



もっと自由に、GAMEと遊ぼう。

TOKYO GAME SHOW 2015

東京ゲームショウ2015 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：2015年9月17日（木）～20日（日）

会場：幕張メッセ

※東京ゲームショウ2015は、経済産業省による「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開促進事業費補助金（J-LOP+）」の補助を受けております。



日経BP社
Nikkei Business Publications, Inc.

TOKYO GAME SHOW 2015



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	08
5.開会式／懇親パーティー	11
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	14
7.イベントステージ	22
8.日本ゲーム大賞2015	23
9.ビジネスデイ来場者アンケート	27
10.一般来場者アンケート	30
11.出展社アンケート	32
12.広報活動	34
13.制作物	35



1. はじめに

「東京ゲームショウ2015」は、「アジアNo.1のコンピュータエンターテインメントショウ」を目指すことなどを中期的な目標に掲げ、『もっと自由にGAMEと遊ぼう。』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17日(木)～20日(日)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26万8446人を記録しました。ビジネスデイ2日間合計で5万8615人という数字は、ビジネスデイ単体で見た場合、歴代2位の来場者数となりました。特に、海外来場者数(事前登録者ベース)は1767人となり、昨年の1555人を上回りました。海外メディアの登録はのべ661媒体・1419人を数え、取材者数は歴代2位となりました。

出展社数は480社で、昨年の421社から59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234社で昨年から15社増え、海外出展社は246社で昨年から44社増加しました。今回初めて海外出展社数が国内を上回り、半数以上が海外出展社となりました。特に、中国や韓国、台湾などの東アジア地域出展社の増加傾向は昨年から継続しているほか、南米からの出展社も増えました。

中期ビジョン「世界最上級のゲームビジネスイベント」を実現するには、国際的な商談を促進することが重要です。そのために、昨年と同様、会期前にアポイントメントを成立させるためのシステムを稼働しました。登録社数は昨年より136社増え1011社でした。出展社には含まれない地域であるクウェートやクロアチア、セルビア、トルコ、ハンガリーなどからもエントリーがあり、国際的な商談交渉が活発に行われたことがうかがえます。その結果、商談成立数は606件(昨年601件)と、昨年とほぼ同数でした。

会期中の商談の場となるビジネスミーティングエリア(国際会議場2F)では商談数増を目標に、新たな商談エリア「プレミアムラウンジ」を設置し、会場を大きく広げました。ビジネスミーティングエリアへの出展社が54社(昨年は40社)と過去最多になったことも手伝い、同エリアにおける商談数は昨年の437件から約10%増え、475件となりました。当日の商談を支援するためのビジネスコーディネータを配置し、出展社やビジネスデイ来場者のニーズをくみ取り、満足度向上を目指しました。

もう一つの中期ビジョン「一般来場者の満足度向上」を目指し、混雑を緩和する施策を実施しました。まずは、幕張メッセ全館(1～11ホール、イベントホール、国際会議場)を使い、昨年よりもさらにゆとりのあるレイアウトを実現しました。また、物販コーナーを9～10ホールに設置することで、開場直後の混雑が分散しました。さらに、各コーナーの特性に合わせた会場内レイアウトを再配置、一般来場者の入場動線の再構築など、幕張メッセ全館を使用した新しい混雑緩和策を実現しました。

このほか「満足度向上」のために、中学生以下の子供たちのための「ファミリーコーナー+(プラス)」の新設、ハズレくじなしの「大抽選会」、連動コンサートイベント(イベントホール)、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などのさまざまな主催者企画を実施しました。また、海外来場者に対する満足度を向上させるために、経済産業省による「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開促進事業費補助金(J-LOP+)」を利用して、ビジネスデイの通訳者やバイリンガルスタッフなどの増強のほか、会場内看板の外国語表示の増強など実現しました。

こうした施策を通じて、規模が拡大・充実している東京ゲームショウを無事に成功させることができました。これも、出展社のみなさま、ご協賛企業のみなさま、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2015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、来場者や出展者のみなさまにご協力いただいたアンケート結果などを掲載しています。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。

出展社のみなさま、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。



2. 開催概要・来場者数

【名 称】	東京ゲームショウ2015 TOKYO GAME SHOW 2015
【テーマ】	もっと自由に、GAMEと遊ぼう。
【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2015は、経済産業省による「地域経済活性化に資する放送コンテンツ等海外展開促進事業補助金(J-LOP+)」から補助を受けております。
【会 期】	ビジネスデイ 2015年9月17日(木)、18日(金) 10:00~17:00 一般公開 2015年9月19日(土)、20日(日) 9:30~17:00
【会 場】	幕張メッセ(千葉県千葉市美浜区) 1~11ホール(展示面積:約7万2000平方メートル)、国際会議場、イベントホール
【出展社数】	480社〈国内:234社、海外246社〉(昨年421社〈国内219社、海外202社〉) • 出展社の国・地域 37 (昨年32カ国・地域) アジア・オセアニア(18カ国・地域):アラブ首長国連邦、イスラエル、インド、インドネシア、オーストラリア、韓国、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、日本 北中南米(4カ国):カナダ、コロンビア、チリ、米国 欧州(15カ国):アイルランド、英国、オランダ、スイス、スウェーデン、スペイン、セルビア、デンマーク、ドイツ、トルコ、フィンランド、フランス、ポーランド、リトアニア、ロシア
【総出展小間数】	2009小間(昨年:1715小間)
【出展タイトル】	1283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 TGS2015サポータ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) • 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	252	PlayStation3	39
Android	252	PlayStation Vita	62
その他スマートフォン	6	PlayStation Portable	1
フィーチャーフォン	8	Xbox One	27
ニンテンドー3DS	29	Xbox360	7
ニンテンドーDS	0	PC	135
Wii U	23	PCブラウザゲーム	28
Wii	1	Steam	23
PlayStation4	103	その他*	287
合計			1283

*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	208	アクション・ロールプレイング	21
ロールプレイング	189	アクション・アドベンチャー	15
シミュレーション	122	レーシング	6
パズル	62	その他(ジャンル)	222
アドベンチャー	70	開発ツール	41
スポーツ	8	周辺機器	1
シューティング	42	その他(グッズ)	262
アクション・シューティング	14		
合計			1283

【来場者数】

	2015年	2014年	2013年
ビ ジ ネ ス デ イ	9月17日(木)	9月18日(木)	9月19日(木)
	29,058人	27,786人	29,171人
	9月18日(金)	9月19日(金)	9月20日(金)
	29,557人	28,647人	23,183人
一 般 公 開	9月19日(土)	9月20日(土)	9月21日(土)
	97,601人 (内ファミリー 10,360人)	92,308人 (内ファミリー 5,951人)	102,399人 (内ファミリー 7,031人)
	9月20日(日)	9月21日(日)	9月22日(日)
	112,230人 (内ファミリー 14,517人)	103,091人 (内ファミリー 9,245人)	115,444人 (内ファミリー 13,286人)
合 計	268,446人 (内ファミリー 24,877人)	251,832人 (内ファミリー 15,196人)	270,197人 (内ファミリー 20,317人)

3. 出展社一覧

一般展示		
8-C07	IDC / GAMES	スペイン
2-N03	アソビモ	
7-C02	アマゾンジャパン	
7-C03	アンビション	
7-S01	WARGAMING JAPAN	
8-C05	EIZO/MSI/SteelSeries	
8-C02	X.D.NETWORK	中国
3-N01	エレクトロニック・アーツ	
2-N05	Oculus	
4-N01	オランダパリオン オランダ王国大使館	オランダ
	2Awesome Studio	オランダ
	BoosterMedia	オランダ
	Duckbridge	オランダ
	Excamedia	オランダ
	Gamestad	オランダ
	Knuist & Perzik	オランダ
	Maata Games BV	オランダ
	Orangegames	オランダ
	Paladin Studios	オランダ
	Paprika Games	オランダ
	Vogelsap v.o.f.	オランダ
4-N03	カブコン	
2-S03	グリー	
2-N04	ゲームの電撃	
7-N01	コーエーテクモゲームス	
8-S01	コナミデジタルエンタテインメント	
6-C06	コボジョ	
4-S03	Cygames	
7-C07	Genertec International Advertising & Exhibition	中国
	CHENGDU KOO TECH	中国
	CHENGDU TINMAN TECHNOLOGY	中国
2-N06	SINGAPORE GAMEBOX	シンガポール
	Boomzap	シンガポール
	Bridged	シンガポール
	Daylight Studios	シンガポール
	Delta Duck Studios	シンガポール
	Eliphant	シンガポール
	Gattai Games	シンガポール
	Gentlebros Games	シンガポール
	Gtoken	シンガポール
	Happy Lab	シンガポール
	PD Design	シンガポール
	Qixen-p Design	シンガポール
	Redhare Games	シンガポール
	Rock Nano Global	シンガポール
	Sparkjumpers	シンガポール
	Springloaded	シンガポール
2-N02	Supercell	フィンランド
5-N02	スクウェア・エニックス	
8-N02	SEKAI PROJECT	米国
5-S01	セガゲームス	
2-N01	仙台市 / ビジネスオウル(フィンランド)	フィンランド
	Jumbon	フィンランド
	Kaamos Games	フィンランド
	Meizi Games	フィンランド
	Oulu Game Lab (Oulu University of Applied Science)	フィンランド
	Quantum Shake	フィンランド
	Spinfy	フィンランド
6-S01	ソニー・コンピュータエンタテインメント	
7-S02	台湾ゲーム館	台湾
	Gamemag Interactive	台湾
	International Games System	台湾
	Soft-World International	台湾
	Wegames	台湾
	XPEC Art Center	台湾
	XPEC Entertainment	台湾
	台灣貿易センター	台湾
7-C05	TeamSpeak	ドイツ
3-S04	TEAM電撃戦	
7-C04	ディー・エヌ・エー	
3-S01	DMM.com	
8-N01	T-Rex Lab	
4-S02	電撃オンライン	
3-S03	電撃PlayStation	
2-S01	闘会議	
6-N01	南国ソフト	
6-N03	バンダイナムコエンターテインメント	
6-N02	ビッグミースタジオ	
2-S02	ファミ通	
8-N04	ブイスリー	
7-N03	Fujian Aiwan Network Technology	中国
	Fujianandaie Network Technology & Culture	中国

7-N03	Fujian More Games Network Technology	中国
	Fuzhou pen culture media	中国
	Fuzhou CSFC Internet Technology	中国
	Fuzhou Development District Fu Tun Xin Chen Capital	中国
	Fuzhou Mimo marketing planning	中国
8-C03	4Gamer.net	
7-N02	ブシロード	
8-C04	フライハイワークス	
7-C01	プロダクション・アイジー	
4-S01	マックスゲームズ	
8-N03	YouTube	
3-S02	レイニーフロッグ	
8-C01	ロビー チャット&ゲームコミュニティ	
物販コーナー		
9-06	アーカシステムワークス	
10-08	アサミズカンパニー	
10-03	インドア	
10-02	インフォレンズ	
10-09	カブコン	
10-01	ゲームセンターCX	
9-04	コーエーテクモゲームス	
9-09	コスパ	
10-07	サーファーズパラダイス	
10-05	サクセス	
9-07	三英貿易	
9-06	三和電子	
10-11	スクウェア・エニックス	
9-08	スクウェア・エニックス ミュージック	
10-10	セガゲームス	
9-02	谷川商事	
9-01	TOYPLA	
10-06	日経BP社	
9-05	Pikatto Anime/ピカットアニメ	
10-12	ブシロード	
10-04	ぼっちゃんと	
9-03	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 2015		
9-20	ギルドデザイン	
9-21	ハクバ写真産業	
ゲームスクールコーナー		
2-C25	アーツカレッジヨハマ	
2-C27	麻生情報ビジネス専門学校 福岡校	
2-C19	安達学園グループ	
2-C04	穴吹学園 穴吹カレッジグループ	
2-C07	アルスコンピュータ専門学校	
3-C05	ECCコンピュータ専門学校	
2-C23	WIZ専門学校 国際情報工科大学校	
3-C01	大阪エンタテインメントデザイン専門学校	
2-C15	大阪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)	
3-C01	大阪総合デザイン専門学校	
2-C24	大阪電気通信大学 デジタルゲーム学科	
2-C17	太田情報商科専門学校	
2-C10	神奈川工科大学	
2-C06	神戸電子専門学校	
2-C01	尚美学園大学	
3-C27	スパークス	
2-C13	仙台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)	
3-C08	専門学校 ピーマックス	
2-C14	総合学園ヒューマンアカデミー	
3-C07	ソニー学園 湘北短期大学	
2-C21	宝塚大学 東京メディア芸術学部	
3-C09	中央情報経理専門学校 高崎校	
2-C05	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)	
3-C06	東京美業高等学校	
3-C10	東京情報大学 学友会	
2-C16	東京デザインテクノロジーセンター専門学校(滋慶学園COMグループ)	
3-C04	東北電子専門学校	
3-C03	名古屋工学院専門学校	
2-C20	名古屋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)	
3-C02	新潟高度情報専門学校	
2-C26	新潟コンピュータ専門学校	
2-C03	日本工学院／東京工科大学	
2-C11	日本電子専門学校	
2-C28	沼津情報・ビジネス専門学校	
2-C09	パンタンゲームアカデミー	
2-C08	東日本デザイン＆コンピュータ専門学校	
2-C18	福岡デザインコミュニケーション専門学校(滋慶学園COMグループ)	
2-C22	北海道情報大学	
2-C12	明星大学 情報学部	
3-C01	リンクミュージック	
2-C02	Los Angeles Film School	米国
サイバーゲームスマジアコーナー		
9-12	ゲームオン	
9-11	スクウェア・エニックス	
9-13	ネクソン	
9-10	Busan IT Industry Promotion Agency	韓国
	AFEEL	韓国

9-10	INTIVSOFT	韓国
	Kaimangames	韓国
	Magic Cube	韓国
	Masangsoft	韓国
	Next Stage	韓国
	Picker Studio	韓国
	Studio Ro	韓国
	Tyfon	韓国
	Youcanstar	韓国
	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-C31	Avazu Holding	中国
5-C24	nxTomo Games	香港
5-C16	Element Cell Game	香港
4-C12	OPENREC by CyberZ	
5-C20	科研費新学術領域研究「法と人間科学」久保山班	
5-C22	GAGEX	
5-C12	GAMKIN	
4-C13	ガルボア	
5-C26	ガンバレル	
5-C27	完美世界(北京)網絡技術	中国
5-C15	QUBIT GAMES	台湾
5-C13	グループボックスジャパン	
5-C13	ゲームドゥ	
5-C10	芸者東京エンターテインメント	
4-C07	KONGZHONG	中国
5-C14	ザイザックス	
4-C04	サクセス	
5-C08	6waves	
5-C29	Shou.TV	中国
5-C30	Sky People	韓国
4-C06	スタジオフェイク	
4-C10	ZHEJIANG PAVILION	中国
	Hangzhou Funcity Technology	中国
	Hangzhou M Dream Infinite Entertainment	中国
	Hangzhou Phonepad Technology	中国
5-C03	SO CRAZY GAMES	香港
5-C02	タスキブ	
5-C23	寺島情報企画／ADFULLY	
4-C14	トイディア	
5-C17	Nice Market Games	台湾
5-C14	ナオ	
5-C05	Nenet	
5-C25	パオン・ディーピー	
5-C04	ハッピーミール	
5-C21	ピートロボ	
5-C19	FENG GAMES	中国
5-C07	Forgame International	台湾
5-C09	Fuji&gumi Games	
5-C01	フュージョン・コミュニケーションズ	
4-C01	FULLER	
4-C03	フリスピー	米国
4-C15	プロディジ	
4-C02	北京楽遊樂動科技	中国
5-C06	Whaleparty	台湾
5-C13	北海道モバイルコンテンツ・ビジネス協議会(HMCC)	
4-C08	HONG KONG CYBERPORT MANAGEMENT COMPANY	香港
	Bull B Tech	香港
	Emagist	香港
	Kowloonia	香港
	Trial	香港
	WTM	香港
4-C11	Macau Cultural Industry Association Board Games	マカオ
4-C09	マグノリアファクトリー	
4-C05	MEDIASOFT ENTERTAINMENT	マレーシア
5-C13	メディア・マジック	
5-C11	Unalis	
5-C01	楽天アプリ市場	
5-C01	楽天リワード	
5-C18	リズ	
5-C28	ワンダーランドカザキリ	
ゲームデバイスコーナー		
6-C09	H2L	
6-C05	DXレーザー(ルームワークス)	
6-C02	東ブレ	
6-C04	トピー・テクノロジー	
6-C07	Vuzix	米国
6-C08	ポケット・エリーズ	
6-C03	マッドキャッツ	
6-C01	ロジクール	
ロマンスゲームコーナー		
6-C10	エイタロウソフト	
6-C11	ボルテージ	
ファミリーコーナー		
1-N03	カブコン	
1-N06	グリー	
1-N04	ハッピーミール	
1-N02	パンダイナムエンターテインメント	
インディーゲームコーナー(タイプA)		
A-32	Archive Entertainment	米国
A-55	IGDA日本	
A-51	Ackk Studios	シンガポール
A-07	Uppercut Games	オーストラリア
A-30	Analgesic Productions	米国
A-22	Amazu Media	デンマーク
A-01	Alex Rose	英國
A-46	Untame	米国
A-47	undef	ドイツ
A-64	Intropy Games	米国
A-34	In Vitro Games	チリ
A-45	Witching Hour Studios	シンガポール
A-19	EnjoyPlay Digital	台湾
A-18	神奈川電子技術研究所	
A-28	Chetian Technology	中国
A-05	Kittenish Kitten	香港
A-58	CAVYHOUSE	
A-49	CanvasSoft	
A-53	KiraFu's game	台湾
A-16	クアッドアロー	
A-25	Quickfire Games	フィリピン
A-15	Sunhead Games	台湾
A-43	Zeenoh Games	フィリピン
A-62	C4Cat	香港
A-68	James Earl Cox III	米国
A-17	The Gentlebros	シンガポール
A-35	Sherman3D	マレーシア
A-41	Sukeban Games	シンガポール
A-37	Studio Canvas	オーストラリア
A-65	チームEGG	
A-48	Team Fractal Alligator	オーストラリア
A-04	Team Mannequin Island	米国
A-39	TPM.CO SOFT WORKS	
A-38	Digixart Entertainment	フランス
A-60	Disparity Games	オーストラリア
A-08	Daylight Studios	シンガポール
A-26	Telehorse	ポーランド
A-66	トイディア	
A-61	Drool	韓国
A-42	トコ	
A-13	NANYANG POLYTECHNIC	シンガポール
A-10	NIGORO	
A-59	Necrosoft Games	米国
A-40	Happy&Smile : City of Fighting	韓国
A-57	PD Design Studio	シンガポール
A-21	ビコリンネソフト	
A-70	Hue Entertainment	英國
A-02	FACTORS	
A-31	BriGeorge Entertainment	米国
A-23	Flying Carpets Games	カナダ
A-33	FullPowerSideAttack.com	
A-52	Blowfish Studios	オーストラリア
A-11	Project ICKX	
A-54	POMERA Studios	
A-69	Maxon Creative	台湾
A-09	Manacell	台湾
A-06	Mirai-Labo	
A-12	MoaiCity	台湾
A-24	moppin	
A-03	安本匡佑	
A-44	闇討ちProject	
A-56	LiberalGate Studio	中国
A-50	room6	
※以下は一般公開日のみ出展		
A-63	Etter Studio	スイス
A-27	Gabriel Adauto	米国
A-29	クイズキャットゲームズ	
A-67	NoMarkGames	
A-14	Fat Walrus Games	
A-20	Flat Circle	
インディーゲームコーナー(タイプB)		
B-17	Auer Media & Entertainment	台湾
B-01	アミューズメントメディア総合学院	
B-18	Initory Studios	中国
B-20	いばらきクリエイターズハウス	
B-12	イルカアップス	
B-10	インティ・クリエイツ	
B-13	UWAN	台湾
B-26	EGO PUNCH ENTERTAINMENT	アラブ首長国連邦
B-25	神嵐遊戲	台湾
B-03	GAMKIN	
B-30	QuattroGear	韓国
B-07	クリエイティブフロンティア	
B-28	CreSpirit	台湾
B-09	クロスファンクション	

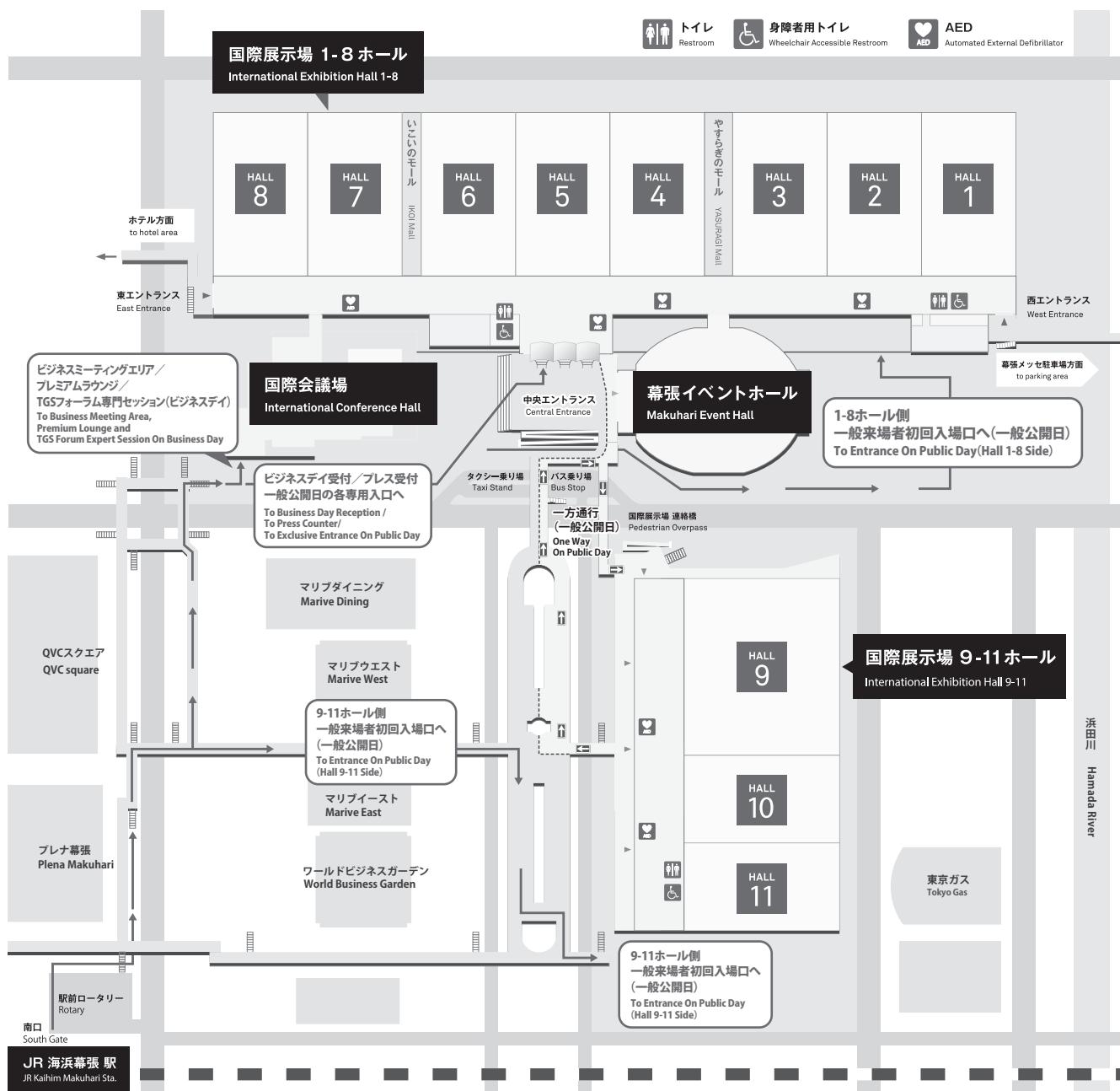
B-15	コーラス・ワールドワイド	
B-23	Sheena Games	台湾
B-05	SKYTREE DIGITAL	香港
B-06	ダイスクリエイティブ	
B-16	DECKBOUND	米国
B-29	9 DIMENSION STUDIOS	米国
B-14	Nowis	香港
B-24	Visiontrick Media	スウェーデン
B-11	FlyteCatEmotion Inc.	
B-27	ブレインストーム	
B-08	BEDTIME DIGITAL GAMES	デンマーク
B-04	ヘッドハイジエムドロップ	
B-22	Milo Games	台湾
B-02	ModiCity	台湾
B-21	LETHAL GAMES	スペイン
ビジネスソリューションコーナー		
3-N09	アークサン・テクノロジー	
3-N35	アイ・オー・データ機器	
3-C11	App Annie	
3-N41	AppsFlyer	イスラエル
3-N34	AppLift	ドイツ
3-N37	ADIA ENTERTAINMENT	中国
3-C17	アドウェイズ	
3-N06	アピリッツ	
3-N25	IMAGICAイメージワークス	
3-N38	エイトクロップス	
3-N07	エスカドラ	
3-N05	NTTレゾナント	
3-C14	NDP Media	
3-N11	エムツー	
3-N14	エンザイム	
3-N14	オーディオ・キネティック	
	韓国パビリオン	韓国
3-C26	CREATIVE BOMB	韓国
	eTRIBE	韓国
	Funigloo	韓国
	GameUS	韓国
	Gif Games	韓国
	itfreeworks	韓国
	JSC GAMES	韓国
	Latis Global Communication	韓国
	LEVEL9	韓国
	noknok	韓国
	PuttoEntertainment	韓国
	SBA(Seoul Business Agency)	韓国
	Softon Entertainment	韓国
	TEGAsoft	韓国
	Tritonesoft	韓国
3-C25	KEYWORDS STUDIOS	アイルランド
3-C12	グーグル	
3-N32	Glass Egg Digital Media	ベトナム
3-C13	KLab	
3-N08	クララオンライン	
3-N26	グルーヴ	
3-N39	CrossShock Japan	韓国
3-N14	在日カナダ大使館	カナダ
3-N27	サイファー・テック	
3-N23	SoundITRec Boston	米国
3-N22	サン・フレア	
3-N18	CRI・ミドルウェア	
3-N10	GMOクラウド	
3-N31	GMO DATA CENTER KOREA	韓国
3-N04	シリアルゲームズ	
3-N36	シリコンスタジオ	
3-C24	セブテニ アメリカ	
3-N24	ソフトギア	
3-N42	SoftLayer	シンガポール
3-N21	ゾレックスジャパン	
3-N43	DYNACAST	シンガポール
3-N19	タップジョイ・ジャパン	
3-C21	TeamSpeak Systems	ドイツ
3-C22	Chukong Technologies Japan	
3-N13	DICO	
3-N02	トゥーザワールド	
3-N40	Nanjing Moleader Network Technology	中国
3-C15	NEFT FILM	
3-N28	NOVOBOX	セルビア
3-N09	バーチャルコミュニケーションズ	
3-C20	Betop Japan	
3-N44	Bizcast	
3-N12	bitcraft	
3-N07	ビヨンド	
3-N29	フェンリル	
3-C16	フォーラムエイト	
3-N03	フォントワークス	
3-N33	PAYMENTWALL	米国
3-C18	北京華網匯通技術服務	中国
3-N30	メタップス	
3-C23	メディアミックスプロダクツ	
3-C19	モノビット	
3-N20	wise	
クラウド/データセンター/パビリオン		
3-N15	日本ビジネスシステムズ	
3-N17	ミライコミュニケーションネットワーク	
3-N16	リンク	
アジアニュースターズコーナー		
	INDONESIA GAME STUDIOS	インドネシア
	Artoncode Indonesia	インドネシア
4-N02	Pixel Play	インドネシア
	Tinker Games	インドネシア
	Touchten Games	インドネシア
	日本アセアンセンター	
	Pixelated Enterprise	ブルネイ・ラサーム
	True Vector Designs Company	ブルネイ・ラサーム
5-N01	Amirage International/Amirage JSPOT	インドネシア
	Anantarupa Studios	インドネシア
	Ayena Mandiri Sinem/Ayena Animation Studio	インドネシア
	Appxplore	マレーシア
	Frogfale Studio	マレーシア
	Gameview	マレーシア
	iReka Soft	マレーシア
	LEMON SKY ANIMATION	マレーシア
	Passionrepublic	マレーシア
	Spaceup Entertainment	マレーシア
	Streamline Media Group	マレーシア
	Joy Dash Studio	ミャンマー
	Kodots Games Studio	ミャンマー
	Myanmar Computer Industry Association	ミャンマー
	Assitasia Philippines	フィリピン
	Funguy Studio Philippines	フィリピン
	Kooapps Philippines	フィリピン
	Quickfire Games	フィリピン
	SYNERGY88 DIGITAL	フィリピン
	Daylight Studios	シンガポール
	Rock Nano Global	シンガポール
	Springloaded Games	シンガポール
	Lunarcraft Games	タイ
	ORBITAL SPEED STUDIO	タイ
	Snoozefox	タイ
	Joy Entertainment	ベトナム
	RNG TECHNOLOGY	ベトナム
	Tien Phong	ベトナム
4-N04	FLYINGMOUNTAIN	韓国
ビジネスミーティングエリア		
BT-3	アークサン・テクノロジー	
BT-1	アピリッツ	
BT-12	アンバランス	
BM-4	アンビション	
BT-6	イーライン	
BT-16	イマジカデジタルスケープ	
BT-30	インターネット	
BT-18	オランダパビリオン オランダ王国大使館	オランダ
BM-2	ガンホー・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-14	Kingnet Technology	中国
BM-10	QooApp	香港
BM-7	グーグル	
BT-17	gloops	
BT-19	クロスマンション	
BM-1	GAME INSIGHT	リトアニア
BT-27	GAME TROOPERS	スペイン
BM-6	GameBank	
BT-14	Xio	
BT-25	SunNet ITC Solution JSC	ベトナム
BT-20	シェアジョイネットワークテクノロジー	中国
	JETROコーナー	
	Altermyth	インドネシア
	Asiasoft Online	シンガポール
	Bhasinsoft India	インド
	En Masse Entertainment	米国
	Gamester Bil.ve Dan	トルコ
	Gigataur	カナダ
	Gravity Europe	フランス
	Headup Games	ドイツ
	Koch Media	ドイツ
	Mobile content factory	ロシア
	Net Marble Turkey	トルコ
BT-7	Subete games	
BT-21	セブテニ アメリカ	
BM-13	Zepetto Mobile	韓国
BT-22	想通	
BT-24	Softstar Entertainment	台湾
BT-13	ディー・エヌ・エー	
BT-24,25,26	デジタルコンテンツ協会	
BT-29	Tokyo Otaku Mode	

BT-11	東京証券取引所	
BM-3	NetEase(Hangzhou)Network	中国
BT-3	バーチャルコミュニケーションズ	
BM-12	VIRTUOS	中国
BT-2	PASSION REPUBLIC	マレーシア
BT-4	Betop Japan	
BT-26	VINASA (Vietnam Software and IT Services Association)	ベトナム
BT-8,9,10	PROCOLOMBIA	コロンビア
	AUTOBOTIKA	コロンビア
	Piragna SAS	コロンビア
	Umbra experiencia interactiva	コロンビア

BT-5	フロム・ソフトウェア	
BM-9	MoPub	米国
BT-15	モンスター・ラボ	
BT-23	UZONE	中国
BM-11	ユピタス	
BM-8	レベルファイブ	
BT-5	LEMON SKY ANIMATION	マレーシア
BT-28	Waiwaimarketing	タイ

(50音順)

全体会場マップ

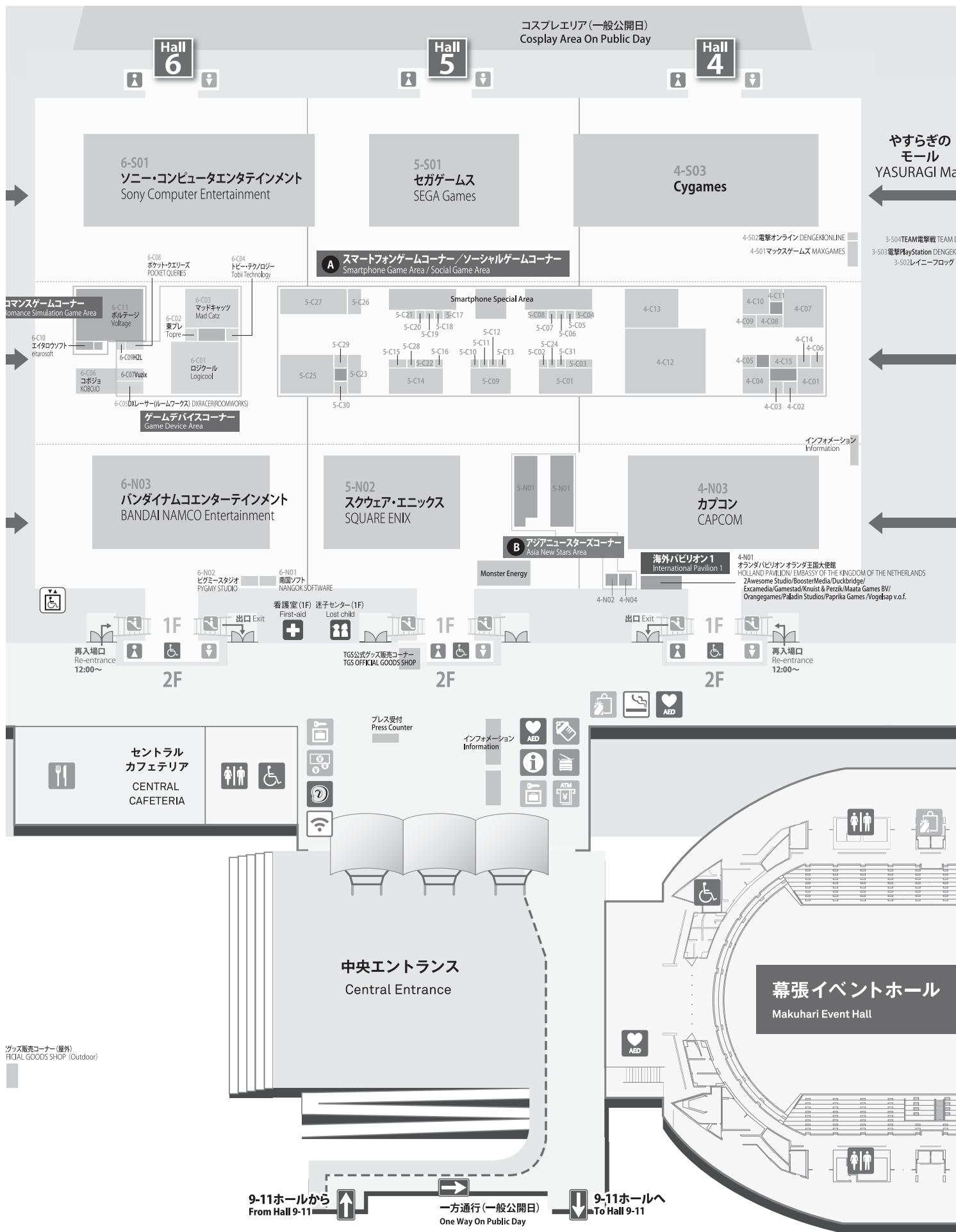


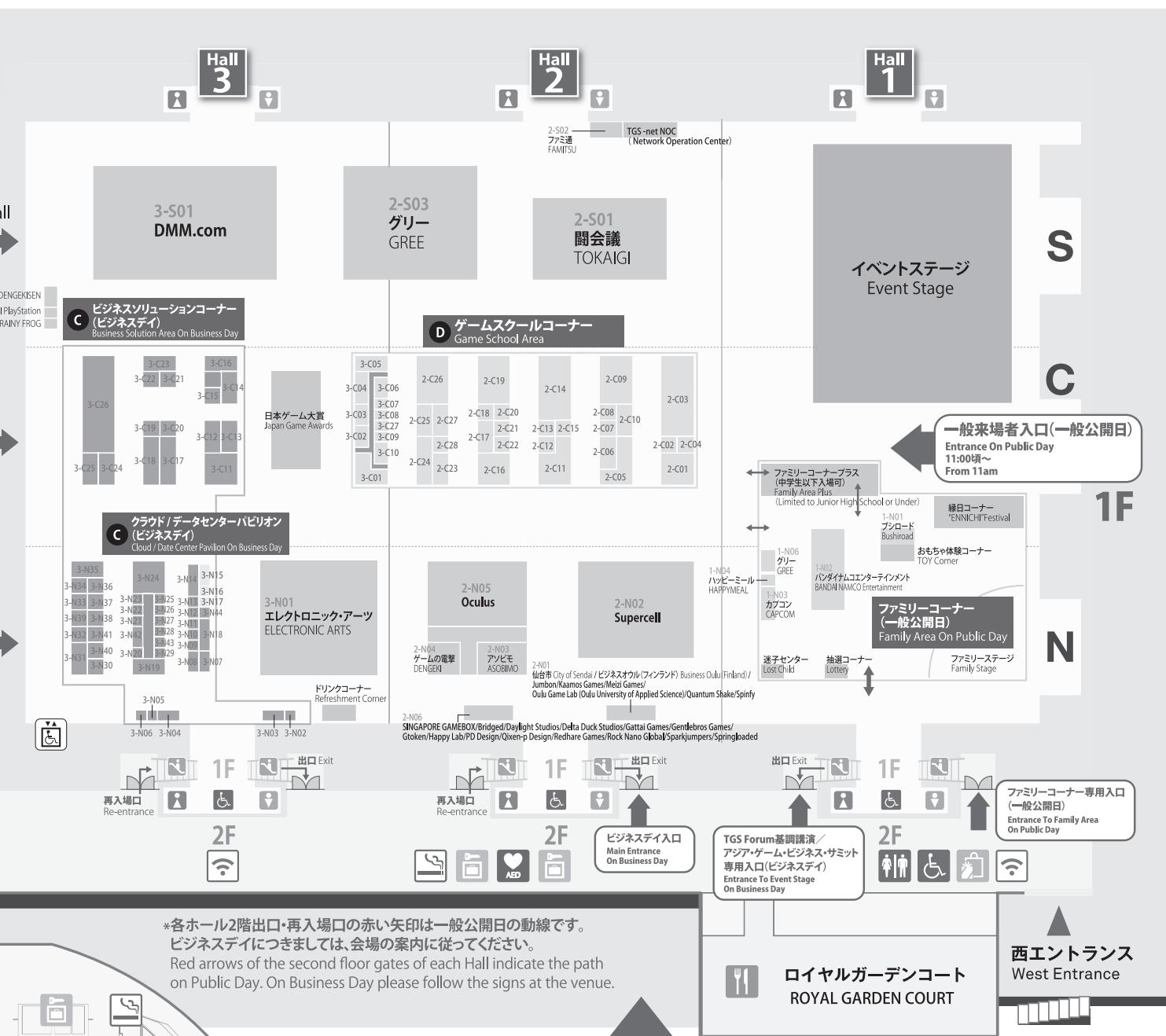
東京ゲームショウ2015の出展社は480社(昨年は421社)となり、昨年に引き続き過去最多を記録しました。その内訳は国内出展社が234社(昨年は219社)、海外出展社が246社(昨年は202社)となり、初めて海外出展社数が国内出展社数を超えて過半数を占めました。エリア別で見ると、最大は韓国企業の34社(昨年は19社)、次いで中国の30社(昨年は15社)、台湾の25社(昨年は26社)、香港の14社(昨年は10社)となり、東アジア地域の出展社の存在感が増しています。

東京ゲームショウ2015から会場を拡大し、幕張メッセ全館となる1ホールから11ホール、イベントホール、国際会議場の全エリアを使用しました。1~8ホールには主に一般展示やスマートフォンゲームコーナーなどを配置し、9~11ホールには物販コーナーやコスプレエリア、フードコートなどを配置しました。イベントホールでは9月19日(土)にブシロードが、20日(日)にはバンダイナムコエンターテインメントがそれぞれコンサートを開催しました。

4. 会場レイアウト

会場マップ／FLOOR MAP 1～6ホール





*各ホール2階出口・再入場口の赤い矢印は一般公開日の動線です。
ビジネスデイにつきましては、会場の案内に従ってください。
Red arrows of the second floor gates of each Hall indicate the path
on Public Day. On Business Day please follow the signs at the venue.

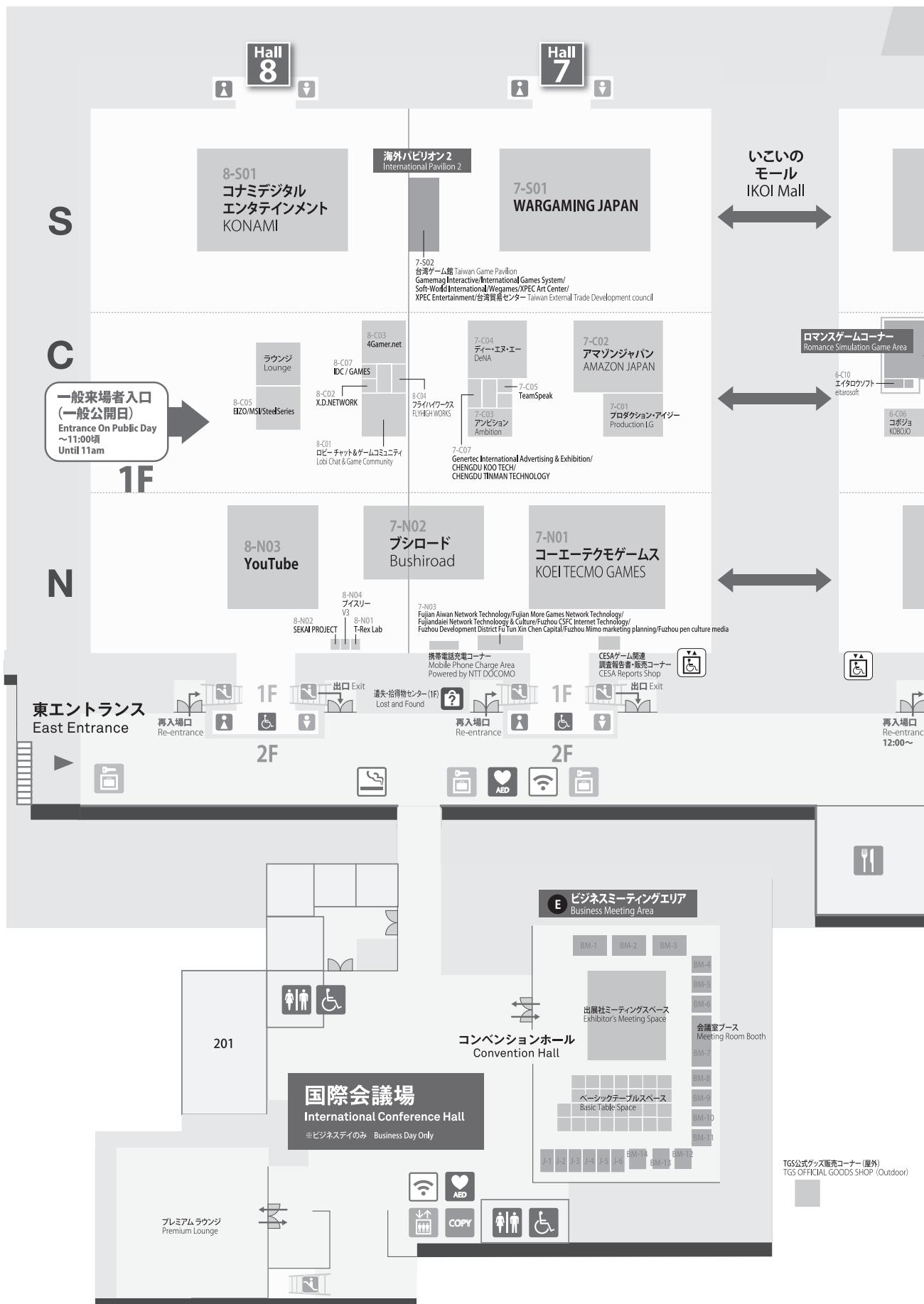
1F

1-8ホール一般来場者初回入口へ (一般公開日)



一般展示／General Exhibition Area 主催者コーナー／Organizer's Project

会場マップ／FLOOR MAP 7～8ホール



展示コーナー紹介

◎一般展示(2~8ホール)

ゲームソフトを中心に、最新コンピュータ・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。今年はエリアを2-8ホールに拡大し、ゲームソフトや、オンラインゲーム、ゲームプラットフォームなどを展示しました。

◎物販コーナー(9~10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(2、3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(4~6ホール)

iPhoneやAndroidなどのスマートフォンのほか各種タブレットで遊べるゲームアプリや、ブラウザ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。

◎ゲームデバイスコーナー(6ホール)

コントローラ、キーボード、マウス、ヘッドホンなど、ゲームライフをより充実させてくれるゲームデバイスや、関連グッズを紹介するコーナーです。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(5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、今回は9カ国から35社の出展がありました。

◎ビジネスソリューションコーナー(3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、検証サービス、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しました。

◎クラウド／データセンターパビリオン(3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。

◎ロマンスゲームコーナー(6ホール)

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しました。

◎スマートフォン・アクセサリー・コレクション 2015(9ホール)

スマートフォン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(9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ているインディペンデント(独立系)ゲーム。世界22カ国・地域から98のインディペンデントゲーム開発者／企業が参加し、オリジナル作品を展示しました。

◎サイバーゲームスアジアコーナー(9~10ホール)

※一部は一般公開日のみの展示

パソコンゲームを中心とした、eスポーツ競技会「Cyber Games Asia」会場周辺に設置するPCゲームタイトルや周辺機器、および関連製品・サービスを展示するコーナーです。

一般公開日のみ

◎ファミリーコーナー(1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、ファミリーコーナープラスとして、中学生以下限定で入場できるゲームソフトの試遊エリアを設置しました。

ビジネスのみ

◎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)

ビジネスデイ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。個室タイプの会議室ブースに加え、価格を抑えたベーシック・テーブル・スペ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17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 (一社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 岡村 秀樹

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 商務情報政策局 大臣官房審議官(IT戦略担当) 竹内 芳明

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル2015」実行委員会 委員長 大谷 信義

テープカット (一社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 岡村 秀樹

経済産業省 商務情報政策局 大臣官房審議官(IT戦略担当) 竹内 芳明

日経BP社 代表取締役社長 長田 公平

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル2015」実行委員会 委員長 大谷 信義

(一社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 辻本 春弘

(敬称略)



5-2. 懇親パーティー

「東京ゲームショウ2015・日本ゲーム大賞2015懇親パーティー」は、多くの来賓をはじめ、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2015」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17日(木) 18:00～19:00

【場 所】ホテルニューオータニ幕張 鶴東の間

【式次第】主催者挨拶 (一社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 岡村 秀樹

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 平井 淳生

挨拶・乾杯 (一社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 早川 英樹

中締め (一社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 大下 聰

(敬称略)



(一社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 岡村 秀樹



経済産業省 商務情報政策局文化情報関連産業課 課長 平井 淳生



(一社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 早川 英樹



(一社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 大下 聰



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) アジアNo.1のコンピュータエンターテインメントショウ
- (2) BtoB、BtoCが両立したイベント
- (3) ゲーム産業のさらなる発展に貢献する

東京ゲームショウ(TGS)2015では、3つの中期ビジョンを実現するために、「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」というテーマで、さまざまな施策を実施しました。

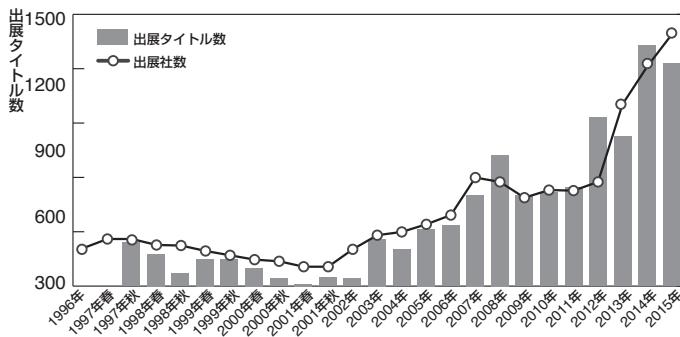
まずは、「世界最上級のビジネスイベントになる」ために、海外出展社やビジネスディ海外来場者が増加するための活動を強化し、それにプラスして満足度を向上するための施策を実施しました。その結果、海外出展社数は過去最多の246社となり、国内出展社数を超え、海外比率が51.3%となりました。一方、ビジネスディの海

外來場者数は1767人と昨年の1555人よりも13.6%増となり、海外プレス登録数も661媒体と4.9%増加。アジアにおける国際的なイベントとして認知度が高まってきました。

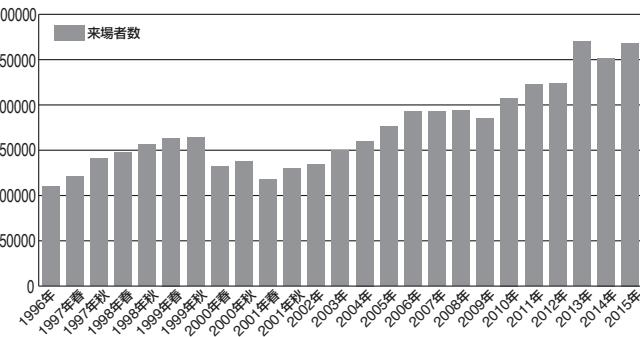
「一般来場者の満足度を向上する」ために、会場内の混雑を緩和するための施策を中核に企画しました。昨年実施して高い効果があった「会場の南北エリアに大規模出展社を配置する」ことを基本構造とし、各コーナーの性質を考慮したレイアウトを構築しました。さらに、一般来場者の初回入場口を午前11時前後に切り替える来場者動線計画を実施することで、ある一部のエリアに多数の来場者が集中するリスクを最小限に止めることができました。このほか、「大抽選会」や「e-Sports競技会」といった、一般来場者が楽しめる主催者企画は継続して実施することで、満足度の向上につなげました。

次項以降で説明する各種施策によって、ビジネスディ来場者の満足度、一般来場者の満足度については、ともに高い評価を受けることができました。以下では、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2015のテーマの一つである「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、さまざまな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。



ティを強化するため、2015年も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か国語以上の言語に対応できるスタッフを6人配置。受付来訪者は、合計約700人(500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、ビジネスディ来場者との橋渡し役として活躍しました。このほか、飲料(コーヒー、ウォーター・サーバー)、無線LAN、通訳(日英中およびスペイン語)を設置し、リクエストに応じて無料で対応することで、ビジネスディ来場者の満足度向上を図りました。

※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. 商談数を増やす

(1-a) ビジネスマッチ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」における商談数は、475件※と前年の437件より9%増加しました。商談パターンとしては、「日本企業」と「海外企業」が218件と全体の46%に上り、国際的な商談がさらに活性化しました。また海外企業同士の商談も198件(全体の42%)と盛況で、国際関連の商談比率は全体の87.6%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11人(インド、インドネシア、カナダ、シンガポール、ドイツ、トルコ、フランス、米国、ロシア)との商談会を実施し、ビジネスディ2日間で、133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ィの海外来場者へのホスピタリ

(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)

新システムの導入から4年目を迎えた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」は、アジアを中心とした海外出展社および海外来場者との商談促進を目的に稼働しました。

2015年の登録会社は1011社(2014年:875社)、事前の商談申込件数は1813件(2014年:1810件、2013年:1325件、2012年:554件)と拡大しました。その中でマッチング(事前商談アポイントメント)確定件数は、前年の601件から5件増の606件に増加し、

東京ゲームショウにおける商談機能の地盤を築きました。

TGSアポイントメントシステムを利用したのは、42カ国・地域（2014年は41カ国・地域）でした。アジアからの利用が17カ国・地域（日本を除く）でした。2015年は新たにクウェート、クリスマス諸島、クロアチア、コロンビア、セルビア、トルコ、ネパール、ハンガリー、リトアニアが初参加したほか、チリ、フィンランド、ロシアが加わりました。韓国から77社（2014年は60社）、中国から60社（2014年は47社）と、近隣国との利用が大幅に増えたのが特徴でした。

〈TGSアポイントメントシステム利用42カ国・地域〉50音順

アイルランド、アラブ首長国連邦、イスラエル、インド、インドネシア、英国、オーストラリア、オーストリア、オランダ、カナダ、韓国、クウェート、クリスマス諸島、クロアチア、コロンビア、シンガポール、イス、スウェーデン、スペイン、セルビア、タイ、台湾、中国、チリ、ドイツ、トルコ、日本、ネパール、ハンガリー、フィリピン、フィンランド、フランス、ブルネイ・ダルサラーム、米国、ベトナム、ポーランド、香港、マカオ、マレーシア、ミャンマー、リトアニア、ロシア

（1-c）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、出展社などから相談を受け付け、海外企業や日本企業などの最適な商談相手の検索、商談の段取りなどの業務を行いました。2014年に引き続き、海外企業との商談経験が豊富な大信英次氏のチームが担当し、ビジネスデイ2日間で、約100件の相談を受け付け、約50件の新規商談に結び付けました。

（1-d）インターナショナルパーティ

【日時】9月18日（金）17:30～19:30

【場所】国際会議場1Fラウンジ

海外出展社、インディーゲーム開発者、プレス関係者等のネットワーキングの機会を提供するインターナショナルパーティを開催しました。

昨年に引き続きソニー・コンピュータエンタテインメントがインディーゲームコーナーと本パーティーを特別協賛しました。400人を超える参加者が賑やかに交流を楽しみました。



（1-e）TGSフォーラム2015／基調講演 第1部・第2部

【日時】基調講演：9月17日（木）10:30～12:50

【場所】1ホール イベントステージ

9月17日（木）～18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2015」を実施しました。

ビジネスデイ初日の9月17日（木）に、基調講演第1部と第2部を開催。第1部では、まずCESA会長 岡村秀樹が登壇し、日本のゲーム産業のトレンドからグローバル



CESA会長
岡村 秀樹



レベルファイブ代表取締役社長/CEO
伊藤 宏博氏

化の中で進むべき方向性について講演しました。それを引き継ぐ形で登壇した、レベルファイブ代表取締役社長/CEOの日野晃博氏は、自社のゲーム開発工程を引き合いにヒットコンテンツの作り方について解説しました。



Twitch Victor Denchartphan氏 アマゾンジャパン ジョナサン・ナガオ氏

基調講演第2部では、東京ゲームショウ2015全体のトピックでもある「動画配信」に関して、国内外の動画配信プラットフォーマー3社による講演が実現しました。



DONGGO 横澤大輔氏 YouTube Ryan Wyatt氏

まずは米TwitchのVictor Denchartphan氏とアマゾンジャパンのジョナサン・ナガオ氏に続いて、DONGGO取締役の横澤大輔氏、最後に米YouTubeからRyan Wyatt氏が登壇し、各社のプラットフォーム上のゲーム実況の利用例などについて講演しました。基調講演第1部、第2部を合わせた聴講者数は1271人となりました。

（1-f）TGSフォーラム／特別講演

【日時】9月18日（金）11:00～11:50

【場所】国際会議場201会議室

ソーシャルメディアを活用して事業を拡大した最先端事例を学ぶことを目的に、2015年に初めて実施された特別講演では、楽天のソーシャルマーケティングを担当している田島由美子氏が登壇。ネット上の楽天ユーザーに対して、Twitterなどのソーシャルメディアを使ったさまざまなマーケティング事例について講演しました。



基調講演 9月17日（木）

第一部 10:30～11:25

【イントロダクション】日本のゲーム産業の現状と、新生CESA

登壇者 岡村 秀樹 CESA会長

クリエイター兼経営者だからこそできたヒットコンテンツ創出

登壇者 日野 晃博氏 レベルファイブ代表取締役社長/CEO

第二部 11:30～12:50

TwitchとAmazonが切り開くゲーム実況とアブリビジネス拡大の新しい戦略

登壇者 ジョナサン・ナガオ氏 アマゾンジャパン アプリ事業部ディレクター Victor Denchartphan氏 Twitch Interactive, Inc. Director, Japan

リアルとネットが融合したゲームプラットフォーム戦略

登壇者 横澤 大輔氏 DONGGO 取締役CCO ニコニコ超会議/闘会議統括プロデューサー

YouTubeと動画クリエイターが創り出す新しいゲーム体験とコミュニティ

登壇者 Ryan Wyatt氏 YouTube Global Head of Content for Gaming

特別講演 9月18日（金）11:00～11:50

楽天市場のソーシャルメディア活用 ～お客様を探し、広げて、ビジネスを大きくする～

登壇者 田島 由美子氏 楽天 グループマーケティング部 オンラインマーケティング室 ソーシャルマーケティンググループ マネージャー

(1-g) TGSフォーラム2015／専門セッション／

スポンサーシップセッション

【日時】9月18日(金)13:00~17:15

【場所】国際会議場201、301

ビジネスデイ2日目の9月18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。「ゲームトレンド」ではSCE JAPANスタジオの山際眞晃氏、カブコンの杉山晃一氏、スクウェア・エニックスの柴貴正氏が登壇し、動画配信の活用例について講演しました。「スマートフォンゲーム」では、Ingressで有名なNianticの須賀健人氏、台湾のNo.1スマホゲームメーカーのRayarkのYu Ming Yang氏が登壇し、厳しいスマホゲーム業界で勝ち抜くために必要なことを分析してもらいました。

15時15分からの「ゲームマーケティング」では、セガネットワークスの岩城農氏、Cyber Zの大友真吾氏が登壇し、ゲームマーケティングの新しいプラットフォームの可能性について話し合いました。「ゲームテクノロジー」ではいよいよ幕が上がるVR技術について、Oculusの近藤義仁氏、同社クリス・ブルエット氏、SCEJAの

専門セッション 9月18日(金)13:00~17:15	
13:00 ~ 15:00	<p>【A】ゲームトレンドセッション(国際会議場201)</p> <p>ユーザー参加型の新たな“楽しみ”の創造～ゲームプレーの動画配信～</p> <p>登壇者 山際 真晃氏 ソニー・コンピュータエンタテインメント JAPANスタジオ Bloodborne プロデューサー 杉山 晃一氏 カブコン 第二開発部 第二大阪プロジェクト推進室 プロデューサー 柴 貴正氏 スクウェア・エニックス 第7ビジネス・ディビジョン ディビジョン・エグゼクティブ 兼 プロデューサー モデレータ:日経BP社 日経エンタテインメント! 記者 伊藤 哲郎</p>
15:15 ~ 17:15	<p>【B】スマートフォンゲームセッション(国会会議場301)</p> <p>2015年 スマホゲームヒット最前线 ～レッドオーシャン化するスマホゲーム市場で勝ち抜くために～</p> <p>登壇者 須賀 健人氏 Niantic, Inc. アジア統括マーケティングマネージャー Ming-Yang Yu氏 Rayark CEO モデレータ:日経BP社 日経ビジネス 副編集長 濑川 明秀</p>
	<p>【C】ゲームマーケティングセッション(国際会議場201)</p> <p>ゲームマーケティング最新手法 ～新型マーケティングプラットフォームの台頭～</p> <p>登壇者 岩城 農氏 セガゲームス セガネットワークスカンパニー カンパニー COO 大友 真吾氏 Cyber Z取締役 OPENREC担当 モデレータ: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</p>
	<p>【D】ゲームテクノロジーセッション(国会会議場301)</p> <p>発売直前! 仮想現実ゲーム～ハードとソフトの両輪が動き始めた～</p> <p>登壇者 近藤 義仁氏 Oculus パートナー・エンジニアリングスペシャリスト クリス・ブルエット氏 Oculus パートナー・エンジニアリングマネージャー 秋山 賢成氏 ソニー・コンピュータエンタテインメント ジャパンアジア(SCEJA) ソフトウェアビジネス部 次長 SCEJA開発サポート責任者 原田 勝弘氏・玉置 純氏 バンダイナムコエンターテインメント モデレータ:日経BP社 日経エレクトロニクス 記者 根津 祐</p>
スポンサーシップセッション 9月18日(金)11:00~16:10 (国際会議場302)	
11:00 ~11:30	韓国モバイル市場への進出戦略 powered by JCSQUARE / Cross Shock Japan ジョ・ウジョン氏
13:00 ~13:30	How the Gaming Industry is Growing on the Cold / Softlayer Technologies Darren Tay氏
14:00 ~14:30	スマホおよびPCゲーム セキュリティ最新動向と対策 / アークサン・テクノロジー/バーチャルコミュニケーションズ 小泉 敦良氏
14:50 ~15:20	データから見る、ゲームのモバイルシフト / FULLER 渋谷 修太氏
15:40 ~16:10	MMORPGの開発から運営まで powered by フュージョン・コミュニケーションズ / Aming 保泉 高広氏

秋山賢成氏、バンダイナムコエンターテインメントの原田勝弘氏、同社玉置純氏が登壇し、VR機器とVRコンテンツの融合について話し合いました。

また、同日、Cross Shock Japan、Softlayer Technologies、アークサン・テクノロジー/バーチャルコミュニケーションズ、FULLER、Amingの5社によるスポンサーシップセッションも行われました。

(1-h) アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2015

【日時】9月17日(木)13:30~15:00

【場所】1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2015」を実施しました。今回で6回目となる同カンファレンスでは、中国市場にフォーカスを当てて、そのアプローチ方法などについて活発な意見交換が行われました。

テーマは「リトライ:中国ゲームマーケット」という内容で、拡大する中国のゲーム市場に対して、日本企業はどのような形でアプローチすることがベストなのかといった視点で、率直な意見を交わしました。聴講者は265人でした。

アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2015 9月17日(木)

11:00~11:50

リトライ:中国ゲームマーケット

登壇者	<p>[日本]スクウェア・エニックス 取締役 本多 圭司氏 [日本]DeNA China CEO 任宣氏 [中国]Shanda Games President 錢 東海氏 [中国]Perfect World COO 張 雲帆氏/Global BD Director 孫 啓氏 特別ゲスト:立命館大学 映像学部 教授 中村 彰憲氏 モデレータ:日経BP社 日経エンタテインメント! 編集委員 岩田 英雄</p>
-----	--

2.日本のゲーム文化圏を広げる

(2-a) e-Sports競技会「Cyber Games Asia 2015」

【場所】展示ホール9/10・特設会場ステージA/B

今年で4回目を迎えたeスポーツゲーム競技会「Cyber Games Asia 2015」(CGA2015)はこれまでの倍の広さとなる2つの会場



(ステージA、同B)を使い、4つのゲームタイトルの日本を含むアジア地域からトップ選手やチームを招へいし、競技を繰り広げる国際大会を実施しました。

Cyber Games



Asia特設会場に入場した観客数は2日間で、5678人を記録し、2014年の3091人を大きく上回りました。また、会場外周エリアでの観戦者を含めると約2万人の観客が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プラッドが担当しました。

Cyber Games Asia 2015概要

9月19日(土)

	ステージA	ステージB
大会名	『SAJCL (Sudden Attack Japan Champions League) 2015 Final Stage』 「日韓エキシビションマッチ」	アラド戦記 『天下一決定戦 2015 東京ゲームショウ 秋予選』
運営	ネクソン	ネクソン
日時	9月19日(土)10:30-16:30	9月19日(土) 10:00-17:00
来場者数	2,221人	1,176人
予選参加国・地域	日本、韓国	日本
予選参加団体数	非公開	応募者の中から選考で出場選手を決定したため予選なし
決勝参加団体数	SAJCL2015 Final Stage 4チーム 日韓エキシビションマッチ 2チーム	14名
優勝チーム	SAJCL2015 Final Stage 「Detre.R」 日韓エキシビションマッチ 「Detre.R」	「pani博士」選手

9月20日(日)

	ステージA	ステージB
大会名	Alliance of Valiant Arms (AVA) 「東京ゲームショウで AVAれまシヨウ2015」「30歳以上限定」「女性限定」エキシビションマッチ	LORD of VERMILION ARENA (LoVA) 「LoVA Challenge Cup」
運営	ゲームオン	スクウェア・エニックス
日時	9月20日(日)10:00-17:00	9月20日(日) 10:00-17:00
来場者数	1,424人	857人
予選参加国・地域	日本	日本
予選参加団体数	応募形式/ユーザー参加型の投票で出場選手を決定したため予選なし	128チーム(抽選後のチーム数)
決勝参加団体数	8チーム	4チーム
優勝チーム	30歳以上限定「オレンジチーム」 女性限定「イエローチーム」 エキシビションマッチ(護衛)「イエローチーム」 エキシビションマッチ(爆破)「オレンジチーム」	「Dive」

(2-b)コスプレ関連企画

・コスプレ会場【場所】9~10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19日(土)18:30~20:00

【場所】1ホール イベントステージ

コスプレ来場者の増加に対応するため、前年よりスペースを拡充したコスプレ会場を9~10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3,497人と、昨年比で約20%増となりましたが、展示会場と明確に区分した専用会場を用意したことできな混乱もなく開催できました。



また、9月19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もらうことを目的に「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7カ国のコスプレイベントと連携して実施しました。各国代表となるコスプレイヤーに加えて、台湾、ベトナムからは、ワールドワイドで有名なコスプレイヤーを招聘し、計9カ国から9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、総勢約200人がパフォーマンスを繰り広げ、大盛況となりました。

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
インドネシア(ジャカルタ)	CLUS:H!	5月9日~10日	10,000人
韓国(済州島)	Jeju Anime Festa	5月31日	1,500人
タイ(チェンマイ)	COMIC PARTY 90 in Chiangmai!	6月7日~8日	2,000人
シンガポール	CharaExpo 2015	6月20日~21日	16,324人
中国(成都)	FUN 2015(成都遊戯動漫節)	6月27日~28日	20,000人
トルコ(イスタンブル)	Torucon Istanbul	6月27日~28日	1,000人
マレーシア(クアラルンプール)	Cosplay Drafting Session	8月8~9日	1,000人

(2-c)Tokyo Otaku Modeとの連携

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:1800万人超)とコラボレーションし、会場から東京ゲームショウの模様を英語で発信するライブ番組「Tokyo Otaku Mode LIVE HUT」をネット配信しました。

海外ファンの目線で東京ゲームショウの雰囲気を伝えることをコンセプトに、著名クリエーター、プロゲーマーなどを会場内特設スタジオに迎え、トーク番組やゲーム実況中継を行いました。全9番組の合計視聴回数は2万回を超みました。

(2-d)国内留学生ボランティアの活用

TGS2015では、国内留学生ボランティアスタッフを募集し、総勢31人が参加しました。ビジネスディスプレイ登録受付やビジネスミーティングエリアの通訳、インディゲームコーナー運営、インフォメーションでの通訳業務、アジアニュースターズコーナー、センス・オブ・ワンダーナイト(SOWN)での運営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、韓国語、イタリア語、スペイン語、ベトナム語、ミャンマー語などでした。

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しました。216件の応募の中から、選考により世界18カ国・地域の69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てアピールするとともに、開発者同士の交流も深めました。国内からは、24の個人・団体が出展し、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

英国、オーストラリア、カナダ、韓国、シンガポール、スイス、台湾、中国、チリ、デンマーク、ドイツ、日本、フィリピン、フランス、米国、ポーランド、香港、マレーシア

(3-b)センス・オブ・ワンダー ナイト2015(SOWN2015)

【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18日(金) 14:30~17:00

【会場】9ホール Cyber Games Asiaイベントステージ

今年で8回目の開催となるゲームメディア発掘イベント「センス・オブ・ワンダーナイト(SOWN)」は14時30分からCyber Games Asiaイベントステージで開催しました。今年は21の国と地域から100作品(前回27カ国・地域から136作品)のエントリーがありました。



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選考委員によって選出された10作品のプレゼンテーションが行われました。

毎年SOWNを楽しみにしている来場者も多く会場には約300名の国際色豊かな参加者が来場しました。定番となったスマイルハンマーが独創的でユニークなゲームに対して振られて、会場が一体とな



り、プレゼンターへのリスペクトが感じられるイベントとなりました。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交流を行いました。

センス・オブ・ワンダー ナイト2015(SOWN2015)

9ホール Cyber Games Asia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
	Anamorphosis	Chen Lucien (Yen-Chu)	台湾
	Frog Climbers	Sebastian Larsson	スウェーデン
	Gen	安藤健翔 Kensho Ando	日本
	Kineo & Usuko 杵男と臼子	綿貫 尚吾 Shogo Watanuki	日本
Best Game Design Award	Mushroom 11	Julia Keren-Detar	米国
	Party Hard	Alex Potapenko	ウクライナ
Best Arts Award/Audience Award	Plug & Play	Mario von Rickenbach	スイス
Best Technological Game Award	Reelblade: Battle of the High Seas	Yuichiro Katsumoto	シンガポール
Best Experimental Award/Best Presentation Award	Tough Coded: Live	Fernando Sarmiento	アルゼンチン
	Walden, a game	Tracy Fullerton	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6年目となりました。2015年は、海外向けの動画配信分野でYouTube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13媒体の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	Tencent Game	中国
GAME Watch	日本	Sina Games	中国
niconico	日本	Game Weekly	香港
Tokyo Otaku Mode	日本	DUNIAKU	インドネシア
BAHAMUT	台湾	IGN Asia	シンガポール
GAMER'Z	韓国	YouTube	日本以外
Ruliweb.com	韓国		

(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、従来のniconico(ドワンゴ)に加え、海外向け配信を新たにYouTube(グーグル)が担当しました。



従来の基調講演などに加え、今回初めて「日本ゲーム大賞2015<経済産業大臣賞・年間作品部門>」と「同<アマチュア部門>」の配信を行いました。

公式動画チャンネル視聴者数(niconico分)

	9月17日 (木)	9月18日 (金)	9月19日 (土)	9月20日 (日)	4日間 合計
メインチャンネル	80,223	71,361	137,603	82,167	371,354
Cyber Games Asia			74,514	53,539	128,053
日本ゲーム大賞2015	29,020				29,020
合計	109,243	71,361	212,117	135,706	528,427

公式動画チャンネル再生回数(YouTube分)

TGSフォーラム2015基調講演(英語)	27,827
アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2015(英語)	10,057
SENSE OF WONDER NIGHT 2015	5,507
Cosplay Collection Night @TGS	10,959
合計	54,350

9月17日(木)の主なプログラム

- 開会式
- TGSフォーラム2015基調講演
- アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2015
- TGS出展タイトル特集 バンダイナムコエンターテインメント
- 日本ゲーム大賞2015「経済産業大臣賞」「年間作品部門」

9月18日(金)の主なプログラム

- TGS出展タイトル特集 カプコン
- TGS出展タイトル特集 ソニー・コンピュータエンタテインメント
- TGS出展タイトル特集 スクウェア・エニックス
- 『攻殻機動隊 新劇場版 Virtual Reality Diver』制作発表会
- SENSE OF WONDER NIGHT 2015

9月19日(土)の主なプログラム

- 日本ゲーム大賞2015「アマチュア部門」
- TGS出展タイトル特集 コーエーテクモゲームス
- TGS出展タイトル特集 セガゲームス
- TGS出展タイトル特集 ソニーモバイル
- アイドルマスター10周年インタビュー
- Cosplay Collection Night @TGS
- Cyber Games Asia『サドンアタック』
- Cyber Games Asia『アラド戦記』

9月20日(日)の主なプログラム

- Cygames Presents GRANBLUE FANTASY SPECIAL CONCERT
- Cyber Games Asia『Alliance of Valiant Arms』
- Cyber Games Asia『LORD of VERMILION ARENA』

(4-c)ソーシャルメディアの活用

TGS2015では、公式Webサイトでの情報発信に加え、Facebook(いいね！8176)やTwitter(フォロワー数1万5725)、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66件、Facebookでは42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2015のもう一つのテーマである「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、16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2015では、出展社増に伴い、1~11ホールまで幕張メッセ全館を使用し、会場の混雑を緩和に努めました。さらに、昨年初めて実施して効果があった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という、基本レイアウトを2~8ホール間で継続して実施。それに加えて、初回入場口を時間帯によって変更することで、特定の場所に来場者が集中することを緩和しました。



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59.1%が「改善したと思う」、または「少し改善したと思う」と回答。一般公開日の来場者アンケートでは、国内来場者の33.2%、海外来場者の39.3%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】8ホール 初回入場口近傍

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、開場直後から配布する整理券配布所を、8ホール入場口に設置しました。



入場待機列に対して、入場チケットを回収するタイミングを早めたり、待機列の段階から整理券の希望の有無で列を分けたことにより、昨年に比べて、短時間で安全に入場することができました。

(1-c)ステージ動線計画の徹底と南壁側の来場者動線の確保

昨年に引き続き、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ためのロープやスタッフの配置などを細かく規定することで、混雑時の運営を均一にすることを目指しました。ま

た、混雑時の運営が均一でなかった会場南壁側の待機列の規定を明確にすることで、来場者の動線を確保して、混雑緩和に役立てました。

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】10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10で開催しました。20社の出展社から55種類、1112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、例年通りTGS2015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日間で前年を上回る2万4756人の来場者が抽選会に参加しました。



〈TGS2015大抽選会景品提供出展社(20社)〉50音順

イルカアップス、WARGAMING JAPAN、エレクトロニック・アーツ、カプコン、グリー、ゲームセンターCX、コーエーテクモゲームス、Genertec International Advertising & Exhibition、Cygames、スクウェア・エニックス、Supercell、セガゲームス、仙台市／ビジネスオウル、DMM.com、パオン・ディービー、ポケット・クエリーズ、ぼっちてんと、マグノリアファクトリー、YouTube、Unalis

(2-c)モンスターエナジーバー

【場所】5ホール、10ホール

3年連続で、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、5ホール北側に「モンスターエナジーバー」を設置。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」「モンスター・ウルトラ」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やプレスルームなどにも供給し、ビジネス関係者が仕事の合間にのどを潤しました。



(2-d)ファミリーコーナープラス

【場所】1ホール

小学生以下の子供を持つ家族連れを対象としたファミリーコーナーを拡大して実施した中学生以下限定のエリア。初開催にも関わらず、以下の7社12タイトルの試遊には小学校高学年、中学生の子供で賑わい、TGSの楽しみ方を拡大することができた。



ファミリーコーナープラス出展社 (50音順)

エレクトロニック・アーツ「Star Warsバトルフロント」、コーエーテクモゲームス「アルスラーン戦記×無双」「ゼルダ無双 ハイラルオールスター」、コナミ「ウイニングイレブン」「プロ野球スピリッツ」、スクウェア・エニックス「ドラゴンクエストヒーローズ」「ドラゴンクエストVIII」、セガゲームス「レゴ ジュラassicク・ワールド」、ソニー・コンピュータエンタテインメント「Tearaway はがれた世界の大冒険」「マイインクラフト」、バンダイナムコエンターテインメント「暗殺教室 殺せんせ一大包囲網!!」「ワールドトリガー ボーダレスミッション」

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(16社)を対象に、ブースの試遊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、2~8ホールの出入り口付近、9ホール南側出入り口付近、10ホール主催者コーナー・物販コーナー付近に設置し、来場者がお目当てのブースの状況を事前にチェックし、効率的に歩けるよう、情報を発信しました。



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、カプコン、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、Cygames、スクウェア・エニックス、Supercell、セガゲームス、ソニー・コンピュータエンタテインメント、DMMゲームズ、闘会議、バンダイナムコエンターテインメント、ブシロード、YouTube

(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／4ホール

海外来場者増加に対応するために、英語対応ができるインフォメーションスタッフを配置。ビジネスディーを中心に、来場者の問い合わせなどに対応しました。



©藤巻忠俊／集英社・黒子のバスケ製作委員会



(3-c)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覧できる公式アプリ「TGS Guide」を今年も公開。特徴はWi-Fiの使用を禁止している展示会場内でも、オフラインで、出展社のベース位置や出展タイトルなどが、検索機能を使って確認できること。アプリのダウンロード(DL)数は1万417件(iOS:6261件、Android:4156件)に達し、8種類用意したコンテンツは累計で2万1193 DLされました。なかでも英語コンテンツは昨年に比べてDL数が2~4倍伸び、海外来場者の利用増えがうかがえます。



(3-e)写真で分かるTGSの歩き方

公式サイトでは、TGSに初めて来場する国内外の初心者に向けて、知っておきたいことをビジュアルで紹介する、「写真で分かるTGSの歩き方」を日本語と英語で掲載。入場方法から会場内の注意点まで、ビジネスディと一般公開日それぞれについて、分かりやすくまとめました。また、特に重要なポイントについては、公式アプリ「TGS Guide」でも見られるようになりました。

(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)

ビジネスディの2日間、臨時喫煙所を2カ所設置しました。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】7ホール

今年で3年目となる「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。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

昨年に引き続き、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147万790円は、被害の大きかった岩手、宮城、福島の3県9市町に寄付しました。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19日(土)、20日(日)16:00~17:00

【場所】1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、出展社から提供いただい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140万7400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(19社・団体)〉 50音順

WARGAMING JAPAN、カブコン、ガルボア、ガンホー・オンライン・エンターテイメント、Gamestad、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、Cygames、Supercell、セガゲームス、仙台市／ビジネスオウル(フィンランド)、東プレ、バンダイナムコエンターテインメント、ブシロード、プロダクション・アイジー、ぼっちてんと、Unalis、レベルファイブ、日本ゲーム大賞2015年間作品部門受賞クリエイター、フューチャー部門受賞クリエイター

(4-b)ゲーム歴史博物館

家庭用ゲーム機の誕生から現在まで、ゲーム業界の歴史を、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。過去のTGSのポスターや歴代日本ゲーム大賞受賞作品も掲載し、ゲームの進化が一目瞭然。今年は10ホールで展示しました。



(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でAndroidの最新端末の展示や、ゲームアプリの試遊のほか、家庭用ゲーム機とAndroid端末を連動させた新しい遊び方の紹介を行いました。



(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中央モール

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中央モールに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

従来の8ホールから1ホールに会場を移したイベントステージでは、日本ゲーム大賞の発表授賞式や、TGSフォーラムの基調講演、アジア・ゲーム・ビジネス・サミット、チャリティーオークションといった主催者によるステージプログラムを実施したほか、出展社による最新ゲームの紹介イベントや、ライブイベントなどが行われ、多くの来場者を集めました。

●9月17日(木)

10:30～ 12:50	TGSフォーラム2015 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 2015	
16:00～ 17:30	日本ゲーム大賞2015「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18日(金)

13:30～ 14:00	『攻殻機動隊 新劇場版 Virtual Reality Diver』制作発表会 Production I.Gブースでティザーや公開されたVRアプリ 『攻殻機動隊 新劇場版 Virtual Reality Diver』の制作発表会。	
-----------------	---	--

●9月19日(土)

10:30～ 11:30	日本ゲーム大賞2015「アマチュア部門」発表授賞式 司会:鷺崎 健、前田美咲	
13:00～ 14:00	アイドルマスター マストソングス 赤盤/青盤×アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ ゲームでバトルしちゃいM@S！ アイドルマスター関連作品のキャストたちによるゲーム対決、ライブを披露。 PS Vita用ソフト『アイドルマスター マストソングス 赤盤/青盤』とアプリ 『アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ』を中心に最新情報も紹介。 【出演者】中村繪里子、今井麻美、原由実、大橋彩香、福原綾香、原紗友里 坂上陽三 総合プロデューサー(バンダイナムコエンターテインメント)	
14:30～ 15:30	ATLUS PRESENTS PERSONA SPECIAL STAGE ペルソナのライブでおなじみの豪華アーティストによるミニライブや、アトラス公式バラエティ 番組「ペルソナストーカー倶楽部」のMC・イソッチ&マフィア梶田による生トークなど。 【出演者】アーティスト:川村ゆみ、Lotus Juice、平田志穂子、DJ WAKA ゲスト:磯村知美(声優)、マフィア梶田(フリーライター) 司会:松澤千晶(アナウンサー)	
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 1日目 司会:鷺崎 健、前田美咲	
18:30～ 20:00	Cosplay Collection Night @TGS2015 presented by Cure 【出演者】KANAME☆、-Usagi-、ウサコ、コノミアキラ、ことり、五木あきら、SHINE(マレーシア)、 MIU(ベトナム)、NYANY(中国)、Evelia(シンガポール)、STAY(台湾)、ANZU(トルコ)、HIME(インドネシア)、UE(韓国)、MISAKI(タイ) ほか約200名以上	

●9月20日(日)

10:30～ 11:20	Cygames Presents GRANBLUE FANTASY SPECIAL CONCERT 『グランブルーファンタジー』初のオーケストラコンサートを開催。 サウンドディレクターを務める植松伸夫と成田勤も参加し、 『グランブルーファンタジー』の楽曲をこの日のためだけに編成したオーケストラと共に演奏。 【出演】春田康一(Cygames)、植松伸夫、成田勤	
13:00～ 14:30	日本ゲーム大賞2015「フューチャー部門」発表授賞式 司会:鷺崎 健、前田美咲	
15:00～ 15:30	FgG新作発表会2015 『ファントム オブ キル』を手掛けるFuji&gumi Games今泉プロデューサーが登壇。 大型新作2本に関しTGS初公開となるVTRを交え、その魅力について語るほか、 テレビカメラも入りゲーム界を揺るがす大発表もあり。 【出演者】大久保佳代子、内田真礼、小松未可子、高橋未奈美、優木かな(50音順) MC:山中章子(フジテレビアナウンサー)	
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 2015

第19回目となる「日本ゲーム大賞2015」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2015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。また、今年は初めて東



京ゲームショウ公式動画チャンネルにて「年間作品部門」「アマチュア部門」の発表授賞式の生配信を行い、多くのゲームファン、業界関係者、受賞関係者に視聴いただきました。

「年間作品部門」は、2015年4月6日～7月17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。「大賞」には、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、2015年度を象徴するに最もふさわしい作品として、『妖怪ウォッчи2 元祖／本家／真打』(株式会社レベルファイブ)が選ばれました。妖怪ウォッчиは、シリーズ作品として昨年に続く、2年連続の大賞受賞の快挙となりました。

また、「経済産業大臣賞」は「大乱闘スマッシュブラザーズ」シリーズをはじめとした数多くのヒット作品を手掛けるとともに、ゲーム音楽のコンサートのプロデュース、執筆活動に携わるな

ど、メーカーを問わず、ゲームの魅力を伝える多岐に渡る活動、更には、ゲームデザイナーの視点で、これまでにない斬新かつ創造性豊かな作品を選考、表彰する『ゲームデザイナーズ大賞』の審査員長を務めるなど、ゲーム産業の発展に貢献された点が評価され桜井雅博氏(有限会社ソラ 代表)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10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『Ingress』(開発元:Niantic, Inc.)となりました。

「アマチュア部門」は3月9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。今年は、「時間」をテーマに作品を募集し、285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2015の会期中、9月17日(木)～19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、10作品が今後が期待される作品として選出されました。



「日本ゲーム大賞2015」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17日(木)16:00～17:30

【司会】伊集院 光、前田 美咲

【主催者挨拶】(一社)コンピュータエンターテインメント協会 会長 岡村 秀樹

【ご挨拶】経済産業省 商務情報政策局 大臣官房審議官(IT戦略担当) 竹内 芳明

(敬称略)



岡村秀樹
(一社)コンピュータエンターテインメント協会会長



東京ゲームショウ公式動画チャンネルにて発表授賞式を生配信。平日16時からの配信にもかかわらず、約29,000名に視聴いただきました。



竹内芳明
経済産業省商務情報政策局大臣官房審議官(IT戦略担当)



桜井雅博氏
経済産業大臣賞
有限会社ソラ代表



年間作品部門 大賞 『妖怪ウォッチ2元祖／本家／真打』(株式会社レベルファイブ)

【年間作品部門】受賞作品一覧

受賞	タイトル	社名	プラットフォーム
大賞	妖怪ウォッチ2元祖／本家／真打	株式会社レベルファイブ	3DS
ゲームデザイナーズ大賞	Ingress	Niantic, Inc.	iOS / Android OS
優秀賞	大乱闘スマッシュブラザーズfor Wii U	任天堂株式会社	Wii U
	大乱闘スマッシュブラザーズ for Nintendo 3DS	任天堂株式会社	3DS
	Destiny	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	PS4 / PS3
	ドラゴンクエストヒーローズ 闇竜と世界樹の城	株式会社スクウェア・エニックス	PS4 / PS3
	Bloodborne	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	PS4
	ポケットモンスター オメガル ビー・アルファサファイア	株式会社ポケモン	3DS
	マリオカート8	任天堂株式会社	Wii U
	モンスターハンター4G	株式会社カプコン	3DS
	妖怪ウォッチ2元祖／本家	株式会社レベルファイブ	3DS
	妖怪ウォッチ2真打	株式会社レベルファイブ	3DS
	龍が如く0 誓いの場所	株式会社セガゲームス	PS4 / PS3
特別賞	Minecraft	日本マイクロソフト株式会社	PS4 / PS3 / PS Vita / Xbox One / XB360 / iOS / Android OS / PC / Mac
	モンスターストライク	株式会社ミクシィ	iOS / Android OS
ベストセールス賞	妖怪ウォッチ2元祖／本家	株式会社レベルファイブ	3DS
グローバル賞 日本作品部門	大乱闘スマッシュブラザーズ for Nintendo 3DS / Wii U	任天堂株式会社	3DS / Wii U
グローバル賞 海外作品部門	コール オブ デューティ アドバансド・ウォーフェア	ACTIVISION / SLEDGEHAMMER GAMES	PS4 / PS3 / Xbox One / XB360 / PC

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19日(土)10:30~11:30

【司会】鷺崎 健、前田 美咲

【審査委員／プレゼンター】

最終選考会の審査員には、プレゼンターとしてご登壇頂き、各作品の講評を述べて頂きました。



(株)グリー
プロデューサー兼
ディレクター
高 大輔



(株)コナミデジタルエンタ
テインメント
プロデューサー
松井 敏哉



(株)スクウェア・エニックス
プロデューサー
時田 貴司



(株)セガゲームス
ディレクター
阪本 寛之



個人賞
松本 拓之氏



大賞
東京工芸大学 AliceとTelesチーム



(株)ディー・エヌ・エー
プロデューサー兼
ゲーム人材採用担当
馬場 保仁



(株)バンダイナムコスタジオ
プロデューサー
村野 大輔



(株)KADOKAWA
電撃PlayStation編集部
副編集長
千木良 章



(株)KADOKAWA・DWANGO
週刊ファミ通編集部
編集長
林 克彦

(敬称略)

※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。



東京ゲームショウ公式動画
チャンネルにて発表授賞式を
生配信し、約18,000名に視聴
いただきました。



【アマチュア部門】受賞作品一覧

受賞名	タイトル	制作者・チーム名	学校名	プラットフォーム	個人団体
大賞	10動説	AliceとTeles	東京工芸大学	PC	団体
優秀賞	いれかえてーしょん	チーム T.P.D	HAL大阪	Wii	団体
	Chase the Sun	Photosynthese	日本工学院八王子専門学校	PC	団体
	Tick Bomb	生駒 祥平	トライデントコンピュータ専門学校	スマートフォン/タブレット	個人
	TWINS	松本 拓之	清風情報工科学院	PC	個人
	10動説	AliceとTeles	東京工芸大学	PC	団体
	4D FOLLOWERS	Project 4D FOLLOWERS	専門学校国際情報工科大学校	PC	団体
佳作	an After image	Team. - EDEN -	HAL名古屋	スマートフォン/タブレット	団体
	Chrono Bastille	川添 伸一	学校法人コンピュータ総合学園神戸電子専門学校	PC	個人
	Time Bomb	Quad	ECCコンピュータ専門学校	スマートフォン/タブレット	団体
	ヒカゲモノ	チーム カゲタロウ	パンタンゲームアカデミー	PC	団体
個人賞	TWINS	松本 拓之	清風情報工科学院	PC	個人
技術特別賞	TWIDIVER	RTableProject	HAL大阪	PC	団体

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20日(日)13:00~14:30

【司会】鷺崎 健、前田 美咲

【講評】日本ゲーム大賞選考委員

(株)KADOKAWA 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)●逆転裁判6 ●Star Wars™ バトルフロント™ ●スター・オーシャン5 – Integrity and Faithlessness – (中段)●東京ザナドゥ ●ドラゴンクエストビルダーズ アレフガルドを復活せよ ●人喰いの大鷦トリコ (下段)●ファイナルファンタジーXV ●Fallout 4 ●ペルソナ5 ●モンスター・ハンタークロス

「フューチャー部門」受賞作品一覧

タイトル	社名	プラットフォーム
逆転裁判6	株式会社カプコン	3DS
Star Wars™ バトルフロント™	エレクトロニック・アーツ株式会社	PS4/Xbox One/PC
スター・オーシャン5 – Integrity and Faithlessness –	株式会社スクウェア・エニックス	PS4/PS3
東京ザナドゥ	日本ファルコム株式会社	PS Vita
ドラゴンクエストビルダーズ アレフガルドを復活せよ	株式会社スクウェア・エニックス	PS4/PS3/PS Vita
人喰いの大鷦トリコ	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント	PS4
ファイナルファンタジーXV	株式会社スクウェア・エニックス	PS4/Xbox One
Fallout 4	ベセスダ・ソフトワークス	PS4/Xbox One/PC
ペルソナ5	株式会社アトラス	PS4/PS3
モンスター・ハンタークロス	株式会社カプコン	3DS

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

(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2015のビジネスディ来場者登録者のうち、国内:2万4549人、海外:3270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。

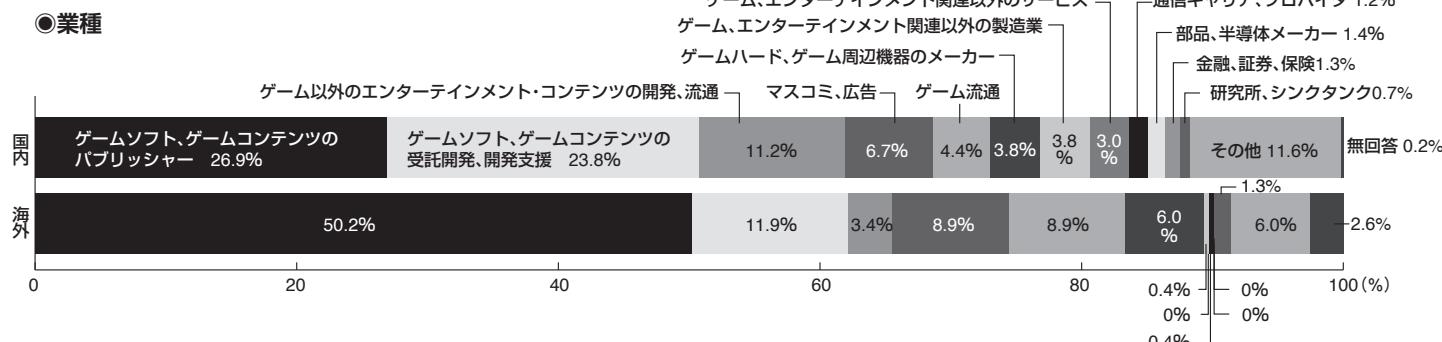
【調査期間】国内:2015年10月6日(火)~2015年10月13日(火)
海外:2015年10月6日(火)~2015年10月13日(火)

【有効回答数】国内:2201件(回収率9.0%) 海外:235件(回収率7.2%)

【調査実施】日経BPコンサルティング

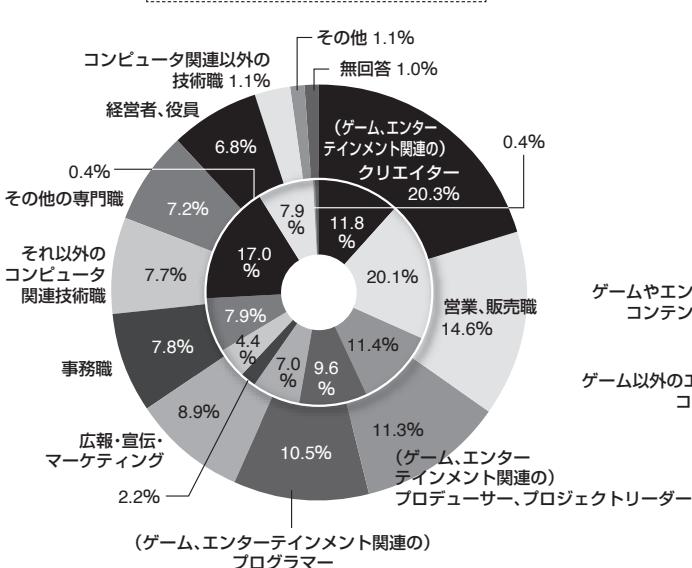


○業種

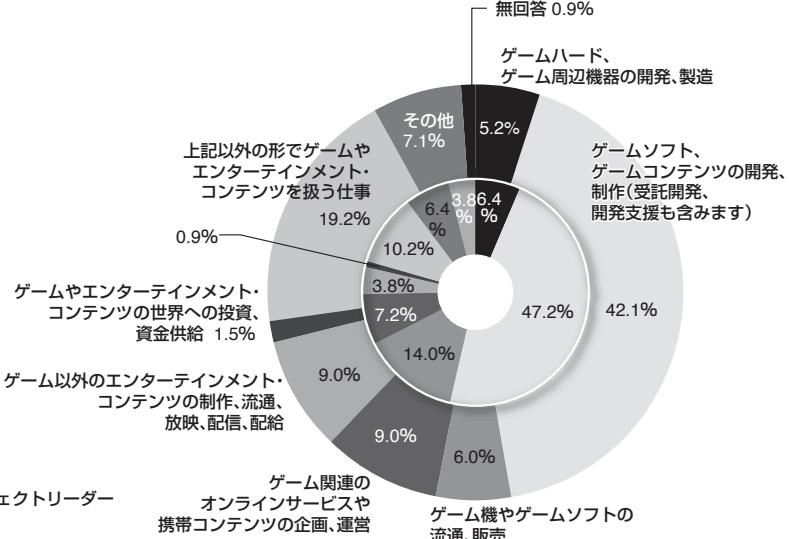


○職種

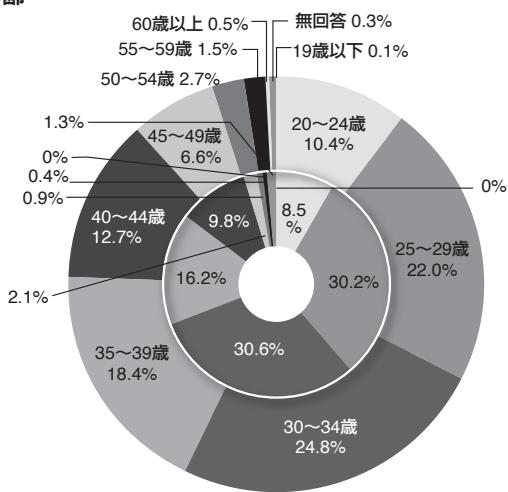
海外来場者の17.0%が経営者・役員



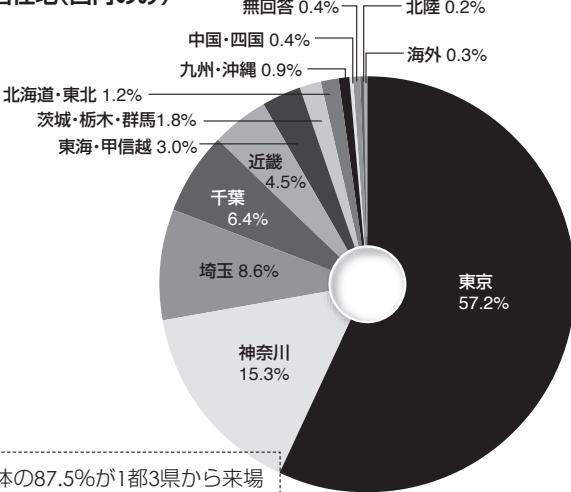
○ゲーム／エンターテインメント・コンテンツとの関わり



○年齢

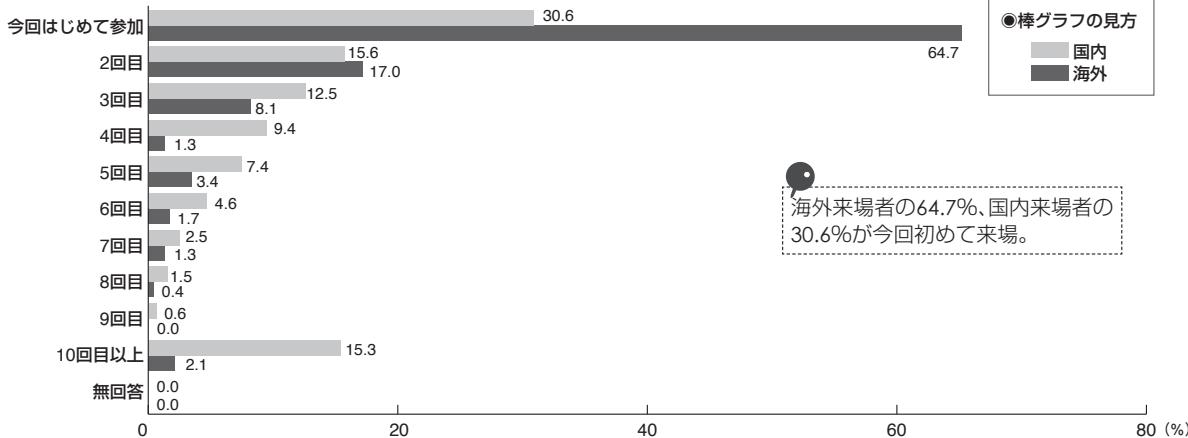


○居住地(国内のみ)

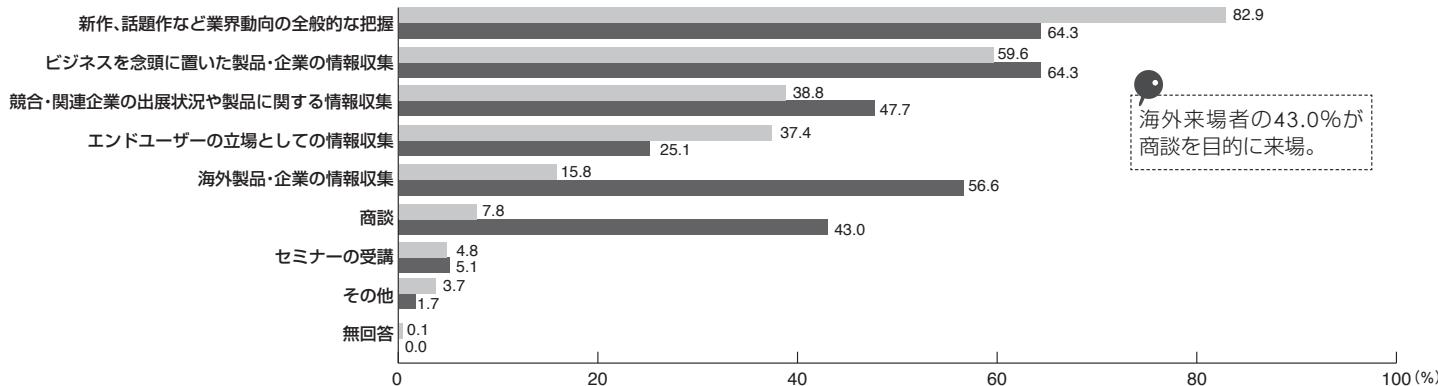


全体の87.5%が1都3県から来場

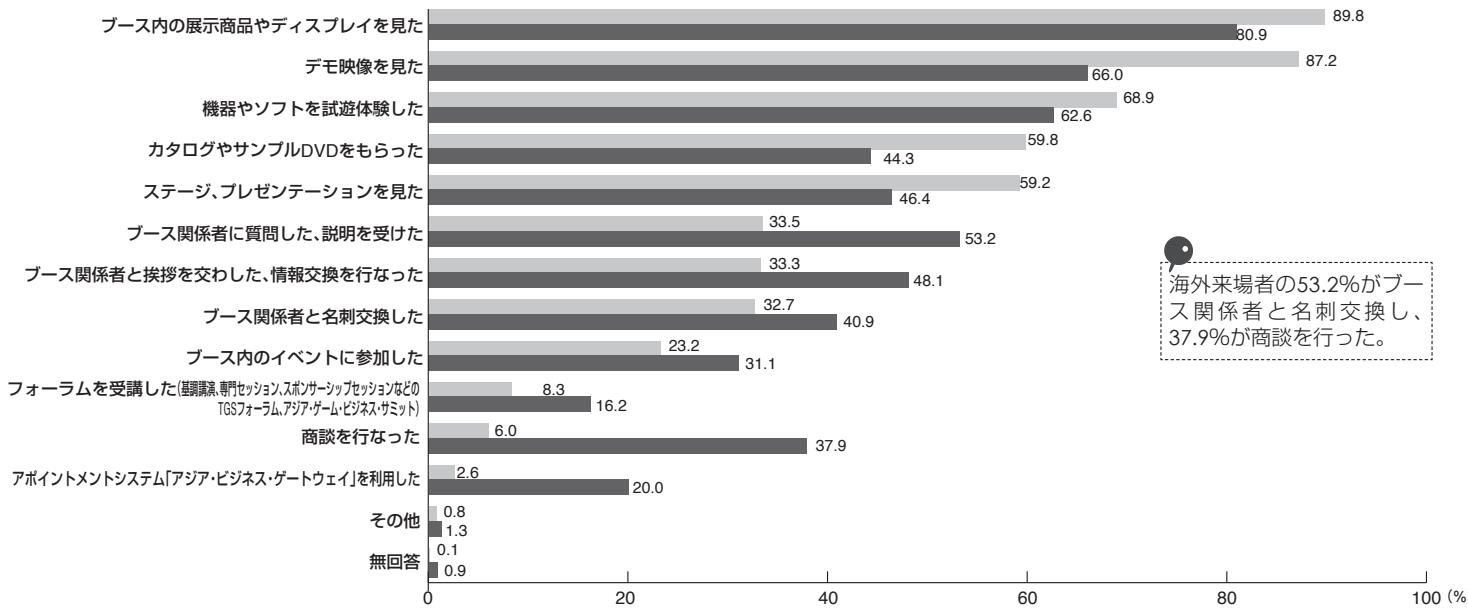
◎来場回数



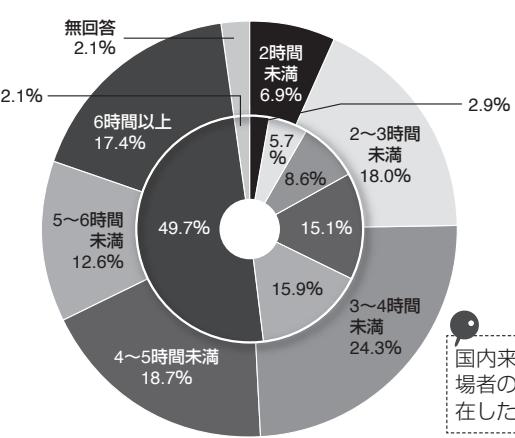
◎来場の目的(MA)



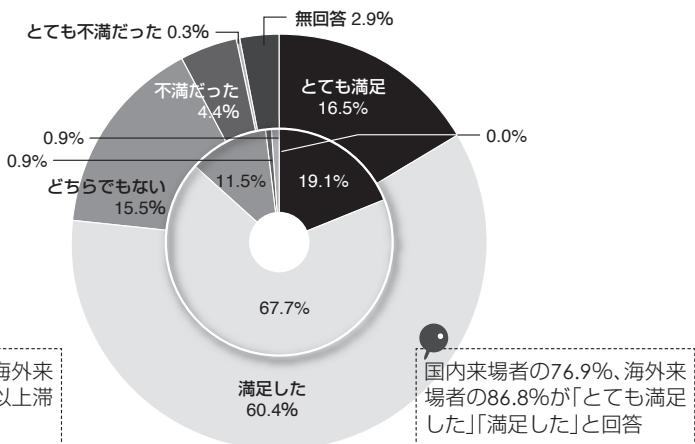
◎来場時の行動(MA)



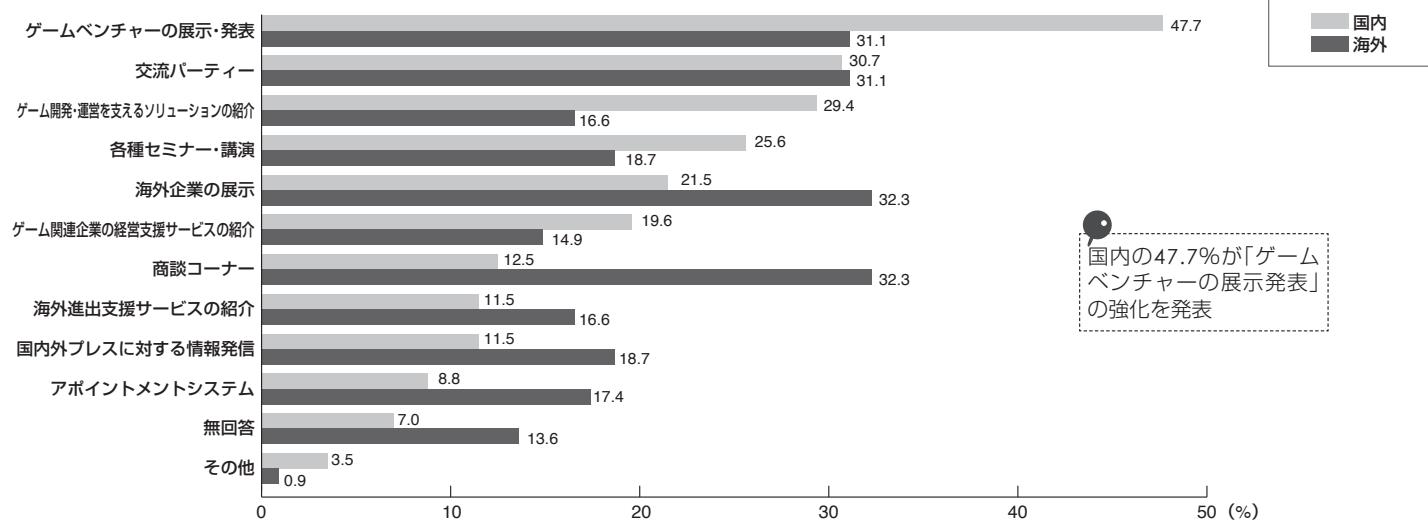
◎滞在時間



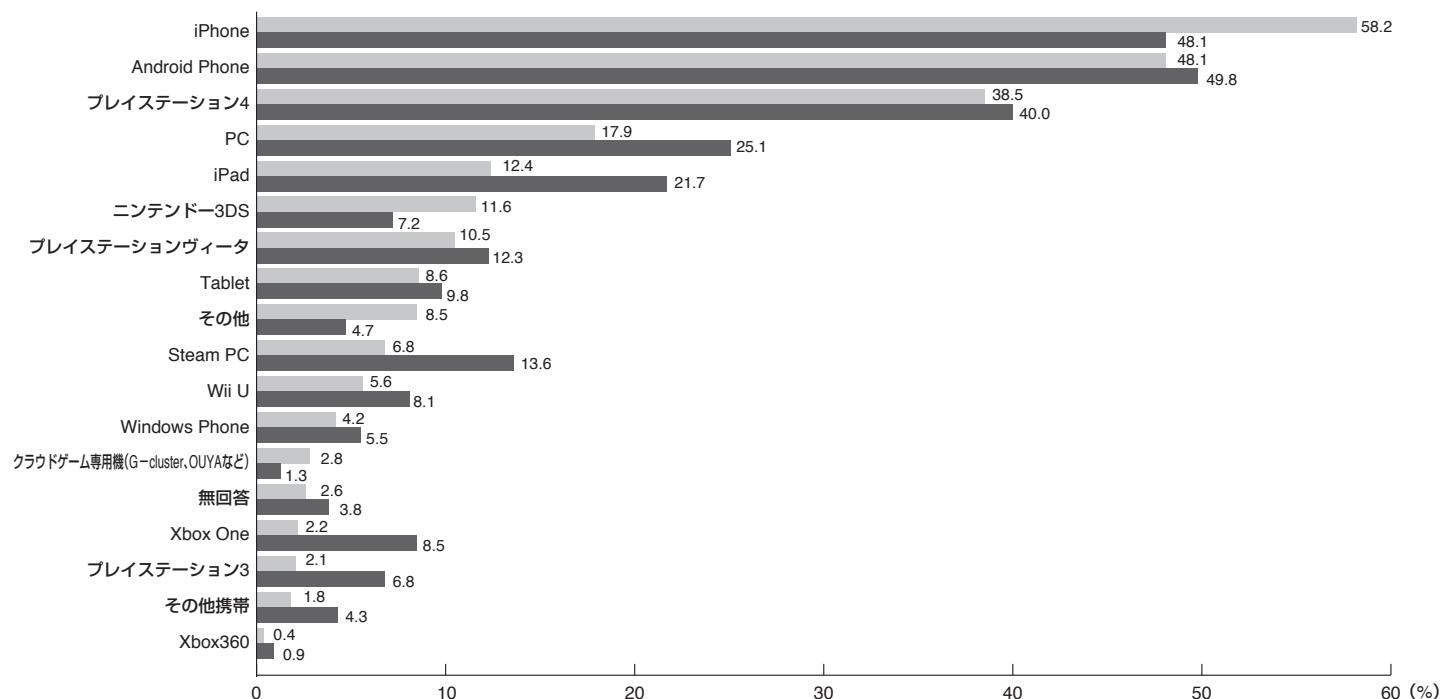
◎東京ゲームショウ2015の満足度



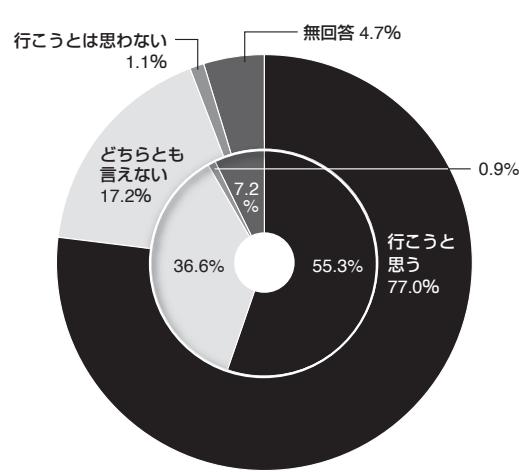
◎「ビジネスデイ」で今後、強化してほしい項目



◎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



◎次回の東京ゲームショウへの来場意向



◎ビジネスデイ海外来場者 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	オーストラリア	0.2%
	韓国	オランダ	0.2%
	台湾	ベルギー	0.2%
	香港	ハンガリー	0.1%
	シンガポール	イスラエル	0.1%
	タイ	チエコ	0.1%
	インドネシア	スコットランド	0.1%
	マレーシア	ルーマニア	0.1%
北米	フィリピン	モナコ	0.1%
	ベトナム	オーストラリア	0.4%
	インド	ニュージーランド	0.2%
	米国	サウジアラビア	0.3%
	カナダ	UAE	0.2%
	英国	iran	0.2%
	フランス	イスラエル	0.2%
	ドイツ	クウェート	0.1%
欧州	フィンランド	チリ	0.3%
	スウェーデン	ヌキシコ	0.2%
	スペイン	ブラジル	0.1%
	アイルランド	モロッコ	0.1%
	ポーランド	不明	2.4%
	ロシア		

●ビジネスデイに窓口で受付した海外来場者1767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2015の会場内(ホール1、3、6)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、3,270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。

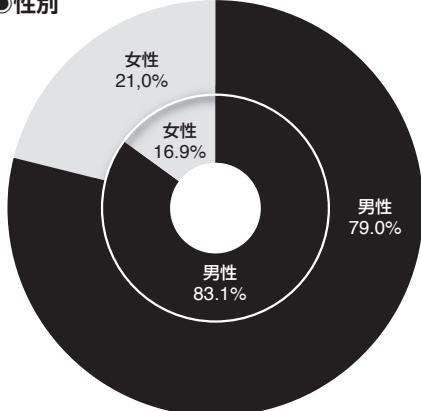
【調査対象】国内: 東京ゲームショウ2015に来場した3歳以上の男女個人
海外: 公式サイトオンラインチケット購入者

【有効回答数】国内: 1,254件 海外: 499件(回収率7.2%)

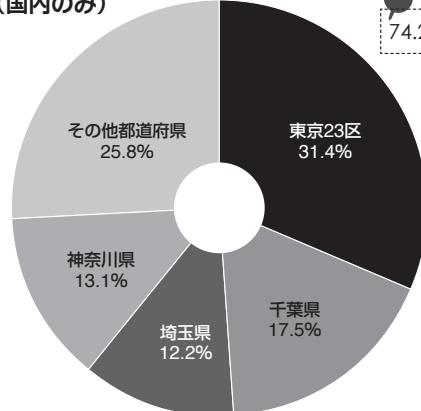
【調査主体】国内: <実施主体>一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会
海外: 日経BPコンサルティング



◎性別

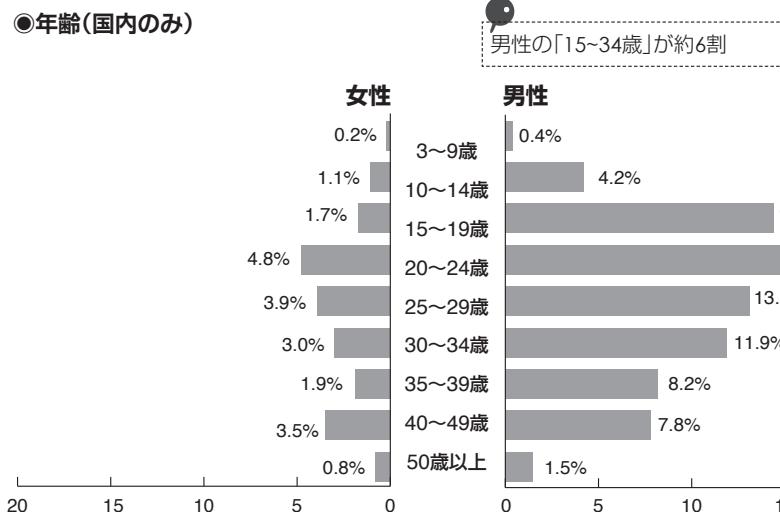


◎居住地(国内のみ)

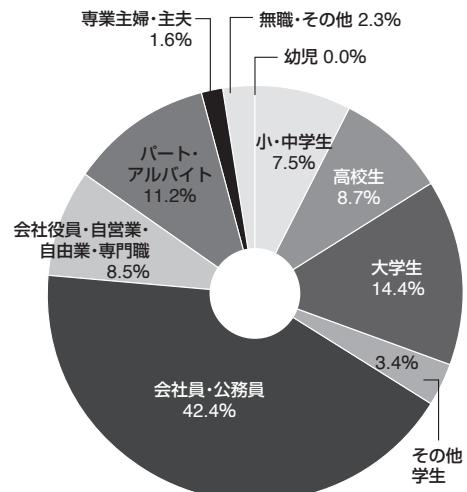


74.2%が1都3県から来場

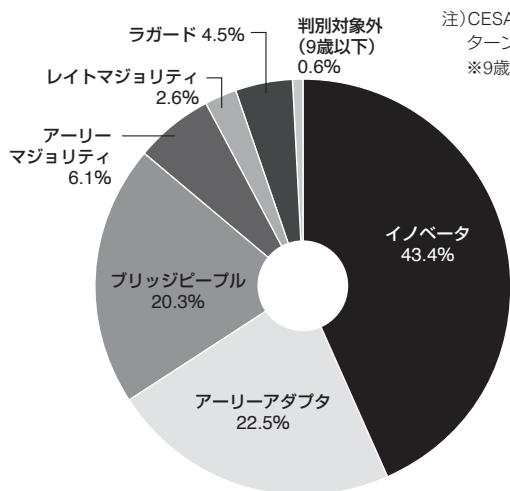
◎年齢(国内のみ)



◎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」「情報接觸・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ー群

【アーリーアダプタ】比較的早期に購入に踏み切るユーザー群

【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ー群

【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ー群

【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ー群

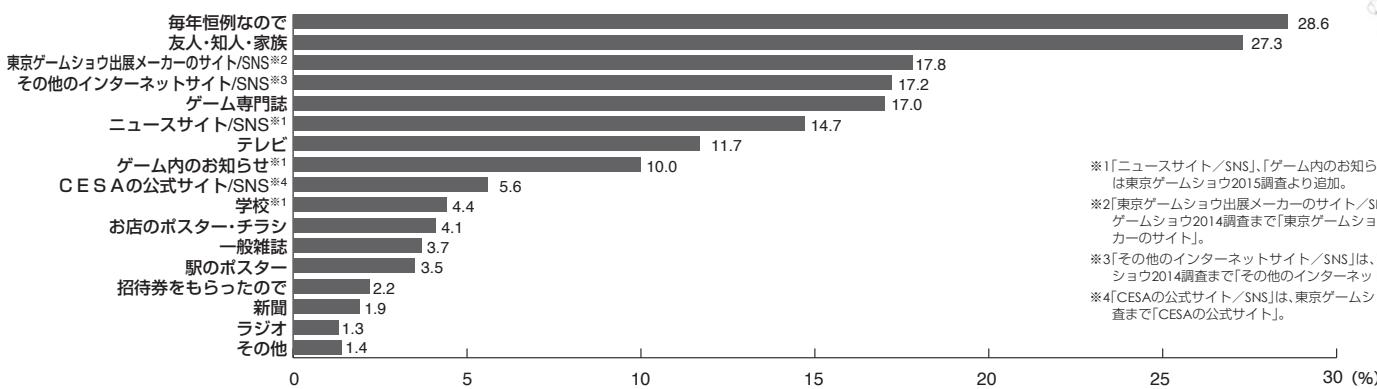
【ラガード】家庭用ゲーム機を1台も所有していない、マーケット対象外の一般生活者



ゲームに関する関与度の高いイノベータが43.4%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)



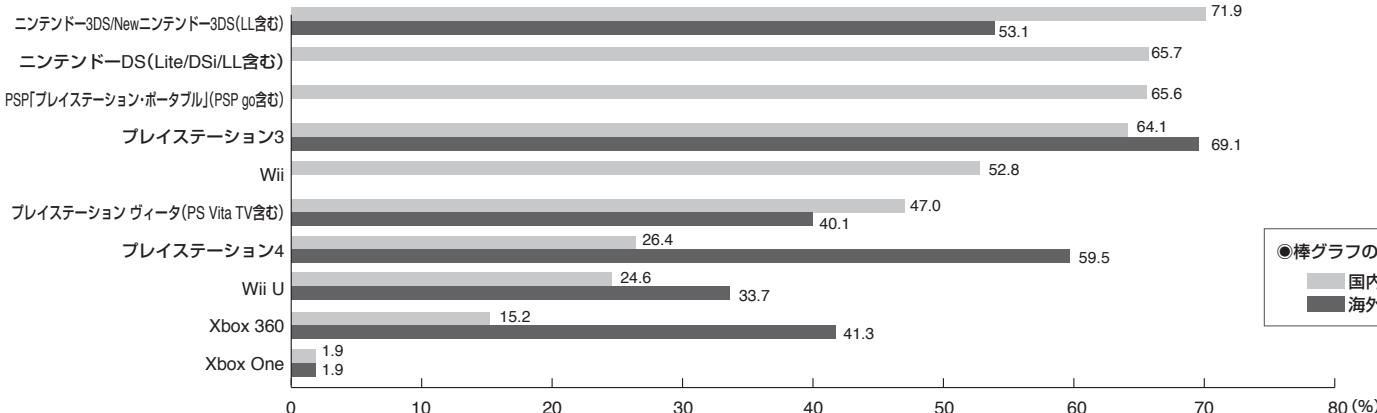
*1「ニュースサイト／SNS」、「ゲーム内のお知らせ」、「学校」は東京ゲームショウ2015調査より追加。

*2「東京ゲームショウ出展メーカーのサイト／SNS」は、東京ゲームショウ2014調査まで「東京ゲームショウ出展メーカーのサイト」。

*3「その他のインターネットサイト／SNS」は、東京ゲームショウ2014調査まで「その他のインターネットサイト」。

*4「CESAの公式サイト／SNS」は、東京ゲームショウ2014調査まで「CESAの公式サイト」。

●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

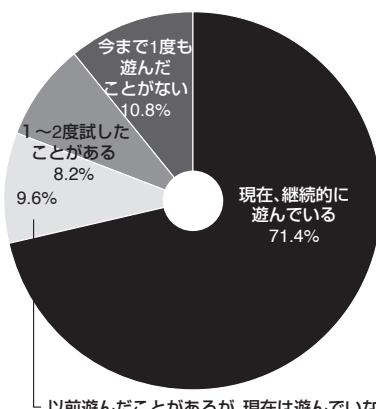


●棒グラフの見方

■ 国内

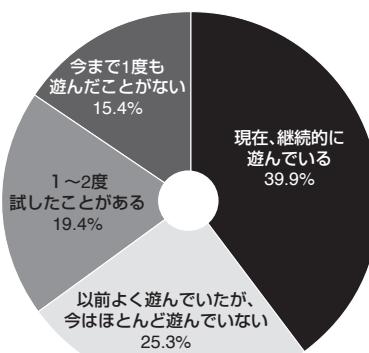
■ 海外

●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)



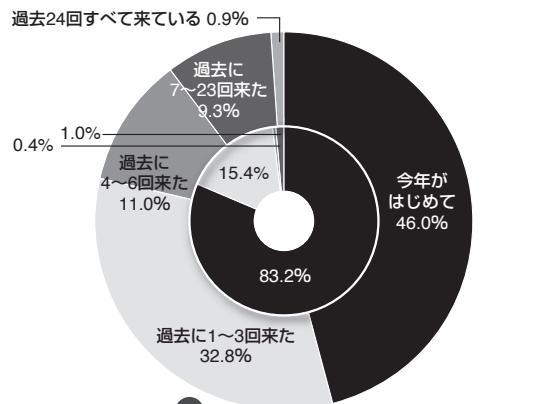
来場者の7割強がスマートフォン・タブレット向けゲームを「現在、継続的に遊んでいる」と回答

●パソコン向けゲームのプレイ経験 (国内のみ)



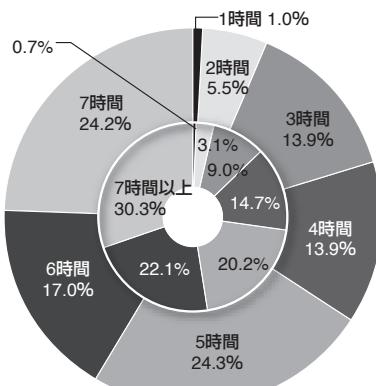
来場者の約4割がパソコン向けゲームを「現在、継続的に遊んでいる」と回答

●過去の東京ゲームショウへの来場回数



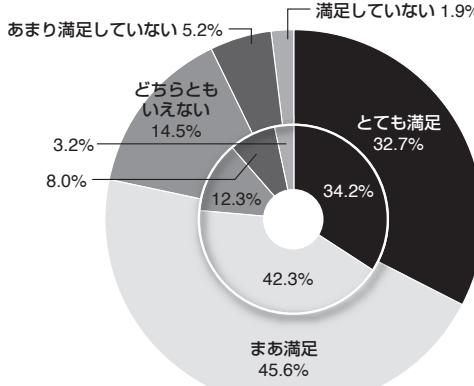
国内来場者の46.0%、海外来場者の83.2%が東京ゲームショウに初参加

●滞在時間



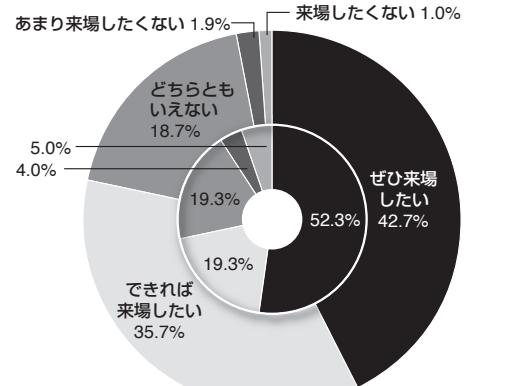
国内来場者の79.4%、海外来場者の87.2%が4時間以上滞在

●満足度



国内来場者の78.3%、海外来場者の85.0%が「とても満足」「まあ満足」と回答

●次回の来場意向



国内来場者の78.4%、海外来場者の71.6%が「ぜひ来場したい」「できれば来場したい」と回答

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2015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。

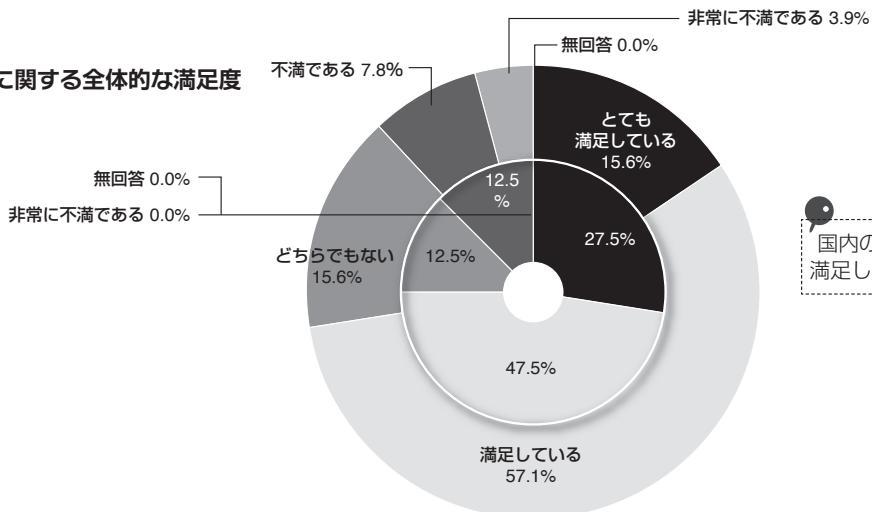
【調査期間】2015年10月6日(火)～2015年10月14日(水)

【有効回答数】国内：77件 海外：40件

【調査実施】日経BPコンサルティング

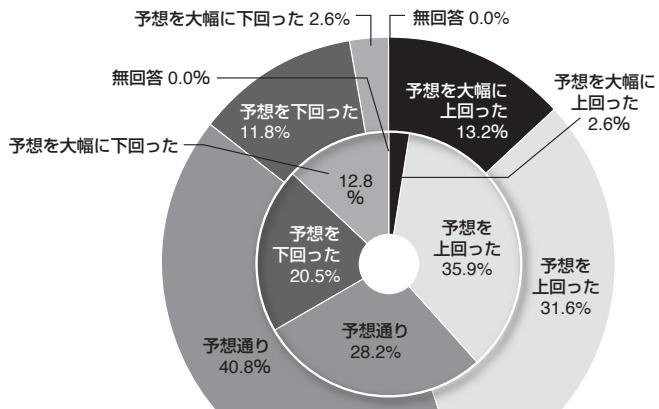


●出展に関する全体的な満足度



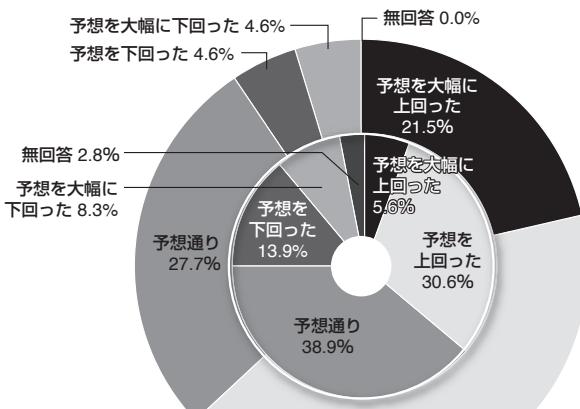
国内の72.7%、海外の75.0%が「とても満足している」「満足している」と回答

●貴社ブースへの来客数(ビジネスディ)



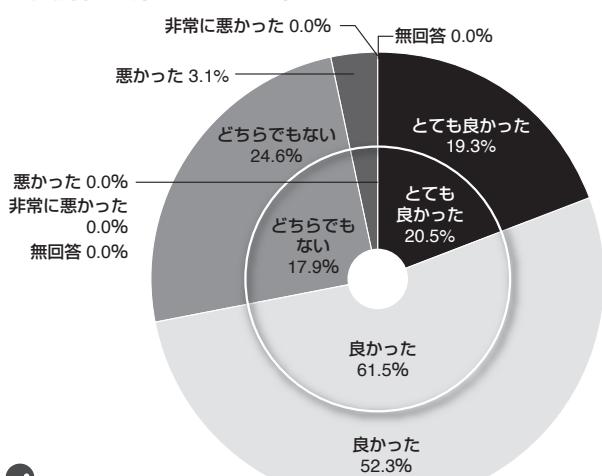
国内の44.8%、海外の38.5%が「予想を大幅に上回った」「予想を上回った」と回答

●貴社ブースへの来客数(一般公開日)



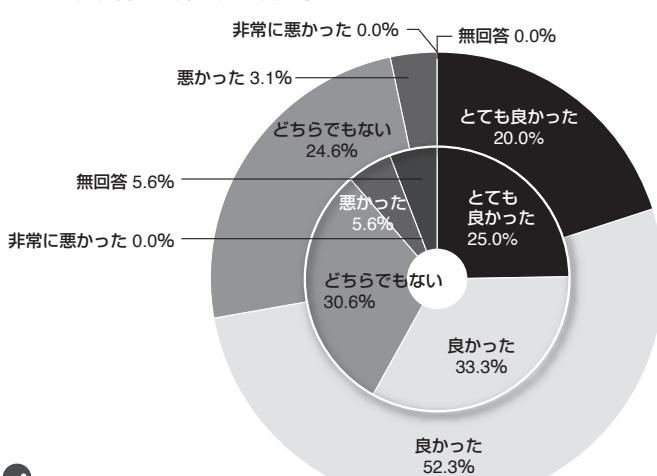
国内の63.0%、海外の36.2%が「予想を大幅に上回った」「予想を上回った」と回答

●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

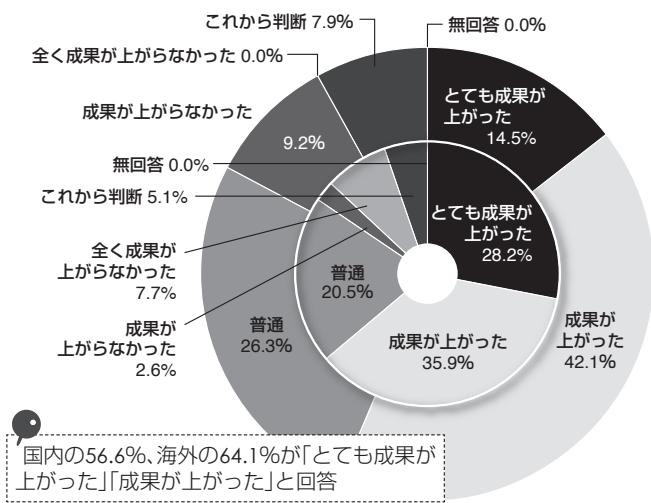
●来場者の質(一般公開日)



国内の72.3%、海外の58.3%が「とても良かった」「良かった」と回答

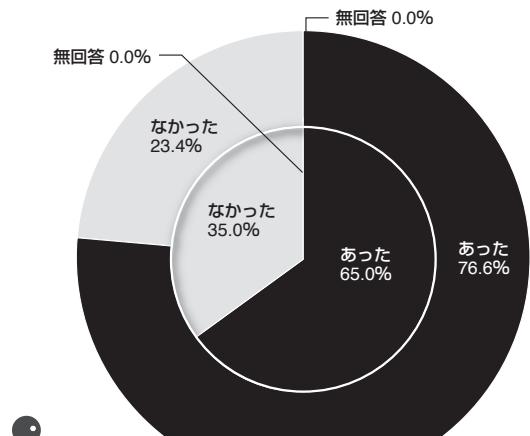


●出展成果(ビジネスディ)



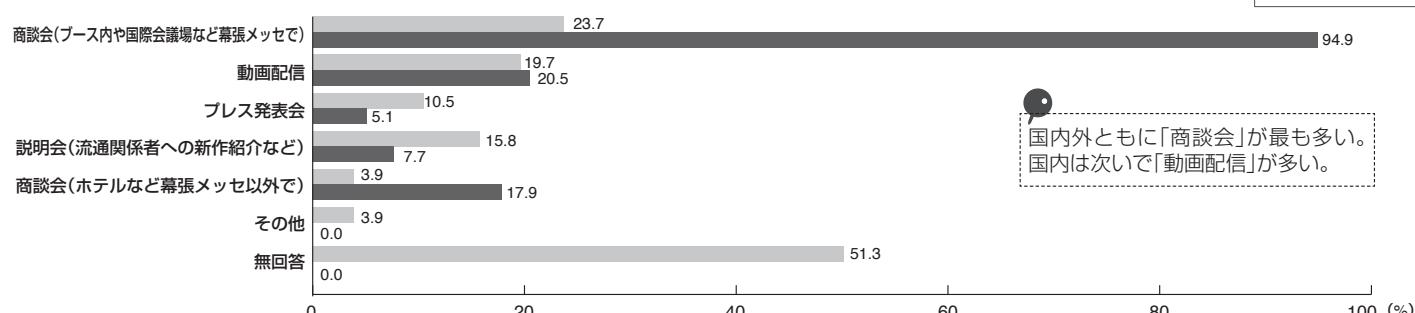
国内の56.6%、海外の64.1%が「とても成果が上がった」「成果が上がった」と回答

●会期中の日本のメディアによる取材の有無



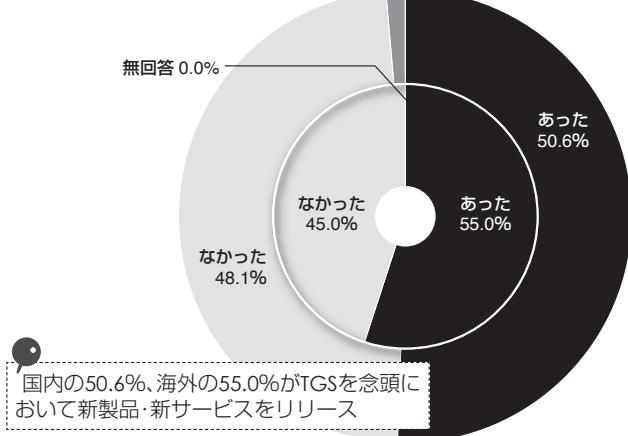
国内の76.6%、海外の65.0%が「会期中の日本のメディアによる取材があった」と回答

●ビジネスステイで実施した企画(MA)



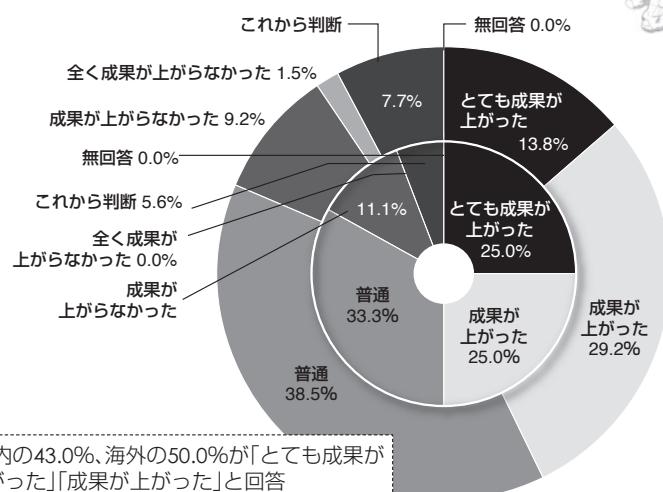
国内外ともに「商談会」が最も多い。
国内は次いで「動画配信」が多い。

●TGSを念頭において リリースの有無



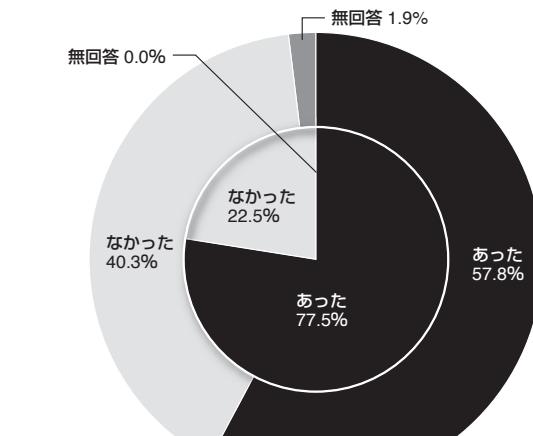
国内の50.6%、海外の55.0%がTGSを念頭において新製品・新サービスをリリース

●出展成果(一般公開日)



国内の43.0%、海外の50.0%が「とても成果が上がった」「成果が上がった」と回答

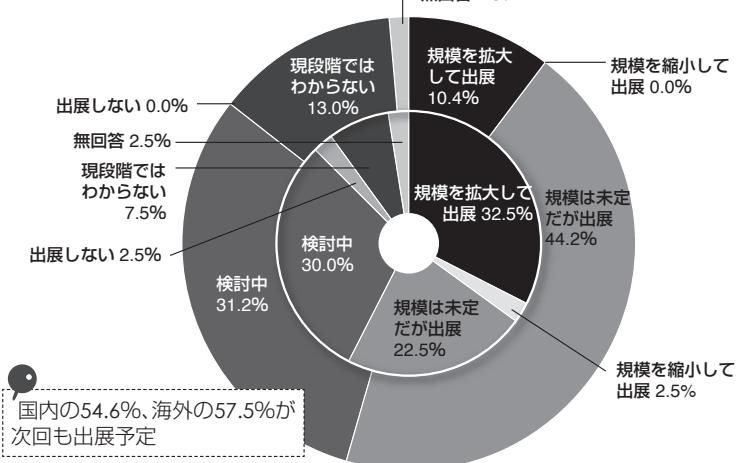
○会期中の海外のメディアによる取材の有無



国内の57.8%、海外の77.5%が「会期中の海外のメディアによる取材があった」と回答

●棒グラフの見方

●次回の出展予定



国内の54.6%、海外の57.5%が
次回も出展予定

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21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、取材媒体数・取材者数ともに過去最多を更新しました。とりわけ海外からの取材が増加しており、海外メディアの取材者数は前年比9.7%増

となりました。

メディア掲載件数ではWebでの掲載が前年を大きく上回り、全体で過去最多を更新しました。その一方で、テレビなど一般媒体を中心として国内政治関連の報道の影響により、件数は横ばいないし減少となりました。

◎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	2	1	73	73	839	988
会期中	44	4	143	18	2,204	2,413
会期後	58	12	70	92	582	814
合計	104	17	286	183	3,625	4,215
2014年	106	17	348	196	2,724	3,391

◎会期中取材媒体数/取材者数

	媒体カテゴリ	9月17日(木)		9月18日(金)		9月19日(土)		9月20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	国 内	Web	270	722	196	545	136	340	108	316	710	1,923
2		新聞	30	52	17	22	5	6	10	12	62	92
3		通信	10	15	4	4	0	0	1	1	15	20
4		テレビ(衛星放送/CATV)	20	28	14	36	6	11	0	0	40	75
5		テレビ(地上波)	33	192	33	90	13	25	14	42	93	349
6		編集プロダクション/フリー/その他	21	56	13	26	2	2	1	1	37	85
7		ラジオ	14	38	6	10	2	3	1	1	23	52
8		雑誌	119	426	98	342	41	127	36	93	294	988
9		海外メディア	228	585	219	463	139	248	75	123	661	1,419
	合計	745	2,114	600	1,538	344	762	246	589	1,935	5,003	
	2014年			9月18日(木)	9月19日(金)	9月20日(土)	9月21日(日)			合計		
		725	2,068	540	1,381	378	779	248	572	1,891	4,800	

◎海外媒体内訳

報道対象地域	取材人数				のべ人数			媒体数			
	17日	18日	19日	20日	2015	2014	前年比	2015	2014	前年比	
アジア	中国	109	77	50	16	252	242	10	△	56	56
	日本(在日海外)	62	30	11	5	108	99	9	△	81	75
	台湾	44	27	18	6	95	87	8	△	54	51
	シンガポール	20	16	11	9	56	69	-13	▼	21	20
	香港	35	41	20	8	104	66	38	△	56	48
	韓国	23	35	29	19	106	65	41	△	26	22
	タイ	28	15	1	5	49	30	19	△	26	16
	インドネシア	7	9	9	6	31	25	6	△	6	6
	フィリピン	1	1	-	-	2	13	-11	▼	4	5
ヨーロッパ	マレーシア	4	1	1	-	6	9	-3	▼	7	11
	フランス	50	36	9	1	96	90	6	△	39	39
	スペイン	17	12	10	3	42	48	-6	▼	21	31
	イギリス	10	10	5	3	28	47	-19	▼	22	29
	イタリア	12	11	5	3	31	44	-13	▼	20	27
	ドイツ	44	23	6	3	76	39	37	△	32	23
	オランダ	4	1	1	-	6	12	-6	▼	6	7
	スウェーデン	5	3	-	-	8	12	-4	▼	6	9
	オーストリア※1	2	3	-	1	6	-	6	△	4	-
	クロアチア	2	2	-	-	4	4	-	-	2	2
	ポーランド	1	1	1	1	4	4	-	-	4	4
	ロシア	4	3	4	-	11	4	7	△	4	3
中東	アイルランド※1	-	1	1	1	3	-	3	△	3	3
	イスラ	-	1	-	1	2	2	-	-	2	2
	スロバキア※1	-	-	1	1	2	-	2	△	2	2
	ペルギー※1	-	2	-	-	2	-	2	△	1	1
	ハンガリー	1	1	-	-	2	2	-	-	2	2
	クウェート※1	3	8	-	-	11	-	11	△	4	-
	サウジアラビア※1	2	2	1	2	7	-	7	△	4	-
北米/中南米	アラブ首長国連邦※1	-	1	-	-	1	-	1	△	-	1
	アメリカ	42	65	32	12	151	158	-7	▼	66	65
	メキシコ	18	9	3	-	30	33	-3	▼	19	15
	カナダ	11	1	5	12	29	22	7	△	16	12
	アルゼンチン	4	4	2	4	14	10	4	△	8	3
	ブラジル	-	-	5	1	6	5	1	△	6	4
オセアニア	オーストラリア	20	11	7	-	38	44	-6	▼	30	36
	合計	585	463	248	123	1,419	1,293※2	126	△	661	630※2
										31	△

※1 → 昨年度不参加

※2 → 昨年度参加(本年度不参加)のノルウェー(2)、トルコ(3)、イラン(1)、ドバイ(1)、ドミニカ(1)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、全国プレイガイド、ゲームショップ、複合カフェ、ゲームスクールなどに配布。2015年のテーマ「もっと自由に、GAMEと遊ぼう。」のキーワードである「自由」を『飛行・浮遊』ととらえ、スマートフォンやウェラブル端末、さらにまだ見ぬ未来の装置やソフトウェアを駆使して旅する彼女が、最終目的地である東京ゲームショウ会場に向かう姿を表現しています。

●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。マルチデバイス対応。

●公式ガイドブック

会場内で無料配布



●チケット

ビジネスデイ事前登録申込券、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

日本語と英語で情報発信。



●新聞広告(紙面)

【掲載媒体】8月28日(金)日本経済新聞朝刊(全国版)、9月18日(金):日本経済新聞夕刊(全国版)、9月19日(土)日本経済新聞夕刊(東京本社版)

●新聞広告(電子版)

【掲載媒体】9月7日(月)~13日(日)日本経済新聞電子版



●雑誌広告



●折込チラシ

9月12日(土)
読売新聞 幕張近郊各市に封入



●テレビCM

9月5日(土)~18日(金)
の14日間、テレビ東京、
AT-X、BSジャパンで15秒
スポットを放送



●Webバナー広告、メール広告

日経BP社の各Web媒体・メールマガジンに掲載配信。



●雑誌広告

【掲載媒体】日経ビジネス、日経トレンディ、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、Vジャンプなど19媒体57ページ。



TOKYO GAME SHOW 2015

次回開催案内

【名称】東京ゲームショウ2016

【会期(予定)】2016年9月15日(木)▶9月18日(日)

【会場】幕張メッセ

東京ゲームショウ2015 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)

〒163-0718 東京都新宿区西新宿2-7-1

小田急第一生命ビル18階

TEL:03-6302-0967 FAX:03-6302-0968

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.