

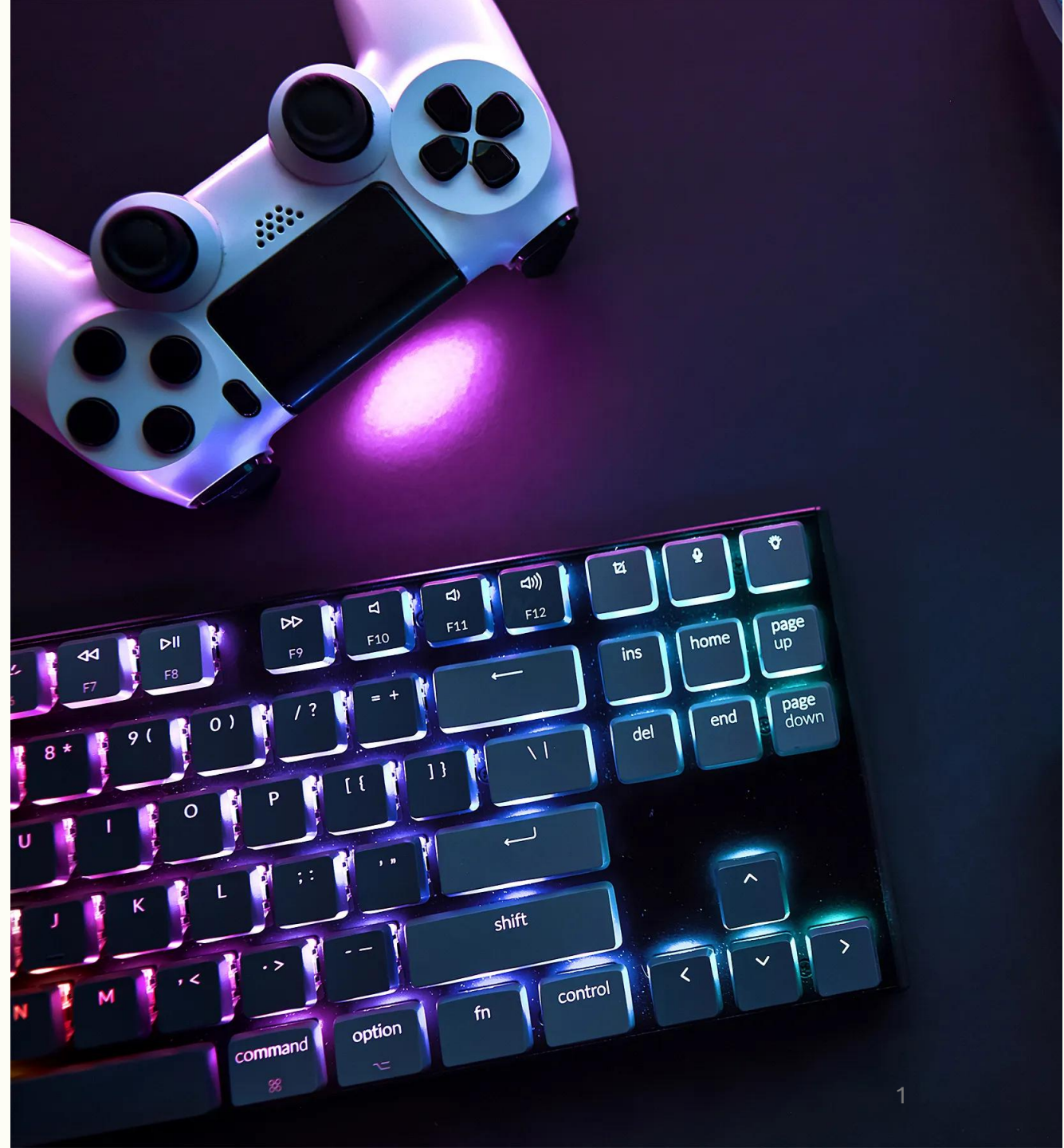


JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

MENAゲーム市場環境分析 アラブ首長国連邦編

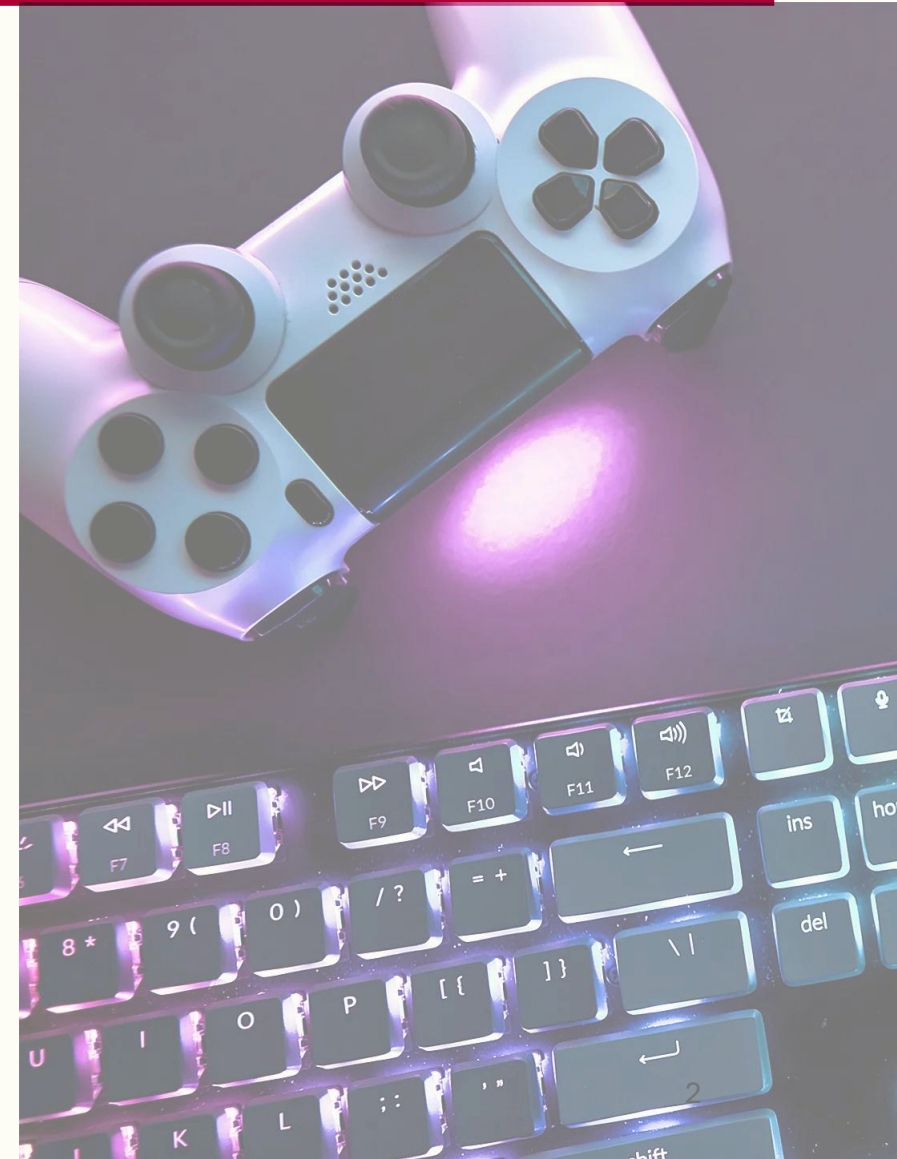
MENA域主要5カ国におけるゲーム産業統合調査

2025年3月
日本貿易振興機構（JETRO）
ドバイ事務所
デジタルマーケティング課



免責事項：

本資料は、参考資料として情報提供を目的に作成したものです。
ジェトロは資料作成にはできる限り正確に記載するよう努力しておりますが、その正確性を保証するものではありません。
本資料の正確性の確認と採否はお客様の責任と判断で行ってください。
ジェトロは、本資料に起因して発生した損害・不利益等について、一切責任を負いません。
本資料を無断で引用・転載することは禁じています。



アジェンダ

1

はじめに

2

エグゼクティブサマリー

3

MENA域主要5カ国のマーケットプロフィール

3

Appendix



アジェンダ

1

序文

2

エグゼクティブサマリー

3

MENA主要5カ国のマーケットプロフィール

サウジアラビア

アラブ首長国連邦

マーケットプロフィール

戦略のポイント

トルコ

エジプト

ヨルダン

4

Appendix



UAEはサウジアラビアと比べて顧客基盤が小さいものの、同様に強力な経済環境と成熟したゲーム市場エコシステムを持つことから2位にランク付け

UAEはWeb3技術の採用において最も先進的な国であり、この分野で特化したゲーム企業が存在するとともに、世界的に認知されたプレイヤーからの支援を受ける。



高いプレイヤー支出と成長の安定性により、UAEはMENA地域において魅力的なゲーム市場。

- **ゲーマーの高いARPU（ユーザーあたり平均収益）：** UAEのゲーム市場は地域内で最高水準のARPUが特徴。プレミアムなゲーム体験を重視する裕福でテクノロジーに精通した人口の購買力が高い。
- **一貫した市場の成長：** モバイルセクターとコンソールセクターの両方に寄与する高速インターネットや最先端のテクノロジーなどの高度なデジタルインフラによって、市場成長の安定性が促進される。
- **モバイルゲームの優位性：** スマートフォンの高い普及率とモバイル決済システムの広範な採用により、モバイルゲームが主要なプラットフォームとなり、プレイヤーは多種多様なゲームに簡単にアクセス可能。



高度なインフラと国際的なプレイヤーとのグローバルなつながりによって支えられる成熟したゲームエコシステム。

- **ゲームハブ：** UAEはドバイとアブダビに最先端のゲームハブを持ち、施設、共同作業スペース、国際的なイベント向けに設計されたeSportsアリーナを備える。
- **強力な官民連携：** 主要なゲーム企業やテクノロジープロバイダーとの協力を通じた官民パートナーシップが、イノベーションを促進する環境を創出。
- **安定した投資環境：** 国の安定した政治体制および経済環境によりゲーム業界への安定した投資が保証され、長期的なパートナーシップを提携しやすい環境。



市場参入戦略には、多様な消費者の嗜好、激しい競争、そして現地の規制への対応が必要。

- **エミラティゼーション政策の対応：** UAEのビジネス環境において、企業はエミラティゼーションの要件を考慮する必要がある。ただし、フリーゾーンは免除されるなど柔軟性も保障される。
- **プレミアムと手頃さのバランス：** UAE市場は裕福である一方で、特定のセグメントでは価格感度が高い。ゲーム企業は幅広い層を取り込むため、高級なオプションと手頃なオプションを組み合わせた提供が求められる。
- **飽和した市場での差別化：** 日本企業は革新的な製品、強力なブランド力、そして地域に合わせた独自性を提供し、市場の中で差別化をすることが求められる。

市場構造は6つの主要セグメントに分類されており、それぞれ独自の特徴を有する。



市場環境とトレンド



ユーザーインサイト



市場構造と競合環境



ローカライゼーション
とタレント



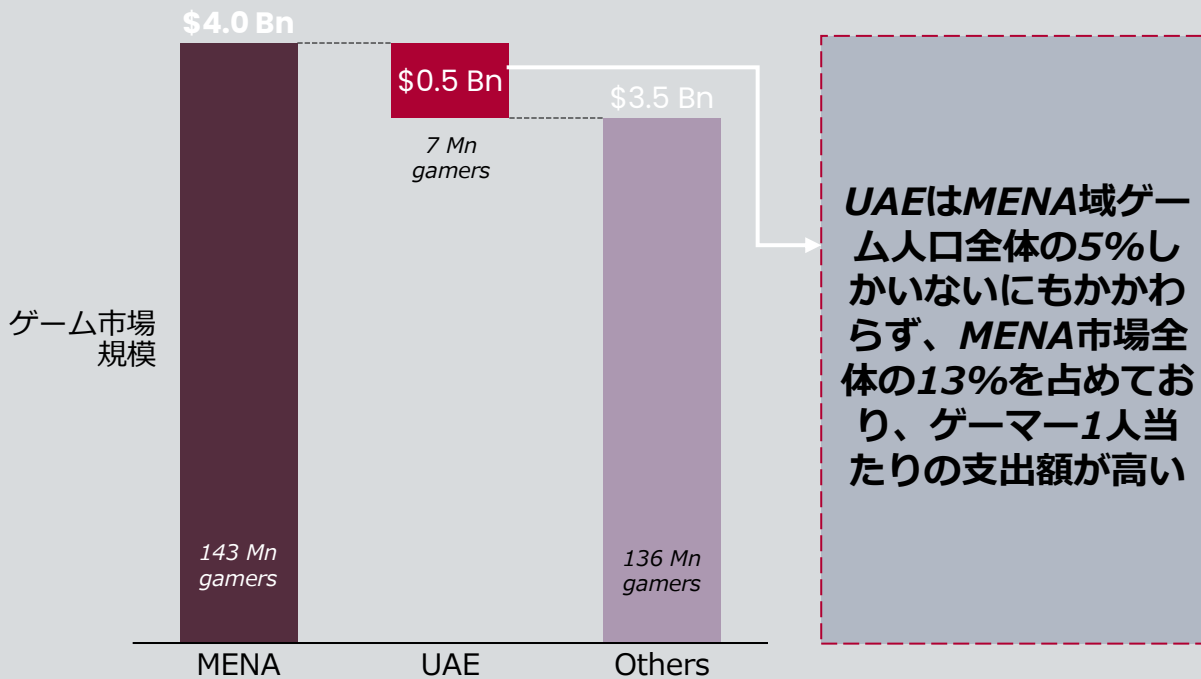
規制環境



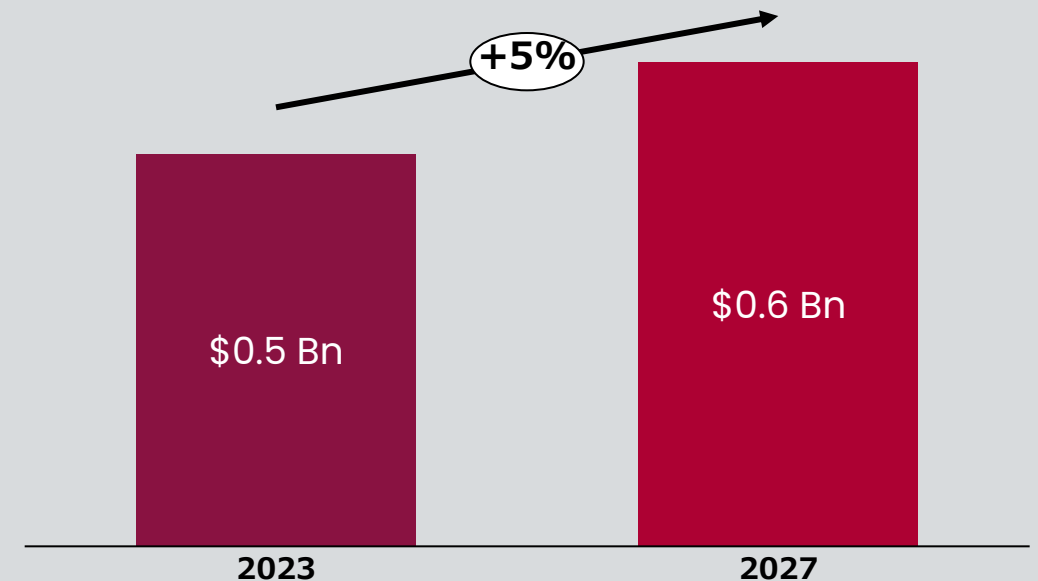
パートナーシップ
とコラボレーション

UAEのゲーム市場は5億ドル規模で、MENAで2番目。2027年までに約5%のCAGRで成長し6億ドルになると予想

UAEのゲーム産業規模は5億ドルで、MENAで2番目に大きい



UAEゲーム市場は2027年までに6億ドルに成長すると予想。成長率はMENA平均よりも若干低い



市場参入ポイント

UAEは1人あたりのゲーマー支出額の高さに加え、今後数年間の成長率の高さや、各酋長国ごとのユニークな国家的ゲームイニシアチブ（主にドバイとアブダビ）によって、ゲーム業界にとって非常に魅力的な市場である。

UAEゲーム産業は、ドバイ政府とアブダビ政府の積極的な支援策と先進技術により推進される

政府の取り組みと投資

ドバイとアブダビ政府はゲーム産業をサポートする大規模な取り組みを推進。ドバイのGaming2033プログラムでは、2033年までにドバイを世界のゲームハブBest10に位置づけることを目指す。



eスポーツへの関心と投資の高まり

eスポーツ活動と投資の中心ハブとなることを目指した取り組みの一つとして、ドバイ・メディア・オフィスとTECOMグループによる中東初のeスポーツ・スタジアムの建設を計画。

ブロックチェーンゲームの台頭

「世界的なブロックチェーンハブになる」というUAEのビジョンに基づき、P2Eゲーム、NFT、分散型プラットフォームなどUAEのゲームエコシステムを再構築中。



主要な成長要因



ゲームにおける官民パートナーシップ

公共部門（例：ドバイ メディア オフィス）は民間部門のブランドと協力して、UAEをゲームとeスポーツの世界的なハブとして確立することを目指す。

教育とスキル開発におけるゲーミフィケーション

ゲーミフィケーションは、UAE全土で教育やスキル構築の取り組みに続々と採用されている。若者、企業、公務員向けのゲーミフィケーション学習が組み込まれている。



AR/VRゲームの台頭

ゲームにおけるAR/VRソリューションに対する需要の高まりに応えるため、近年UAE全土で複数のVRハブを立ち上げ。

ドバイ政府は2023年にドバイを世界有数のゲーム都市にするための、25の取組みを含むGaming2033プログラムを発表

Dubai Programme for Gaming 2033

目標: 2033 年までに収益で世界有数のゲーム都市を目指す。3万人の雇用創出、GDP10億ドル貢献、の目標を掲げる。

スキル人材



- 成長を続けるゲームエコシステムを支えることができる高度なスキル人材の育成に焦点を当てる。この取り組みは、ローカル人材の才能を育成し、ゲーム関連分野のさまざまな専門知識を確保することが目的である。
- イニシアチブには次のものが含まれる。
 - ドバイゲーミングビザ
 - ドバイデジタルアカデミー
 - ゲーミングタレントインキュベーター

コンテンツ



- モバイルゲームから本格的な仮想世界に至るまで、地域の開発者がオリジナルのゲームコンテンツを作成できるようにすることに重点を置く。文化的に適切で革新的なゲームコンテンツの作成をサポートすることが目的。
- イニシアチブには次のものが含まれる。
 - ドバイ ゲーム デベロッパー ハブ
 - ゲームフェスティバルとコンテスト
 - グローバルパブリッシャーパートナーシップ

テクノロジー



- ゲーム業界における最先端テクノロジーの統合と開発に焦点を当てる。AR、VR、クラウドゲーミング、ブロックチェーン技術を採用することでドバイを業界の最前線に押し上げることを目指す。
- イニシアチブには次のものが含まれる。
 - ドバイ VR/AR ラボ
 - クラウド ゲーム インフラストラクチャ
 - ゲームにおけるブロックチェーンとNFT



市場参入ポイント

Dubai Programme for Gaming2033は日本の市場参入者にとって、高度なスキル人材と最先端のインフラの確保、急速に成長する市場での強力なプレゼンス発揮の機会となる。

2021年から政府主導で進められているAbu Dhabi Gamingは、エコシステムを強化することでゲーム開発者、プレイヤー、ビジネスをサポート

Abu Dhabi Gaming

スキル人材の育成



- ゲーム開発やeスポーツにおけるローカル人材を育成するためのトレーニングコース、ワークショップ、雇用の機会を提供。この取り組みにより、意欲的なプロフェッショナルをサポートするゲームハブが設立された。
- 取り組み:
 - クリエイティブメディアアカデミー
 - AD Gaming のゲーミングハブ

ゲームの成長



- ゲームを作成および公開するためのリソースとインフラを提供することで、国内および海外のゲーム開発者をサポート。コラボレーションやパートナーシップの促進も視野に入れる。
- 取り組み:
 - タマテムゲームズパートナーシップ
 - MENAゲームファンド

eスポーツ



- アブダビをMENA地域における競技ゲームにおける重要都市として位置づけることを目指し、eスポーツイベントを企画および主催。100 社以上のゲーム会社に参加。
- 取り組み:
 - アブダビEスポーツフェスティバル
 - eスポーツアリーナの開発
 - ローカルリーグと大会



市場参入ポイント

ドバイとアブダビではそれぞれ独自のプログラムを持ち、特にAbu Dhabi Gamingは、戦略的イニシアチブを通じてパートナーシップを構築する取り組みを実施。

政府の多大な投資により、UAEはWeb3ゲーム分野において世界を牽引する存在になっている

Main Developments



AD Web3 Gaming Hub

Web3ゲームハブは、アブダビでのブロックチェーンゲームを促進するための資金とリソースで開発者をサポート。

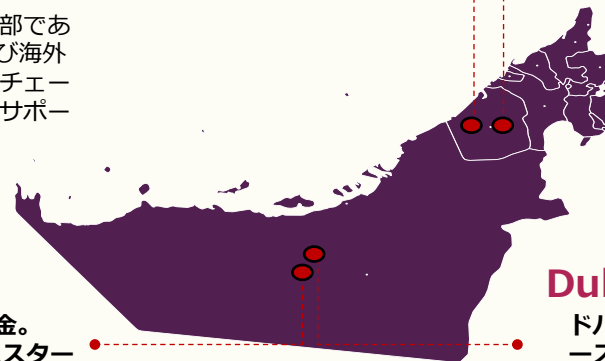
アブダビゲーミングイニシアチブの一部であるWeb3ゲーミングハブは、現地および海外の開発者に資金提供、指導、ブロックチェーンテクノロジーへのアクセスを通じたサポートを提供。



Beam Ventures Fund

アブダビにある1億5,000万ドルの基金。MENA地域の初期段階のWeb3ゲームスタートアップへの投資を目的。

Beam Venturesは、NFT、ブロックチェーンゲーム、メタバースに関連するプロジェクトに重点を置き、MENA地域のWeb3ゲームスタートアップに資金的支援とリソースを提供。



Global Web3 Partnerships

UAEは、戦略的投資を行っているAnimoca Brandsを含む世界的なWeb3ゲーム会社を誘致。

Animoca Brandsは、UAEを拠点とするブロックチェーンゲームのスタートアップ企業であるParam Labsに投資。またUAEを拠点とするWeb3ゲームのスタートアップ企業であるFarcanaにも投資し、エコシステムの開発を推進。



Dubai Metaverse Strategy

ドバイのメタバース戦略は、ドバイをメタバースとWeb3ゲームの世界的なハブとして位置づけることが目的。

ドバイの戦略はメタバースとWeb3テクノロジーの成長を促進し、仮想経済を創造し、ブロックチェーンゲームをサポートする。この取り組みは、4万件の仮想雇用を創出し、1,000社以上の企業の誘致を目指す。



市場参入ポイント

日本市場のプレーヤーは多額の現地投資、資金調達と開発ハブへのアクセス、成長するデジタルゲーム環境における戦略的コラボレーションの機会を得ることができ、成熟したWeb3ゲームエコシステムの活用が可能。

インフラやイベントへの投資により、UAEのeスポーツ市場の規模は現在2,640万ドルと大幅な成長を遂げている

Esports Infrastructure



Ferrari World Esports Arena

フェラーリワールドアブダビのフェラーリをテーマにしたEスポーツアリーナは、高度なシミュレーターとライブエンターテインメントを備え、2024年9月にオープン。

Dubai Arena

専用のeスポーツ セクションを備えた多目的会場で、FIFAやリーグオブレジェンドの大会などの主要なトーナメントやイベントに使用。

Dubai Esports Hub

The GameBoxやYalla Esportsなどのゲームセンターは、競技ゲーマーが練習したり大会に参加したりするためのホットスポットとして機能。

Tournaments and Events



Dubai Esports Festival

この地域最大のeスポーツフェスティバルの1つで、Fortnite、Dota 2、League of Legendsなどの人気ゲームに関するゲームトーナメントを開催。

UAE Esports Championship

地元の才能がさまざまなゲームタイトルで競い合い、国際イベントへの出場資格を得るために開催される毎年恒例のトーナメント。

Local Esports Teams



NASR Esports

UAEと中東で最も有名で成功を収めているeスポーツ組織の1つ。



Yalla Esports

UAEに拠点を置くeスポーツ組織で、PUBG Mobileと Valorantシーンでよく知られる。



Fate Esports

UAEの新興eスポーツ組織で、モバイルおよびPCゲームの競技性に重点を置いていることで知られる。



市場参入ポイント

UAEの強力なeスポーツインフラ、主要イベント、そしてローカルチームは、急成長するMENA地域のeスポーツにおけるコラボレーションや市場拡大に貢献している。

市場構造は6つの主要セグメントに分類されており、それぞれ独自の特徴を有する。



市場環境とトレンド



ユーザーインサイト



市場競争と競合環境



ローカライゼーション
とタレント



規制環境



パートナーシップ
とコラボレーション

UAEのゲーミング人口は若年層の男性割合が高いという特徴があり、人口構成の特性上、大半を外国人が占める

対象者

UAE人口の約73%がゲームをプレイしており、約700万人のアクティブゲーマーに相当。

性別

男性

71%



29%

女性

人口



60%

のゲーマーは30歳以下

地理的要因



70%

のゲーマーはアブダビorドバイに在住

投資行動



56%

のゲーマーが積極的にゲームに投資

心理統計



45%

のゲーマーが、娯楽目的でプレイ

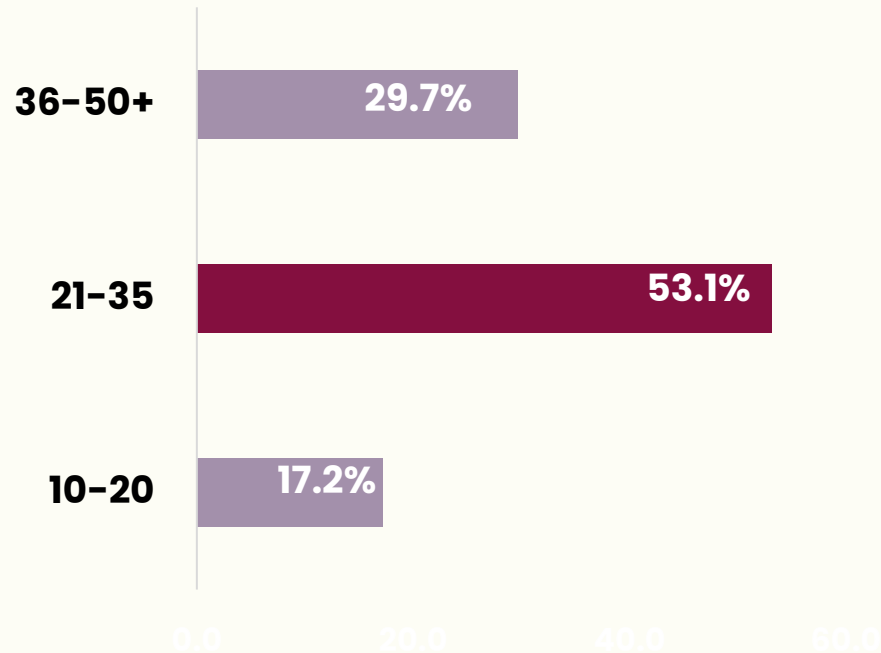


市場参入ポイント

市場参入にあたり、30代の若年層男性を主要ターゲットとして優先的に検討すべき。彼らはカジュアルゲームに関心を持ちつつも世界の平均的なカジュアルゲーマーよりも可処分所得が高く、積極的に課金する傾向。

21～35歳代がゲーム人口の大半を占め、ゲーム支出は平均よりも高い

UAEゲーマーの年齢別内訳



インサイトと影響



若者がゲーム市場を支配:

- UAEのゲーマー最大セグメント (53.1%) は 21～35歳のグループに属し、ミレニアル世代やZ世代でのゲームに対する強い嗜好が確認できる。



年配ゲーマーからの大きな関与:

- 若い世代のみならず36～50歳の年齢層がゲーム視聴者の30%近くを占めており、この層へのアプローチによってさらに市場のリーチ拡大が可能。



10代のゲーマーは小規模ながら影響力のあるセグメントを形成:

- 10～20歳の年齢層は17.2%と最も小さいものの、将来の熱心なゲーマー市場となる可能性があり長期的なエンゲージメント戦略にとって重要。

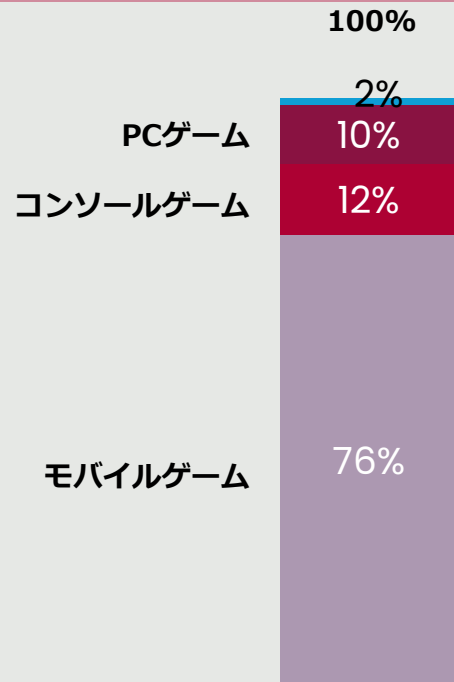


市場参入ポイント

UAEのゲーム市場に効果的に参入するためには、21～35歳の年齢層をターゲットに、文化的に関連性があり魅力的なコンテンツを導入検討する必要がある。同時に、拡大する36～50歳の層にアピールするための戦略を立てることも重要。

MENA地域その他市場と同様にモバイルゲームの割合が高いが、AR/VR人気についてはUAEがわずかに他国を上回る程度で、市場シェアは2%

デバイスタイプ別の市場内訳 (100点中 %)



モバイルゲーム

- モバイルゲームはアクセシビリティと手頃な価格によりUAE市場を席巻しており、PUBG MobileやClash of Clansなどのゲームが特に人気。
- スマートフォンの高い普及率 (90%以上) と無料プレイモデルの普及により、スマートフォンによるモバイルゲームのプレイが促進されている。



PCゲーム

- コンソールゲームは、特にFIFAなどのスポーツゲームやCall of Dutyなどのアクション/アドベンチャータイトルで、より本格的なゲーマーを魅了。
- 人気のコンソールにはPlayStationやXboxがあり、国内外のゲームコミュニティやイベントによって推進される。



コンソールゲーム

- PCゲームは、Counter-StrikeやDota 2などのシューティングゲームや戦略ゲームを好むゲーマーにとっては依然人気である。
- UAEにおける高性能ゲーミングラップトップとeスポーツの成長が、このセグメントの魅力に貢献。



AR / VRゲーム

- ARおよびVRゲームは新たなトレンドであり、OculusやローカルVRハブなどのテクノロジーの採用増加により市場は成長する見込み。
- 没入型VRエスケーブルームやAR強化モバイルゲームなどの体験が徐々に多くのユーザーを惹きつけている。

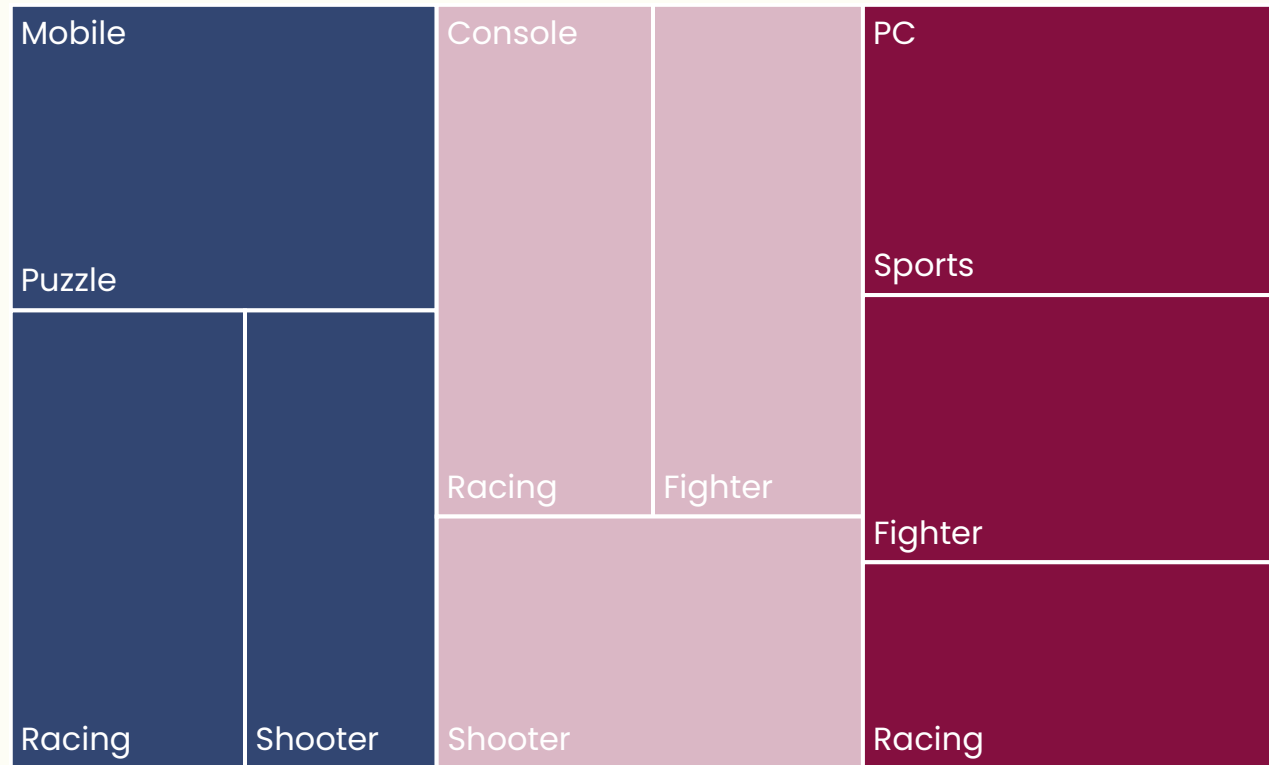


市場参入ポイント

UAEは成熟したモバイルゲームのエコシステムが整っており、日本のゲーム企業にとって魅力的なマーケット。この環境は、モバイルゲーム分野での競争力を活かす日本企業に多くのビジネスチャンスが存在。

人気ジャンルは、モバイルゲームのパズル、コンソールゲームのレーシング、PCゲームのスポーツなど。クロスデバイスで最人気はレーシング

デバイス別のトップゲームジャンル



インサイトと影響

- モバイルゲームがUAE市場の76%を独占しているため、新規参入企業は、特にUAEゲーマーの間で人気の高いパズル、レース、シューティングなどのジャンルのモバイルゲーム開発を優先することが推奨される。
- UAEのコンソールゲーム市場は、サッカーや競技ゲームなどの地元の関心を反映して、スポーツ (FIFA など) やアクション/アドベンチャーゲーム(コール オブ デューティなど)を強く好む。新規参入者はスポーツ指向のタイトルの発売を検討する余地がある。
- UAEのゲーマーは、eスポーツやドバイeスポーツフェスティバルなどのゲームイベントに刺激されて、PC上のシューティング、格闘、レースのジャンルへの関心が高まっている。



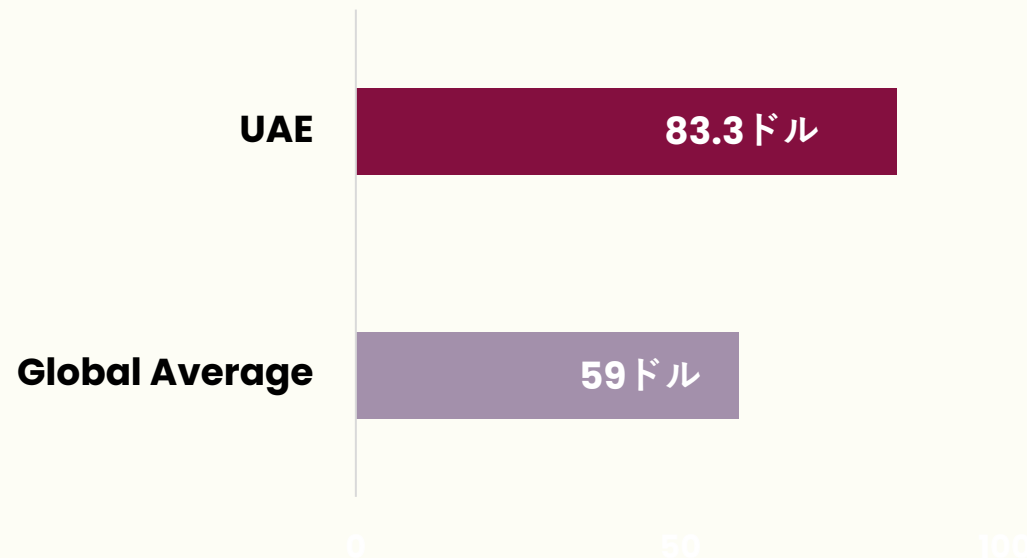
市場参入ポイント

購買力の高いUAEゲーム市場に参入するために、ローカライズされたモバイルゲームコンテンツを優先的に検討することが望ましい。またeスポーツや文化的に関連するジャンルなど、クロスプラットフォームによる機会創出することが重要。

UAEのゲーマーは、よりハイクオリティなプレイ体験を得るためのアプリ内課金に比較的積極的

ユーザーあたりの平均収益ARPU（2024年）

可処分所得の高水準により、UAEではユーザー1人あたりの平均収益が世界よりもはるかに高い。



インサイトと影響

- 2024年のUAEのユーザーあたりの平均収益 (ARPU) は83.3ドルと予測。UAEの可処分所得水準の高さとゲームへの支出意欲により、世界平均の59ドルを大幅に上回る。
- 高いARPUは、UAEのゲーマーが世界のゲーマーと比べてプレミアムアイテム、アップグレード、装飾機能に支出する可能性が高く、ゲーム内購入の収益性が高い。
- ARPUの高さは、UAEに裕福なゲーマーが集中していることを反映しており、この地域が高級ゲームサービスやサブスクリプションベースのゲームサービスの成長市場であることがわかる。MENA地域の消費能力と品質への嗜好を活用できる可能性が高い。



市場参入ポイント

世界平均と比較してUAEゲーム市場のARPUが大幅に高いため、ゲーム開発者はゲーム内の収益化戦略、プレミアムコンテンツの提供、カスタマイズされたエクスペリエンスなどを戦略的に盛り込むことが重要。

市場構造は6つの主要セグメントに分類されており、それぞれ独自の特徴を有する。



市場環境とトレンド



ユーザーインサイト



市場構造と競合環境



ローカライゼーション
とタレント



規制環境



パートナーシップ
とコラボレーション

UAEのゲームバリューチェーン：主要カテゴリー別まとめ

ゲームバリューチェーン



製造業者

- ・ コンソールメーカーなどのハードウェア製造ブランド

ディベロッパー

- ・ ゲームディベロッパー
- ・ ソフトウェアの製造ブランド (Unreal Engineなど)

パブリッシャー

- ・ 異なるソフトウェアプロバイダーが提供するゲームを、1つのプラットフォームにまとめるアグリゲーター
- ・ マーケティング会社

ディストリビューター

- ・ オンライン・店舗ショップなどの小売
- ・ゲーミングプラットフォームマー

コンソールハードウェアメーカー市場は、世界的な大手ハードウェアプレーヤー3社で市場を独占

製造業者

市場成熟度

市場集中度

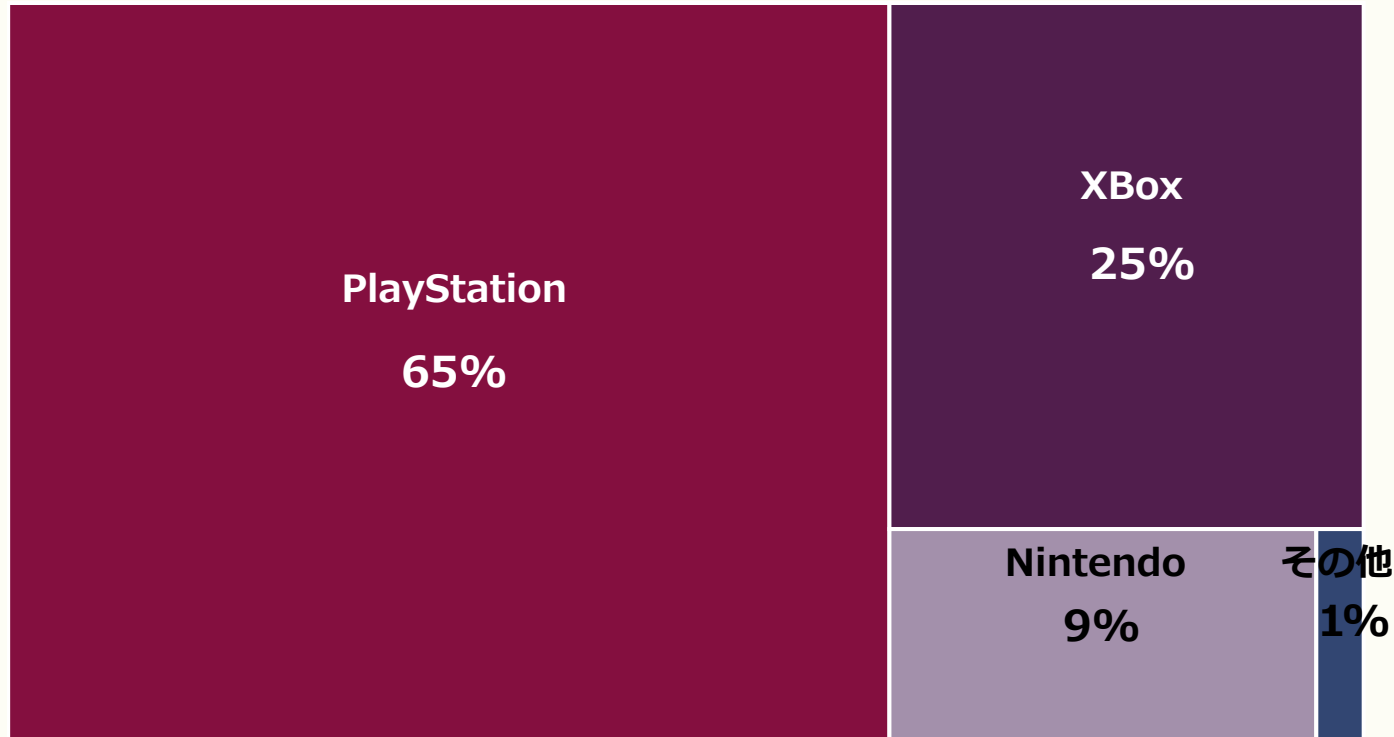
参入障壁

初期段階

極めて高い

高い

Gaming Consoles Market Share 2024



- PlayStationは、独占タイトル、ブランドロイヤルティ、FIFAやアクションゲームなどの人気ジャンルとの連携などにより、UAEコンソール市場の65%を独占。その影響により、UAEゲーマーをターゲットとするゲームディベロッパーにとって、PlayStationは主要なプラットフォームと考えられる。
- その他がシェアする市場はわずか1%であり、コンソールハードウェア市場はソニー、マイクロソフト、任天堂に集中。参入障壁が高いことから、新規参入はハードウェアよりもソフトウェア開発、プラットフォーム連携、ローカライズされたコンテンツなどが現実的だと想定される。



市場参入ポイント

UAEのゲーム市場にうまく新規参入するには、PlayStationやXboxなどの主要なプラットフォーム向けにローカライズされたコンテンツの開発に注力し、ハードウェア競争の課題を回避するのが得策。

既存ハードウェアメーカー3社が市場に深くコミットしており、参入障壁は非常に高い

製造業者

市場成熟度

市場集中度

参入障壁

初期段階

極めて高い

高い



ハイマーケット 集中

UAEのゲーム機市場はソニー（65%）、マイクロソフト（25%）、任天堂（9%）が独占、新規参入は非常に厳しい。

強力なブランドロイヤルティと広範なエコシステムにより、ブランド力が確立される。



多額の設備投資

ゲームコンソールの開発には、膨大な先行研究開発費、高度な製造能力、強固なサプライチェーンが必要。

既存のプレーヤーと競争するためには、競争力のある価格を提供し、利益率を維持するための規模の経済が必要。



確立された流通ネットワーク

既存のプレーヤーは、UAEの流通業者、小売業者、デジタルプラットフォームと長年にわたるパートナーシップを構築。

新規参入者は、同様のネットワークを構築し、新しいブランドの陳列スペースが限られている市場で知名度を得るという課題に直面する。



消費者の信頼と認識

UAEのゲーマーは、品質、パフォーマンス、限定コンテンツで知られる信頼できるブランドを優先するため、新規参入者が信頼を得るのは困難。

ブランド認知やゲームエコシステムが発展途上であるため、導入が妨げられる可能性がある。



市場参入ポイント

ゲーム機市場への高い参入障壁により、イノベーションによる差別化、既存のプラットフォームとのパートナーシップ、ハードウェアよりもコンテンツやサービスへの注力の必要性を考慮に入れる必要がある。

UAEには52社のゲームディベロッパーがあり、市場への新規参入者数は2021年にピークに到達

ディベロッパー

市場成熟度

成長段階

市場集中度

中程度に細分化

参入障壁

中程度

概要

会社数

52

会社規模の平均

5-10*

創設からの平均期間

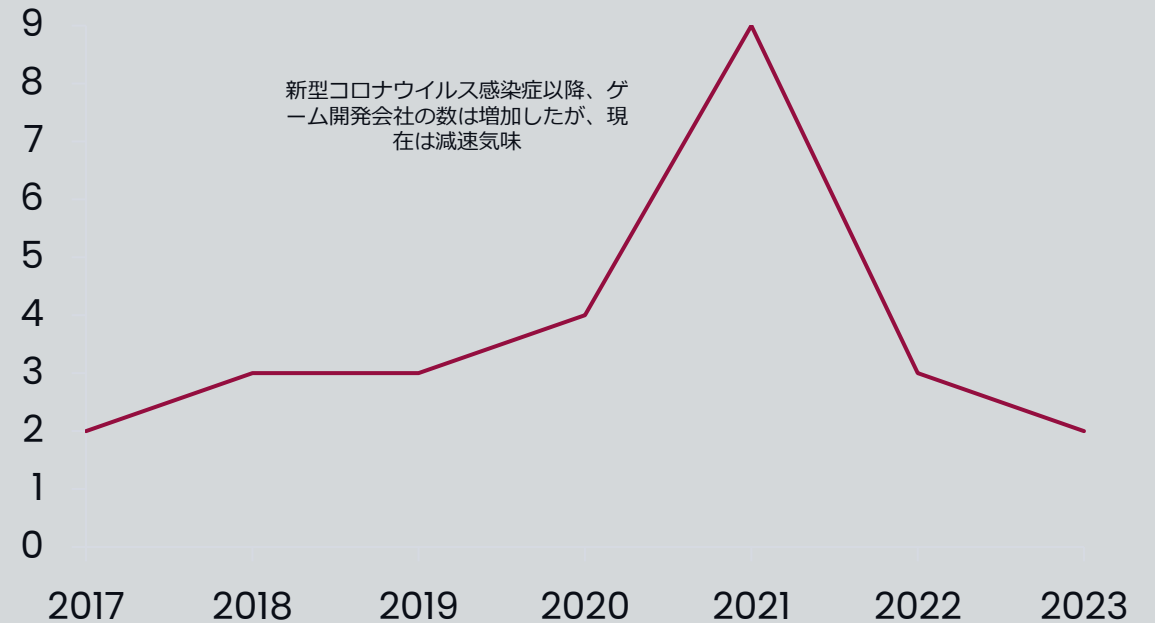
3年

調達した総資金
(2016年の公開データより)

2,050万ドル

UAEへの新規参入者は以前成長傾向

新規ゲーム開発会社数



ディベロッパー市場は適度に分散しており、市場を支配している大手企業はおらず、小中規模の新興スタジオにも参入余地が残されている

ディベロッパー

市場成熟度

市場集中度

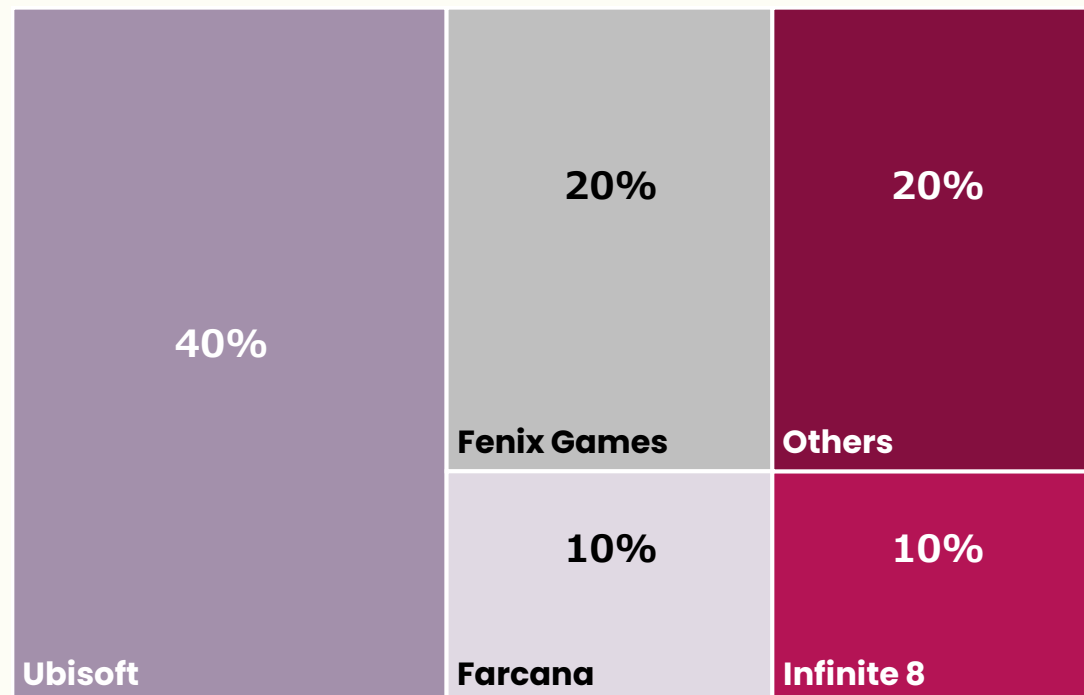
参入障壁

成長段階

中程度に細分化

中程度

UAEのディベロッパー市場規模



- ユービーアイソフトアブダビの大きな市場シェアは、ローカルとグローバルの両方のユーザーに対応するローカル運営により、UAEゲーム業界を牽引するグローバルスタジオとして地位を確立。



- Web3 およびブロックチェーンベースのゲームへの注目が高まりにより、多額の資金を調達しているFenix Gamesのような企業も存在し、このニッチ分野におけるイノベーションの機会を示唆。



- 小規模スタジオが全体としては20%超のシェアを占めており、特にモバイル、ゲーム技術、eスポーツなどの分野で、ニッチな開発者がシェアを拡大する可能性が残っている。



市場参入ポイント

UAEのゲーム市場で成功するには、新規参入者はイノベーション、ローカライズされた高品質のコンテンツ、ディストリビューターやプラットフォームとのパートナーシップに注力すると同時に、ブロックチェーンやeスポーツなどのニッチ市場を活用して差別化を図る必要がある。

UAEのゲームスタジオは、ローカル＆グローバルのゲーマーを意識。Web3テクノロジーに焦点を当てたゲームの開発も実施

ディベロッパー

市場成熟度

成熟

市場集中度

中程度に細分化

参入障壁

中程度

会社概要

ゲームポートフォリオ

ターゲット



Ubisoft Abu Dhabi

- 2011年に設立されたUbisoft Abu Dhabiは、世界的なゲーム会社UbisoftのUAE支社。無料でプレイできるモバイルゲームとライブサービスゲームの管理を専門とし、Ubisoftの世界的な事業に貢献。

- 主力タイトルには、グローバルコミュニティで非常に人気のあるサンドボックスMMOであるGrowtopiaや、ストーリーテリングと問題解決を組み合わせた魅力的なパズルゲームであるCSI: Hidden Crimesを含む。

- 主に無料プレイのモバイルゲームを通じて世界中のユーザーをターゲットにしながら、プレイヤーのエンゲージメントを維持し、コンテンツの継続的な更新を提供するためのライブゲーム運営に重点を置く。



Fenix Games

- ドバイに本社を置き、ブロックチェーンベースのゲームに重点を置いてゲーム産業に革命を起こしている。1億5,000万ドルの資金を武器に、同社は従来のゲームとWeb3ゲームの間のギャップを埋めることを目指す。

- ポートフォリオを構築しながら、ブロックチェーン技術を統合し、透明性とプレイヤーの所有権を重視した革新的なWeb3ゲームに積極的に投資し、公開している。

- UAEおよび世界中のテクノロジーに精通したユーザーをターゲットとしており、ブロックチェーンの統合、Play-to-Earnの仕組み、若いゲーマーや仮想通貨愛好家の共感を呼ぶ分散型ゲームエコシステムの構築に重点を置く。



Farcana

- ドバイに拠点を置き、没入型のWeb3エクスペリエンスで競技ゲームの限界を押し広げている。このスタジオは、未来的なゲーム環境とブロックチェーン技術の革新的な使用で際立っている。

- 主力タイトルであるFarcanaは、火星を舞台としたブロックチェーンベースの対戦型シューティングゲームである。激しいゲームプレイと独自のWeb3エコノミーを組み合わせ、プレイヤーは一か八かのアクション体験が可能。

- 次世代のゲーマーをターゲットと設定。UAE内外の競争力のあるプレイヤー、特に未来的で没入型のテクノロジー主導のゲーム体験に興味のあるプレイヤーにとって同社の活動は魅力的と考えられる。



市場参入ポイント

UAEゲーム市場への参入を成功させるには、Ubisoftのような確立されたプレイヤーとのパートナーシップをうまく活用し、革新的で没入型のブロックチェーン統合ゲーム体験の開発に注力することで存在感を際立たせることが可能。

開発セグメントへの参入障壁は比較的低く、市場参入戦略を綿密に構築することで参入が成功する可能性は高い

ディベロッパー

市場成熟度

成長段階

市場集中度

中程度に細分化

参入障壁

中程度



限られた才能プール

- UAEのゲーム業界は比較的歴史が浅く、ゲームのデザイン、開発、プログラミングにおける経験豊富な現地人材が不足気味。
- 外国人人材は多くの役割を担うが、海外からの雇用によりコストと業務の複雑さは増大。



高い開発コスト

- UAEは生活費と運営費が高いため、他の地域に比べてゲーム開発スタジオの設立と維持に費用がかさむ傾向。



市場の集中と競争

- UAEのゲーム市場は、Ubisoft Abu Dhabiのような確立されたプレーヤーと、Fenix Gamesのような革新的なブロックチェーンに焦点を当てたスタジオが中心。
- これらの既存企業は強力なブランド認知、パートナーシップ、多額の資金提供から恩恵を受けており、新規参入者が大きな市場シェアを獲得するには緻密な計画が求められる。



市場参入ポイント

UAE のゲーム開発市場で成功するには、新規参入者が十分な資金を確保し、人材育成に投資し、十分なサービスを受けられていないニッチ市場をターゲットにして既存の競合他社との差別化を図ることで、参入障壁を克服することが可能。

UAEには、8つのゲームパブリッシャーとディストリビューターがあり、その数は過去5年間で着実に増加

パブリッシャー&ディストリビューター

市場成熟度

成長段階

市場集中度

中程度に細分化

参入障壁

中程度

概要

会社数

8

会社規模の平均

15-20

創設からの平均期間

10年

調達した総資金
(2016年の公開データより)

16,900万ドル

市場への新規参入者の成長傾向

新作ゲーム出版・販売会社数

5

4

3

2

1

0

2018

2019

2020

2021

2022

過去数年間、ゲーム出版社の数は少ないながらも着実に増加

2023年、EtisalatはクラウドゲームプラットフォームであるArenaを立ち上げ



市場構造は6つの主要セグメントに分類されており、それぞれ独自の特徴を有する。



市場環境とトレンド



ユーザーインサイト



市場構造と競合環境



ローカライゼーション
とタレント



規制環境

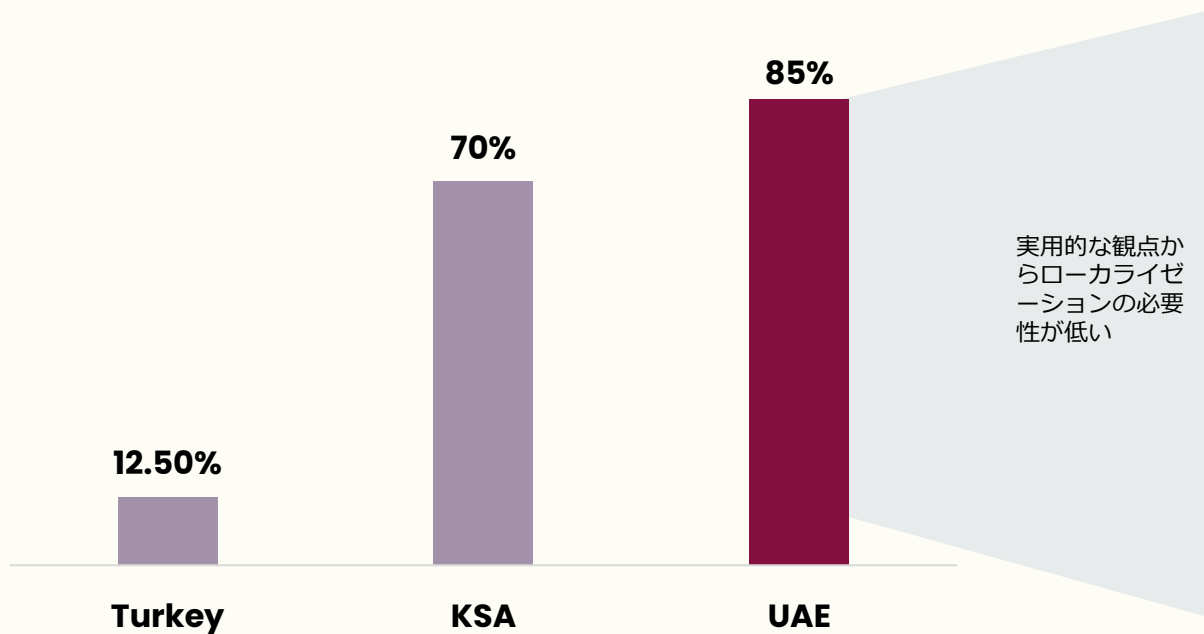


パートナーシップ
とコラボレーション

UAE人口の88%が外国人で英語が流暢であるため、他の対象国に比べて UAEではローカライゼーションの必要性は低い

基礎英語力レベル(%)

UAEの基礎英語力レベルはMENA域内で最も高い85%



インサイト

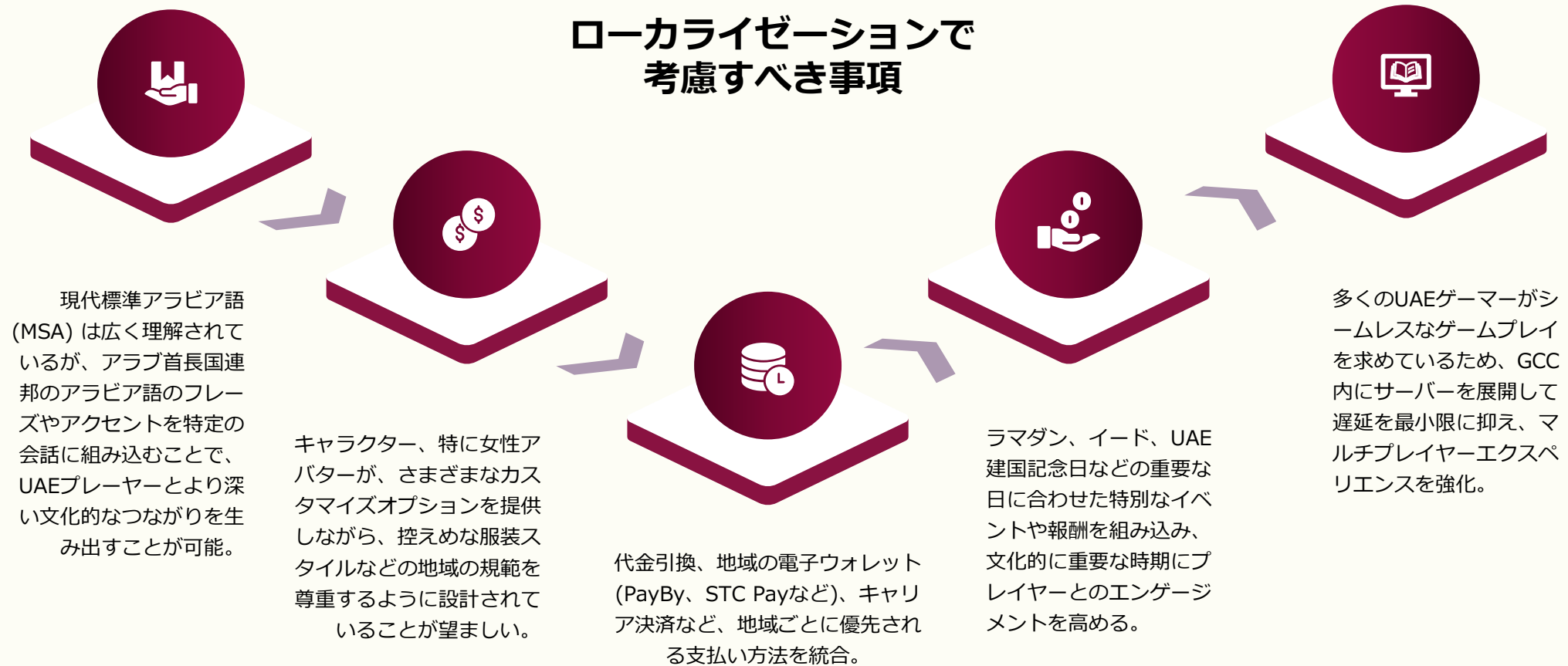
- 人口の85%が基本的な英語能力を持っているため、UAEでは英語がほとんどのゲームの第一言語として機能。他のMENA諸国に比べて参入時の完全なアラビア語ローカライズがあまり重要ではない。
- UAEをターゲットとするパブリッシャーは、高品質の英語コンテンツを優先しつつ、特定のセグメントに対して部分的またはオプションのアラビア語ローカライズを検討することで、コスト効率と外国人が中心のユーザーとのバランスを保つことが可能。



市場参入ポイント

UAEの高い英語能力と外国人が大半を占める人口を考慮すると、ゲームパブリッシャーは現地市場向けに英語コンテンツを優先し、アラビア語ローカライゼーションはGCCおよびMENA地域へのビジネス拡大戦略をもとに決定することが可能。

UAE特有のローカライズに関する主な考慮事項とプロセス



ローカライゼーション サービスを
提供する主な会社



Arlation
DMCC



Loc &
Play

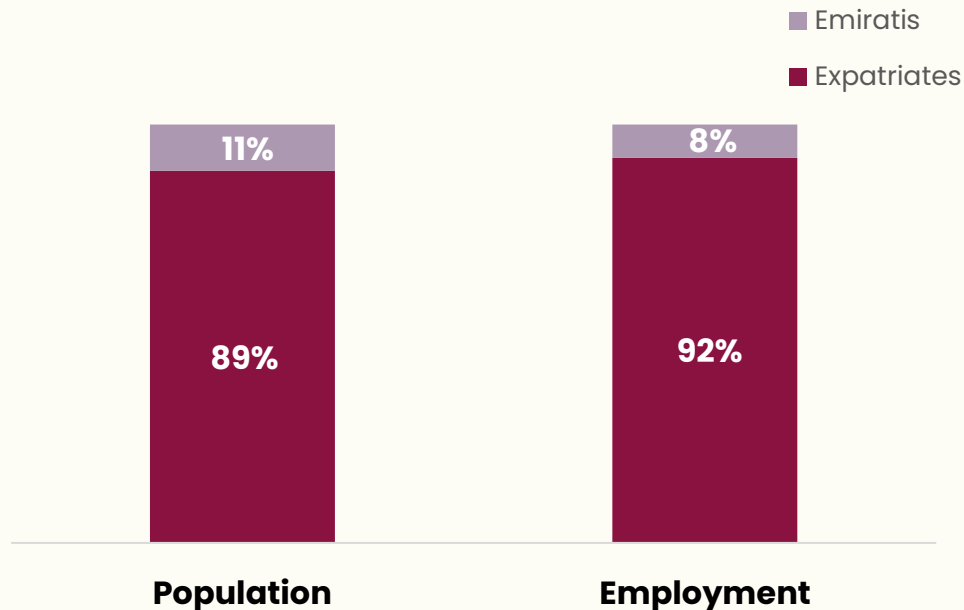


SAWA
Group

人材に関し考慮すべき点は2つあり、1つはUAEの人材の大半が外国人労働者であること。もう1つは、企業は通常エミラティゼーション規則の適用を受けること。

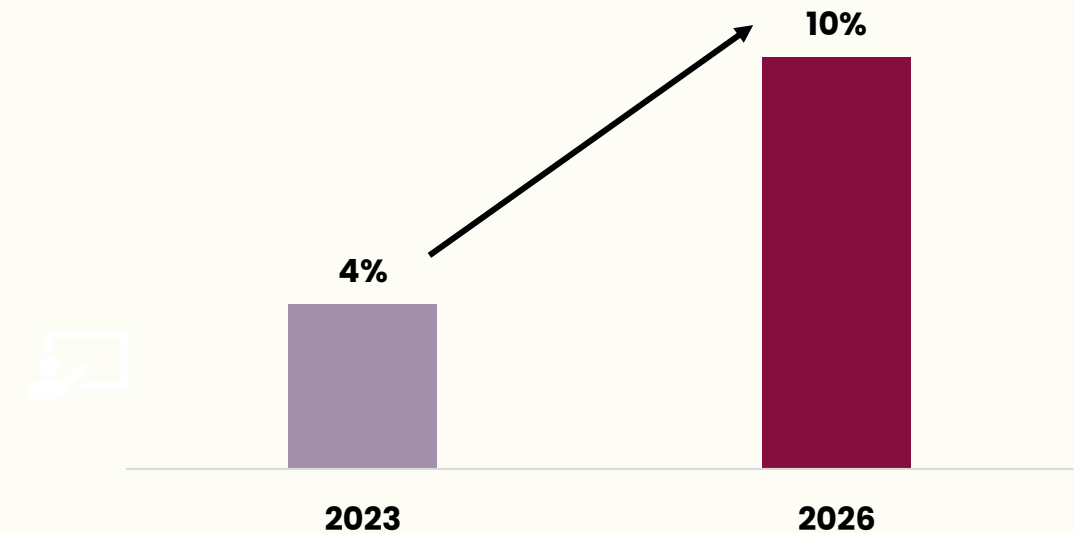
UAE雇用人口の出身国内訳

これまでのところ、UAE経済は外国人労働者に大きく依存しており、彼らは総人口の89%、労働力全体の92%を占める。特に民間セクターではこの偏りが顕著であり、現在エミラティ（UAE国民）は従業員のわずか4%に過ぎない。



エミラティゼーション目標

UAEはエミラティの雇用を促進するためにエミラティゼーション目標を導入し、民間セクターでの参加率を10%まで引き上げることを目指す。2026年までに民間セクターでのエミラティの雇用者数を7万5,000人にすることが目標である。



市場参入ポイント

ゲーム業界におけるエミラティゼーション要件は、比較的新しい産業であるため現時点では不明確。しかし今後の動向を定期的に確認することが重要であり、UAEへの参入を検討する外国企業に大きな影響を与える可能性がある。

市場構造は6つの主要セグメントに分類されており、それぞれ独自の特徴を有する。



市場環境とトレンド



ユーザーインサイト



市場構造と競合環境



ローカライゼーション
とタレント



規制環境



パートナーシップ
とコラボレーション

UAEはコンテンツのコンプライアンス規制の体制を整備する一方で、企業設立を積極的に支援するインセンティブの提供を実施



規制機関

- National Media Council (NMC): ビデオゲームを含むコンテンツのライセンスと規制を管理し、UAEの文化的小および宗教的規範との整合性を担保。
- Dubai Esports and Gaming Authority (DEGA): ドバイのeスポーツとゲーム業界を監督し、イベント、人材育成、インフラをサポート。



コンテンツ規制

- 文化的小および宗教的配慮: コンテンツは、宗教、政治、または社会規範を考慮する必要がある。
- 年齢制限: ゲームはUAEの国家メディア評議会の年齢分類システムに準拠する必要性。
- ローカライゼーション要件: 必須ではないが、アラビア語ユーザーへのアプローチのためにアラビア語へのローカライゼーションを推奨。



ライセンスと外国投資

- 企業はドバイ・インターネット・シティやアブダビのtwofour54などで提供される適切なフリーゾーンまたは本土ライセンスを取得することが必要。
- 2020年の連邦法令第26号の施行により、UAEでは特定のフリーゾーンにおいて100%の外国資本所有が認められる。
- 2021年の連邦法令第33号により、エミラティゼーションの割当要件が設けられている。



デジタルインフラストラクチャとデータ保護

- 高度なインフラ: UAE は世界で最も高いインターネット普及率を誇り、5Gの展開によりオンラインおよびクラウドベースのゲームがサポートされている。
- データ保護法: UAE個人データ保護法 (PDPL) に基づき、企業は、特にオンラインおよびマルチプレイヤー環境において、ユーザーデータの処理と保存においてコンプライアンスの確保が必要。



市場参入ポイント

UAEに参入する日本のゲーム会社は、文化、年齢、データ保護規制の順守を確保する必要があるが、同国の支援的な規制環境、先進的なデジタルインフラ、外国投資奨励金の活用が可能。

ゲームに特化したライセンスは存在しないものの、企業はソフトウェア開発や出版などの適切なライセンスが必要

ゲーム開発、出版、eスポーツ、ソフトウェア作成など、ゲームビジネスの正確な範囲を特定し、その活動を適切なライセンスと照合(ソフトウェア開発やメディア制作など)する。

事業活動の定義

ビジネスニーズに基づき、フリーゾーンにセットアップするかメインランドにセットアップするかを決定。フリーゾーンは、100%外国資本と税金免除を提供するため国際市場に焦点を当てている企業に最適 (例: twofour54、ドバイインターネットシティ)

適切な管轄区域を選択

事業活動を反映し、UAE の規制に準拠した商号を選択。文化的または宗教的規範に反する名前は避ける。一意であり、命名基準に準拠していることを確認。

商号登録

ライセンスに関する主な考慮事項

労働法の遵守

UAEの労働力は主に外国人であるため、社員のための雇用ビザの確保が必要。ゲーム開発者またはデザイナーを雇用する場合は、専門的な役割を雇用するためのフリーゾーンまたは本土固有の要件を必ず遵守する。

納税登録

twofour54やドバイインターネットシティなどのフリーゾーンでは、一定の年数の法人税免除が提供されており、通常は更新可能。ただし年間収益が375,000AEDを超える企業は、コンプライアンスを確保するためにVATを登録することが必要。

必要な承認の取得

ゲームの公開には、コンテンツ分類に関して National Media Council (NMC) の承認が必要。ブロックチェーン、NFT、または eスポーツイベントに関連するゲームには追加の承認が必要になる場合がある。

市場構造は6つの主要セグメントに分類されており、それぞれ独自の特徴を有する。



市場環境とトレンド



ユーザーインサイト



市場構造と競合環境



ローカライゼーション
とタレント



規制環境



パートナーシップ
とコラボレーション

UAEのゲームシステムは、DMCC Gaming CenterやDubai Future Foundationといった公的および民間の確立された組織によって支えられる

政府機関



Abu Dhabi Department of Culture and Tourism



General Commercial Gaming Regulatory Authority



Dubai Future Foundation

投資家



Middle East Venture Partners



Venture Souq



Shorooq Partners

スポーツ団体



Emirates Esports Federation



Ministry of Tolerance & Coexistence

主要な ステークホルダー

インキュベーター&アクセラレーター



DMCC Gaming Centre



SHFT Build GameTech



In5



市場参入ポイント

資金提供、アクセラレーター、文化的整合性を支援する政府機関の支援を受けドバイを業界のゲームリーダーにするというビジョンの推進のため、これらの政府機関らを市場投入計画に含めることを強く推奨。

UAEゲーム業界の成長を後押しする3つの主要な政府機関

政府機関



目的

- アブダビの文化および観光セクターの持続可能な成長を推進。
- 安全かつ責任あるゲームのベストプラクティスを提供・規制を管轄する連邦機関。
- ドバイを未来の主要都市に成長させるイニシアティブを推進。

イニシアティブ

- 将来のタレント発掘とゲーム開発にフォーカス。アブダビのゲーム市場の発展に貢献。
- UAEのゲーム市場を監督。規制やレギュレーションを整備。
- ゲームの促進、意識向上、支援、保護強化を行う。
- Dubai program for gaming 2033 initiativeは、セクターに3万の仕事を創出し、ドバイを世界でトップ10のゲーミング都市へと成長させる狙い。
- 3つのメタバースイニシアティブとアクセラレーター事業を通して、ドバイをメタバース開発の中心拠点にする計画。

ゲームへの関連性

- 新規顧客獲得や投資イニシアティブをリード。アブダビへのゲームおよびeスポーツの市場需要創出を狙う。またゲームキャリアの創出を通して、市場規模拡大に貢献。
- UAEにおけるゲームの公正さを保証し、ゲームおよびeスポーツ関係者の保護を目的とする。
- 外国市場を引き寄せるための規制整備なども実施。
- ゲーム市場において、ドバイを世界の中心都市に位置付ける狙い。
- 特にメタバース領域に絞ったイニシアティブを展開。

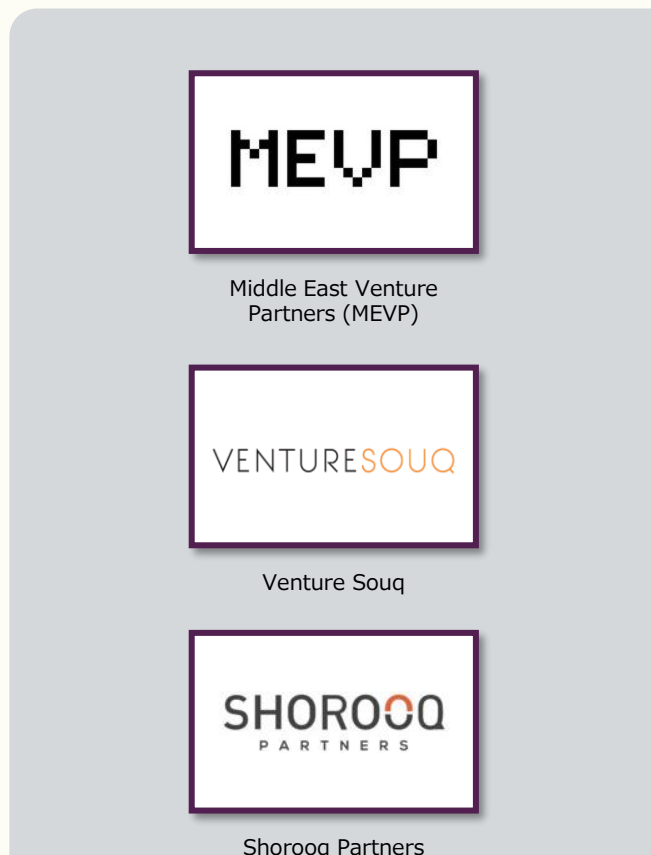


市場参入ポイント

UAEは、ゲーム企業が成長するためのエコシステム構築を積極的に推進。政府機関が資金提供、アクセラレーター、文化的整合性の支援を行っているため、省庁や規制機関との関係づくりが成長の鍵。

UAEの投資家は、コンテンツ制作やスキル向上の機会を支援する専用のゲームファンドを通じて産業の発展を促進

投資家



目的

- 創業まもないテック系スタートアップを中心に資金提供を行うVC。
- テックセクターにおけるグローバルポートフォリオを持つ、MENAベースのVCファンドマネージャー。
- 新興市場における主導的なテック投資家。
- 富裕層基金、企業、家族、個人とのパートナーシップを保有。

イニシアティブ

- MENA地域への投資にフォーカスしており、新メディアスタートアップに対し、1,000万ドル規模の投資を計画。
- Falafel Gamesをはじめとしたアラビア語コンテンツのゲームディストリビューターへの投資を実施。
- モバイルのゲーム機能を備えた音声チャット&自動フレンドファインダーRuneへの投資（1,000万ドル）
- SHIFTゲームテックプログラムを例に、アールリーステージのスタートアップ向けにメンターシップを提供。
- AWS、Mubadala、ADQなどがゲームテックプログラムのスポンサーとして含まれる。

ゲームへの関連性

- VCが行う新メディア投資は、主にゲーム市場をターゲットにしており、市場の拡大に大きく貢献。
- 地域に特化したコンテンツは、ステークホルダーの拡大と市場価値の底上げにつながる。
- 市場環境を整え、ゲーム人口のスキルアップとオフアリングの強化を推進。
- 市場価値向上に向けた収益化を実現。
- アクセラレーターやインキュベーターへの投資を通して、ゲーム & eスポーツ市場の成長を促進。
- トレンドに合わせてサポート体制をカスタマイズ。



市場参入ポイント

政府機関に加えてUAEにはゲーム業界に特化した大規模な投資家が多数存在する。日本企業進出を支援する現地投資家やアクセラレーターなどとの関係作りが成功の鍵。

UAEのスポーツ団体は若者の参加を促進し、国際的なレベルでの共存を実現することをめざす

スポーツ団体

目的

イニシアティブ

ゲームへの関連性



Emirates Esports Federation (EEF)



Ministry of Tolerance & Coexistence (MoTC)

- イベント、クラブ運営、アカデミーなどを通じて eスポーツの教育的機会をUAEの若者に提供。

- 6つのフランチャイズを持つ国際チームを取りまとめるeゲーミングリーグを運営。
- トレーニングコースとアカデミーの運営。

- ゲームおよびeスポーツセクターの市場成長を後押し。世界のプラットフォームとして機能することを目指す。
- ローカル選手の育成を通じて、UAEのゲーム業界成長に貢献。

- 科学的小および文化的コンテンツを通じて、インクルーシブな社会を実現。
- The National Tolerance Programを通して、世界に貢献。

- eスポーツ&ゲームにおける寛容と共存を促進することを目指し、The Global Commission for Tolerance in eSports and Gamingを設立。
- Eスポーツの国際基準統一に寄与。The National Festival for Tolerance and Coexistenceを主催。

- ゲームおよびeスポーツ業界において安全で平等な機会を関係者に提供することが狙い。国際的な規制機関とも連携。



市場参入ポイント

UAEでeスポーツに関連するビジネスを行う場合は、EFFとMoTCとの関係作りは重要。特にMoTCは国際的なステークホルダーに平等な機会提供を保証しており、日本企業に大きな参入のチャンスを提供する。

UAEのインキュベーターやアクセラレーターが提供するプログラムの活用を市場参入の足がかりにすることも可能

インキュベーター&アクセラレーター

目的

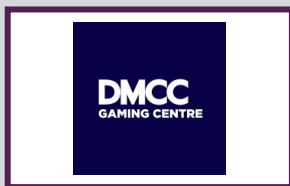
- ゲーム & eスポーツのユーザーと協力、創造、教育を広げることを目的に設立。
- ゲームスタートアップ・起業家の育成。
- 投資に対応可能なスタートアップを創出するプログラム。
- スタートアップと起業家向けのローカルハブ。交流のためのインフラとメンターシップを提供。

イニシアティブ

- メンバーに商業スペースをはじめ、居住権、ライセンス、資金提供、インキュベーションなどのイニシアティブを提供。
- ゲーム開発、Web3&ブロックチェーン、サンドボックスのための3つの専門アクセラレータープログラムを推進。
- スタートアップ創業者にメンタリングを提供し、キャリアの機会を創出。
- サポートには25万ドルのSHIFTパートナーシップ、AWSクレジット、ソフトウェア、ビジネスセットアップ、出版、小売などが含まれる。
- イノベーションセンターを通じて、オフィススペースからビザ、ライセンスまで、起業家に対して補助金付きの価格を提供。
- In5のスタートアップは投資家、メンターシップ、ワークショップへのアクセスを得られる。

ゲームへの関連性

- 世界のゲーム関係者がUAEへ円滑に移住するためのノウハウを伝授。
- 専門化されたアクセラレーターが、ターゲットを絞ったスキルアップと産業のノウハウを共有。
- ローカルスタートアップの市場参入を加速し、市場へのオフアリングと価値を高める。
- 資金調達メカニズムにより、スタートアップの成長を促し、高品質のオフアリングを提供できるようにサポート。
- ローカルの起業家向けに、成長のためのプラットフォームを提供。
- ゲーム開発者は設備と投資機会のサポートを得られる。



DMCC Gaming Centre



SHFT Build GameTech



In5



市場参入ポイント

UAEのインキュベーターやアクセラレーターは日本企業がパートナーシップを検討すべき重要なリソース。資金提供、メンターシップ、ネットワーキングの機会、インサイト提供など貴重なサポートが受けられる。

マーケティングおよびパートナーシップに関連する主要な他ステークホルダー

スポンサー



Dubai Economy & Tourism



AD Gaming

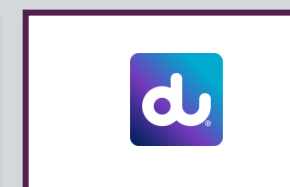


Galaxy Racer

通信事業者



Etisalat



DU



Virgin Mobile

決済システム



Telr



Cash U



Payfort

その他の関連する
ステークホルダー



市場参入ポイント

市場参入を計画する際には、第二層のステークホルダーもチェック。これらのステークホルダーはマーケティングおよびパートナーシップの機会を提供し、市場参入を成功に導くヘルプ的役割を果たす。

UAEの著名な企業や組織のスポンサーシップを得ることで、ゲームの戦略的重要性を示しつつ、国内外の関心を高めるのに役立つ

スポンサー

スポンサーTop3



Dubai Economy & Tourism

ドバイ経済観光局(DET)は、ドバイの経済成長の推進と観光部門の促進に重点を置いた政府機関。ゲームとeスポーツのサポーターとして、ドバイeスポーツ&ゲームフェスティバルなどの旗艦イベントの開催において重要な役割を果たし、ドバイがゲームのイノベーションと競争力のあるeスポーツの世界の拠点であることをアピール。その取り組みは世界的なゲーム会社、投資家、プレイヤーをこの地域に誘致するのに役立っている。



AD Gaming

AD Gaming(Abu Dhabi Gaming)は、アブダビのゲームとeスポーツのエコシステムをサポートし、成長させることを目的とした政府主導の取り組みである。開発者とのパートナーシップを促進し、eスポーツイベント主催やインフラの提供により、アブダビをゲームの地域リーダーとして位置づけている。資金調達サポートやビジネス向けプログラムなどの取り組みを通じ、ゲームスタジオや人材がUAE市場で成長するのを支援。



Galaxy Racer

ドバイを拠点とするeスポーツ組織およびライフスタイルブランドであり、地域最大のeスポーツ企業の1つである。さまざまなトーナメントやイベントを後援し、競争力のあるゲームを促進し、MENA地域全体の視聴者と交流している。人材育成とデジタルコンテンツにも多額の投資を行っており、UAEのゲームとeスポーツエコシステムの主要なプレーヤーである。



市場参入ポイント

DETやAD Gamingなどの企業はゲーム関連の取り組みに対して多大な財政的支援をしており、共同ブランディングの機会やパートナーシップの可能性を提供することで日本企業が現地市場に参入するのを支援。

UAEの通信会社は5Gインフラを提供し、クラウドゲームの成長をサポートするためのデータパッケージを提供するという重要な役割を果たす

通信事業者

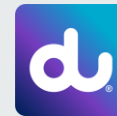
通信事業者Top3



Etisalat

UAEの大手電気通信プロバイダーの1つで、高速インターネット、5G接続、ゲーム体験を向上させるゲーム固有のサービスを提供。

パートナーシップ、スポンサーシップ、インフラ開発を通じてゲームとeスポーツのエコシステムを積極的にサポート。



Du

UAEの著名な通信プロバイダーであり、高速ブロードバンド、5G 接続、ゲームバンドルなど、ゲーム向けにカスタマイズされたサービスを提供。

eスポーツイベントやトーナメントを後援し、UAEのゲーム産業の成長に貢献。シームレスなオンラインエクスペリエンスの提供に重点を置いており、モバイルゲーマーとコンソールゲーマーの両方をサポートする上で重要な役割を果たす。



Virgin Mobile

柔軟なデータプランと手頃な価格のモバイルゲームソリューションを提供し、テクノロジーに精通したゲーム中心の視聴者に応える仮想移動体通信事業者(MVNO)。

Etisalatやduと比較すると小規模だが、カスタマイズ可能なデータパッケージなどのユーザー中心のサービスを重視しており、特にモバイル ゲーマー向けに、外出先でのスムーズなゲームエクスペリエンスを保証。



市場参入ポイント

通信会社との提携によりセットアップや成長を促進を狙える。通信会社はモバイルデータパッケージにゲームオファーを組み込んだり、モバイルゲームサービスのためのインフラ支援を提供したりすることで現地での展開をサポート。

ゲーム内支払いに対する需要の高まりに応えるために、複数の支払いプラットフォームやフィンテック企業が登場

決済システム

ゲーム会社に提供されている決済システムTop4



Telr

安全な支払い方法、複数通貨オプション、不正検出システムによってゲームプラットフォームのシームレスな送金をサポートする、UAEを拠点の人気の支払いゲートウェイ。Shopifyなどのプラットフォームとの統合機能や柔軟なAPIにより、地域のユーザーをターゲットとするゲームビジネスにとって好ましい選択肢のひとつ。



Cash U

中東で広く使用されている支払いシステムで、安全かつ匿名の取引を保証するプリペイドバウチャーシステムを提供。従来の銀行口座の詳細情報を必要とせずゲーム内で簡単に購入できるため、プライバシーと利便性を重視するゲーマーに特に好まれる。



PayFort

Amazon Payment Servicesの一部。中東のゲームプラットフォーム向けに調整された高いセキュリティを備えた支払いゲートウェイを提供。複数の支払い方法のサポート、リアルタイムのトランザクション監視、シームレスな統合により、ゲームトランザクションの信頼性が高く安全な支払い処理が保証。



PayTabs

160以上の通貨をサポートし、高度な詐欺防止ツールを備えたゲームプラットフォーム向けの包括的な支払いソリューションを提供。カスタマイズ可能な支払いオプションとアプリ内購入を処理できる機能により、UAEで事業を展開するゲーム会社にとっては強力な選択肢。



市場参入ポイント

現地の支払いソリューションを統合しスムーズなアプリ内取引を確保するとともに、現地の消費者の支払いの好みに対応するために、現地の適切なパートナー選びが鍵となる。

アジェンダ

1

序文

2

エグゼクティブサマリー

3

MENA主要5カ国のマーケットプロフィール

サウジアラビア

アラブ首長国連邦

マーケットプロフィール

戦略のポイント

トルコ

エジプト

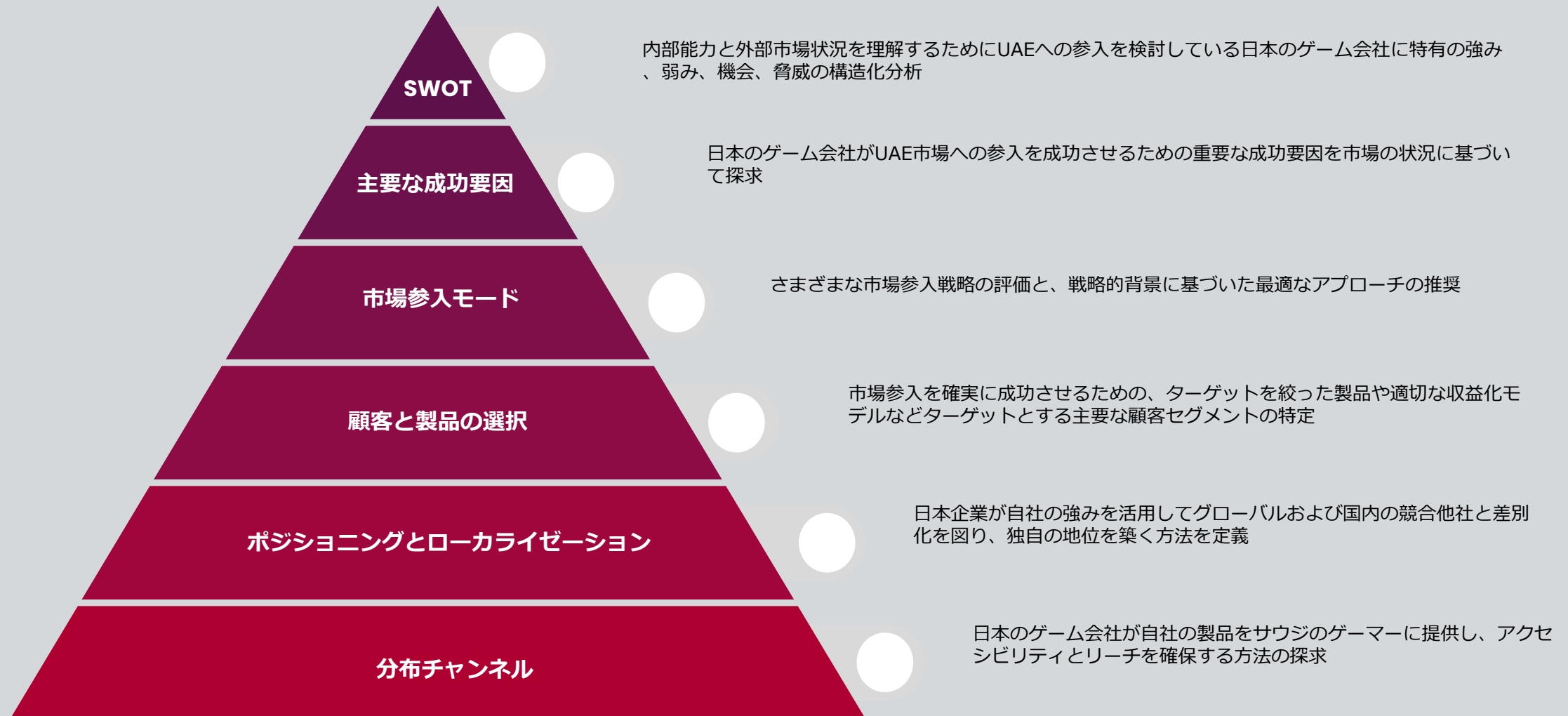
ヨルダン

4

Appendix



＜ご参考＞ UAEのゲーム市場参入に向けた戦略のポイント



UAEのゲーム市場は比較的発展したエコシステムがありコラボレーションの機会は多く存在する一方、不安定な経済が懸念要因

強み



ゲーマー1人あたりの高い支出額: UAEはMENAゲーム人口の5%しか占めていないにもかかわらずMENAゲーム市場に13%貢献しており、ゲーマー1人あたりの支出額が平均よりも高い。

テクノロジーに精通した人口: インターネットの普及率が高く、デジタル化が進んだ環境がオンラインゲームとeスポーツの成長を支える。

戦略的な立地とインフラ: 世界的なハブとしてのUAEの地位と強力なデジタルインフラにより、UAEは地域およびグローバルマーケットへの出発点としての役割を担える戦略的マーケット。

弱み



限定的な市場規模: 市場規模は5億ドルで成長率が低い(CAGR ~ 5%)ため、UAEのゲーム市場は他のMENA諸国に比べて比較的小さい。

激しい競争: グローバルプレーヤーの台頭により、新規参入者が大きな市場シェアを獲得する機会を阻害している。

ローカルコンテンツ作成の欠如: サウジアラビアなどの市場と比較して、ローカライズされたゲーム開発の取り組みが比較的少ない。

ビジネスチャンス



Web3とブロックチェーンの統合: UAEのイノベーション推進の姿勢とブロックチェーン技術をサポートする政府の取り組みにより、Play-to-Earモデル、NFT、分散型ゲームプラットフォームなどのWeb3要素をゲームエコシステムに統合するための環境が整っている。

AR/VRゲームの新たなトレンド: AR/VRテクノロジーの拡大により、革新的なゲーム体験の機会が生まれる可能性大。

裕福な消費者ベース: プレミアムなゲーム体験やeスポーツイベントに積極的にお金を費やす富裕層が存在。

懸念事項



外国人への経済的依存: ゲーム視聴者の大部分は外国人で構成され、その購買力は経済の変化によって変動する可能性。

規制上の課題: UAEの文化規範や規制を遵守すると、市場参入やローカライゼーションの取り組みが遅れることも考慮。

より大きな市場との競争: ゲームやeスポーツへのより大きな投資と取り組みを行っているサウジアラビアのような近隣諸国がUAE市場に影を落とす可能性。

UAEゲーム市場の強みを活かし、市場参入を成功させるための主な成功要因



市場の状況を踏まえると、市場の魅力を検証しブランド認知度を高めるために、限定的な市場参入が妥当と考察

投資レベル ↓	市場参入別	概要	メリット	デメリット
	ライセンスと出版	ローカルパブリッシャーと協力し、UAEを拠点とするディストリビューターにゲームのライセンスを供与。テストマーケティングを実施し可能性を探る。	- 低リスクで費用対効果が高い。 - 大規模投資前の市場テストに最適。	- ブランディングと運営に対する限定的な制御。 - 利益分配契約により収益の可能性が減少。
	イベントベースエントリ	ドバイゲーミングウィークやeスポーツトーナメントなどのイベントを後援または主催することで市場と関わり、ブランドの認知度を高める。	- ブランドの認知度と直接的なエンゲージメントを構築。 - スケーラブルな投資オプションによる最小限のリスク。	他のモードと組み合わせない限り、長期間の存在が制限。
	戦略的パートナーシップ (JV)	AD GamingやDubai Internet CityなどのUAEを拠点とする組織とジョイントベンチャーを設立し、リソースを共有。ローカルの専門知識を活用。	- 現地の専門知識とネットワークを活用。 - リスクと投資コストを共有する。	- 共有制御は自律性を制限する可能性。 - 現地パートナーと目標の不一致の可能性。
	直接投資	UAEに完全所有の事業体またはスタジオを設立し、運営を管理し、長期的な市場プレゼンスを構築。	- ブランディングと運用を完全に制御。 - 長期的なプレゼンスを構築する能力。	- 現地の規制についての広範な理解が必要。 - ローカル人材の雇用に問題が生じる可能性。

アプローチごとの、日本企業がUAEへの進出を成功させるために必要な主なプロセス。

市場参入別	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4	Step 5
ライセンスと出版	MENAゲームカンファレンスやローカルビジネスディレクトリなどのプラットフォームを使用し、ゲームジャンルの専門知識を持つUAEパブリッシャーを特定。	ゲームがUAEの規制(文化的配慮、アラビア語のサポートなど)に準拠していることを確認し、知的財産保護契約を準備。	ゲーム市場に精通したUAEを拠点とするエージェントと協力して、規制当局の承認やパブリッシャーとの交渉を進める。	収益分割、マーケティング責任、ゲーム流通チャネルに関する明確な条件に焦点を当てる。	パブリッシャーと協力して、UAEのインフルエンサーとのプロモーションを含む、ローカライズされたゲームの発売キャンペーンを企画。
イベントベースエントリ	ドバイゲーミングウィークやインソムニアドバイなどの主要イベントのスポンサーまたは出展者として登録。	アラビア語のテキストと文化的に適応したストーリーを使用してローカライズされたゲームデモを開発し、イベント中に披露。	UAEに特化したソーシャルメディアプラットフォームと地元のゲームインフルエンサーを活用して、イベントでの存在感を宣伝。	インタラクティブなブース、トーナメント、またはVR体験を作成して、参加者を引き付け、意識を高める。	参加者を調査し、イベントエンゲージメント指標を分析して、市場の関心进行评估し、アプローチを磨く。
戦略的パートナーシップ(JV)	AD Gaming、Dubai Internet Cityなどの団体、またはTamatem Gamesなどの地元スタジオに協力の機会を求める。	目標、投資貢献、ローカライゼーション、配布、マーケティングを誰が担当するかなどの役割を明確に定義。	twofour54やDMCCなどのUAEフリーゾーンで合併事業を登録すると、税制上の優遇措置とより迅速な承認プロセスが得られる。	テストケースとしてゲームを共同開発またはローカライズして、両パートナーの強みを発揮。	パイロットパフォーマンスデータを使用して合併会社の事業を拡大し、追加のUAEまたは地域市場を開拓。
直接投資	DEDまたはドバイメディアシティなどのフリーゾーンを通じて申請し、UAEに法人を設立。エミレーツのコンプライアンスについて専門家のアドバイスを求める。	ドバイインターネットシティやアブダビのtwofour54などのエリアでオフィススペースを借りて、リソースや人材にアクセス。	BaytやLinkedInなどのプラットフォームを使用して、地元の人材を採用し、首長国連邦化の要件を満たす。	BaytやLinkedInなどのプラットフォームを使用して、地元の人材を採用し、首長国連邦化の要件を満たす。	ゲームトーナメントやイベントを主催またはスポンサーして、UAEゲームコミュニティと直接つながる。

投資レベル

主に裕福なカジュアルゲーマーにフォーカス。Web3に参加する可能性が高いミッドコアゲーマーも導入コンテンツ次第では重要視する。

主要ターゲット



戦略的成長セグメント



顧客セグメント

カジュアルな富裕層ゲーマー

競技性を求めるミッドコアゲーマー

概要

真剣にゲームを追求するというよりも、趣味としてゲームを楽しんでいる。可処分所得が高いため、没入型かつ視覚的に魅力的で学びやすいゲームに喜んで支出。

ゲームの適度な複雑さを重視し、eスポーツやマルチプレイヤータイトルなど、競技性のあるゲームを楽しんでいる。AR/VRやブロックチェーンベースのゲームなどの革新的なテクノロジーに高い関心がある。

ターゲットを絞った
オフリング

- ・ シンプルなゲームプレイとマルチプレイヤーソーシャル機能を備えた高品質のモバイルゲーム。
- ・ 臨場感あふれるストーリーとグラフィックを備えたコンソールゲーム、特にスポーツやアドベンチャータイトル。
- ・ UAEの文化やイベント(建国記念日など)に関連した季節のイベントとローカライズされたゲーム内報酬。

- ・ マルチプレイヤーオンラインゲーム、特にFIFA、MOBA、FPSゲームなどのeスポーツと互換性のあるタイトル。
- ・ アラビア語のテーマやUAEにインスピレーションを受けた物語など、文化的なローカライズを伴うゲーム。
- ・ ハイテクなエンゲージメントのためのAR/VR対応のゲーム体験。

収益化モデル

- ・ カスタマイズや限定特典のための魅力的なアプリ内購入を備えたフリーミアムゲーム。
- ・ カジュアルなエンゲージメントをターゲットとした、期間限定の報酬またはイベントベースの収益化。
- ・ ゲームバンドルとプレミアムサブスクリプションを提供する通信パートナーシップ。

- ・ カスタムスキン、アップグレード、収集品のための高額なマイクロトランザクション。
- ・ eスポーツのサブスクリプションまたは地域トーナメントの参加費。
- ・ テクノロジーに精通したプレイヤーをターゲットとした独自のゲーム内報酬のためのブロックチェーンベースのアセット (NFT)。

市場ポジショニング戦略は顧客セグメントによって異なるが、日本の卓越した開発技術を強調することは一貫して重要



バリュープロポジション



競争上の差別化



顧客エンゲージメント



文化的適応

カジュアルな 富裕層ゲーマー

高品質で視覚的に美しいモバイルゲームやコンソールゲームを提供しつつ、操作はシンプルながらデザイン性に富んだ内容を提供。
VIPコンテンツやユニークなスキンのアップグレードなど、プレミアムで独占的な体験を提供し、豊かなライフスタイルをアピール。

創造性、美学、革新性で知られる日本のゲーム職人技を紹介。日本の文化遺産からインスピレーションを得た、ユニークなストーリーテリングと臨場感あふれるビジュアルを組み込みアピール。

UAEのインフルエンサーやゲームプラットフォームと協力して、共感できる意欲的なコンテンツを通じてカジュアルゲーマーをターゲットとする。
主なUAEイベントに関連した季節限定のキャンペーンを開始し、限定特典やローカライズされたコンテンツを提供。

アラビア語のサポートと文化的に関連したテーマやデザイン要素をゲームに統合。シームレスな市場参入のため、UAEの文化および規制基準を準拠。

競技性を求める ミッドコア ゲーマー

戦略とアクションのバランスが取れた、適度な複雑さを備えた、深く魅力的で競技性の高いゲームを提供。AR/VRエクスペリエンスやブロックチェーン機能などの革新的なテクノロジーを組み込み、テクノロジーに精通したゲーマーにアピール。

挑戦的なマルチプレイヤーゲームや競技性の高いeスポーツ対応コンテンツの作成における日本の専門知識を強調。日本の象徴的なゲームIPに関連した独占的なコラボレーションやeスポーツトーナメントを提供。

AD GamingなどのUAEに拠点を置く組織と協力して、eスポーツイベントやトーナメントを企画。独占的な特典、フォーラム、地域リーダーボードを通じてオンラインコミュニティを構築し、エンゲージメントを維持。

砂漠のテーマやアラビア書道など、UAEの文化や風景にインスピレーションを得たローカライズされたスキン、マップ、物語を開発。地域別の価格モデルとホリデーをテーマにしたDLCやコンテンツのドロップにより、ミッドコアゲーマーの好みに応える。

UAEではローカライズへのニーズは高くはないものの、ゲームを適切にローカライズするための7つの主なプロセスは以下

UAEゲーム ローカライズプロセス

N.	ステップ	タイムライン	概要	関係者
1	UAE市場調査の実施	1～2ヶ月	プラットフォームの好み(モバイル/コンソール)、人気のジャンル(スポーツ、FPS など)、支出習慣など、UAEのゲーム傾向を分析。裕福でテクノロジーに精通したゲーマーに焦点を当てる。	市場調査会社
2	アラビア語ローカライゼーションの開発	2～3ヶ月	ゲーム内のテキスト、ナレーション、UIを現代の標準アラビア語に翻訳し、ユーモア、慣用句、文化的に敏感なコンテンツに適応。エミレーツの価値観との整合性を確保。	Arlation DMCC や Loc & Play などのローカライゼーション会社
3	コンテンツをUAE文化に適応	1～2ヶ月	エミレーツの文化規範に合わせてビジュアル（宗教的シンボル、アルコールへの言及を避けるなど）、物語、登場人物を変更。必要に応じて、伝統的な衣装や砂漠の風景など、UAE にインスピレーションを得た要素を追加。	地元の文化コンサルタント、AD Gamingまたはドバイメディアシティ
4	安全な規制当局の承認	1～2ヶ月	ゲームコンテンツがUAEの法律に準拠していることを確認するために、承認を求めるゲームコンテンツを National Media Council (NMC) に提出。イスラムまたは首長国連邦の価値観に反するコンテンツは避ける。	国家メディア評議会 (NMC)
5	地域限定ベータテストを実施	2ヶ月	UAEゲーマーとローカライズされたベータテストを実施し、ゲームプレイとアラビア語のローカライズがスムーズであることを確認。富裕層および中核層のプレイヤーを引き込む。	Dubai Gamers HubなどのUAEゲームコミュニティ、eスポーツチーム (例: YaLLa Esports)
6	ターゲットを絞ったマーケティングキャンペーンを開始	1～2ヶ月	UAEで最も人気のあるソーシャルプラットフォーム (Instagram、TikTok、Snapchat など) を使用して、アラビア語のマーケティングキャンペーンを開発。インフルエンサーやeスポーツプレイヤーと協力してリーチを拡大。	地元の代理店とインフルエンサー
7	リリース後のサポートを提供	進行中	アラビア語でカスタマーサポートを提供し、ゲーマーからのフィードバックに対応し、ローカライゼーションのバグを修正。UAE固有のイベントを特集した定期アップデートをリリース	開発チーム



JAPAN EXTERNAL TRADE ORGANIZATION

本レポートに関するお問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）

デジタルマーケティング部 デジタルマーケ ティング課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL : 03-3582-1671

E-mail : content@jetro.go.jp

