

Asia Watch

中国・アジアのビデオゲーム市場 モバイル化で成長加速、巣ごもり消費も追い風

※当資料は「アジアリサーチセンター」のレポートを基に作成しています。

要約

● 娯楽産業の中でも最大の市場規模に成長

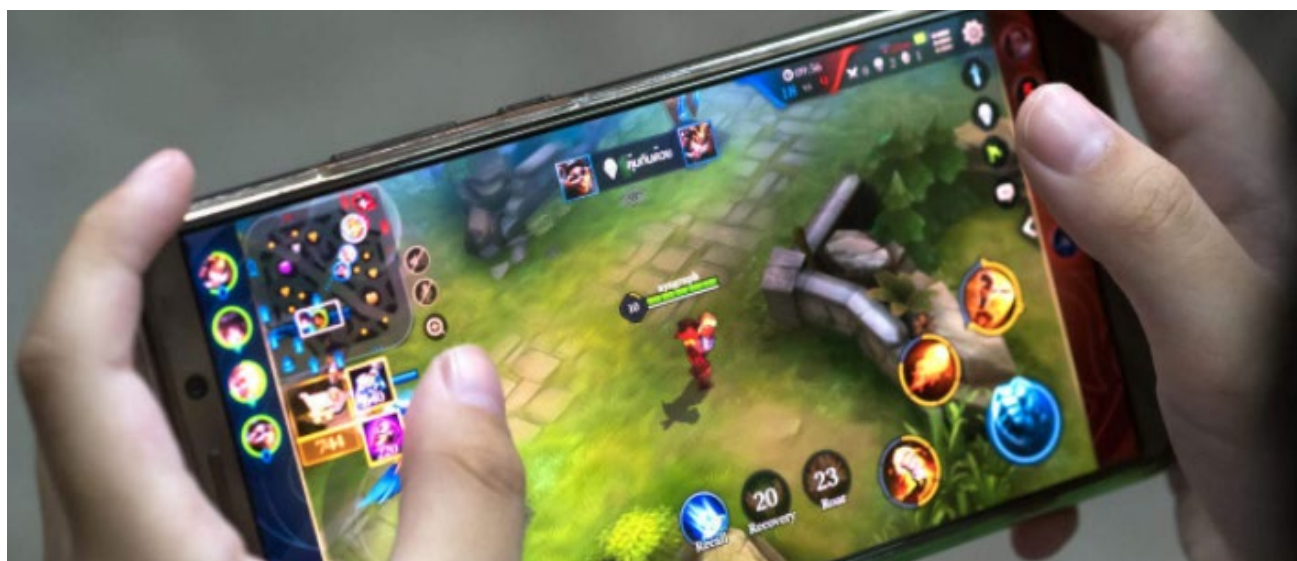
世界のビデオゲーム市場は、過去10年間で書籍出版、映画、音楽などの娯楽を上回る規模に成長し、2020年に市場規模は1,660億米ドルに達する見通しです。2020年に入ってから、新型コロナウイルス感染拡大防止のための外出自粛などから消費者が家庭内で過ごす時間が増え、ビデオゲームの需要は拡大しています。

● スマートフォンの普及で成長加速

ビデオゲームは、インベーダーゲームのようなシンプルな業務用ゲーム機として1970年代に普及しました。その後、任天堂のファミリーコンピュータ、ソニーのプレイステーションに代表される家庭用ゲーム機や、PCゲームが主流となりました。2010年代に入ってからスマートフォン急速な普及に伴い、ビデオゲームの主要なプラットフォームはモバイル機器に移行しました。

● 中国・アジア企業の存在感高まる

中国経済の高成長が続く中、2010年代に入りビデオゲーム業界においても中国の存在感が増してきました。2020年には中国が米国を抜いて世界最大のビデオゲーム市場になると予想されています。中国やアジアのゲーム企業の国際的な知名度は高くありませんでしたが、テンセントは積極的な買収戦略で急成長を遂げています。また、シンガポールでは2017年に米国に上場したシー（Sea Ltd）が東南アジアを席巻し、現在も急成長を続けています。



※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。
※写真はイメージです。

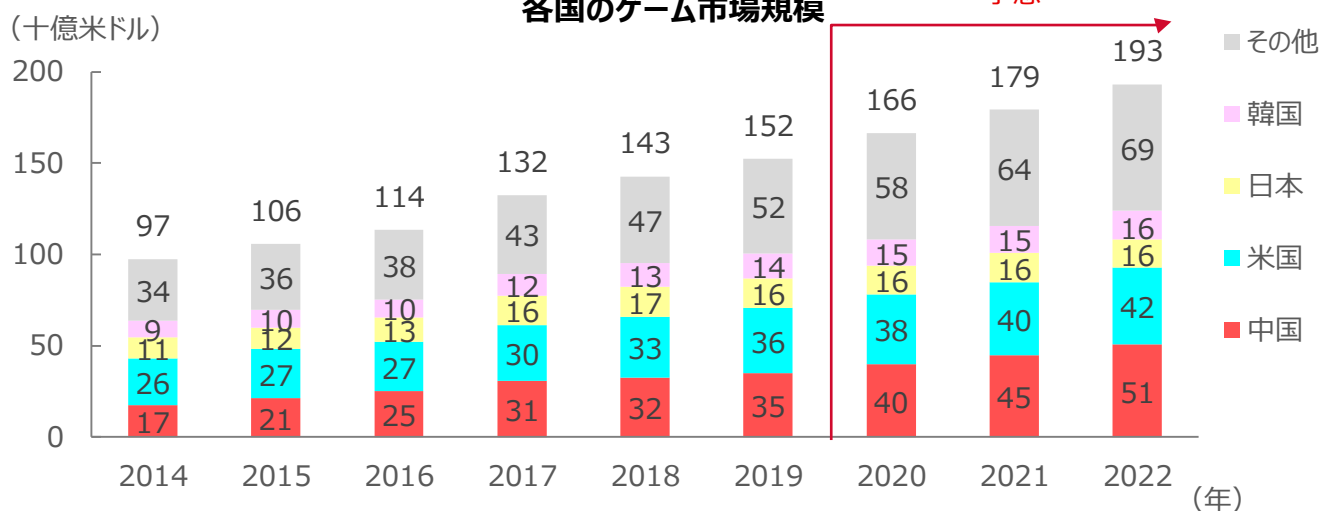
娯楽産業のグローバル市場規模

映画・音楽を上回るビデオゲーム市場

世界のビデオゲーム市場は、若い世代を中心に拡大を続けており、2020年は1,660億米ドルに達する見通しです。これは、需要が幅広い年齢層にわたる書籍出版（約1,100億米ドル）、映画（約390億米ドル）、音楽（約200億米ドル）など、従来型の娯楽の市場規模を上回るものです。2020年に中国のビデオゲーム市場は米国を上回り、ゲームのソフトウェアとハードウェアの販売合計金額は400億米ドルに達すると予想されています。**全世界のビデオゲーム利用者は27億人に迫り、今後数年間にわたって年間1億人以上のペースで増加を続けると見込まれています。**

中国は2020年に米国を上回り、世界最大のビデオゲーム市場となる見込み

各国のゲーム市場規模

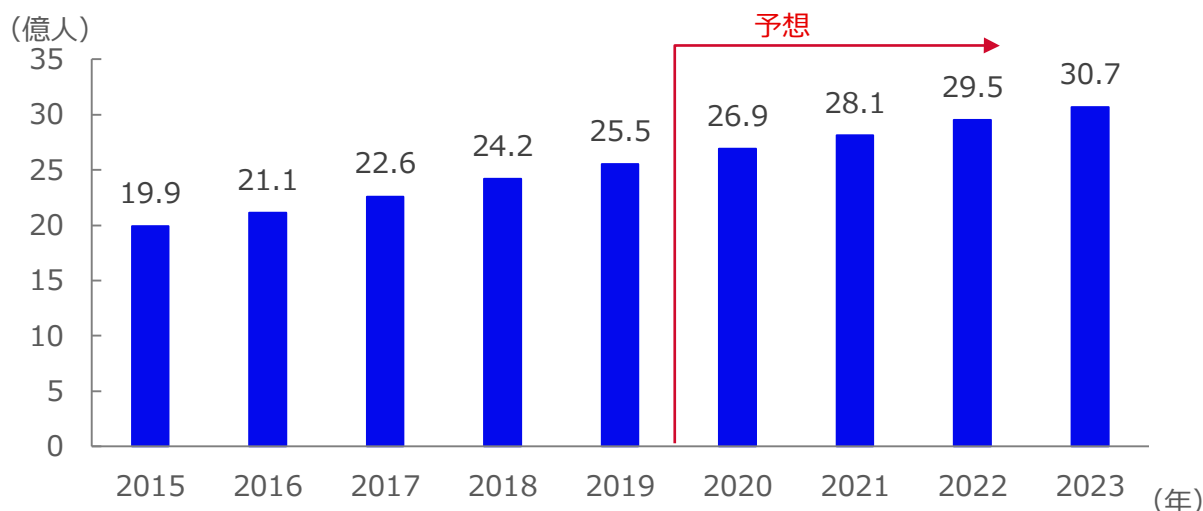


(注) 四捨五入の関係上、合計が合わない場合があります。

(出所) EuromonitorおよびCLSA のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

世界のゲーム利用者は増加傾向

世界のゲーム利用者数



(出所) Newzoo のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

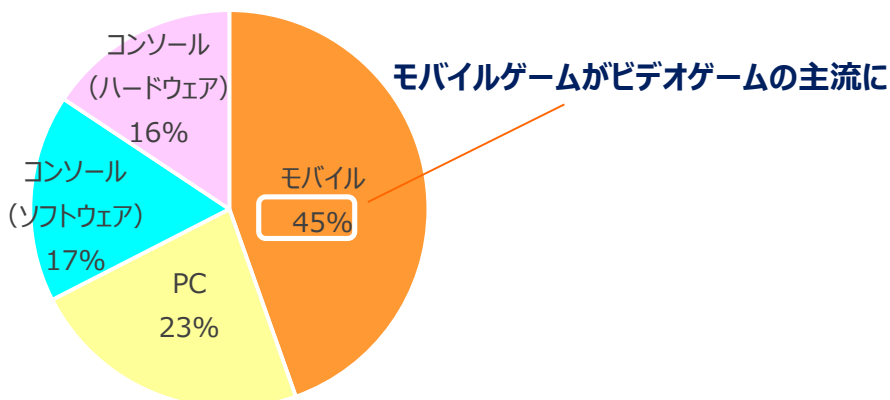
スマートフォンの普及で成長加速

モバイルゲームが世界的に人気拡大

ビデオゲームは1970年代にゲームセンターなどで普及した業務用ゲーム機から始まりました。80年代になると、任天堂のファミリーコンピュータに代表されるコンソール（操作卓）型の家庭用ゲーム機が登場し、90年代半ばには、PCゲームが人気を集めました。その後、2010年代にスマートフォンが広く普及してからは、モバイルゲームが現在のビデオゲームの主流になっています。スマートフォンが日常生活のあらゆるシーンで不可欠な存在となる中、スマートフォンを介したモバイルゲームの成長は必然と言えるでしょう。

最も成熟したゲーム市場といわれる欧米は上記の段階をすべて辿ってきました。一方、中国、韓国は、家庭用ゲーム機は普及せず、また日本でのPCゲームの普及も限定的でしたが、モバイルゲームについては全世界で同時に普及が進んでいます。

世界のデバイス別ゲーム利用者数の割合（2020年予想）

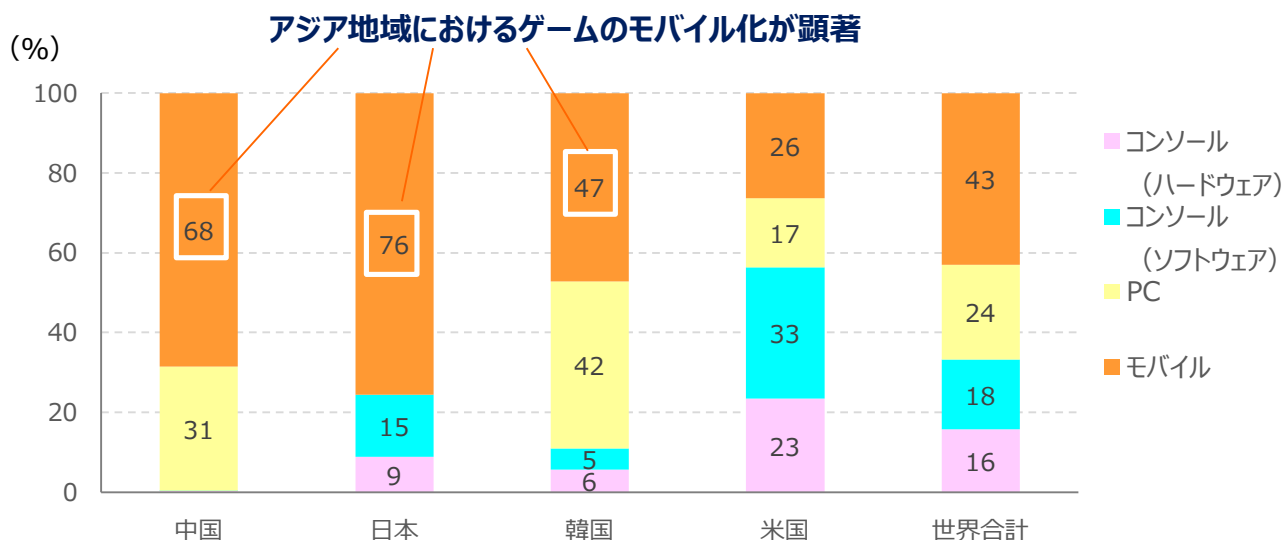


モバイルゲームがビデオゲームの主流に

(注) 四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合があります。

(出所) EuromonitorおよびCLSAのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

各国のデバイス別ゲーム利用者数の割合



(注) 四捨五入の関係上、合計が100%にならない場合があります。

(出所) EuromonitorおよびCLSAのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

テンセント：中国最大のゲーム企業

積極的な出資で大型化

ビデオゲーム業界では、日本のゲーム会社が引き続き重要な役割を果たす中、モバイルゲームが主流となった後に設立された中国のゲーム会社も成長を続けています。特にテンセントは、過去10年間でゲーム業界の主要プレイヤーに次々と出資し、中国国外のゲーム事業を拡大してきました。出資先企業には、シンガポールを拠点に東南アジアで勢力を拡大するシー（米国上場）や、米国の有力ゲーム会社だったライアットゲームズやエピックなども含まれます。テンセントは世界最大のゲーム関連会社に成長し、2019年のゲーム収入は205億米ドルとなりました。

世界のゲーム収入上位10社（2019年）

順位	企業名	国名	2019年のゲーム収入 (億米ドル)	前年同期比
1	テンセント	中国	205	10%
2	ソニー	日本	131	-8%
3	Apple	米国	108	14%
4	Microsoft	米国	93	-4%
5	Google	米国	74	13%
6	ネットイース	中国	68	16%
7	Activision Blizzard	米国	58	-15%
8	EA	米国	54	2%
9	任天堂	日本	50	13%
10	バンダイナムコ	日本	30	2%

(出所) Newzoo のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。



ネットイース：グローバル展開

日本でも人気上昇

テンセントが国外のゲーム開発会社に出資して中国で次々と商品タイトルを投入するのに対して、ネットイースは自社でゲームを開発することで急成長を遂げており、2019年のゲーム売上高は世界第6位です。日本では、同社のサバイバルシューティングゲーム「Knives Out（荒野行動）」が人気を集めました。2019年のモバイルゲーム課金売上ランキング（日本）で、「荒野行動」はトップ10入りを果たしました（424億円で第4位）。同社の2019年12月期決算におけるゲーム収入の海外比率は11%であり、今後拡大余地が見込めます。

国内のモバイルゲーム課金売上ランキング 上位10タイトル（2019年）

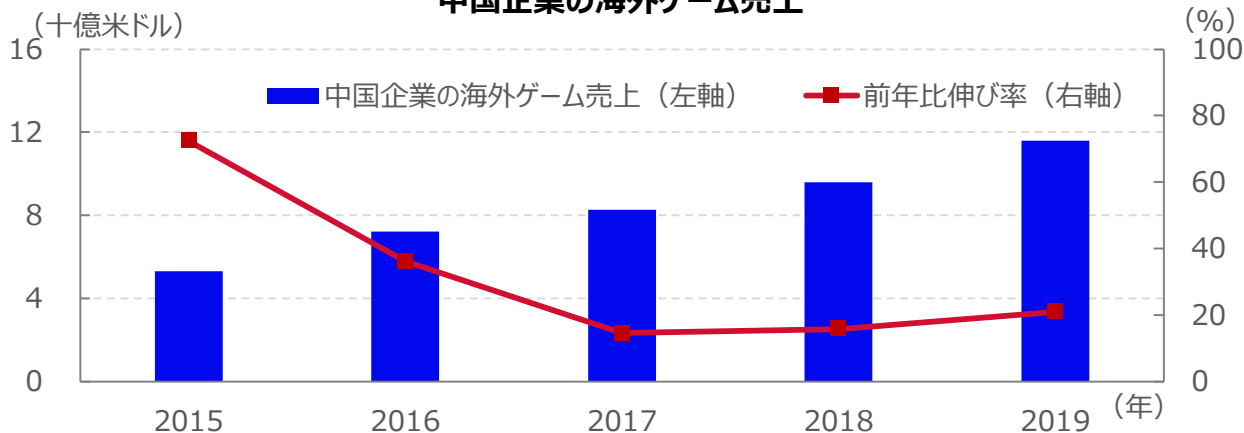
順位	タイトル	売上（億円）
1	Fate/Grand Order	711
2	モンスターストライク	709
3	パズル&ドラゴンズ	522
4	荒野行動	424
5	ドラゴンボール Z ドッカンバトル	301
6	ポケモン GO	277
7	プロ野球スピリッツ A	262
8	グラブル〜ファンタジー	242
9	ドラゴンクエストウォーク	239
10	LINE：ディズニー ツムツム	187

（出所）ファミ通モバイルゲーム白書のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

中国のゲーム企業は海外展開を積極化

近年、中国企業が開発したゲームタイトルは海外市場で着実に増加しています。テンセントやネットイースのような大企業の他に、小規模で独立系のゲーム開発スタジオも海外市場を目指す動きが積極化しているようです。中国企業にとって最大のゲーム輸出市場は30%強を占める米国ですが、世界第3位の日本と、第4位の韓国も、中国ゲーム企業が攻略すべき重要な市場です。今後は日本でも中国企業のゲームタイトルを目にする機会が増えそうです。

中国企業の海外ゲーム売上



（出所）China Game Publishers Association Publications Committee, IDC のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

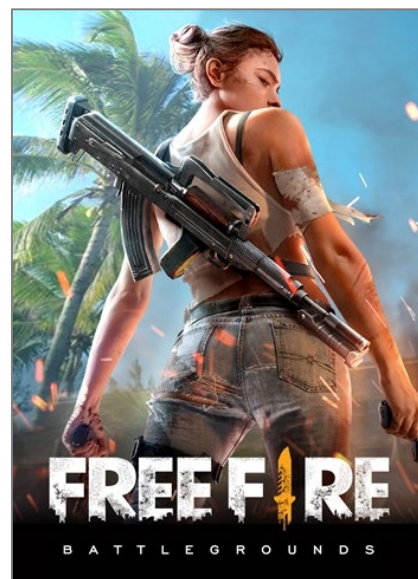
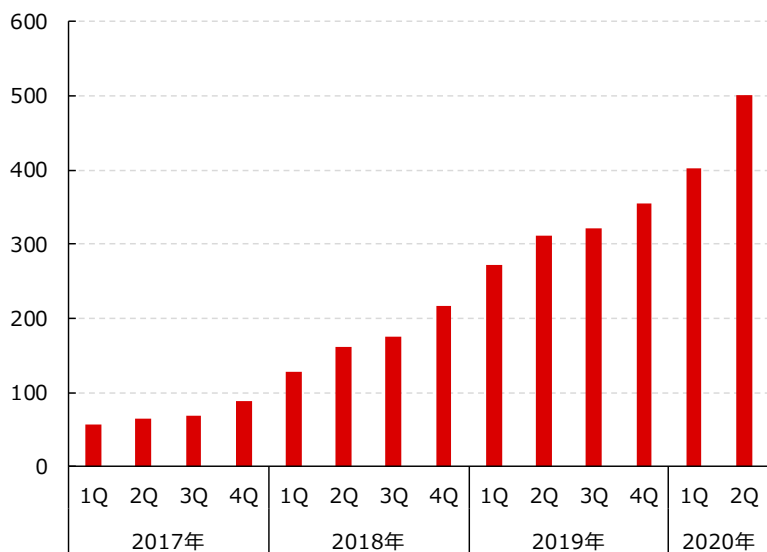
シー（Sea Ltd）：東南アジアで急成長

東南アジアを席卷

2009年にシンガポールで設立され、2017年に米国上場を果たしたシー（Sea Ltd）は、瞬く間に世界最大級のゲーム企業として成長を続けています。同社の売上の半分以上がゲーム部門（ガリーナ）によって占められ、残りのほとんどはEコマース（ショッピング）によるものです。テンセントはシーの第2位の株主として約25%の株式を保有し、創業者のフォレスト・リーが支配権を握っています。同社は多くの中国企業と同様、モバイルゲームに特化し、東南アジアでテンセントのゲームタイトルの一部を販売する一方、自社ゲームの開発も行っています。シューティングゲームの「Free Fire（フリーファイヤ）」は、グーグルのプレイストアで常に上位にランクインしています。このタイトルがターゲットとする主な市場は、iOSの普及率が低い発展途上国で、ほとんどの収入はアンドロイド経由となっています。

シーのゲーム部門「ガリーナ」のユーザー数

(百万人)



(ゲーム「Free Fire」)

(出所) シーおよびCLSAのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

インド、東南アジア、南米各国で高い人気 モバイルシューティングゲーム「フリーファイヤ」のグーグルプレイストアでの販売順位

	19年10月	19年11月	19年12月	20年1月	20年2月	20年3月	20年4月	20年5月	20年6月	20年7月
インド	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
インドネシア	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
マレーシア	2	3	2	3	3	4	3	3	1	2
ベトナム	1	13	12	10	19	14	9	8	5	6
タイ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
コロンビア	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
アルゼンチン	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ペルー	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ブラジル	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ロシア	16	24	19	14	20	14	21	22	17	16
メキシコ	22	1	1	1	1	1	1	1	1	1

(出所) AppAnnie のデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

【ゲーム関連中国企業例】

テンセント

- 中国のインターネットサービス大手。対話アプリ「微信」（日本の「ライン」に相当）やインスタント・メッセージ「QQ」で築いた膨大な顧客基盤とブランド力を背景に、ゲームやオンライン決済サービス、動画配信などを展開する。
- シンガポールを拠点に東南アジアで勢力を拡大するシー（米国上場）や、米国のライアットやエピックなどのゲーム会社に出資。

（出所）Bloombergのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

<株価の推移>

（2004年6月16日（上場日）～2020年9月15日）



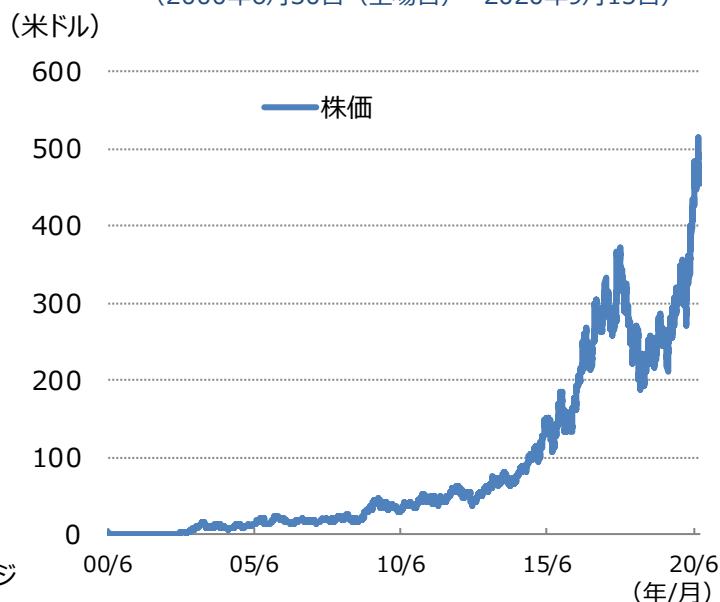
ネットイース

- 中国でアプリケーション、サービス、その他インターネット技術の開発を手掛けるインターネット・サービス会社。
- 中国のモバイルゲーム市場で約16%のシェア（売上高ベース）。

（出所）Bloombergのデータを基に三井住友DSアセットマネジメント作成

<株価の推移>

（2000年6月30日（上場日）～2020年9月15日）



※個別銘柄に言及していますが、当該銘柄を推奨するものではありません。

この資料の巻末ページに重要な注意事項を記載しております。必ずご確認ください。

【重要な注意事項】

- 当資料は、情報提供を目的として、三井住友DSアセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。
- 当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。
- 当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。
- 当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績および将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。
- 当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。
- 当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。

作成基準日：2020年9月15日