



GAMEは変わる、遊びを変える。

TOKYO GAME SHOW 2014

東京ゲームショウ2014 オフィシャルレポート

主催：一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)

共催：日経BP社

会期：2014年9月18日(木)～21日(日)

会場：幕張メッセ

※東京ゲームショウ2014は、経済産業省によるコンテンツ海外展開等促進基金
(J-LOP)からの助成を受けております。



日経BP社
Nikkei Business Publications, Inc.

TOKYO GAME SHOW 2014



目次

1.はじめに	02
2.開催概要・来場者数	03
3.出展社一覧	04
4.会場レイアウト／展示コーナー紹介	06
5.開会式／懇親パーティー	09
6.中期ビジョンの成果／中期ビジョンに向けた施策について	10
7.イベントステージ	18
8.日本ゲーム大賞2014	19
9.ビジネスデイ来場者アンケート	23
10.一般来場者アンケート	26
11.出展社アンケート	28
12.広報活動	30
13.制作物	31



1.はじめに

「東京ゲームショウ2014」は、「世界最上級のゲームビジネスイベント」を目指すことと「一般来場者の満足度向上」を中期的な目標に掲げ、『GAMEは変わる、遊びを変える。』をテーマに、一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会主催、日経BP社共催のもと、9月18日(木)～21日(金)の4日間、千葉・幕張メッセにて開催しました。

4日間を通じた総来場者数は、歴代2位となる25万1832人を記録しました。ビジネスデイ2日間合計で5万6433人という数字は、ビジネスデイ単体で見た場合、歴代2位を記録しました。特に海外来場者数(事前登録者数ベース)は1555人となり、昨年の1379人を上回りました。海外メディアの登録ものべ1891媒体・4800人を数え、取材者数は歴代2位となりました。

出展社数は421社で、昨年から69社増えて、過去最多を更新しました。このうち国内出展社は219社で昨年から29社増え、海外出展社は202社で昨年から40社増加しました。主に、アジア圏からの出展社が増えたことが今年の特徴です。中国、韓国からの出展社が大幅に増加したほか、ASEAN10カ国からもおしなべて増加しました。

中期ビジョン「世界最上級のゲームビジネスイベントとなる」を実現するためには、国際的な商談を促進することが必要です。そこで、事前にアポイントメントを成立させるためのシステムを昨年同様に実施しました。登録社数は昨年の523社を大きく上回り875社、ビジネスデイ来場者の登録も増加し355人でした。出展のない国々からの利用者も目立ち、アラブ首長国連邦やイラン、イスラエル、ウクライナ、エストニア、ノルウェーといった国々から来場したビジネス関係者が商談していました。その結果、アポイントメントが成立した件数は601件と、昨年よりも46件増えました。

さらに今年は、ビジネスミーティングエリアにおけるホスピタリティを向上させるために、ビジネスマッチングコーディネーターを配置し、当日の商談に関するアドバイスなどサポートを来場者や出展社に行いました。また、インフォメーションやビジネスミーティングエリア受付に、通訳やバイリンガルスタッフを配置し、海外来場者に対して必要なインフォメーションを提供できる態勢を整えました。

もう一つの中期ビジョン「一般来場者の満足度向上」のためには、まず混雑を緩和する施策が重要です。昨年、9ホールまで増床し、開催規模を拡大しましたが、多くの一般来場者にご参加いただいたため、混雑度については大きな改善は達成できませんでした。そこで、2014年は、出展ゾーンのレイアウトを大きく変更し、40小間以上の大規模出展社を会場の南北の壁沿いに配置。中小規模の出展社を中心の列にまとめてことで、大規模出展社同士が隣接通路を挟んで向い合わないようにしました。また、ステージ周辺の動線計画を事前に作成し、当日の運営を破たんさせないなどの改善が奏功し、混雑緩和を実現しました。

加えて「一般来場者の満足度向上」のために、昨年同様にハズレくじなしの「大抽選会」、運動コンサートイベントの実施、協賛企業によるドリンク配布、デジタルサイネージの設置、公式アプリの配布、携帯電話充電コーナー設置などの各種施策を実施しました。

こうした施策を通じて規模が年々拡大・充実している東京ゲームショウを無事に終了することができました。これも、出展社の皆様、ご協賛企業の皆様、ならびに関係各社の多大なるご協力の賜物と厚くお礼申し上げます。

ここに、東京ゲームショウ2014の開催内容をとりまとめ、オフィシャルレポートとしてご報告申し上げます。来場者数やその内訳、主催者企画などのほか、来場者や出展社の皆様にご協力いただいたアンケート結果などを掲載しております。本レポートを通じて、東京ゲームショウへのご理解を深めていただければ幸いです。

出展社の皆様、ならびに関係各社の多大なるご協力に改めてお礼申し上げます。

一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会
日経BP社



2. 開催概要・来場者数

【名 称】	東京ゲームショウ2014 TOKYO GAME SHOW 2014
【テーマ】	GAMEは変わる、遊びを変える。
【主 催】	一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)
【共 催】	日経BP社
	※東京ゲームショウ2014は、経済産業省によるコンテンツ海外展開等促進基金(J-LOP)からの助成を受けております。
【会 期】	ビジネスデイ 2014年9月18日(木)、19日(金) 10:00～17:00 一般公開 2014年9月20日(土)、21日(日) 9:30～17:00
【会 場】	幕張メッセ(千葉県千葉市美浜区) 1～9ホール(展示面積:約6万3000平方メートル)、国際会議場、イベントホール
【出展社数】	421社(国内:219社、海外202社) (昨年352社(国内190社、海外162社)) <ul style="list-style-type: none">• 出展社の国・地域 32 (昨年33カ国・地域)アジア・オセアニア(16カ国・地域): インドネシア、オーストラリア、韓国、カンボジア、シンガポール、タイ、台湾、中国、フィリピン、ブルネイ・ダルサラーム、ベトナム、香港、マカオ、マレーシア、ミャンマー、ラオス北中南米(4カ国): アメリカ、アルゼンチン、カナダ、ブラジル 欧州(11カ国): アイルランド、イギリス、オーストリア、オランダ、イス、スウェーデン、スペイン、デンマーク、ドイツ、フランス、ポーランド
【総出展小間数】	1715小間 (昨年:1539小間)
【出展タイトル】	1363タイトル(事前登録数)
【入場料】	ビジネスデイ招待者 無料 ※招待者以外の登録料 5000円(税込) 一般公開(中学生以上) 前売券 1000円(税込) 当日券 1200円(税込) 小学生以下 無料 TGS2014サポートアーズクラブチケット 3000円(税込)※特典付き 特別割引入場券 当日券のみ 100円(税込) <ul style="list-style-type: none">• 身体障害者手帳、戦傷者手帳、被爆者健康手帳、療養手帳(愛の手帳)のいずれかを提示の方。• 介護が必要な場合、介護の方1名様。 • 満70歳以上の方。

【出展タイトルの内訳】プラットフォーム／ジャンル別

プラットフォーム	タイトル数	プラットフォーム	タイトル数
iOS	259	PlayStation3	43
Android	246	PlayStation Vita	34
その他スマートフォン	32	PlayStation Portable	5
フィーチャーフォン	22	Xbox One	24
ニンテンドー3DS	41	Xbox360	16
ニンテンドーDS	1	PC	79
Wii U	13	PCブラウザゲーム	10
Wii	3	Steam	4
PlayStation4	42	その他*	490
合計			1364

*その他は、インディーゲーム、グッズ、スマホアクセサリーを含みます。

ジャンル	タイトル数	ジャンル	タイトル数
アクション	179	シューティング	17
ロールプレイング	138	アクション・シューティング	16
インディーゲーム	81	アクション・ロールプレイング	13
シミュレーション	73	アクション・アドベンチャー	12
パズル	63	レーシング	7
アドベンチャー	35	周辺機器	19
開発ツール	32	その他(ジャンル)	263
スポーツ	24	その他(グッズ)	392
合計			1364

【来場者数】

	2014年	2013年	2012年
ビ ジ ネ ス デ イ	9月18日(木)	9月19日(木)	9月20日(木)
	27,786人	29,171人	27,391人
	9月19日(金)	9月20日(金)	9月21日(金)
	28,647人	23,183人	24,504人
一 般 公 開	9月20日(土)	9月21日(土)	9月22日(土)
	92,308人 (内ファミリー 5,951人)	102,399人 (内ファミリー 7,031人)	94,989人 (内ファミリー 16,760人)
	9月21日(日)	9月22日(日)	9月23日(日)
	103,091人 (内ファミリー 9,245人)	115,444人 (内ファミリー 13,286人)	76,869人 (内ファミリー 15,616人)
合 計	251,832人 (内ファミリー 15,196人)	270,197人 (内ファミリー 20,317人)	223,753人 (内ファミリー 32,376人)

3. 出展社一覧

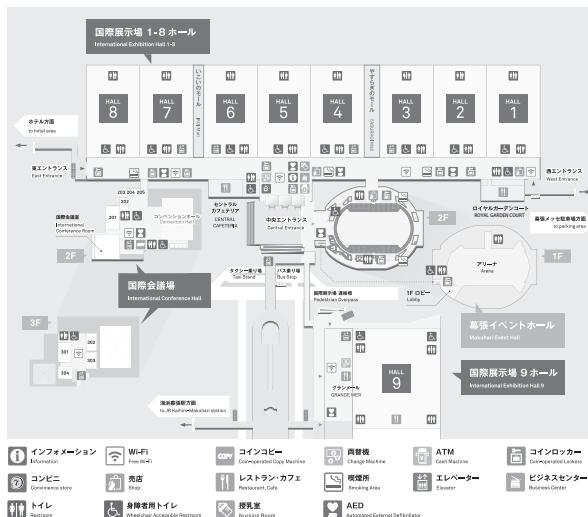
一般展示	
1-S1	アークシステムワークス
4-C22	アソビモ
6-N5	アニメ応援プロジェクト
4-N18	アミューズメントメディア総合学院
3-N4	EXCAMEDIA オランダ
6-S2	WARGAMING JAPAN
4-C23	エイリアンウェア
1-N1	エレクトロニック・アーツ
1-S4	エンターブレイン
6-N3	Oculus VR
3-N2	OXIA Game Studio スペイン
1-C7	オランダ・ゲーム・フロント オランダ王国大使館 オランダ
1-C7	amsterdam inbusiness オランダ
1-C7	BoosterMedia Tokyo オランダ
1-C7	WestHolland Foreign Investment Agency オランダ
4-S3	鹿児島市
3-N1	カブコン
6-S1	グリー
2-C7	ゲームの電撃
5-N1	コーエーテクモゲームス
1-S3	コナミデジタルエンタテインメント
2-C6	Kobajo フランス
2-C5	サムサン電子ジャパン
1-S2	Gクラスター・グローバル
4-N22	ジニアス・ソノリティ
3-N5	Julian Impelluso (Gamester) アルゼンチン
2-C10	SWISS GAMES スイス
2-C10	Alp ICT スイス
2-C10	apelab スイス
2-C10	Blindflug Studios スイス
2-C10	Everdreamsoft スイス
2-C10	IF Games スイス
2-C10	Urban Games スイス
1-C5	スウェーデンパビリオン スウェーデン
1-C5	ウツラ大学ゲームデザイン学科 スウェーデン
1-C5	Ozma スウェーデン
1-C5	スウェーデン大使館 スウェーデン
1-C5	スウェーデン・日本コンバージョンメディア交流会 スウェーデン
1-C5	Tobiil スウェーデン
2-N2	スクウェア・エニックス
4-S1	スマイルーム
2-C9	住友商事
2-S1	セガ
3-S1	ソニー・コンピュータエンタテインメント
1-C8	台湾ゲーム館 台湾
1-C8	Fun Yours Technology 台湾
1-C8	Gex Studio 台湾
1-C8	Hong Yean Digital 台湾
1-C8	International Games System 台湾
1-C8	Interserv International 台湾
1-C8	Kii Digital 台湾
1-C8	Leadhope International 台湾
1-C8	MacroWell OMG Digital Entertainment 台湾
1-C8	PlayCoo 台湾
1-C8	Soft-World International 台湾
1-C8	Winking Entertainment 台湾
1-C8	XPEC Entertainment 台湾
1-C8	台湾貿易センター 台湾
2-N1	ディー・エヌ・エー
6-N1	DMMゲームズ
3-C3	ディースリー・パブリッシャー
4-N19	T-REX LAB 米国
3-N3	電撃オンライン
4-S4	デングキバズーカ!!
3-S3	電撃PlayStation
2-C9	東京エレクトロン デバイス
6-N6	ナチュラルスタイル
3-C2	ニコニコ
5-S1	日本マイクロソフト
4-S5	パンダイナムゲームス
2-N3	ビッグミースタジオ
4-S2	V3
1-S5	4Gamer.net
6-N2	ブシロード
2-C9	ブルースタックス
1-S2	プロードメディア
6-N4	フロムエイロートゥオレンジ
2-C8	ポケット・エリーズ
1-C6	HONG KONG CYBERPORT 香港
1-C6	4Play Studio 香港
1-C6	Kowloonia 香港
1-C6	OneSky 香港
1-C6	Rise Impact 香港
1-C6	SiuYiu 香港
1-C6	Skytree Digital 香港
1-C6	WTM 香港
3-S2	マックスゲームズ
4-N17	Yahoo! JAPAN ゲーム事業

物販コーナー	
7-N5	アークシステムワークス
Z-C3	インターネットラジオステーション<音泉>
7-N1	カブコン
Z-C9	クリエイティブメディア
7-N20	ゲームセンターCX
Z-C10	コスパ
Z-C8	コナミデジタルエンタテインメント
7-N9	三英貿易
Z-N5	三和電子
7-N21	Gクラスター・グローバル
Z-C1	スクウェア・エニックス
Z-C2	スクウェア・エニックス ミュージック
Z-C6	スパイク・チュンソフト
Z-N4	セガ
Z-C5	トイズ・プランニング
7-N8	日経BP社
Z-N3	バンダイナムコゲームス
Z-C4	ピーズ
Z-C7	ピカットアニメ
Z-N7	5pb.
Z-N2	ブシロード
Z-N21	フロードメディア
Z-N6	マッドキャッツ
スマートフォン・アクセサリー・コレクション 2014	
Z-N11	Akiba Factory
Z-N13	ウルトラエックス
Z-N19	グリーノーク
Z-N17	スバーブ
Z-N10	ハクバ写真産業
Z-N14	ハバステムセゾン
Z-N16	フロムウェスト
Z-N12	北斗精機
Z-N15	メガハウス
Z-N18	夢職人
ファミリーコーナー	
8-C5	カブコン
8-C1	クッキングママ
8-C6	セガ
8-C7	デングキバズーカ!!
8-C8	ハッピーミール
8-C4	バンダイナムコゲームス
8-C2	ブシロード
8-C3	ロケーション
ゲームスクールコーナー	
6-C16	アーツカレッジヨコハマ
6-C21	麻生情報ビジネス専門学校
6-C8	穴吹学園 穴吹カレッジグループ
6-C14	アルスコンピュータ専門学校
6-C10	ECCコンピュータ専門学校
6-C17	WIZ専門学校 国際情報工科大学校
6-C32	SAE CREATIVE MEDIA INSTITUTE 香港
6-C1	大阪エンタテインメントデザイン専門学校
6-C1	大阪総合デザイン専門学校
6-C31	大阪デザイナー専門学校
6-C18	大阪電気通信大学 デジタルゲーム学科
6-C7	太田情報商科専門学校
6-C2	神奈川工科大学
6-C30	金城大学短期大学部
6-C19	神戸電子専門学校
5-C20	尚美学園大学
6-C9	専門学校 九州デザイナー学院
6-C15	専門学校 東京デザイナー学院
6-C22	専門学校 東京ネットウエイブ
6-C26	専門学校 ビーマックス
6-C5	総合学園ヒューマンアカデミー
6-C27	ソニー学園 湘北短期大学
6-C6	東京コミュニケーションアート専門学校(滋慶学園COMグループ)
6-C29	東京実業高等学校
6-C24	東京情報大学 学友会
6-C11	駿台デザインクローゼンセンター専門学校(滋慶学園COMグループ)
6-C20	東北電子専門学校
6-C25	名古屋工学院専門学校
6-C28	新潟高精度情報専門学校
6-C3	新潟コンピュータ専門学校
5-C19	日本工学院／東京工科大学
6-C4	日本電子専門学校
6-C23	沼津情報・ビジネス専門学校
6-C12	東日本デザイン＆コンピュータ専門学校
6-C13	北海道情報大学
スマートフォンゲームコーナー&ソーシャルゲームコーナー	
5-C21	アドノベーション
5-C9	インターネットニシアティブ
5-N6	UANI STUDIO
5-C7	WECOMICS GAMES 中国
5-C6	ウィズユー
5-C17	エイタロウソフト
5-N3	エブコット
5-N15	オインクゲームズ
5-C11	ガルボア
5-C10	ガンバレル
5-C18	QUBIT GAMES 台湾
5-C5	クエリーアイ
5-N14	KLab
クリエイター・ユースコーナー	
5-C4	クリプトン・フューチャー・メディア
5-C6	グレープボックスジャパン
5-N10	芸者東京エンターテインメント
5-C6	ゲームドウ
5-N13	KONGZHONG 中国
5-C12	ザイザックス
5-C1	CyberZ
5-C14	ジエナ
5-N2	Generis 韓国
5-C15	7QUARK 台湾
5-C22	ダブリュージーパリシング
5-N11	ディーピー
5-N7	トップクリエイターズ
5-N12	トランス・コスマス
5-C9	ドリコム
5-N11	パオヌ
5-N5	ハッピーミール
5-C6	ハ・ン・ド
5-C3	Hippie Game 中国
5-N16	P-POP
5-N4	PUMO
5-C16	FORTUMO MOBILE PAYMENT 中国
5-N9	Fiji&gumi Games
5-N8	FULLER
5-C8	プロディジ
5-C6	北海道モバイルコンテンツ・ビジネス協議会
5-C13	Macau Cultural Industry Association Board Games マカオ
5-C6	メディア・マジック
5-C2	RAD BOARDING カナダ
ゲームバイスコナー	
7-S2	AVerMedia Technologies 台湾
7-S6	ARTISAN/Doname
7-S3	アンサー
7-S1	WEBROOT
7-S7	EIZO/MSI/SteelSeries
7-S4	Cyberith Virtualizer オーストリア
7-S8	DXRACER(ルームワークス)
7-S1	Vブリカ
7-S5	マッドキャッツ
7-S1	Logicool G
ロマンスゲームコーナー	
2-C4	アール・インフィニティ
2-C3	アンビジョン
2-C2	サン電子
2-C1	ボルテージ
ビジネスソリューションコーナー	
4-C12	アーキサン・テクノロジー
4-C5	アイ・オー・データ機器
4-C11	IDCフロンティア
4-C6	App Annie 米国
4-C1	アドウェイズ
4-N6	アビリッツ
4-C10	IMAGICAイメージワークス
4-N16	INFOBIP マレーシア
4-C11	エスカドラ
4-N21	NTTレゾナント
4-N7	エムツー
4-C19	エンザイム
4-C19	オーディオ・キネティック
4-N11	韓国パビリオン 韓国
4-N11	韓国コンテンツ振興院 韓国
4-N11	Creative Bomb 韓国
4-N11	Fungrep 韓国
4-N11	GameUS 韓国
4-N11	G-STAR 韓国
4-N11	HooAh Dev 韓国
4-N11	J2JLab 韓国
4-N11	JSC Games 韓国
4-N11	MasangSoft 韓国
4-N11	Moduum 韓国
4-N11	Studio DOMA 韓国
4-N11	WINGS studio 韓国
4-N10	KEYWORD STUDIOS アイルランド
4-C4	GASH PLUS 台湾
4-C9	クララオンライン
4-N5	グローヴ
4-C7	グロサズ
4-N1	サン・フレア
4-C18	CRI・ミドルウェア
4-N3	GMOスピード翻訳
4-N14	SHINE RESEARCH フランス
4-N4	シリコンスタジオ
4-C13	DICO
4-C21	ナッシュスタジオ
4-C7	ニフティ
4-C20	ネットエージェント
4-C1	5Rock
4-N20	Facio Culture 台湾
4-N13	Vpon 台湾
4-N15	フォーラムエイト
4-C17	フォントワークス
4-N8	PAYSAFECARD オーストリア
4-N12	メタップス

4-C16	モノビット	
4-N2	楽天	
クラウド / データセンターパビリオン		
4-C15	日本CA	
4-C15	日本ビジネスシステムズ	
4-C8	フュージョン・コミュニケーションズ	
4-C2	ミライコミュニケーションネットワーク	
4-C14	リンク	
アジアニューススターズコーナー		
1-C1	INDONESIA GAME & ART STUDIOS	インドネシア
1-C1	インドネシア共和国観光クリエイティブエコノミー省	インドネシア
1-C1	Ananatarupa Studio	インドネシア
1-C1	ARTONCODE INDONESIA	インドネシア
1-C1	Kidalang	インドネシア
1-C1	RGB Creative Digital Media Studio	インドネシア
1-C1	Tinker Games	インドネシア
1-C1	Touchten Games	インドネシア
1-C2	KREEAPE INDONESIA	インドネシア
1-C4	日本アセンセンター	
1-C4	Itsybytes Company	カナダ/イギリス
1-C4	True Vector	カナダ/イギリス
1-C4	Chong Seng Tai Seung	カンボジア
1-C4	CIDC Information Technology	カンボジア
1-C4	Sabay Digital	カンボジア
1-C4	Slekrith Film	カンボジア
1-C4	Tan Tonghai Aphiwath	カンボジア
1-C4	Altermouth	インドネシア
1-C4	Bamboomedia Cipta Persada	インドネシア
1-C4	Enspire Studio	インドネシア
1-C4	Inmotion & Oray Studios	インドネシア
1-C4	SignDesign	インドネシア
1-C4	Cyberia	ラオス
1-C4	Cyberserv	ラオス
1-C4	Lao Digi	ラオス
1-C4	Lao IT Development	ラオス
1-C4	Saignasith IT Consulting	ラオス
1-C4	Multimedia Development Corporation (MDeC)	マレーシア
1-C4	Bolt Studio	マレーシア
1-C4	Clazroom Productions	マレーシア
1-C4	Gain Secure	マレーシア
1-C4	Kurechii	マレーシア
1-C4	Lemon Sky Animation	マレーシア
1-C4	Mediasoft Entertainment	マレーシア
1-C4	Spacecup Entertainment	マレーシア
1-C4	Tomato Animation	マレーシア
1-C4	Trinity Studio	マレーシア
1-C4	WIGU Games	マレーシア
1-C4	i-Campus	ミャンマー
1-C4	Myanmar Computer Industry Association	ミャンマー
1-C4	Myanmar's Net	ミャンマー
1-C4	Studio ShiroShiro	ミャンマー
1-C4	Total Gameplay Studio	ミャンマー
1-C4	Funguy Studio Philippines	フィリピン
1-C4	Pointwest Technologies	フィリピン
1-C4	TeamApp/Holy Cow Animation	フィリピン
1-C4	The Studio of Secret 6	フィリピン
1-C4	Toon City (Morph Animation)	フィリピン
1-C4	Top Peg Animation & Creative Studio	フィリピン
1-C4	White Widget	フィリピン
1-C4	Daylight Studios	シンガポール
1-C4	Inzen Studio	シンガポール
1-C4	Nanoveu	シンガポール
1-C4	OrionArts	シンガポール
1-C4	Witching Hour Studios	シンガポール
1-C4	Bum Bliss	タイ
1-C4	Digitopolis	タイ
1-C4	Lifelab	タイ
1-C4	Monkey Wrench Games	タイ
1-C4	Think Box Solutions	タイ
1-C4	Hanel Software Solutions	ベトナム
1-C4	NTQ Solution	ベトナム
1-C4	SohaGame (Vietnam Communications)	ベトナム
1-C4	Tien Phong TF	ベトナム
1-C4	Tinhvan Outsourcing	ベトナム
1-C3	VIETNAM GAME STUDIOS	ベトナム
1-C3	GLASS EGG DIGITAL MEDIA	ベトナム
ビジネスマーティングエリア		
BT-2	アーカサン・テクノロジー	
BT-9	ArticNet	
BT-25	iBHSofT	韓国
BM-9	Actoz Soft	韓国
BT-8	アピリツ	
BT-11	AMAZON APPSTORE	米国
BT-10	アンバランス	
BM-10	アンビション	
BT-12	イーライン	
BT-14	イマジカデジタルスケープ	
BT-16	インターナースペース	
BM-1	ガホオンライン・エンターテイメント/グラヴィティ/ネオサイオン	
BM-5,6,7	グーグル	
BT-18	gloops	
BT-3,4,5,6,7	Games from Spain	スペイン
BT-3,4,5,6,7	Crowd of Monster	スペイン
BT-3,4,5,6,7	Dal Loc Mult	スペイン
BT-3,4,5,6,7	GAME TROOPERS	スペイン
BT-3,4,5,6,7	Giant Soul Interactive	スペイン
BT-3,4,5,6,7	Lakento	スペイン
BT-3,4,5,6,7	NEXT LIMIT	スペイン
BM-8	コーエーテクモゲームス	
BM-3	Kobojo	フランス
BT-20	Zucks	
BT-15	上海アーツドライブソフトウェア	中国
BT-19	Shanghai Arts United Software	中国
BT-22	Subete games	
BT-23	セブテニ アメリカ	米国
BT-13	東京証券取引所	
BM-4	NetEase	中国
BM-12	VIRTUOS	中国
BT-15	バンビングワーカー	中国
BT-17	Hippie Game	中国
BM-13,14,15,16,17,18,19,20,21,22	BIGPOINT	ドイツ
BT-1	BEIJING AUTOHINK	中国
BM-2	BEIJING CHUKONG TECHNOLOGIES	中国
BT-24	MEDIASOFT ENTERTAINMENT	マレーシア
BT-28	モブキャスト	
BM-11	レバelfアライブ	
BT-21	LEMON SKY ANIMATION	マレーシア
インディーゲームコーナー		
3-C1	Alex Rose	英国
3-C1	Amazu Media	デンマーク
3-C1	Archive Entertainment	米国
3-C1	Bertram Fiddle	英国
3-C1	コーラス・ワールドワイドリミテッド	
3-C1	Critical Bit	オランダ
3-C1	Digital Furnace Games	アイルランド
3-C1	Digital Happiness	インドネシア
3-C1	DMONGS	韓国
3-C1	Eastasisoft Limited	香港
3-C1	eHooyar Co.,Ltd.	台湾
3-C1	飛翔システム	
3-C1	ゲーム菩薩グループ	
3-C1	Gangs of Space	
3-C1	ジェムドロップ	
3-C1	Globz	フランス
3-C1	Good Game Inc./Taiwan Good Game Co., Ltd.	台湾
3-C1	HandMade Game	韓国
3-C1	Hit the Sticks, LLC	米国
3-C1	ヒューガ	
3-C1	IGDA日本	
3-C1	Insecters Team	中国
3-C1	光星	
3-C1	KUNO Interactive	韓国
3-C1	Landkarte	
3-C1	リンクキット	
3-C1	Mechabit	英国
3-C1	ミラクルボジティフ	
3-C1	Mirai-Labo	
3-C1	Muhammad A.Moniem "mamoniem"	中国
3-C1	むすめふさほせ	
3-C1	NANYANG POLYTECHNIC	シンガポール
3-C1	NIGORO	
3-C1	Nyamyam	英國
3-C1	Onion Games	
3-C1	Other Ocean Interactive	カナダ
3-C1	PD Design Studio	シンガポール
3-C1	Pocket Trap	ブラジル
3-C1	REKCAHDAM	米国
3-C1	Riki	
3-C1	Sakura River Interactive	カナダ
3-C1	Sheena 3D	台湾
3-C1	神奈川電子技術研究所	
3-C1	Singapore University of Technology and Design	シンガポール
3-C1	Steampunker	ポーランド
3-C1	Swing Swing Submarine	フランス
3-C1	Tales of Game's	米国
3-C1	Team Signal	台湾
3-C1	The Quantum Astrophysicists Guild	米国
3-C1	Tower Attack Troops	台湾
3-C1	トイディア	
3-C1	TPM.CO SOFT WORKS	
3-C1	Turtle Cream	韓国
3-C1	Two Tribes	オランダ
3-C1	Uwan Co., Ltd.	台湾
3-C1	Wales Interactive	英國
3-C1	Willy Chyr	米国
3-C1	Witch Beam	オーストラリア
3-C1	闇討ちProject	
3-C1	YOI KOMORI GAMES	
3-C1	YOX-Project	
3-C1	YuShi Games(Shanghai)	中国
※以下は一般公開日のみ出展		
3-C1	マジックサーキット	
3-C1	Project ICKX/プロジェクトイクス	
3-C1	クイズキャットゲームズ	
3-C1	白絵具	
3-C1	Team PSC	台湾
3-C1	ZENITH BLUE	

(50音順)

会場マップ

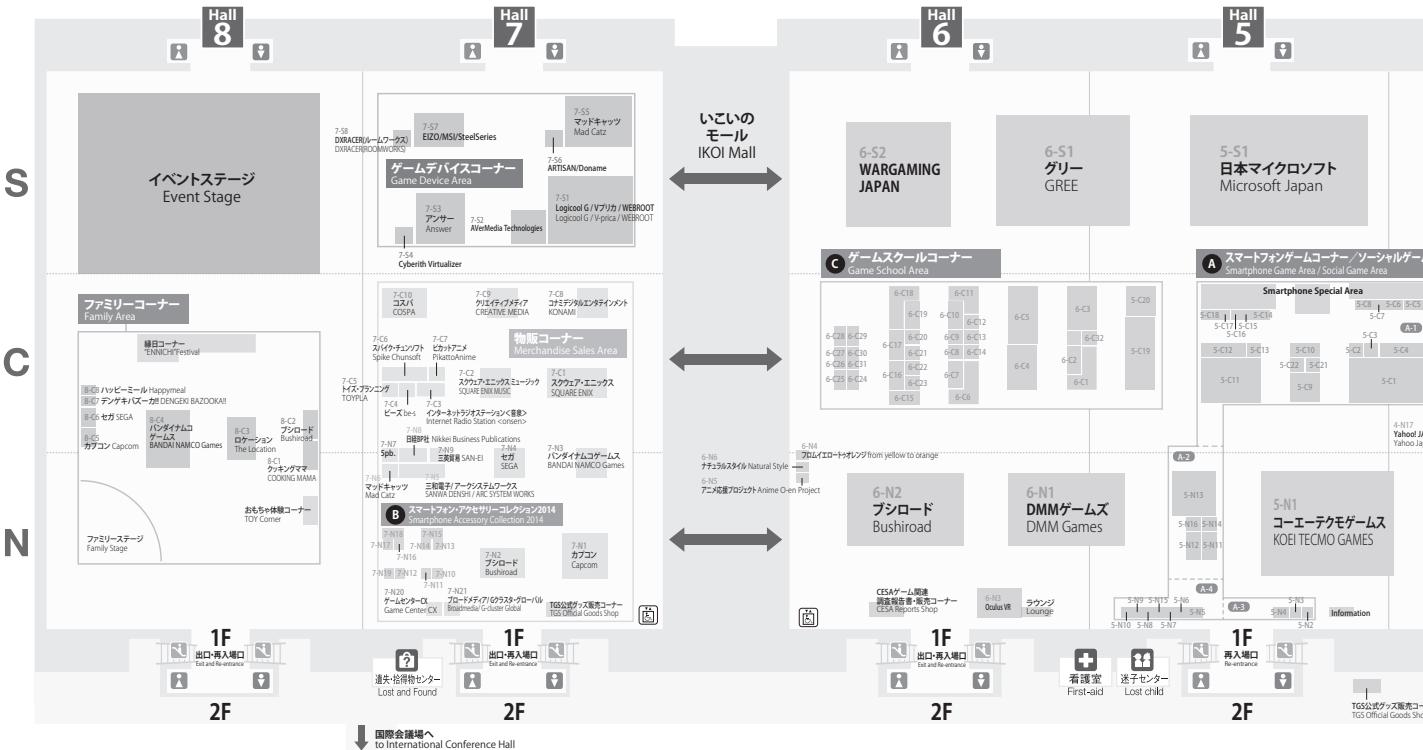


東京ゲームショウ2014出展社は421社となり、過去最多の出展社数を記録しました。そのうち、国内出展社は219社、海外出展社は202社でした。国内出展社は昨年よりも29社増え、特に一般展示やビジネスソリューションコーナーでの増加が顕著でした。一方、海外出展社は昨年よりも40社増と大きく躍進しました。欧州、北中南米などの変化はあまりなく、アジア圏からの出展増が大きなインパクトを与えました。出展社数で見ると台湾が26社と最大で、韓国19社、中国15社、マレーシア14社という順番です。特に韓国は6倍以上、中国は2倍弱程度、昨年よりも増えました。

会場は、昨年に引き続き、幕張メッセ1-9ホール、イベントホール、国際会議場を使用しました。昨年と比べ、7-8ホールの機能と9ホールの機能を一部入れ替えました。ファミリーコーナーを8ホールへ戻し、飲食コーナーとe-Sports協議会を9ホールに移動しました。国際会議場はビジネスデイの商談エリア、TGSフォーラムなどの会議を実施し、イベントホールは9月20日(土)の夕方にブシロードによるコンサートイベントを実施しました。

4. 会場レイアウト

会場マップ/FLOOR MAP 1~8ホール



展示コーナー紹介

●一般展示(1~6ホール)

ゲームソフトを中心としたコンピュータエンターテインメント関連製品やサービスを紹介するコーナーです。ゲームソフト、ゲームプラットフォーム、その他ゲーム関連製品・サービスなどを展示しました。

●物販コーナー(7ホール)

ゲーム関連グッズの販売を目的とした専用コーナーです。キャラクターTシャツや、音楽CD、関連パーツなどのゲーム関連グッズ、および書籍・雑誌などを販売しました。

●ゲームスクールコーナー(5,6ホール)

未来のクリエーターのために、ゲームスクールを紹介するコーナーです。コーナー内では学校紹介のほか、学生が制作したゲームを展示しました。

●スマートフォンゲームコーナー／ソーシャルゲームコーナー(4,5ホール)

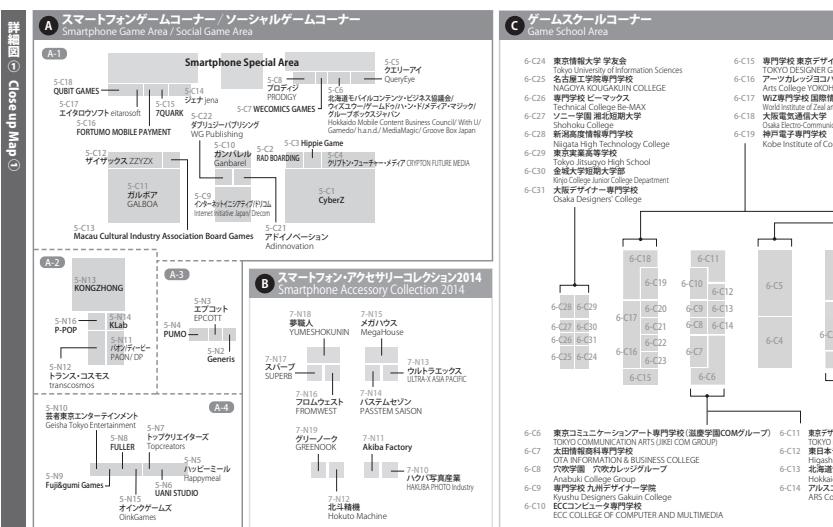
iPhone、Androidなどのスマートフォンや各種タブレットなどのスマートデバイス向けゲームと、携帯端末などで楽しめるソーシャルゲームにフォーカスしたコーナーです。スマートデバイス向けゲーム、ソーシャルゲームなどを展示しました。

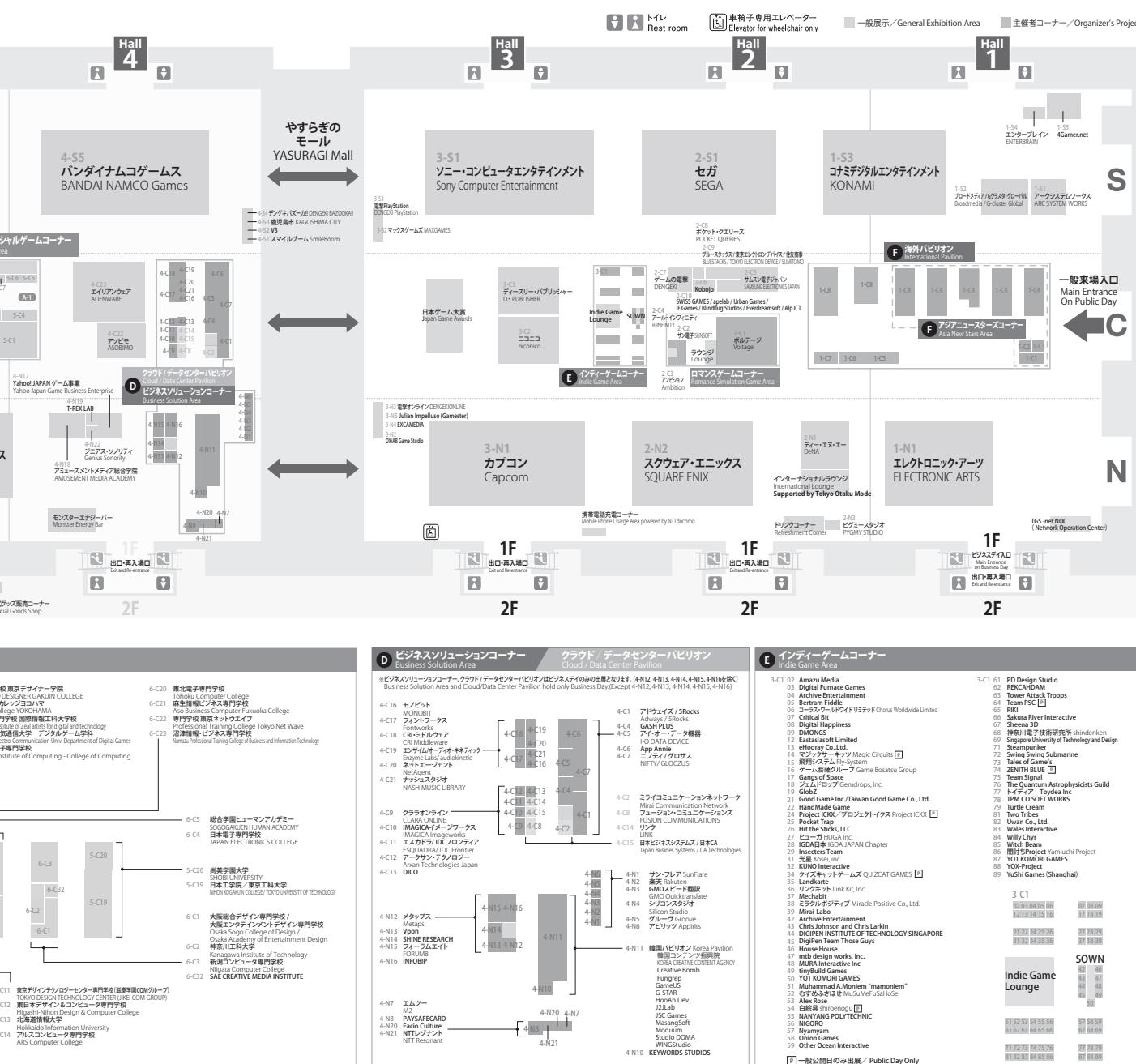
●ゲームデバイスコーナー(7ホール)

コントローラ、キーボード、マウス、ヘッドフォンなど、家庭用ゲーム機や携帯型ゲーム機、PCゲームと連動したゲームデバイスを一堂に集めたコーナーです。最新の周辺機器・アクセサリーなどを展示しました。

●アジアニュースターズコーナー(1ホール)

アジア圏の企業を対象に、現地で有望なゲームベンチャーや開発ツール会社などゲーム業界の新星「ニュースター」となる企業を紹介するコーナーです。日本市場に進出したい、もしくは日本企業





との取引実績がなく、これから取り引きをしたいアジア圏の企業にフォーカスを当て、昨年実績のあるインドネシア、ベトナム、マレーシアに加えて、カンボジア、シンガポール、タイ、フィリピン、ブルネイ・ダルサラーム、ミャンマー、ラオスから出展がありました。

●ビジネスソリューションコーナー(4ホール)

ローカライズ支援サービス、モバイルアプリマーケティング支援サービス、受託開発、決済サービス、人材サービス、セキュリティ対策ソリューション、開発ツールなど、ゲーム関連の幅広いB to Bソリューションを展示了した。

●クラウド／データセンター・パビリオン(4ホール)

ソーシャルゲームやネットワークゲームのインフラ環境を支援するクラウド／データセンターのサービス企業が出展しました。

●マンスグーハコ=ナ=(2ホ=ル)

恋愛シミュレーションなど女性ユーザーをターゲットにしたゲームを展示了しました。

●スマートフォン・アクセサリー・フレックスショーン 2014(7ホール)

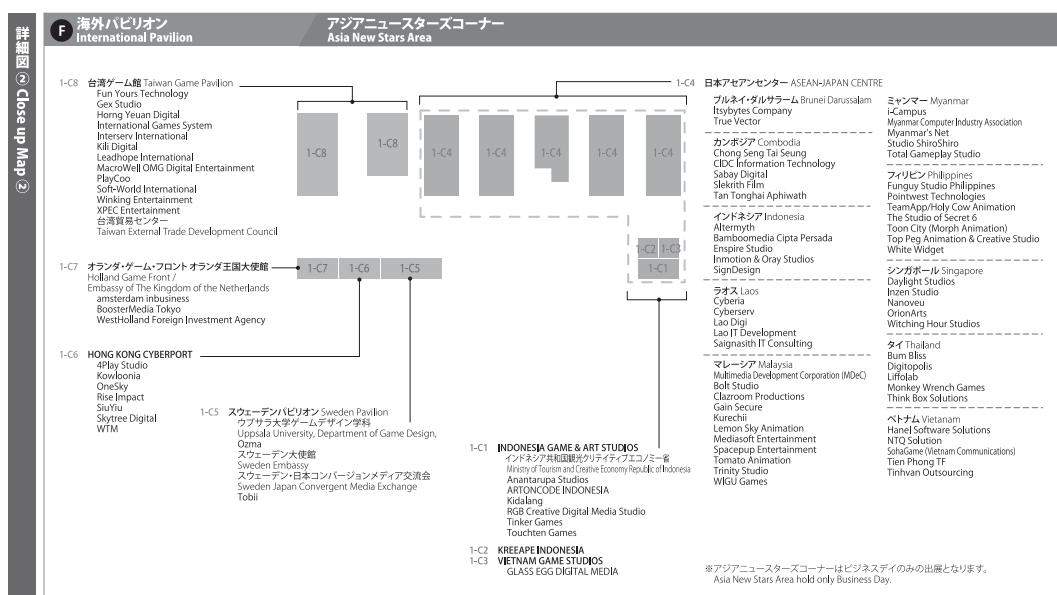
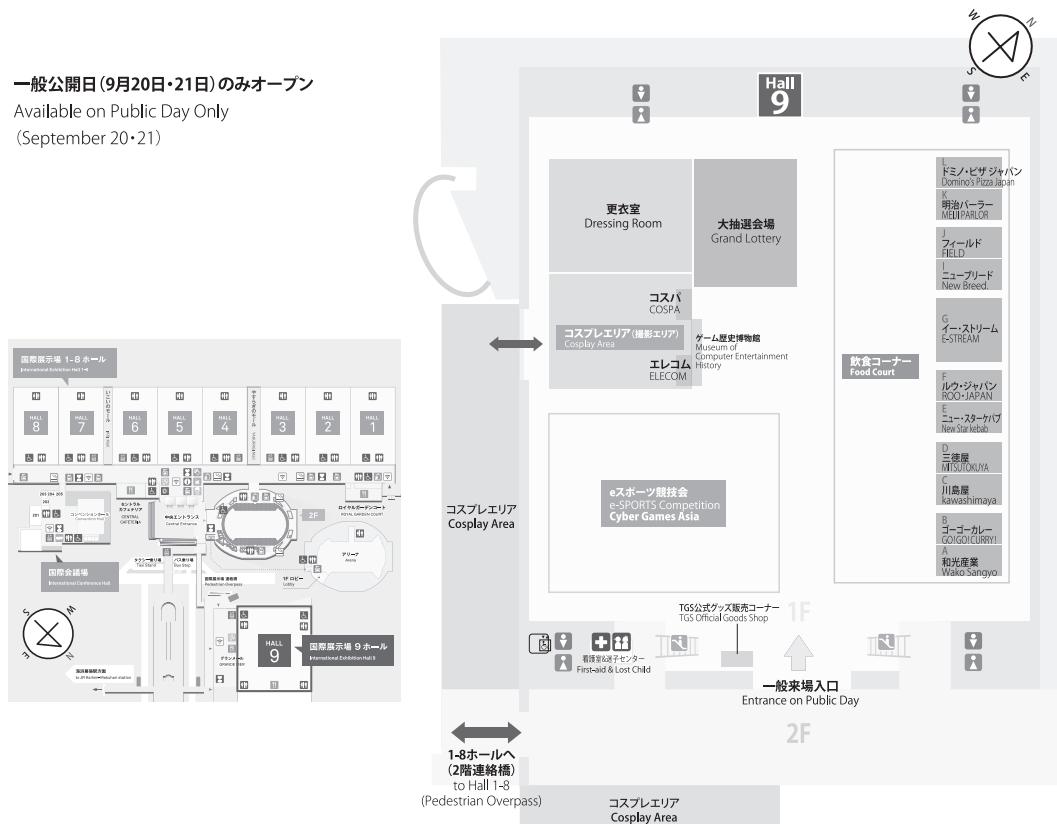
スマートフォン・タブレット用コレクション2014(7月~9月)
スマートフォンやタブレット端末をより使いやすく、また自分流
にドレスアップするためのスマートフォン/タブレットのアクセ
サリーを販売しました。

●インディーゲームコーナー(3ホール)

ゲーム作りの新たなムーブメントとして注目を集めるインディペ
ンデント(独立系)ゲーム。世界17カ国・地域から68のインディペ
ンデントゲーム開発者が参加し、オリジナル作品を展示了。

会場マップ／FLOOR MAP 9ホール

一般公開日(9月20日・21日)のみオープン
Available on Public Day Only
(September 20・21)



展示コーナー紹介

一般公開日のみ

●ファミリーコーナー(8ホール)

ファミリー向けのゲームソフトや、ゲーム関連製品を紹介する一般公開日のみ実施のコーナーです。入場は小学生以下およびその同伴者に限定し、キッズ／ファミリー向けゲームソフト、玩具、カードなどのゲーム関連製品を展示しました。また、コーナー内にはおもちゃ体験コーナーや、物販コーナー、縁日などを設けたほか、ファミリーステージでは出展社5社によるプログラムに加え、主催者企画として「キャラクターショー ドラえもん」や、「仮面ライダー鎧武/ガイムショー」を実施しました。

ビジネスディのみ

●ビジネスミーティングエリア

(国際会議場・コンベンションホール)
ビジネスディに落ち着いた環境で充実した商談を実現するミーティングスペースです。個室ブースに加え、価格を抑えたテーブルトップブースによる出展のほか、エリア内には出展社が無料で使えるオープンな商談スペースを設け商談を促進させました。

5-1. 開会式

【日 時】9月18日(木) 9:30～9:50

【場 所】幕張メッセ2F コンコース 5ホール前

【式次第】

主催者挨拶 (社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 鵜之澤 伸

共催者挨拶 日経BP社 代表取締役社長 長田 公平

来賓挨拶 経済産業省 大臣官房審議官

(商務情報政策局・クリエイティブ産業担当) 石川 正樹

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」実行委員会 副委員長 依田 翼

テープカット (社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 鵜之澤 伸

(社)コンピュータエンターテインメント協会 理事

(イベント委員会委員長) 辻本 春弘

日経BP社 代表取締役社長 長田 公平

経済産業省 大臣官房審議官

(商務情報政策局・クリエイティブ産業担当) 石川 正樹

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル」実行委員会 副委員長 依田 翼

(敬称略)



5-2. 懇親パーティー

「東京ゲームショウ2014・日本ゲーム大賞2014懇親パーティー」は、多くのご来賓をはじめ、国内外の業界関係者、CESA会員、東京ゲームショウ出展社、ならびに「日本ゲーム大賞2014」受賞者の皆様など、大変多くの方々にご出席いただき、盛況のうちに終了いたしました。

【日 時】9月18日(木) 18:00～19:00

【場 所】ホテルニューオータニ幕張 鶴東中の間

【式次第】主催者挨拶 (社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 鵜之澤 伸

ご来賓挨拶 経済産業省 商務情報政策局文化情報関連産業課

課長 柏原 恭子

挨拶・乾杯 (社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 辻本 春弘

中締め (社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 守安 功

(敬称略)



(社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 鵜之澤 伸



経済産業省 商務情報政策局文化情報関連産業課 課長 柏原 恭子



(社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 辻本 春弘



(社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 守安 功



6-1. 中期ビジョンの成果

中期ビジョンの達成度について

◎中期ビジョン

- (1)世界最上級のゲームビジネスイベントになること
- (2)一般来場者の満足度を向上すること

東京ゲームショウ(TGS)2014では、2010年に掲げた中期ビジョン「世界最上級のゲームビジネスイベントになること」と「一般来場者の満足度を向上すること」を目的に、さまざまな施策を実施しました。

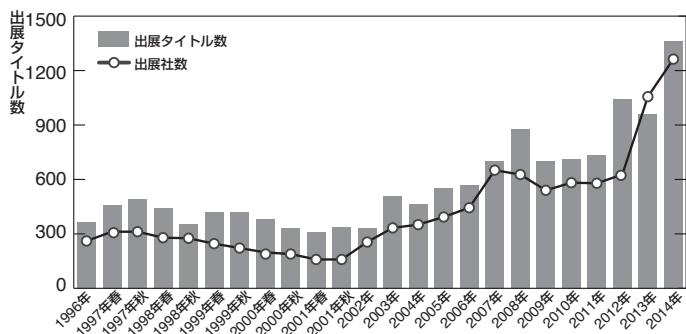
まずは、「世界最上級のゲームビジネスイベントになる」ために、海外出展社を増やし、さらに海外のビジネスデイ来場者を増やすことに焦点を絞った施策に注力しました。その結果、海外出展社数は過去最高の202社となり、海外比率は47.9%と昨年よりも1.9%高くなりました。また、海外からのビジネスデイ来場者は、

1555人と昨年よりも12.8%増え、海外からのプレス登録数も630媒体と3%増加しました。

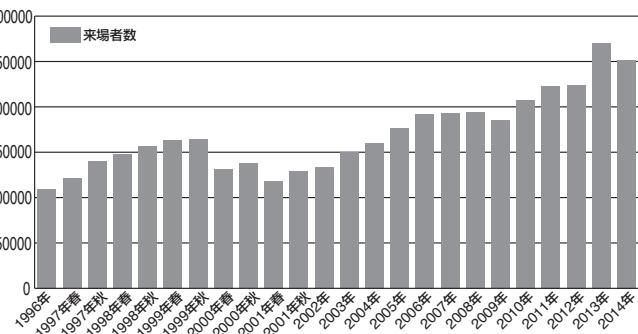
2013年のTGSは過去最高の来場者数(27万197人)を記録したこともあり、「一般来場者の満足度を向上する」ためには、会場内の混雑を少しでも緩和できる対策を講じることが必要不可欠と判断しました。そこで、展示会場のレイアウトを根本から見直し、大規模出展社と中・小規模出展社のゾーンを配置を変更。これにより、大規模出展社間の通路が通行不能になるという事態を少なくすることを目指しました。また、各種出展コーナーについてもゼロベースで再考し、9ホールに飲食コーナーとeスポーツ競技会場を配置し、ファミリーコーナーを8ホールに戻しました。このほか、昨年より実施した「大抽選会」や「整理券配布所」の設置なども継続することで、来場時の満足度向上を図りました。

次項以降で説明する各種施策によって、ビジネスデイ来場者の満足度、一般来場者の満足度双方ともに、高い評価を受けることができました。次項では、それぞれの施策について紹介します。

◎東京ゲームショウ出展社数と出展タイトル数の推移



◎東京ゲームショウ来場者数の推移



6-2. 中期ビジョンに向けた施策について

(1)世界最上級のゲームビジネスイベントを目指す

東京ゲームショウ2014の中期ビジョンの一つである「世界最上級のゲームビジネスイベントになる」ことを目指し、各種施策を実施しました。「商談数を増やす」「日本のゲーム文化圏を広げる」「日本のゲーム産業基盤を強化する」「情報発信力を強化する」という4つの視点で、18種類の施策についてまとめました。

1.商談数を増やす

(1-a)ビジネスミーティングエリアの機能強化

【場所】国際会議場 コンベンションホールA、B

「ビジネスミーティングエリア」における「出展社ミーティングブース」での商談数は、437件^{※1)}と前年の397件より10%増加しました。商談パターンとしては、「日本企業」×「海外企業」が265件と全体の61%に上り、国際的な商談が活性化しています。海外企業同士の商談も116件(27%)と盛況で、国際商談比率は全体の87.2%に達しました。



また、ビジネスミーティングエリアでは、JETRO(日本貿易振興機構)が招聘したバイヤー9人(タイ、シンガポール、中国、カナダ、ドイツ、ポーランド)との商談会を実施し、

ビジネスデイ2日間で、57件の商談が成立しました。

このように急増するビジネスデイの海外来場者へのホスピタリティを強化するために、2014年からビジネスミーティングエリアの受付機能を強化しました。具体的には、受付には2カ国語以上の言語に対応できるスタッフを4人を配置。受付来訪者は合計約500人(300社程度)。ビジネスコーディネーター(後述)との連携によって、ビジネスデイ来場者との橋渡し役として活躍しました。このほか、飲料(ペットボトル)、無線LAN、通訳(日英中)を設置し、リクエストに応じて無料で利用できるようにすることで、ビジネスデイ来場者の満足度向上を図りました。

※1)事務局把握件数(国際会議場・ビジネスミーティングエリアにおける商談件数のみ。展示会場内での商談件数は除く)

(1-b) TGSアポイントメントシステム(アジア・ビジネス・ゲートウェイ)

導入から3年目に突入したアポイントメントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」は、出展社がビジネスデイ来場者と商談することを促進するための無料のシステム。登録社数は875社(2013年:523社)、事前の商談申込件数は1810件となり、2013年(1325件)や2012年(554件)から大きく増えました。そのうち、アポイントメント確定件数は、前年から46件増え、601件となりました。

TGSアポイントメントシステムを利用した国・地域は41カ国・地域(2013年は33カ国・地域)773社(2013年は453社)でした。ア

ジアからの利用が18カ国・地域(日本を除く)258社と、前回の15カ国・地域154社から社数で68%伸びました。2014年は新たにアラブ首長国連邦、イランが初参加したほか、ウクライナ、エストニア、オーストラリア、オーストリア、スウェーデン、デンマーク、ノルウェー、ラオスが加わりました。韓国は60社(2013年は12社)、中国は47社(2013年は33社)と、いずれも増加しました。

〈TGSビジネスマッチングシステム利用41カ国・地域〉50音順

アイルランド、アラブ首長国連邦、アルゼンチン、イスラエル、イラン、インド、インドネシア、ウクライナ、英国、エストニア、オーストラリア、オーストリア、オランダ、カナダ、韓国、カンボジア、シンガポール、スイス、スウェーデン、スペイン、タイ、台湾、中国、デンマーク、ドイツ、日本、ノルウェー、フィリピン、ブラジル、フランス、ブルネイ、米国、ベトナム、ペラルーシ、ポーランド、香港、マカオ、マレーシア、ミャンマー、ラオス、ロシア

(1-c)海外商談会「Game&Creative Contents Networking」の実施

2014年で3年目となった海外商談会は、名称を「Game & Creative Contents Networking」と名称を改め、コンテンツ業界全体を対象とした取り組みとなりました。5月15日には、タイ・バンコク市にて日本とタイのゲームおよびクリエイティブ・コンテンツ業界をマッチングする「Game & Creative Contents Networking Bangkok」を初開催しました。日本からはセガ、D2C、KLabなどゲーム開発およびアニメーション制作関連、13社、タイからは200名近くのゲーム開発者が参加しました。



5月19日には、フィリピン・マニラ市で「Game & Creative Contents Networking Philippines」を初開催しました。同イベントでは、英語にも堪能で、人材豊富なゲームおよびクリエイティブ・コンテンツ開発者との商談機会創出を目的にして、同国の主要企業から約200名以上の参加が実現しました。日本からはセガやぴえろなどのゲーム開発会社やアニメーション制作会社



の10社が参加しました。開催後、同商談会に参加した現地企業が、TGS2014へ初参加を決定。周期的なビジネスサイクルを作ることに成功しました。

(1-d)ビジネスコーディネーターの設置

ビジネスデイの2日間、ビジネスミーティングエリア内での商談を効率的に行えるよう、ビジネスコーディネーターを設置しました。具体的には、ビジネスミーティングエリア内での商談に関する相談などを実施しました。2013年に引き続き、海外企業との商談実績の多いコーディネーターの大信英次氏のチームが担当し、ビジネスデイ2日間で、約80件の相談を受けつけ、そこから約40件の新規商談を結びつけました。

また、大信英次氏による、海外企業との商談ノウハウをまとめた連載コラム「ゲーム業界の海外ビジネス虎の穴」(全2回)を、公式サイトに掲載しました。海外企業と商談する上で、アポイントメントを獲得するためのプロフィールの書き方から、商談を始める前

に用意する書類や秘密保持契約、効率の良い商談手順などについてまとめました。

(1-e)インターナショナルパーティ

【日時】9月19日(金)17:30~19:30【場所】国際会議場1Fラウンジ

海外出展社や国内出展社、インディーゲーム開発者、プレス関係者の交流を目的にしたインターナショナルパーティを開催しました。インディーゲームコーナーとセンス・オブ・ワンダーナイト(SOWN)にご協賛頂いたソニー・コンピュータエンタテインメントからのご挨拶のほか、インターナショナルパーティーに協賛頂いたiDreamSkyによる豪華景品の当る抽選会に加え、DJによる音楽などにぎやかな雰囲気の中、450人を超える参加者の交流が終了間際まで続きました。

(1-f)TGSフォーラム2014／基調講演 第1部

【日時】基調講演:9月18日(木)10:30~12:25

専門セッション:9月19日(金)13:00~17:15

【場所】基調講演:8ホール イベントステージ

専門セッション:国際会議場2F、3F

9月18日(木)~19日(金)の2日間、ゲーム業界を中心としたコンピュータエンターテインメント関連のビジネスパーソンを対象としたカンファレンス「TGSフォーラム2014」を実施。

ビジネスデイ初日の9月18日(木)は2つの基調講演を実施。第一部は「多角化するゲームプラットフォーム×グローバル化するゲーム=成功の道筋」というテーマで、CESAの鵜之澤伸会長を始め、スマートフォン向けゲームなどに売れ筋タイトルを持つ国内企業から、エイリム高橋英士氏、コロプラ馬場功淳氏、セガネットワークス里見治紀氏、バンダイナムコゲームス浅沼誠氏、海外からKINGのAlex Dale氏など、計6人の登壇者を招き、グローバル化するゲームビジネスで成功する糸口について、パネルディスカッションを行いました。



エイリム
高橋
英士
氏



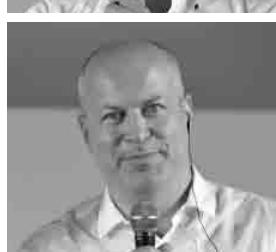
コロ
プラ
馬場
功淳
氏



セガネット
ワークス
里見治紀
氏



バンダイ
ナムコ
ゲームス
浅沼誠
氏



KING
Alex Dale
氏



(1-f)TGSフォーラム基調講演 第2部

第1部に続けて実施した基調講演第2部では、米GoogleのChris Yerga氏による「Googleが切り開く新しいゲームの世界」と題した講演が行われました。Google Playから提供されるスマートフォン向けのゲームタイトルから、テレビに接続するセットトップボックス「Android TV」(日本未発売)など大画面向けゲームなどに関する最新情報を披露。また、mixiの森田仁基社長を壇上に招いて、海外展開などを軸にしたビジネスチャンスなどについてのクロストークが行なわれ、基調講演(第1部・2部)の聴講者は958人となりました。

**(1-f)TGSフォーラム専門セッション**

ビジネスデイ2日目の9月19日(金)には、4種類の専門セッション(有料)を実施しました。13時からのセッションは2つ。「スマートフォンゲーム」にはグリーの荒木英士氏、NHN PlayArtの馬場一明氏、King Japanの枝廣憲氏らが登壇し、スマートフォン向け

【基調講演】 9月18日(木)	
【第1部】10:30 ~ 11:25	
「多角化するゲームプラットフォーム × グローバル化するゲーム= 成功への道筋」	
登壇者 高橋 英士 氏 エイリム 代表取締役COO 馬場 功淳 氏 コロプラ 代表取締役社長 里見 治紀 氏 セガネットワークス 代表取締役社長 CEO 浅沼 誠 氏 バンダイナムコゲームス 取締役 鵜之澤 伸氏 コンピュータエンターテインメント協会 会長 モデレーター：日経BP社 取締役 浅見 直樹	
【第2部】11:30 ~ 12:25	
「Googleが切り開く新しいゲームの世界」	
登壇者	Chris Yerga氏 Google Regional Director, Google Play Asia-Pacific & Engineering Director

【専門セッション】 9月19日(金)	
[A] スマートフォンゲームセッション(2F:201会議室)	
グローバルで打ち勝つゲームアプリの育て方	
登壇者 13:00 ~ 15:00	荒木 英士 氏 グリー 取締役執行役員 馬場 一明 氏 NHN PlayArt 執行役員 枝廣 憲氏 King Japan 代表取締役 モデレーター：日経BP社 日経ビジネス 副編集長 濑川明秀
	[B] ゲームプラットフォームセッション(3F:301会議室)
Xbox Oneが切り開く新たなエンタテインメント	
登壇者 15:15 ~ 17:15	磯貝 直之 氏 日本マイクロソフト Xboxカテーテゴリーマーケティンググループディレクター 田代 昭博 氏 日本マイクロソフト インタラクティブ・エンターテインメント・ビジネス デベロッパー・エコシステム グループシニアマネージャー 竹内 啓二 氏 リンクキット 代表取締役社長 和田 昌司 氏 リンクキット 取締役 後藤 顯治 氏 デートピア 取締役 祖田 圭一 氏 デートピア デジタルビジネス事業部 ゼネラル・マネージャー モデレーター：日経BP社 日経エンタテインメント！記者 伊藤哲郎
	[C] ゲームビジネスセッション(2F:201会議室)
ゲーム発IPを最大限に生かす戦略の組み立て方～「妖怪ウォッチ」とDMM.comに学ぶ～	
登壇者 15:15 ~ 17:15	東條 寛氏 DMM.com 取締役 オンラインゲーム事業部 事業部長 岡宮 道生 氏 DMM.com 社長室 新規事業開発 POWERCHORD STUDIO 室長 日野 晃博 氏 レベルファイブ 代表取締役社長／CEO モデレーター：日経BP社 日経デジタルマーケティング 副編集長 降旗淳平
	[D] ゲームテクノロジーセッション(3F:301会議室)
「VRテイクオフ！～ゲームは新ステージへ～」	
登壇者	近藤 義仁 氏 エクシヴィ 代表取締役社長 龜井 慎一朗 氏 インテル 戦略事業企画室 ディレクター 山添 隆文 氏 NTTドコモ R&Dイノベーション本部 サービスイノベーション部 第1サービス開発担当 モデレーター：日経BP社 日経エレクトロニクス 記者 根津 穎

のゲームアプリで成功する秘訣などについて話し合いました。また「ゲームプラットフォーム」には日本マイクロソフトの細貝直之氏らXbox One関係者6人が登壇し、発売したばかりの新型ハードXbox Oneにおけるビジネスの可能性などを講演しました。

15時15分からの「ゲームビジネス」ではDMM.comの岡宮道生氏とレベルファイブの日野晃博氏がそれぞれ講演を行い、大成功を納めているヒットタイトルに関する現状などについて話しました。「ゲームテクノロジー」ではエクシヴィの近藤義仁氏らVR(仮想現実)関連の3人が登壇し、Oculus VRなどの新しいヘッドマウントディスプレイによって、ゲームがどのように変化するのかなどについて技術的な解説がありました。

(1-g)アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2014

【日時】9月18日(木) 13:30~15:00

【場所】8ホール イベントステージ

アジア圏のゲームビジネス関係者が東京ゲームショウに来場するきっかけを作ること、アジアのゲーム関連キーパーソンによる情報発信強化を目的に、「アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2014」



を実施しました。今回で5回目となる同カンファレンスでは、インドネシアからXLのSylviana氏、シンガポールからTMGamerのYap氏、韓国からはGAMEVILの李氏、中国からは盛大遊戲の錢氏を招き、日本からはグリーの青柳氏、DeNAの小林氏が参加してパネルディスカッションを行いました。

テーマは「ジャパンコンテンツ争奪戦～日本のゲームタイトルは本当に魅力的なのか」という内容で、メイドインジャパンのゲームコンテンツがアジアで果たして通用するのか、また成功するために必要な要因などについて、率直な意見を交わし、聴講者は436人でした。

アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2014 9月18日(木)	
13:30~15:00	
「ジャパンコンテンツ争奪戦～日本のゲームタイトルは本当に魅力的なのか？～」	
登壇者	[日本] グリー 取締役 執行役員常務 青柳直樹 [日本] ディー・エヌ・エー 取締役 小林賢治 [韓国] GAMEVIL 事業開発本部 本部長 VP / GAMEVIL JAPAN 代表取締役社長 李京一(イ・キヨンイル)氏 [中国] 盛大遊戲(シャンダ・ゲームズ) 総裁 錢東海氏 [インドネシア] XL Senior GM Digital Entertainment Revie Sylviana氏 [シンガポール] TMGamer CEO Alvin Yap氏 モデレーター：日経BP社 コンシューマ局長 渡辺敦美

2.日本のゲーム文化圏を広げる**(2-a) e-Sports競技会「Cyber Games Asia 2014」**

【場所】9ホール・特設会場

今年で3回目を迎えたeスポーツゲーム競技会「Cyber Games Asia」(CGA)は、日本を含むアジア地域からトップ選手やチームを招聘し、ゲームタイトル競技を繰り広げる国際大会を実施しました。9月20日(土)は、ネクソンの運営による「サドンアタック『SAOMT2014』日本代表決定戦」を開催。決勝戦に駒を進めた4チームのうち、3連覇中のNabDが優勝し、10月に韓国・ソウルにて開催する本大会への出場を決めました。SAOMT2014の国内



予選は、7月12日～8月17日までの間、オンライン上での予選が行われ、総勢1026チームの中から決勝戦に進んだ4チームがTGS 2014特設会場に参加しました。

9月21日(日)に開催した「Alliance of Valiant Arms Gameon Cup(AGC)2014護衛国際親善大会」(運営はゲームオン)では、日本、韓国、中国、台湾で予選トーナメントを開催し、それぞれの国・地域を勝ち抜いたチームが熱い闘いを展開しました。優勝したのは日本代表のRecycleでした。AGCの海外予選大会は、日本大会438チーム、韓国大会7チーム、台湾大会8チームが参加して行われ、各国・地域から1チームのみが本戦に進みました。中国チームについては過去大会で優勝したチームを招待しました。

Cyber Games Asia特設会場に入場した観客数は2日間で3091人を記録。また会場外周エリアでの観戦者を含めると、約1万6000人の観客がe-Sportsの魅力に触れました。同会場の全体運営は、e-Sportsを中心としたネットカフェでのイベント企画・運営支援をしているテクノブラッドが担当しました。



大会名	サドニアタック 『SAOMT2014』日本代表 グラン決定戦	AVA『AGC 2014』 護衛国際親善大会
日時	9月20日(土) 9:30～17:30	9月21日(日) 9:30～17:30
来場者数	2546人	645人※人数制限有り
予選参加国・ 地域	日本	日本、台湾、韓国、中国
予選参加 団体数	1000以上	日本(438)、台湾(8)、韓国(7)
決勝参加 団体数	4(NabD, Lytronax, Detre.R, Nucleus)	4(Recycle, cReScendo, monster, Eyone.n4hunter)
優勝チーム	NabD	Recycle(日本)

(2-b)コスプレ関連企画

- ・コスプレ会場【場所】9ホール、4-6ホール南側・特設会場
- ・Cosplay Collection Night @TGS presented by Cure

【日時】9月20日(土)18:30～20:00

【場所】8ホール イベントステージ

一般的なコスプレイヤー向けに安全に楽しめる場所として、前年よりスペースを拡充したコスプレ会場を9ホールと4～6ホールの特設会場に用意しました。入場の待機列を整理し始める午前5時過ぎからコスプレクローカーを解放し、早い時間から着替えができる環境を提供。コスプレクローカーを使ったコスプレイヤーは一般公開日2日間で2917人と、昨年比で約20%増となりましたが、広くなったり会場で十分に楽しむことができました。

海外コスプレコンテスト

開催地	イベント名	会期	来場者数
タイ(バンコク)	Comic Party	5月10日～11日	4,000人
ラオス (ヴィエンチャン)	Comic Party	6月14日	2,000人
マレーシア(ペナン)	CosPlay League	7月19日	2,000人
ベトナム(ホーチミン)	NATSU MATSURI	7月20日	12,000人
インドネシア	facebook上で実施	7月27日～	
中国	facebook上で実施	8月19日～	

また、9月20日(土)は、イベントステージにて、コスプレを通じて日本のゲーム文化に興味を持つて頂くことを目的に「Cosplay Collection Night」を実施。



同イベントへの出演者を選出するコンテストをアジア圏のコスプレイベントと連携して実施しました。今年は、タイ(5月10日・11日)、ラオス(6月14日)、マレーシア(7月19日)、ベトナム(7月20日)、インドネシア※(7月27日)、中国※(8月19日)の6カ国で実施。各國代表となるコスプレイヤーを選出し、TGS2014に招待しました。また、韓国からは、ワールドワイドで有名なコスプレイヤーを招聘し、計7カ国から7人のコスプレイヤーが参加。ステージでは、国内コスプレイヤーを含めて、総勢200人がパフォーマンスを繰り広げ、大盛況となりました。

※Facebook上でコンテストを実施し、閲覧者の反応や審査員投票により選出。

(2-c)海外向けコミュニティの活用

日本のポップカルチャーを海外に情報発信する「Tokyo Otaku Mode(TOM)」(Facebookフォローユーザー数:1625万人)とコラボレーションし、事前の告知記事、会期中の記事・写真の掲載などを実施しました。TGS2014関連の記事は計6本、掲載した写真是約100点に及びました。

また、映像産業振興機構(VIPO)が運営している海外向けコンテンツ情報発信サイト「JAPACON」と協力し、東京ゲームショウ関連の英文記事を10本以上掲載しました。

(2-d)国内留学生ボランティアの活用

TGS2014では、国内留学生のボランティアスタッフを募集し、総勢32人が参加。ビジネスデイの受付やビジネスミーティングエリアの案内役、インディーゲームコーナー運営、インフォメーションでの通訳業務、e-Sports競技会の受付業務などで活躍しました。参加したボランティアの母国語内訳は、英語、中国語、スペイン語、韓国語、インドネシア語、ビルマ語、モンゴル語などでした。

3.日本のゲーム産業基盤を強化する

(3-a)インディーゲームコーナー

インディペンデント(独立系)ゲーム開発者の底上げを目的に実施した「インディーゲームコーナー」は、ソニー・コンピュータエンタテインメントがスペシャルスポンサーとして出展料を全額サポート。昨年を大幅に上回る応募の中から、選考により世界17カ国・地域の68のインディーゲーム開発者が参加し、国内外の来場者に向けたプロモーションを展開しました。国内からは、25の個人・団体がエントリーし、日本ゲーム産業の底上げに寄与しました。



〈参加国・地域〉50音順

アイルランド、インドネシア、英国、オーストラリア、オランダ、カナダ、韓国、シンガポール、台湾、中国、デンマーク、日本、ブラジル、フランス、米国、ポーランド、香港

(3-b)センス・オブ・ワンダー ナイト(SOWN)2014

【協力】国際ゲーム開発者協会日本(IDGA日本)

【協賛】ソニー・コンピュータエンタテインメント、グーグル、任天堂

【機材協力】パソコン工房

【日時】9月19日(金) 14:00~16:30

【会場】8ホール・イベントステージ

今年で7回目の開催となるゲームアイディア発掘イベント「センス・オブ・ワンダーナイト(SOWN)」は開催時間と場所を変更して14時からイベントステージで開催しました。今年は27の国と地域から過去最多の136作品(前回23カ国・地域から125作品)の応募がありました。

国内外のゲーム業界からインディーゲームに造詣が深い専門家や制作者・ゲーム配信メーカーからなる10組の選考委員がプレゼンテーションする10作品を選出。国別の内訳は、日本からは2作品、アメリカから5作品、オーストラリアから2作品、シンガポールから1作品でした。会場には約350名の国際色豊かな参加者が詰めかけ、独創的なゲームやユニークなプレゼンに対してスマイルハ



ンマーで応答しインラクティブな盛り上がりを見せました。プレゼンテーション作品はインディーゲームコーナーにブースを設けて、来場者との活発な交流を行いました。

センス・オブ・ワンダーナイト 2014

9月19日(金) 14:00~16:30 8ホール イベントステージ

アワード名	ゲームタイトル	プレゼンター	国名
Audience Award Best Game Design Award	Push Me Pull You	Stuart Gillespie-Cook / House House	豪国
Best Arts Award	Chained	Keith Leiker / DigiPen Team Those Guys	米国
Best Experimental Game Award	Miegakure	Marc ten Bosch / mtb design works, Inc.	米国
Best Presentation Award	PICOLOCITTA	TECO	日本
Best Technological Game Award	8BitMMO	Robby Zinchak / Archive Entertainment	米国
	DubWars	Joe Albrethsen / MURA Interactive Inc	米国
	Expand	Chris Johnson and Chris Larkin	豪国
	FILL	林 陽一 / YO1 KOMORI GAMES	日本
	LURKING	Justin Ng Guo Xiong / DEGIPEN INSTITUTE OF TECHNOLOGY SINGAPORE	シンガポール
	SpeedRunners	Casper Van Est / tinyBuild Games	米国

4.情報発信力を強化する**(4-a)メディアパートナー**

アジア圏における情報発信力強化のために導入したメディアパートナー制度は、初年度となる2010年から数えて、今年で5年目となりました。2014年はメディアパートナーの見直しを進め、インドネシアのパートナーとして、DUNIAKUと新たに契約を結びました。結果として、国内外を合わせて、7カ国・地域で、12媒体とパートナーシップを構築しました。

メディアパートナー一覧			
媒体名	国・地域	媒体名	国・地域
週刊ファミ通	日本	Ruliweb.com	韓国
GAME Watch	日本	Tencent Game	中国
niconico	日本	Sina Games	中国
Tokyo Otaku Mode	日本	Game Weekly	香港
バハムート	台湾	Duniaku	インドネシア
GAMERZ	韓国	IGN Asia	シンガポール

(4-b)公式動画チャンネルの強化

2012年に始めた公式動画チャンネルは、昨年よりniconico(ドワンゴ)がメディアパートナーとして担当。これまで日本語チャンネルと、ビジネスディの基調講演やアジア・ゲーム・ビジネ

公式動画チャンネル視聴者数

	9月18日 (木)	9月19日 (金)	9月20日 (土)	9月21日 (日)	4日間 合計
日本語チャンネル	124,418	112,089	181,557	113,961	532,025
英語チャンネル	26,031	-	-	-	26,031
Cyber Games Asia チャンネル	-	-	44,806	41,859	86,665
合計	150,449	112,089	226,363	155,820	644,721

	ch.1	ch.2
9月18日 (木)	TGS2014 DAY-1 オープニング	
	TGSフォーラム2014 基調講演	TGS Forum 2014 Keynotes (ENGLISH)
	出展タイトル特集① コーディテクモゲームズ	
	アジア・ゲーム・ビジネス・サミット 2014	Asia Game Business Summit 2014 (ENGLISH)
	出展タイトル特集② バンダイナムコゲームズ	
	出展タイトル特集③ スクウェア・エニックス	
	TGS2014 DAY-1 エンディング	
9月19日 (金)	TGS2014 DAY-2 オープニング	
	出展タイトル特集④ セガ	
	出展タイトル特集⑤ 日本マイクロソフト	
	出展タイトル特集⑥ カプコン	
	出展タイトル特集⑦ ソニー・コンピュータエンタテインメント	
	出展タイトル特集⑧ コナミデジタルエンタテインメント	
	センス・オブ・ワンダーナイト2014	
9月20日 (土)	TGS2014 DAY-2 エンディング	
	TGS2014 DAY-3オープニング	
	自作ゲームフェスステージ①	
	ゲーム音楽作曲家トークライブ	
	アイドルマスター ワンフォーオール 「765プロ、学祭クイーンへの道スペシャル！」	
	スマートフォンゲーム出展タイトル特集①	
	TGS2014 DAY-3エンディング	
9月21日 (日)	Cosplay Collection Night @TGS	
	TGS2014 DAY-4オープニング	
	インディーゲーム出展タイトル特集	
	PS4版マイクラフト実況ステージ	
	自作ゲームフェスステージ②	
	スマートフォンゲーム出展タイトル特集②	
	TGS2014 DAY-4エンディング	



ス・サミットなどの同時通訳を放送する英語チャンネルのほか、e-Sports競技会「Cyber Games Asia」(9ホール)専門チャンネルを新たに加えました。これによって、オンラインゲームの視聴者などを獲得できました。

(4-c)ソーシャルメディアの活用

TGS2014では、公式Webサイトでの情報発信に加え、Facebook(いいね!数7,170)やTwitter(フォロワー数13,279)、LinkedInなどのソーシャルメディアを使った情報発信を実施しました。Twitterでは約70件、Facebookでは約50件の情報発信をしたほか、各SNSから寄せられたご意見やご質問などにも対応しました。



(2)一般来場者の満足度向上

東京ゲームショウ2014の中期ビジョンの一つである「一般来場者の満足度を向上することを目指し、各種施策を実施しました。「混雑を緩和する」「『もらえる』『体験できる』施策を増やす」「困っていることを減らす」という3つの視点で、13種類の施策についてまとめました。

(1-a)コーナーレイアウトの変更など

東京ゲームショウ2014では、会場内の混雑を緩和するために、1～6ホール内にある40小間以上の大型出展社を、会場内の南北の壁エリア(上下)へ配置し、40小間以下の中小規模ブースを会場中央の列に並べるように、基本レイアウトを変更しました。



これによって、大型ブース同士が通路をはさんで向かい合うことが少なくなり、人気コンテンツやステージイベントなどを試遊・観覧する来場者同士がぶつかり合うようなトラブルを、最小限にとどめることが可能になりました。また、南北方向にいくつもの通路ができることで、移動経路を分散し、混雑により動けなくなるという問題を軽減しました。

この会場内レイアウトの変更に伴い、一般公開日の来場者入場口を従来の1ホール北側開口部から、1ホール西側中央の開口部へ

と変更しました。開口部の広さが従来の1.5倍程度大きくなるほか、北側と南側に人の流れを拡散させる効果もあり、時間あたりの流入量を増大することに成功。結果として、混乱もなく、短時間に入場いただけるよう

になりました。

また、TGS会場への入場口を、9ホール側にも設置し、1ホール入口に集中することによる混雑を緩和。入場時間ごとの分散入場を実施することで、来場者が1カ所に集中するトラブルを回避しました。

結果として、来場者アンケートでも、会場内の混雑具合について、国内の一般来場者の半数以上の52.6%が改善したと回答。また、会場内のメイン通路が長時間ふさがってしまうという事態が発生しなかったため、混雑は改善されてきました。



ビジネスデイ来場者アンケートでは、会場内の混雑具合について、国内来場者の72.9%、海外来場者の74.3%が「改善したと思う」、または「少し改善したと思う」と回答。一般公開日来場者アンケートでは、国内来場者の52.6%、海外来場者の58.1%が「改善したと思う」、または「少し改善したと思う」と回答。

(1-b)整理券配布所の設置

【場所】1ホール入場口近傍

一般公開日の2日間、人気の高いゲームタイトルの試遊整理券やイベントステージの観覧整理券などを、入場直後から配布する整理券配布所を、1ホール入場口左側に設置しました。



初日(20日)は『モンスターハンター4G試遊』『アイドルマスター・ステージ観覧』『Project Morpheus試遊』『アイドルマスター・ライブ観覧』『World of Warships試遊』を配布。2日目(21日)は『モンスターハンター4G試遊』『テイルズ オブ・ステージ観覧』『ファントム オブ キル×でんぱ組.inc・ステージ観覧』『Project Morpheus試遊』『World of Warshipsステージ観覧』『World of Warships試遊』を配布しました。来場者がチケットを求めて会場内を駆け回ったり、ブースに長蛇の列を作ることなく、人気コンテンツの整理券を配布することができました。

(1-c)ステージ動線計画の徹底とプログラムの情報共有

自社ブース内にステージを設置している全出展社を対象に、ステージ周辺の動線計画書を事前に提出。ステージ周辺を整理する場合に使用するロープ、スタッフの配置などを細かく規定することで、運営の品質を均一にすることを目指しました。その結果、人員配置や準備不足による大きな混乱は発生しませんでした。

また、40小間以上の大規模出展社のステージでは、プログラムスケジュールを事前に確認し、周団の大規模出展社同士で情報共有することで、混雑するプログラムへの対応にそなえることができました。

2.「もらえる」「体験できる」施策を増やす

(2-a)大抽選会の実施

【場所】9ホール

出展社ブースで配布される人気のノベルティや物販コーナーで扱っているユニークな商品を集めて、大抽選会をホール9で開



催しました。26社の出展社から78種類、2930点の景品をご提供いただき、大抽選会コーナーに足を運んだ来場者が「当たり」くじを引いたら、先着順で景品リストから欲しい景品を1点選んでもらいました。抽選にもれた来場者には、昨年同様にTGS2014 のキャラクターをデザインした特製ポケットティッシュを配布しました。一般公開日の2日間で、昨年の約2倍となる2万2473人の来場者が抽選会に参加しました。



〈TGS2014大抽選会景品提供出展社(26社)〉50音順

アークシステムワークス、AVerMedia Technologies、アミューズメントメディア総合学院、アンサー、WARGAMING JAPAN、カブコン、ガルボア、QUBIT GAMES、グリー、グリーノーク、ゲームセンターCX、コーエーテクモゲームス、サン電子、スクウェア・エニックス、スピイク・チュンソフト、セガ、ディーピー、日本マイクロソフト、パステムセゾン、バンダイナムコゲームス、ビーズ、PUMO、ブロードメディア、プロディジ、夢職人、RAZER

(2-b)連動コンサートイベントの実施

【日時】2014年9月20日(土) 17:30開場／18:30開演

東京ゲームショウの来場者にゲーム関連のライブコンサートも楽しんでもらう目的で始まった、連動コンサートイベント企画。2回目となる今年は、ブシロードのゲームタイトル『ミルキィホームズ』関連のコンサートイベントを、9月20日(土)に開催。新規プロジェクトの発表と、その幕開けとなるライブが行われ、約4000名の観客が集まり、会場は熱狂に包まれました。また、イベントホール前広場では、関連グッズの販売も行いました。



ミルキィホームズファーストライブ(にかいめ！) ～Welcome to Second Stage～

出演

ミルキィホームズ	三森すずこ／徳井青空／佐々木未来／橋田いづみ
フェザーズ	愛美／伊藤彩沙

(2-c)モンスター エナジーバー

【場所】4ホール

2年連続オフィシャルドリンク協賛となったモンスター エナジーは、4ホール北側に「モンスター エナジーバー」を設置し、会期中、来場者に同社製のエナジードリンク「モンスター エナジーアブソリュートゼロ」を無料で配布しました。

このほか、国際会議場のビジネスミーティングエリア、プレスルームなどにもエナジードリンクを供給し、ビジネス関係者が仕事の合間にのどを潤しました。



3.困っていることを減らす

(3-a)デジタルサイネージの設置

40小間以上の大規模出展社(計13社)を対象に、ブースの試遊待ち時間や配布物の状況などを表示するデジタルサイネージを、展示ホール間を結ぶ出入口の壁、会場外のチケット売り場付近など10カ所に設置し、来場者向けに情報を発信しました。昨年と比べて、デジタルサイネージのモニター画面が大きくなつたことに合わせ、1画面あたりに表示する出展社情報を4社分に増やしました。同時に画面の切り替え時間を15秒と昨年よりも短くすることで、情報の回転数をアップしました。これにより来場者はブースに到着する前に、各ブースの情報を事前に把握することができるようになりました。



デジタルサイネージ表示出展社(50音順)

WARGAMING JAPAN、エレクトロニック・アーツ、カブコン、グリー、コーエーテクモゲームス、コナミデジタルエンタテインメント、スクウェア・エニックス、セガ、ソニー・コンピュータエンタテインメント、DMMゲームズ、日本マイクロソフト、バンダイナムコゲームス、ブシロード

(3-b)インフォメーションの強化

【場所】2Fコンコース 中央エントランス

海外来場者の増加に対応するために、今年から幕張メッセ2Fコンコースの中央エントランス付近に設置している「インフォメーション」のスタッフを強化。英語対応が可能な通訳スタッフやボランティアスタッフなどを増員し、ビジネスデイを中心に、出展社のブースの位置や周辺の施設に関する問い合わせなどに対応しました。



(3-c)インターナショナルラウンジ

Supported by Tokyo Otaku Mode

【場所】2ホール

Tokyo Otaku Modeと共同で運営した「インターナショナルラウンジ」は、主に海外来場者へのホスピタリティを向上させ、ゲームを始めとした日本のポップカルチャーに親しんでもらうことを目的にしたブース。



ブース内には、ゲーム業界を描いた人気マンガ『大東京トイボックス』をフィーチャーした展示を実施。描き下ろし短編マンガや、マンガを英語翻訳したパネルなどを展示しました。また、オリジナルTシャツなども販売しました。

(3-d)公式アプリ

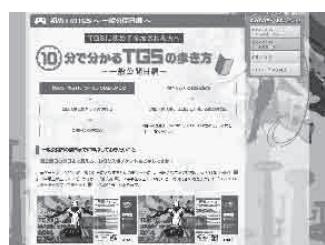
出展企業や出展タイトル、会場マップをスマートフォンで閲

観できる公式アプリ「TGSガイド」を前年に続いて導入。直感的に操作できる、シンプルなユーザーインターフェースに変更しました。コンテンツとしては、会場マップ、出展社リスト(日・英)、出展タイトル一覧、10分でわかるTGSの歩き方(日・英)を用意。事前にダウンロードすることで、電波環境の悪い会場内でもコンテンツを閲覧できるようになりました。



(3-e) 10分で分かるTGSの歩き方

昨年に引き続き、TGS来場初心者向けに、TGS入場時に気をつけるポイント、チケットの購入方法などをまとめた「10分でわかるTGSの歩き方」を公式Webサイト、およびTGS公式アプリに掲載しました。通常のFAQに加えて、初心者が不安を感じるポイントを詳しく解説することで、来場者が少しでも足を運びやすくなるようにしました。



(3-f) 喫煙コーナー

【場所】やすらぎのモール、いこいのモール(南側)

ビジネスデイの2日間(9月18日、19日)、3ホールと4ホールの間の「やすらぎのモール」の南側屋外と、6ホールと7ホールの間の「いこいのモール」の南側屋外、計2カ所の臨時喫煙所を設置しました。屋外に喫煙所を設けることで、モールを含めた会場内禁煙の徹底を図りました。



(3-g) 携帯電話充電コーナー powered by NTTdocomo

【場所】3ホール

昨年からスタートした「携帯電話充電コーナー」は、NTTドコモ千葉支店の協力によって実施しているコーナーです。来場者が持ち込む電池切れのスマートフォンやフィーチャーフォンを預かり、無料で充電します。40台以上の携帯電話を充電できる機器を使ってますが、ブース前には常に順番待つ来場者が立ち寄っていました。

4. そのほかの主催者企画

(4-a) 東日本大震災復興支援企画

昨年に続き、今年も東日本大震災の復興支援を目的に、チャリティーオークションや募金箱の設置を行いました。

これらの活動で集まった義援金99万6944円は、被害の大き

かった岩手、宮城、福島の3県9市に寄付いたしました。ご協力ありがとうございました。

●チャリティーオークション

【日時】9月20日(土)、21日(日)16:00~17:00

【場所】8ホール イベントステージ

毎年恒例の「東日本大震災復興支援チャリティーオークション」を実施。CESA会員、出展社から提供されたプレミアムグッズをオークションに出品。2日間で、総額95万7000円の売り上げとなりました。ご協力ありがとうございました。

〈チャリティーオークション用グッズご提供企業(23社・者)〉50音順

AverMedia Technologies、アークシステムワークス、アミューズメントメディア総合学院、Winking Entertainment、WARGAMING JAPAN、カプコン、ガルボア、ガンバレル、グリーノーク、ゲームセンターCX、コーエーテクモゲームス、コナミデジタルエンタテインメント、サン電子、セガ、バンダイナムコゲームス、ビーズ、コムプランニング、PUMO、パステムゼン、フロム・ソフトウェア、日本ゲーム大賞2014年間作品部門クリエイター、日本ゲーム大賞2014フューチャー部門受賞クリエイター、レベルファイブ

(4-b) ゲーム歴史博物館

【場所】9ホール

家庭用ゲーム機の誕生から現在までのゲーム業界の歴史、株価や為替、流行語やヒット曲など時事情報とともにたどるパネル展示です。歴代の日本ゲーム大賞受賞作品や家庭用ゲーム機本体のリリース情報なども掲載しました。



(4-c) Smartphone Special Area

【場所】5ホール

スマートフォンで遊べるゲームを中心に紹介するスマートフォンゲームコーナー/ソーシャルゲームコーナー内にAndroidの最新端末を展示したほか、Android上のゲームアプリを試遊できる展示を用意しました。



(4-d) 無線LANエリア／すれちがい通信＆対戦ゲーム広場

【場所】2Fコンコース

会場内では無線LANの利用が制限されていることを受けて、2Fコンコースに3カ所、無料で使える無線LANエリアを用意しました。また、無線LANエリアの近くに、待ち合わせなどに便利な「すれちがい通信＆対戦ゲーム広場」を2カ所設置し、来場者が座って遊べるエリアを作りました。



7. イベントステージ

8ホールに設置したイベントステージでは、TGSフォーラム基調講演、アジア・ゲーム・ビジネス・サミット、日本ゲーム大賞発表授賞式などの主催者によるステージプログラムのほかに、出展社による最新ゲームの紹介やライブイベントなどが行われました。それぞれのステージで多くの来場者を集めました。



●9月18日(木)

10:30～ 12:25	TGSフォーラム2014 基調講演第1部／第2部	
13:30～ 15:00	アジア・ゲーム・ビジネス・サミット 2014	
16:00～ 17:30	日本ゲーム大賞2014 経済産業大臣賞・年間作品部門 発表授賞式 司会:伊集院光、前田美咲	



●9月19日(金)

14:00～ 16:30	センス・オブ・ワンダーナイト 2014 司会:新清士、イザベル・マザボ	
-----------------	--	--



●9月20日(土)

10:30～ 11:30	日本ゲーム大賞2014 アマチュア部門 発表授賞式 司会:鷺崎健、藤井祥子	
13:00～ 14:00	『アイドルマスター ワンフォーオール』 765プロ、学祭クイーンへの道スペシャル!! 『アイドルマスター ワンフォーオール』のダウンロードコンテンツ第5弾の情報を一気に公開し、坂上総合プロデューサーと出演声優による歌あり、トークありのステージ。出演者:沼倉愛美、原由美、朝倉杏美、木戸衣吹、渡部優衣。	
14:30～ 15:00	「あにむす！」出張ステージ featuring セガ・ハード・ガールズ テレビ東京ほかにて放送中のアニメ情報番組「あにむす！」の出張ステージ。セガの歴代ゲームハードが美少女になった「セガ・ハード・ガールズ」プロジェクトを紹介します。出演者:相沢舞、高山ゆうこ、井澤詩織、A応P(荻野沙織、小森未彩、桜奈里彩、清水川沙季、巴奎依、広瀬ゆうき)	
16:00～ 17:00	東日本大震災復興支援チャリティーオークション 1日目 司会:鷺崎健、藤井祥子	
18:30～ 20:00	Cosplay Collection Night @TGS presented by Cure 出演者:ことり、ウサコ、NaGi、コノミアキラ、万鯉子、AZA MIYUKO(韓国)、Valxonia(タイ)、Chelse Yuan(マレーシア)、Code Lucy(ベトナム)、Yukitora Keiji(インドネシア)、濡綾(中国)、Nanako(ラオス)、チームフルーツポンチ(香港)ほか約200人	



●9月21日(日)

12:00～ 13:30	日本ゲーム大賞2014 フューチャー部門 発表授賞式 司会:鷺崎健、前田美咲	
14:00～ 15:00	Fuji&gumi Games第1弾スマートフォンゲーム 『ファントム オブ キル』×『でんぱ組.inc』 スペシャルイベント Fuji&Gumi Gamesのスマートフォンゲーム第1弾『ファントム オブ キル』の制作発表。出演者:でんぱ組.inc(古川未鈴、相沢梨紗、夢眠ねむ、成瀬瑛美、最上もが、藤咲彩音)、種田慶郎(Fuji&Gumi Games 社長)、今泉潤(エグゼクティブプロデューサー)	
16:00～ 17:00	東日本大震災復興支援チャリティーオークション 2日目 司会:鷺崎健、前田美咲	





8. 日本ゲーム大賞 2014

第18回目となる「日本ゲーム大賞2014」は、近年の家庭用ゲーム業界の発展に寄与した人物に贈られる「経済産業大臣賞」、昨年度日本国内でリリースした作品を対象とする「年間作品部門」、「東京ゲームショウ2014」に出展された未発売作品を対象とする「フューチャー部門」、学生・一般を問わず、オリジナルの未製品化作品を対象とする「アマチュア部門」の3つのカテゴリーで開催し、それぞれ受賞作品を発表・表彰しました。



「年間作品部門」は、2014年4月7日～7月18日までの間、一般投票を実施。一般投票により選出した作品の中から、日本ゲーム大賞選考委員による審査を経て、各受賞作品を決

定しました。『モンスターハンター4』『妖怪ウォッチ』の大賞2作品は、一般投票者からの多くの支持に加え、日本ゲーム大賞選考委員により、2013年度を象徴するに最もふさわしい作品として、大賞に選ばれました。

また、「経済産業大臣賞」は、昨年発売され社会的な一大ムーブメントとなった「妖怪ウォッチ」など、新たな試みに満ちた数々の作品を通じて、ゲームのコンテンツとしての優位性とその可能性を示し、ゲーム産業の発展に多大なる貢献をされた点が評価され、日野 晃博氏(株式会社レベルファイブ 代表取締役社長／CEO)に贈られました。

ゲームデザイナーズ大賞は、桜井政博氏を審査委員長に計8人のクリエイターが審査員として、受賞作品を決定。今年度の受賞作品は『ブラザーズ2人の息子の物語』(開



発元:Starbreeze Studios / 日本国内での発売・販売元:株式会社スパイク・チュンソフト)となりました。

「アマチュア部門」は3月10日から6月30日までの間、アマチュアの方々が制作した作品を募集。今年から募集するゲーム作品にテーマを設定するとともに、個人賞を新設し、昨年の282作品を大きく上回る315作品の応募がありました。選考は、クリエイターや編集者によるVTR審査と試遊審査を行い、11作品を受賞作品として選出しました。

「フューチャー部門」は、東京ゲームショウ2014の会期中、9月18日(木)～20日(土)までの3日間、来場者による投票を実施。出展された未発売のゲームタイトルの中から日本ゲーム大賞選考委員による審査を経て、12作品を今後が期待される作品として選出しました。



「日本ゲーム大賞2014」発表授賞式模様／受賞作品一覧

【年間作品部門/経済産業大臣賞】発表授賞式

【日時】9月18日(木)16:00～17:30

【司会】伊集院 光、前田 美咲

【主催者代表挨拶】(社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 鵜之澤 伸

【ご挨拶】経済産業省 経済産業大臣政務官 関 芳弘

(敬称略)



【年間作品部門】受賞作品一覧

受賞	タイトル	プラットフォーム	社名
大賞	モンスターハンター4	3DS	株式会社カプコン
	妖怪ウォッチ	3DS	株式会社レベルファイブ
ゲームデザイナーズ大賞	ブラザーズ2人の息子の物語	PS3オンライン配信専用タイトル	Starbreeze Studios 株式会社スパイク・チュンソフト
優秀賞	艦隊これくしょん～艦これ～	PC	株式会社DMM.com 株式会社角川ゲームス
	グランド・セフト・オートV	PS3 / XB360	ロックスター・ゲームス
	スーパーマリオ 3Dワールド	Wii U	任天堂株式会社
	DARK SOULS II	PS3 / XB360 / PC	株式会社フロム・ソフトウェア
	パズドラZ	3DS	ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社
	ファイナルファンタジーXIV: 新生エオルゼア	PC / PS3 / PS4	株式会社スクウェア・エニックス
	ポケットモンスター X・Y	3DS	株式会社ポケモン
	METAL GEAR SOLID V: GROUND ZEROES	PS4 / PS3 / XB360 / Xbox One	株式会社コナミデジタルエンタテインメント
	モンスターハンター4	3DS	株式会社カプコン
	妖怪ウォッチ	3DS	株式会社レベルファイブ
特別賞	The Last of Us (ラスト・オブ・アス)	PS3	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
	ソリティ馬	3DS	株式会社ゲームフリーク
ベストセールス賞	ポケットモンスター X・Y	3DS	株式会社ポケモン
グローバル賞日本作品部門	ポケットモンスター X・Y	3DS	株式会社ポケモン
グローバル賞海外作品部門	グランド・セフト・オートV	PS3 / XB360	ロックスター・ゲームス

PS4: PlayStation®4 / PS3: PlayStation®3 / 3DS: ニンテンドー3DS及び3DS LL / XB360: Xbox 360® / PC: Windows®

(タイトル名はカナ50音順)

【アマチュア部門】発表授賞式

【日時】9月20日(土)10:30~11:30

【司会】鷺崎 健、藤井 祥子

【主催者代表挨拶】日本ゲーム大賞実行委員長 辻本 春弘

【プレゼンター／アマチュア部門審査委員】

グリー(株)

代表作:「GREEアバター」、他スマフォソーシャルゲームプロデュース 屋島 新平

(株)コナミデジタルエンタテインメント

代表作:「ワールドサッカーウイニングイレブン」シリーズ 高塚 新吾

(株)スクウェア・エニックス

代表作:「FINAL FANTASY IV」「LIVE A LIVE」他 時田 貴司

(株)セガ

代表作:「サクラ大戦」シリーズ、電撃文庫 FIGHTING CLIMAX 寺田 貴治

(株)ディー・エヌ・エー

代表作:FINAL FANTASY Record Keeper、三国志ロワイヤル 佐々木 悠

(株)バンダイナムコスタジオ

代表作:「鉄拳」、「ソウルキャリバー」シリーズ、各種ガンゲーム、各種メダルゲーム 世取山 宏秋

(株)KADOKAWA

電撃PlayStation編集部 副編集長 千木良 章

(株)KADOKAWA

週刊ファミ通編集部 編集長 林 克彦

(敬称略)



個人賞
岡田 忠憲氏



大賞
HAL大阪「OneBIT」チーム

※社名は発表授賞式時点のものとなります。

東京ゲームショウの会場に「アマチュア部門」受賞作品を試遊できるコーナー設置。多くの方に試遊いただきました。



【アマチュア部門】受賞作品一覧

受賞	タイトル	プラットフォーム	学校名/受賞者
大賞	FRAMING	DS	HAL大阪／OneBIT
優秀賞	うごかんどう	スマートフォン／タブレット	ECCコンピュータ専門学校／うごかし隊
	STAPPY	PC	ECCコンピュータ専門学校／Human Complex
	ディガリス	DS	HAL大阪／プロジェクトディガリス
	FRAMING	DS	HAL大阪／OneBIT
	LIFT	PC	HAL大阪／BRIGHT CONNECTION
佳作	ごぼろぼ	DS	HAL大阪／ごぼろぼProject
	さんすうばずる	PC	トライデントコンピュータ専門学校／鈴木 大輝
	数学と流れ星	スマートフォン／タブレット	岡田 忠憲
	TON	PC	東京工芸大学／team.CHAW
	はにかむ	スマートフォン／タブレット	名古屋工学院専門学校／はちのこプロジェクト
	PluSpear	DS	HAL大阪／Project PluSpear
個人賞	数学と流れ星	スマートフォン／タブレット	岡田 忠憲

DS: ニンテンドーDS Lite / PC: パソコン

(タイトル名はカナ50音順／受賞者名敬称略)

【フューチャー部門】発表授賞式

【日時】9月21日(日)12:00~13:30

【司会】鷲崎 健、前田 美咲

【講評】日本ゲーム大賞選考委員

(株)KADOKAWA 常務取締役 浜村 弘一

(敬称略)

※社名、役職は発表授賞式時点のものとなります。



◎受賞社の代表者



写真左端から(上段)●英雄伝説 閃の軌跡II ●The Order: 1886 ●KINGDOM HEARTS -HD2.5 ReMIX- ●GOD EATER 2 RAGE BURST (中段)●サイコブレイク ●テイルズ オブ ゼスティリア ●ファンタシースター ノヴァ ●Bloodborne (下段)●METAL GEAR SOLID V :THE PHANTOM PAIN ●モンスターハンター4G ●龍が如く0 誓いの場所 ●Oculus Rift

「フューチャー部門」受賞作品一覧

タイトル	プラットフォーム	社名
英雄伝説 閃の軌跡II	PS3／PS Vita	日本ファルコム株式会社
The Order: 1886	PS4	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
KINGDOM HEARTS -HD2.5 ReMIX-	PS3	株式会社スクウェア・エニックス
GOD EATER 2 RAGE BURST	PS4／PS Vita	株式会社バンダイナムコゲームス
サイコブレイク	PS4／PS3／Xbox One／Xbox 360	ベセスダ・ソフトワークス
テイルズ オブ ゼスティリア	PS3	株式会社バンダイナムコゲームス
ファンタシースター ノヴァ	PS Vita	株式会社セガ
Bloodborne	PS4	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
METAL GEAR SOLID V :THE PHANTOM PAIN	PS4／PS3／Xbox One／Xbox 360	株式会社コナミデジタルエンタテインメント
モンスターハンター4G	3DS	株式会社カプコン
龍が如く0 誓いの場所	PS4／PS3	株式会社セガ
Oculus Rift(※1)	PC	Oculus VR

PS4: PlayStation®4 / PS3: PlayStation®3 / PS Vita: PlayStation®Vita / 3DS: ニンテンドー3DS及び3DS LL / PC: Windows®

※1:バーチャルリアリティ ヘッドセット

(タイトル名はカナ50音順)



9. ビジネスディ来場者アンケート

調査概要

【調査方法】東京ゲームショウ2014のビジネスディ来場者登録者のうち、国内:2万2002人、海外:1468人に、調査協力依頼メールを配信。日経BPコンサルティングのインターネット調査システム「AIDA」で回答を受け付けた。

【調査期間】国内:2014年11月4日(火)~2014年11月12日(水)
海外:2014年11月12日(水)~2014年11月20日(木)

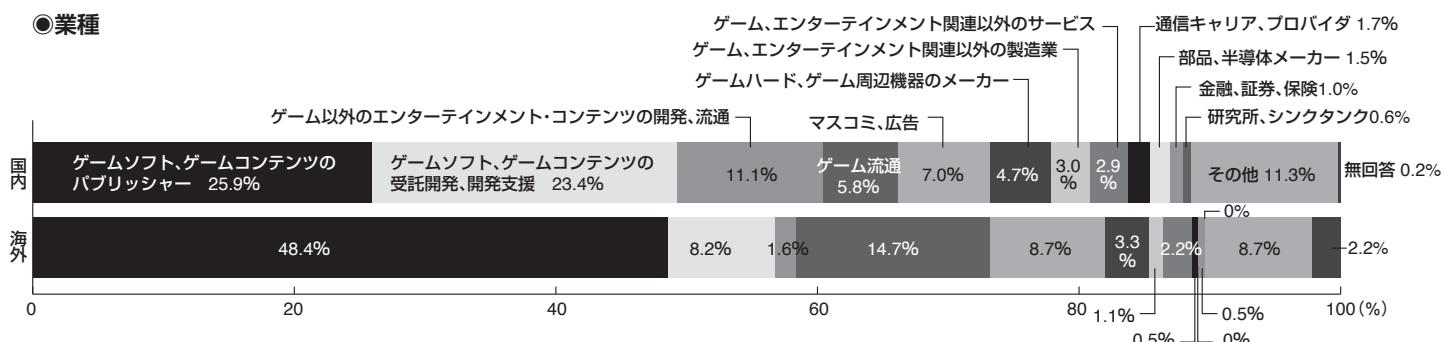
【有効回答数】国内:1894件(回収率8.6%) 海外:184件(回収率12.5%)

【調査実施】日経BPコンサルティング

●円グラフの見方

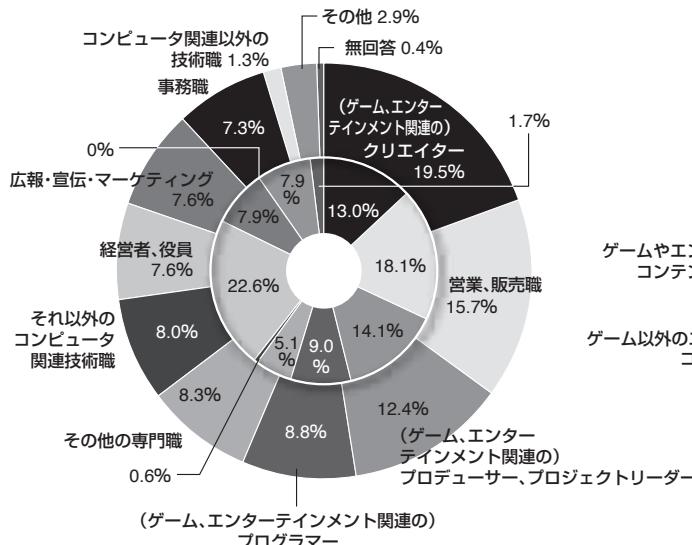


●業種

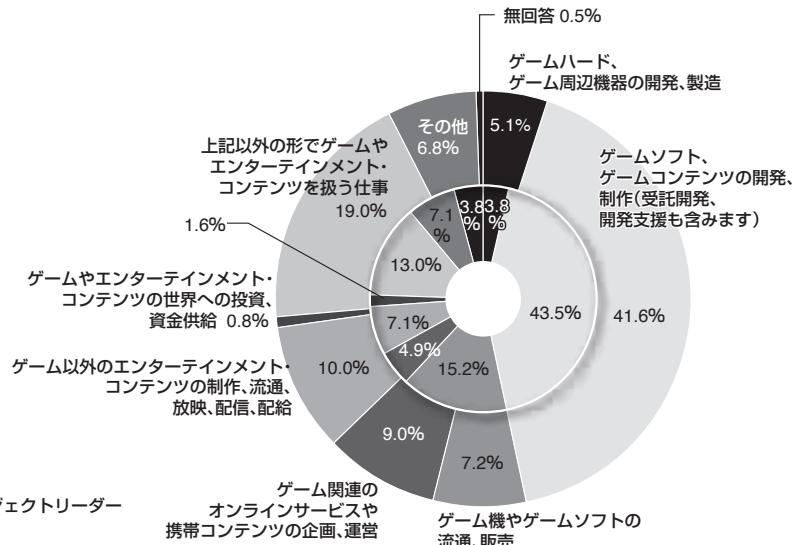


●職種

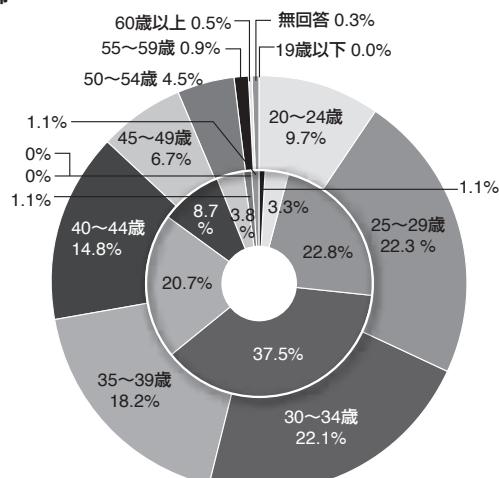
海外来場者の22.6%が経営者・役員



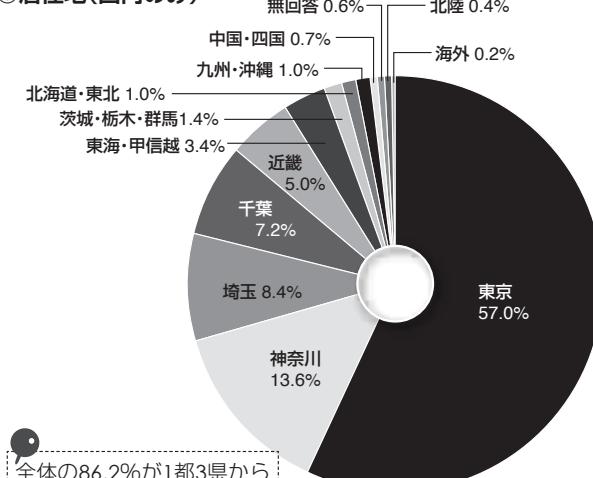
●ゲーム／エンターテインメント・コンテンツとの関わり



●年齢

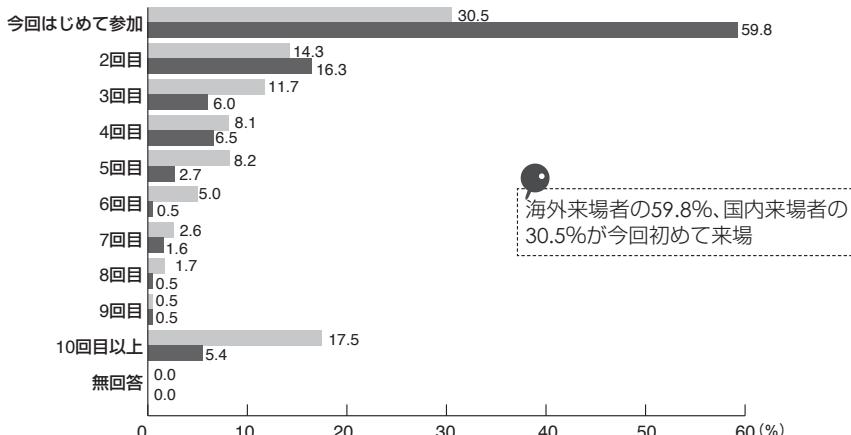


●居住地(国内のみ)



全体の86.2%が1都3県から来場

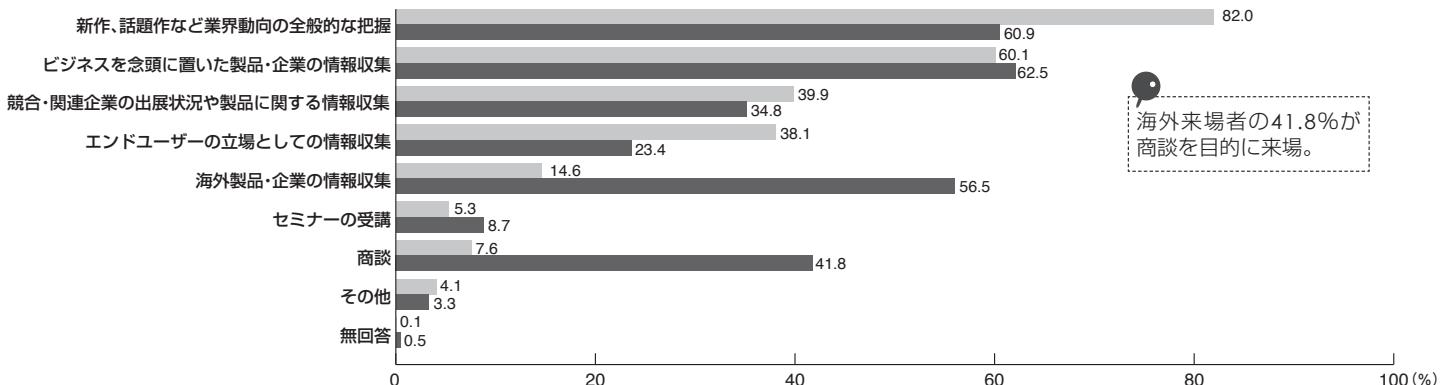
●来場回数



●棒グラフの見方

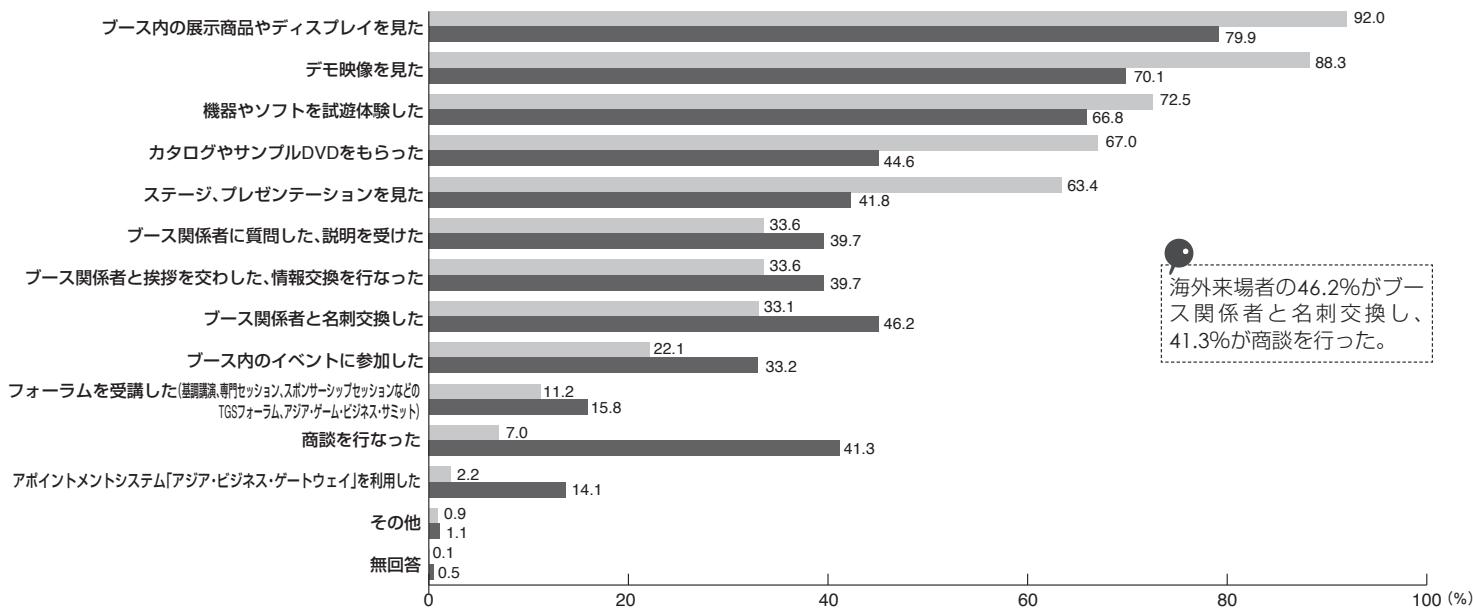
■ 国内
■ 海外

●来場の目的(MA)



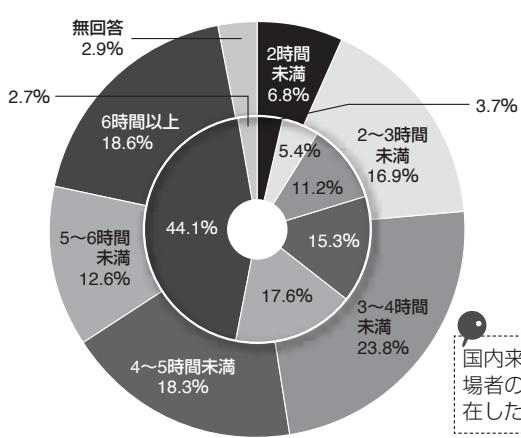
海外来場者の41.8%が商談を目的に来場。

●来場時の行動(MA)

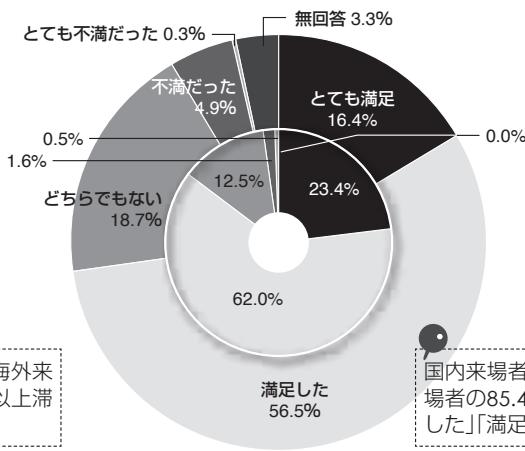


海外来場者の46.2%がブース関係者と名刺交換し、41.3%が商談を行った。

●滞在時間



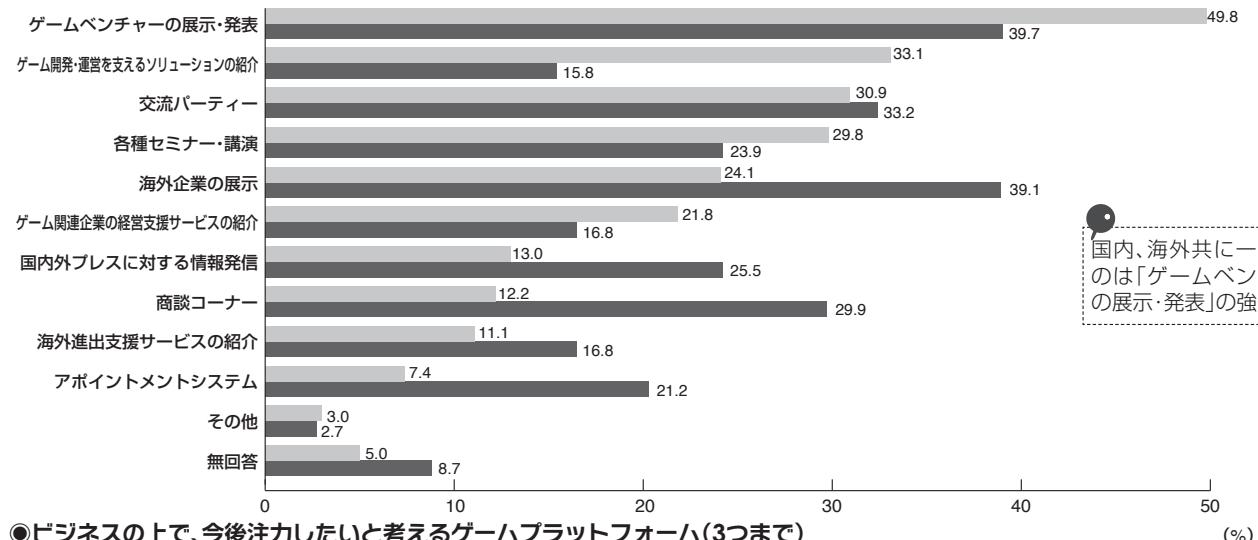
●東京ゲームショウ2014の満足度



国内来場者の49.6%、海外来場者の76.9%が4時間以上滞在したと回答

国内来場者の72.9%、海外来場者の85.4%が「とても満足した」「満足した」と回答

◎「ビジネスディ」で今後、強化してほしい項目は何ですか。(MA)

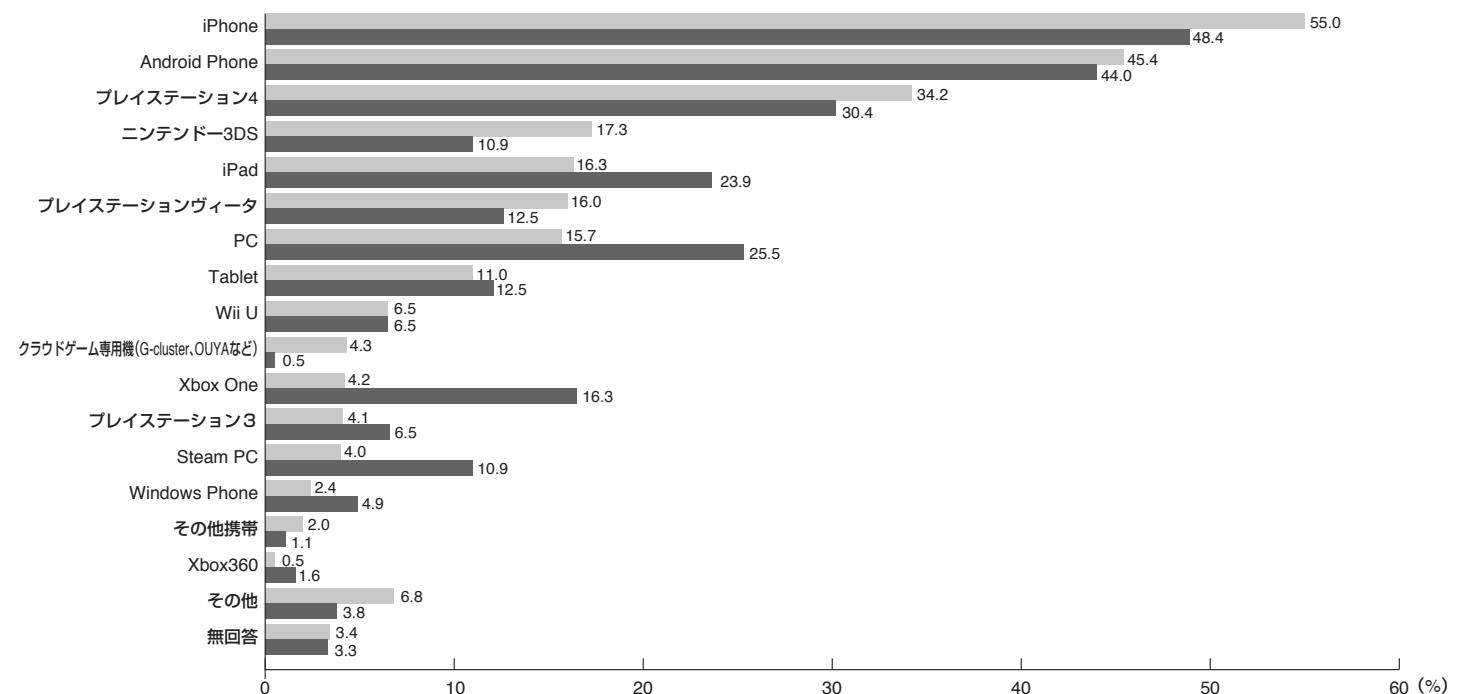


●棒グラフの見方

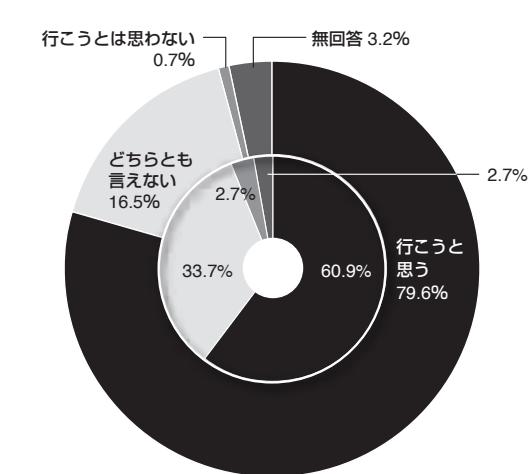
■ 国内
■ 海外

国内、海外共に一番多いのは「ゲームベンチャーの展示・発表」の強化

◎ビジネスの上で、今後注力したいと考えるゲームプラットフォーム(3つまで)



◎次回の東京ゲームショウへの来場意向



国内の79.6%、海外の60.9%が次回も来場を希望

◎ビジネスディ海外来場者 地域/国別内訳

地域	国・地域別割合(%)	地域	国・地域別割合(%)	
アジア	中国	23.8%	ポーランド	0.5%
	韓国	20.1%	アイルランド	0.3%
	台湾	16.5%	ロシア	0.3%
	香港	6.0%	オーストリア	0.2%
	シンガポール	3.8%	ウクライナ	0.1%
	タイ	2.8%	エストニア	0.1%
	インドネシア	1.0%	オランダ	0.1%
	マレーシア	0.5%	デンマーク	0.1%
	フィリピン	0.4%	ハンガリー	0.1%
	インド	0.3%	ポルトガル	0.1%
北米	ベトナム	0.3%	モナコ	0.1%
	ネパール	0.1%	オーストラリア	0.5%
	米国	10.0%	ニュージーランド	0.1%
	カナダ	2.1%	イスラエル	0.4%
	英国	2.1%	U A E	0.4%
欧州	ドイツ	1.2%	クウェート	0.4%
	フランス	1.2%	サウジアラビア	0.1%
	スウェーデン	1.0%	イラン	0.1%
	スペイン	0.8%	アルゼンチン	0.1%
	フィンランド	0.6%	コロンビア	0.1%
中東	イタリア	0.5%	メキシコ	0.1%
	ノルウェー	0.5%	不明	0.4%

アジアからの来場が全体の75.5%

●ビジネスディに窓口で受付した海外来場者1555人の内訳

●在日外国人、ゲストバス持参者、海外プレス関係者、各種出展社バス持参者は除く

10. 一般来場者アンケート

【調査方法】国内: 東京ゲームショウ2014の会場内(ホール3、6、8)に設置したブースにおける自記式アンケート調査。

海外: 公式サイトオンラインチケット購入者のうち、2703名に調査依頼を送付。日経BPコンサルティングのインターネット調査システム「AIDA」で回答を受け付けた。

【調査対象】国内: 東京ゲームショウ2014に来場した3歳以上の男女個人

海外: 公式サイトオンラインチケット購入者

【有効回答数】国内: 1279件 海外: 468件(回収率17.3%)

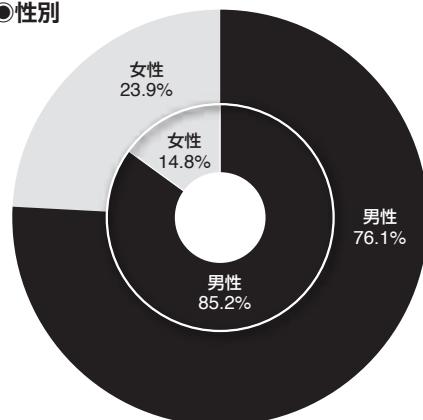
【調査主体】国内: <実施主体>一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会

海外: 日経BPコンサルティング

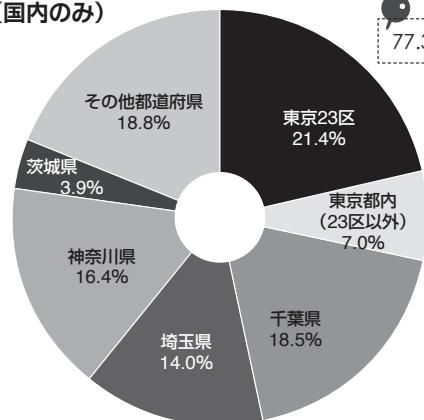
●円グラフの見方



●性別

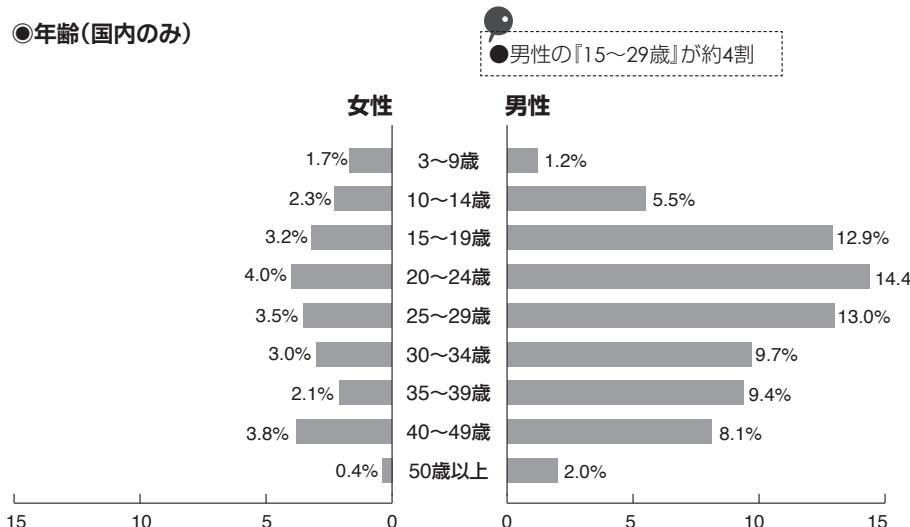


●居住地(国内のみ)

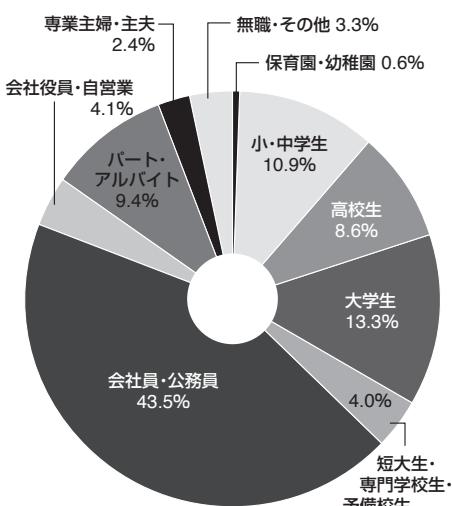


77.3%が1都3県から来場

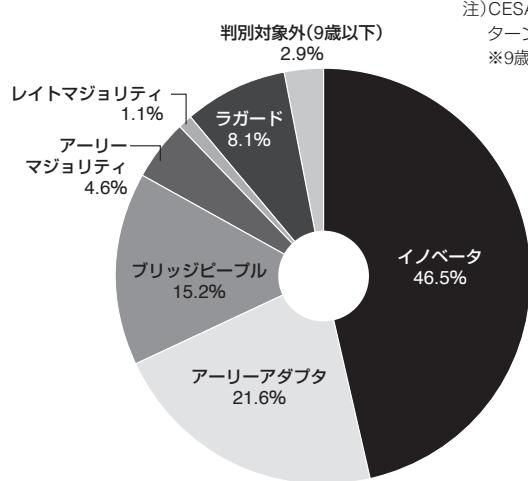
●年齢(国内のみ)



●職業(国内のみ)



●ゲーム関与度(国内のみ)



注)CESAでは、2014年より「ゲーム機所有状況」「プレイ状況」「ソフト購入本数」「情報接触・伝達態度」などの設問の回答パターンから算出し、家庭用ゲーム機ユーザーの関与度・先行性を表す指標を6分類し、以下のように定義しています。
※9歳以下の子供については、判別の対象外としています。

【ゲーム関与度別分類】

【イノベータ】ゲームに関する関与度・先行性が最も強いユーザ一群

【アーリーアダプタ】比較的早期に購入に踏み切るユーザ一群

【ブリッジピーブル】自身の判断基準はそれほど明確ではないが、マジョリティへの情報伝達機能を持つユーザ一群

【アーリーマジョリティ】周囲の状況や流行感の影響を受けやすいユーザ一群

【レイトマジョリティ】周囲の状況や流行感を確認した上で、ようやく購入に踏み切るユーザ一群

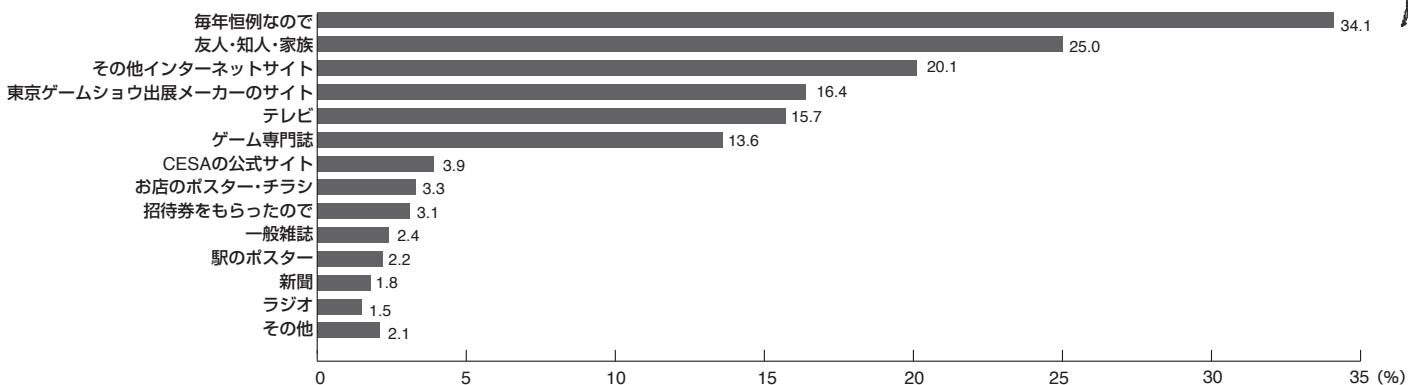
【ラガード】家庭用ゲーム機を1台も所有していない、マーケット対象外の一般生活者



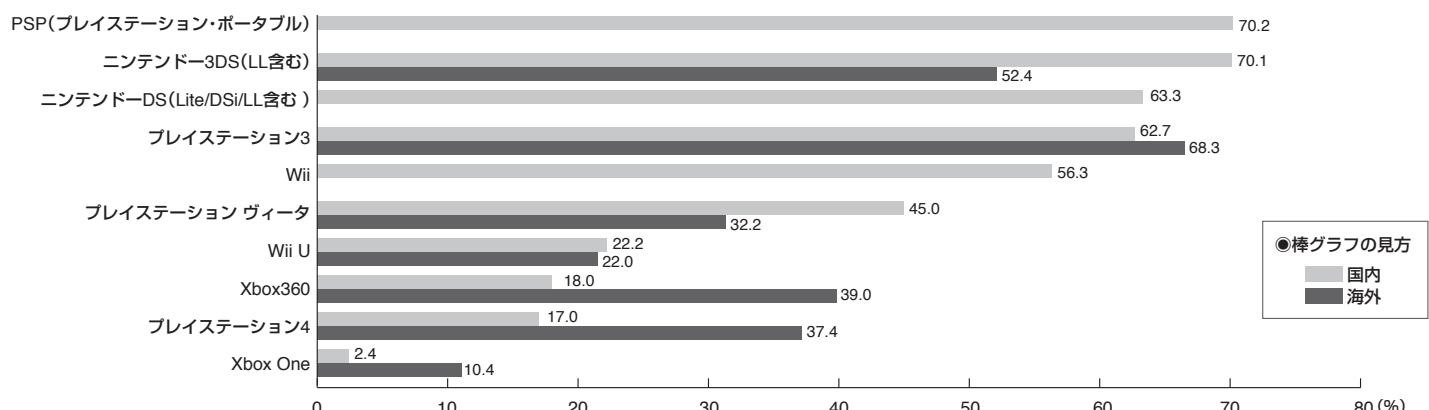
ゲームに関する関与度の高いイノベータが46.5%と最も多く来場



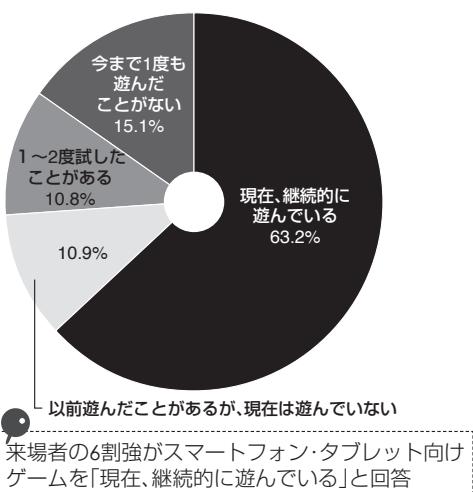
●東京ゲームショウの認知経路(MA)(国内のみ)



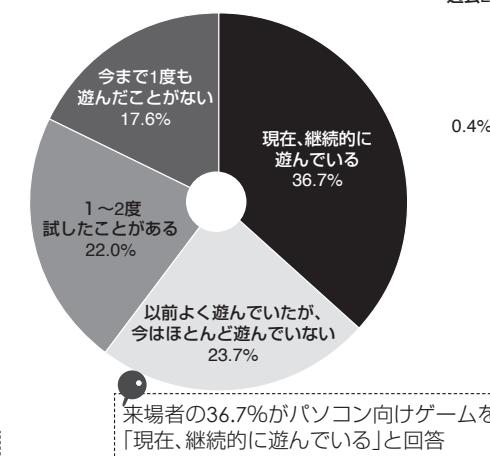
●保有ハードウェア※PC・携帯電話は除く ※海外は現行機種のみ



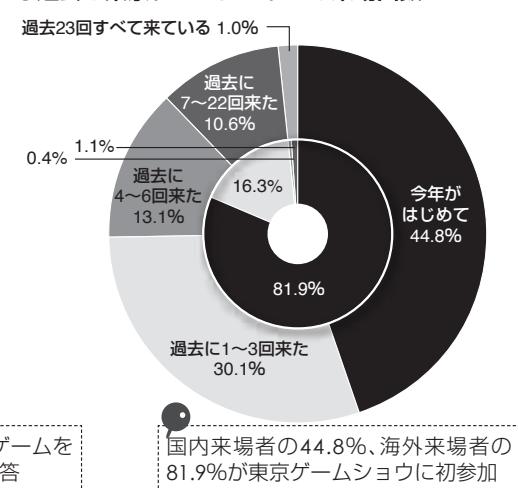
●スマートフォン・タブレット向けゲームのプレイ経験(国内のみ)



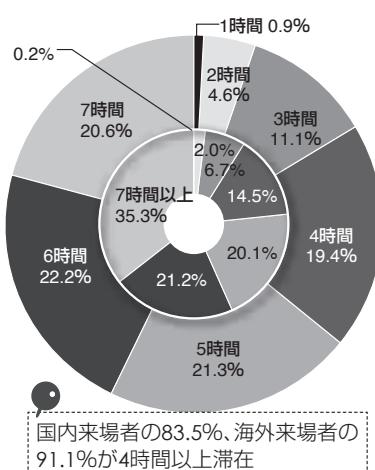
●パソコン向けゲームのプレイ経験(国内のみ)



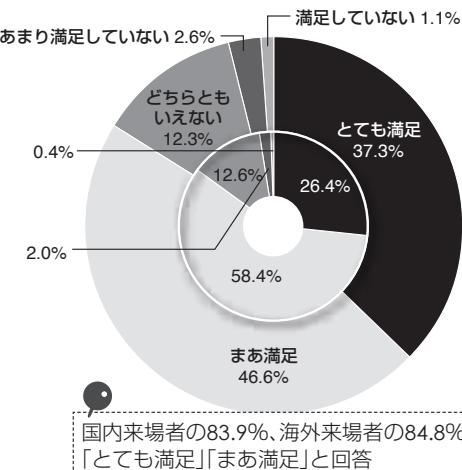
●過去の東京ゲームショウへの来場回数



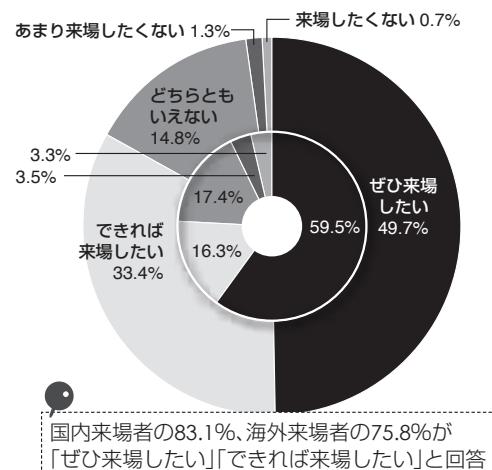
●滞在時間



●満足度



●次回の来場意向



11. 出展社アンケート

調査概要

【調査方法】東京ゲームショウ2014の出展社に対し、調査協力依頼メールを配信。

日経BPコンサルティングのインターネット調査システム「AIDA」で回答を受け付けた。

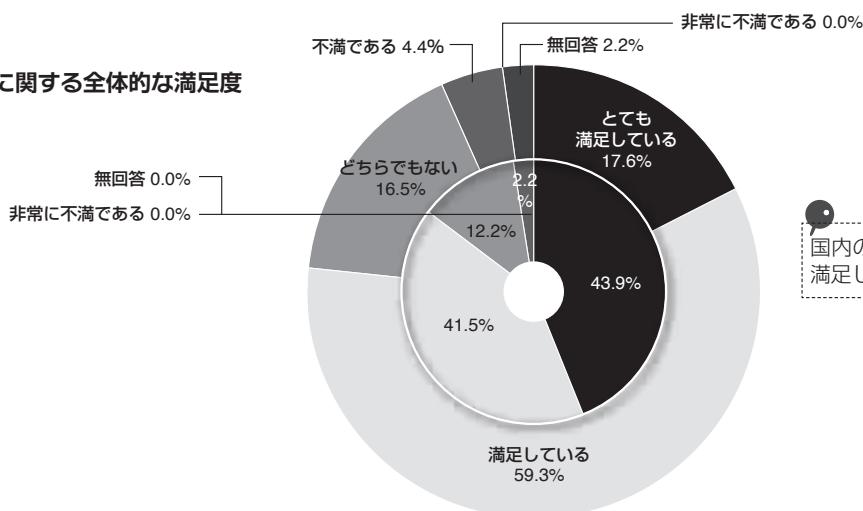
【調査期間】2014年10月23日(木)～2014年11月4日(火)

【有効回答数】国内:91件 海外:41件

【調査実施】日経BPコンサルティング

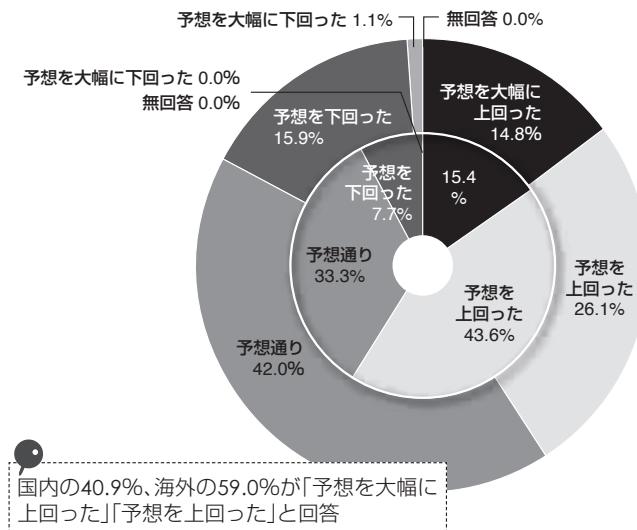


●出展に関する全体的な満足度



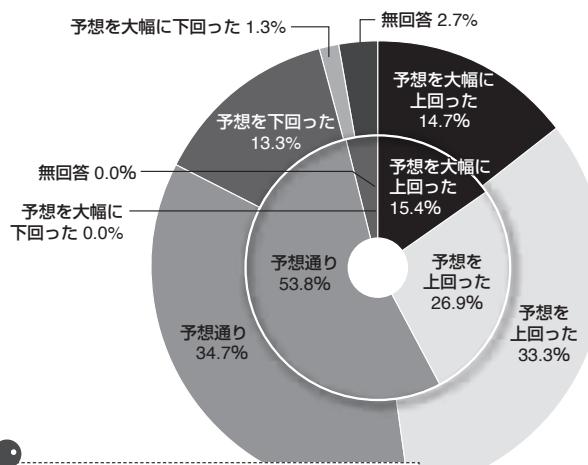
国内の76.9%、海外の85.4%が「とても満足している」「満足している」と回答

●貴社ブースへの来客数(ビジネスディ)



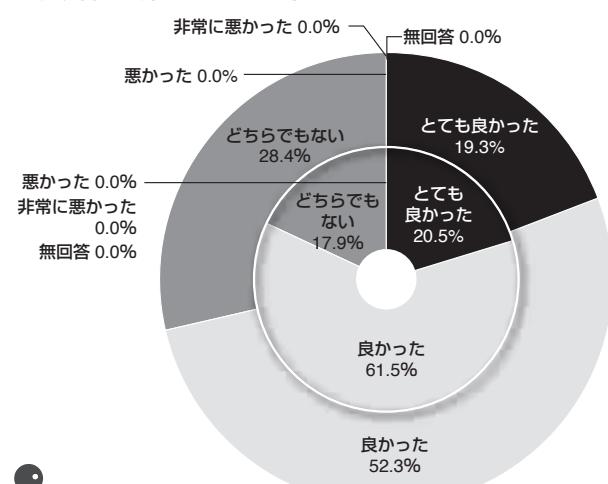
国内の40.9%、海外の59.0%が「予想を大幅に上回った」「予想を上回った」と回答

●貴社ブースへの来客数(一般公開日)



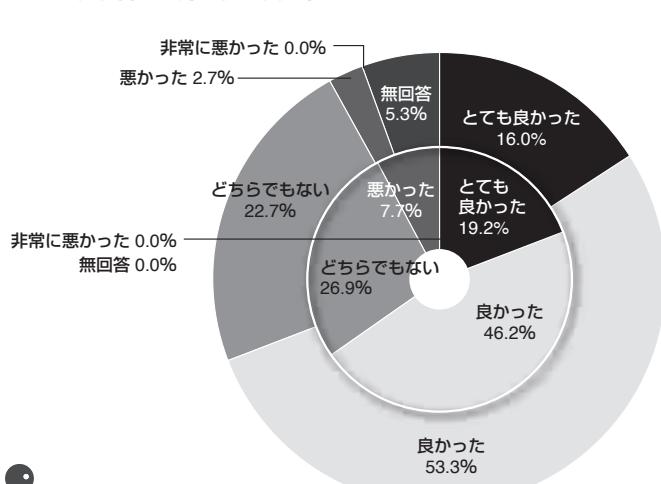
国内の48.0%、海外の42.3%が「予想を大幅に上回った」「予想を上回った」と回答

●来場者の質(ビジネスディ)



国内の71.6%、海外の82.0%が「とても良かった」「良かった」と回答

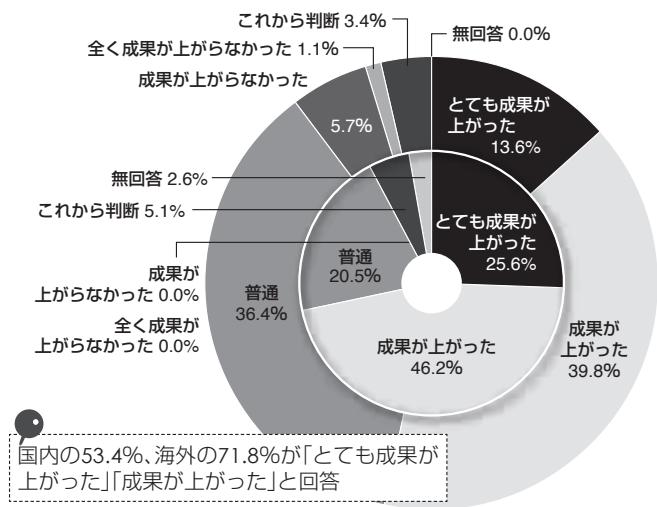
●来場者の質(一般公開日)



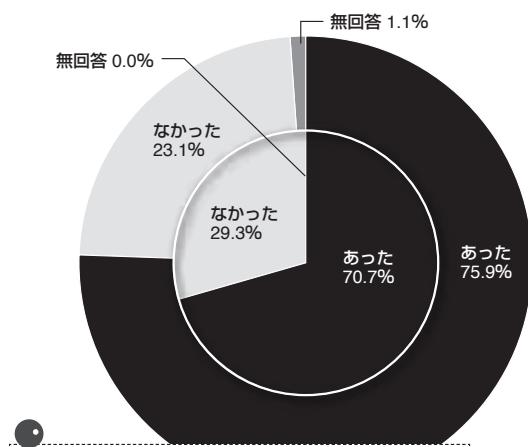
国内の69.3%、海外の65.4%が「とても良かった」「良かった」と回答



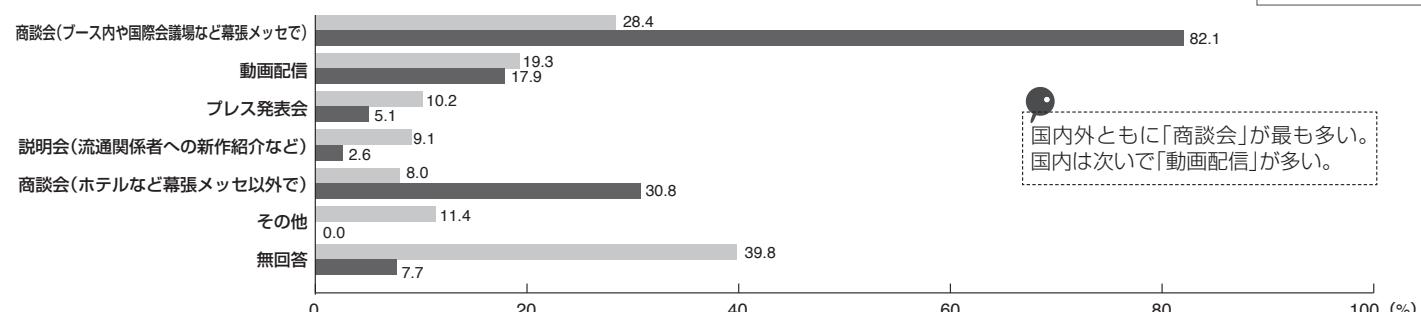
◎出展成果(ビジネスディ)



◎会期中の日本のメディアによる取材の有無

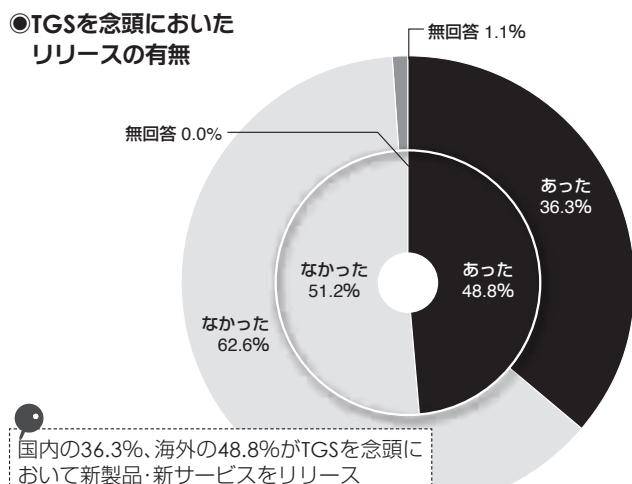


◎ビジネスディで実施した企画(MA)

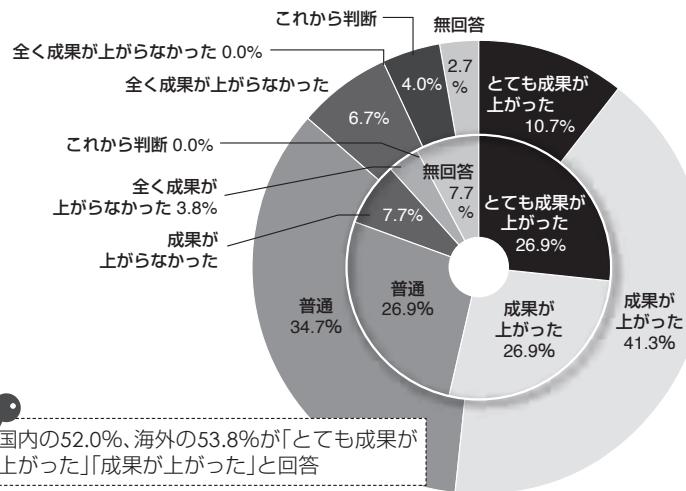


●棒グラフの見方
■ 国内
■ 海外

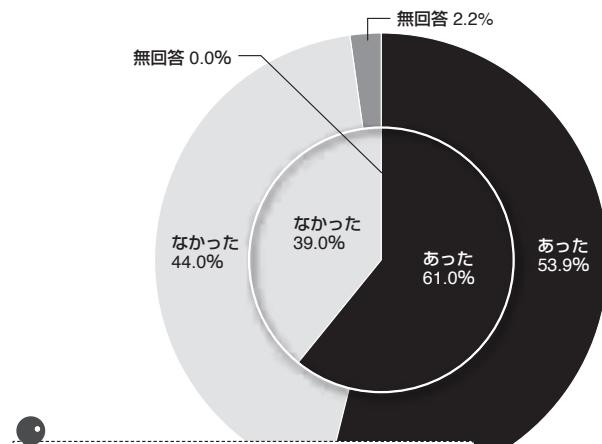
◎TGSを念頭においてリリースの有無



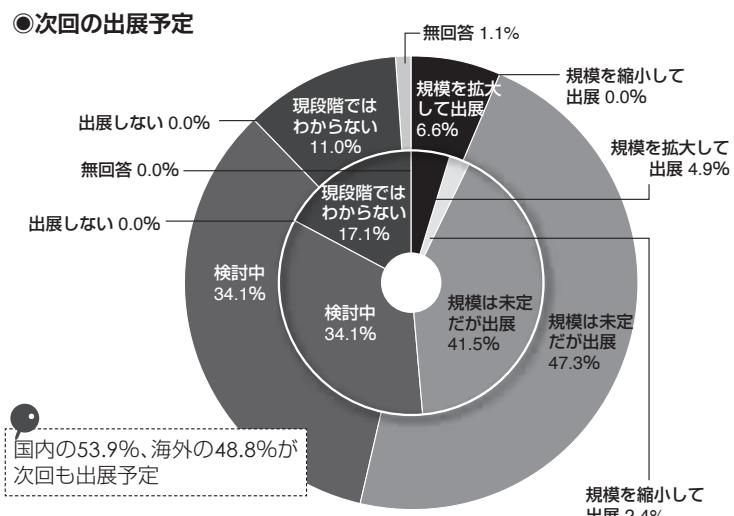
◎出展成果(一般公開日)



◎会期中の海外のメディアによる取材の有無



◎次回の出展予定



12. 広報活動

本年度は国内外のメディアに向けて英語版を含む20本のプレスリリースを配信し、イベント最新情報のタイムリーな配信と取材誘致に向けた積極的な活動を実施しました。その結果、取材者数は前年比6%増の4800人、取材媒体数は同3%増の1891媒体となり、取材者数は歴代2位となりました。

また、メディア掲載件数では前年を上回り、過去最多の3391件と

なりました。会期中・会期後の掲載件数が増加しており、とりわけ会期後は前年比52%増の472件で、息の長い露出を達成しました。

海外からの取材は、人数・媒体数ともに前年を上回りました。ただし内訳では、近隣のアジア地域が急増している一方で、欧米地域は減少する結果となりました。欧米地域へのメディアパートナーの拡大も視野に入れた対策を今後検討します。

●メディア掲載件数

	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌/専門誌	Web	合計
会期前	0	1	105	87	753	946
会期中	57	11	173	14	1718	1,973
会期後	49	5	70	95	253	472
合計	106	17	348	196	2724	3,391
2013年	119	11	344	154	2,736	3,364

●会期中媒体件数/取材者数

媒体カテゴリ	9月18日(木)		9月19日(金)		9月20日(土)		9月21日(日)		合計	
	メディア数	取材者数	メディア数	取材者数	メディア数	取材者数	メディア数	取材者数	メディア数	取材者数
1 Web	255	648	154	492	139	334	104	295	652	1,769
2 新聞	30	59	21	27	6	7	4	4	61	97
3 通信	11	25	5	6	1	1	2	2	19	34
4 テレビ(衛星放送/CATV)	20	43	15	39	4	6	-	-	39	88
5 テレビ(地上波)	35	276	18	49	32	56	8	22	93	403
6 編集プロダクション/フリー/その他	23	57	13	31	14	15	4	4	54	107
7 ラジオ	16	32	10	28	6	8	5	5	37	73
8 雑誌	127	443	102	290	40	104	37	99	306	936
9 海外メディア	208	485	202	419	136	248	84	141	630	1,293
合計	725	2,068	540	1,381	378	779	248	572	1,891	4,800
2013年	9月19日(木)		9月20日(金)		9月21日(土)		9月22日(日)		合計	
	757	2,119	529	1,211	340	730	205	456	1,831	4,516

●海外媒体内訳

報道対象地域	人数				のべ人数			媒体数					
	18日	19日	20日	21日	2014	2013	前年比	2014	2013	前年比			
アジア	中国	61	78	58	45	242	96	146	△	56	39	17	△
	日本(在日海外)	39	39	16	5	99	159	-60	▼	75	91	-16	▼
	台湾	34	25	19	9	87	63	24	△	51	37	14	△
	シンガポール	30	19	10	10	69	40	29	△	20	16	4	△
	香港	27	26	8	5	66	67	-1	▼	48	42	6	△
	韓国	13	20	20	12	65	54	11	△	22	20	2	△
	タイ	19	9	2	-	30	19	11	△	16	8	8	△
	インドネシア	7	7	7	4	25	9	16	△	6	5	1	△
	フィリピン	6	3	4	-	13	5	8	△	5	2	3	△
	マレーシア	3	2	4	-	9	14	-5	▼	11	9	2	△
ヨーロッパ	フランス	49	33	5	3	90	131	-41	▼	39	47	-8	▼
	スペイン	20	14	12	2	48	40	8	△	31	21	10	△
	イギリス	17	16	10	4	47	50	-3	▼	29	27	2	△
	イタリア	19	16	5	4	44	61	-17	▼	27	28	-1	▼
	ドイツ	13	19	3	4	39	56	-17	▼	23	28	-5	▼
	オランダ	7	1	4	-	12	10	2	△	7	5	2	△
	スウェーデン	3	8	1	-	12	14	-2	▼	9	8	1	△
	クロアチア	-	2	-	2	4	4	0	-	2	2	0	-

報道対象地域	人数				のべ人数			媒体数					
	18日	19日	20日	21日	2014	2013	前年比	2014	2013	前年比			
ヨーロッパ	ポーランド	1	1	1	1	4	5	-1	▼	4	3	1	△
	ロシア	1	-	3	-	4	14	-10	▼	3	9	-6	▼
	スイス	2	-	-	-	2	3	-1	▼	2	2	0	-
	ノルウェー※1	1	-	1	-	2	-	2	△	2	-	2	△
	ハンガリー	1	1	-	-	2	2	0	-	2	2	0	-
	トルコ※1	2	1	-	-	3	-	3	△	2	-	2	△
中東	イラン※1	1	-	-	-	1	-	1	△	1	-	1	△
	UAE※1	-	-	-	1	1	-	1	△	1	-	1	△
北米/中南米	アメリカ	72	41	27	18	158	197	-39	▼	65	85	-20	▼
	メキシコ	11	12	5	5	33	51	-18	▼	15	18	-3	▼
	カナダ	1	10	8	3	22	24	-2	▼	12	15	-3	▼
	アルゼンチン	2	2	4	2	10	2	8	△	3	1	2	△
	ブラジル	1	-	4	-	5	15	-10	▼	4	8	-4	▼
オセニア	ドミニカ※1	-	-	1	-	1	-	1	△	1	-	1	△
	オーストラリア	22	14	6	2	44	59	-15	▼	36	20	16	△
	合計	485	419	248	141	1,293	1,288※2	5	▲	630	614※2	16	▲

※1 → 昨年度不参加

※2 → 昨年度参加(本年不参加)のミャンマー、リトアニア、デンマーク、アイルランド、イスラエル、サウジアラビア、チリ、ニュージーランドを含む



13. 制作物



●ポスター、チラシ

ポスター(B1判、B3判の2種)、チラシ(A4判)を制作し、出展社のほか、全国フレガイド、ゲームショップ、複合カフェ、ゲームスクールなどに配布。

どこまでも続していく進化により、GAME自身でさえも想像できない新たな段階へと変化を遂げ、際限なく進化を続ける—。2014年は『GAMEは変わる、遊びを変える。』をテーマに掲げ、メインビジュアルではキーワード“変わる”を「羽化」ととらえ、蝶の幼虫が体を再構成して全く違う生物として生まれ変わるように、ゲームの世界もインターネットやソーシャルメディア、スマートフォンと上手く混ざり合った全く新しい世界が誕生する様子を表現しています。



●公式Webサイト

【URL】<http://tgs.cesa.or.jp/>

公式Webサイトでは、日本語、英語、韓国語、簡体字、繁体字の5言語で展開。1つのWebサイトで、PC、スマートフォン、タブレットなどの全てのデバイスに対応するレスポンシブデザインで制作しました。

●公式ガイドブック

会場内で無料配布



●チケット

ビジネスディ事前登録申込券、前売券、当日券、ゲームスクール専用券、TGSサポートーズクラブチケットの5種を出展社のほかコンビニエンスストア、全国プレイガイド、ゲームショップに配布。



●Facebook/Twitter

日本語、英語の2言語で情報発信。



●新聞広告(紙面)

【掲載媒体】9月20日(金)日経新聞夕刊(全国版)



●Webバナー広告、メール広告

日経BP社の各Web媒体・メールマガジン、海外ゲーム関連公式展示会Webサイトなどに掲載、配信。

●雑誌広告



【掲載媒体】日経ビジネス、日経トレンド、日経エンタテインメント!、週刊ファミ通、コロコロコミック、Game Developer Conference公式ガイドブックなど20媒体53ページ。



次回開催案内

【名称】東京ゲームショウ2015

【会期(予定)】2015年9月17日(木)▶9月20日(日)

【会場】幕張メッセ

東京ゲームショウ2014 オフィシャルレポート

発行 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会(CESA)

〒105-0003 東京都港区西新橋1-22-10

西新橋アネックス3F

TEL.03-3591-9151 FAX.03-3591-9152

編集 日経BP社 東京ゲームショウ事務局

デザイン 入江 泰代

印刷 大應

お問い合わせ 日経BP社 東京ゲームショウ事務局

〒108-8646 東京都港区白金1-17-3

TEL.03-6811-8082 FAX.03-5421-9172

E-mail tgs@nikkeibp.co.jp



日経BP社
Nikkei Business Publications, Inc.