

フランスを中心とする
欧州のコンテンツ市場調査
(2011-2012)

ゲーム編

2013年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外調査部 調査企画課

本報告書に関する問合せ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

調査企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL: 03-3582-5544

FAX: 03-3582-5309

E-mail: ORA@jetro.go.jp

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

目次

欧州のコンソールおよびパッケージソフト市場	4
フランスのコンソールゲーム市場	5
欧州のダウンロードゲームとオンラインゲームの市場	8
欧州のフランスのモバイルゲーム市場	11
フランスにおける主なゲーム関連見本市	14
ドイツにおける主なゲーム関連見本市	15

欧州のコンソールおよびパッケージソフト市場

2011 年は欧州のコンソールとパッケージソフトの市場において大きな変化があった。これまで欧州市場で第 3 位の位置を占めていたドイツがフランスを抜き、欧州市場第 2 位、世界市場で第 4 位¹となった（図表 1）。ちなみに欧州市場上位 3 ヶ国における売上高は、英国 25 億 8,700 万ユーロ、ドイツ 21 億 9,800 万ユーロ、フランス 20 億 9,900 万ユーロである。

英国は売上高の減少率が前年比 12.3%減と大きい。ドイツは、約 8,200 万人と欧州の中でも人口が多く（フランス 6,500 万人、英国 6,200 万人）、ゲーマーの数も 3,600 万人と英国の 3,100 万人、フランスの 2,400 万人に比べ多いことから（図表 2）、今後ドイツ市場が英国市場を上回る可能性ある。

図表 1 欧州主要国のコンソールとパッケージソフトの売上高（単位：百万ユーロ）

出所：GfK

注：ハードウェア及びソフトウェア（据え置き型および携帯型のコンソール用と、PC 用）における売上。アクセサリ、オンラインゲームは含まれない。

	英国	ドイツ	フランス	イタリア	スペイン
2008 年	3,710	2,756	2,944	1,263	1,432
2009 年	3,189	2,363	2,440	1,129	1,195
2010 年	2,952	2,222	2,264	1,069	1,022
2011 年	2,587	2,198	2,099	993	872

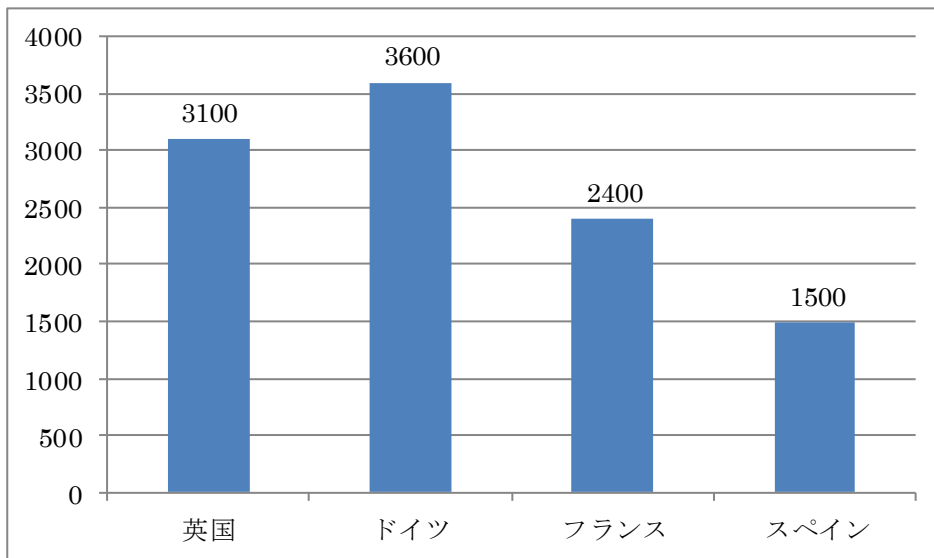
（図表 2）欧州主要国のゲーム人口（2011 年）（単位：万人）

出所：Newzoo「2011 National Gamers Surveys」²

¹ 1 位米国、2 位日本、3 位英国、4 位ドイツ、5 位フランス

² 本レポートではゲーム人口として NEWZOO の数字を使用している。NEWZOO は日本の調査を行っておらず日本とは比較できない。また、ゲーム人口が多めに出る傾向があるようだ。しかし、欧州主要国を横断的にみている数字が他にないことから、この数字を使うこととする。

(<http://www.newzoo.com/about-newzoo/>)



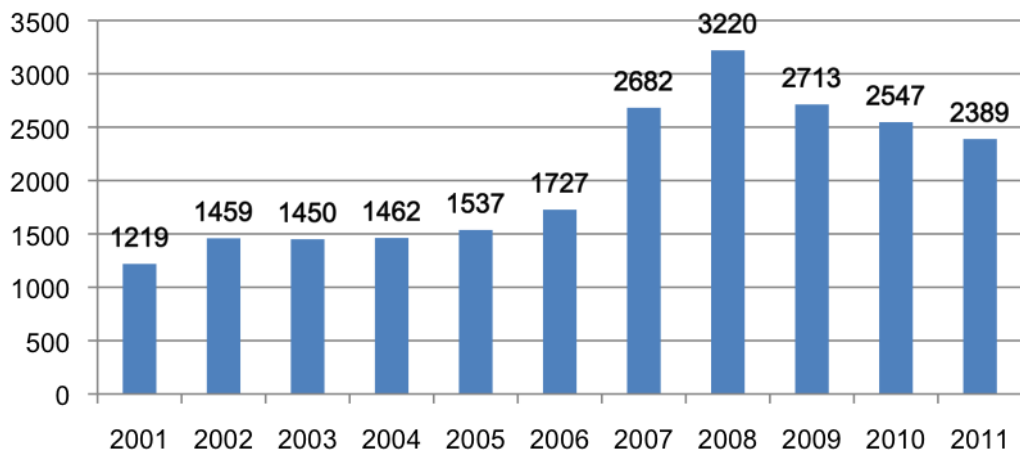
フランスのコンソールゲーム市場

ドイツに抜かれたものの、2011年のフランスゲーム産業における売上高は23.89億ユーロと、依然として重要な市場となっている。これは、イタリア、ポルトガル、スペイン市場を合わせた規模に匹敵する。しかし、他国と同様、フランスのコンソールゲーム市場は2009年以降、3年連続して縮小している（図表3）。その理由としては、①2005年、2006年に投入されたコンソールのライフサイクルが切れ、販売台数が減少していること、②競争の激化によりコンソール用のゲームの平均販売価格は下落したとはいえ依然として高価格であるため、不況時には販売数が減少すること、③消費者が徐々にダウンロード購入へと移行していること、④新しく販売された携帯型コンソール（（2011年3月発売「Nintendo3DS」、2012年2月発売の「PS Vita」））が不調で、対応するゲームの売上も不調であることなどが挙げられる。

縮小傾向にあるコンソールゲーム市場（ハード・ソフト含む）ではあるが、現在でもゲーム市場全体の売上高の大部分（約70%）を占めており、また、先に述べたように、今後新世代のゲーム機が導入されることから、2013、14年あたりから、再び成長が見られることを期待する業界関係者も多い。

（図表3）：フランスにおけるゲーム市場売上高の推移（2001～2011）（単位：百万ユーロ）

出所：GfK

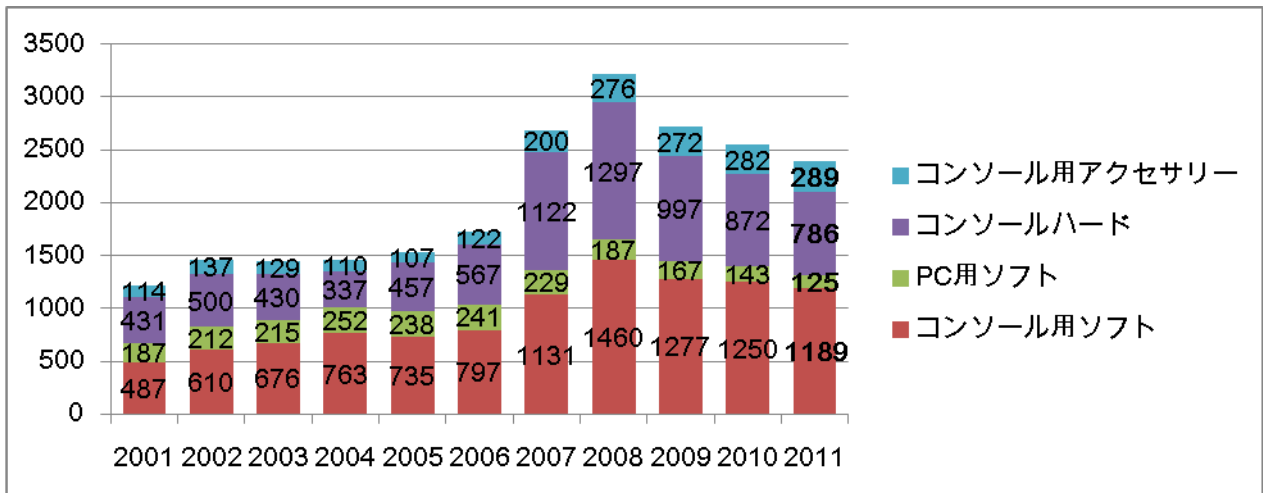


フランスの視聴率調査で定評がある「Mediamétrie」の2011年末時点のデータによると、フランスの家庭の約50%が据え置き型コンソールを所有している。2011年のコンソール機の売上は、数量にして前年比6%減の386万台、金額にして前年比10%減の7.86億ユーロである。また、ソフトウェアの売上は、数量にして前年比4%減の3,023万本、金額にして前年比5%減の11.89億ユーロである（図表4）。いずれも小幅な減少に留まった。これは2010年後半に販売された「Kinect」や「Playstation Move」の影響によるところが大きい。2011年のアクセサリーの売上は数量ベースで前年比4%増、金額ベースで同2%増となっている。

（注）ハードウェア、ソフトウェア、アクセサリーにおける売上の合計

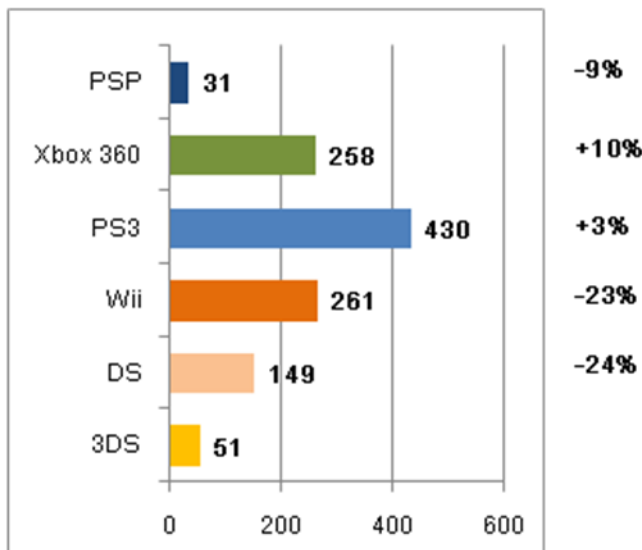
（図表4）：フランスゲーム市場売上高の推移（2001～2011年）（単位：百万ユーロ）

出所：調査会社「GfK」



(図表 5) : フランスにおけるプラットフォーム別ソフトウェア売上 (2011 年、単位 : 百万ユーロ、前年比伸び率)

出所 : GfK 注 3DS は 2011 年発売のため前年比の伸び率なし



フランスにおける「Wii」のソフトウェア売上は、3年連続して2桁台のマイナス成長を続けている。それでも、年間売上トップ20には、数量ベースでは7タイトル、金額ベースでは6タイトルがランクインしている。依然として音楽ゲームやフィットネスゲームの人気が高いことが伺える。トップ10には、シリーズ化された人気作品が多く入った。また、「Nintendo DS」のソフトウェアも、年間売上トップ20に、数量ベースで7本（うち2本は「3DS」）、

売上高で4本（うち2本は「3DS」）が入っており、任天堂の強さが確認された。

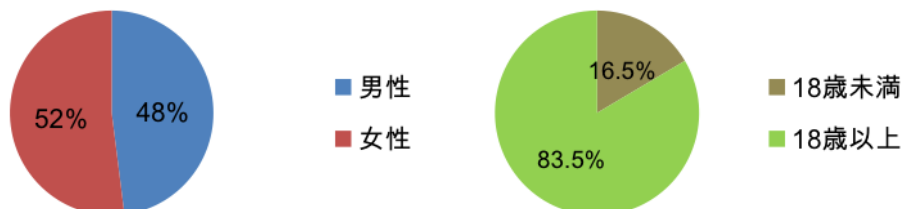
(図表 6) : フランスにおける 2011 年のゲームソフト売上高トップ 10

出所 : GfK

	ソフト名	コンソール	パブリッシャー
1	CALL OF DUTY : MODERN WARFARE 3	PS3	ACTIVISION BLIZZARD
2	FIFA12	PS3	ELECTR. ARTS
3	JUST DANCE 3	WII	UBI SOFT
4	CALL OF DUTY: MODERN WARFARE 3	Xbox360	ACTIVISION BLIZZARD
5	WII FIT PLUS + WII FIT BALANCE BOARD	WII	NINTENDO
6	CALL OF DUTY : BLACK OPS	PS3	ACTIVISION BLIZZARD
7	POKEMON VERSION BLANCHE	DS	NINTENDO
8	POKEMON VERSION NOIRE	DS	NINTENDO
9	ASSASSIN' S CREED REVELATION	PS3	UBI SOFT
10	JUST DANCE 2	WII	UBI SOFT

(図表 7) フランスにおけるゲーマーの男女・年齢別比率 (2011 年)

出所 : SNJV 「Le jeu vidéo en France en 2011 : éléments clés」



欧州のダウンロードゲームとオンラインゲームの市場

縮小するコンソールゲーム市場を補うものとして期待されているのが、ダウンロードゲームとオンラインゲームである。インターネットの普及、消費者の習慣の変化に伴い、こ

の市場は急成長を遂げている。欧州市場の主要7カ国（英・仏・独・伊・スペイン・オランダ・ベルギー）によるゲームのダウンロード売上は2011年で7億8,500万ドルに上る。また、欧州におけるPC（マイクロソフト）／Macゲームのソフトウェア売上の42%はダウンロードによるものであった。国別にみると英国が2011年で2億3,400万ドルと欧州最大の市場となっている。（出所：Newzoo）

ダウンロードゲーム市場の拡大に伴い、各企業の販売戦略も変化している。例えば、パッケージソフトとしてのみの販売だけではなく、パッケージソフトの販売と同時にダウンロード配信でも販売されるようになった。ゲームをダウンロード配信する傾向は、PCゲーム市場だけに限らず、コンソールゲーム市場でも徐々に見られるようになってきている。

フランスビデオゲーム組合（SNJV）の発表によれば、2011年のフランスオンラインゲーム売上は3億4,500万ユーロで、前年比21%増となっている。フランスでは10歳以上の63%がゲームをしたことがあるとしており、そのうち、73%がオンラインゲームをしているという。

オンラインゲーム（多人数同時参加型のRPG（以下MMO）、カジュアル、ソーシャル、ウェブゲーム）市場の拡大には、ライトゲーマーの傾向が強い女性ゲーマーの増加と、「フリートゥープレイ（F2P）」ビジネスモデルの浸透が一役買っている。すなわち、短時間に、大きな経費をかけずにゲームが出来る点が歓迎された。F2Pモデルにおいては、ゲームへのアクセスは無料で、アイテムを購入する場合に課金する仕組みが主流となっている。また、「Facebook」などのソーシャルネットワーキングサービスを通じたソーシャルゲームといった新たなジャンルの台頭も、ゲーマーの増加に貢献している。

「Newzoo」の調査によれば、2012年、欧州（英・仏・独・オランダ・ベルギー）5カ国におけるゲーマーの約75%が、「King.com」、「Yahoo」、「Y8」、「Miniclip」、「Pogo」、「BigFish」、「Addicting Games」などのソーシャルゲーム及びカジュアルゲーム（短時間に簡単な操作で楽しめるゲーム）でプレイしている。

一方で、ゲームにお金を支払うプレイヤーの割合は参加者全体の25%に過ぎない。しかし、8,210万人に上るゲーマーの圧倒的な多さと、ゲーム・ゲーマーをつなぐソーシャルネットワーキングサービスの普及から、当市場はゲーム企業にとって重要なマーケティング戦略市場となっている。

欧州 5 カ国（ドイツ、英国、フランス、オランダ、ベルギー）における MMO ゲームプレイヤー数は約 3,500 万人に上り、その 85%が F2P でプレイしている。MMO プレイヤーのうちペイヤー（ゲームに支払いをする人）の割合は EU において 48%、英国 51%、ドイツ 54%となっている。MMO プレイヤーは、他タイプのゲームにも料金を支払う率が高い（図表 8）。

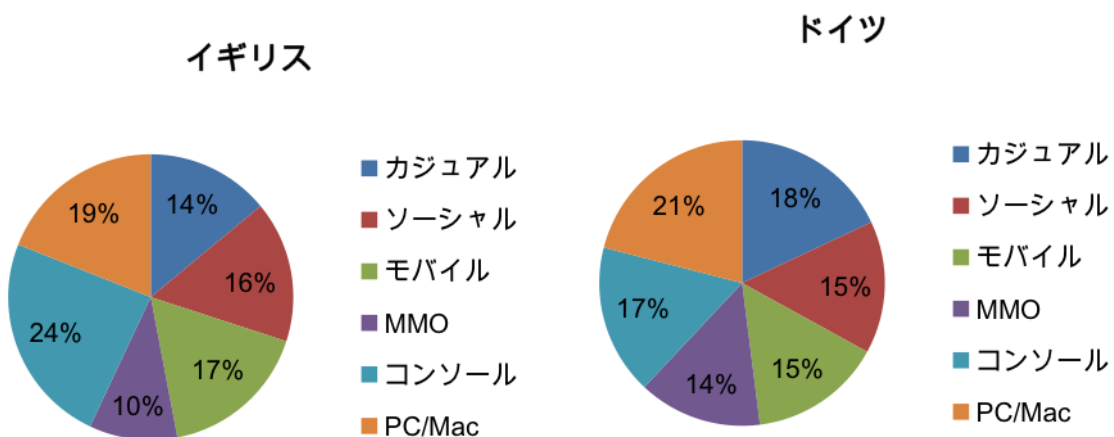
図表 8 欧州 5 カ国で MMO、カジュアル・ソーシャルゲーム、PC/MAC ゲームに支払う人のうち、ほかのゲームにも支払う人の割合

出所： Newzoo 「Key facts and insights on Cross-Screen Monetization of Games in Europe and the US」

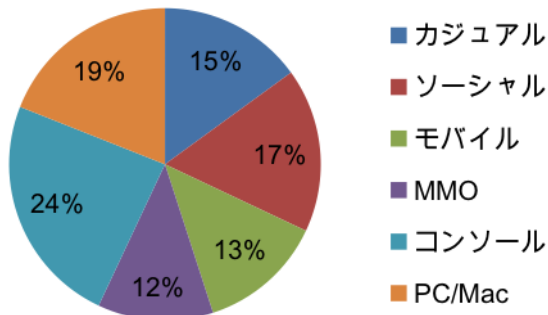
() 内は支払う人の割合	MMO	カジュアル・ソーシャル	PC/Mac ダウンロード	モバイル	コンソール
MMO に支払う (48%)		63%	47%	63%	75%
カジュアル・ソーシャルに支払う (25%)	51%		39%	57%	67%
PC/MAC に支払う (42%)	45%	46%		47%	68%

図表 9 プラットフォーム別に見るゲームプレイ時間の割合

出所： Newzoo、2012 Country Summary Report



フランス



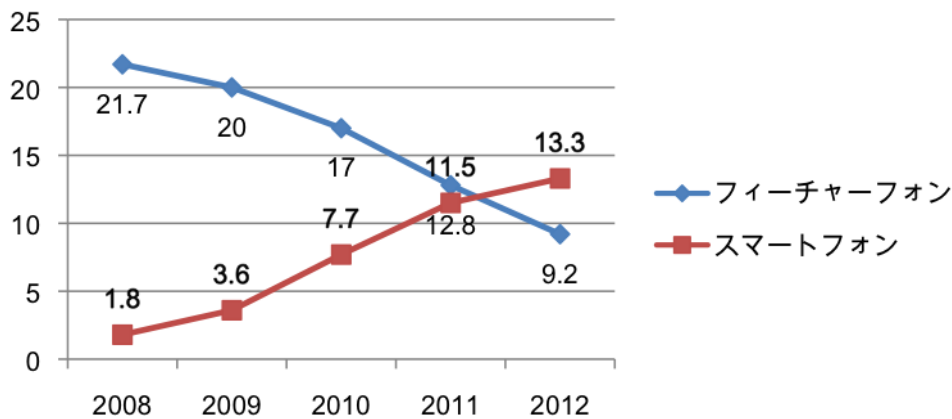
欧州のフランスのモバイルゲーム市場

スマートフォンを中心とした高性能な携帯端末の増加や、タブレット型コンピューターの台頭により、モバイルコンテンツ市場は今最も成長している。2011年、欧州のモバイルコンテンツ市場は70.7%増と急成長を遂げた。モバイルゲーム市場の拡大に平行してモバイルゲーマーの数も年々増加しており、「Newzoo」の調査によれば、欧州主要5カ国では2011年に7,000万人を数え、前年比15%増となっている。これらのゲーマーのうち、68.5%に相当する4,800万人がゲームをする際にスマートフォンを使用している。他、重複回答となるが、1,800万人がフィーチャーフォンを、1,100万人がタブレットを、800万人が iPod Touch を使用するとしている。また、これら欧州5カ国では、1日に240万の iOS ゲームがダウンロードされている。

フランスでもモバイルゲーム市場は拡大傾向にあり、2011年の売上は2億ユーロ、2012年は2億4,700万ユーロに上ると見られている。スマートフォンの販売数は、2012年に初めて旧来型のフィーチャーフォン(多機能携帯電話)の販売台数を抜く見込みだ。2012年5月に「Deloitte」が実施した調査によれば、フランス人の41%がスマートフォンを所有しており、15%がタブレットを所有している。スマートフォンの所有率は2011年2月時点では27%、2011年10月では38%であり、急成長を遂げている。また、2011年10月時点で、スマートフォン使用者を年齢別にみると25~34歳層が29%と最も多く、性別では男性が53%となっている。

図表 10 フランスにおける携帯電話販売数の推移(単位:百万台)

出所: GfK/afjv



図表 11 2011年10月時点におけるスマートフォン使用状況

出所：Ipsos

		フランス	英国	ドイツ	アメリカ	日本
全体		38%	45%	23%	38%	17%
年齢 (構成比)	18-24歳	20%	20%	22%	23%	28%
	25-34歳	29%	26%	24%	23%	32%
	35-44歳	22%	25%	22%	17%	20%
	45-54歳	15%	17%	16%	24%	13%
	55歳以上	14%	13%	16%	13%	7%
性別 (構成比)	女性	47%	47%	42%	49%	37%
	男性	53%	53%	58%	51%	63%
教育 (構成比)	義務教育	5%	24%	16%	35%	1%
	高校	24%	40%	32%	27%	59%
	大学以上	69%	35%	51%	38%	39%
就職状況 (構成比)	有職	68%	73%	73%	71%	71%
	無職	32%	26%	26%	29%	29%

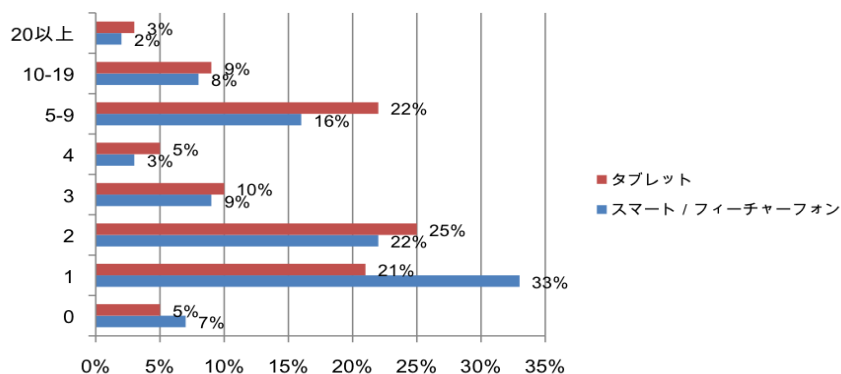
「Newzoo」の2012年11月発表のデータによれば、2012年第一四半期のフランスのモバイルゲーマー数は全ゲーマーの56%に当たる1,430万人に上り、前年比12%増加している。このうち25%がペイヤーである。また、ゲームをする際に使用するデバイスの割合は、「スマートフォン」62%（880万人）、「フィーチャーフォン」34%（490万人）、「タブレット」14%（190万人）、「iPod Touch」7%（100万人）となっている。

フランスではタブレットユーザーが、多くのアプリケーションをダウンロードしている。タブレットユーザーの57%が既にアプリケーションをダウンロードしたことがあるとしている（スマート／フィーチャーフォンユーザーについては36%）。2012年5月時点のデータによると、月平均ダウンロードアプリケーション数は、タブレットで4本、スマート／フィーチャーフォンで3本となっている。一方で、タブレットユーザーの31%、スマート／フィーチャーフォンユーザーの43%がアプリケーションに対し出費をしたくないと考えており、アプリケーション購入に関するひと月の平均金額は、タブレットで3.72ユーロとスマートフォンで2.15ユーロとなっている。

また、彼らの77%がオンラインメディアサービスへの定期会員³への加入を望んでいない。定期会員加入を望むユーザーの間では、ゲーム（23%）、音楽（22%）、ニュース（22%）が加入アプリケーションとして人気が高い。また、インターネットに無制限アクセスができるスマート／フィーチャーフォンユーザーの間では、「Facebook」（56%）、「YouTube」（45%）が人気となっている。

図表 12 アプリケーションの月平均ダウンロード数

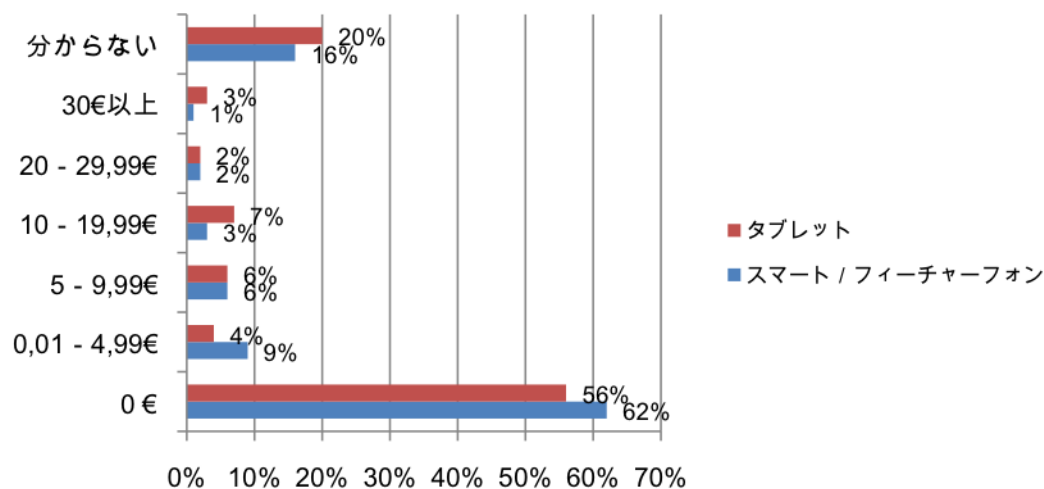
出所：Deloitte「Etude Télécom 2012」2012年5月



³ 月極め定額でコンテンツが使い放題になるサービス

図表 13 アプリケーションにかかる月平均予算

出所：Deloitte「Etude Télécom 2012」2012年5月



フランスにおける主なゲーム関連見本市

1. IDEF (Interactive & Digital Entertainment Festival)

2006年から開催されている完全なB to Bビデオゲーム見本市。フランスゲーム市場の動向などが公表されるとともに、各企業がバイヤーに向けて新作のプロモーションを行う。欧州各国から約2,500人のバイヤー・ゲストが参加。出典企業も100社以上に上る。

開催時期：毎年6月に3日間

開催地：カンヌ

会場：国際見本市会場パレ・デ・フェスティバル

主催：SELL（娯楽ソフトウェア出版社組合）

2. Paris Games Week

2010年から開催されているB to Cビデオゲーム見本市。大手パブリッシャーが多く出展。クリスマスに発売される新製品などのプレゼンテーションやプロモーションを行う。入場者数は初回開催から12万人と注目度も高く、2011年には18万人、2012年には21万人と拡大を続けている。

開催時期：毎年 10 月末に 5 日間
開催地：パリ
会場：見本市会場ポルト・ドウ・ベルサイユ
主催：娯楽ソフトウェア出版社組合（SELL）

3. Games Connection Europe

2001 年から開催されている B to B のゲーム関連見本市。ディベロッパー、パブリッシャー、コンテンツ制作会社などが、ゲームのコンセプトからアウトソーシング、出版、流通、ファイナンスまで、ゲームビジネスに関わる分野全般における将来のパートナーを求めて一斉に集まる。220 社に上る出展企業の 60%がディベロッパー企業。2011 年の参加者は 1200 名に上る。

開催時期：毎年 11 月～12 月の 3 日間
開催地：パリ（開催年より 10 年間パリオン）
会場：見本市会場ポルト・ドウ・ベルサイユ
主催：Connection Events

ドイツにおける主なゲーム関連見本市

1. Gamescom

2009 年から開催されている BtoC ビデオゲーム見本市。2002 年からライブチヒで開催されていた「ゲームズ・コンベンション」を引継ぐ形で 2009 年によりケルンで開催されている。大手パブリッシャーやディベロッパーが最新作を発表、ゲームファンでなくジャーナリストや業界関係者からの注目も高い。入場者にレイティングシステムを導入しており、年齢によって入場の証となるブレスレットの色を変えている。2012 年には 600 企業が出展、約 27 万 5 人が来場している。

開催時期：毎年 8 月に 5 日間
開催地：ケルン（ドイツ）
会場：見本市会場ケルンメッセ
主催：BIU

アンケート返送先 FAX： 03-3582-5309

e-mail：ORA@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 海外調査部 調査企画課宛



● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：フランスを中心とする欧州のコンテンツ市場（2011-2012）ゲーム編

今般、ジェトロでは、標記調査を実施いたしました。報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

■質問1：今回、本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか？（○をひとつ）

4：役に立った 3：まあ役に立った 2：あまり役に立たなかった 1：役に立たなかった

■質問2：①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

--

■質問3：今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

--

■お客様の会社名等をご記入ください。（任意記入）

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針 (<http://www.jetro.go.jp/privacy/>) に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。

～ご協力有難うございました～