

飛躍する台湾産業



台湾におけるモバイルゲーム市場拡大の可能性

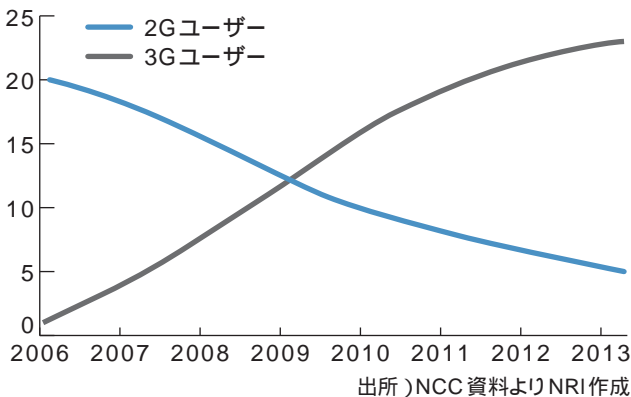
台湾では第三代移動体通信(3G)の普及率、スマートフォンの普及率が各々8割、3割を超えている。また、今年8月末には第四世代移動体通信(4G)のライセンスの入札が開始する予定となっている。このように高速移動体通信網(モバイルブロードバンド)環境の普及が進む中で、携帯電話を通じた様々なサービス提供が本格化しており、その中の主要コンテンツであるモバイルゲームの普及も期待される。

進むモバイルブロードバンド環境整備

台湾のモバイルブロードバンド環境は急速に普及が進んでいる。2005年に本格的に携帯電話の3Gサービスが開始した後、3Gサービスの加入ユーザ数は急速に増加し、2013年6月末時点で、2Gと3Gを合わせた携帯電話加入者数全体の81%は3G加入者となっている。

更に、2013年8月末には4Gライセンスのオークションが開始する予定であり、中華電信、台湾大哥大(台湾モバイル)、遠傳電信、亞太電信の既存携帯電話事業者4社に加えて、鴻海グループ、頂新グループ、新光合成繊維といった資金力のある3社が参加申請を行っていることから、今後、企業間の競争激化に伴い、移動体通信インフラの更なる高速化とカバーエリアの拡大が見込まれる。

図1:台湾における携帯電話加入者数推移
(百万ユーザー)



同時に、スマートフォンの普及も進んでいる。台湾の財団法人資訊工業策進会の「2012年台湾無線與行動網路上網應用調査」によると、スマートフォンの保有率は2011年3月に12.5%だったものが、2011年9月には22.5%、2012年3月に

は30.5%と急速に上昇している。この調査結果は、65歳以上や15歳以下も含んだ保有率であることから、同時期の日本に比べても高いものとなっている。また、Apple、Acer、ASUS等のタブレットPCの普及も進んでいる。

厳しい状況にあるオンラインゲーム業界

このようにモバイルブロードバンド環境が整備されてきている台湾において、伝統的なオンラインゲーム業界は、厳しい事業環境に直面している。

これまでのオンラインゲームは、毎月の利用料金を徴収して投資回収を行う「pay to play」が中心であったが、最近では月額料金を徴収しない「free to play」形態のゲームが主流になってきている。「free to play」では、ゲーム上でのアイテム販売等が主な収入源となっている。また、ゲームのプレイ形態も、個人での参加から、複数の人々が同時に参加して交流しつつゲームを進めていく形が主流になっている。

このように課金形態が変化している一方で、モバイルブロードバンド環境の整備に伴うユーザのモバイル端末でのSNS(ソーシャルネットワークサービス)やゲームの利用が進んでいること等により、台湾のオンラインゲーム各社の業績は厳しい状況となっている。

2012年の台湾のオンラインゲーム大手企業の業績をみると、対前年比で売上が減少している企業が目立つ。最大手の遊戯橘子數位科技(Gamania)は、対前年比で2割近くも売上を落とし、赤字に転落した。また、中華網龍や鈞象電子等、上位企業でも対前年比で3~4割も売上を落としている例も見られる。

こうした中で、オンラインゲーム各社は、モバイルゲーム事業の拡大に力を入れてきている。



表1:台湾のオンラインゲーム大手企業業績(2012年)

	売上		税前利益 (百万NT\$)
	金額 (百万NT\$)	対前年比 (%)	
遊戯橘子數位科技 Gamania Digital Entertainment	3,292	▲19.76	▲374
傳奇網路遊戯 X-Legend Entertainment	994	12.97	398
中華網龍 Chinese Gamer International	906	▲39.36	65
鈞象電子 International Games System	845	▲26.82	NA
育駿科技 Cube Magic	815	67.14	116
華義國際數位娛樂 Wayi International Digital Entertainment	747	▲18.88	10
茂為歐買尬數位科技 Macrowell OMG Digital Entertainment	744	▲17.38	215
紅心辣椒娛樂科技 Cayenne Entertainment Technology	733	0.34	▲61
宇峻奧汀科技 Userjoy Technology	636	▲5.89	142

出所)「2013台湾地區大型企業排名」中華徵信所

台湾におけるモバイルゲームの状況

台湾におけるモバイルゲーム市場は勃興期であるため、未だ正確な統計数値は存在しない。世界市場ではガンホー、GREE、DeNA、LINE等の日本企業が強く、iOS以外では韓国勢も強くなっている。また、英国のKingや米国のElectric Arts等も上位を占めている。

台湾では、日本のLINEが2012年11月に加入者数1,000万人を突破し、人口の約半数がユーザとなっており、LINE GAMEのダウンロード数も急速に伸びている。また、英国のKingが提供するCandy Crush Sagaも多数のユーザを獲得している。いずれも、友人達等と交流をいっつつプレイを進めるソーシャルゲーム形式のものが人気を集めており、今後こうしたモバイルゲーム市場が更に拡大するものと予想される。

表2:世界のモバイルゲーム収入の大手企業上位10社(2013年5月)

iOS			Google Play		
事業者	本社所在地	提供App数	事業者	本社所在地	提供App数
1 Supercell	フィンランド	2	1 GungHo Online	日本	11
2 GungHo Online	日本	11	2 CJ E&M	韓国	29
3 King	英国	3	3 LINE	日本	79
4 Electronic Arts	米国	629	4 DeNA	日本	198
5 GREE	日本	121	5 WeMade	韓国	21
6 Kabam	米国	11	6 COLOPL	日本	81
7 Storm8	米国	36	7 GREE	日本	139
8 Gameloft	フランス	258	8 King	英国	2
9 DeNA	日本	141	9 Electronic Arts	米国	121
10 LINE	日本	89	10 Devsisters	韓国	1

出所) App Annie IndexよりNRI作成

日本企業のビジネスチャンス

これまで見てきたように、台湾では元々オンラインゲーム市場が発展していたが、モバイルブロードバンド環境の整備に伴い、モバイルゲーム市場が立ち上がってきている。既存のオンラインゲーム各社もモバイルゲーム事業に力を入れているものの、台湾でのモバイルゲームのApp数は、日本と比べるとまだまだ少ない。

こうした中で、DeNAは2012年10月にYahoo!奇摩(台湾最大のポータルサイト)と、2013年7月に中華電信(台湾最大の携帯電話事業者)と業務提携し、自社のモバイルゲームの知名度向上と拡販を図っている。また、カプコンも2012年8月に台湾拠点を立ち上げ、オンラインゲーム開発を行い、将来的にはモバイルゲームの展開も視野に入れるとしている。

台湾は、モバイルゲーム市場が急激に伸びる土壌が整っていると共に、日本ブランドが通用し、優秀なゲーム開発者が集積していることから、同分野で世界的に強みを持つ日本企業にとっての中華圏やアジア進出のゲートウェイとして、高いポテンシャルを有する。今後、更に数多くの日本のモバイルゲーム事業者の台湾への進出や台湾企業との提携が進むことが予想される。

(田崎嘉邦 : y-tazaki@nri.co.jp)