



中国ゲームショー(ChinaJoy)について

北陸銀行 国際部
上海駐在員事務所
陳 潔

1. はじめに

7月28日～31日、中国最大のゲーム見本市「中国ゲームショー(ChinaJoy)」が上海新国際博覧センターで開催されました。今回は、総展示面積12万㎡超(参考：東京ビッグサイト約11.5万㎡)のエリアに11ものホールが設置され、22の国や地域の国内外企業500社近くが出展しました。中国国内の主要ゲームメーカーも多く出展し、公式発表によると、4日間で延べ33.8万人が来場したそうです。

この中国ゲームショーについて、現地報道と実際に見学した感想を報告したいと思います。

2. 中国ゲームショーの発展経緯

(1) 創設当初から現在まで

中国ゲームショーの創設者の話によると、第1回中国ゲームショーは2004年1月に北京展覽館で開催されましたが、会場は1ホールしかなく、総観客数は6万人ほどでした。同年10月、上海市政府の支援を受けて、場所を上海国際博覧センターに移し、2ホールの規模で第2回が開催されました。

現在、中国ゲームショーには毎年30万人以上の入場者があり、中国のゲーマー規模も6億6,800万人に達し、ゲーム市場規模は2,700億元(約5.4兆円)にまで拡大しています。

(2) 大会の様子

ゲームメーカーのほか、飲食デリバリー業大手といった異業種からの出展もありました。ゲームメーカーなどは直接プレイヤーと対話し、新製品を宣伝していました。ステージショーやプレイヤー体験、関連グッズの配布等で各ブースには長蛇の列ができていました。

これらのゲームメーカーの展示のほか、「中国ゲーム革新大会」、「第1回ゲーム才能展」といった企画展示もあり、今回の目玉となっていました。主催者側は本大会を機に、ゲーム産業の革新と健全な発展の促進を通じ、国産ゲームの質の向上を図っていききたいという狙いがあったようです。



(3) 今後の動向

公式情報によると、外資系企業は100社ほどで、日本、米国、韓国、アラブ首長国連邦、ブラジル、ドイツ、ロシア、ベトナムなどから出展がありました。各ブースの約80%の企業が海外サービスを行っているそうです。ここ数年、業界では「海外に打って出なければ成長はない」時代になっています。

昨年のゲーム業界は低迷していましたが、業界全体の売上高は回復しつつあります。2023年上半期のデータによると、世界の消費者支出は675億ドルにも達し、世界のアプリのダウンロード数は768億回と、業界の力強い成長がうかがえます。

今後は、海外で中国産のデジタルエンターテインメントが受け入れられるかどうかも見どころとなりそうです。

3. おわりに

私は今回初めて中国ゲームショーを見学しましたが、あまりにも人気が高く、チケット購入にも一苦労でした。チケット購入から普通のイベントとは少し違い、インターネットでチケットを購入後、アクティベーション順（ライセンス認証順）で有効になるため、最後の2日になっていざアクティベーションしようと思うと、チケット完売のエラーが表示され、何度もトライしてようやく手に入れることが出来ました。

来場者の安全性や体験にも配慮し、今回の中国ゲームショーでは初めて年齢制限（14歳以上のみ入場可能）が追加されました。かつては業界への規制の動きも見られましたが、健全な産業として、また新たな成長産業としてどのように取り組んでいくのか興味が沸いてきました。アジアを代表する東京ゲームショーのような存在になり、海外でも中国ブランドが受け入れてもらえる産業に発展することを期待しています。

<ご注意> 文中意見は筆者の個人的見解であり、北陸銀行としての見解の反映ではありません。当レポートは作成時点の経済状況に基づき、情報提供のみを目的に作成したものです。記載内容については、ご利用者の判断と責任のもと、ご利用くださいますようお願いいたします。

ほくりく長城会

海外ビジネス情報

発行：北陸銀行 ほくりく長城会事務局
〒920-0024 金沢市西念1-1-3 コンフィデンス4F
(株)人材情報センター内
TEL: (076)254-6500 FAX: (076)254-6565
E-mail: info@chojo-hokugin.jp