

ゲーム 2024 業界分析レポート

THE BRIEF MARKET ANALYSIS REPORT ON GAME

MARKET
ANALYSIS

MICR



01. ゲーム業界、消費管理規制の完全時代に突入

- 中国インターネット協会は5月28日、グループ標準「未成年者オンラインゲームサービス消費管理要求事項（意見募集案）」を発表した。
- 同基準は、オンラインゲームサービス提供者がサービスを提供する過程における未成年者の消費行動に関する管理要求を規定したもので、オンラインゲームサービス提供者、斡旋業者などが未成年者のオンラインゲームサービスの消費管理や斡旋を行う際の指針となるほか、司法当局が事件を処理する際の参考にもなる。
- 同基準はゲーム業界初の完全な消費管理規定であり、業界の空白を埋め、サイバー空間における未成年者の合法的権益をさらに保護し、ゲーム依存を防ぐ成果を強固にし、ゲーム業界の健全な発展を後押しする。

オンラインゲーム管理要件の主な内容

一、消費管理の対象の定義

1. オンラインゲームサービス提供者

オンラインゲーム開発者、運営者、プロモーションチャンネルなどを含む

2. 保護者

二、払い戻しに関する関係者の責任割合

以下の行為については、オンラインゲームサービス提供者が100%責任を負う場合がある

- 全国統一電子ID認証システムへのアクセスに失敗し、未成年者が無制限に課金することになった。
- 課金制限の要件を履行せず、実名認証後に未成年者による過大課金が発生した。

以下の行為については、過失に応じて保護者が30%～70%の責任を負うこと

保護責任を十分に果たさなかったこと。
未成年者が祖父母等の近親者や成人のID情報を本名に使用するなど、未成年者が依存症対策規制を回避していることを知りながら、規制を怠ること。あるいは、保護者が支払いパスワードを適切に管理していなかったなど、未成年者が依存症対策の制限を迂回することを手助けすること。
保護者は、実名認証のために本人または他の成人の身元情報を提供し、実名認証を完了した本人または他の成人のアカウント等を提供すること。

以下の行為については、保護者は100%の責任を負う場合がある

度重なるまたは複数の過失行為の発生、あるいはその他の加重状況の存在
未成年者が顔認証などの認証方法を迂回するのを意図的に手助けすること。同じ未成年者が繰り返し購入した場合や同じ家族から複数の未成年者が購入した場合に何度も払い戻しを申請すること。長期間にわたって注意義務や責任義務を果たさないこと（申請する1年以上前に購入した場合など）が含まれる。

三、払い戻し処理プロセス

責任の所在を明確にした後、無効契約の規定に従って、各自が取得した財産を返還する。払い戻しが完了した後、オンラインゲームサービス提供者は、払い戻しに関わるゲームアカウントをブロックするなど、合理的に処分することができる。

02. ゲーム産業チェーンは完全

- 産業チェーンの 川 上はコンテンツ制作とゲーム開発で構成され、IP関係者はゲームの基本的なコンテンツサポートとしてゲーム開発者に作品をライセンスし、ゲーム開発者はゲームの設計、研究開発、更新、メンテナンスを担当する産業チェーンの中核である。
- 川 中はゲーム運営と通信運営で構成され、ゲーム運営は単独運営と共同運営の2つのビジネスモードに分けられ、共同運営とは、ゲーム開発者がプラットフォーム運営者にイベント企画やユーザー導入などの運営サービスを許可し、通信運営者がゲーム運営者にサーバー・ホスティングや帯域リースなどのサービスを提供することである。
- 川下には、ゲーム配信やゲーム派生商品が含まれる。ゲームチャンネルプロバイダーはアクセス数のプロバイダーであり、ゲームのダウンロードやディスカッションのためのプラットフォームを提供する。さらに、川下の産業チェーンには、ゲーム動画・ライブストリーミングやモバイルeスポーツなどのゲーム派生商品も含まれる。

川上:コンテンツ制作とゲーム開発

コンテンツ制作

アニメ

映画・ドラマ

文学

ゲーム開発



通信運営



ゲーム運営



川下:ゲーム配信とゲーム派生

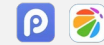
ゲーム配信

広告

サードパーティ

携帯電話メーカー

垂直チャネル



ゲーム派生

モバイル・eスポーツ

ゲームグッズ

ライブゲームチャンネル

ゲーミングボイス

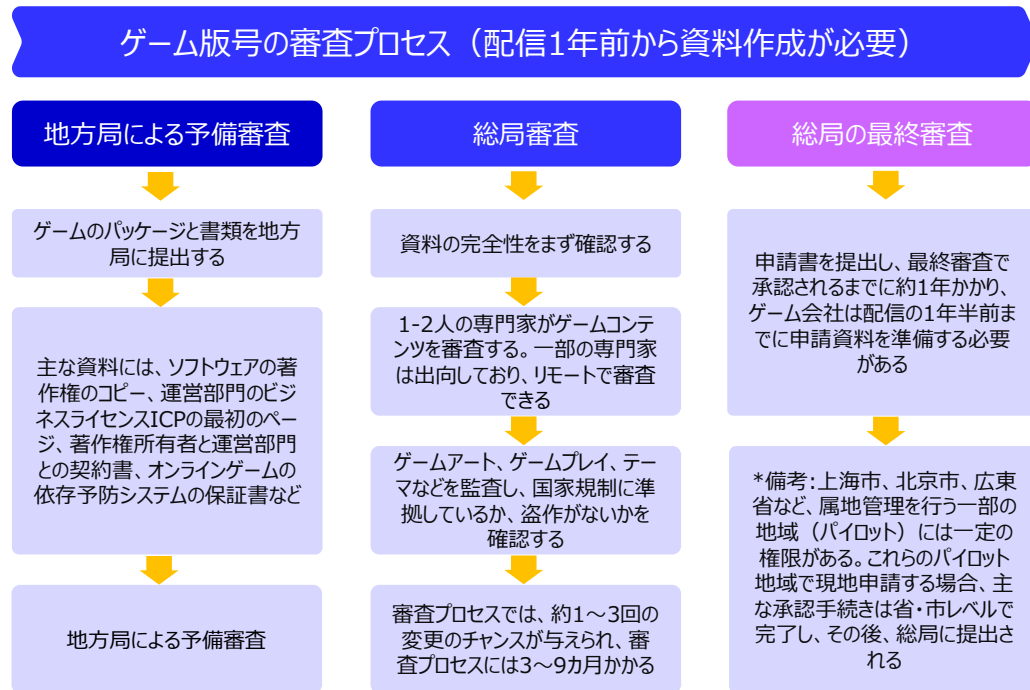


03. ゲーム版号の審査発行数が着実に増加

- 2023年のゲーム版号（ゲーム著作権番号）発行数は前年比110%増の1,075件で、2023年12月単月の中国ゲーム版号発行数は105件で、過去2年間の単月の版号発行数としては過去最高を記録した。
- 未成年者の厳格な管理を基本に、中国のゲーム版号は定期的に発行され、2023年には「蛋仔派對(Eggy Party)」、「逆水寒（Justice）」、「崩壊:スターレイル」、「晶核（Crystal of Atlan）」、「原始征途」、「凡人修仙伝」などの優れたゲームタイトルが数多く登場した。

ゲーム版号の審査プロセス

ゲーム版号の審査プロセス（配信1年前から資料作成が必要）



採点の5つの要素

オリジナル・コンテンツの題材

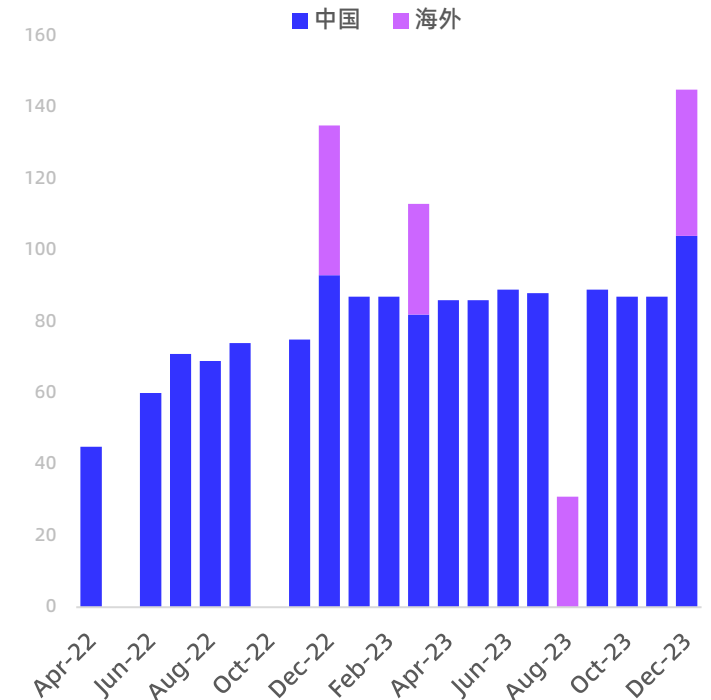
コンテンツ指向

ゲームの完成度

文化伝承の宣伝

バグ、互換性の問題

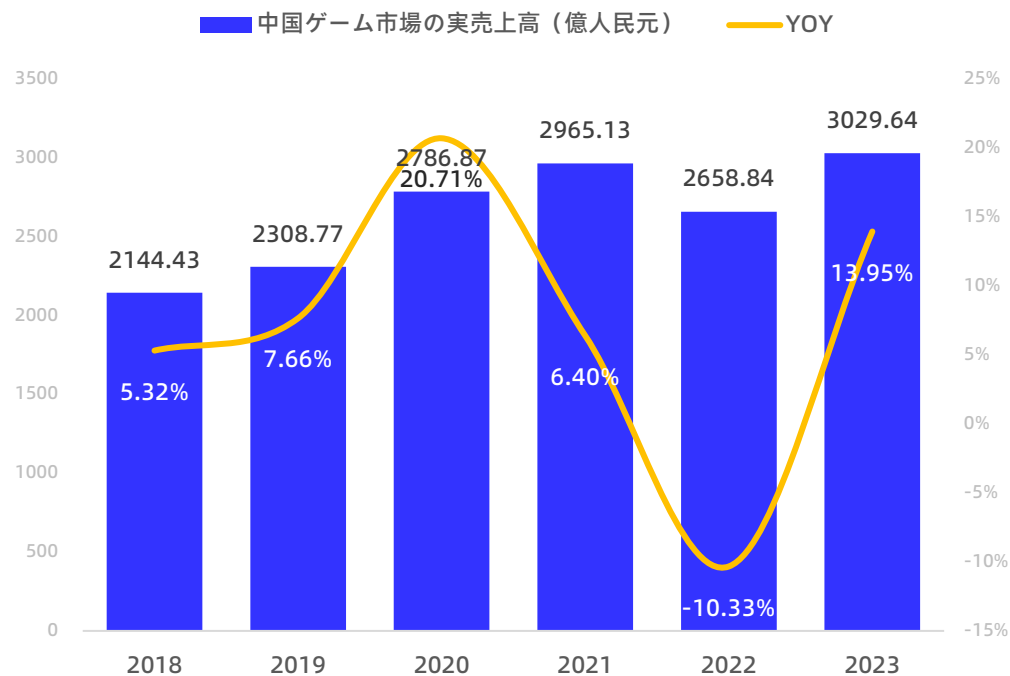
2022-2023年 月ゲーム版号発行数



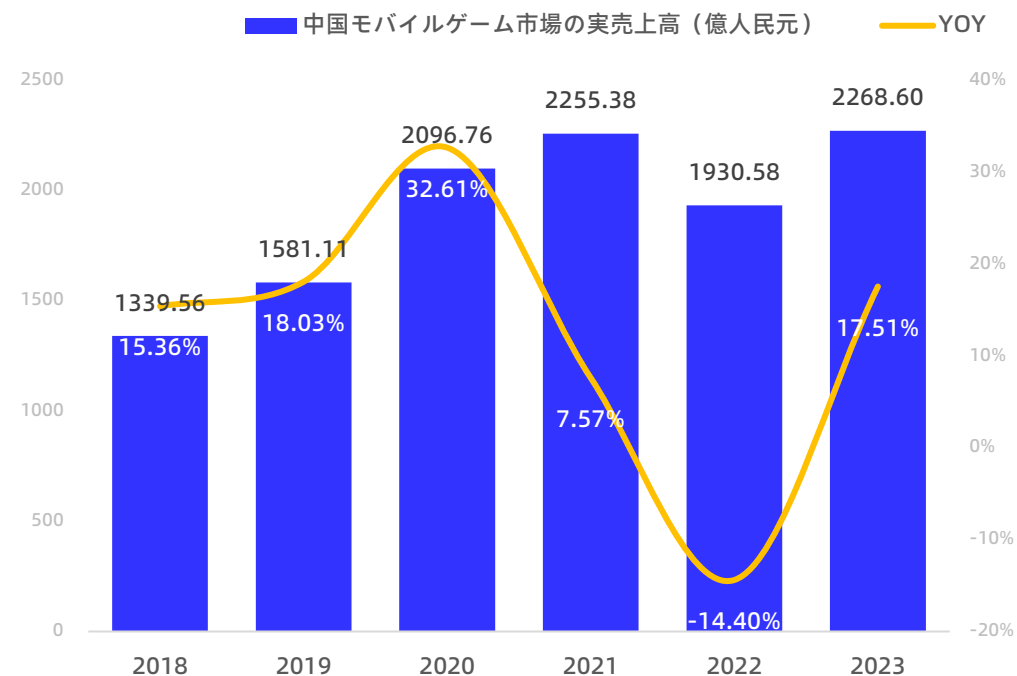
04. ゲーム産業の規模、過去最高を記録

- 2023年にゲーム業界は蘇って、下半期には収益が大幅に回復し、ゲーム業界全体の収益は前年比13.95%増の3,029億6,400万元に達し、業界規模は過去最高を記録した。
- 構造面から見ると、モバイルゲームの成長率はpcゲームよりも高く、供給がより大きく牽引している。2023年モバイルゲーム市場の年間実売上高は2268億6,000万元で、前年比17.51%増加し、今年のモバイルゲームの成長率は業界全体の前年比成長率を上回った。主な原因は、2022年のベースが相対的に低く、モバイル側のライフサイクルがpc側に比べて全体的に相対的に低く、版号と供給側の影響をより受け、そのため、版号数回復後の弾力性はより顕著になる。

2018-2023中国ゲーム市場の実売上高と前年比成長率（億人民元）



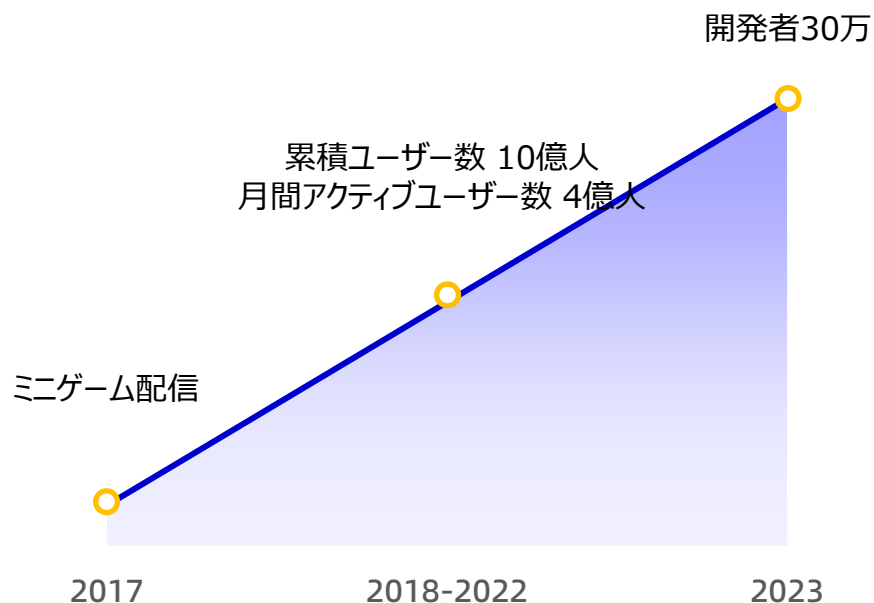
2018-2023中国モバイルゲーム市場の実売上高と前年比成長率（億人民元）



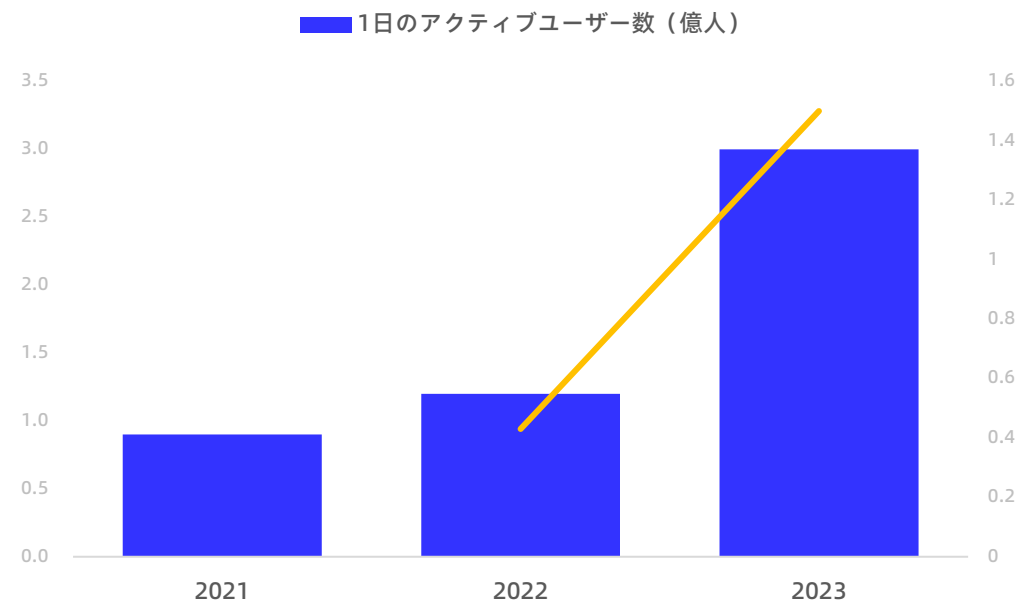
05. ミニゲームの台頭でゲームの裾野が広がる

- ミニゲームの軽量で便利な特性により、近年そのアクティブ率は著しく向上している。ユーザー規模から見ると、2023年6月現在、WeChatミニゲームの累計サービス利用者は10億人を超え、MAUは4億人を超えた。
- 抖音（中国版TikTok）に関しては、2023年12月時点で、抖音のDAUは6億人を超え、そのうちミニゲーム人口は49%を占め、抖音ミニゲームのDAUは3億人に達し、2021年の8億人と比較すると、200%以上の増加となっている。過去2年間、抖音のミニゲームのアクティブユーザーは急速に増加しており、2023年の成長率は前年比約3倍に増加した。
- ミニゲームはゲームの基本裾野を拡大した。WeChatオープンPROによると、WeChatミニゲームのユーザーのうち、ゲーム損失ユーザーと非ゲームユーザー源の割合はそれぞれ41%と22%で、もともとゲームアクティブユーザーは37%に過ぎない。

WeChatのミニゲーム・アクティブ率が上昇を続ける



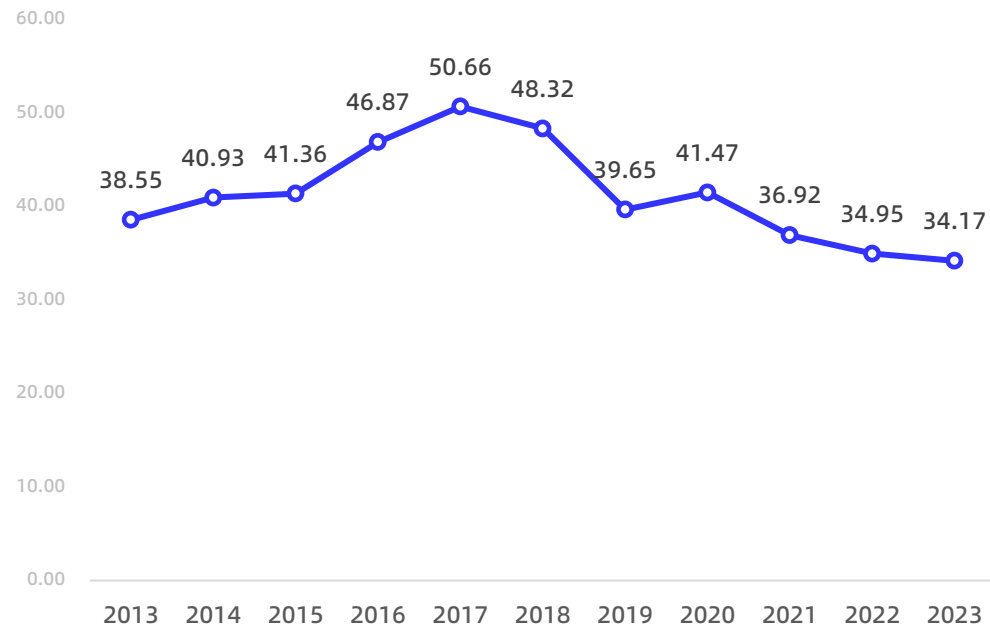
抖音のミニゲーム・アクティブユーザー数が急増



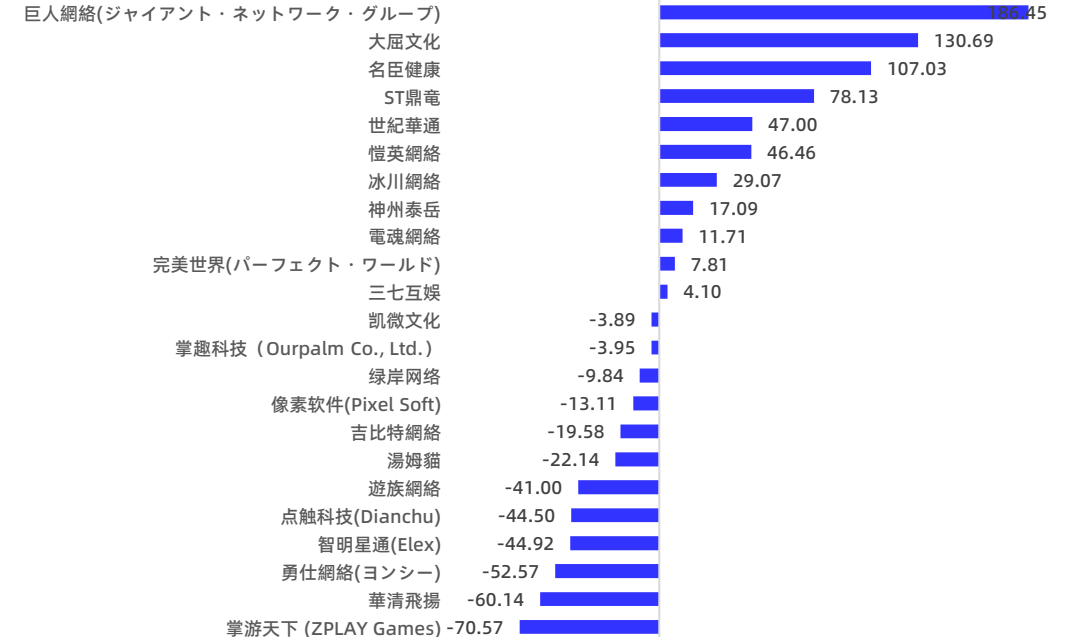
06. ゲーム会社の販売容易度は近年低下傾向にある

- データによると、過去10年間（2013年～2023年）のA株ゲーム会社23社の販売容易度は、全体的に上昇相場から下落相場に転じた。（販売容易度：中国において企業や業界全体の販売の難易度や競争の度合いを判断するのに使われる）。
- 2013年、ゲーム会社の販売容易度は38.5であり、2017年、50.66のピークまで上昇し、その後下降傾向に入った。2023年、販売容易度は34.17までさらに下降し、2023年、ゲーム業界は過去10年間で競争激化した最も困難な年に入った。

2013年-2023年ゲーム会社の販売容易度



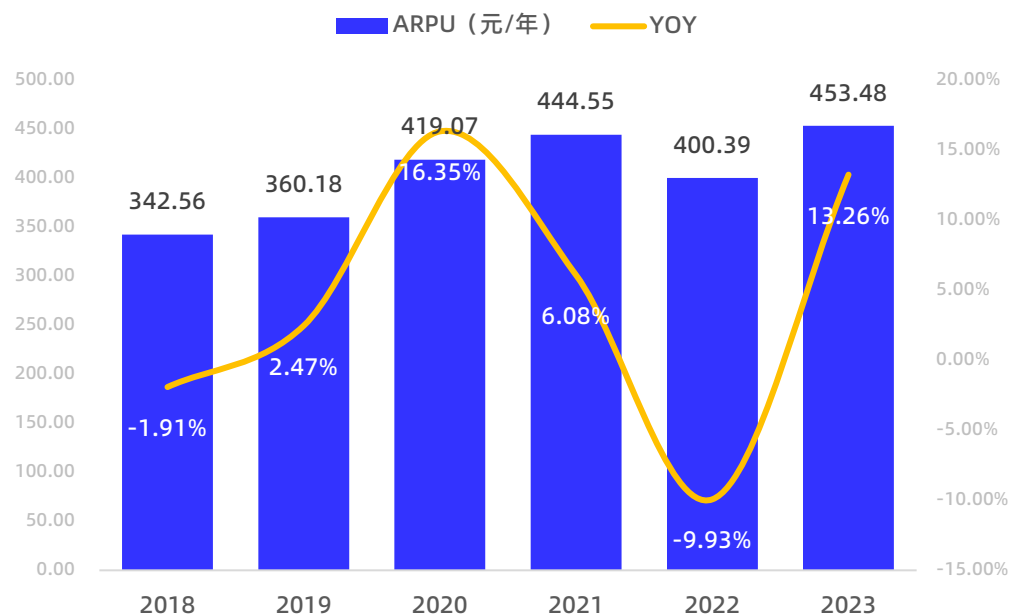
2023年におけるゲーム会社の販売費前年比増減率



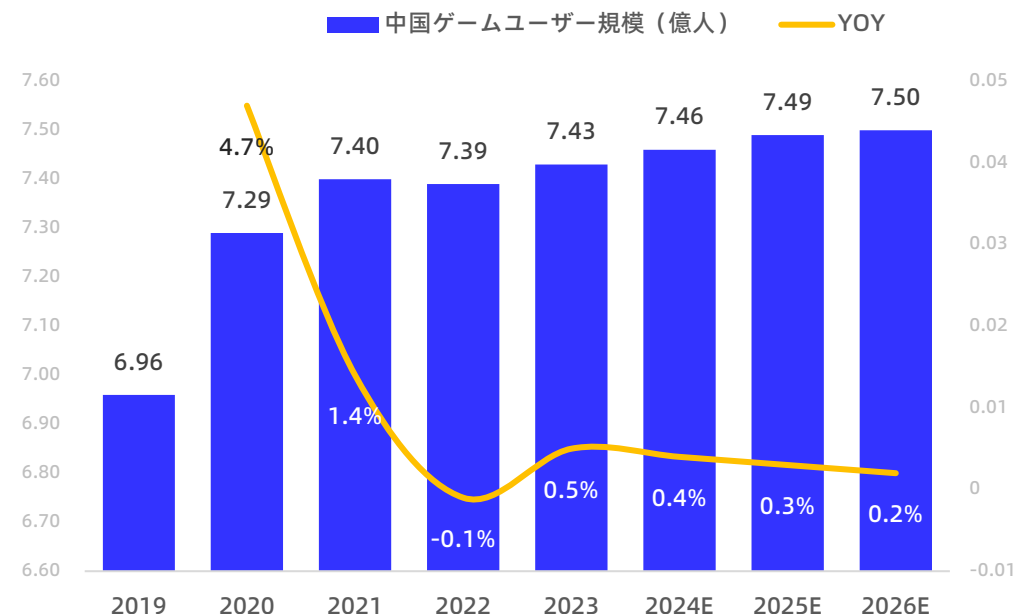
07. ゲームユーザーの伸びが大幅に鈍化

- 中国のゲーム市場は2023年に7億4300万ユーザーに達し、前年比成長率は0.5%に達した。中国のゲームユーザー数の伸びは大幅に鈍化しており、今後数年間は基本的に安定した規模を維持すると予想され、これは中国のゲーム産業が「急成長時代」から「ストック時代」に転換することを示すものでもある。
- 2023年、ゲームユーザーの平均年間支払額は453.48円で、前年比13.26%増加した。業界全体の普及率はボトルネックに直面しており、業界成長の核心は主に決済レベルにある。
- ストック時代では、ゲーム会社はコアユーザーを引きつけて維持するために、製品の品質とユーザー・エクスペリエンスの向上にさらに注意を払い、開発を続けると同時に、ソーシャルマーケティング、コンテンツマーケティング、コミュニティ運営を通じてゲーム流量の促進と誘致を行っている。

2018-2023中国ゲーム市場ユーザーの平均年間支払額



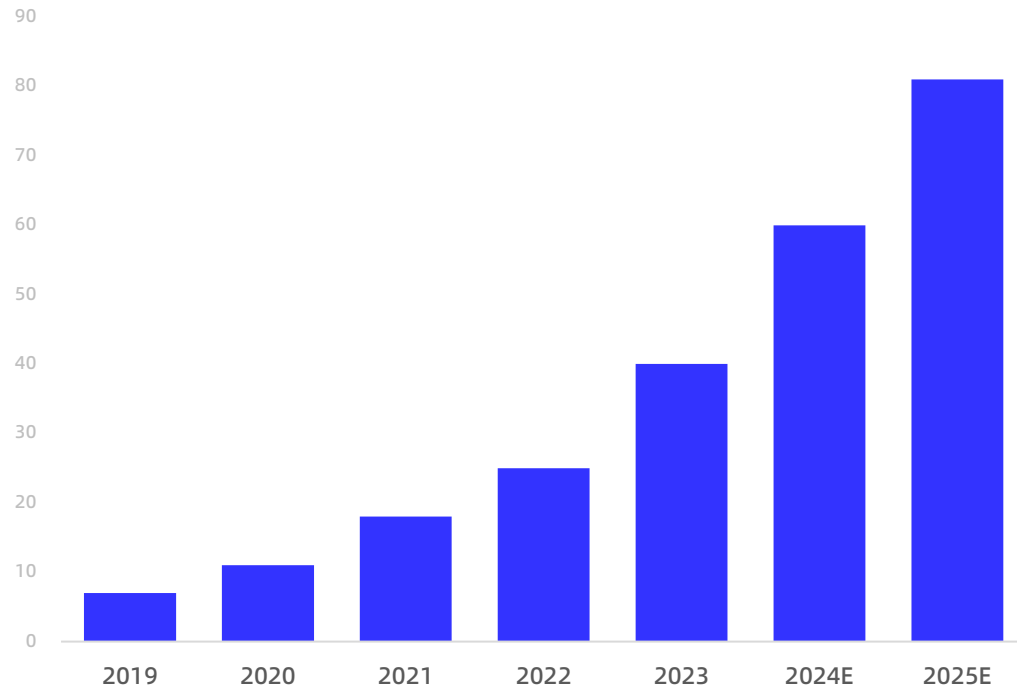
UserTracker-2019-2026年中国ゲームユーザー規模



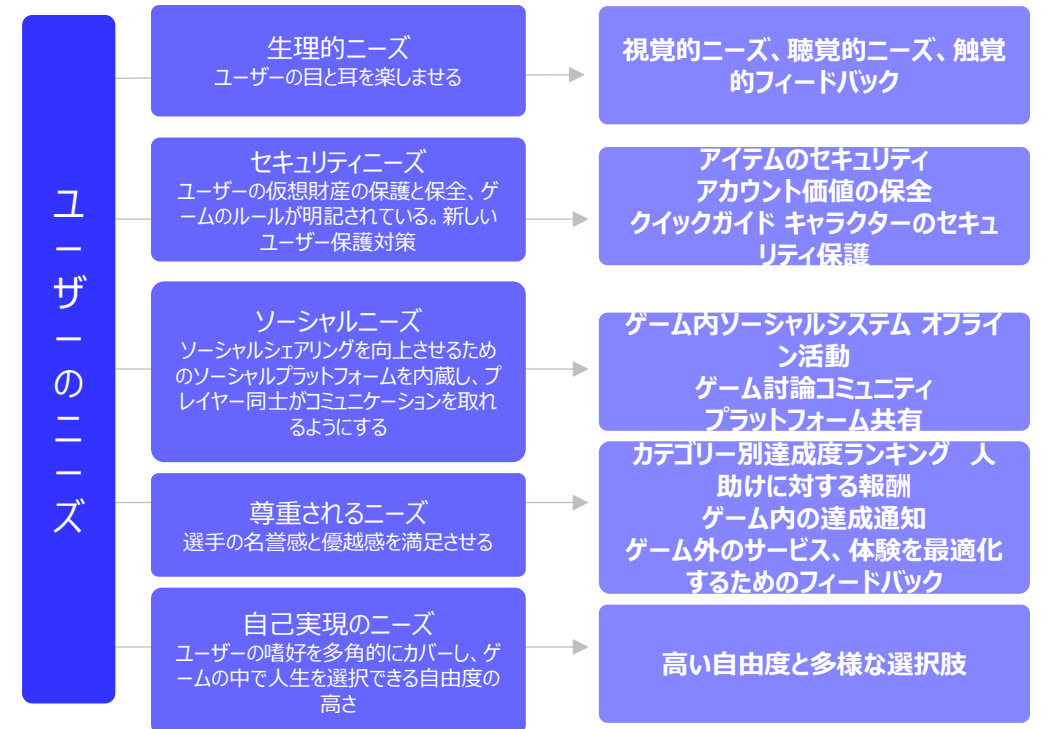
08. ゲーム＋ソーシャルプロダクツが輝く

- ・ 経済と文化の急速な発展と社会のペースの加速に伴い、ゲームは徐々にユーザーの息抜きの窓口になり、ゲームのソーシャル化に対する需要がますます明らかになり、ゲームスキルによるソーシャルも徐々に現れてきた。
- ・ ゲーム会社はマーケティング戦略において、ゲームユーザーの一般的なコンテンツニーズと社会的需要を重視し、質の高いIP由来のコンテンツとゲームユーザーの社会関係チェーンを深く融合させ、よりターゲットを絞ったゲームマーケティングを実施している。

中国ゲーム付添いプレイ市場規模予測（億人民元）



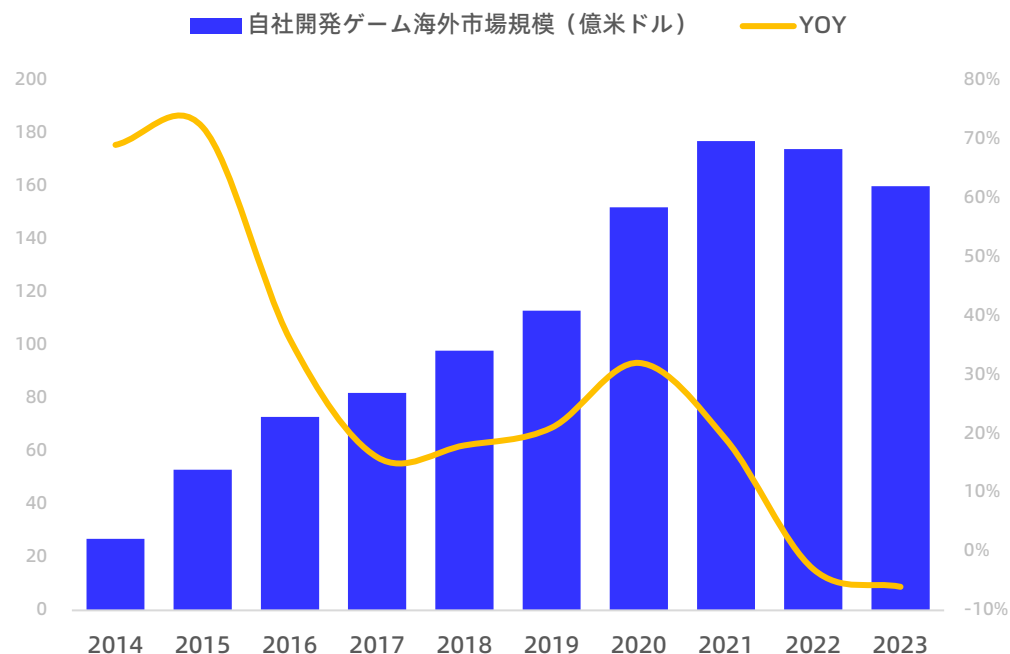
ゲームユーザーのニーズ



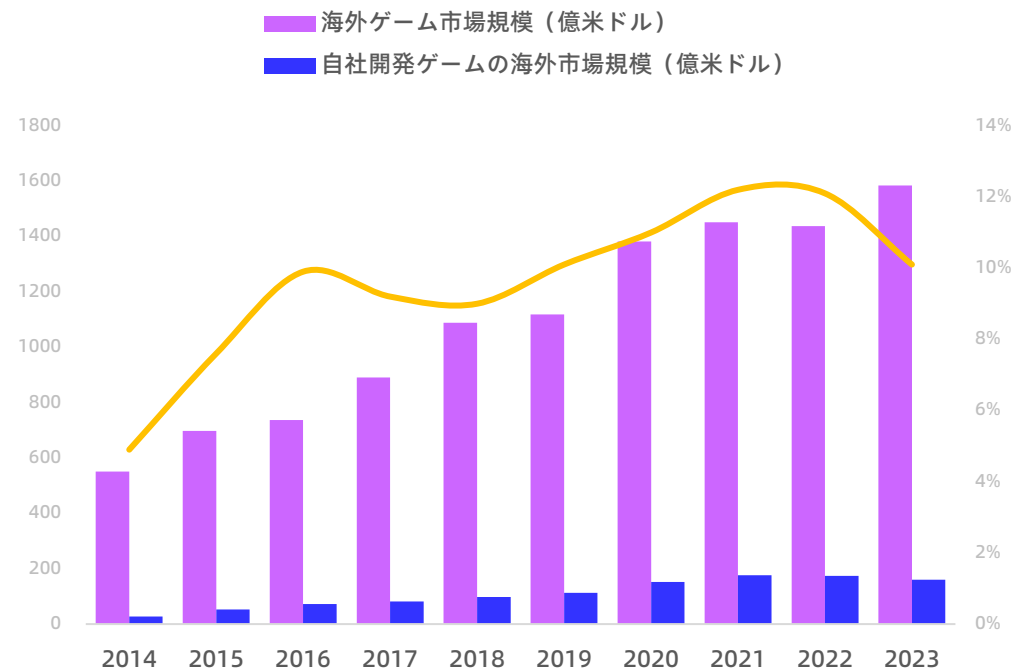
09. 中国製ゲームの海外市場シェアが10%を突破

- 海外に進出する中国ゲームの市場シェアは全体的に成長傾向を示しており、海外市場シェアは10%を超えている。海外市場における中国自社開発ゲームの実売上高は2019年の116億米ドルから2023年には164億米ドルに増加し、4年間の年平均成長率は9.04%と世界市場の成長率を上回った。
- 世界のゲーム市場におけるモバイル化の大きな流れを背景に、中国のゲーム会社はモバイルゲームの開発・運営において先行者優位に立っているため、継続的に大量のヘッドラインモバイルゲーム製品を発売しており、これが海外収益規模の継続的な拡大を後押ししている。

中国自社開発ゲーム海外市場規模と成長率



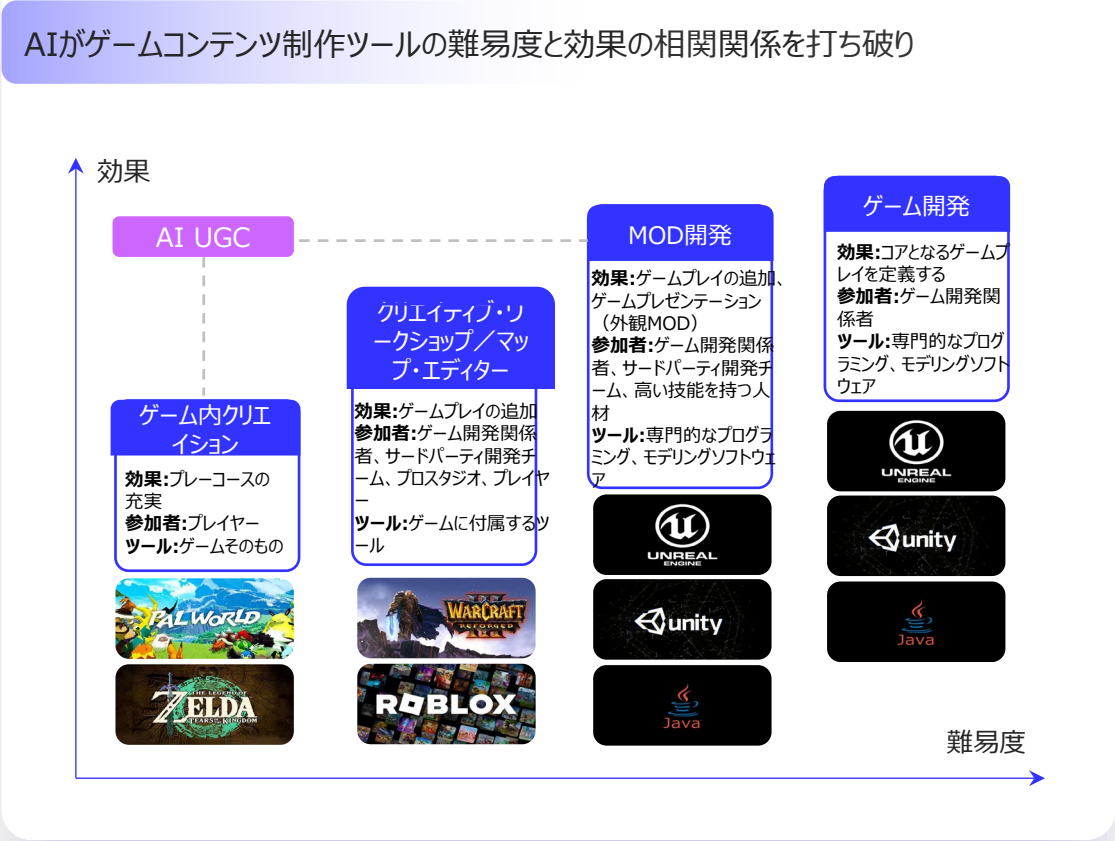
中国自社開発ゲームの海外進出シェア推移



10. ジェネレーティブAIがゲーム業界に力を与える

- 2023年にはChatGPTに代表されるジェネレーティブAIが大きく発展し、AIを活用した改善の役割は拡大し敷居が低くなる傾向にある。分野によってAIの発展度合いが異なるため、果たす役割も異なる。
- 「AIの3Dモデル生成」:カスタマイズした3Dモデルをワンクリックで生成することで、UGC効果をMOD開発レベルまで高めることが期待でき、導入難易度を「ゲーム内クリエイション」まで下げることができるため、効果と難易度の相関関係を打ち破り、ゲームプレイをより豊かにし、コンテンツの厚みを増すことができる。

ゲームにおけるAI		
生産シーン	AIツール	置き替えの程度
スクリプティング、ドキュメンテーション	ChatGPT NewBing 文心一言（アーニー・ボット）	良い、執筆の補助に使える
スマートNPC	ChatGPT NewBing 文心一言	限られたシーンでのコミュニケーション
コーディング	GithubCopilot	コードライティングをサポートできる
アート	Midjourney Stable Difusion Dalle	良い、ゲームの材料、オリジナルの絵画、プロモーショングラフィックなどに使用することができる
ビデオ・アニメーション	Runway Pika	ゲーム内:一般 宣伝物:良い
モデリング	TripoSR Mesly	参考資料として

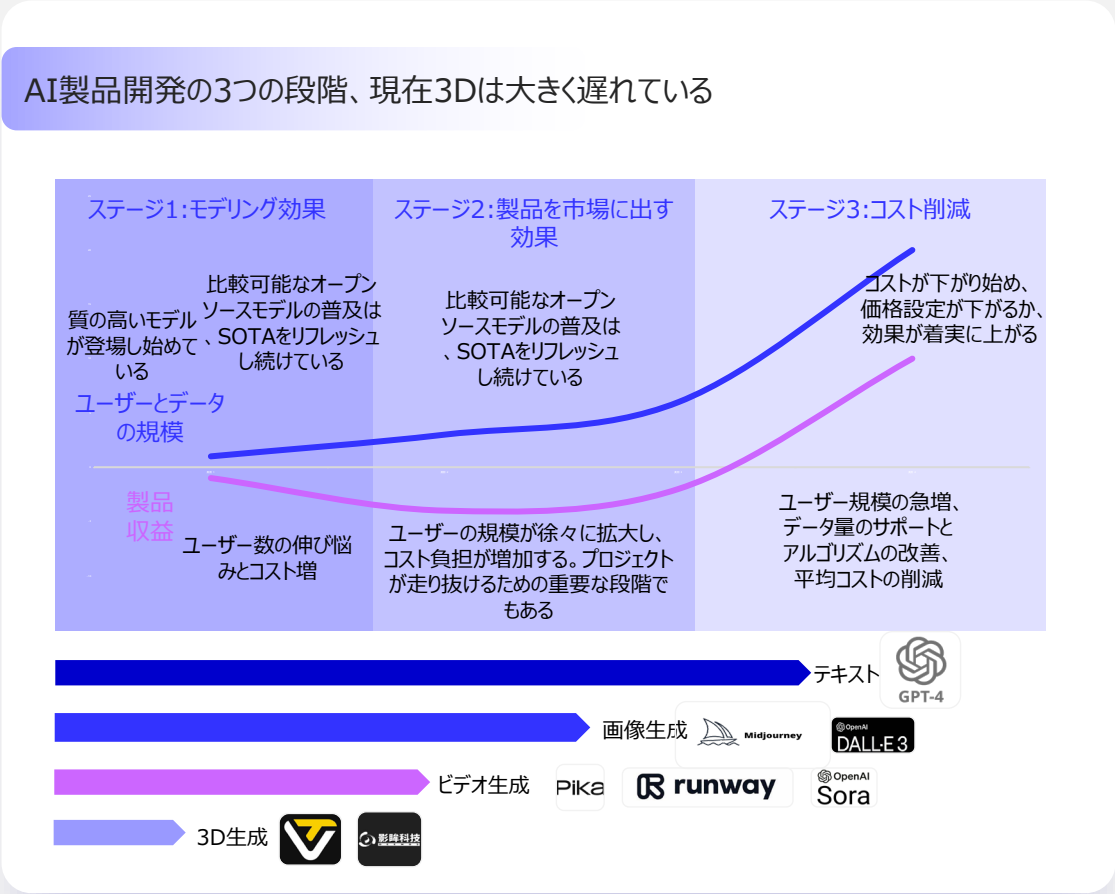


11. ゲームはインタラクションとコンテンツの変革を迎える

- PC時代には、シューティングゲーム、リアルタイムストラテジー、ARPGなど、より複雑で緻密な操作が要求されるゲームジャンルが発展した。携帯電話やタブレットなどのハードウェアは、タッチスクリーンを新たなインタラクションモードとした。
- MRの出現後、ゲームのインタラクション方法とコンテンツも変革を迎え、多くの3DコンテンツニーズがAIの助けを借りて満たされるようになる。立体ディスプレイの環境では、三次元空間ジェスチャーインタラクションがより重要になり、仮想と現実の融合というトレンドに適応するため、ゲームコンテンツは完全な3Dになると予想される。

新しいハードウェア、新しいインタラクションが、新しい形のゲームコンテンツに対応

ハードウェア	インタラクション	代表するゲームの内容
ゲームコンソール	コントローラ	格闘、横スクロール、2Dゲーム
PC	キーボード、マウス	シューティングゲーム、リアルタイムストラテジー、ARPG（複雑、迅速、正確な操作）
携帯電話／タブレット	タッチパネル	フルーツ忍者、テンブルラン（フィンガーアクション、ポータブル）
VR	コントローラ、体性感覚	Beat Saber（ビートセイバー、スペース・インタラクティブ）
MR	音声、空間ジェスチャー	現実とフィクションの相互作用、フル3D



12. モデル:完美世界（パーフェクトワールド）、新たな開発サイクルのスタート

- ・ パーフェクトワールドは、『诛仙（ちゅしゃん）』や『パーフェクトワールド』を発売した、よく知られているpcゲームメーカーで、モバイルゲームの『诛仙（ちゅしゃん）』は発売から6年間、ゲームのベストセラーランキングで50位前後を維持している。
- ・ 2023年以降、同社は『女神異聞録:夜幕魅影(ペルソナ)』、『淡墨水雲郷』、『ワンパンマン:ワールド』、『诛仙2』といった重要なゲーム版号を相次いで獲得した。
- ・ 18年ぶりの組織再編は2023年末に実施された。同社は「プロジェクトセンター-スタジオ-インキュベーションセンター」という3層の研究開発体制を変更し、プロジェクトセンターの下にゲームスタジオを残し、この再編後、パーフェクトワールドのゲーム事業の組織構造もよりフラットになっている。

パーフェクトワールドスタジオの構造				
	プロジェクトセンター+スタジオの平行 >> 脱プロジェクトセンター改革		代表するゲーム	開発中の製品
北京	第一プロジェクトセンター	青雲スタジオ	诛仙pcゲーム	诛仙世界pcゲーム
		硬核スタジオ	パーフェクトワールドpcゲーム 完美国際	完美新世界pcゲーム
	第三プロジェクトセンター	桃花源スタジオ	诛仙モバイルゲーム、天龍2	诛仙2モバイルゲーム
			完美世界諸神之戦	
			武林外伝モバイルゲーム	
	第五プロジェクトセンター	凌霄スタジオ	新神魔大陸	神魔2（海外代號） 完美新世界モバイルゲーム
		黒羽スタジオ		女神異聞録 淡墨水雲郷
	第七プロジェクトセンター	星雲スタジオ	新笑傲江湖モバイルゲーム	靈電IPモバイルゲーム
上海	Millionスタジオ	Millionスタジオ		乖離性百萬亞瑟王:環
	T3スタジオ	T3スタジオ	射鵰英雄傳3Dモバイルゲーム 輪迴訣	ワンパンマン:ワールド
	乗風スタジオ	乗風スタジオ	龍之谷モバイルゲーム	2つのアクション・アイテム
蘇州	幻塔（Tower of Fantasy）スタジオ	幻塔スタジオ	幻塔（タワーオブファンタジー）	二次元都市奥开 放世界项目异环
成都	天智游スタジオ	天智游スタジオ	夢幻新诛仙 完美世界諸神之戦	二次元中華風オープンワールド MMOプロジェクト「代號ナザ」
フランス	Magic Design	Magic Design	非常英雄モバイルゲーム Have A Nice Death	

パーフェクトワールド主力ゲーム			
ゲームの名	ジャンル	研究開発／流通方式	発売日
成熟製品			
诛仙モバイルゲーム	MMORPG	自社開発・配信	2016年9月
パーフェクトワールド・モバイルゲーム	MMORPG	自社開発・テンセント配信	2019年3月
新笑傲江湖モバイルゲーム	MMORPG	自社開発・配信	2019年12月
夢幻新诛仙	回合制MMO	自社開発・配信	2021年6月
幻塔	開放世界	自社開発・配信	2021年12月
幻塔(海外)	開放世界	自社開発・テンセント配信	2022年8月
Sub-new製品			
天龍八部2:飛龍战天	MMORPG	代理配信:阅龙智娛会社	2023年4月

13. ゲーム業界が直面している4つの課題

01

審査メカニズムが不明確

中国ゲーム市場の規制・審査メカニズムには、ある程度の不確実性と不透明性がある。ゲーム会社はしばしば、審査要件を満たすためにゲームコンテンツを修正または削除する必要がある状況に直面する。このため、ゲーム会社には追加のコストや時間的なプレッシャーがかかることが多く、ゲームコンテンツの革新性や多様性にも影響する。

02

倫理的、社会的問題

一部のゲームではバーチャルアイテムの価格が高騰しているため、プレイヤーはゲーム内のアイテムやキャラクターを手に入れるために多くの時間とお金を費やしている。これが社会的な不満や論争を引き起こしていることもある。ゲームによっては、プレイヤーがゲーム依存になり、仕事や生活に影響を及ぼすこともある。

03

ユーザーのプライバシーとデータセキュリティ

ゲームデータがますます豊富になるにつれ、ユーザーのプライバシーとデータセキュリティの問題がますます顕著になってきている。ユーザーエクスペリエンスを守りながら、ユーザーデータのセキュリティとプライバシーをどのように確保するかは、ゲーム開発者が注意を払わなければならないテーマである。

04

世界経済環境の縮小

一部の海外諸国は輸入ゲームの規制を強化し、地政学や国際紛争は海外進出のリスクを悪化させている。世界的なインフレや為替変動などの問題も、中国のゲーム企業の海外進出に新たな問題や課題を突きつけている。

14. ゲーム会社が注目している4つのトレンド

ゲーム・ビジネスモデルの多様化

ユーザーの支払い能力には今後も改善の余地があり、ユーザーの価値観に合わせた支払いポイントや支払い方法を提供することで、ユーザーの支払いのレベルアップが図れ、課金に対する一部のユーザーの考え方も変化するだろう。

01

VRがゲームプレイの革新に貢献

現在のVR技術は、急速な発展のチャンスを迎えている。VRの最も有望な消費者市場として、VRゲームはハードウェアの反復と革新により新たな開発方向となり、ゲーム開発者がゲームに参入するようになっており、コンテンツ側の繁栄が期待されている。

02

ゲーム製品の「精品化」

ユーザーの支払額増加要因のうち、精品化関連コンテンツが20.2%を占めている。これは、精品化の役割が業界内の収入分配に留まらず、業界全体の規模拡大にも大きな効果をもたらすことを意味する。

03

「ゲーム+」には大きな可能性がある

バーチャルリアリティ、センサリーインタラクション、モーションキャプチャーといった基盤技術の革新的なブレークスルーは、メタユニバース、デジタルツイン、クラウドゲームなど新産業への応用拡大を促進している。ゲームは、教育、文化、医療、その他の実産業においても価値の波及を実現している。

04

著作権表示

本レポートは、上海嘉世营销咨询有限公司(MCR)の調査員がデスクトップリサーチを通じてまとめたレポートの簡易版です。詳細な調査については、mcr@chinamcr.comまたは021-52987060までお問い合わせください。

本レポートにおけるすべての内容（文字記事、写真、映像、イラスト、図表等の資料を含むがこれらに限定されない）は、『中華人民共和国著作権法』、『中華人民共和国著作権法実施規則』および万国著作権条約により保護されています。

本レポートの著作権は、MCRに帰属しており、転送、転載、引用が必要な場合は、出典を明記しなければならず、内容に関してはいかなる変更も行ってはなりません。

