

ベトナムのビデオゲーム市場 成長を支える要因と競争の現状



山田コンサルティンググループ株式会社

目次

- サマリー
- ベトナムビデオゲーム市場概要
 - ・ ベトナムビデオゲーム市場概要
 - ・ 主要プレイヤー
 - ・ ベトナムのビデオゲームの種類
- 成長ドライバーと課題
 - ・ 成長ドライバー
 - ・ 課題
 - ・ 関連する規制(ライセンス)
- M&A事例
 - ・ ベトナムでのM&A傾向
 - ・ ベトナム企業とのM&A案件
 - ・ ベトナムビデオゲーム業界におけるM&Aで期待されるシナジー戦略

サマリー

市場規模

- ベトナムのビデオゲーム業界の2023年の収益は4億700万ドルで、5,460万人のプレイヤーがいる。2027年には年平均成長率(CAGR)8.68%で5億8,600万ドルに達すると予測されている。
- 他の地域の国々(例:タイは7億6,300万ドルの収益、3,830万人のプレイヤー)と比較して、ベトナムのゲーム業界はまだ成長の余地がある。

市場構造

- 市場構造は、ゲームパブリッシャーとゲーム開発者という2つの参加者グループに比較的分極化されている。ゲームのパブリッシャーは通常、大手企業であり、海外のビデオゲームのライセンスを購入して流通させる。ゲームのパブリッシャーは通常、小規模な企業であり、自らゲームを開発し、グローバルなプラットフォームで配信する。
- 大手ゲームパブリッシャーは、引き続き海外のパートナーと協力してビデオゲームを独占的にパブリッシュすることを強化している。ゲーム開発者は、ブロックチェーンなどの新技術を積極的に応用し、トレンドに追いつき、差別化を図って海外企業と競争している。

成長ドライバー

- インターネットと電子機器の普及、生産性に富んだ若い世代、AIの発展、そしてグローバルなパートナーシップ構築が、業界の発展を促進する要因となっている。
- eスポーツは、ゲーム業界の中で今後さらに成長が期待される新星である。eスポーツの発展は、その人気と参加者数の増加にも貢献している。

課題

- ハイスキルな人材の不足
- 海外のメーカーとの競争: 中国発のゲームがベトナム市場の大部分(約81%)を占めている。日本発のゲームは高品質だが、ライセンス料がかなり高い
- 法的な課題: プレイ時間の制限に関する規制や、ゲームの著作権管理に関する制限は、業界の発展にとって大きな課題となっている。

ベトナムビデオゲーム市場概要(1/3)

- ビデオゲーム(電子ゲーム)は、娯楽を目的とし、電子デバイスを用いて他のプレイヤー等とのリアルタイムで交流をしながら楽しめる仕組みが充実している
- ビデオゲームができる電子デバイスには、スマホ、タブレット、PC、コンソールなどさまざまな種類がある

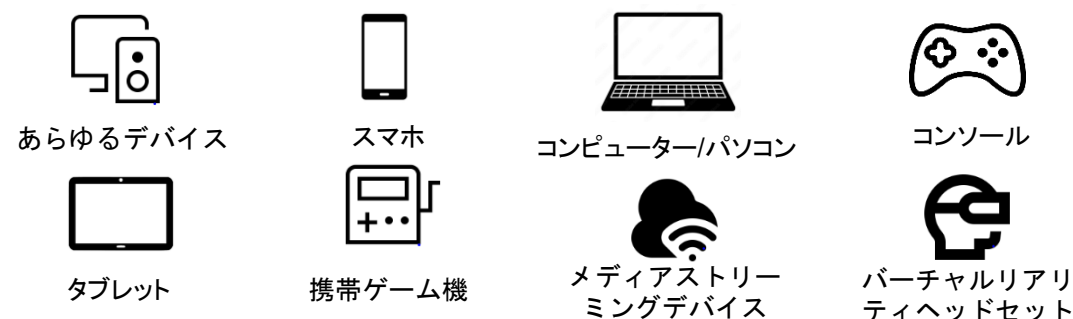
ビデオゲームの種類

政令72/2013/ND-CP第31条によると、ビデオゲームは次に掲げるサービス提供と使用方法のとおりに分類される。

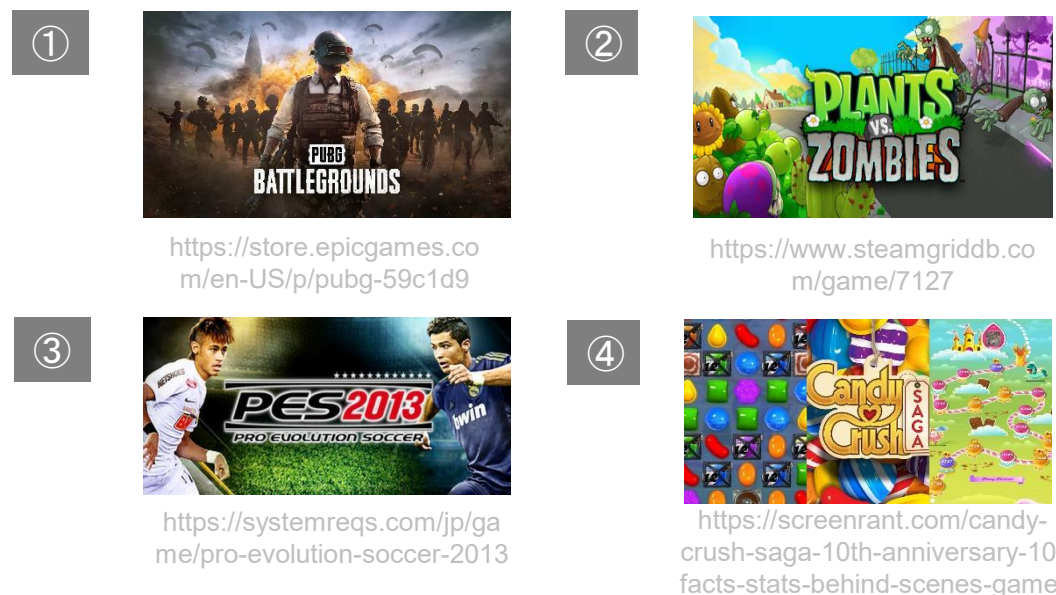
種類	定義
G1	企業のゲームサーバーシステムを通じて同時に多くのプレイヤー間でのインタラクションが行われるビデオゲーム
G2	企業のゲームサーバーシステムとプレイヤーの間のみではインタラクションが行われるビデオゲーム
G3	多くのプレイヤー間でインタラクションが行われるが、プレイヤーと企業のゲームサーバーシステムの間ではインタラクションが行われない
G4	オンラインでダウンロードされ、プレイヤー間もプレイヤーと企業のゲームサーバーシステムの間もインタラクションが行われないビデオゲーム

出所: thuvienphapluatより山田コンサル作成

ビデオゲームをする電子デバイス



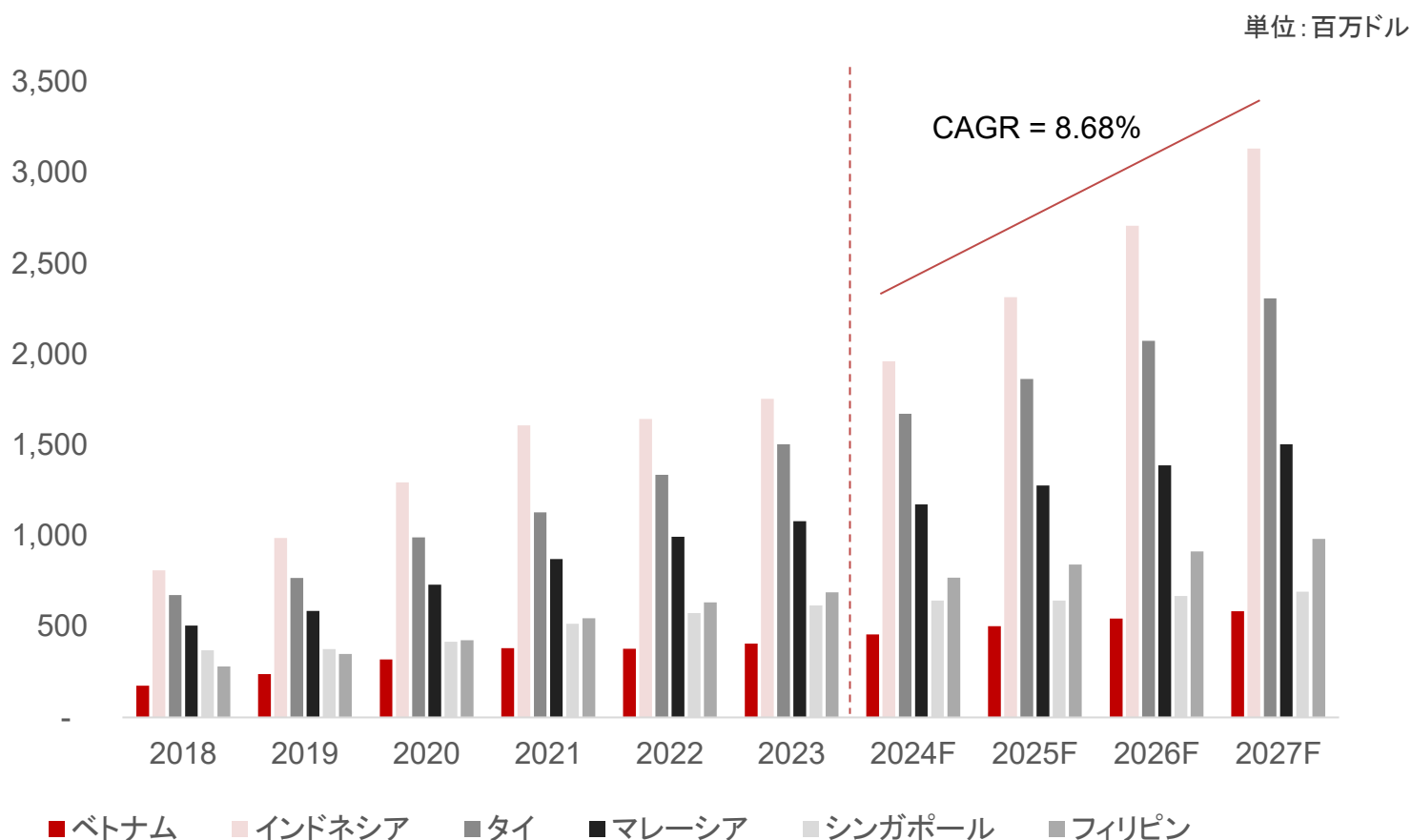
ビデオゲームの例



ベトナムビデオゲーム市場概要(2/3)

- 2023年のベトナムビデオゲームの売上高は407 mil USD、ゲームプレイヤー数は5,460万人で、ベトナム人口の半分以上を占める。Statistaのレポートによると、ベトナムビデオゲームの売上高は2027年に8.68%のCAGRで586 mil USDに達すると予測されている
- インドネシア、タイ、マレーシアなどの一部の東南アジア諸国と比べると、ベトナムのビデオゲーム売上高は低い

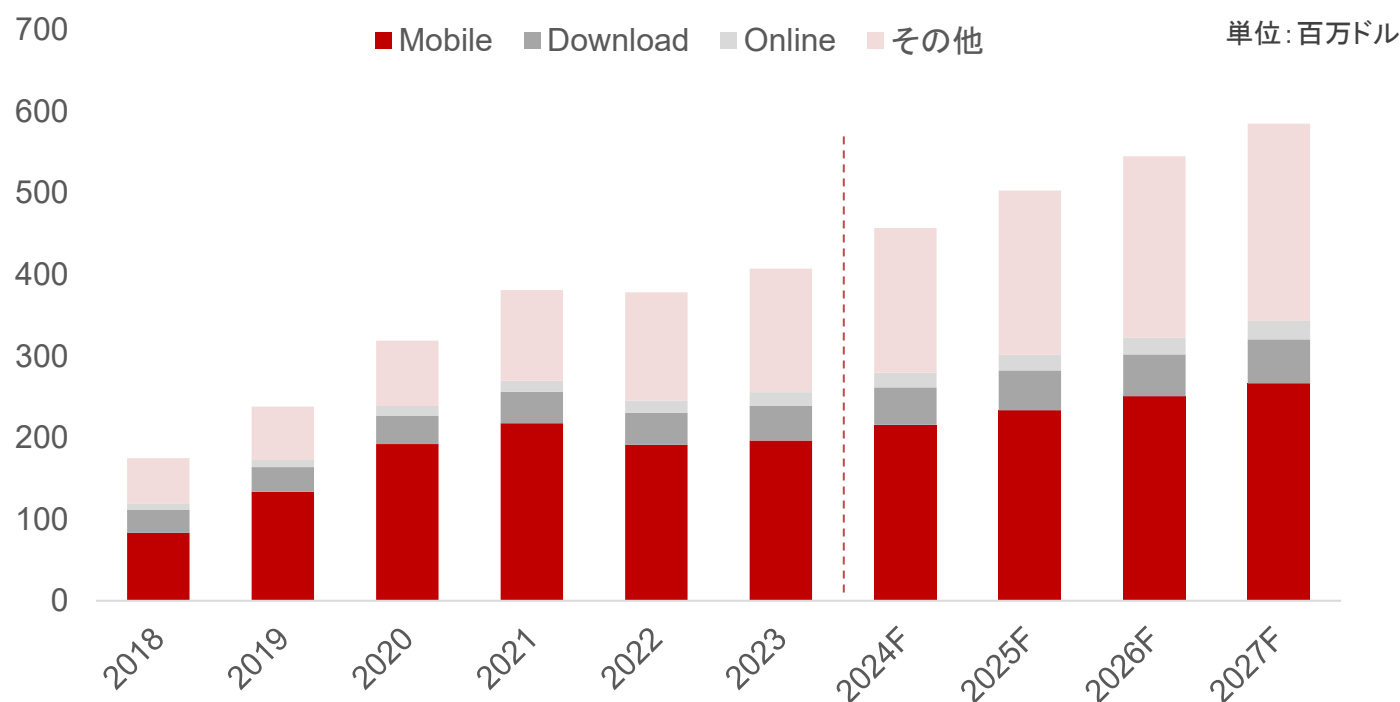
ビデオゲーム市場規模(売上高別)



出所: Statista, Euromonitorより山田コンサル作成

ベトナムビデオゲーム市場概要(3/3)

- 市場セグメント別の売上を見ると、モバイルビデオゲーム(携帯電話でのビデオゲーム)が最も大きな割合を占めており(業界全体の収益の47.3%)、2024年には2億1,570万ドル、2027年には2億6,700万ドルの収益が見込まれている。
- モバイルゲームは急速に成長しており、人気で多様な収益モデル(広告、有料ゲーム、課金ゲームなど)によって支えられている。
- PC/コンソール: 比較的小規模な市場で、中国や韓国の開発者による輸入ゲームが主流。プレイヤーの大半はゲームの流通業者として活動している一方、ゲーム開発者は海外市場をターゲットとしている。



注: その他にはゲームストリーミングとゲーム内広告が含まれ、ベトナムではかなり大きな規模となっている
PC/コンソールにはダウンロードゲームとオンラインゲームが含まれる

本資料は、現在弊社が入手し得る資料及び情報に基づいて作成したものです。弊社は、その資料及び情報に関する信憑性、正確さを独自に確認していません。本資料において一定の仮定を用いた試算を行っている場合、その試算結果は仮定に基づいた概算であるため、別途詳細な検討が必要です。本資料は貴社内での参考資料としてのご利用を目的として作成したものであり、他の目的で利用されること、本資料の貴社外でのご利用もしくは第三者への開示がなされることのないようお願い申し上げます。

© YAMADA Consulting Group Co., Ltd. 情報管理区分: SC-B