

国内オンラインゲーム市場の動向

澤 紫臣 ●アマツ株式会社 チーフクリエイティブオフィサー

下降トレンドにあるオンラインゲーム市場。メタバース、ブロックチェーン、生成AIといった比較的新しい技術や概念は、果たしてゲームの発展に寄与できているのだろうか。市場動向と事例とともに追う。

■国内市場概要

日本オンラインゲーム協会 (JOGA) の「JOGA オンラインゲーム市場調査レポート」によると、日本のオンラインゲーム市場は2023年で1兆610億円規模であり、これはスマートフォン・タブレット、PC/コンソール (家庭用ゲーム機) を合計したものである。ただし、この統計に含まれているのは、国内に事業所を構えている事業者にはば限られているため、海外事業者が直接運営している人気のゲームタイトルが統計外となっていることに注意したい (資料2-2-5)。

総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査」の「通信系コンテンツ市場の内訳 (2022年)」を参照すると、ゲームソフト分野は1兆4412億円だという。同じく2021年のデータを参照すると1兆5427億円であり、JOGAとは調査手法や対象範囲の違いはあるものの、いずれの結果を見ても2020年ごろから減少方向に向かっていることは確かであろう。

では近年において比較的新しいトピックであった「メタバース」「Web3/NFT (ブロックチェーン)」「生成AI」などはオンラインゲーム市場の成長に寄与しなかったのだろうか。次に、それぞれの概況を解説していく。

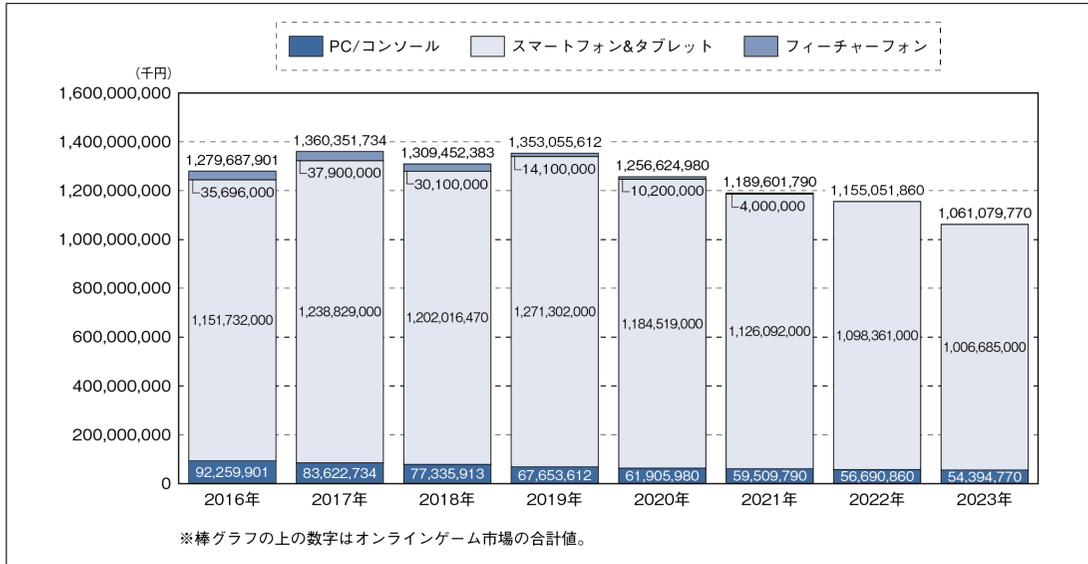
■メタバースは一周してリアルへ

『インターネット白書2024』の本稿では、オンラインゲームの項でメタバースを取り上げたが、1年の間にブームはだいぶ沈静化してしまった。メタバースを楽しむハードウェアとしてVR機器の普及が期待されていたが、例えばApple Vision Proは、その高い性能を反映した約60万円という価格が、円安の影響もあって手軽に購入できるものとは言えない。高性能機としては比較的入手しやすいMeta Quest Proも2025年1月に販売終了となった。普及価格帯ではMeta Quest 3Sが健闘し、北米のAmazon.comでは2024年最も売れたゲーム機ランキング1位となったというが、国内ではいまひとつ話題性に欠ける状態だ。

そうすると「情報通信白書 令和6年版」(総務省)にある「日本のメタバース市場規模は2025年には9317億円に上る」との予測には違和感がある。メタバースと親和性のあるオンラインゲーム市場が1兆円市場であることを鑑みても、関連産業も含むメタバース市場がここまで大きくなるのかは疑問だ。

その裏付けとして、前述のJOGAのレポートにおける企業へのアンケートがある (資料2-2-6)。「メタバース (VR含む) ビジネスの課題」の筆頭に挙げられているのは「市場が小規模である」との

資料2-2-5 オンラインゲーム市場規模の推移



出所：JOGA オンラインゲーム市場調査レポート 2024

回答で、これは6割にも及んでいる。そして2021～2023年の3年間で「ビジネス参入事業者が少ない」との回答が40%から55%へ、「市場の成長が予測不能」が27%から44%へと上昇している。

回答者はいずれもオンラインゲームの開発運営に関わる企業である。ということは、企画開発力やサービス運用経験があってもメタバースの企画開発に踏み込めない、つまり見通しをもって予算と人員を投入するに至らない、と判断をされているということになる。

この3年間にどのような変化があったかという点、人々の生活がコロナ禍以前に戻り、企業などがリモートワークやバーチャルでコミュニケーションをとる必要がなくなった、ということが挙げられるだろう。また、VR機器が浸透しなかったことに加え、『インターネット白書2024』の本稿でメタバース市場の課題として挙げたBtoCの直接課金サービスへの転化が、目に見えて進まなかったことで、一般消費者層がメタバース市場に

定着しなかったことがうかがえる。

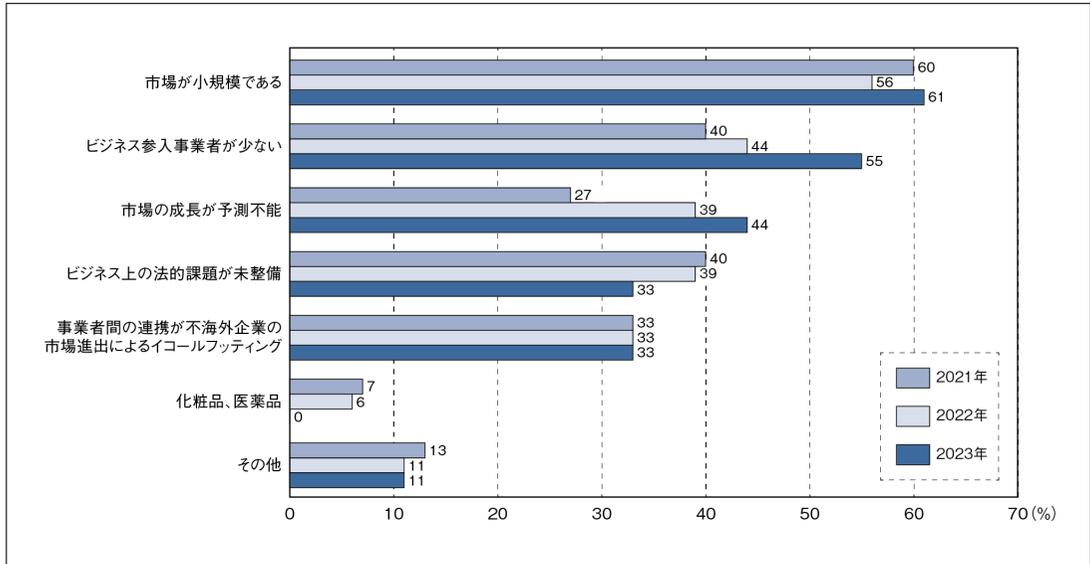
世界に目を向けると、「Roblox」などメタバース型のオンラインゲームプラットフォームが若年層を中心に人気となっており、国内でもこういった牽引役となるタイトルが必要ではないだろうか。

一方で、VRChatに代表されるVRSNSの言わばマニアックでディープな世界にも変化が起きつつある。2024年6月に人気ストリーマー（配信者）のスタンミ氏がVRChatにインして魅力を紹介すると、それが拡散され、これまでまったくVRに触れていなかった層に広がるという出来事があった。リアルとバーチャルの文化をストリーマーがつないだと言える。

同様に、バーチャルとリアルの接続の重要性を感じさせられたのは、2024年12月下旬に「VketReal 2024 Winter」と「VRC大交流会」が同日開催されたことである。

VketRealは、メタバースサービスを提供する

資料2-2-6 メタバース（VR含む）ビジネスの課題（複数回答）



出所：JOGA オンラインゲーム市場調査レポート 2024

HIKKYが中心となって2018年からバーチャルで行われている「バーチャルマーケット」に現実の会場を接続したイベントである。立ち寄った人が気軽にメタバースを体験できる法人出展ブースなどもあり、いわゆるアトラクショナルな展示会の側面を持つ。VRC大交流会は、VRユーザー、VRクリエイター、VR関連企業の3者によるリアルでの交流促進を目的とするイベントである。

VketReal 2024 Winterの開催は同年9月に発表されていたが、開催1か月前に、VRコンテンツ制作会社のポリゴンテラーコンサルティングから突如としてVRC大交流会開催が発表された。ユーザーの間では「同日に似たイベントをぶつけてきた」と話題になりつつ、「どちらの会場も客足が減るのではないか」「もともと参加を決めていた人や企業のもくろみが外れてしまう」など、不安の声も上がっていた。

しかし結果として、VketRealの会場（東京・池袋 サンシャインシティ 文化会館ビル）とVRC大

交流会の会場（同・秋葉原UDX）とを大勢のユーザーが行き来し、どちらも盛況となった。

これらの例から、メタバース内に閉じられ先鋭化していた文化であっても、ストリーマーやイベントがリアルとの接点を得ることで急激に知れたるタイミングが発生することがわかる。まさに人口に膾炙（かいしゃ）した事例と言えるだろう。

また、地方自治体ではメタバースを教育や福祉のツールとして用いる例が見られるようになった。ブームから一周遅れにも見えるが、こういった新しい技術や文化については民間企業などがアーリーアダプターとなり、慎重であった行政が検証を終える数年後に採用するというケースだ。メタバース内では年齢・性別、身体機能、言語・地域の違いといった属性やハンディから解放され、イコールフットイングが期待でき、教育や福祉の現場における行政課題解決に役立つとされている。

メタバースやVRのブームは数年おきに波が

来る。1兆円市場となるには、おそらく先述した「Roblox」のようにオンラインゲームとの境目のないタイトルが国内で生まれ、浸透する必要がある。それと並行して、VR機器の発展とプライスダウン、そして日常生活との接続が行われることで、さらなる市場の成長が実現するのではないかと思われる。

■ブロックチェーンゲームはどうなったのか

2022年のNFTブームから3年が経過した。暗号資産そのものに限って言えば、ビットコインやイーサリアムは高値更新を続けており、一層の値上がり期待されている。背景には2024年1月に米証券取引委員会（SEC）がビットコインの現物ETF（上場投資信託）を承認したことや、暗号資産を推進するドナルド・トランプ氏が同年11月に米国大統領に再選されたことがある。

暗号資産に使われているブロックチェーン技術を用いたゲーム（NFTゲーム）としては、2017年に『CryptoKitties』が注目され、2021年から2022年にかけて『Axie Infinity』や『STEPN』が世界的に流行し話題となった。これらのゲームは、ゲーム内アイテムをゲーム用の暗号資産で取引し、得たアイテムをイーサリアム（暗号資産取引所で換金できる）と交換できることなどが注目され、国内でもプレーする人が多く現れた。

ところが、2023年以降は、空前の暗号資産高騰に反して、NFTゲームは国内で話題となることが少なくなった。魅力的なゲームタイトルによる新たなゲーム体験が消費者にもたらされておらず、海外で開発されるタイトルも日本語対応していないことなどが、背景にあると言えるだろう。ほかにも要因はいくつかある。まず、ゲーム事業において本来好条件のはずの暗号資産高騰が、消費者にとってはNFT購入などの初期費用負担で裏目

に出てしまっていることだ。また、数年の猶予があったにもかかわらずまだウォレットの概念の理解が難しく、「MetaMask」（イーサリアムなどの暗号資産を管理するウォレット）に比肩する操作性の良いウォレットが広まっていない現状もある。NFTブームでの投機的なムーブメントや取引所における暗号資産流出事件で、悪いイメージがついてしまったことも挙げられるだろう。

そのほか、暗号資産関連の事業者が表明するコメントでは、必ずといっていいほど日本の税制が暗号資産の所有に向いていないことに触れられているが、本当にそれが原因なのか、という点では懐疑的にならざるを得ない。

一方、海外では10億ユーザーともいわれるメッセージアプリ「Telegram」が、ブロックチェーンネットワーク「TON (The Open Network)」にウォレットを提供したことで盛況となっている。メッセージアプリがミニアプリを集めてプラットフォーム化しビジネスモデルを成立させるのは、国内の「LINE」を見ても明らかだ。だが、日本では事件報道などにより「Telegramと言えば闇バイト御用達のメッセージアプリ」としてあまり良くない印象がついてしまっている感は否めない。

Web3/NFTブームが去ってしまえばこんなもの、ということかもしれないが、ブロックチェーン自体は「自律分散型で処理される改ざんの難しい履歴に紐づいたデータ」を扱う有用な技術であり、今後も、大きなインパクトは見込めずとも、ゲーム分野での応用研究は進んでいくものと思われる。

■AIがもたらすゲームの進化

2022年11月のChatGPTのセンセーショナルな登場によって、大規模言語モデル（LLM）の生成AIは私たちの生活に溶け込むようになった。それ以前にもスマートスピーカーやiPhoneの「Siri」

あるいは企業の問い合わせ窓口に設置されているチャットボットでもAIは馴染みつつあったが、いわゆる「人工知能」との対話を想起させるインターフェースによって導入ハードルが下がり、瞬く間に広まったのである。

生成AIはLLM以外にも画像生成や音楽生成、動画生成など多岐にわたっており、それまで人間が手掛けていたクリエイティブを置き換えていくのではないかという期待と不安の議論が日々繰り返されている。

ゲーム分野においては、ゲームソフトにAIやそれに似たアルゴリズムを搭載したものは『シーマン〜禁断のペット〜』（セガ、1999年）を挙げるまでもなく昔から存在した。しかし、膨大なデータを機械学習させたものがゲーム内に実装されたり、利用者の増加によりさらに学習が進行することからAI利用の実証的なアプローチとして公開されたりして、一般消費者の手の届くようになったのは近年になってからである。

学習するAIが実際にオンラインゲームに組み込まれているものとしては、対戦格闘ゲームの『ストリートファイター6』（カプコン）の「Manemon」が記憶に新しい。Manemonは、プレイヤーの相手となって対戦をしてくれるAIである。オンラインプレイに興じているプレイヤーたちの操作を学習していると考えられ、強さのランクを切り替えて相手をすると、如実に戦法が変わることが見て取れる。低いランクを指定すると、猪突猛進にパンチやキックを振り回すような戦い方をしますが、高いランクを指定すると、そのランク帯で定石となっている高度なコンボ（連続技）攻撃をしてくるのだ。これは従来のアルゴリズム、特にある特定の瞬間の技の成功率で難易度調整をしていた「CPU戦」とは性質が違うものである。

そしてゲームソフトに実装されるものだけでなく、開発の現場でもAIは大いに役立っている。文

化庁が公表している「コンテンツ制作のための生成AI活用ガイドブック」に詳しく掲載されているが、イラストや世界設定、ストーリーといったアート分野だけでなく、プログラムのコードに至るまで生成AIが活用されている。当然、生成物によって操作者が意図しない著作権侵害を招くことがないような工夫も進められている。

生成AIがゲーム市場に与える直接的な売り上げインパクトは現時点ではまだない。しかし、生成AIの利用によって、開発費の低減や開発期間の短縮、あるいは効率化され生み出された時間を人間がより面白いものを考案・実装するのに充当することによる品質の向上や新しい遊び方の提案などが実現できると考えられる。

■新技術や概念とともに成長するゲーム市場

近年、下降トレンドにあるオンラインゲーム市場であるが、新しい技術がまず実験的に組み込まれ、それがビジネスモデルと組み合わせられて成長の起爆剤になるにはそれなりの時間がかかるであろう。メタバース、ブロックチェーン、生成AIはそれぞれ「ブームになった」という点だけが共通項であり、本質的にはどれも違うものである。例えば、法整備やガイドライン策定の範囲も、メタバースであれば操作者の人格やマナーなどSNSと同様な側面が浮き彫りになり、ブロックチェーンゲームでは暗号資産に絡んで税制や会計制度の整備が求められる。

新しい技術や概念が、直ちにゲーム市場に良いインパクトをもたらすことはない。だが、ゲームコンテンツがカバーする範囲、いわば「懐」が相対的に広がったことから、これらを取り込む余地があったとも言えるのではないだろうか。

今後オンラインゲーム市場が勢いを取り戻すためには、貪欲なまでに他分野にも目を向け、技

術、概念を取り込んでいかななくてはならない。さらに必要なのは、それをビジネスモデルに落とし込むアイデアを、ブームの浮き沈みに左右されることなく、時間をかけて育て、実装していくことだろう。

もちろん、生成AIの分野が慎重かつ丁寧に著作権問題に取り組んでいるように、ゲーム分野においてもグレーゾーンをなくすべく順法意識をもって、消費者保護の観点で取り組んでいくことが肝要である。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dおよび株式会社インプレスが1996年～2025年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParcives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&Dおよび株式会社インプレスと著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

インプレス・サステナブルラボ

✉ iwp-info@impress.co.jp