

# インド洋新興国のゲーム市場・産業 現状と展望



Media Create

株式会社メディアクリエイト

2014/5/18

株式会社メディアクリエイト アナリスト

佐藤 翔

# 講演者について

## 中東のゲーム市場 (アラブ・イラン・トルコ)



株式会社メディアクリエイト  
総研 I 部 アナリスト 佐藤 翔

## 昨年の当報告会の講演

<http://www.slideshare.net/ShoSato2/ss-22327913> (日本語)

<http://www.slideshare.net/ShoSato2/the-game-market-in-arab-nations-iran-and-turkey-22328641> (英語)



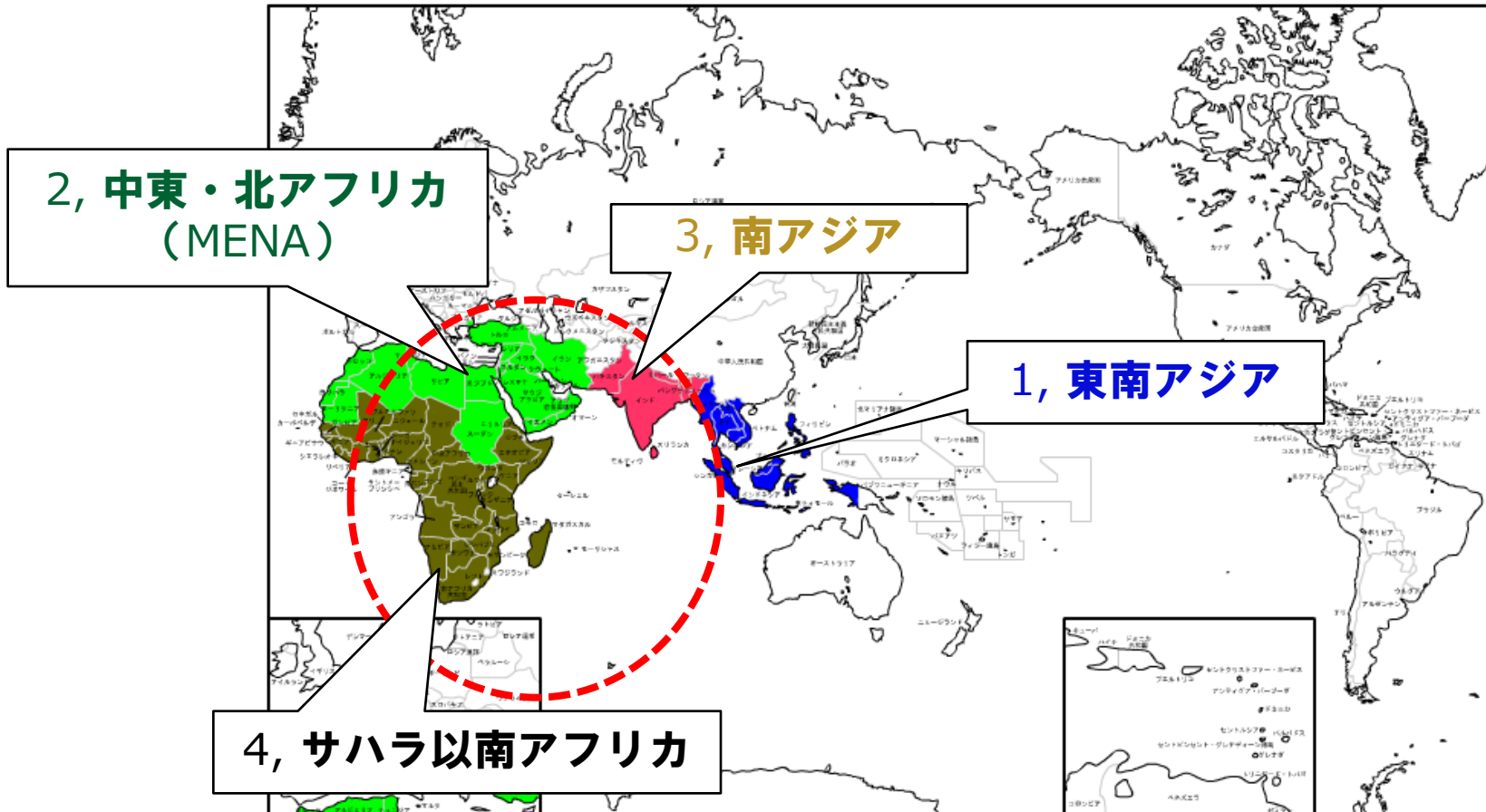
## インドのゲーム開発者会議、NGDC

<http://ngdc.nasscom.in/ngdc2013>

- ゲーム業界専門のシンクタンク、メディアクリエイトでアナリストをしております。
- 新興国のゲーム市場・産業の調査研究を担当しております。ヨルダン＝ハシミテ王国のゲーム業界団体で働いていた経験がある関係上、中東のゲーム業界にネットワークを持っています。
- CEDEC 2012・2013で中東市場について講演させていただいた他、昨年も当報告会でアラブ・イラン・トルコのゲーム市場について講演させていただきました。
- インドのIT系業界団体NASSCOMのご招待で、NGDC2014（11月14日～15日、インド・ブネー）にて講演をさせていただく予定です。

# インド洋の新興国諸地域


在外インド人(NRI)が強いネットワークを持つ地域  
イスラーム文化圏と重なり、昔から文化関連性が強い。  
文化的にはインド映画(ボリウッド等)の影響圏とも重なる。




# 東南アジアのゲーム市場概観


モバイルゲームが成長セクターだが、依然PCゲームの存在感は大きい


 **タイ**：家庭用ゲーム市場が例外的に存在

 **ベトナム**：  
東南アジア最大のPCゲーム市場だが、政府の規制がリスク要素

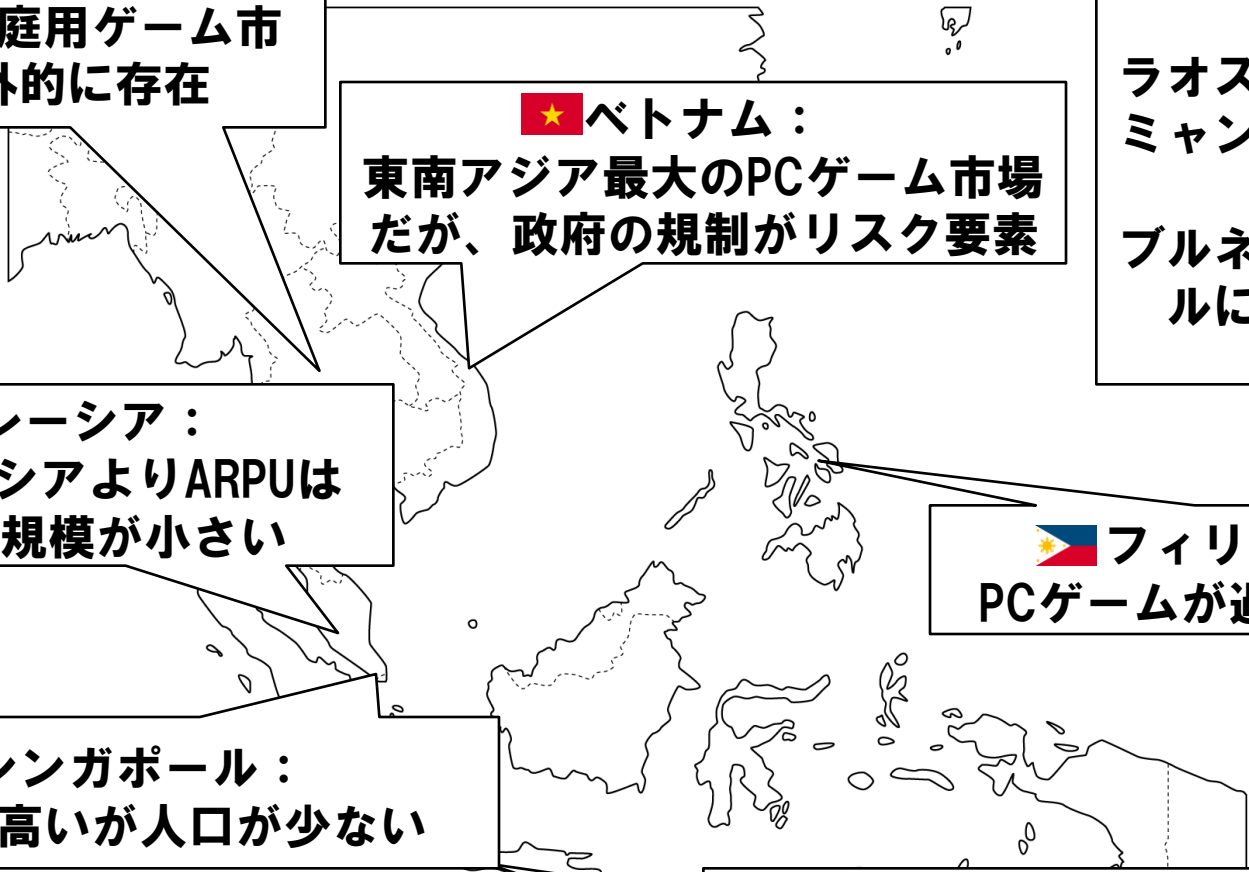
ラオス・カンボジア・ミャンマーは市場が未発達  
ブルネイはシンガポールに近い市場構造

 **マレーシア**：  
インドネシアよりARPUは高いが規模が小さい

 **フィリピン**：  
PCゲームが過半を占める

 **シンガポール**：  
所得は高いが人口が少ない


 **インドネシア**：人口大国でモバイルゲーム市場の発達に期待が集まる




# 東南アジアのゲーム産業概観


先進国企業はシンガポール+開発国の2カ国体制が多い


 **タイ：**  
Asiasoftなどの地域に強い  
パブリッシャーが存在

 **ベトナム：**  
PCからモバイルに開発が  
シフトしつつある  
ハノイ・ホーチミンに産業  
が集積

ラオス・カンボジアは  
数社程度  
ミャンマーのゲーム会  
社は未確認。  
ブルネイにはシリアス  
ゲーム会社が存在。

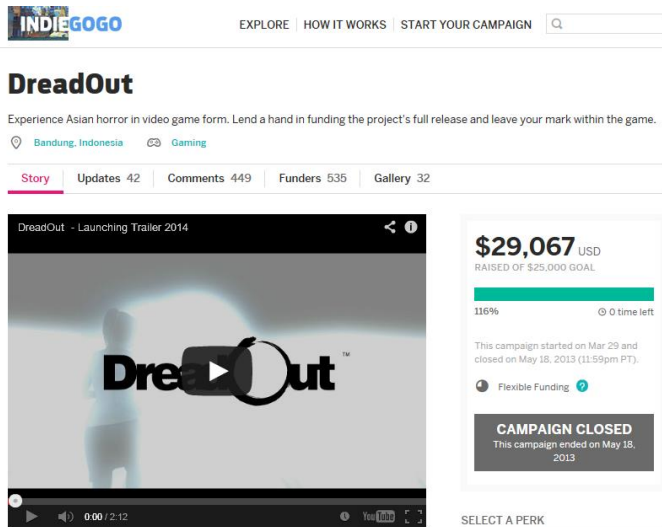
 **マレーシア：**  
開発・ローカライズ双方  
の拠点が存在

 **フィリピン：**  
欧米の下請けを中心に約60  
社が存在。売上の9割が国外

 **シンガポール：**  
他新興国の開発を統括する拠点  
として利用される

 **インドネシア：**  
ジャカルタ・バンドン・スラバヤなどに  
多数のディベロッパーが存在

# 東南アジアのゲーム業界の動向



インドネシアのホラーゲーム、DreadOutは  
Indiegogoで資金調達した

<https://www.indiegogo.com/projects/dreadout>

- 近年のスマホゲーム市場の拡大で、ローカルよりもグローバル市場をターゲットにして多数のスタートアップが登場している。しかし、資金調達に苦戦する現地企業が多く、スケールアウトに成功したのはインドネシアのAgateなど少数にとどまっている。

- ベトナム発のFlappy Birdという大きな成功例の登場で、IT系インキュベーションファンドや政府系投資機関の投資先としてゲーム開発に注目が集まっている。

出展社募集中 成長著しい東南アジア企業とのゲーム & クリエイティブ・コンテンツのビジネスマッチングイベント

タイ 5月15日(木) フィリピン 5月19日(月)

市場として有望なタイにフォーカスしたビジネスマッチングイベント

Game & Creative Contents Networking Bangkok 2014

開催日時: 2014年5月15日 (木)  
10:00~19:30 (予定)

会場: CENTARA GRAND AT CENTRALWORLD (予定)

来場予定者数: 200人

主催: 日経BP社  
Software Industry Promotion Agency (SIPA-タイ・ソフトウェア産業復興庁)

- 以前はPCゲーム市場が中心で、中国・韓国 オンラインゲーム会社の「裏庭」的な存在だった。近年は大手家庭用・ソーシャルゲーム会社の進出、日経BPによる各種イベントの開催などで、日系企業の存在が他の新興地域と比べると目立ちつつある

日経BPのGame & Creative Contents Networking

<http://expo.nikkeibp.co.jp/g-networking/bangkok/index.html>



# 中東・北アフリカのゲーム市場動向



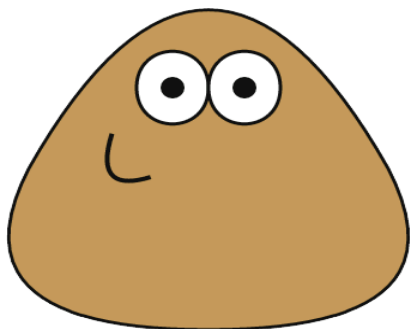
アラブのBabil Gamesがローカライズした“Nida Harb 2”  
<http://babilgames.com/>



トルコのPeak Gamesの代表作、Okey  
<http://www.peakgames.net/#5>

- 2013年度のMENA（アラブ・イラン・トルコ）のゲーム市場は合計で2200億円程度と推定される。
- Peak Gamesなど、ブラウザ開発を行っていた企業は通信の高速化（3G・LTE）を背景に、ネイティブ開発へシフトしている。ネイティブではローカライズタイトルが存在感を増す
- サウジアラビアやトルコなど、中東全域で女性のゲーマーが増加している。
- 豊富な欧米への留学生が流行を先導、ゲームプレイヤーの拡大に注目

# 中東・北アフリカのゲーム産業動向



Pou

<http://www.pou.me/>

(詳細はWamdaのHow a 24-year-old Lebanese entrepreneur found global success by beating Tamagotchi at their own game を参照)

- 内外からゲーム産業への投資が加速。欧米・ラテンアメリカでロングヒットとなっているPou（プーチッチ）を制作したZakehをはじめ、2013年はヨルダンよりもレバノンにスポットが当たる
- 北米や西欧よりも、フィンランドのStar Arcadeなど、北欧やアジアのゲーム会社の進出が多い。
- 多くの企業がUAE等の湾岸諸国で外国のゲーム買い付け・ファイナンスを確保し、人件費が安くIT人材が豊富なヨルダンなどの国でゲーム開発をする、というパターンを踏んでいる。

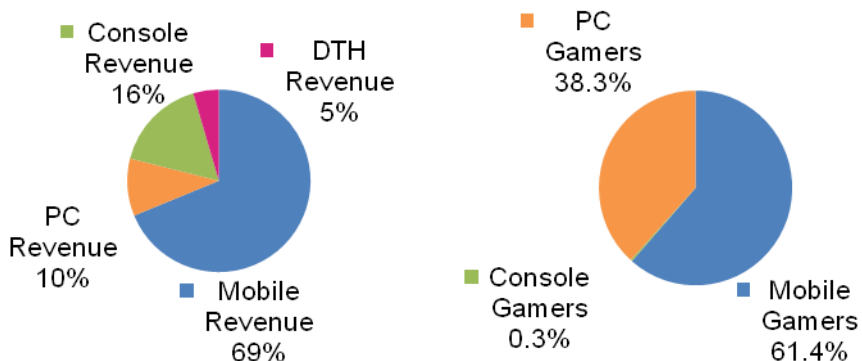


Wixel Studioの” Survival Race”

<http://www.wixelstudios.com/abou-ahmad/>



# 南アジアのゲーム市場動向



NASSCOM推計、  
2015年のインドのゲーム市場規模とゲームユーザー

- NASSCOMの推計によれば、2014年のインドのゲーム市場は180億円程度で、2015年には約250億円になる見込み。

- デリー・ムンバイなど、北西インドの都市部に家庭用ゲーム市場が存在する。Game4U、Games The Shopなどゲーム専門店も近年になってショッピングモールに登場。ただし、ロジスティクスや高関税など課題も多い



2012年10月にFIFA13を買うためにファンが行列をなした

<http://gamingbolt.com/fifa-13-game4u-midnight-launch-was-a-massive-success>

- 携帯コンテンツの利用は進んでいるものの、エンタテインメントの単価が安く、ゲーム市場の規模拡大にはまだ時間がかかると見られる。

# 南アジアのゲーム産業動向

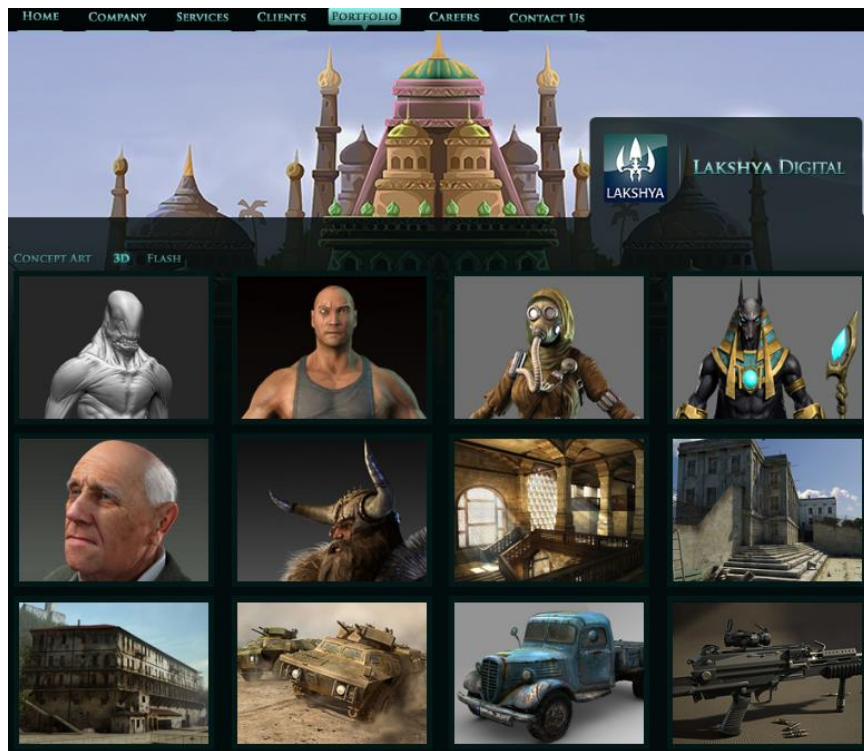


- India's Game Studio Directoryによると、2012年時点でインドのゲーム会社の数は125。28法人が100人以上のスタッフをかかえる。
- ムンバイ・ハイデラバード・バンガロールが開発の中心で、IT産業と同じく北米ゲーム企業の下請けが多い。
- 欧米企業では、Microsoft, Gameloft, Disney, Zynga, Gluなどが進出。
- 大部分のインドのゲーム会社はインドではなくグローバルの市場をターゲットにしてゲームを制作している。
- IT人材が豊富で北米での職歴を持つ人も多い。実績があり、分業に慣れている点は強みだが、クリエイティビティの確立が将来的な課題。

## インドのゲーム会社の拠点数

[http://www.nasscom.in/sites/default/files/userfiles/file/Indias\\_Game\\_Studio\\_Directory.pdf](http://www.nasscom.in/sites/default/files/userfiles/file/Indias_Game_Studio_Directory.pdf)

# インドのゲーム会社の例： Lakshya Digital



Lakshya Digitalのポートフォリオ

<http://lakshyadigital.com/lakshya-3d.php>

- 2004年に設立、インド・シンガポールにスタジオがあり、200名以上のスタッフを持つ、インド最大のゲームスタジオ。
- SCE・Microsoftの認定開発パートナーで、特にXbox Liveアバターの95%以上を作成。また、Uncharted 2やWWE、Disney Epic Mickeyなどの開発に携わっている。
- 2D・3Dのゲームアートなどを得意としており、日本語対応も可能
- 自社制作のゲームとしては、2013年9月リリースのiOS向けモバイルゲーム、“Rage Warriors”など。



# サハラ以南アフリカのゲーム市場・産業



南アフリカのゲームエキスポ、rAge 2014と昨年の様子

<http://www.rageexpo.co.za/visitors-centre/>

<http://www.rageexpo.co.za/gallery/?album=2&gallery=16>




Gaming in West Africaより、GameTruck Nigeriaの写真

<http://www.polygon.com/features/2013/12/13/5123338/gaming-west-africa-photo-essay>

- 現状、ゲーム市場が成立しているのは南アフリカのみで、PwCの推計によれば市場規模は2012年時点で約250億円程度。
- MCVの記事によれば、南アフリカ市場の性質は西ヨーロッパの市場に非常に近く、ファミリー向けよりもコア向けのゲームが売れている。
- アフリカ全土で見ると通信インフラの普及発達が進み、M-PESAなどアフリカ独自のモバイルサービスも登場している。スマホへの切り替えは他の地域に比べ遅れている。オンラインゲームは通信速度が遅いのが問題
- ノリウッドやIT産業にスポットが当たるアフリカの経済大国、ナイジェリアに将来の産業発達の可能性も

# まとめと展望

2019年の予測		潜在産業規模		
		小	中	大
潜在市場規模	大	 サウジアラビア	 インドネシア	
	中	 マレーシア  南アフリカ  アラブ首長国連邦	 トルコ  ベトナム	 イラン  タイ
	小	 ナイジェリア  カンボジア	 ヨルダン  パキスタン  フィリピン	 インド

※弊社推計

小規模開発のゲームスタジオが新興国で飛躍的に増加している。

- ・資本・開発・流通・販促・消費の制約が弱まり、新興国の存在感が相対的に強くなった
- ・現地のゲーム企業は多くがグローバル市場を念頭に置いた開発を行っている
- ・現地パブリッシャーの不足、クリエイティビティの確立が最大の課題。

東南アジア・中東は産業・市場の双方が、南アジアは産業に注目。

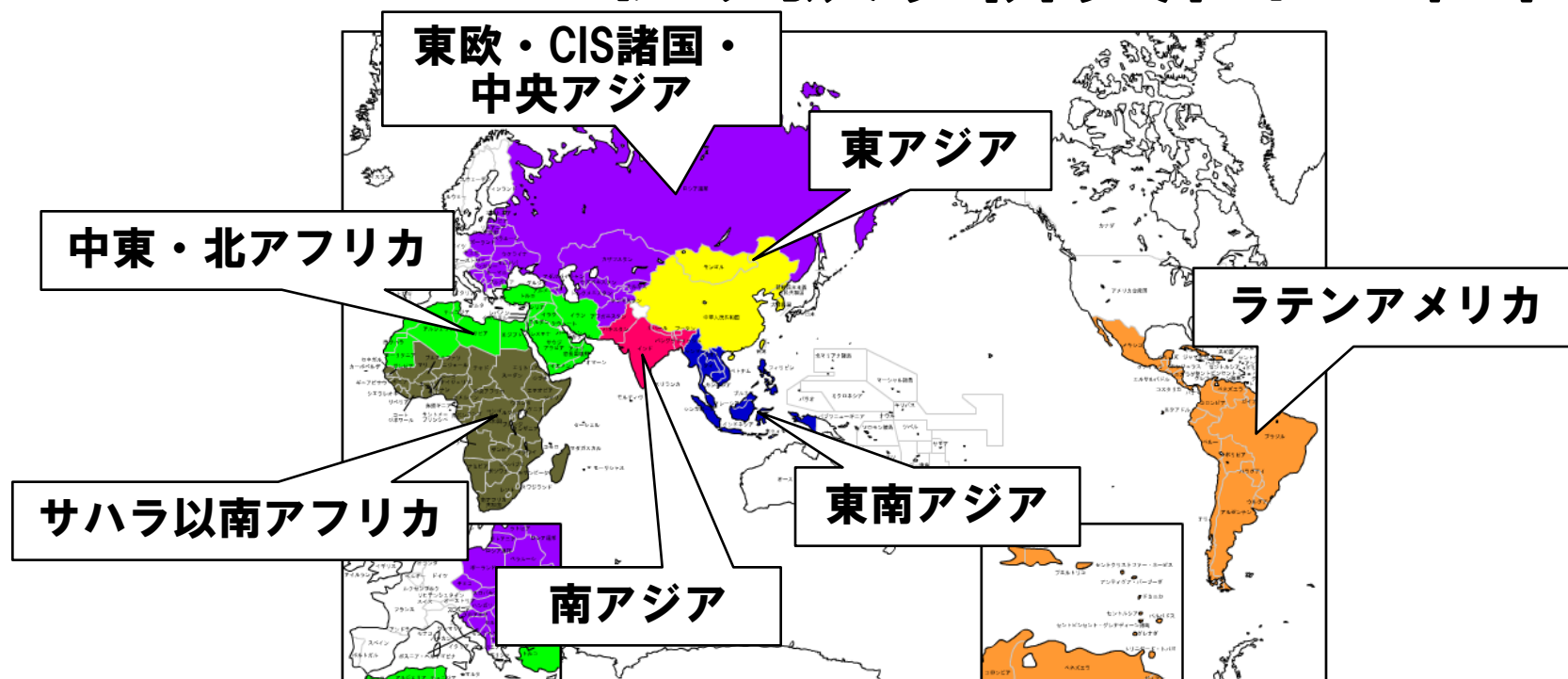
- ・アフリカは携帯を利用した独自のビジネススキームが成立すれば発展の可能性も
- ・新興国モバイルゲーム市場はキャリア決済等が普及すれば飛躍的に成長すると見られる



# 弊社新興国調査プロジェクトのご案内

- 弊社では、年内に新興国の市場・産業の最新動向をフォローするレポート、“EGR（仮）”の月次発行を計画しています
- それに先立つパイロット版・入門編として、今年の8月に、  
「**ゲーム産業白書別冊 新興国ゲーム業界レポート**」  
を発行する予定です

# 当レポートで取り扱う新興国の範囲



## 当レポートで取り扱う予定のデータ・内容（100ページ前後）

市場規模推計などマクロデータ	新興国ロードマップ	各地域専門家の寄稿
各市場・産業の最新動向	商習慣・文化慣習	法制度（知財法など）
価格・通信インデックス	海外見本市・会議リスト	主要国世代分析

各新興国のゲーム市場・産業の専門家でご協力いただける方を募集しております！

# 新興国レポートパイロット版の目標

日本のゲーム会社の  
新興国市場への  
共通認識を作る

潜在市場がいつ  
顕在化するかを  
ロードマップ化する

地域ごとに違うデータ  
を整理・統合する

当レポートをゲーム業界関係者の方、先着100名様に**無料**で配布することを計画しています。（原則1法人1冊とさせていただきます）  
もしご興味をお持ちの方がおられましたら、  
お名刺を頂戴するか、  
私共のホームページのお問い合わせでメールを下されば、  
今回のスライドをお送りするとともに、  
追ってレポートの詳細や予約の方法などを順次お伝えしていく予定です。

ご清聴ありがとうございました！



**Media Create**

株式会社メディアクリエイト

**株式会社メディアクリエイト**

<http://www.m-create.com/>

[info@m-create.com](mailto:info@m-create.com)

**アナリスト 佐藤 翔**

[sato@m-create.com](mailto:sato@m-create.com)