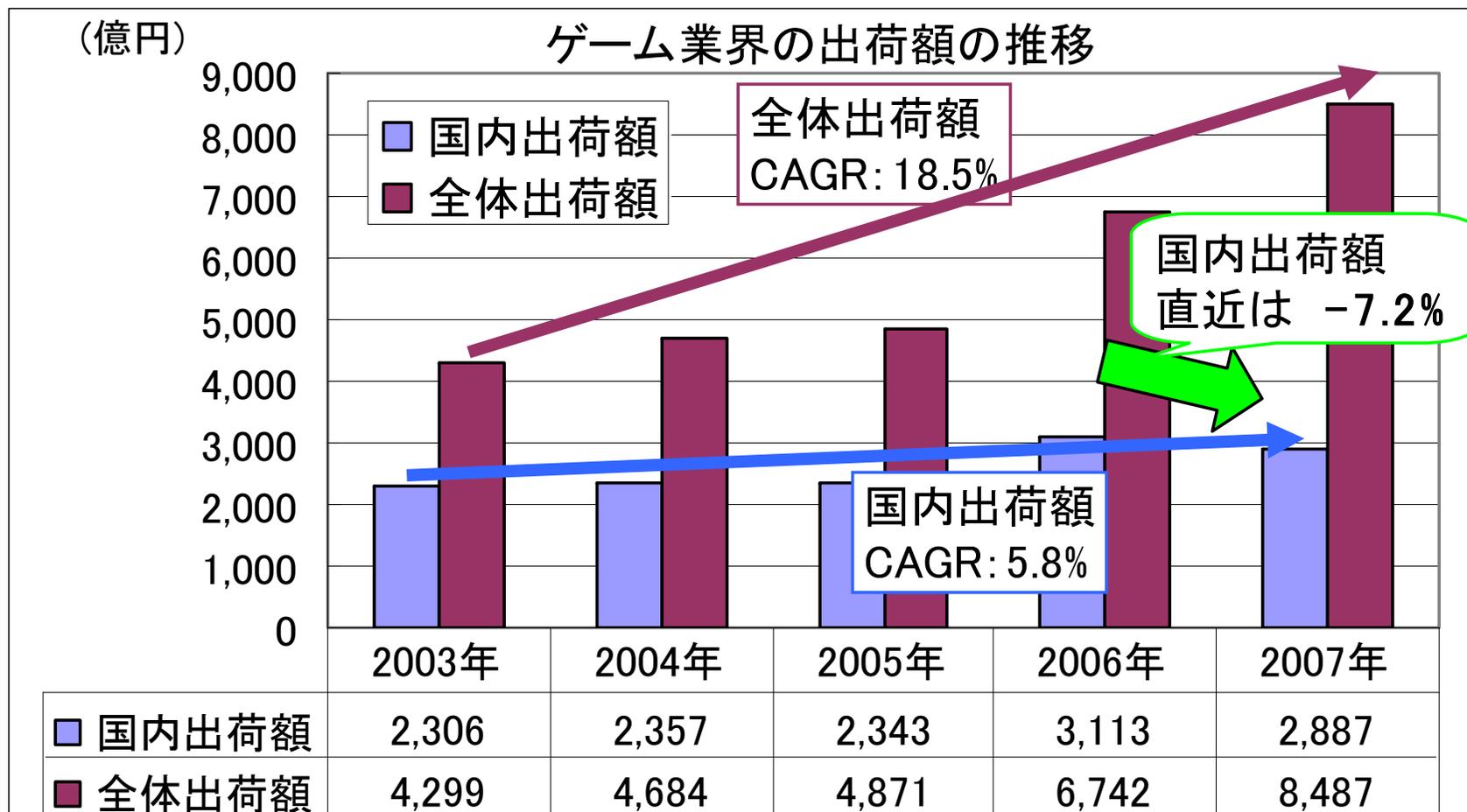
ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ①グローバル化

- 国内市場が成熟に向かう中、更なる産業拡大のためにはグローバル化が必須である。(現状でも成長中。次ページ参照)



ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ①グローバル化

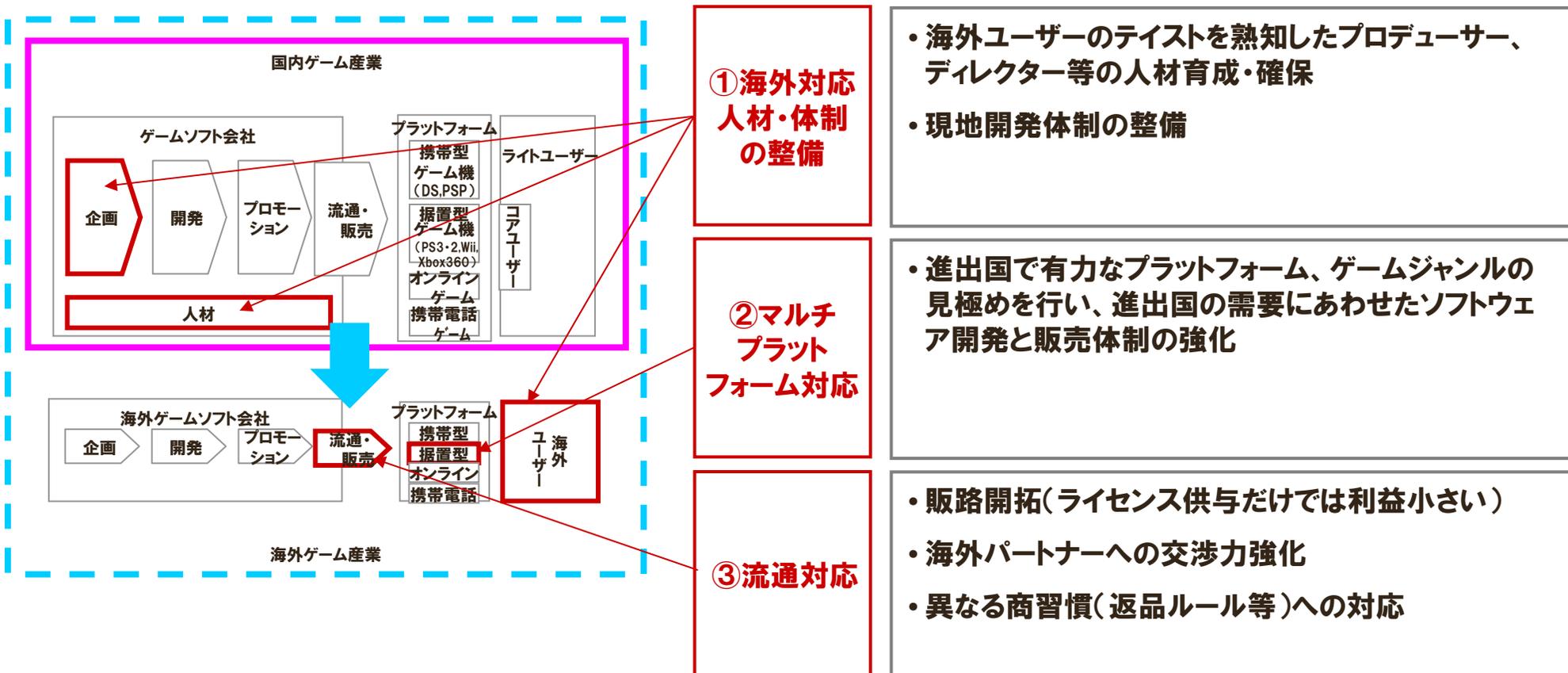
- ゲーム業界全体は成長しているが、国内市場は成熟している。



ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ①グローバル化

- グローバル化の推進に向けて、海外人材育成対応、マルチプラットフォーム対応、流通対応等の課題を克服する必要がある。

グローバル化に向けた課題(会員企業ヒアリングより)



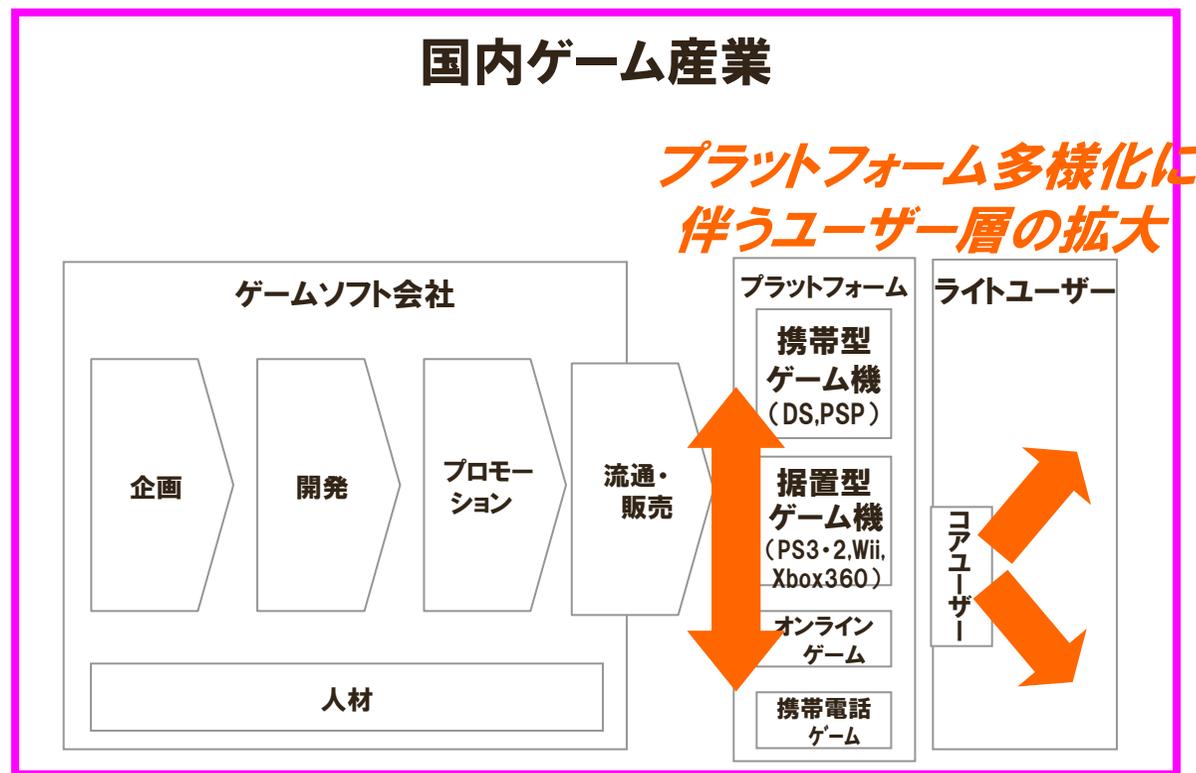
- ・ 海外ユーザーのテイストを熟知したプロデューサー、ディレクター等の人材育成・確保
- ・ 現地開発体制の整備

- ・ 進出国で有力なプラットフォーム、ゲームジャンルの見極めを行い、進出国の需要にあわせたソフトウェア開発と販売体制の強化

- ・ 販路開拓(ライセンス供与だけでは利益小さい)
- ・ 海外パートナーへの交渉力強化
- ・ 異なる商習慣(返品ルール等)への対応

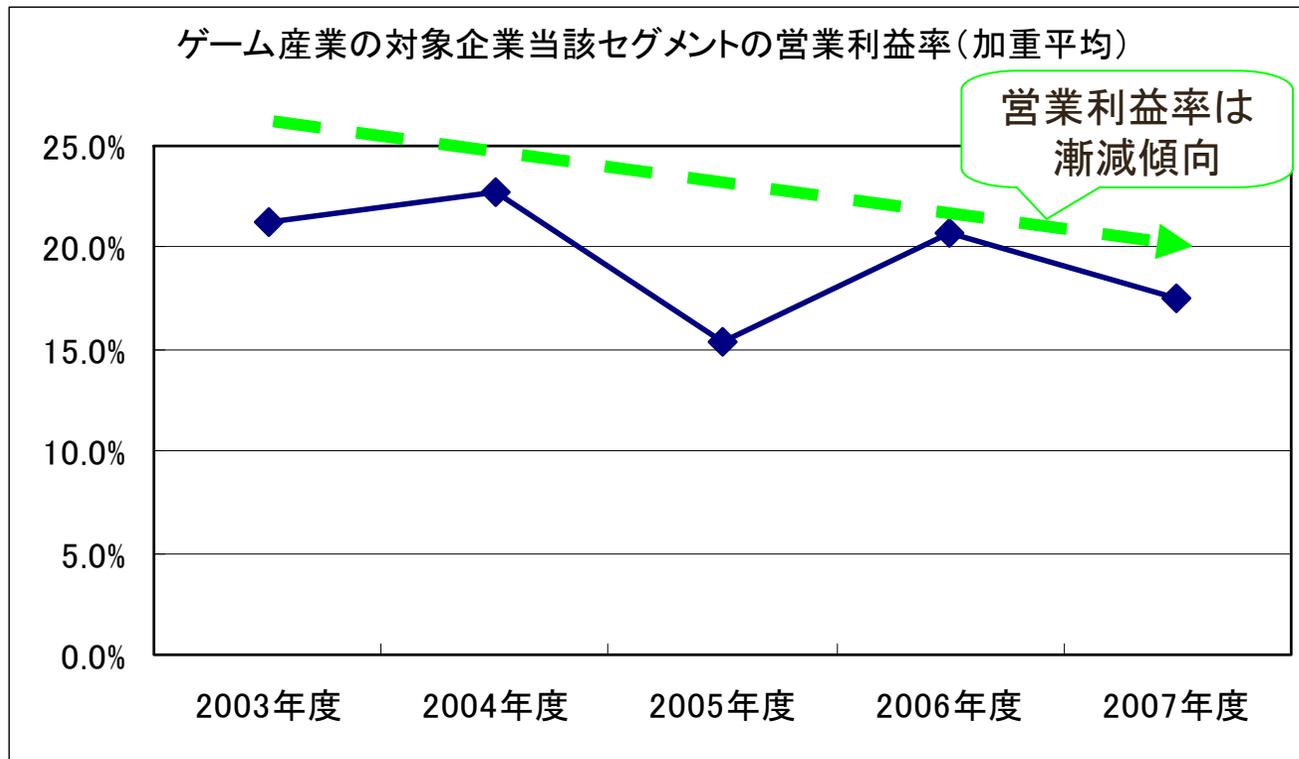
ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ②開発費高騰への対応

- ゲームを楽しむプラットフォームが多様化したことで、ユーザー層が拡大し、新たなビジネスチャンスを生んでいる。



ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ②開発費高騰への対応

- 一方で、マルチプラットフォーム化は利益率を低下させる要因ともなっている。特に、次世代機対応に伴い、開発費が高騰しており、対策が望まれる。



開発費の高騰

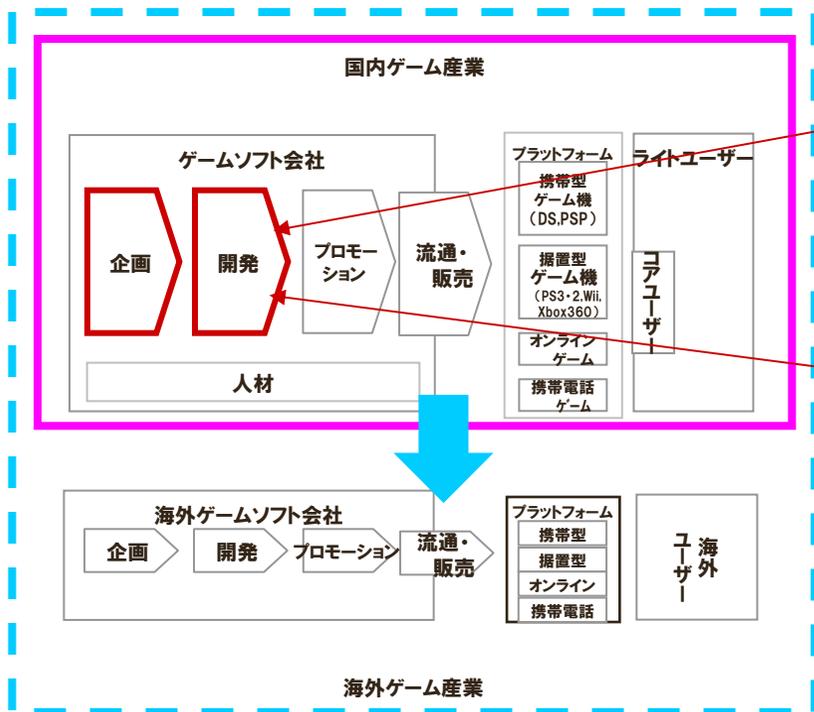
- 次世代機対応で、CG制作等のコストが上昇

製品構成の変化

- 粗利率の低い携帯型ゲーム機の比重の高まり

ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ②開発費高騰への対応

- 開発費の高騰に対しては、開發生産性の向上や海外現地開発によるコスト低減が必要となる。マルチプラットフォーム化に対しても、生産性向上（習熟、効率的な開発体制の構築）や戦略的な展開（地域・ニーズにあった展開）により、収益源化することが望まれる。



開発費高騰に関わる課題(会員企業ヒアリングより)

①開発生産性の向上

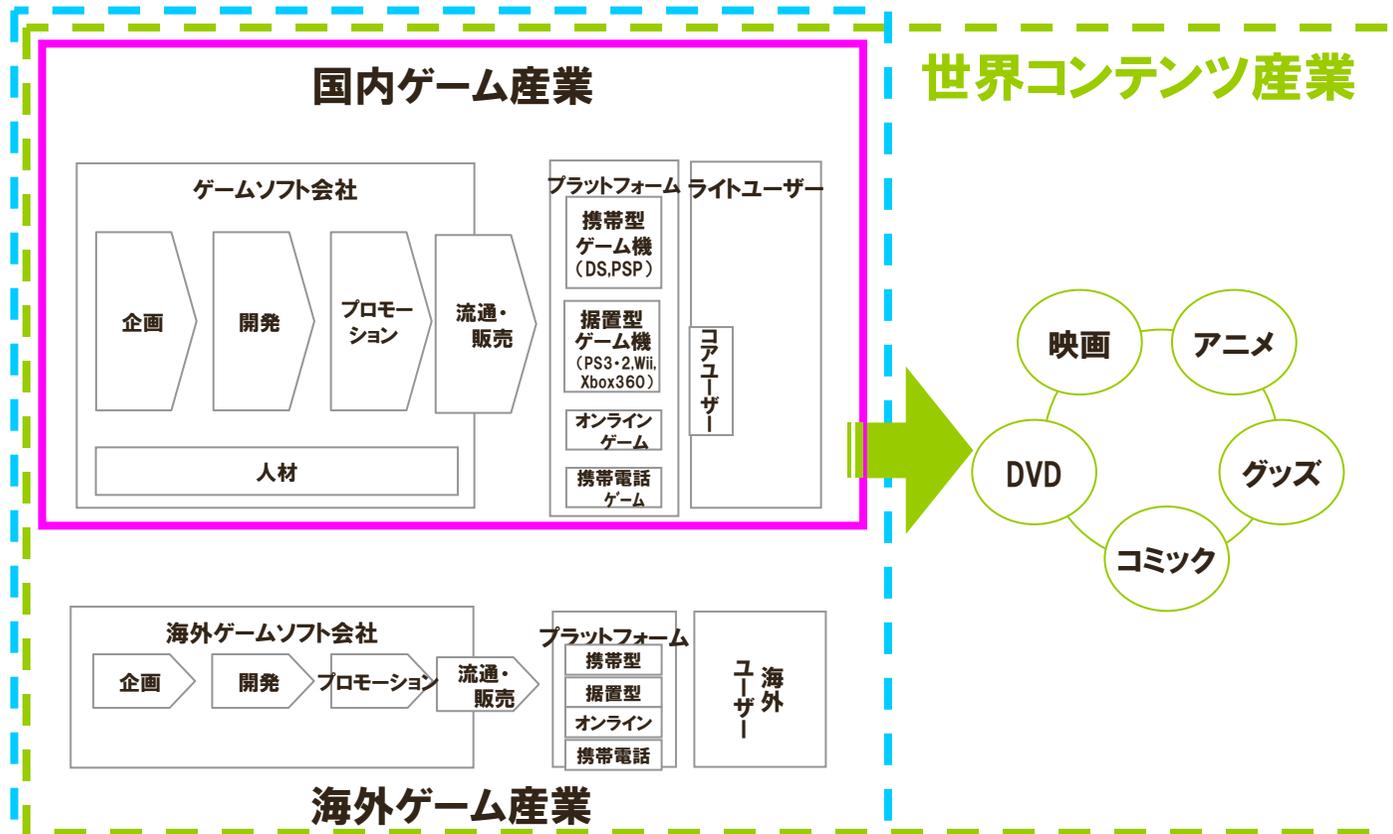
- ・産業全体の底上げを狙うならば、共通のミドルウェア等を業界で共有し生産性を向上
- ※これらは大手ゲームソフトウェア会社の競争優位の源泉でもあり、調整の必要がある。

②海外現地開発

- ・世界の各地域ごとに違うゲームへの嗜好性を考慮した最適な開発体制の整備
- ・将来的の現地生産・消費も見越した上で、コアではない部分はCG制作やプログラム開発の海外委託

ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ③クロスメディア展開

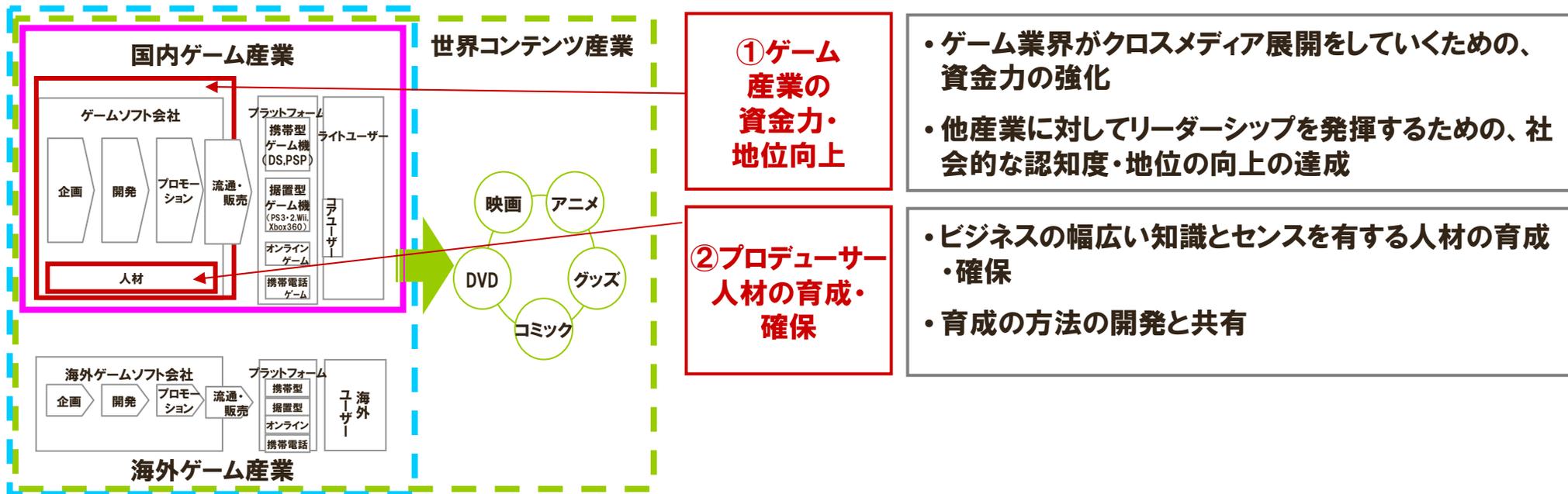
- さらなる発展のためには、グローバル化とともに、ゲームオリジナルの世界観を築き、ゲームを起点としたクロスメディア展開等により、周辺産業を取り込んでいくことも重要なポイントとなる。



ゲーム産業を取り巻く環境と課題 ③クロスメディア展開

- クロスメディア展開促進のためには、プロデューサー人材の育成・確保が必要である。

クロスメディア展開に関わる課題(会員企業ヒアリングより)



ゲーム業界として取り組むべき点(提言案)

- 国内1兆円規模の経済波及効果をもつ産業の更なる発展のために
 - 業界全体がグローバル化できる体制の構築
 - 海外で日本製ゲームを業界をあげて地位向上、チャネル強化、各国の制度・商習慣等の情報や体制の共有等の必要性
 - 開發生産性の向上
 - 多様化・マルチプラットフォームゲームに対応し続けられるような体制の構築と業界全体の底上げを狙い、ゲームソフト開発の共通エンジン等の作成による生産性向上
 - クリエイター層の育成
 - 大ヒットゲームの復活とヒットゲームを創出する人材作りを目的とし、ユーザーの多様性に対応できる、上流工程の人材育成(企業内育成、産学官連携)
 - プロデューサー、ディレクター層の育成
 - ゲームソフトウェアの開発だけにとどまらず、ゲームの世界観、クロスメディア展開まで戦略的に行える人材の育成(業界をあげての育成、産学官連携)