

第1部

1. ゲーム産業総括

1-1. ゲーム産業の市場規模

〈表1-1〉 韓国ゲーム市場規模現況及び展望	15
〈表1-2〉 韓国のゲーム流通市場規模及び展望	15
〈表1-3〉 韓国ゲーム市場総規模(2004)	16
〈表1-4〉 プラットフォーム別韓国のゲーム市場(2004)	16
〈表1-5〉 ゲーム専門投資組合現況(2001)	16
〈表1-6〉 年度別ゲーム産業人材増加現況	17
〈表1-7〉 韓国の主要モバイルインターネットコンテンツ活用度	17

1-2. ゲーム産業輸出入現況及び韓国市場比重

〈表1-8〉 韓国のゲーム産業輸出入現況及び展望	18
〈表1-9〉 世界ゲーム市場現況と展望	18
〈表1-10〉 世界市場対比韓国ゲーム産業の比率(2004)	19
〈表1-11〉 韓国のゲーム市場輸出入推移及び展望	19
〈表1-12〉 世界主要市場対比韓国ゲーム市場規模(2004年)	20
〈表1-13〉 欧米のPCゲーム市場規模予測	20
〈表1-14〉 地域別世界のモバイルゲーム売上現況	21
〈表1-15〉 地域別世界のモバイルゲーム利用者現況	21
〈表1-16〉 米国・ヨーロッパの携帯電話使用者のモバイルゲーム利用率	21

2. ゲーム別市場規模及び現況

2-1. オンラインゲーム

〈表2-1〉 ゲーム別市場規模及び現況	22
〈表2-2〉 年度別韓国のオンラインゲーム市場規模推移	22
〈表2-3〉 ゲームポータル別占有率及び訪問者数	22
〈表2-4〉 オンラインゲームパブリッシャーの売上額現況(上位8社)	23

2-2. ビデオゲーム

〈表2-5〉 韓国ビデオゲーム市場規模(2004)	24
〈表2-6〉 韓国のビデオゲーム機発売現況	24
〈表2-7〉 主要ビデオゲーム機ハードウェア販売量 (2002～2004)	24
〈表2-8〉 ビデオゲームタイトル販売量 (2002～2004)	25
〈表2-9〉 年度別プラットフォーム別ビデオゲームゲームタイトル販売量	25
〈表2-10〉 年度別プラットフォーム別ハンゲル版ビデオゲームゲームタイトル販売量	25
〈表2-11〉 流通網別PlayStation2ビデオゲーム機販売比率推移	25
〈表2-12〉 韓国製PlayStation2ゲーム発売及び開発現況(2005年4月末現在)	26

2-3. モバイルゲーム

〈表2-13〉 モバイルゲーム売上額及び輸出額推移	27
〈表2-14〉 モバイルゲーム売上順位	27
〈表2-15〉 Korea Telecom Freetelモバイルゲーム現況	28
〈表2-16〉 LG Telecomモバイルゲーム現況	29

2-4. PCゲーム

〈表2-17〉 年度別韓国のPCゲーム市場規模推移	30
〈表2-18〉 PC及びコンソールゲーム順位変動(2004)	30

3. ゲーム関連企業現況

〈表3-1〉 年度別ゲーム関連企業現況 (1999～2004)	31
〈表3-2〉 業種別主力分野(2004)	31
〈表3-3〉 製作及び配給会社数(2004)	32
〈表3-4〉 年度別PC部屋現況及び増加率	32
〈表3-5〉 PC部屋のPC保有現況	32
〈表3-6〉 地域別PC部屋分布現況	33
〈表3-7〉 全国アーケードゲーム場分布現況	34
〈表3-8〉 地域別アーケードゲーム場現況(2004)	35
〈表3-9〉 ゲーム場の保有ゲーム機構成(2004)	35
〈表3-10〉 主要ゲーム企業発売編数	36

〈表3-11〉 コスダック登録ゲーム関連企業現況(2005年6月現在)	37
-------------------------------------	----

4. デジタルコンテンツ産業

〈表4-1〉 韓国のデジタルコンテンツ市場規模及び展望	38
〈表4-2〉 韓国のデジタルコンテンツ産業市場規模及び展望	38
〈表4-3〉 大分類別デジタルコンテンツ産業売上現況	39
〈表4-4〉 大分類別デジタルコンテンツ産業構成比推移	39
〈表4-5〉 販売方法別デジタルコンテンツ産業市場規模	39
〈表4-6〉 流通チャンネル別韓国のデジタルコンテンツ産業市場規模及び比重	40
〈表4-7〉 流通チャンネル別デジタルコンテンツ産業中分類市場規模(2004)	40
〈表4-8〉 世界のデジタルコンテンツ市場規模現況及び展望	41
〈表4-9〉 世界のゲーム市場規模及び展望	43
〈表4-10〉 世界のデジタル映像市場規模現況及び展望	43
〈表4-11〉 世界のモバイルコンテンツ市場規模現況及び展望	44
〈表4-12〉 部門別世界のゲーム市場市場規模展望	44
〈表4-13〉 分野別中国のゲーム市場規模	45
〈表4-14〉 分野別アメリカのゲーム市場規模	45
〈表4-15〉 分野別ヨーロッパのゲーム市場規模	45
〈表4-16〉 韓国のアニメーション市場売上額	46
〈表4-17〉 韓国のアニメーション市場輸出入規模	46
〈表4-18〉 世界のモバイルコンテンツ市場規模展望	46
〈表4-19〉 世界のモバイルコンテンツ市場規模展望	47
〈表4-20〉 ヨーロッパのモバイルコンテンツ市場規模現況及び展望	47
〈表4-21〉 アジアのモバイルコンテンツ市場規模現況及び展望	47
〈表4-22〉 主要コンソールの販売量比較(2004年6月現在)	48
〈表4-23〉 中分類別デジタルコンテンツ産業の1人当たり売上額	48
〈表4-24〉 デジタルコンテンツ産業製作及びサービス市場規模	49
〈表4-25〉 流通別デジタルコンテンツ産業製作及びサービス市場売上額構成(2004)	49
〈表4-26〉 デジタルゲーム産業売上規模	50
〈表4-27〉 デジタルアニメーション産業売上規模	50
〈表4-28〉 デジタル映像産業売上規模	50
〈表4-29〉 情報コンテンツ産業売上規模	51
〈表4-30〉 e-Learning産業売上規模	51
〈表4-31〉 デジタル音楽産業売上規模	51
〈表4-32〉 デジタルキャラクター産業売上規模	52

〈表4-33〉 流通分野の市場規模推移	52
〈表4-34〉 オンライン流通分野売上規模	52
〈表4-35〉 オフライン流通分野売上規模	53
〈表4-36〉 ソリューション部門売上規模	53
〈表4-37〉 著作ツール分野売上規模	53
〈表4-38〉 保護分野売上規模	54
〈表4-39〉 管理/サービス分野売上規模	54
〈表4-40〉 デジタルコンテンツ産業総輸出規模(2004)	54
〈表4-41〉 製作及びサービス分野輸出規模	55
〈表4-42〉 ソリューション分野輸出規模	55
〈表4-43〉 デジタルコンテンツの分野別輸出額	55
〈表4-44〉 部門別製作及びサービス輸出額	56
〈表4-45〉 部門別ソリューション輸出額	56
〈表4-46〉 デジタルコンテンツ市場輸入規模	56
〈表4-47〉 分野別デジタルコンテンツ市場輸入規模	57
〈表4-48〉 ソリューション市場輸入規模	57
〈表4-49〉 形態別デジタルコンテンツ市場輸入額	57
〈表4-50〉 形態別製作及びサービス市場輸入額	58
〈表4-51〉 形態別ソリューション市場輸入額	58
〈表4-52〉 分野別ソリューション市場輸入額	59
〈表4-53〉 分野別デジタルコンテンツ売上額、広告売上額及びその他売上額(2003)	60
〈表4-54〉 分野別デジタルコンテンツ売上額、広告売上額及びその他売上額(2004)	61
〈表4-55〉 販売方法別売上額(2003年)	62
〈表4-56〉 販売方法別売上額(2004年)	63
〈表4-57〉 流通チャンネル別売上額構成(2004年)	64
〈表4-58〉 形態別輸出額 (2003)	65
〈表4-59〉 形態別輸出額(2004)	66
〈表4-60〉 形態別輸入額(2003)	67
〈表4-61〉 形態別輸入額(2004)	68

5. 技術開発動向

〈表5-1〉 業種別ゲームプラットフォーム映像処理技術保有率	69
〈表5-2〉 業種別ゲームプラットフォームネットワーク処理技術保有率	69
〈表5-3〉 業種別ゲームプラットフォームプログラム開発言語保有率	70
〈表5-4〉 業種別ゲームプラットフォームプログラム開発言語保有率	71

6. ゲーム等級分類及び事由別統計

〈表6-1〉 等級分類統計(2004年1～12月)	72
〈表6-2〉 事由別分類統計(2004年 1～12月)	73
〈表6-3〉 2004年業務用ゲーム物等級分類現況(‘等級保留’ゲーム物含む)	73
〈表6-4〉 デジタルコンテンツ市場の輸入規模	74
〈表6-5〉 国別業務用ゲーム物等級分類現況(2004年製作)	74
〈表6-6〉 種類別射幸性ゲーム等級分類現況(2004)	75
〈表6-7〉 事由別業務用ゲーム物利用不可現況(2004)	75
〈表6-8〉 ゲーム物の媒体別現況(‘等級保留’になったゲーム物は除外)	76
〈表6-9〉 等級別審査現況(2004)	76
〈表6-10〉 分野別業務用ゲーム物利用不可現況(2004)	77
〈表6-11〉 原産国別許可現況	77
〈表6-12〉 製作国別業務用ゲーム物現況(2004年製作)	77
〈表6-13〉 ジャンル別オンラインゲーム物ジャンル別区分(2004)	78
〈表6-14〉 等級別現況(2004)	78
〈表6-15〉 事由別等級保留及び利用不可現況(2004)	78

7. 世界のゲーム市場

7-1. 世界のゲーム市場現況

〈表7-1〉 世界のゲーム市場現況及び展望(2002年～2007年)	79
〈表7-2〉 世界のビデオゲームソフトウェア市場現況及び展望	79
〈表7-3〉 ビデオゲーム機種別EA社の売上額及び市場占有率	80
〈表7-4〉 圏域別世界のPCゲーム市場規模及び成長率(2002年～2007年)	80
〈表7-5〉 圏域別世界のビデオゲーム市場規模及び成長率(2002年～2007年)	81
〈表7-6〉 圏域別世界のオンラインゲーム市場規模及び成長率(2001年～2007年)	81
〈表7-7〉 圏域別世界のアーケードゲーム市場規模及び成長率(2002年～2007年)	82
〈表7-8〉 世界のPCゲーム市場規模及び展望	82
〈表7-9〉 世界のオンラインゲーム市場規模及び展望	82
〈表7-10〉 世界のアーケードゲーム市場規模及び展望	82
〈表7-11〉 ビデオゲームコンソール発売年とコンピュータパワーの比較	83
〈表7-12〉 コンソールとアーケードゲーム産業市場規模	83

〈表7-13〉 ヨーロッパのゲーム市場売上額比較	84
〈表7-14〉 Screen Digest社によるヨーロッパ圏オンラインゲーム市場規模及び展望	84
〈表7-15〉 EITOによるヨーロッパのオンラインゲームコンソール市場展望	84
〈表7-16〉 圏域別世界のモバイルゲーム市場規模及び成長率(2002年～2007年)	85
〈表7-17〉 世界のモバイルゲーム市場規模及び展望	85

7-2. 米国

〈表7-18〉 米国のゲーム市場規模及び展望	86
〈表7-19〉 米国のビデオゲーム市場規模及び展望	86
〈表7-20〉 プラットフォーム別米国のゲーム市場規模及び成長率(2002年～2007年)	87
〈表7-21〉 米国のアーケードゲーム施設物現況(2003/2004)	87
〈表7-22〉 年齢別米国のアーケードゲーム場主要顧客比率(2001年～2004年)	88
〈表7-23〉 米国のビデオゲーム市場規模(2002～2007)	88
〈表7-24〉 年度別ビデオコンソール販売量	88
〈表7-25〉 米国のビデオゲームベストセラー(販売額基準)(2004)	89
〈表7-26〉 米国のPCゲーム市場規模及び展望	89
〈表7-27〉 米国の2004年発売PCゲームランキング	90
〈表7-28〉 米国のオンラインゲーム市場規模及び展望	90
〈表7-29〉 米国のMassively Multiplayerオンラインゲームランキング	91
〈表7-30〉 米国のモバイルゲーム市場規模及び展望	92
〈表7-31〉 米国のモバイルゲーム使用者推移	92
〈表7-32〉 米国のモバイルゲームデバイス	92
〈表7-33〉 米国のモバイルゲームダウンロード回数展望	93
〈表7-34〉 米国のモバイルゲーム製造会社現況	93
〈表7-35〉 米国のアーケードゲーム市場規模及び展望	93
〈表7-36〉 米国通信会社のモバイルゲーム提供現況	94
〈表7-37〉 プラットフォーム別米国の市場占有率(会計年度2003年 3/4半期)	94
〈表7-38〉 EA社の地域別売上	94
〈表7-39〉 韓国ゲーム企業のアメリカ進出現況	95

7-3. ヨーロッパ圏

〈表7-40〉 ヨーロッパのゲーム市場規模及び展望	96
---------------------------------	----

〈表7-41〉 ヨーロッパのビデオゲーム市場規模及び展望	96
〈表7-42〉 西ヨーロッパのゲームコンソール販売量及び前年対比増加率	96
〈表7-43〉 西ヨーロッパのゲームコンソール販売額及び前年対比増加率	97
〈表7-44〉 ヨーロッパのPC ゲーム市場規模及び展望	97
〈表7-45〉 ヨーロッパのオンラインゲーム市場規模及び展望	97
〈表7-46〉 EITOによるヨーロッパのオンラインゲームコンソール市場展望	97
〈表7-47〉 ヨーロッパのアーケードゲーム市場規模推移(2002年～2007年)	98
〈表7-48〉 Screen Digest社によるヨーロッパ圏のオンラインゲーム市場規模及び展望	98
〈表7-49〉 ヨーロッパのMMOG市場規模(2001年～2007年)	98
〈表7-50〉 アメリカとチェコの賃金比較	99
〈表7-51〉 西ヨーロッパと東ヨーロッパのゲーム開発企業比較(2004)	99
〈表7-52〉 ヨーロッパ圏のモバイルゲーム市場規模及び展望	99
〈表7-53〉 形態別ヨーロッパのモバイルゲーム市場収益(2002年～2006年)	100
〈表7-54〉 ヨーロッパのダウンロードゲーム市場の収益モデル(2002年～2006年)	100
〈表7-55〉 東西ヨーロッパのモバイルゲームダウンロード収益比較	100
〈表7-56〉 移動通信会社別ヨーロッパのモバイルゲーム数	101
〈表7-57〉 韓国オンラインゲームのヨーロッパ進出現況	102
〈表7-58〉 韓国ゲーム企業のヨーロッパ進出現況	102
〈表7-59〉 イギリスのオンラインゲーム利用世帯及び展望	102
〈表7-60〉 イギリスのゲームコンソール普及率	102
〈表7-61〉 イギリスのゲームパブリッシング企業	103
〈表7-62〉 イギリスのPS2ベストセラーゲーム	103
〈表7-63〉 イギリスのPCゲームベストセラー(2004年末基準, Full Price)	104
〈表7-64〉 イギリスの低価PCゲームベストセラー(2004年末基準, Budget Price)	104
〈表7-65〉 フランスのゲーム販売順位(2004年9月11日-17日基準)	105
〈表7-66〉 フランス パリ地域のゲーム企業現況	105
〈表7-67〉 世界10位圏内に属するフランスのゲームパブリッシャー	106
〈表7-68〉 ドイツのゲーム販売量及び販売額	106
〈表7-69〉 ドイツのコンソールソフトウェア販売量及び販売額	107
〈表7-70〉 ドイツのPCゲーム用ソフトウェア販売順位(2004年11月26日基準, 28ユーロ以上)	107
〈表7-71〉 ドイツのPCゲーム用低価ソフトウェア販売順位(2004年11月26日基準, 28ユーロ以下)	108

7-4. アジア及び中華圏

〈表7-72〉 アジア各国のオンラインゲーム市場展望(2002年～2007年)	109
---	-----

〈表7-73〉 アジア各国のモバイルゲーム市場展望(2002年～2007年)	110
〈表7-74〉 アジア各国の不法複製エンターテイメントS/W損害額	111
〈表7-75〉 中国のゲーム市場規模及び展望	112
〈表7-76〉 プラットフォーム別中国のゲーム市場展望と成長率	112
〈表7-77〉 中国のビデオゲーム市場規模及び展望	113
〈表7-78〉 中華圏のPCゲーム市場規模及び展望	113
〈表7-79〉 中華圏のオンラインゲーム市場規模及び展望	113
〈表7-80〉 中華圏のモバイルゲーム市場規模及び展望	113
〈表7-81〉 中華圏のアーケードゲーム市場規模及び展望	114
〈表7-82〉 中国オンラインゲーム市場で利用されている国別ゲーム数	114
〈表7-83〉 チャイナモバイルと チャイナユニコムモバイルゲームサービス比較	114
〈表7-84〉 中国のSMSゲーム平均価格(2002～2005)	114
〈表7-85〉 価格別JAVAゲーム販売数量及び売上額比率(2004)	115
〈表7-86〉 国別中国オンラインゲーム市場の占有率	115
〈表7-87〉 10大中国の人気オンラインゲーム	115
〈表7-88〉 主要地域別UbiSoft社の人材現況	116
〈表7-89〉 中国のWAP主要事業者売上現況 (2004年10月)	116
〈表7-90〉 外資と協力推進中の中国の主要モバイルゲーム企業リスト	117
〈表7-91〉 中国モバイルゲーム市場に進出した韓国の主要企業	118
〈表7-92〉 韓国オンラインゲーム企業の中華圏進出現況	118
〈表7-93〉 台湾のPCゲーム市場規模及び展望	121
〈表7-94〉 分野別ゲーム産業の台湾市場規模及び展望	121
〈表7-95〉 オーストラリアの人気ゲームソフトウェア(2004年8月1日から1週間)	122
〈表7-96〉 アジア圏のゲーム市場規模及び展望	122
〈表7-97〉 その他アジア圏進出韓国オンラインゲーム企業の現況	123

7-5. 東南アジア圏

〈表7-98〉 東南アジア主要国のオンラインゲーム利用人口(2003～2008)	124
〈表7-99〉 総ゲーム人口対比オンラインゲーム利用者比重(シンガポール、タイ、マレーシア)	124
〈表7-100〉 性別オンラインゲーム利用者比重(シンガポール、タイ、マレーシア)	124
〈表7-101〉 オンラインゲーム利用者年齢分布現況(シンガポール、タイ、マレーシア)	125
〈表7-102〉 国別東南アジアのモバイルゲーム市場規模(2002～2007)	125
〈表7-103〉 国別アジアの3Gモバイル発売現況(2004.6)	126
〈表7-104〉 タイのオンラインゲーム利用者展望(2003～2008)	127

〈表7-105〉 タイのゲーム市場規模(最終売上額基準)(2002～2007)	128
〈表7-106〉 タイの人気オンラインゲーム(2004年基準)	128
〈表7-107〉 アジア太平洋地域オンラインゲーム加入料売上規模及び展望	130
〈表7-108〉 総ゲーム人口対比オンラインゲーム利用者比重(シンガポール、タイ、マレーシア)	130
〈表7-109〉 オンラインゲーム利用者性別比重(シンガポール、タイ、マレーシア)	130
〈表7-110〉 オンラインゲーム利用者年齢分布現況(シンガポール、タイ、マレーシア)	130
〈表7-111〉 オンラインゲーム利用場所(シンガポール、タイ、マレーシア)	131
〈表7-112〉 有料オンラインゲーム利用者比重(シンガポール、タイ、マレーシア)	131
〈表7-113〉 タイのオンラインゲーム市場規模展望(2003～2008)	131
〈表7-114〉 マレーシアのオンラインゲーム市場規模展望(2003～2008)	132
〈表7-115〉 シンガポールのオンラインゲーム市場規模展望(2003～2008)	132
〈表7-116〉 シンガポールのゲーム市場規模展望(最終売上額基準)(2002～2007)	133
〈表7-117〉 フィリピンのオンラインゲーム市場展望(2003～2008)	133
〈表7-118〉 タイ進出韓国製ゲーム	134
〈表7-119〉 フィリピン進出韓国製ゲーム	134
〈表7-120〉 シンガポール進出韓国製ゲーム	135
〈表7-121〉 マレーシア進出韓国製ゲーム	135
〈表7-122〉 インドネシア進出韓国製ゲーム	135

第2部 韓国のゲーム産業支援制度

1. 「今月の優秀ゲーム」選定および賞の授与	139
2. 「大韓民国ゲーム大賞」選定および賞の授与	139
3. 機能性ゲーム公募展	141
4. ゲーム文化振興事業	142
5. ゲーム遠隔教育の活性化	143
6. e-スポーツ活性化事業	144
7. 国際ゲーム展示会の開催	145
8. 優秀ゲームシナリオ創作のための環境育成	146
9. ゲーム海外展示会への参加	147
10. 海外投資輸出相談会開催	148
11. ゲーム分野専門人材の養成	149
12. ゲーム応用技術開発支援	150
13. 海外固定プログラム確保支援事業	151
14. 海外音楽展示会参加の支援事業	152
15. 輸出用音楽コンテンツ制作支援事業	153

16. 海外音楽フェスティバル参加支援事業	154
17. 音楽ショーケース開催支援事業	155
18. デジタルシングル製作支援事業	156
19. インディレーベル育成支援事業	157

第3部 ゲーム企業編

企業リスト	161
アルファベット順索引	336
地域別索引	369