

中国最大のゲームショー「ChinaJoy2014」現地レポート

2014年7月31～8月3日 上海国際博覧中心

株式会社クララオンライン
コンサルティングチーム

2014年7月31日から8月3日の4日間に渡り、中国最大のゲームショー「China Digital Entertainment Expo (ChinaJoy)」が開かれた。今年で12回目となる今回は国内外の450社あまりが1000タイトル以上を出品した。初日は気温35度を超える猛暑、2日目以降は台風の接近による悪天候となったが、来場者数は前回より約22%増えて過去最高の延べ25万224人を記録。B2Cの展示面積は東京ゲームショーの約2倍だが、巨大ブースが立ち並ぶ会場内の活気からはそれ以上の規模感を受ける。今回初めて開設されたコンシューマーゲームの専用ホールでは、発売間近とされるPS4やXBOX ONEがとりわけ注目を集めており、モバイルゲームの出品規模も前回に増して拡大していた。さらに何より驚かされたのは、過去に例がないほど多くのブースで日本のコンテンツが大きく取り上げられていたことだ。

1. 悪天候も客足に影響なし！前回より来場者の多さを実感



朝の開場直後は入場まで1時間を超える行列だったが、午後になるにつれ入場もスムーズに。今年は電子チケットの購入時に支付宝(Alipay)で支払えば10元引きになるサービスが登場していた。



B2C 向けのカンファレンスも同時開催。ゲームビジネス関係者専用入口も朝から混雑していた。

-1-

本レポートは、業界・企業に関する情報の提供を目的としたものであり、お客様の経営判断や購買、契約行為にあたってはお客様のご判断のもとに行っていただくようお願いいたします。本レポートは、クララオンラインが直接ご提供するという方法でのみ配布しておりますので、お問い合わせにつきましてはクララオンラインまでご連絡ください。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は株式会社クララオンラインに帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。なお本レポートに掲載されている第三者の企業名や商標、ロゴマークは個々の権利所有者に帰属します。また本レポートを日本国外で配布することは禁止いたします。

2. B2C 会場の様子

●盛大(ShandaGames)・辺鋒



最も巨大なブースが並ぶN3ホール。盛大は今夏にサービス開始を控える「ファイナルファンタジーXIV」を最大限にアピールしており、プロデューサー・吉田直樹氏のサイン・握手会や登場キャラクターによる殺陣などのイベントを連日開催していた。盛大ステージと背中合わせに傘下のゲーム運営会社・辺鋒のステージが配置され、ハイビジョンを売りにしたゲーム専門のブロードキャストプラットフォーム「戦旗TV」を使った対戦イベントが多くの観客を集めていた。

●網易(NETEASE)・BLIZZARD



ステージイベントに力を入れる網易。根強い人気の「魔獣世界(World of Warcraft)」は試遊に人の山。

●騰訊(Tencent)



カプコン「モンスターハンターオンライン（中国名：怪物獵人OL）」の試遊に大行列ができていた。

●巨人網絡



元々は人民解放軍の兵士向けだった戦闘シュミレーションゲーム「光荣使命オンライン」が結構な人気だった。一方でモバイルゲームは出品タイトルが多い割に試遊コーナーは終日ガラガラ。

●銀漢遊戯



コンパニオンをステージに並べて写真を撮らせるのはもう古い！コスプレさせて大勢で踊らせるのが今年の流行りのようだ。巨大バッグやうちわといったグッズのばらまきも激減していたのは懐具合のせい？

●西山居



西山居はキングソフトの子会社。モバイル向けに特化したブースとしては試遊に最も人が集まっていた。

●遊族網絡



今年6月に上場した遊族網絡。大人気のMMORPG「女神連盟」などの試遊ができた。

●JJ比賽



トランプや麻雀といったカードゲーム分野が得意なJJ比賽は、バトルイベントを開催。モバイルの試遊機には子供の姿が目立った。一角には傘下のWebゲームプラットフォーム5599.comのコーナーも。

CLARA ONLINE China Internet Report 2014.8.6

●EA



大々的にフィーチャーしていたのは FIFA 公認の「FIFA ONLINE 3」。試遊機は常に満員の人ばかりで、画面の美しさや動きのスムーズさに感動する声も聞かれた。中国でもキャラクターが人気の「プラント vs. ゾンビ」の巨大オブジェの前では女の子たちが盛んに写真を撮っていた。

●空中網



巨大なモンスターが目をつけた空中網のブースには「World of Tanks (中国名：坦克世界)」などの試遊機がぎっしり並ぶ。7月にテストが始まったばかりだという英国生まれのレーシングゲーム「賽車聯盟」もお目見えし、ドライビングシートの試遊機には長い列ができていた。

●楽逗遊戯



今回のChinaJoyでは試遊エリアをあえて外から見えないようにしているブースがいくつかあった。中でも楽逗遊戯はトイレや会議室、電車を模した試遊エリアの様子が外のモニターに映しだされており、モバイルゲームにもかかわらず興味をひかれた来場者が長い列を作っていた。

●久遊網 (9you)



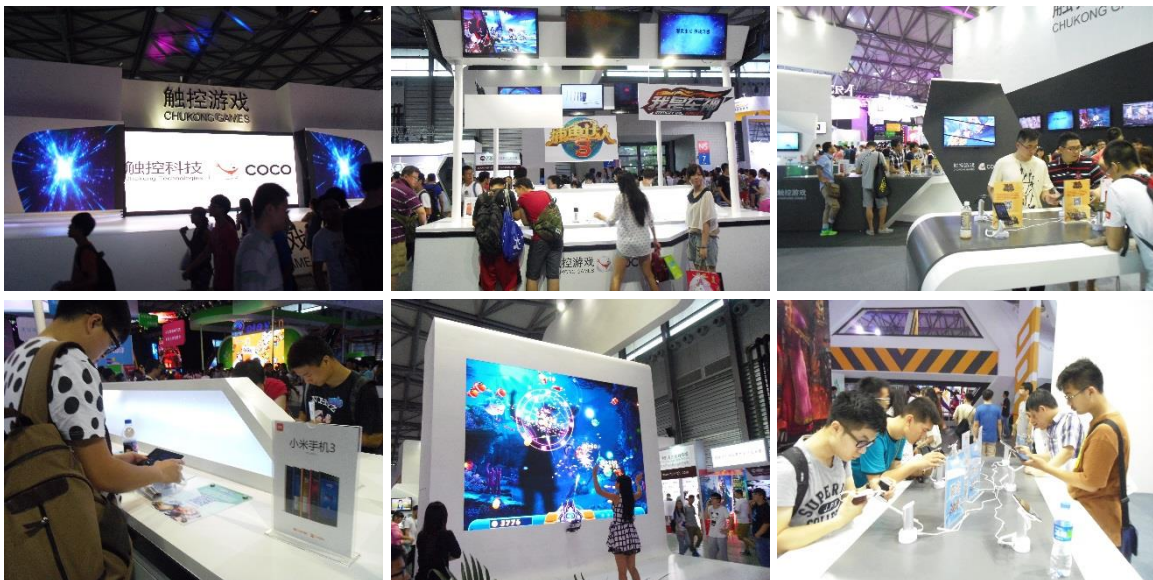
バンダイナムコオンラインのロゴが大きく表示され、正面には小さなガンプラでできたガンダムのパネルが！こちらにも列に並んで通行証を手にしないと入れないクローズ型の展示をしていた。中では「機動戦士ガンダム ONLINE」と「SD ガンダムオペレーションズ」がPCとタブレットで試遊できたほか、巨大ガンダムのジオラマやガンプラの展示も。入場者数をうまくコントロールしており、中では写真を撮ったり、スタッフから説明を受けたりしてゆったりと楽しむことができたようだ。

●中国手遊(CMGE)



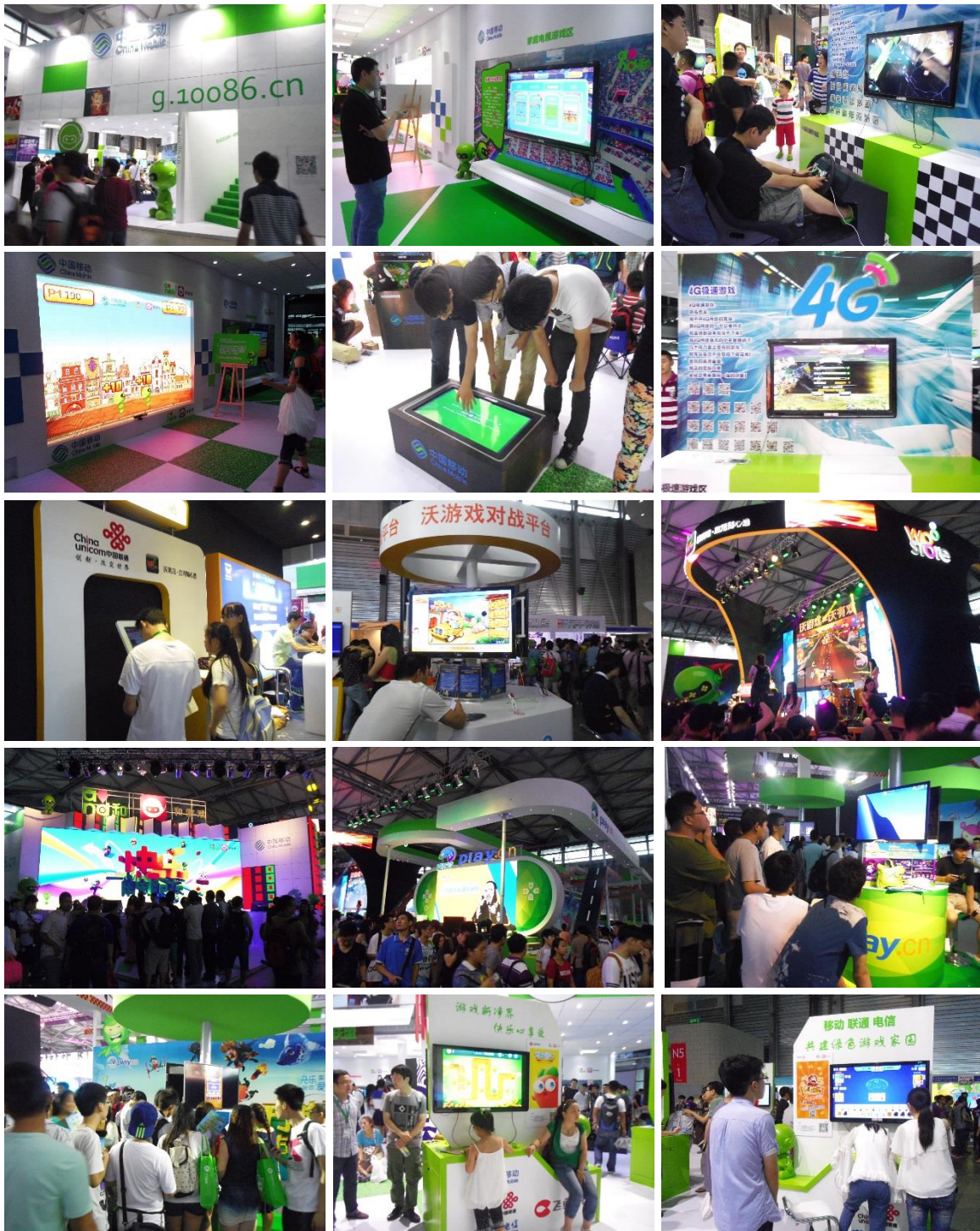
ChinaJoy に合わせて開かれたプレスカンファレンスで、東映アニメーション、グリー、コーエーテクモ、SNK プレイモアの 4 社との提携を発表した CMGE。今後は日系 IP を強化して「ワンピース」、「一休さん」、「NARUTO」といった人気アニメのゲームを展開するほか、「大航海時代5」と「キングオブファイターズ」など複数タイトルのライセンス供与を受けることを明らかにした。

●触控科技



試遊機として小米の「小米3」をはじめとする端末を使用。小米端末を触りたいがために試遊をする様子も見られ、両者のタッグは成功のようだった。「捕魚達人3」、「我是車神」はもちろん、人気タイトルの試遊コーナーにはその場でダウンロードできるよう二次元コードも用意されており常に満員だった。

●中国移動・中国聯通・中国電信



三大キャリアは共同で出展。それぞれのブースで自社のゲームプラットフォームをアピールすると同時に、力を合わせて快適なゲーム環境を作る姿勢をアピールしていた。

● 昆侖遊戲



日本でも人気の韓国製“次世代MMORPG”「TERA」を前面に押し出して来場者を集めていた。

● PlayStation



上海自由貿易試験区で家庭用ゲーム機の製造・販売が解禁されたことを受けて、今回初めて用意されたコンシューマーゲーム(家庭用ゲーム機)メインのホール。最大の目玉となったのはもちろん PS4 と XBOX ONE だ。PS4 では「真・三國無双7 with 猛将伝」、「NBA 2K14」、「グランツーリスモ6」、「FIFA14」など7タイトルが試遊できたが、いずれも台湾向けの繁体字版や英語版。このほか PS Vita では「ファイナルファンタジーXHD リマスター」、「ワンピース海賊無双2」、「ソードアートオンライン」などが並んだ。目新しい発表やイベントこそ無かったが、ブースは常に大混雑でゲームファンの注目度の高さを感じた。

●XBOX ONE



一方の XBOX ONE は今回、簡体字版も含む 20 タイトル以上を公開。すでに 7 月 30 日から本体の予約が始まっていることもあり、多くのゲームファンに体験してもらうため試遊専用のサブブースも用意していた。

●第9城市(The9)



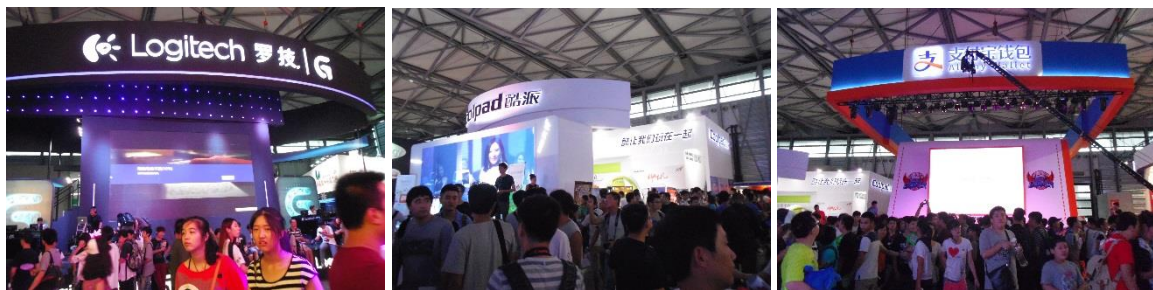
同社と携帯電話製造大手の中興(ZTE)の合併会社が手掛けたセットトップボックス的の機能も備えた家庭用ゲーム機「FUNBOX」。今年 4 月末に発売以来、こうしたイベントに積極的に出展しており、ブース内でも本体を販売していた。たくさんのゲームが遊べるのがウリのようだが、皆が楽しく遊んでいるのは懐かししのストリートファイターⅡやスーパーマリオ・・・権利とか大丈夫かなあ。

●TCL



携帯電話などを製造するTCLも4月末に発売した家庭用ゲーム機「T2」を出展。こちらは古いファミコンのゲームではなく、最近のモバイルゲームをテレビで楽しんでいた。

●ハードウェア系…Logitech・Coolpad・支付宝



PCゲーム関連製品やタブレット本体を展示するブースもいくつかあったが、展示と機能説明程度。今回の入場券の決済サービスとしても利用されていた支付宝はステージイベントに力を入れていた。

3. コスプレ決勝戦も大盛況、物販コーナーも年々拡充中



毎年同時開催されるコスプレ全国大会の決勝戦の様様。全国各地の予選を勝ち抜いたチームが、コスプレによるなりきり寸劇？を繰り広げ、たくさんのテレビカメラが集まっていた。いわゆる控室が用意されていないため、ステージ横では出演者が衣装のままお弁当を食べていたり、小道具が散乱していたり、昼寝していたり、着替えていたり・・・。



数年前まで会場の隅に数店あるだけだったグッズ販売も、今年は物販コーナーとしてホール半分ほどの広さを占めた。売られているものは7月初旬に上海で開催されたアニメ・漫画・ゲームの展示会(CCG EXPO)とほぼ同じで、クッション、Tシャツ、フィギュア、アニメキャラクターの帽子や武器、ポストカードなどが中心。今回もたくさんの店で「福袋」が売られており、値段は39元から100元と様々だ。CCG EXPOでは来場者のほとんどが大きな買い物袋を手にしてしたが、ChinaJoyで買い物をしている人はあまり見かけなかった。

- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンライン コンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします。本書の内容は2014年8月6日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書はクララオンライン コンサルティングサービスチームにより作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポール、香港などアジア各国のインターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。

asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0776