

構造変化がみられるゲーム業界

2011.8.1 発行

新型ゲーム機の販売が苦戦する任天堂

任天堂が満を持して投入した新型携帯ゲーム機「ニンテンドー3DS(以下、3DS)」の販売が苦戦しています。3DSは、2010年度末までに全世界で1億4,642万台を販売した「ニンテンドーDS(以下、DS)」の後継機となる携帯型ゲーム機で、グラフィックス性能の強化、裸眼3D表示機能、通信機能の強化が特徴です。国内は今年の2月末、欧米では3月から販売が開始されました。

3DSの初週の国内販売数量は37万台強と2004年12月の年末商戦に発売されたDS(約40万台)とそれほど遜色のない販売数量に達し、順調な出足となりました。しかし、その後は2万弱～4万台程度に留まり、週によっては発売から6年以上経過したソニーの「プレイステーション・ポータブル」を下回るときもあり、任天堂も2011年3月期決算説明会で「期待以下の水準」と苦戦を認めています。

任天堂にとって大きな誤算だったのは、発売から3週目となる3月11日に不幸にも東日本大震災が発生したことでしょう。皆さんもご存知の通り、震災発生後数日は民放各社がCM抜きで放送したことや、その後もしばらくはCM自粛を余儀なくされました。そのため、3DSの販促活動に大きな影響を与えたと思像に難くありません。

しかし、ここで注目すべきなのは、震災の影響がな

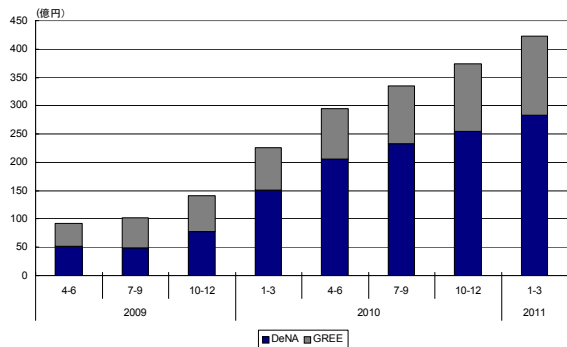
いはずの米国、欧州市場においても事前に期待された水準ほど販売数量が伸びていないという点です。例えば、2011年3月期の会社予想では、3DSの出荷計画は欧米で300万台を計画していましたが、結果としては北米132万台、その他(欧州中心)123万台の合計255万台に留まりましたし、2012年3月期に入っても調査会社のデータをみる限り、販売数量が伸びているとの印象はありません。

更なる活性化が目立つソーシャルゲーム市場

一方、対照的に引き続きブームとなっているのが、SNS(ソーシャルネットワークサービス)上で展開されているソーシャルゲームです。図表1はソーシャルゲームを収益源とする代表的な2社であるDeNA(ディーエヌエー)とグリーのゲーム関連の課金売上高の四半期推移です。2009年4-6月に両社合計で92億円程度だった課金売上高が直近の2011年1-3月には4倍以上の422億円まで急拡大しています。

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

(図表1) SNS2 社の四半期売上高推移



出所: 会社資料

この急拡大の中で目立ってきているのが、ゲーム専用機向けにソフトを提供してきた国内大手ゲーム会社が SNS 向けにコンテンツを提供するという動きです。1つの契機となったのは、バンダイナムコ HD が、「Mobage (モバゲー)」向けに提供している「ガンダムロワイヤル」の成功だと筆者は考えています。

「ガンダムロワイヤル」は 2010 年 12 月に正式なサービスを開始した後、わずか 6 日間で 100 万人の登録ユーザの獲得に成功しました (2011 年 7 月には 300 万人を突破)。もちろん、登録ユーザの全員に対して課金が発生している訳ではないため単純な比較はできません。しかし、2010 年に国内で 100 万本以上の販売数量を達成したゲームソフトはわずか 6 タイトルであったことを勘案すると、このスピードは驚異的であるといえるでしょう。

また、コナミの取り組みも注目されています。同社がグリー向けに提供している「ドラゴンコレクション (2010 年 9 月配信開始)」、「プロ野球ドリームナイン (2011 年 4 月配信開始)」の 2 タイトルは、グリーが発表している人気タイトルでトップ 2 を占める成功を収めているためです。

一方、海外でも世界最大のゲームソフト会社エレクトロニックアーツは相次いでソーシャルゲーム企業を

買収して、ソーシャルゲーム分野の強化を目指しています。また、最近では Facebook (フェースブック) 向けにコンテンツを提供している世界最大のソーシャルゲーム企業米ジंगाが IPO 申請を行ったことも話題になるなど、国内外を問わずソーシャルゲーム市場は更なる活性化がみられます。

今後のゲーム業界を占う上での論点

ゲーム業界で起こっている、これらの事象を並べてみると、直感的にはソーシャルゲームの拡大が、ゲーム専用機からユーザを奪っているような印象を持たれる方も多いかと思います。ちなみに、任天堂はソーシャルゲームの経験者の方が、平均 DS ソフト購入本数が多いことを論拠にソーシャルゲームとゲーム専用機の二者択一論を否定しています。しかし、株式市場では「ソーシャルゲームの普及でゲーム専用機の市場は破壊される」との極端な見方もあるなど意見が分かれているのが現状です。

少なくとも現時点では、「ソーシャルゲームの登場でユーザにゲーム専用機を購入させるハードルは大きく高まった」と筆者は考えています。日本では、「ゲームを遊ぶのは専用機」というのが多数派の考え方だと思いますが、ソーシャルゲームの普及で、一部のゲーム愛好家を除いてその考え方は緩やかに変わっていくものと予想しています。

そのトレンドをドライブしていくのが、昨年から急速に普及が進み始めたスマートフォンだとみています。スマートフォンに実装されているタッチスクリーンによる直感的なユーザーインターフェースは、気軽にゲームを楽しみたい層との相性は非常に良いといえるでしょう。また、3G 通信機能や通信事業者が提供している課金システムが利用可能なため、ゲーム会社からみても魅力的なプラットフォームだと考えます。こうしたスマートフォンの持つ可能性に着目したためか、ゲーム専用機を手掛けてきたソニーでも、

当資料は、ホームページ閲覧者の理解と利便性向上に資するための情報提供を目的としたものであり、投資勧誘や売買推奨を目的とするものではありません。また、当サイトの内容については、当社が信頼できると判断した情報および資料等に基づいておりますが、その情報の正確性、完全性等を保証するものではありません。これらの情報によって生じたいかなる損害についても、当社は一切の責任を負いかねます。

アナリスト・コラム

Android 搭載端末でプレイステーションのゲームが楽しむことを可能にする「Playstation Suite(プレイステーションスイート)」の展開を発表しています。

任天堂は、現時点で「自社ゲーム専用機にのみ自社ソフトウェアを提供する」という戦略を変えないことを明言しています。今後も新たにお金を払ってゲーム専用機を購入する動機を与えるためには、そのゲーム機でしか遊べない魅力的なコンテンツを提供する以外には手段がないと考えます。今年 6 月には、

世界最大のゲーム展示会である「Electronic Entertainment Expo(E3)」で、Wii の後継機となる新型据置機「Wii U」を発表しました。Wii、DS の成功で再びゲーム業界の王者に返り咲いた任天堂が、3DS、Wii U で基本戦略である「ゲーム人口の拡大」を引き続き実現できるかが注目されます。

国内株式運用部調査担当 シニア・リサーチ・アナリスト
福川 勲
(情報通信、その他製品、民生エレクトロニクス担当)