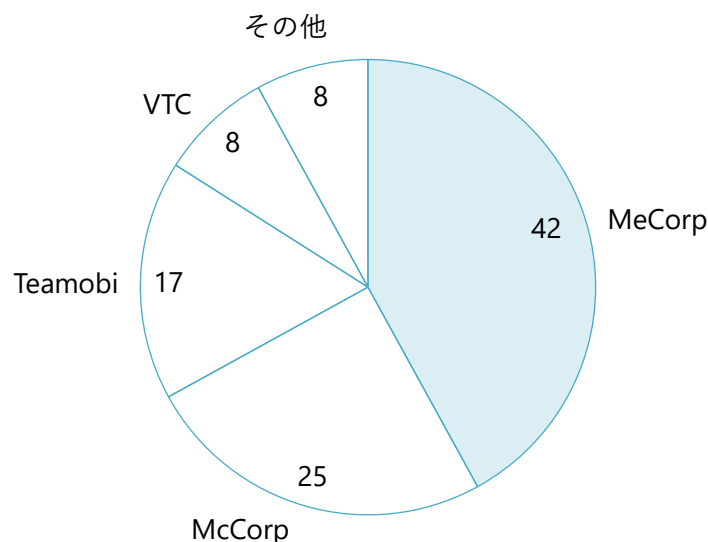


モバイルゲーム、国内企業の成長期待

モバイルゲーム市場は約4年前に出てきた新しい市場だが、以降大きく成長を続けており、2011年に600万ドルだった市場規模は、2013年には1,500万ドルとなっている（公式にリリースされたゲーム売上に限り、ライセンス未取得のゲームを含まない）。

スマートフォンは急速に普及しており、2013年のスマートフォン販売台数は700万台。そのためユーザー数も多く、PCゲームとほぼ同じ2,000万人と、今後の成長が期待されるセクターである。ベトナムではモバイルゲームのリリースに当たって政府への申請が義務付けられているが、80%以上が中国を始めとした外国からの輸入のもの、PCゲームをモバイルに移植しただけのものが多かった。しかし、数年前より国内企業のモバイルゲーム向けソフト開発が始まっている。2012年の主要プレーヤーはMeCorp（市場シェア42%）、McCorp（同25%）で、それぞれ黎明期の2010年、2011年に事業を開始した。MeCorpは古典的なMMORPGを主軸商品としており、McCorpは新しい分野の開発技術に長け、マルチプラットフォーム（モバイル端末、PC）ゲームをベトナムに初めて導入した。PCゲーム開発の大手企業も続々とモバイルゲーム市場に参入している。VTC Gameはモバイルゲームに主軸を移しつつあり、同市場シェアの8%を獲得し、ベトナム大手のIT企業VNG、FPTも参入を始めた。

ベトナムモバイルゲーム市場シェア（2012年：100%=1,200万ドル）



2014年にはインドネシア、ニュージーランドなどへ海外輸出されるゲームも出てきており、ゲーム開発能力は徐々に高まっているようだ。さらに、個人クリエイターの活躍も目覚ましく、Flappy Bird（Nguyen Ha Dong氏制作）が世界的に人気となったのは記憶に新しい。

PCオンラインゲーム市場と同じ課題もある。知的財産権侵害であり、「グラフィックなどの一部を変え

たのみ]、「ベトナム語に翻訳したのみのコピー」が当たり前のようにリリースされている。合法でやる場合、ライセンス取得に通常60～90日必要なため、ライセンス未取得企業にユーザへのアプローチを先行されてしまう、コスト面（ライセンス取得費用）などの弊害もあり、結果として新規タイトルの寿命は短くなってきている（3～6か月）。ベトナム政府は対策を講じているが、インターネットの性質上、抜本的な対策は難しい。

市場の成長性と投資が比較的安価で済むという背景から、ゲームメーカーの多くがモバイルゲームへの注力にシフトしつつある。同市場での競争はさらに加速し、モバイルゲームの品質の向上が期待できそうだ。