

- 広告 情報システム部門の負担を軽減して業務をIT化！「KDDI Business Outlook」
- 広告 CEATEC JAPAN 2008 コンファレンス聴講予約9月26日まで！
- 広告 [特集]戦国・幕末の偉人に学ぶ企業経営 第3回 恩田木工民親 提供 富士通
- 広告 シスコに聞く「セールスのプロとは?」/大手外資系セールス&マーケティング求人特集[ISS]
- 広告 小説「85センチの向こう岸」好評連載中！【丸の内Office/マイクロソフト】

デジタル家電&エンタメ:連載・コラム  
新清士のゲームスクランブル

更新:2008年9月12日 12:20

## 中小ゲーム会社に新市場到来・参入の残り時間はわずか

オリジナルタイトルを作るための資金調達先を探して時間を費やす暇があったら、新しいチャンスに向けて開発を始めるべき——。日本の中小ゲーム会社に向けて語られたメッセージは、あまりにも簡潔で、そして明快だった。

9月9日から11日まで、ゲーム開発者向けのカンファレンス「CEDEC2008」が東京で開催された。全体で2000人という参加規模を誇り、ゲームのカンファレンスとしては世界的に見ても大きい。100を超える講演の数々を通じて、膨大な量の情報が飛び交う。私にとって今年もっとも刺激的だったのは、私自身が司会を行った「中小ゲーム開発会社のコンテンツ開発のための資金調達」というディスカッションだった。世界的な市場の巨大な潮流が感じられる内容だったからだ。

### ■中小ゲーム会社が置かれた現実

このディスカッションでは、世界各国のゲーム産業が急成長するなかで、唯一成長が止まっているともいえる日本市場で、中小のゲーム開発企業が開発資金を獲得するチャンスがどこにあるのかを探ることがテーマだった。しかし、話はまったく別の方向に飛んだ。「今の日本の中小ゲーム会社に資金調達ができる可能性はない」という結論から始まったからだ。



ブレイクスルーパートナーズの赤羽雄二氏

そう切り出したのはブレイクスルーパートナーズの赤羽雄二氏(マネージングディレクター)だ。赤羽氏は、技術者からコンサルティング会社の米マッキンゼーに転身し、その後は日本発の世界的なベンチャー企業を育成するための経営資源環境を作ることに、全力を注いでいる。世界のマネーの流れや日本で資金調達する場合のオプションを検討しながら進められた説明を聞き、ぐうの音も出ない気持ちになった。

赤羽氏は、今の日本の中小ゲーム会社が直面している状況を、「開発費の高騰と開発期間の長期化についていわず、下請けが恒常化している。そしてオリジナルタイトルを作るだけの資金が不足し開発する時間もない」と分析した。さらに、「ゲームクリエイターへの社会的な評価が低く報酬も低い」「韓国、米国、欧州発のゲームの躍進に押されている」と、厳しい現実を突きつけた。

事実、今の中小ゲーム会社は何とか生き残るために下請けを続けて、タイトル単位などの仕事を引き受けながら自転車操業をしているのが実情であり、暗い気分になってくる。



Facebook用のゲームとして成功した米Zyngaのサイト画面

### ■資金調達のチャンスはゼロ

では、資金調達の方法としてどのような選択肢が考えられるか。赤羽氏によると、まず匿名組合や製作委員会、特定目的会社などの方式は小資本の企業にほとんどメリットがなく、また多くの資金を用意できなければ参加も難しいという。

行政からの助成金については「受けるべきでない」と切って捨てた。これは麻薬のようなもので、一度得られてしまうと何度でもほしいと感じてしまう。しかし、そのために必要な準備書類や報告、権利面の問題処理など膨大な作業が待っており、「動きの軽さという中小企業のメリットを完全に潰してしまい、デメリットの方が大きい」という。一般的な融資も、経営が黒字で安定した収益を見込める事業環境でなければ難しい。

それでは、多くの中小ゲーム会社が夢として描くベンチャーキャピタル(VC)からの資金調達とその先の株式上場はどうだろうか。

それも、今の日本のゲーム会社では、不可能に近いという。そもそもVC投資は、事業の将来的な成長性に対して行われるが、大手企業からの受託開発が中心では仮に大ヒットしてもインセンティブで得られる収益ははたしてはいる。

日本の中小ゲーム会社の従業員一人当たりの売上高は、せいぜい800万円前後と極めて低い。仮にM&Aの対象となるにしても、期待できる買収額は「利益」の5倍以上程度が相場であり、企業価値は数千万円がせいぜいといしか評価しようがない。これでは投資先としてまったく魅力がない。

つまり、受託開発主体の中小企業が自社タイトル開発のために懸命に資金調達しようと試みても、成功の可能性は限りなくゼロに近いということだ。

では中小ゲーム会社の将来は暗いだけなのかといえば、まったく逆だと赤羽氏はいう。

### 次ページ>>目の前に広がる大市場

#### ● 関連記事

- 米で最も注目を浴びるネット企業「フェースブック」の正体(1)
- iPhoneアプリ成功のカギは北米とプロモーション
- テクモ・コーエーは序の口、日本に押し寄せるゲーム業界の世界大再編

#### ● 関連リンク

- 新清士のゲームスクランブル

#### ● 記事一覧

- 中小ゲーム会社に新市場到来・参入の残り時間はわずか
- テクモ・コーエーは序の口、日本に押し寄せるゲーム業界の世界大再編
- 家庭用ゲームの年齢区分は社会に認められるか?
- iPhoneアプリ成功のカギは北米とプロモーション
- 質より量のiPhoneアプリは「アタリショック」の二の舞か
- PSP好調を蝕む「パンドラバッテリー」の猛威
- マジコン対策に本腰の任天堂・新型DSはいつ登場?
- PS3とXbox360の勝者なきSNS競争・E3を読む(下)

- 広告 CEATEC JAPAN 2008 コンファレンス聴講予約9月26日まで！
- 広告 情報システム部門の負担を軽減して業務をIT化！「KDDI Business Outlook」
- 広告 [特集]戦国・幕末の偉人に学ぶ企業経営 第3回 恩田木工民親 提供 富士通
- 広告 シスコに聞く「セールスのプロとは？」/大手外資系セールス&マーケ求人特集[ISS]
- 広告 <<1日の動きが3分でわかる>> 日経ブロードバンドニュース

**デジタル家電&エンタメ:連載・コラム** 更新: 2008年9月12日 12:20  
**新清士のゲームスクランブル**

<<前のページへ [ 1 ] **2** 次のページへ >>

**■目の前に広がる大市場**

今のゲーム市場にはとてつもないチャンスが広がっている。しかも今回の場合は、十数年に一度来るか来ないかの「大きな流れがはじまっている」と、赤羽氏は述べる。わかりやすい例をあげる。

・登録者数1億人を超えた米SNS「Facebook」でカジュアルゲーム市場が確立し、人気ゲームではアイテム課金が月額数千円から1億円に達する。米ベンチャーのZyngaは、5500万人もの登録ユーザーを集め、米大手ベンチャーキャピタルから15億円以上の資金調達に成功した。



AppStoreは開始1カ月で6000万ダウンロードを記録した

・iPhone用アプリを販売するAppStoreは、開始1カ月で6000万ダウンロード、売り上げ31億円。成功したベンチャー企業ではすでに1カ月で1000万円以上の売り上げを出し始めている。

これ以外にも今後、マイクロソフトの「Xbox Live コミュニティゲーム」、グーグルの携帯「Android」アプリの「マーケットプレイス」など類似のスキームが登場してくる。さらに、ゲーム内広告や欧米でのアイテム課金モデルの定着など新しい市場が次々と生まれており、欧米で投資家の資金がなだれ込んでいる。

そうした状況を踏まえ、赤羽氏は「発想自体を変える必要がある」と聴衆に対して迫った。赤羽氏が述べた中小企業がとるべき戦略は極めて明快だ。オリジナルタイトルを開発する資金がないと嘆いている時間があれば、「とっとと、これらの新しいサービスに向けてタイトルを開発して参入実績を作れ」ということだ。

FacebookやAppStoreなどの新しいディストリビューションサービスの特徴の一つは、たとえ個人であれ全世界に対してビジネス展開できること。もう一つは、極端なまでの参入コストの低さだ。設備はパソコンで済み、あとは人件費だけだ。

赤羽氏は、日本の中小ゲーム会社は自分たちを過小評価していると述べる。Facebookなどで人気があり高収益を上げているゲームでさえ、技術的には日本のどの企業でも手が届く程度のレベルで、はっきり言うと質は高くない。すぐ参入すれば、「今のゲーム開発力で、本気で戦えば絶対に勝てるレベル」という。

**■残された時間はわずか**

赤羽氏は参入のステップも示した。まず中小企業が目指すべきは、世界市場のソフトウェアチャネルで早めに実績を作り、一定の収入源を確保することという。自社製品で月に数百万円の安定した売り上げを出すことが最初の目標になる。

この間にノウハウの蓄積を進めて、次の飛躍のチャンスを狙う。一定の実績を上げれば、資金の出し手も現れる。ここでユーザーの動向を見つづ競争力のある「オンラインエンターテインメント」を開発して展開していくのが適切と、赤羽氏は述べている。あえて「ゲーム」という呼び方をしないのは、これからはゲーム的な要素を持ちながら、今までのゲームという名の外側に位置するものが求められるという意味だ。

重要なのは、今すぐにも開発を始めてできるだけ早期に参入することである。赤羽氏は、「今この瞬間でさき惜しい。とにかく、すぐに動くべきだ」という。チャンスはすぐに閉じる。多くの企業が勝負できる残り時間を聞いたところ「あと半年」と答えがあった。「今からでも遅いぐらい」という。

しかし、これは一過性のブームではないともいう。最大の理由は、100ドルパソコンなどの登場によりこれまでコンピューターがなかった途上国・地域にまで市場が広がり、パイの拡大が当分続くからだ。この市場の上限がくるのは、全世界に完全にパソコンが行き渡った時だ。

**■常識を捨てる勇氣**

例えば仮にiPhoneで展開してうまくいかなくとも、ノウハウは今後の類似のハードやソフトの登場によって生かし続けることができる。

SNSは市場が違うから、インターネットサービスは運営が大変だから、英語圏が中心だからなど、積極的に参入を選ばない理由はいくらでも思いつける。今までの受託状態に慣れてしまっていて、新しい発想ができなくなっているからだ。それを捨てなければならぬ。


赤羽氏は、自らの苦しい状況を乗り越えて中小企業が成長するためには、「勇氣を持って事業ビジョン、経営・運営方針を根本から見直すことが必須」と強く語った。中小ゲーム会社だからその強みを生かせる市場が登場してきていることを経営者はずっと認識すべきだ。今、必要なのは「常識を捨てる勇氣」につける。

・ブレイクスルーパートナーズ  
<http://www.b-t-partners.com/>

[2008年9月12日]

**一筆者紹介**

**新 清士(しん きよし)**  
 ゲームジャーナリスト。立命館大学映像学部講師



**略歴**  
 1970年生まれ。慶應義塾大学商学部及び環境情報学部卒。ゲーム会社で営業、企画職を経験後、ゲーム産業を中心にリサーチするジャーナリストに。他に、ゲーム専門学校デジタルエンタテインメントアカデミー講師。ゲーム開発者を対象とした国際NPO、国際ゲーム開発者協会日本(IGDA日本)代表。コンピュータエンタテインメント協会(CESA)理事。ブロードバンド推進協議会(BBA)オンラインゲーム専門部会部会長。日本デジタルゲーム学会(DIGRA Japan)理事。著書に『侍』はこうして作られた』(新紀元社)  
 <関連リンク>

国際ゲーム開発者協会日本  
 E-mail:sakugetu@gmail.com