

## 展示会コンセプト



## 出展対象業界・業種概要

- 動画・アニメーション
- 銀行金融機関
- クラウドコンピューティング&DB サービス
- コンサルタント
- コスプレ
- デジタルゲーム
- DTHゲーム
- ゲームハードウェアと周辺機器
- ゲーム製造業者
- ゲームリサーチャー
- I-Games
- ゲーム・玩具
- ライセンス、特許事務所
- メディアハウス
- ゲーム関連商品
- マイクロプロセッサ
- モバイルデバイス/ガジェット
- モバイルゲーム
- オンラインゲーム
- PCゲーム
- プログラマー/デベロッパー
- ロボット
- シミュレーションゲーム
- 技能・技術開発
- ソフトウェア開発者
- スタートアップ
- 電気通信事業者
- シンクタンク
- ビデオゲーム
- VRゲーム
- スマートフォン端末
- PC 端末

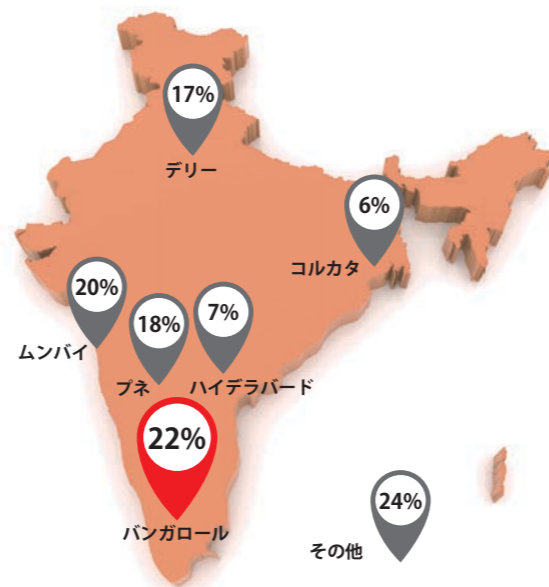
## 来場者概要

| 来場者業種 (ビジネスデー)  | 来場者層 (ビジネスデー)   | 来場者 (一般デー)  | 取材予定のインド主要メディア   |
|---|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ゲームソフト R&amp;D</li> <li>リテール・小売り</li> <li>イベント/小売企業</li> <li>大学、専門学校</li> <li>ベンチャー</li> <li>周辺機器</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>提携関連企業</li> <li>エンターテインメント企業</li> <li>テレビ局 (放映、配給)</li> <li>エンタープライズ企業</li> <li>家電メーカー</li> <li>その他、ゲーム、アミューズメント、エンターテインメント関連企業</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>サブコトラクティング</li> <li>モール、アミューズメント関連</li> <li>通信会社、キャリア</li> <li>出版社、メディア</li> <li>キャリアプロバイダー</li> <li>周辺機器</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>小・中・高・大学生</li> <li>一般大人</li> <li>ビジネス関係者</li> </ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>SE/技術者/プログラマー</li> <li>コンピュータ会社</li> <li>マーケティング</li> <li>投資家</li> </ul>                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>クリエーター</li> <li>大学/スクール関連</li> <li>研究者</li> <li>新規ビジネス開拓</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>経営者/エグゼクティブ</li> <li>セールス</li> <li>新規企画プランナー</li> </ul>  | <p>&lt;新聞社&gt;</p> <p>The Times of India / Hindustan Times / The Indian Express / The New Indian Express / The Economic Times / Deccan Herald / Business Line / Financial Express / The Hitavada / State Times / Million Times / Dainik Jagaran / The Hindu / Dainik Bhaskar / Lokmat Times / Lokmat / MID-DAY</p> <p>&lt;テレビ局&gt;</p> <p>ABP News / Khabhar Fast / Zee News / Aaj Tak / IBN-7 / Total TV / India TV / News 24 / News Nation / DD News / NDTV India / India News / Samachar 24 / Tez / Rajya Sabha TV / Lok Sabha TV / Khabar24 express / Zee Business / CNBC Awaaz / NDTV Profit / Headlines Today / CNN / NDTV / 24x7 / Times Now / CNBC-TV18 / CNN IBN / NDTV Profit / ラジオ局</p> <p>Radio Mirchi / Radio One / Red FM / Oye FM</p> |

## インドメディア



## ゲーム開発企業とサービス・プロバイダー



出展費用  
及び  
小間の種類

- A ロースペースのみ 350 US\$ / sqm (最少 36sqm ~)
- B パッケージブース 380 US\$ / sqm (最少 9sqm ~)

※ インド消費税18%及び使用する電力料金が別途必要となります。

お問い合わせ・日本代表事務局

[www.gamingshow.in](http://www.gamingshow.in)

**JiIPA** 特定非営利活動法人 日印国際産業振興協会  
Japan India Industry Promotion Association (NPO)  
〒105-0004 港区新橋6-9-2 新橋第一ビル本館2F D号

TEL: 03-5733-5068  
FAX: 03-5733-5047 担当者: プラシヤント/能登  
E-mail: info@npo-jiipa.org

# インドゲーミングショー2018

インド・バンガロール展示会場

ビジネスデー: 2018年1月19日(金)  
一般参加デー: 2018年1月20日(土)~21日(日)

インド政府指導型展示会

**出展募集!**



後援



協力



ラジオ協力



JAPAN INDIA



特別メディア協力



メディア協力



日本代表事務局

**JiIPA** 特定非営利活動法人 日印国際産業振興協会  
Japan India Industry Promotion Association (NPO)

[www.gamingshow.in](http://www.gamingshow.in)





## 展示会概要

南アジア最大級の規模となるゲームの見本市「India gaming show 2018」会場内に日系企業・団体が一同に集結する「Japan Pavilion」を開設。「日本のゲーム・コンテンツをインドの地へと発信！」を共通テーマに、インド及び日本の政府高官をお招きしてのオープニングセレモニー、レセプション、交流会、会食会、プレゼンテーションステージ及び個別ビジネスマッチングを実施。総合的な日本のゲーム、アニメ PR、出版社へのビジネス機会を提供。



## インド市場の可能性

インドは、若年層の人口比率が世界的にも高い国として知られ、そのためゲーム市場も盛り上がりを見せています。また、その市場価値は現在、890 万米ドルで年間 14.3% の伸び率が有り、携帯ゲームが市場の 71% のシェアを誇っています。インドの若年層の高い人口増加率、収入の伸びがスマートフォンやタブレット PC の所持率をあげ、ゲーム市場に活気をもたらしています。増加する消費者と昨今のインド社会での E コマースシステムの発達により、生活文化にゲームそのものがより根ざしたのようになってきており、テパロッパーとしては非常に可能性を秘めた市場となっております。またインド 国内でも他国企業からのゲーム技術のアウトソーシングや QA テスト、開発、コラボレーションなどをインド人 技術者と低コストで行われており、外国企業の参入を歓迎しております。



## インドのゲーム市場：概要

### インドのゲーム市場の範囲

- パソコン・ゲーム (PC)
- モバイル・ゲーム
- コンソール・ゲーム
- オンライン・ゲーム

### インドにおける成長要因：

- 若年層の拡大
- 可処分所得の増加
- 新たなゲーム分野の導入
- スマートフォン/タブレット・ユーザー数の増加

### インドにおける 2014 年～ 2019 年の年平均成長率 (CAGR) 予想

- モバイル・ゲーム - 19.7%
- PC ゲーム - 16.8%

### インド政府はゲーム産業を促進するため州経済特区のユニットに対する特別インセンティブを当年度予算に組み込むと発表

### アニメ産業の促進に向けた州政府レベルの取り組み。

例：バンガロールにおける視覚効果コミュニティ



## インドのゲーム部門概要

●2016 年度にはモバイルゲーム市場が571 万米ドル134.5%の伸び、2013 年～ 2016 年のうち、年平均成長率の22.8%が208 万人のモバイルゲームユーザーによるもの

●モバイルゲームとアプリマーケットは 2016 年までに 400 万米ドル市場となっている

●2014 年度には744 万米ドルをアニメーションゲームとVFX部門が記録、年平均成長率は16.3%だった

●PCゲーム部門は 2014 年に59.7 万米ドル年平均成長率は16.8%を記録し、2019 年には130 万米ドルになると期待されている

●サイバーカフェは現在3000あり、内1500は5 台以上のゲーム専用機を備えている

●95%モバイル中心のゲーム市場である

●キッズジャンル部門に市場の伸びがある

●レース、パズル等のアーケードゲームが非常に人気がある

●Kaun Banega Crorepati, T2fever.com, IPL, Khel Kabaddi 等のゲームベースのイベントがよく開催される



## メッセージ



**Rajan Navani**  
Chairman-Steering  
Committee  
India Gaming Show 2018



- 来場者：(IETF & インドゲームショ 2017 含めて)  
2017 年 2 月 2 日(木): 12,000 人  
2017 年 2 月 3 日(金): 23,000 人  
2017 年 2 月 4 日(土): 34,812 人  
2017 年 2 月 5 日(日): 36,215 人

**合計：106,026 人**

南アジア最大級の規模となるアニメおよびゲームの見本市「The 2nd India gaming show 2018」が、2018 年、1 月 19 日(木)から 1 月 21 日(日)まで、バンガロールにて開催されます。ゲーム・アニメ・マンガなど日本のコンテンツ産業において、海外展開がますます重要になってきているなか、存在感を増しているのが、その人口の多さ、成長性から潜在的な巨大市場とされるインドです。

年率 15%で成長しているインドのゲームおよびアニメ市場は、現在 10 億ドル近い市場となっています。今後はより巨大な市場に成長していくことが見込めるため、新たな投資、進出先としてインドに注目が集まる中、この見本市は国内、海外から大きな関心を集めています。インド進出開拓、共同事業に関心を寄せるコンテンツ関連企業にとっては欠くことのできない商談の場となります。家族連れや学校の遠足など、非常に広範囲な来場層が集結する、巨大国家インドの熱気を間近に実感できるイベントとなります。

モディ首相率いる産官学連携の一大キャンペーン、「デジタル・インド」(Digital India)と「メイク・イン・インド」を公約として掲げたモディ政権は、インドを世界の製造業の生産拠点とし発展することを目指しており、一昨年の「日印投資促進パートナーシップ」の表明の中で日印の強い連帯により、アジア太平洋地域の経済成長の拠点として、共に経済をけん引していく考えを示しました。

また、展示会開催期間中インドの大統領プラナブ・クマル・ムカルジー、インド首相ナレンドラ・モディ、商工大臣を含むインド政府要人も多く来場します。

ビジネスチャンスや交渉を促進するためにセミナー、パイパー&セラー・ミーティングが企画されております。インド市場へのアクセスが困難と言われる中、本見本市がインド市場へのアクセスとなり、実りあるビジネス展開・拡大に供与することは言うまでもありません。新コンテンツ市場投入実施のみならず、市場実験、ビジネスチャンス拡大の機会として、大きな効果が見込まれる展示会です。是非、出展のご検討を宜しくお願い申し上げます。  
※注) 政府要人のスケジュールにより変更となる場合があります。



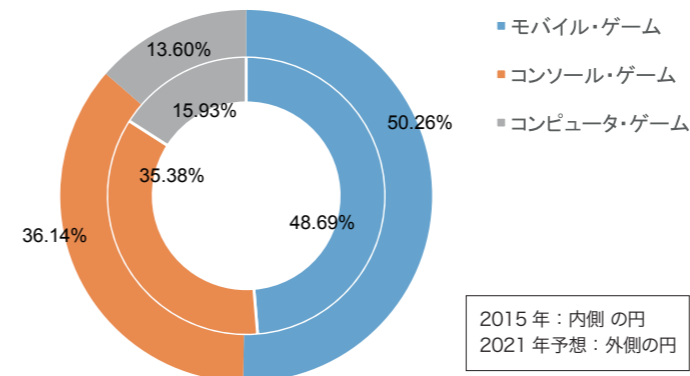
## 投資先としてのインド

- ▶人口で世界第 2 位の国 - 12 億 1,000 万人強
- ▶若年層の人口は世界第 1 位
- ▶インターネット人口は世界第 2 位
- ▶携帯電話ユーザー数は世界第 2 位、スマートフォン・ユーザー数は 2 億人強で世界第 3 位
- ▶視聴者数ベースで世界第 2 位の TV 市場
- ▶世界第 2 位のモバイル広告市場
- ▶インターネットのリーチ拡大に向けてデジタル・インド・プログラムを導入

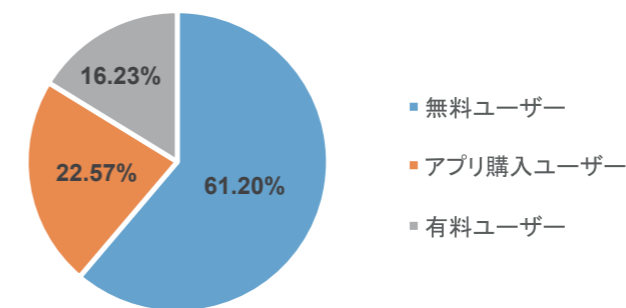


## インドのゲーム市場

インドのゲーム市場のテクノロジー別シェア(金額ベース)  
(2015 年、2021 年予想)



インドのモバイル・ゲーム人口のタイプ別内訳(2015 年)



## インドのゲーム業界：概要

- ▶インドのゲーム産業は 2014 年～ 2018 年に年平均で 49.2% 拡大して 10 億米ドルの舞台を突破する見通し
- ▶モバイル・ゲームは 2013 年～ 2016 年に年平均 134.5%で拡大して 2016 年までに 5 億 7,100 万米ドルを突破する見通し → 年平均成長率は 22.8%、モバイル・ゲーム・ユーザー数は 2 億 8,20 万人に達する見通し
- ▶アニメ / 視覚効果 (VFX) の 2014 年の市場規模は推定 7 億 4,400 万米ドル、年平均 16.3%で拡大する見通し
- ▶ゲーム産業の年平均成長率予想は 14.3%
- ▶サイバーカフェ：現状約 3000 店、内約 1500 店が 5 台以上のゲーム専用機を保有
- ▶モバイル・ゲームおよびアプリ市場規模は 2016 年までに 270 億インドルピーに達する見通し  
インドのアニメ産業の規模は 2014 年時点で7億 4,400 万米ドル。2019 年までに年平均 16.4%で拡大して 16 億米ドルに達する見通し



## インドのオンライン・ゲーム産業

- ▶主要な洞察：
  - ▶仮想現実 (VR) ゲームの需要は拡大基調にある
  - ▶3G/4G ネットワーク・モバイル・サービスの採用によって、モバイル・ゲーム・セグメントはリーダーに
  - ▶モバイル・ゲームではアンドロイド OS が他をリード
  - ▶Moon Frog Labs, Tiny Mogul Games, Seven Submit Studio, Hashstah Studios, Juego Studios, 19 Studio などの新興企業の台頭によるエコシステムの発展



## インドのモバイル・ゲーム関連の産業：概要

- ▶インドでは 2015 年に 4G が到来
- ▶2015 年のスマートフォン・ユーザーは 2 億人
- ▶モバイル・インターネット・ユーザーは年平均(2013 年～ 2017 年)27.8%で拡大する態勢に
- ▶ゲームは有料アプリの中で最も人気の高い分野
- ▶有力通信企業は過去 1 年間でアプリ・ストアの導入を通じてゲームとアプリを提供。さらに数本を発売予定
- ▶低コストの端末が利用可能になったことで、ゲーム会社に対応できるターゲット市場は拡大
- ▶ノート PC やタブレット PC の普及が進み、オンライン・ゲームのためインターネットにアクセスする人口が増加



## インドのゲーム産業：強み

- ▶インドのゲーム産業の規模は約 8 億 9,000 万米ドル
- ▶インドのカジュアルゲームの収益は 2015 年には 4 倍の 2 億 4400 万ドルになる見込み (参照 - NASSCOM-IGDA- Casual Gaming in India)
- ▶100 社を超えるゲーム開発企業
- ▶昨年度は約 40 のインドのゲーム・タイトルが様々なプラットフォームで発売された
- ▶クリエイティブな人材の利用可能性
- ▶IT、テスト、アートにわたる膨大なスキル基盤
- ▶国際的レベルのインフラと高度な技術
- ▶Microsoft, Nvidia, UbiSoft, Zynga, Electronic Arts, Disney, Playdom, Sony, Digital Chocolate などの大手開発センターの存在



## インドのゲーム産業：機会

- ▶95% はモバイル中心のゲーム
- ▶開発者の 61% はモデルを自由に利用
- ▶「子供向け分野」を一段と重視
- ▶広告業界の成長に伴い、アニメ志向の広告シェアが急速に上昇する見通し
- ▶映画館における 3D/ 高解像度 (HD) のアニメ映画、TV/ 広告 / ゲームにおけるアニメと視覚効果 (VFX) の利用の急速な増加
- ▶VFX とゲームのインドへの外部委託の増加 - 低コストのインド・プレイヤー
- ▶T2fever.com, IPL, Khel Kabaddi などのコンテンツのローカライズ
- ▶ゲームセンターのゲームは最も人気の高いジャンルで、パズル、レースがこれに続く