



GAMEは進化し続ける。

TOKYO GAME SHOW 2013

東京ゲームショウ2013 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

後援：経済産業省

会期：2013年9月19日(木)～22日(日)

会場：幕張メッセ



日経BP社
Nikkei Business Publications, Inc.

目次

1.はじめに	02	9.TGSフォーラム2013	17
2.開催概要・来場者数	03	10.ビジネスデイ来場者アンケート	18
3.出展社一覧／展示コーナー紹介	04	11.一般来場者アンケート	21
4.会場レイアウト	06	12.出展社アンケート	23
5.開会式／懇親パーティー	09	13.日本ゲーム大賞2013	25
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	14.広報活動	29
7.主催者企画	15	15.制作物	30
8.イベントステージ	16	16.会場風景	31

1. はじめに

「東京ゲームショー2013」は、「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向上」を中期的な目標に掲げ、『GAMEは進化し続ける。』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、経済産業省後援のもと、9月19日(木)～22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過去最高となる27万197人を記録し、昨年比で約5万人増となりました。また、9月22日(日)には11万5,444人ももの来場者を数え、昨年更新したばかりの1日単独での最多来場者数記録(昨年9万4,989人)を更新しました。

出展社数は352社で、これも過去最多となりました。国内からの出展社は190社(昨年は126社)で、海外からの出展社は162社(昨年は83社)。海外出展社が倍増したことが大きな要因で、出展社の国・地域も昨年の19から、33カ国・地域に急増。アジア圏では16カ国・地域、欧州からは13カ国、北中南米からは4カ国の参加がありました。

今年は、昨年に引き続きビジネス機能を強化するために、アポイントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」を7月から稼働。出展社とビジネスデイ来場者の商談を活性化させました。同システムへの登録社数は523社で、昨年の327社よりも大幅に増えました。また、事前の商談申込件数は1,325件で、2012年の554件から2.4倍に、確定した商談の件数は前年の316件から75%増の555件になりました。

今年は、発売前の新型家庭用ゲーム機が一般向けに試遊展示さ

れることなどもあり、ビジネスデイも一般公開日も、多くの方々に来場されることが予想されました。そこで、会場内の混雑を緩和するために、ホール1～8に加えて、ホール9やイベントホールまで増床し、出展コーナーなどを再配置しました。

また、会場内には大型出展社の混雑度合いを知ることができるデジタルサイネージを設置したり、初心者向けにTGSの楽しみ方を事前に案内するコンテンツを用意し、混雑を緩和するための施策を実施しました。

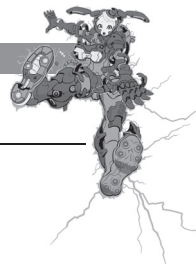
加えて、「一般来場者の満足度向上」をはかるために、ハズレくじ無しの「大抽選会」、吉本興業とのコラボレーション企画やゲーム関連映画上映会などを実施し、欲しいものがもらえたり、見て楽しめる新しい主催者企画を実現しました。

このように急拡大した東京ゲームショーですが、無事に終了することができました。これも、出展社の皆様、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、東京ゲームショー2013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、実施企画などのほか、来場者や出展社の方々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、東京ゲームショー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、ならびに関係各位の多大なるご協力を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2013
TOKYO GAME SHOW 2013
- 【テーマ】 GAMEは進化し続ける。
- 【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
- 【後援】 経済産業省
- 【会期】 ビジネスデイ 2013年9月19日(木)、20日(金) 10:00~17:00
一般公開 2013年9月21日(土)、22日(日) 9:30~17:00
- 【会場】 幕張メッセ(千葉県千葉市美浜区)
ホール1~9(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】 352社(国内:190社、海外162社)(昨年209社(国内126社、海外83社))
- 出展社の国・地域 33 (昨年19カ国・地域)
 - アジア(16カ国・地域):インドネシア、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、日本
 - 北中南米(4カ国):アメリカ、カナダ、ベネズエラ、メキシコ 欧州(13カ国):アイルランド、イギリス、イスラエル、オランダ、スウェーデン、スペイン、デンマーク、ドイツ、フィンランド、ポーランド、ルクセンブルク、ロシア
- 【総出展小間数】 1,539小間(昨年:1,609小間)
- 【出展タイトル】 962タイトル(事前登録数)

プラットフォーム別割合(%)			
iOS※1	11.9%	ニンテンドー3DS	4.9%
Android	11.6%	Wii U	0.7%
その他スマートフォン※2	0.7%	Wii	0.1%
フィーチャーホン	2.5%	Xbox One	1.9%
PlayStation 4	2.3%	Xbox 360	3.7%
PlayStation 3	5.6%	ブラウザゲーム	1.6%
PlayStation 2	0.1%	PC	6.8%
PlayStation Vita	3.8%	その他(未発表タイトルを含む)	41.2%
PlayStation Portable	0.6%		

ジャンル別割合(%)			
アクション	13.1%	シューティング	1.2%
RPG	10.9%	アクション・RPG	1.1%
シミュレーション	7.2%	レーシング	1.0%
アクション・アドベンチャー	2.8%	その他(ジャンル)	12.8%
アドベンチャー	2.7%	開発ツール	0.4%
パズル	2.6%	周辺機器	0.4%
スポーツ	2.1%	その他	39.8%
アクション・シューティング	1.8%		

■今年は、プラットフォームのカウント方法を以下の様に変更しております。昨年末までのタイトル数と単純比較できません。予めご了承ください。

※1:iPhone/iPad/iPod Touchタイトルを別々にカウントしていたものを、iOS対応タイトルとしてまとめて1本とカウント。

※2:docomo/au/Softbankのキャリア別にカウントしていたものを、フィーチャーフォン対応タイトルとして1本とカウント。

- 【入場料】 ビジネスデイ招待者 無料 ※招待者以外の登録料 5,000円(税込)
一般公開(中学生以上) 前売券 1,000円(税込)
当日券 1,200円(税込)

小学生以下 無料

TGS2013サポーターズクラブチケット 3,000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。

【来場者数】

	2013年	2012年	2011年
ビジネスデイ	9月19日(木)	9月20日(木)	9月15日(木)
	29,171人	27,391人	25,631人
	9月20日(金)	9月21日(金)	9月16日(金)
一般公開	23,183人	24,504人	27,042人
	9月21日(土)	9月22日(土)	9月17日(土)
	102,399人(内ファミリー 7,031人)	94,989人(内ファミリー 16,760人)	86,251人(内ファミリー 8,798人)
合計	9月22日(日)	9月23日(日)	9月18日(日)
	115,444人(内ファミリー 13,286人)	76,869人(内ファミリー 15,616人)	83,744人(内ファミリー 14,848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)	222,668人(内ファミリー 23,646人)

3-1. 出展社一覧

Table with 2 columns: Booth Number and Company Name. Includes sections like '一般展示', 'ゲームセンター', 'スマホゲーム', and 'ゲーム開発'.

Table with 2 columns: Booth Number and Company Name. Includes sections like 'ゲームセンター', 'スマホゲーム', 'ゲーム開発', 'クラウドゲーム', and 'アジアンユーザー'.

Table with 2 columns: Booth Number and Company Name. Includes sections like 'ビジネスソリューション', 'クラウド/データセンター/モバイル', 'ビジネスミーティングエリア', and 'インディーズゲーム'.



3-2. 展示コーナー紹介

●一般展示(ホール1~6)

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(ホール7)

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(ホール5、6)

未来のクリエイターのために、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(ホール5)

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(ホール1、2)

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・アクセサリなどを展示しました。

●アジアニュースターズコーナー(ホール3)

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(ホール4)

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しました。

●クラウド／データセンターバビリオン(ホール4)

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。

●クラウドゲーミングコーナー(ホール5)【新設】

ソフトを購入したりダウンロードしなくても、インターネット経由で、サーバーからリアルタイムで配信される「クラウドゲーム」。定額制で楽しめるタイトルの試遊やクラウドゲーミング向けソリューションの展示などが行われました。

●乙女ゲームコーナー(ホール4)【新設】

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「乙女ゲーム」を展示しました。

●スマートフォンアクセサリコレクション2013

(ホール7)【新設】

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を販売しました。

●インディーズゲームコーナー

(9/19~20:ホール4、9/21~22:ホール9)【新設】

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10カ国・地域から41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しました。

一般公開日のみ

●ファミリーコーナー(ホール9)

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、「仮面ライダーウィザードショー」を実施しました。

●コスプレコーナー(ホール9、屋外専用エリア)【新設】

コスプレイヤー向けの衣装やグッズを展示、販売するコーナーです。コスプレ更衣室、コスプレエリアに隣接した本コーナーでは、多くのコスプレイヤーに向けて、衣装やウィッグのほか、小物類などを展示、販売しました。

ビジネスデイのみ

●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)

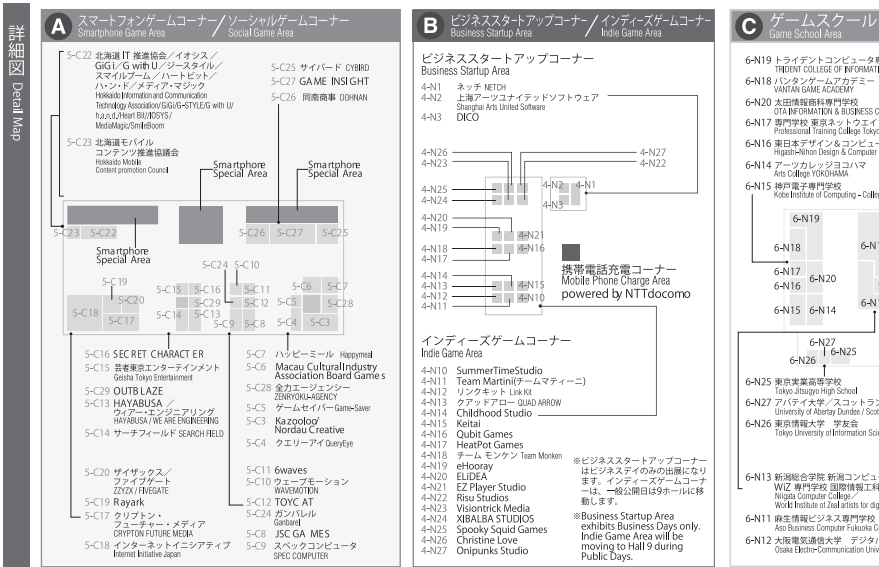
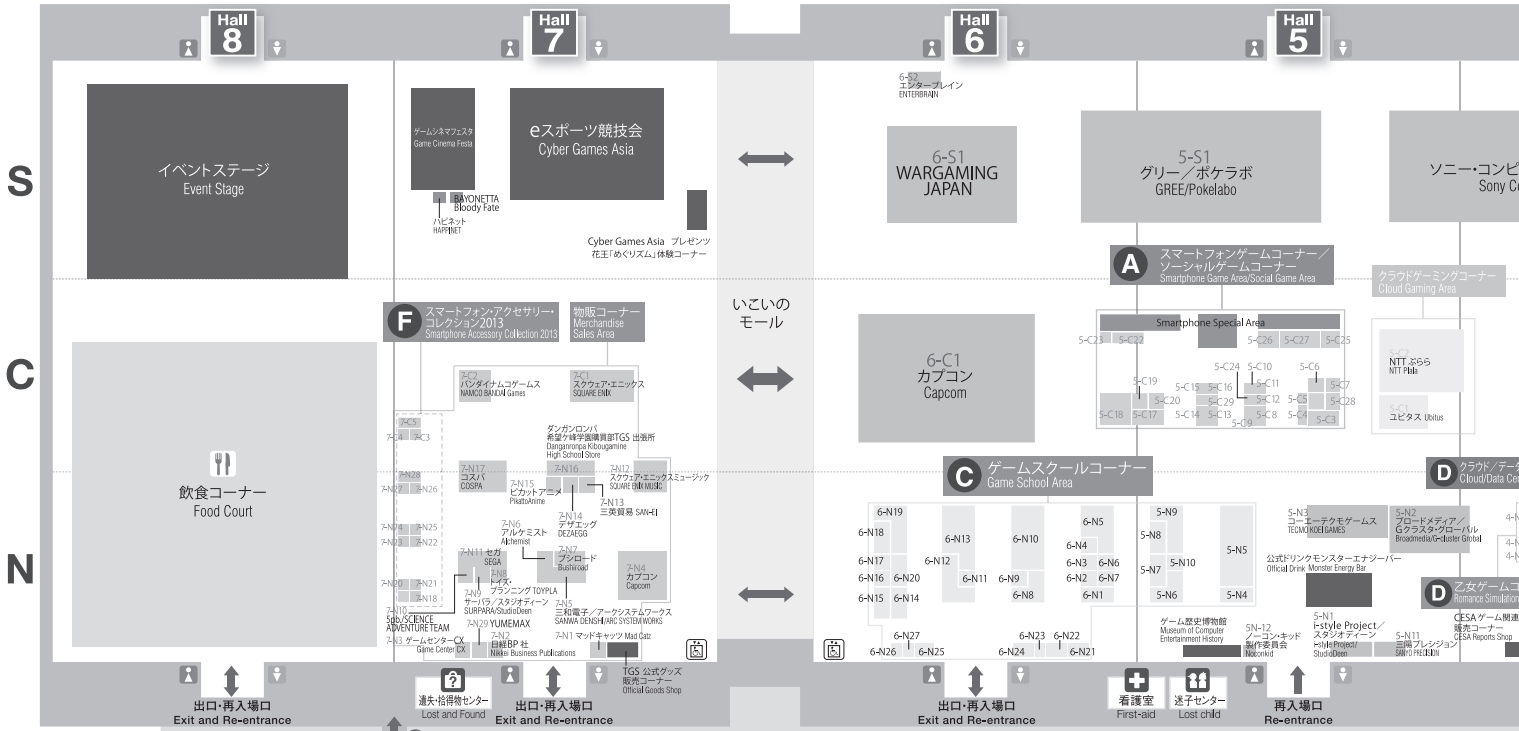
ビジネスデイに落ち着いた環境で充実した商談を実現するミーティングスペースです。個室ブースに加え、2部屋連結のブースや、価格を抑えたテーブルトップブースなど出展形態を充実させたほか、エリア内には出展社が無料で使えるオープンな商談スペースを設け商談を促進させました。

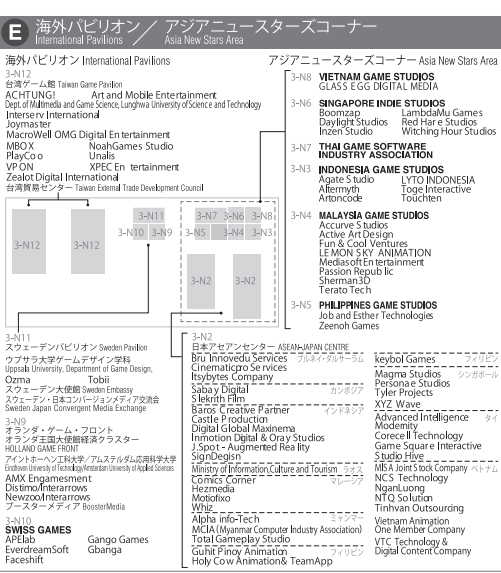
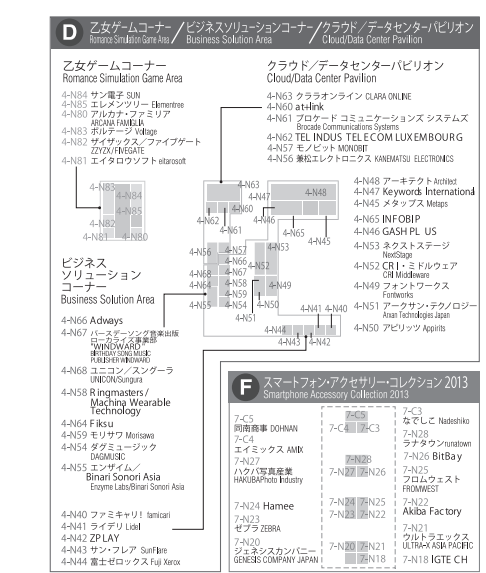
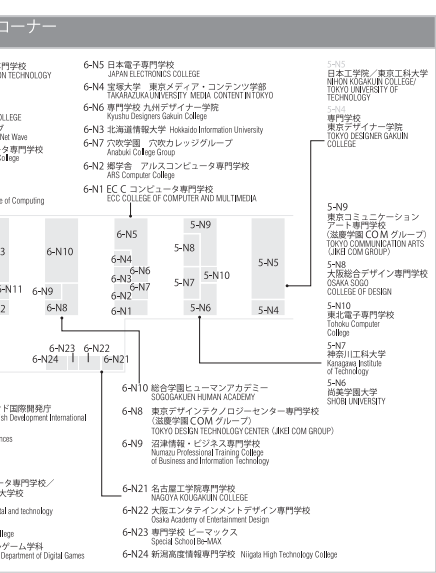
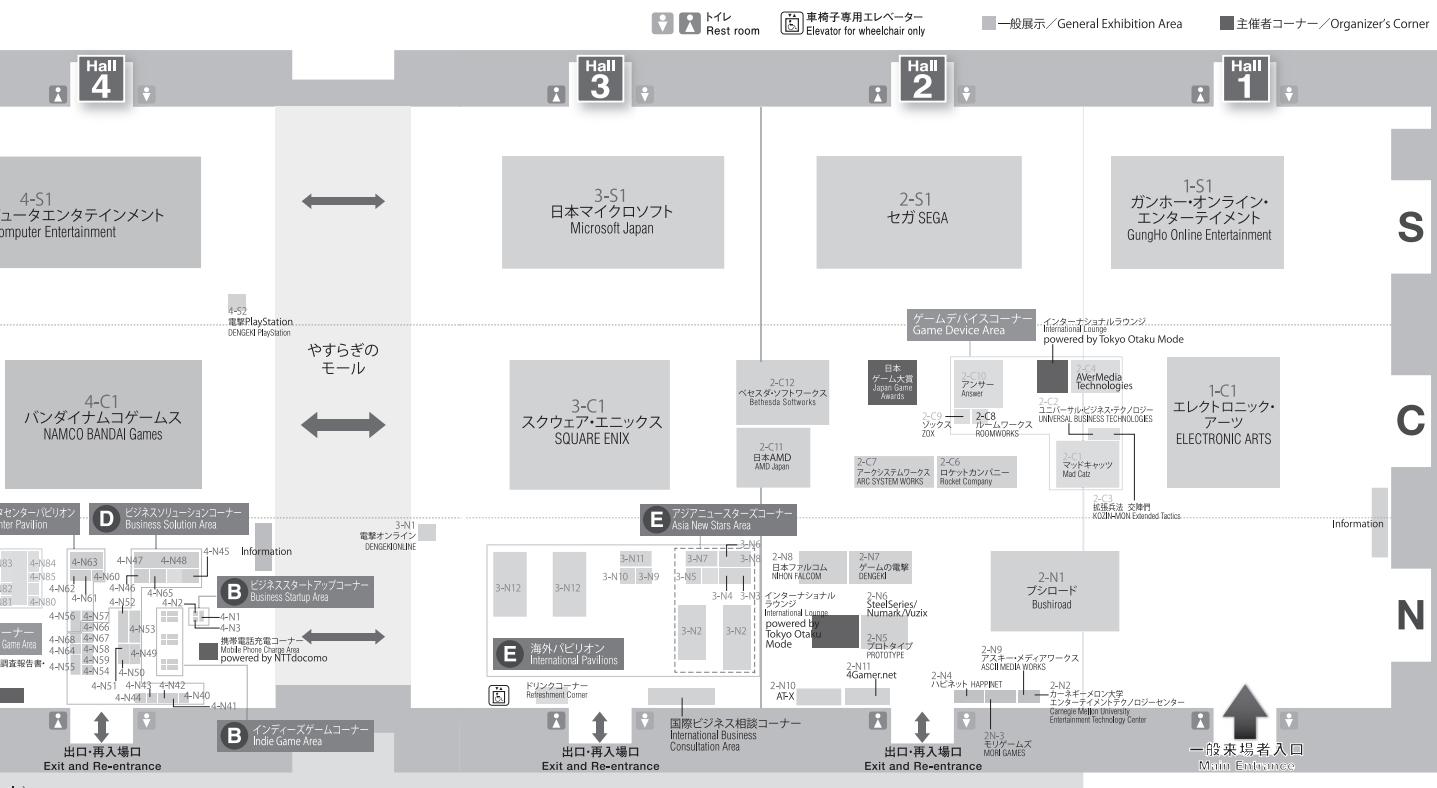
●ビジネススタートアップコーナー(ホール4)【新設】

2011年以降に設立された、ゲーム関連ベンチャー企業が出展しました。

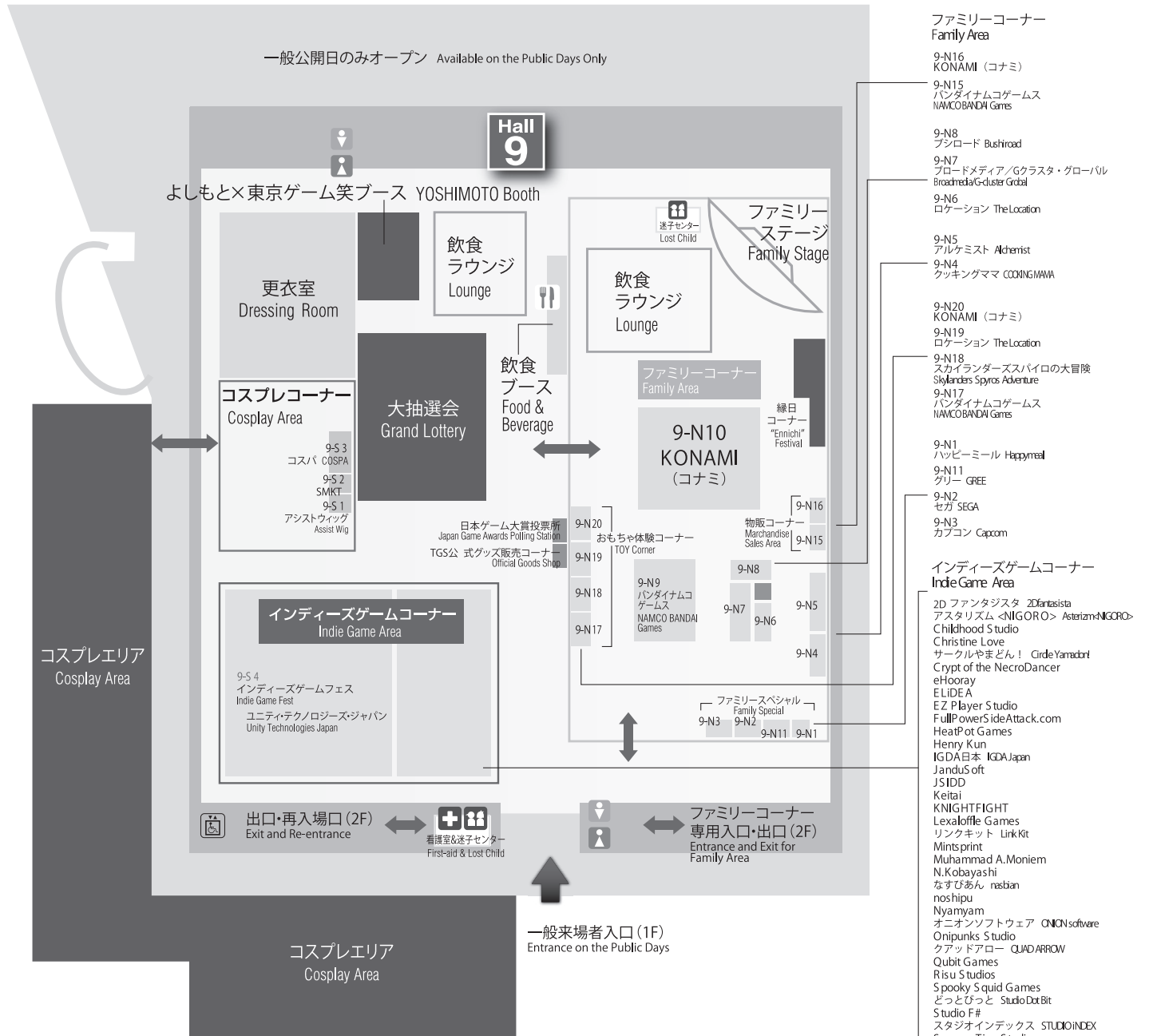
4. 会場レイアウト

会場マップ / FLOOR MAP ホール1~8

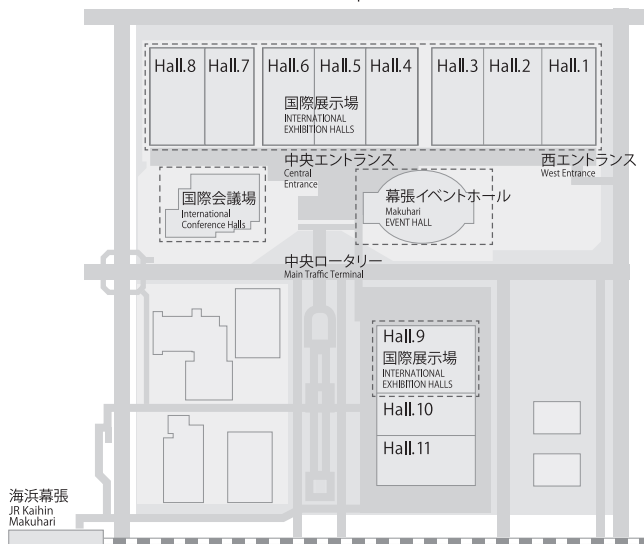




会場マップ / FLOOR MAP ホール9



幕張エリアマップ Makuhari Area Map



5-1. 開会式

【日 時】9月19日(木) 9:30~9:50

【場 所】幕張メッセ2F コンコース ホール5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 鶴之澤 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 商務情報政策局 審議官(IT戦略担当) 山田 真貴子

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル2013」実行委員長 大谷 信義

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 鶴之澤 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 商務情報政策局 審議官(IT戦略担当) 山田 真貴子

「JAPAN国際コンテンツフェスティバル2013」実行委員長 大谷 信義



(敬称略)

5-2. 懇親パーティー

「東京ゲームショウ2013・日本ゲーム大賞2013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2013」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19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 鶴之澤 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 佐合 達矢

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 田中 富美明

中締め (社)コンピュータエンターテインメント協会 理事 田中 良和

(敬称略)



(社)コンピュータエンターテインメント協会
会長
鶴之澤 伸



経済産業省商務情報政策局
文化情報関連産業課課長
佐合 達矢



(社)コンピュータエンターテインメント協会
理事
田中 富美明



(社)コンピュータエンターテインメント協会
理事
田中 良和



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
- (2)一般来場者の満足度向上

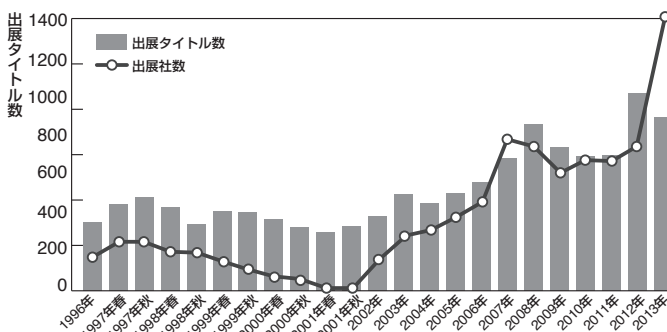
東京ゲームショー2013では、二つの大きな目標を掲げました。まずは「世界最上級のゲームビジネスイベント」になること。もう一つは「一般来場者の満足度向上」をはかることです。それぞれのビジョンを実行できるように、TGS2013ではいくつかの新しい施策を実施し、出展各社のご協力をいただいたことで、家庭用ゲーム機だけではなく、スマートフォンやクラウドゲームなど新しい

プラットフォームでのタイトルの出展も増え、総出展タイトル数は962と過去2番目の記録となりました。多種多様なゲームが集まるイベントとして機能し始めたことを意味し、ビジネスの場としても魅力的になってきています。

また、一般公開日は記録的な来場者数となり、総来場者数は昨年から約5万人増となる27万197人となりました。こうした規模拡大を維持しつつ、ビジネスデイトに来場する国内外からのゲームビジネス関係者にとって十分な商談ができる環境を整え、さらに一般公開日の来場者にとっても期待を裏切ることのないサービスを安全に提供することが求められています。

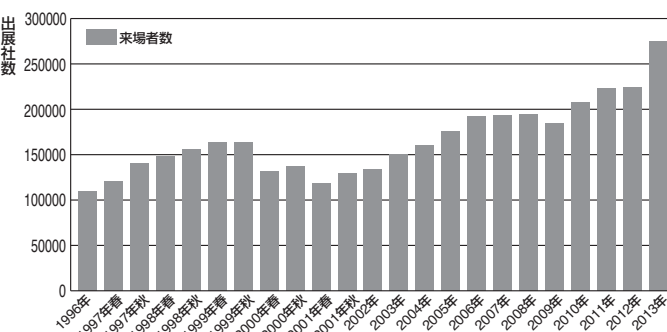
そこで、TGS2013で実施した新しい施策について、2つのビジョンに沿って紹介します。

●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

4年連続で過去最多の来場者数を更新!



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

東京ゲームショー2013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、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つの観点で、15種類の施策についてまとめました。

①Game Networkingシリーズ開催【→商談数増】

TGSでの商談数を増やすために、事前にビジネスニーズを喚起するプレイベントを東南アジア地域で実施しました。2012年に引き続き、2013年も5月16日にインドネシア・ジャカルタ市にて日本とインドネシアのゲーム業界ビジネスマッチングイベント「Game Networking Jakarta」を開催。日本からはセガ、スクウェア・エニックス・スマイルワークス、プレミアムエージェンシーなどゲーム開発関連8社、インドネシアからは300名近くのゲーム開発者が参加しました。

さらに、5月20日にはシンガポールでも同様のマッチングイベント「Game Networking Asia」を初開催しました。シンガポールをはじめ、マレーシア、タイ、インドネシア、ベトナム、フィリピン、そしてオーストラリアから155名の参加がありました。これにより、アジアニュースターズ・コーナー、一般展示、およびビジネスソ

リュウションコーナーにて、東南アジアから10カ国・計66社・団体が出展しました。日本と東南アジアのゲーム業界の関係はより強固なものになりました。

ビジネスデイト来場者アンケートでは、国内来場者の26.6%、海外来場者の44.5%が「アジア企業のブースに立ち寄った」と回答。

②アジア・ゲーム・ビジネス・サミット開催【→商談数増】

アジア圏のゲームビジネス関係者がTGS2013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への情報発信強化を目的に、「アジア・ゲーム・ビジネス・サミット」を実施。2013年

アジア・ゲーム・ビジネス・サミット: 9月19日(木)	
ホール8・イベントステージ 13:30~15:00	
勃興するアジア圏ゲームマーケット、その全貌を探る	
台湾	許金龍氏 XPEC Entertainment, 会長
韓国	チョン・ウジン氏 NHN Entertainment, ゲーム事業センター/総括ディレクター
インドネシア	Dien Wong氏 Altermyth, CEO
マレーシア	Ganesan Velayathan氏 Fun & Cool Ventures, CEO
タイ	Chanvit Vitayasamrit氏 Milk Studio, CEO
日本	鶴之澤 伸 (社)コンピュータエンターテインメント協会 会長



は、インドネシア、マレーシア、タイ、韓国、台湾、日本の6カ国・地域で、東南アジア地域とのビジネスの連動について話し合いました。受講者数は320人となりました。



③アジアニュースターズコーナー【→商談数増】

【場所】ホール3

2012年に引き続きアジア地域の新しいゲーム開発会社を紹介する「アジアニュースターズコーナー」を設置。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、シンガポール、タイ、フィリピンからの新規出展がありました。さらに、日本アセアンセンターが「ASEANパビリオン」を設置し、ASEAN加盟全10カ国から合計63社・団体が出展しました。アジア市場に進出したい企業や開発パートナーを求めている企業との商談が展開されました。

ビジネスデイ来場者アンケートで、「今後5年のうちに東南アジアとのビジネスは変化すると思うか」を聞いたところ、国内来場者の70.4%、海外来場者の82.6%が、「大いにビジネスが発展すると思う」または「発展すると思う」と回答。

④TGSビジネスアポイントシステム

（アジア・ビジネス・ゲートウェイ）【→商談数増】

2012年から導入したTGSビジネスアポイントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」は、アジアを主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した無料のサービスです。登録社数は523社（2012年：327社）、事前の商談申込件数は1,325件（2012年：554件）で前年の2.4倍となりました。このうちマッチングが確定した件数は前年の316件から75%増の555件となり、同システムを使った商談が定着してきました。

〈TGSビジネスマッチングシステム利用33カ国・地域〉50音順

アイルランド、イスラエル、インド、インドネシア、英国、オランダ、カナダ、韓国、カンボジア、シンガポール、スイス、スペイン、タイ、台湾、中国、ドイツ、日本、フィリピン、フィンランド、フランス、ブラジル、ブルネイ・ダルサラーム、米国、ベトナム、ベラルーシ、ポーランド、香港、マカオ、マレーシア、ミャンマー、メキシコ、ルクセンブルク、ロシア

ビジネスデイ来場者アンケートでは、TGSビジネスアポイントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」を利用した国内来場者の56.9%、海外来場者の77.3%が「とても役立った」または「役立った」と回答。出展社アンケートでは、TGSビジネスアポイントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」を利用した国内出展社の55.0%、海外出展社の73.4%が「とても役立った」または「役立った」と回答。

⑤マッチングコーディネーター【→商談数増】

【場所】ホール3/国際会議場 コンベンションホール

TGSビジネスアポイントシステムを通した商談をより加速させるために、マッチングコーディネーター制度を初めて導入しました。具体的にはシステム上のユーザーとして、マッチングコー

ディネーターを設置し、アポイントを取りたい「ビジネスミーティングエリア出展社」の担当者からのリクエストを受けて、ニーズに合った商談先の絞り込み、アポイントの提案などを実施しました。2013年は、海外企業との商談実績が多く、ニーズについて広い知見を持っているモノビット・インターナショナルの大信英次社長が担当し、期間を通して約20件の商談を結びつけました。

⑥ビジネスミーティングエリアの拡大【→商談数増】

【場所】国際会議場 コンベンションホール

昨年よりも床面積を2倍に拡大して、ビジネスミーティングエリアを実施しました。従来の専用ブース型のミーティングルームに加えて、1社で占有できる格安なオープンスペース「ベーシックテーブルスペース」を用意。その成果もあり、43社・39小間と昨年の9社・11小間から、大幅増となりました。



また、TGSビジネスアポイントシステム「アジア・ビジネス・ゲートウェイ」と連動させることで、無料の商談スペースで行われた商談数は397件と前回の249件より59%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238件と全体の60%に上り、日本企業と海外企業による国際商談が活発に展開されました。また海外企業同士の商談も23%・90件と盛況で、国際商談比率は全体の83%に達しました。

同スペースの利用企業数は452社（2012年は134社）、うち海外企業は32カ国（日本を除く）239社（2012年は72社）でした。アジアからの利用が15カ国・地域154社と、前回の11カ国・地域52社から3倍近く伸びました。2013年に新たにフィリピン、ブルネイ・ダルサラーム、ミャンマー、カンボジアといった東南アジア企業が初参加したほか、フィンランド、イスラエル、ルクセンブルク、英国、カナダ、ブラジル、メキシコ、ロシア、ベラルーシが加わりました。

ビジネスデイ来場者アンケートでは、ビジネスミーティングエリアに立ち寄った国内来場者の44.5%、海外来場者の61.2%が「とても良かった」、または「良かった」と回答。出展社アンケートでは、ビジネスミーティングエリアの国内出展社の66.7%、海外出展社の57.1%が出展に「とても満足している」、または「満足している」と回答。

⑦国際ビジネス相談コーナー【→商談数増】

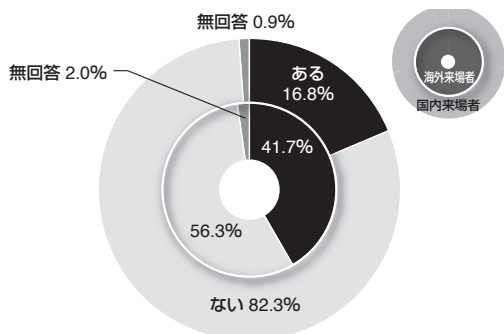
【場所】ホール3/国際会議場 コンベンションホール

海外市場への進出を目指す日本企業、日本市場で活躍の場を広げたい国内外のゲーム業界関係者を支援することを目的としたコーナーを設置しました。ホール3のビジネスマッチング/リクルートコンサルティングコーナーでは、イマジカデジタルスケープがゲームビジネスに関する相談に、国際広報相談コーナーではビジネスワイヤ・ジャパンが国際的な情報発信機能に関する相談にそれぞれ対応しました。

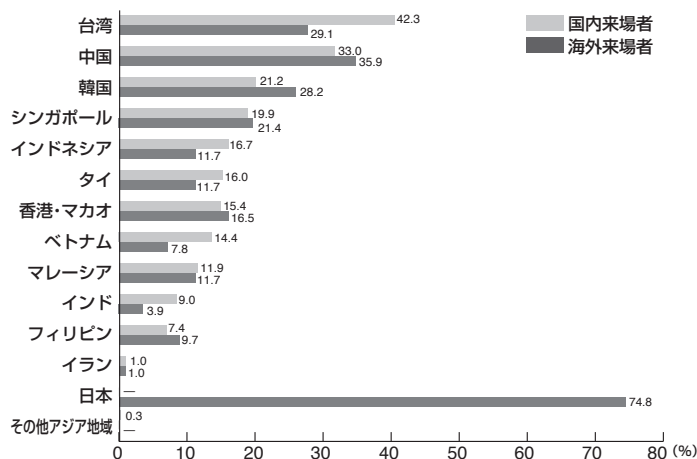
また、国際会議場・コンベンションホールでは、日本貿易振興機構（JETRO）が日本のゲームコンテンツ調達に関心のある海外企業を

招き、ゲームビジネス商談会を開催。イマジカデジタルスケープも相談専用ブースを構え、さまざまな企業のマッチングを支援しました。

◎今回(TGS2013)の来場を機に、新たにビジネスが始まりそうな国・地域の有無 (ビジネスステイ来場者アンケート)



◎今回の来場を機にビジネスが始まりそうな具体的なアジア・中東の国・地域名(ビジネスステイ来場者アンケート)

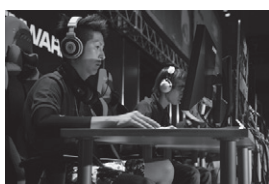


⑧e-Sports競技会「Cyber Games Asia 2013」

【→日本ゲーム文化圏の拡大】

【場所】ホール7・特設会場

今年で2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へいし、競技を繰り広げる国際大会です。9月21日(土)は、ネクソンの運営による「サドンアタック・日韓エキシビジョンマッチ・日本代表決定戦」が開催され、勝利チームは、10月に韓国・ソウルにて開催される本大会への出場を決めました。



9月22日(日)に開催した「鉄拳タッグトーナメント2・Asia Challenge Battle」では、日本、シンガポールで予選トーナメントを開催、また米国および英国からトッププレイヤーも参加して熱い闘いを展開しました。また、ウォーゲーミングジャパンの運営による



「World of Tanks G-Star日本代表決定戦」では、トッププレイヤーによるレベルの高い競技を展開しました。特設会場を訪れた観客数は2日間で3,294人を記録しました。また会場外周観戦を

めると、1万2,000人の観客がeスポーツの魅力に触れました。全体運営は、eスポーツ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。

⑨海外TGS関連イベント【→日本ゲーム文化圏の拡大】

コスプレを通じて日本のゲーム文化への興味を喚起することを目的に、昨年のタイ(バンコク)に続き、タイ(パタヤ、シラチャ)、ミャンマー(ヤンゴン)、マレーシア(ペタリンジャヤ)の計3カ国4都市で現地イベントと連携したコスプレコンテストを開催しました。

各コンテストの優勝者は、東京ゲームショウのイベントステージで開催した「Cosplay Collection Night」に招待し、登壇しました。ミャンマーからは現地テレビクルーが来日に同行するなど、現地メディアからも大きな注目を集めました。

開催地	イベント名	会期	来場者数
タイ(パタヤ)	Comic Party	6月8日(土)~9日(日)	4,000人
タイ(シラチャ)	Comic Party	7月6日(土)~7日(日)	3,000人
ミャンマー(ヤンゴン)	Comic Party	6月29日(土)~30日(日)	4,000人
マレーシア(ペタリンジャヤ)	AniManGaki	8月24日(土)~25日(日)	8,000人

一般公開日アンケートでは、海外来場者の49.7%がコスプレコーナーに立ち寄ったと回答。

⑩海外向けジャパンポップカルチャーコミュニティでのPR

【→日本ゲーム文化圏の拡大】

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)」とコラボレーションし、会期前から会期中にわたり、TOMのウェブサイトおよび1,300万人以上のファンを持つFacebookページを通じて、東京ゲームショウの情報を発信しました。



⑪ベンチャー企業専用コーナー新設【→日本のゲーム産業強化】

設立して2年以内の新しいゲーム関連企業を呼び込むことを目的に、従来よりも低価格で出展できる「ビジネススタートアップコーナー」を2013年から導入しました。中国から1社、国内から2社の出展がありましたが、来年以降は認知度の向上と利用規定の改善によって、より多くの利用企業を呼び込む必要があります。

⑫インディーズゲーム開発者向けコーナー新設

【→日本のゲーム産業強化】

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「インディーズゲームコーナー」を新設しました。世界10カ国・地域から41(内 日本から20)のインディペンデントゲーム開発者が参加し、作品を展示しました。



とくに海外来場者から高い注目を集めたほか、世界から集まっ



た出展参加者同士による交流も活発に行われました。

ビジネスデイ来場者アンケートでは、海外来場者の52.6%がインディーズゲームコーナーに立ち寄ったと回答。一般公開日来場者アンケートでは、海外来場者の51.4%がインディーズゲームコーナーに立ち寄ったと回答。

⑬メディアパートナー強化【→情報発信力強化】

アジア地域の有力なゲーム関連メディアとの提携により、東京ゲームショウの情報発信を強化することを目的に、メディアパートナー制度を今年も展開しました。

今年はシンガポールから新たなパートナーを迎え、合計14媒体がメディアパートナーとして東京ゲームショウを報道しました。

東京ゲームショウ2013 メディアパートナー 一覧	
日本	週刊ファミ通、GAME Watch、niconico
台湾	ファミ通台湾、BAHAMUT
韓国	GAMERZ、Ruliweb.com
中国	SINA、TENCENT、CHUBUN
香港	GAME WEEKLY、PC Market Online
インドネシア	Hot Game
シンガポール	IGN Asia Pacific

⑭ネットによるライブ配信【→情報発信力強化】

niconico(ドワンゴ)が番組制作・運営を担当した「公式動画配信チャンネル」では、開会式に始まり、TGSフォーラム基調講演や「センス・オブ・ワンダーナイト2013」などの主催者企画をライブ配信したほか、出展社をスタジオに招いて最新作を紹介する「出展メーカー紹介」や、出展タイトルのトレーラーを放送しました。

視聴人数(タイムシフト視聴を含む)	
9月19日(木)	156,304人
9月20日(金)	131,228人
9月21日(土)	123,712人
9月22日(日)	93,529人
合計(のべ)	504,773人

※2012年の期間中視聴人数はのべ141,130人(USTREAMで配信)

⑮海外留学生の口コミPR【→情報発信力強化】

東京ゲームショウ2013のFacebookページおよびTwitterを通じて、海外留学生によるつぶやきやフォトレポートを多言語で実施。Twitterのフォロワーは、8,000から10,000へ、Facebookページの「いいね！」は、4,000から5,000にそれぞれ増加しました。

(2)一般来場者の満足度向上

東京ゲームショウ2013の中期ビジョンの一つである「一般来場者の満足度向上」を目指し、いくつかの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つの観点で、10種類の施策についてまとめました。

①ホール9、イベントホールまでエリア拡大【→混雑緩和】

総来場者数が20万人を超えるようになり、一般公開日のホール内の混雑が著しくなってきました。混雑を緩和するために、ホール9とイベントホールを借り増して、ファミリーコーナーやコスプレエリア、その他の新しい主催者企画を移設しました。特に、ホール3と4の間にある「やすらぎのモール」で実施していたコスプレエリアを移設することで、ホール間の移動がスムーズになりました。また、動員力のあるイベントをホール8にある500人規模のステージではなく、イベントホール(6,000人規模)で実施することで、より多くの方にコンサートを楽しんでもらうことができました。

出展社アンケートでは、混雑緩和の施策としてホール9の利用(ファミリーコーナー、コスプレエリアの移設)について聞いたところ、国内出展社の33.3%、海外出展社の38.9%が「とても良かった」または「良かった」と回答。

②通路幅の変更とレイアウト変更【→混雑緩和】

40小間以上の大型出展社が集まりやすい、ホール1~6の東西に伸びるメイン通路の幅を、南側で2m、北側で1m拡大し、来場者の導線確保を目指しました。この3mの通路幅拡大のために、南側出展社の小間の奥行き(縦)を8小間から7小間に変更。また、大型出展社が1カ所に集中しないように、レイアウト上の工夫も実施しました。

出展社アンケートでは、混雑緩和のためのレイアウト調整、通路幅拡大について聞いたところ、国内出展社の66.7%、海外出展社の47.2%が「とても良かった」または「良かった」と回答。

③TGS大抽選会【→「もらえる」施策の強化】

人気の出展社ブースで配布するノベルティを集めて、来場者なら誰でも1回は参加できるハズレ無しの抽選会を、ホール9で実施しました。24社の出展社から89種類のノベルティを提供いただき、くじを引いて「当たり」が出た来場者に欲しいノベルティを1点選んでもらいました。一般公開日2日間で、11,500名の来場者が抽選会に参加しました。



〈TGS2013大抽選会景品提供出展社(24社)〉50音順

AVerMedia Technologies、アンサー、WARGAMING JAPAN、NTTぷらら、カプコン、ガンホー・オンライン・エンターテイメント、グリー、ゲームセンターCX、KONAMI(コナミ)、サイバード、サン電子、Gクラスタ・グローバル、SECRET CHARACTER、スウェーデンパビリオン、スクウェア・エニックス、セガ、ダンガンロンパ希望ヶ峰学園購買部TGS出張所、日本AMD、日本ファルコム、日本マイクロソフト、Hamee、バンダイナムコゲームス、ブシロード、ロケットカンパニー

④TGS2013ライブイベント【→「体験できる」施策の強化】

東京ゲームショウの来場者にゲームに関連したライブコンサートも楽しんでもらおうという趣旨から、一般公開日の夜にイベントホールでバンダイナムコゲームスの「アイドルマスター」のライブ

イベントを実施しました。9月21日(土)・22日(日)(17時開場/18時開演)の2日連続で開催したライブには、両日とも6,000人を超える観客が集まり、会場は熱狂に包まれました。併せて、イベントホール横の西広場では、関連グッズの販売も行いました。



⑤ゲームシネマフェスタ【→「体験できる」施策の強化】

今年初めて、ゲーム原作の映画を上映する「ゲームシネマフェスタ」を実施。ホール7のeスポーツ競技会隣接エリアに、210インチのモニターで見られる約150席のミニシアターを設営しました。上映作品は、『劇場版 戦国BASARA -The Last Party-』『サイレントヒル: リベレーション』『バイオハザードV リトリビューション』の3本。一般公開日(21日、22日)に、それぞれ3回(11時~、13時~、15時~)上映しました。回によっては、満席で立ち見が出るほどの盛況でした。

上映	21日(土)	22日(日)
11:00~	劇場版 戦国BASARA —The Last Party—	バイオハザードV リトリビューション
13:00~	サイレントヒル: リベレーション	サイレントヒル: リベレーション
15:00~	バイオハザードV リトリビューション	劇場版 戦国BASARA —The Last Party—

⑥吉本興業企画「東京ゲーム笑」【→「体験できる」施策の強化】

吉本興業とのコラボレーション企画「東京ゲーム笑」を実施しました。ビジネスデイ2日間は、よしもと芸人が各出展社を取材して、吉本興業が持つ動画チャンネル(YouTubeやニコニコ生放送)で特集番組を放送しました。一般公開日2日間は、よしもと芸人が出展社ブース内ステージに出演し、各社のプロモーションに協力しました。このほか、ホール9に「よしもとブース」を設置し、一般公開日の2日間、同ステージにて、パフォーマンスやトークショーを展開。テレビでおなじみのよしもと芸人のステージが間近で見られることで、来場者満足度の向上を目指しました。



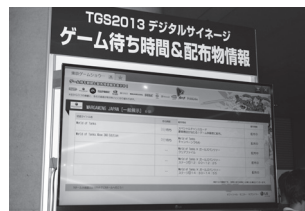
〈出演したよしもと芸人(48人)〉50音順

アームストロング、あべこうじ、アホマイルド、インパルス 堤下、エハラマサヒロ、ガリガリガリクソン、麒麟、ギンナナ 金城、クレオパトラ、こりゃめでてーな 伊藤、コンマニセンチ 堀内、桜 稲垣早季、シソノヌ、次長課長 井上、しん、スパイク、スリムクラブ、セブンbyセブン 玉城、ソドム、チーモンチョウチュウ 白井、ニブノゴ! 森本、ネゴシックス、パケモノ 小倉、パッファロー 吾郎 竹若、パンサー、ハンマミーヤ 木、フットボールアワー 若尾、POISON GIRL BAND、ポテト少年団 菊地、マキシマムパーパーサム、マヂカルラブリー 野田、マテンロウ、吉富Aボタン、0.03秒 ニコラス、若井おさむ、脇坂寿一 (敬称略)

※一部、よしもと芸人以外のよしもとタレントも含まれます。

⑦デジタルサイネージ【→困っていることの削減】

40小間以上の大規模出展社を対象に、ブースの試遊待ち時間や配布物の情報を表示するデジタルサイネージを設置しました。各ホールに最低1カ所、会場内外全12カ所に設置し、来場者がブースの情報を事前に把握できるようにしました。



〈表示対象出展社(11社)〉50音順

WARGAMING JAPAN、エレクトロニック・アーツ、カプコン、ガンホー・オンライン・エンターテイメント、グリー/ポケラボ、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、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

⑧スマートフォン向け「TGS公式アプリ」【→困っていることの削減】

スマートフォンでTGS2013の会場マップや、出展社一覧、出展タイトル一覧などがチェックできる公式無料アプリ「TGSガイド」を初導入しました。アプリのダウンロード数は、14,199件(iOS:8,440件、Android:5,759件)を記録し、コンテンツのダウンロード総数は43,960回に上りました。



出展ブースの展示デモに影響が出ないよう、会場内では、GPSによりダウンロード可能なエリアを制限したうえで、無線LANエリアでのダウンロードを推奨したほか、一度ダウンロードしたコンテンツはオフラインで閲覧可能な仕組みを採用しました。

⑨10分で分かるTGSの歩き方【→困っていることの削減】

TGS2013公式Webサイトでは、TGS参加初心者向けのコンテンツ「10分で分かるTGSの歩き方」を掲載しました。年々増えているTGS初心者が、どうすればいいのかわからないことをなくすことを目的に、ビジネスデイ編、一般公開日編の2種類のコンテンツを用意。来場前から前日、当日にかけて何を準備して、次にどう行動すればよいか、といった「歩き方」をまとめました。

⑩インターナショナルラウンジ【→困っていることの削減】

世界中からの来場者をもてなし、日本のクールなポップカルチャーをもっと知ってもらうために、世界中の来場者が交流できるラウンジを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)」とコラボレーションして設置しました。海外来場者向けのインフォメーション機能を持たせたほか、TOMを通じて日本の人気クリエイターによる絵画展示や、ゲームをテーマにしたライブペインティングを行いました。



7. 主催者企画

●国際ナショナルパーティ

【日時】9月20日(金) 17:00~20:30 【場所】国際会議場1Fラウンジ

海外出展社、海外来場者、海外メディアと国内出展社のネットワーキングを目的とした国際ナショナルパーティを、ビジネスデイ2日目の終了後に開催しました。約300人の参加のもと、活発な交流が行われました。



●無線LANエリア／すれちがい通信&対戦ゲーム広場

【場所】無線LANエリア:2Fコンコース ホール2、4、7前(※ホール2前は一般公開日のみ)

すれちがい通信&対戦ゲーム広場:2Fコンコース ホール4、7前

展示ホール内(ホール1~6)の来場者による無線LAN使用禁止にともない、会場外となる2Fコンコースにて無料の無線LANサービス(3カ所)を実施しました。同時に、無線LANを使用するすれちがい通信や対戦ゲームなどを安全に行えるように2Fコンコースに「すれちがい通信&対戦ゲーム広場」を(2カ所)設置。来場者の誘導を図りました。



●コスプレ企画

コスプレエリア 【場所】ホール9、ホール4-6南側屋外スペース

Cosplay Collection Night @TGS presented by Cure

【日時】9月21日(土) 18:30~20:00 【場所】ホール8・イベントステージ

例年混雑して来場者導線の妨げとなっていたやすらぎのモールのコスプレエリアをホール9に移設し、スペースを大幅に拡充しました。やすらぎのモールの混雑はなくなり、例年以上に多く訪れたコスプレイヤーにも楽しんでもらうことができました。イベントステージでは、Cureの協力により、ステージショー「Cosplay Collection Night」を実施しました。タイ、ミャンマー、マレーシアで行ったコスプレコンテストの優勝者も参加した総勢200名近くのコスプレイヤーによるパフォーマンスは大盛況を博し、国内20媒体、海外22媒体のプレス関係者も取材に訪れました。



●Smartphone Special Area

【場所】ホール5 【協賛・協力】ソニーモバイルコミュニケーションズ

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、最新スマートフォンやタブレット向けのゲームコンテンツを紹介するコーナーを設置しました。



●ゲーム歴史博物館

【場所】ホール5

東京ゲームショー誕生から現在までのゲーム産業の歴史を中心に、その時々々の株価などの経済をはじめとする時事情報を加味した展示コーナーを設けました。歴代の日本ゲーム大賞受賞作品やゲームハードのリリース情報も掲示しました。



●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から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1,140,638円は、被害の大きかった岩手、宮城、福島県の3県9市に寄付させていただきました。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

【日程】9月21日(土)、22日(日) 16:00~17:00 【場所】ホール8・イベントステージ

毎年恒例の「CESAチャリティーオークション」を「東日本大震災復興支援チャリティーオークション」として実施。CESA会員、出展社から提供されたプレミアムグッズがオークションに出品され、2日間で総額1,037,500円の売上げとなりました。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

アークシステムワークス、アパーメディア・テクノロジー、ウォーゲーミングジャパン、NTTぷらら、エンターブレイン、カプコン、ガンホー・オンライン・エンターテイメント、グリー、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、コムプランニング、ザイザックス、サン電子、セガ、ブシロード、バンダイナムコゲームス、フリーユ、ベセスダ・ソフトワークス、日本ファルコム

特別提供: 吉本興業、日本ゲーム大賞2013年間作品部門受賞クリエイター、日本ゲーム大賞2013フューチャー部門受賞クリエイター

●センス・オブ・ワンダーナイト 2013

【協力】国際ゲーム開発者協会日本(IGDA日本)
 【協賛】任天堂、ユニティ・テクノロジーズ・ジャパン
 【機材協力】パソコン工房
 【日時】9月20日(金) 17:00~19:30
 【場所】ホール7 Cyber Games Asia 特設会場



6回目の開催となるゲームアイデア発掘イベント「センス・オブ・ワンダーナイト(SOWN)」には、23カ国・地域から125作品(前回16カ国・地域から75作品)の応募がありました。ゲームコンテンツの制作や配信などに携わる選考委員によって選出された9作品(国内4作品、海外5作品)の開発者が、ゲーム関係者や報道関係者に対してプレゼンテーションを行いました。プレゼンテーション後、アワードを発表し、盛況のうちに終了しました。また、プレゼンターの一部は一般公開日に「インディーズゲームコーナー」内にブース出展しました。



■アワード受賞作品一覧

アワード名	ゲームタイトル	受賞者	国名
Audience Award	Museum of Simulation Technology	Albert Bor Hung Shih	米国
Best Technological Game Award			
Best Arts Award	Kyoto	Eddie.Lee(Funktronic Labs)	日本
Best Experimental Game Award	Mirage	Mario.von Rickenbach	スイス
Best Game Design Award	Lost Toys	Danielle Marie Swank(Barking Mouse Studio)	米国
Best Presentation Award	TSURI	雑魚雑魚	日本

8. イベントステージ

ホール8に設置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、TGSフォーラム基調講演、アジア・ゲーム・ビジネス・サミットといった主催者によるステージプログラムのほか、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。

また、東日本大震災復興支援として一般公開日の2日間にわたって行ったチャリティーオークションも大盛況でした。

●バンダイナムコゲームス

『機動戦士ガンダム EXTREME VS. FULL BOOST』スペシャルステージ



●セガ

とびっきり楽しいタイトルを一挙紹介!!セガATCHU!



【場所】ホール8・イベントステージ

日程	時間	タイトル
9/19(木)	10:30~12:25	TGSフォーラム2013 基調講演
	13:30~15:00	アジア・ゲーム・ビジネス・サミット2013
	16:00~17:30	日本ゲーム大賞2013 経済産業大臣賞・年間作品部門 発表授賞式
9/20(金)	14:00~14:30	『ノーコン・キッド〜ぼくらのゲーム史〜』の舞台裏
9/21(土)	10:30~11:30	日本ゲーム大賞2013 アマチュア部門 発表授賞式
	13:00~14:00	『機動戦士ガンダム EXTREME VS. FULL BOOST』スペシャルステージ
	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
9/22(日)	18:30~20:00	Cosplay Collection Night@TGS presented by Cure
	12:00~13:30	日本ゲーム大賞2013 フューチャー部門 発表授賞式
	14:00~15:30	とびっきり楽しいタイトルを一挙紹介!!セガATCHU!
	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

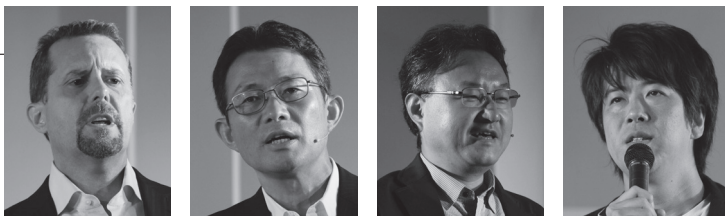
9.TGS フォーラム 2013

【日時】基調講演:9月19日(木)10:30~12:25

専門セッション:9月20日(金)13:00~17:15

【場所】基調講演:ホール8・イベントステージ

専門セッション:国際会議場2F,3F



9月19日(木)~20日(金)のビジネスデイ2日間、ゲーム業界を中核に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2013」を実施しました。

東京ゲームショー2013の初日、9月19日(木)に実施した基調講演(日英中韓の4カ国語同時通訳)は、2部構成となりました。第1部は、「『プレイステーション4』が創造する世界」というタイトルで、ソニー・コンピュータエンタテインメントのアンドリュー・ハウス代表取締役社長兼CEO、伊藤雅康SVP兼第一事業部事業部長、吉田修平SCEワールドワイド・スタジオ プレジデントの3人による講演がありました。2014年2月に国内発売するプレイステーション4の詳細なスペック、専用タイトルなどのデモンストレーションを交えながら、新しいゲーム体験について紹介しました。

第2部では、ガンホー・オンライン・エンターテイメント代表取締役社長CEOの森下一喜氏が登壇し、聞き手役となった日経BPヒット総合研究所の品田英雄とのクロストークによる講演がありました。テーマは「ガンホー・オンライン・エンターテイメントが目指す、ゲーム像とは」。大ヒットしているスマートフォン向けゲーム『パズル&ドラゴンズ』の開発を中核にすえ、ガンホーのゲーム

開発における心得やワークフローなどについて、森下社長のポリシーなどを交えながら、ヒットの秘訣などについて語りました。

ビジネスデイ2日目、9月20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時からスタートした「スマートフォンゲームセッション」では「ポストパズドラを探索~ブラウザゲームV.S.アプリゲームの行方」というテーマで、ポケラボやサイバーエージェント、サイバーコネクトツールの経営トップが登壇。同じ時間帯に実施した「ゲームプラットフォームセッション」では、ジャーナリストやユニティ、SMBC日興証券アナリストらが「ゲームプラットフォーム戦国時代」と題して今後のマーケット変化を予測しました。

15時15分からの回では、「インディペンデントゲームセッション」と「ゲームテクノロジーセッション」の2つを実施しました。「インディペンデントゲーム」では、「インディーゲームで食えるのか?!」というテーマで、IGDA日本と有名インディー開発者、ソニー・コンピュータエンタテインメント担当者によるクロストークがありました。「ゲームテクノロジー」では、ヘッドマウントディスプレイの新型機やXbox Oneの入力装置などに詳しい技術者たちが集まり、「入出力デバイスが変えるゲームのミライ」というテーマで、新しい技術の応用方法などを話し合いました。

基調講演:9月19日(木)

展示ホール8:イベントステージ	
【第1部】10:30~11:30	【第2部】11:35~12:25
「プレイステーション 4」が創造する世界	ガンホー・オンライン・エンターテイメントが目指す、ゲーム像とは
ソニー・コンピュータエンタテインメント 代表取締役社長兼 グループCEO アンドリュー・ハウス氏 SVP 兼 第一事業部 事業部長 伊藤 雅康氏 SCEワールドワイド・スタジオ プレジデント 吉田 修平氏	ガンホー・オンライン・エンターテイメント代表取締役社長CEO 森下一喜氏 (聞き手) 日経BP社 日経BPヒット総合研究所 研究員 品田 英雄

専門セッション:9月20日(金)

スマートフォンゲームセッション		ゲームプラットフォームセッション	
13:00~15:00	国際会議場2F:201会議室	13:00~15:00	国際会議場3F:301会議室
ポスト・パズドラを探索~ブラウザゲーム V.S. アプリゲームの行方		ゲームプラットフォーム戦国時代~5年後を見据えた顧客開拓~ゲーム業界の3識者が今後のマーケットの変化を語る	
ポケラボ 代表取締役社長 前田 悠太氏 サイバーエージェント 取締役 小池 政秀氏 サイバーコネクトツール 代表取締役社長 松山 洋氏 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		ジャーナリスト 新 清士氏 ユニティ・テクノロジーズ・ジャパン 日本担当部長 大前 広樹氏 SMBC日興証券 株式調査部 シニアアナリスト 前田 栄二氏 モデレーター:日経BP社 日経トレンドイ 副編集長 降旗 淳平	
インディペンデントゲームセッション		ゲームテクノロジーセッション	
15:15~17:15	国際会議場3F:301会議室	15:15~17:15	国際会議場2F:201会議室
インディーゲームで食えるのか?!~日本のインディペンデントゲーム新事情		入出力デバイスが変えるゲームのミライ~HMDや新センサのゲーム応用を探る~	
IGDA日本(国際ゲーム開発者協会日本) 代表 小野 憲史氏 アスタリズム ゲーム開発チーム NIGORO ディレクター 橋村 匠氏 ソニー・コンピュータエンタテインメント オープンプラットフォーム 事業推進部 浅野 剛史氏 モデレーター: 日経BP社 日経ソフトウェア 記者 武部 健一		新日鉄住金ソリューションズ ワークスタイルイノベーションセンター シニア・マネージャ 笹尾 和宏氏 エクシヴィ 代表取締役 社長 チーフソフトウェアアーキテクト 近藤 義仁氏 日本マイクロソフト インタラクティブ・エンターテイメント・ビジネス デベロッパー ネットワークグループ シニアマネージャー 田代 昭博氏 日本マイクロソフト インタラクティブ・エンターテイメント・ビジネス リサーチ&インテグレーション ソフトウェア デベロッパー エンジニア 千葉 慎二氏 モデレーター: 日経BP社 日経エレクトロニクス 記者 根津 禎	

10. ビジネスデイ来場者アンケート

調査概要

【調査方法】東京ゲームショウ2013のビジネスデイ登録者のうち、国内：17,213人、海外：1,158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：2013年10月16日(水)～2013年10月23日(水)

海外：2013年10月18日(金)～2013年10月28日(月)

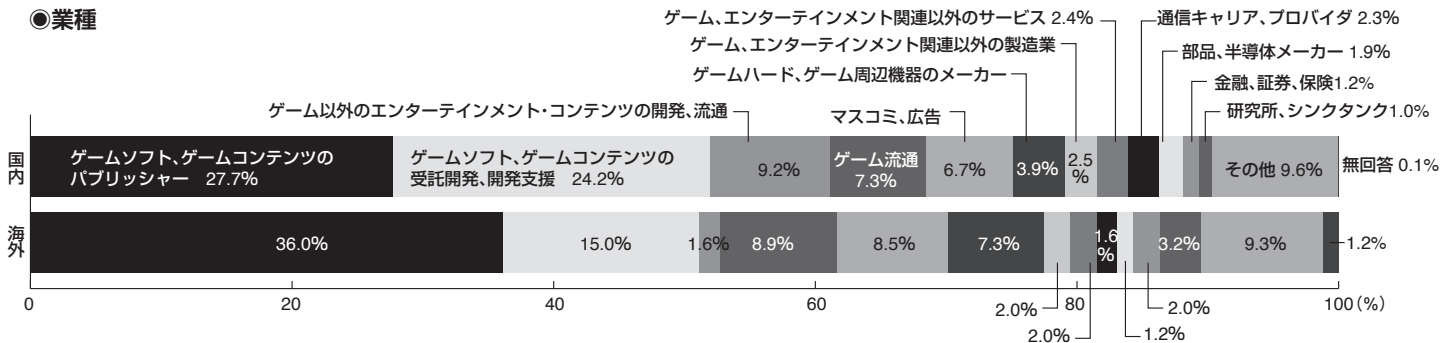
【有効回答数】国内：1,853件(回収率：10.8%)海外：247件(回収率：21.3%)

【調査実施】日経BPコンサルティング

●円グラフの見方

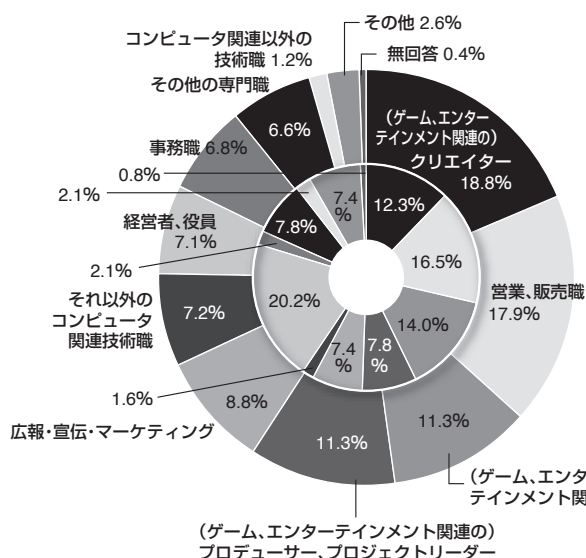


●業種

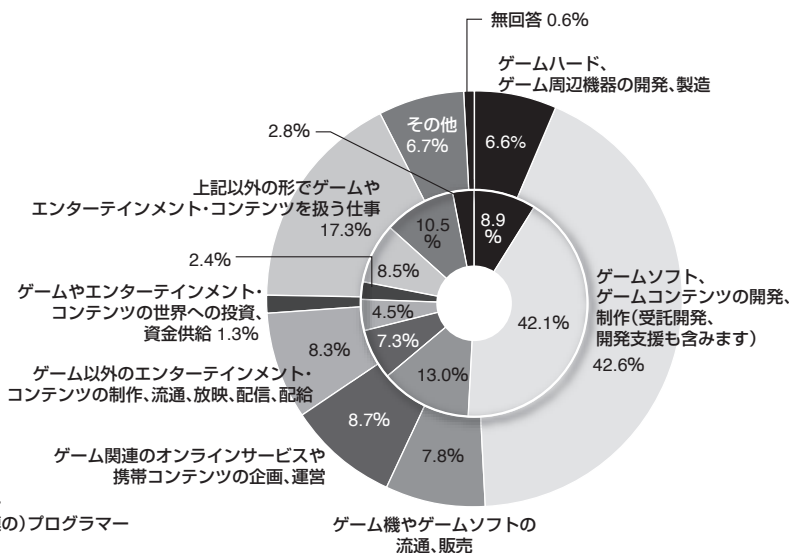


●職種

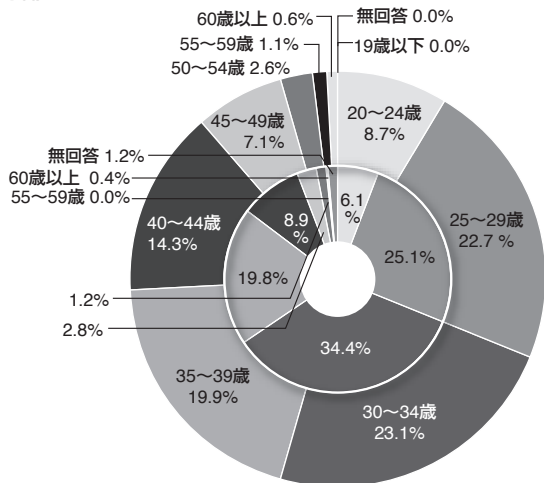
海外来場者の20.2%が経営者・役員



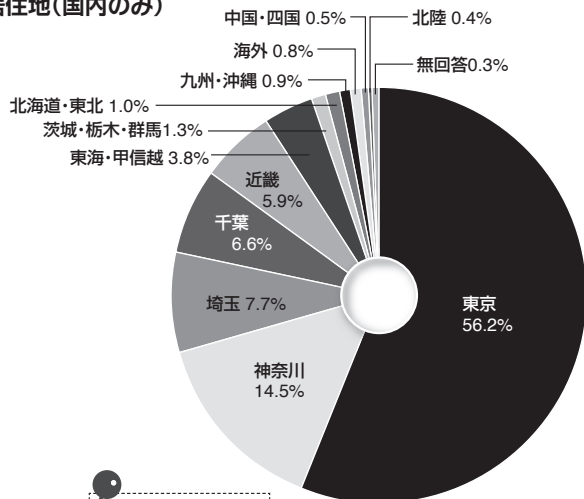
●ゲーム/エンターテインメント・コンテンツとの関わり



●年齢



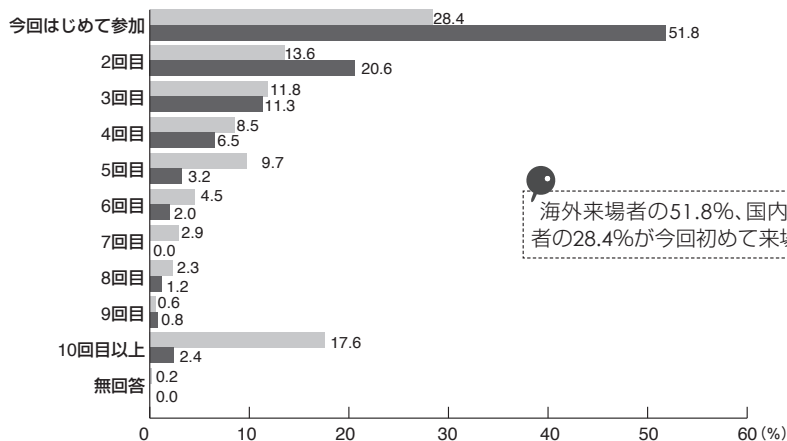
●居住地(国内のみ)



全体の約85%が1都3県から来場



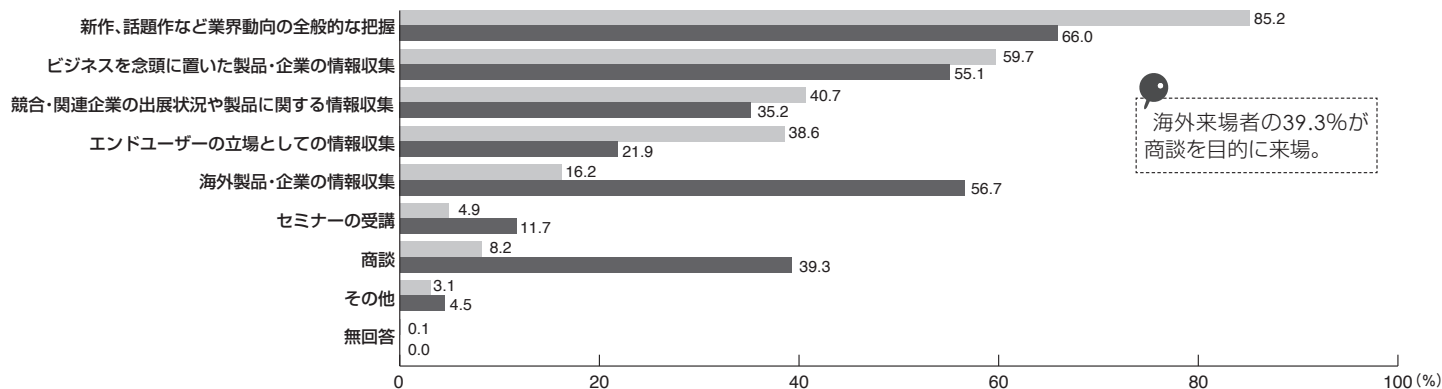
●来場回数



●棒グラフの見方
 ■ 国内
 ■ 海外

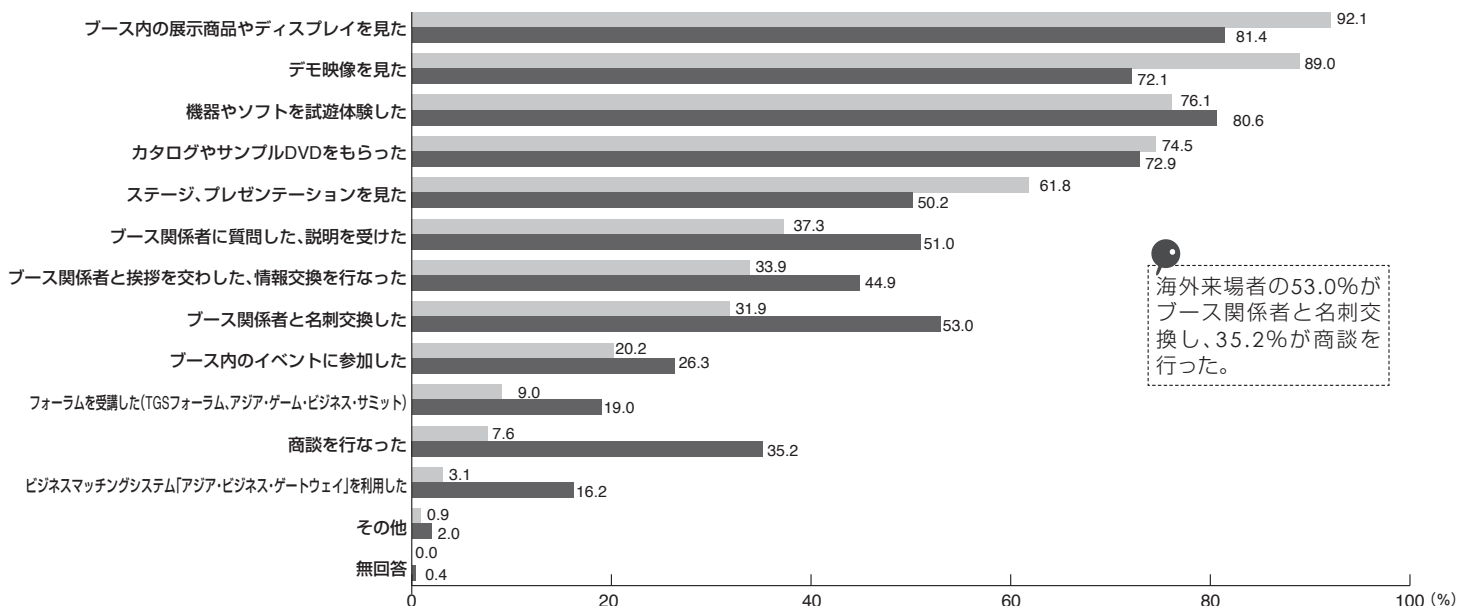
海外来場者の51.8%、国内来場者の28.4%が今回初めて来場

●来場の目的(MA)



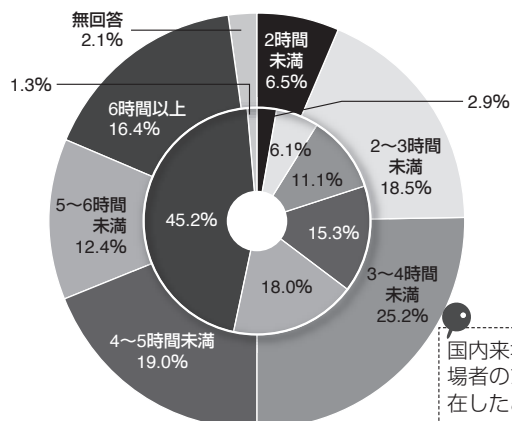
海外来場者の39.3%が商談を目的に来場。

●来場時の行動(MA)



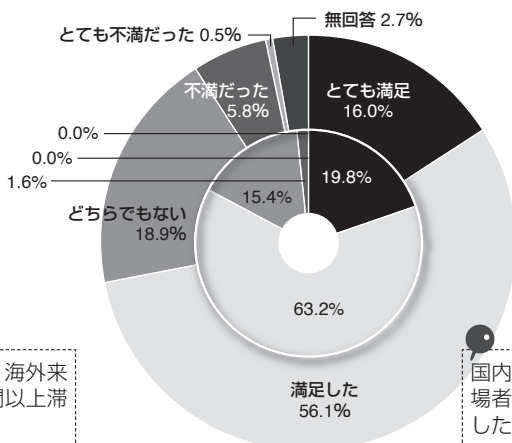
海外来場者の53.0%がブース関係者と名刺交換し、35.2%が商談を行なった。

●滞在時間



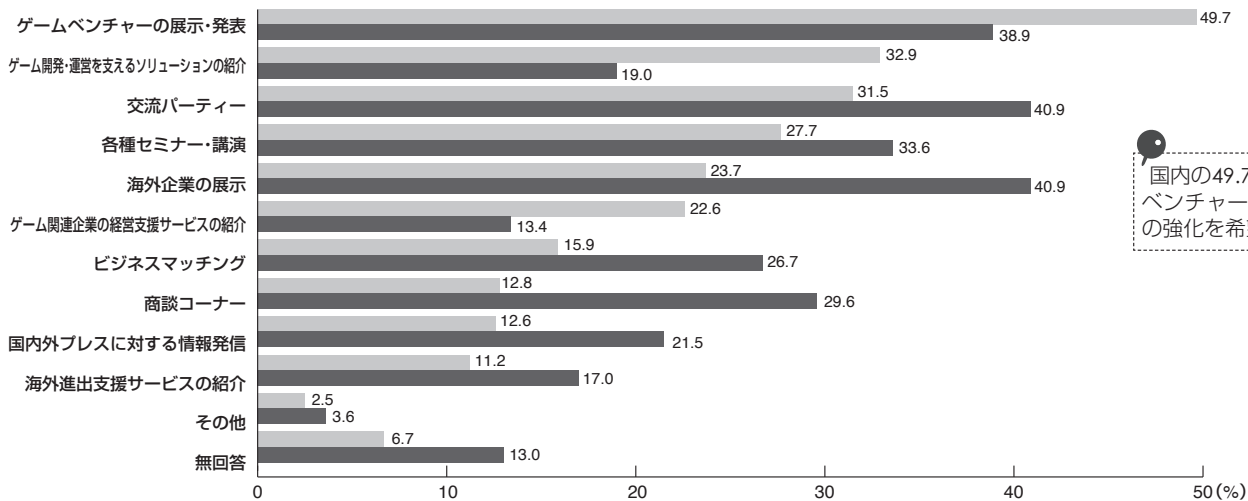
国内来場者の47.8%、海外来場者の78.5%が4時間以上滞在したと回答

●東京ゲームショウ2013の満足度



国内来場者の72.1%、海外来場者の83.0%が「満足した」「とても満足した」と回答

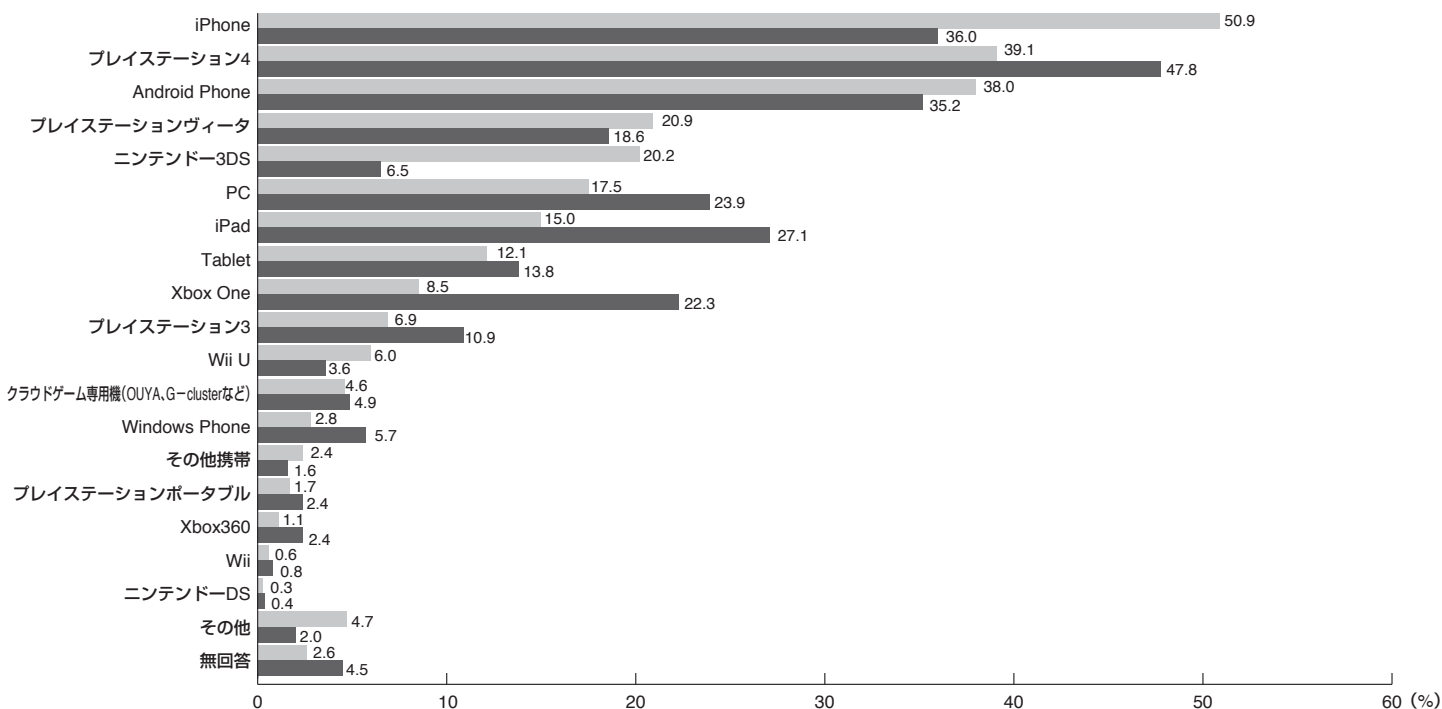
●「ビジネスデイ」で今後、強化してほしい項目は何ですか。(MA)



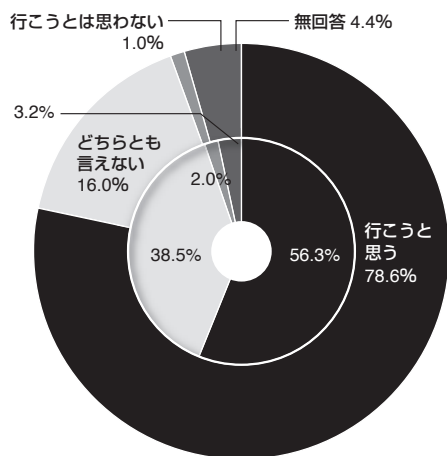
●棒グラフの見方
 ■ 国内
 ■ 海外

国内の49.7%が「ゲームベンチャーの展示発表」の強化を希望

●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ーへの来場意向



国内の78.6%、海外の56.3%が次回来場を希望

●ビジネスデイ海外来場者 地域/国内別内訳

地域	国・地域別割合 (%)	地域	国・地域別割合 (%)		
アジア	日本(在日外国人)	17.0%	欧州	ベラルーシ	0.3%
	台湾	13.3%		アイスランド	0.3%
	韓国	12.2%		オランダ	0.2%
	中国	11.1%		アイルランド	0.1%
	香港	7.3%		イタリア	0.1%
	シンガポール	4.3%		ウクライナ	0.1%
	タイ	3.0%		スイス	0.1%
	インドネシア	1.2%		ハンガリー	0.1%
	マレーシア	0.9%		ブルガリア	0.1%
	ベトナム	0.6%		ノルウェー	0.1%
	フィリピン	0.4%		ロシア	0.1%
	インド	0.2%		オーストラリア	0.5%
	米国	13.6%		ニュージーランド	0.1%
	カナダ	1.1%		クウェート	0.4%
欧州	ドイツ	1.9%	サウジアラビア	0.3%	
	英国	1.7%	U A E	0.1%	
	フランス	1.2%	アルゼンチン	0.1%	
	フィンランド	0.9%	チリ	0.1%	
	スペイン	0.8%	ブラジル	0.1%	
	ポーランド	0.8%	メキシコ	0.1%	
	スウェーデン	0.7%	不明	2.0%	
	チェコ	0.4%			

※在日外国人は「日本」として集計
 ●ビジネスデイに窓口で受付した海外来場者1,379人の内訳
 ●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

アジアからの来場者が全体の71.4%



11. 一般来場者アンケート

調査概要

【調査方法】国内：東京ゲームショウ2013の会場内(ホール2, 4, 9)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2,148名に調査依頼メールを送付。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2013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：1,132件 海外：561件(回収率26.1%)

【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

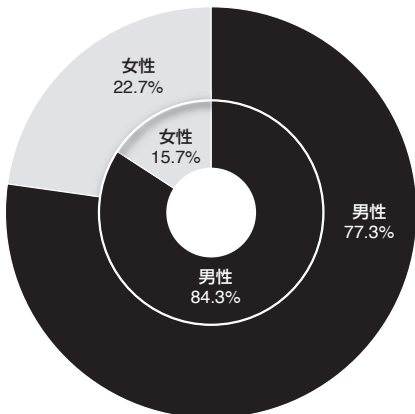
＜企画主体＞日本テレネット株式会社

海外：日経BPコンサルティング

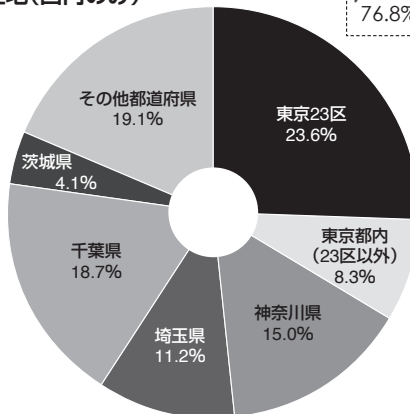
●円グラフの見方



●性別

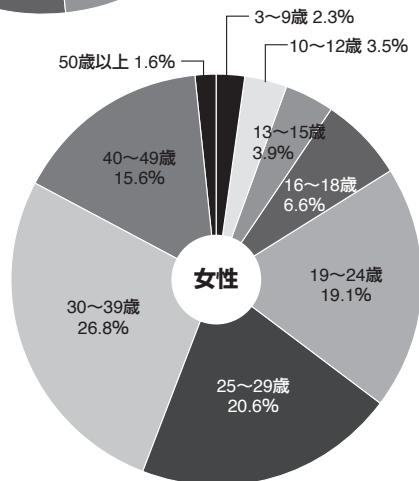
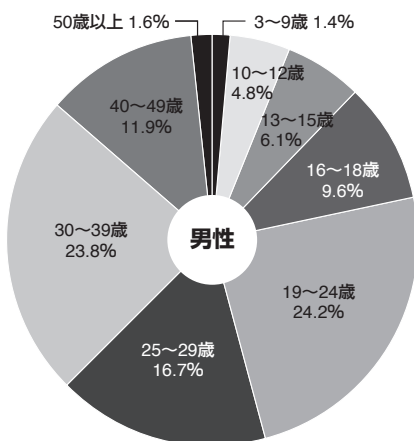
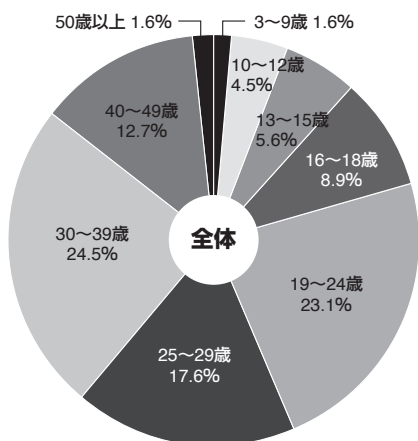


●居住地(国内のみ)



76.8%が1都3県から来場

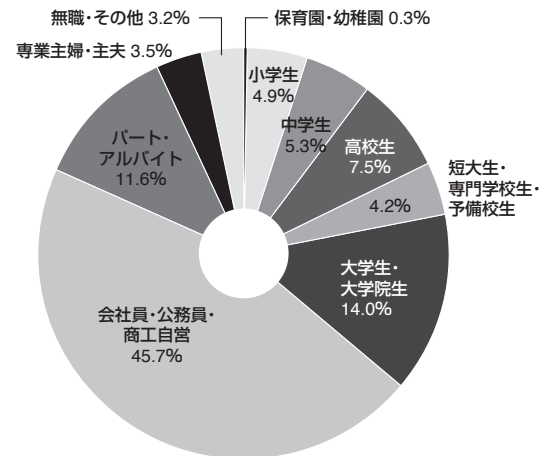
●年齢(国内のみ)



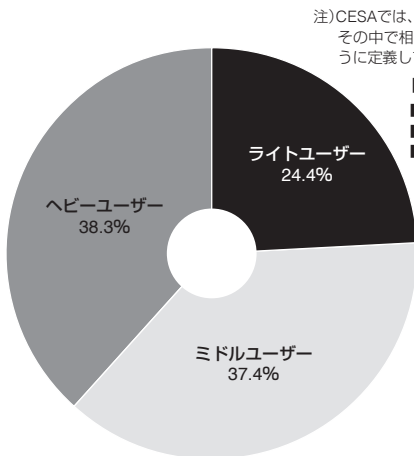
女性と比較すると「13~24歳」の層が多い

男性と比較すると「25~49歳」の層が多い

●職業(国内のみ)



●ゲームプレイ頻度(国内のみ)



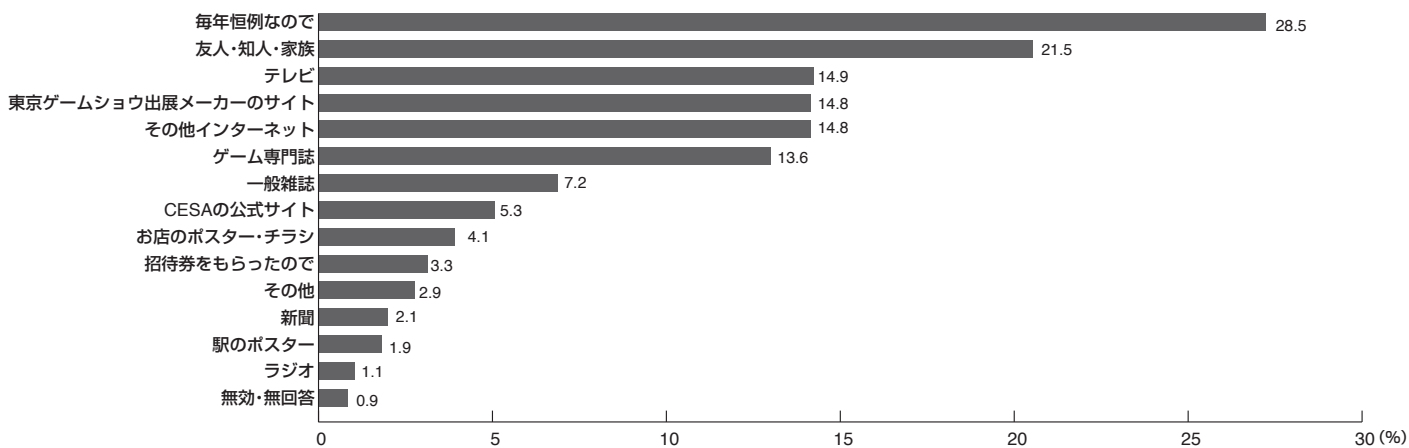
注)CESAでは、東京ゲームショウ来場者を「ゲームユーザー」と位置づけ、その中で相対的ゲームプレイ頻度の高低によって3分類し、以下のよう定義しています。

【ゲームプレイ頻度別分類】

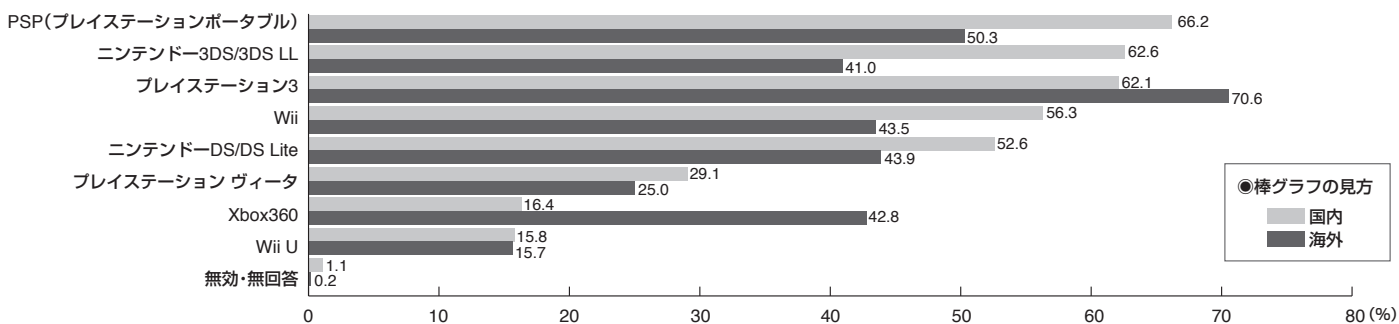
- ライトユーザー：ゲームをプレイするのが週に1日以下
- ミドルユーザー：週に2~5日ゲームをプレイ
- ヘビーユーザー：ほとんど毎日ゲームをプレイ

ライト、ミドル、ヘビーがバランス良く来場

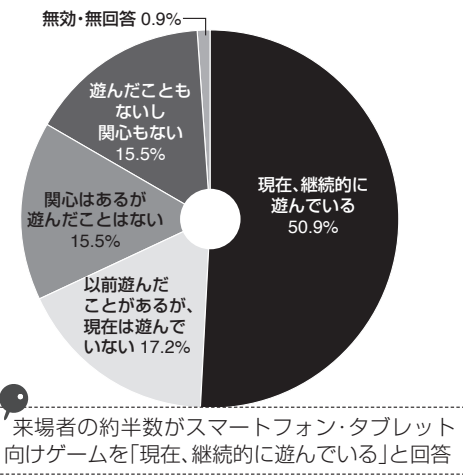
●東京ゲームショウの認知経路(MA)(国内のみ)



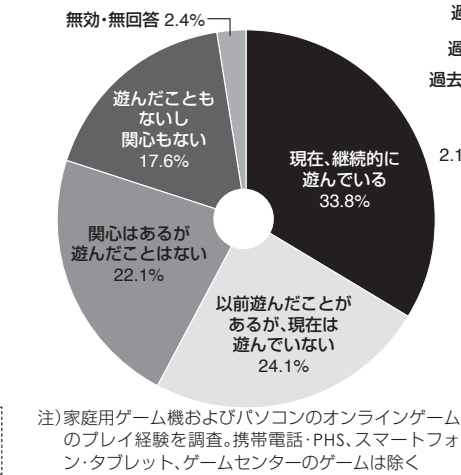
●保有ハードウェア※PC・携帯電話は除く



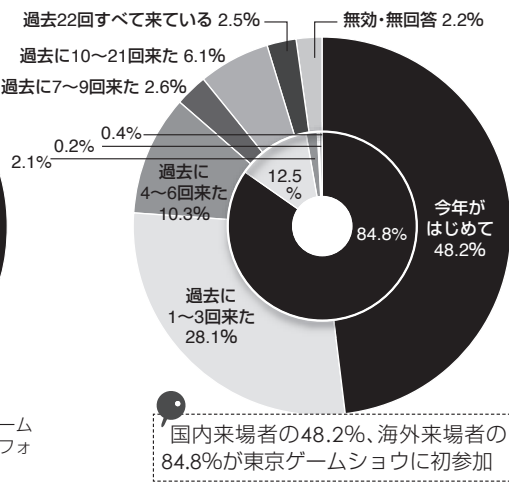
●スマートフォン・タブレット向けゲームのプレイ経験(国内のみ)



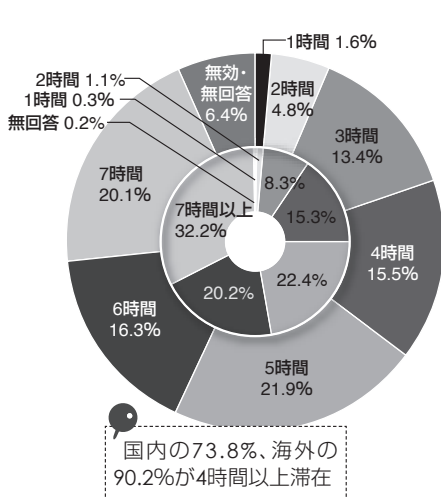
●オンラインゲームのプレイ経験(国内のみ)



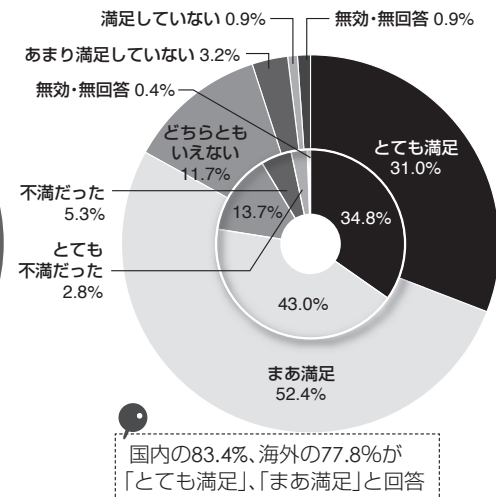
●過去の東京ゲームショウへの来場回数



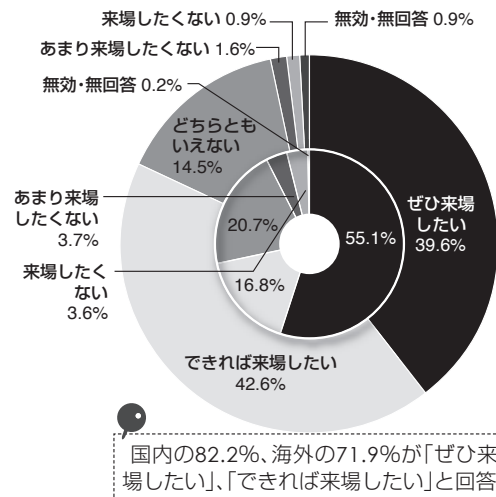
●滞在時間



●満足度



●次回の来場意向





12. 出展社アンケート

調査概要

【調査方法】東京ゲームショウ2013の出展社に対し、調査協力依頼メールを配信。

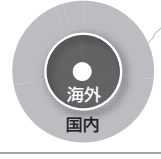
日経BPコンサルティングのインターネット調査システム「AIDA」で回答を受け付けた。

【調査期間】2013年10月11日(金)～2013年10月21日(月)

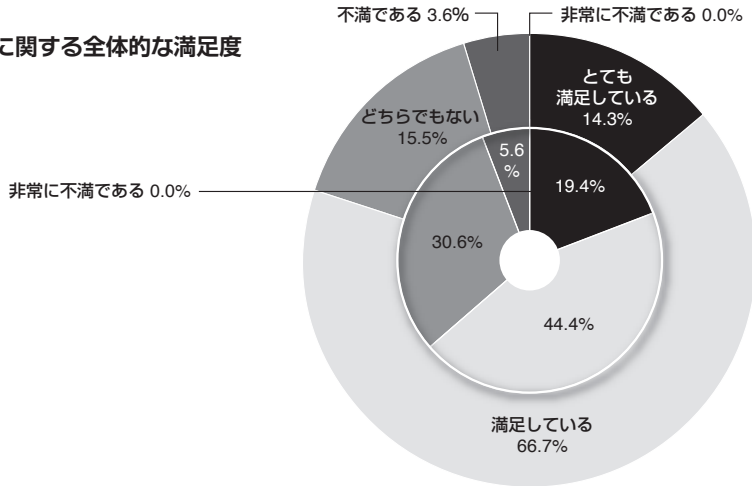
【有効回答数】国内:84件 海外:36件

【調査実施】日経BPコンサルティング

●円グラフの見方

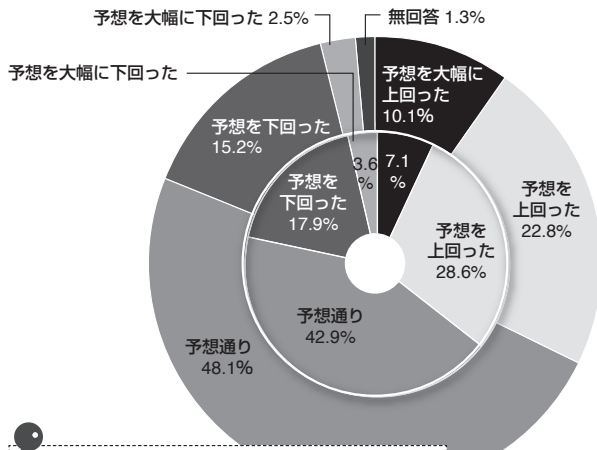


●出展に関する全体的な満足度



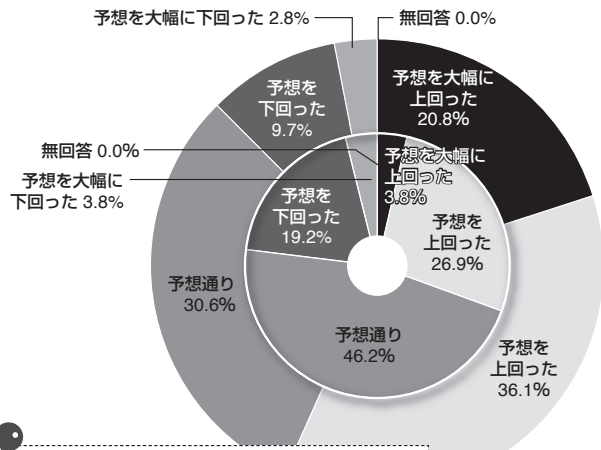
国内の81.0%、海外の63.8%が「とても満足している」「満足している」と回答

●貴社ブースへの来客数(ビジネスディ)



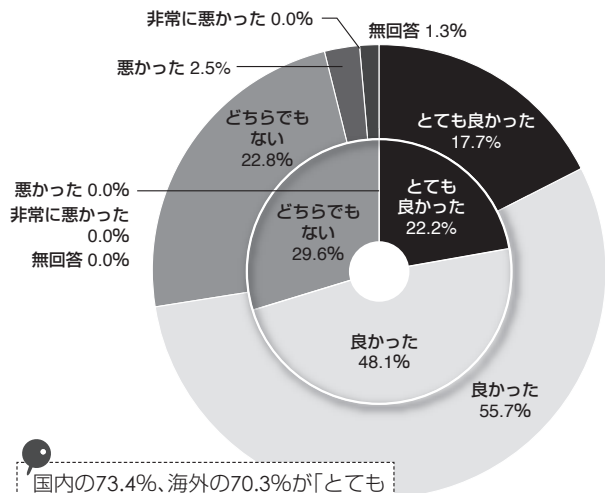
国内の32.9%、海外の35.7%が「予想を大幅に上回った」「予想を上回った」と回答

●貴社ブースへの来客数(一般公開日)



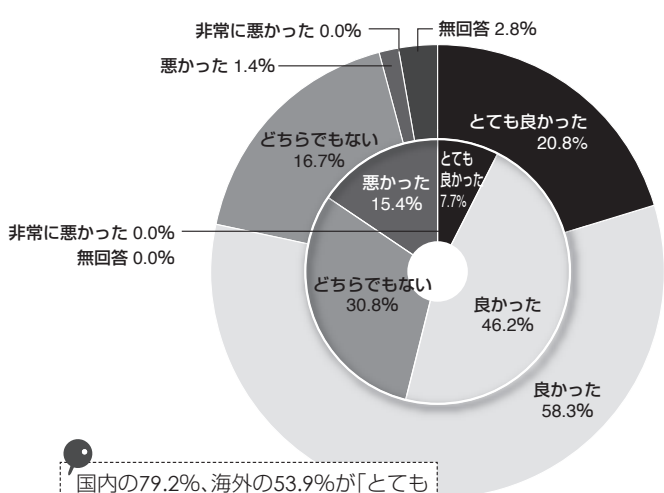
国内の56.9%、海外の30.7%が「予想を大幅に上回った」「予想を上回った」と回答

●来場者の質(ビジネスディ)



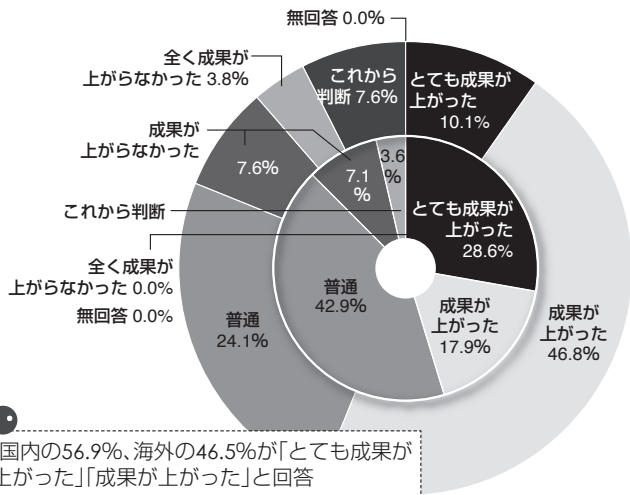
国内の73.4%、海外の70.3%が「とても良かった」「良かった」と回答

●来場者の質(一般公開日)



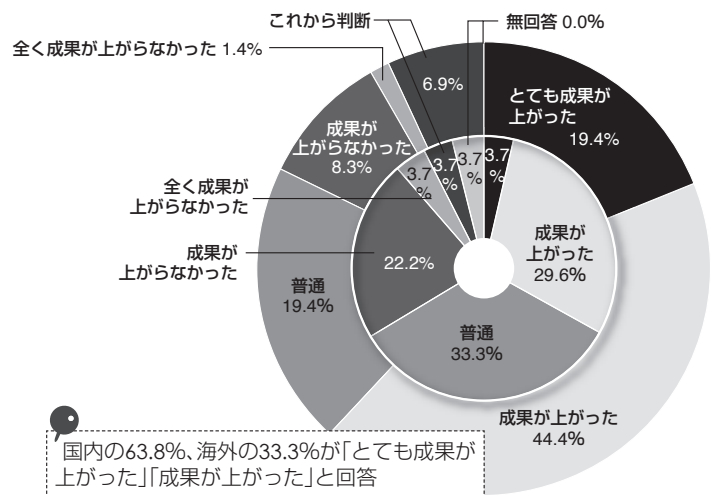
国内の79.2%、海外の53.9%が「とても良かった」「良かった」と回答

●出展成果(ビジネスデイ)



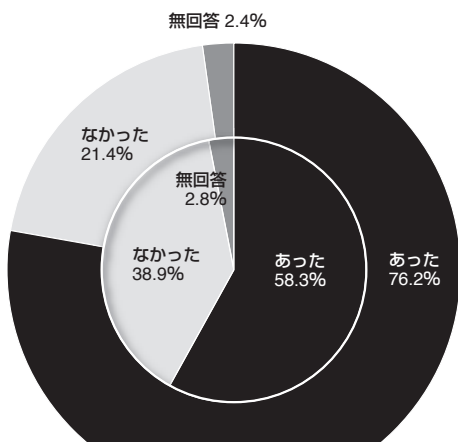
国内の56.9%、海外の46.5%が「とても成果が上がった」「成果が上がった」と回答

●出展成果(一般公開日)



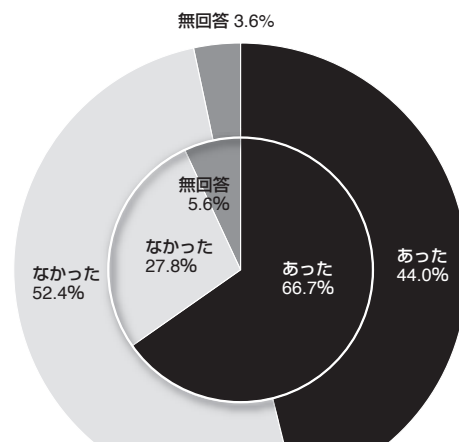
国内の63.8%、海外の33.3%が「とても成果が上がった」「成果が上がった」と回答

●会期中の日本のメディアによる取材の有無



国内の76.2%、海外の58.3%が「会期中の日本のメディアによる取材があった」と回答

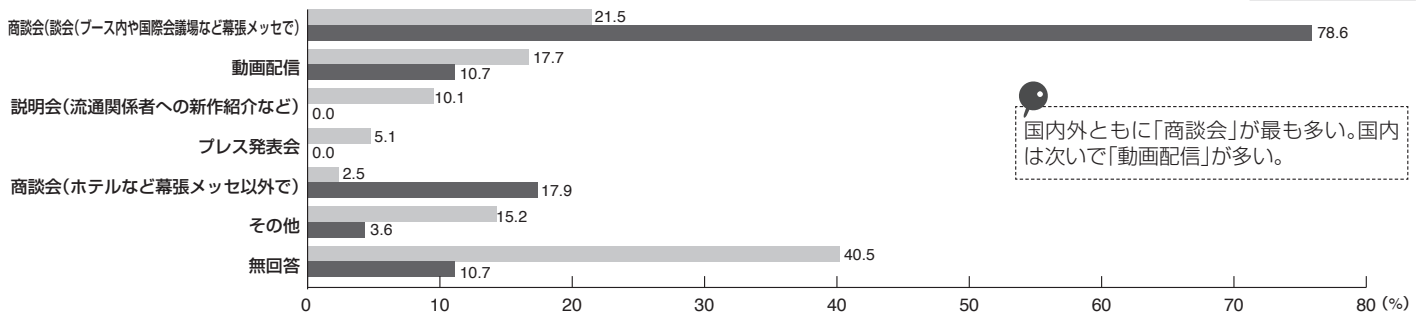
●会期中の海外のメディアによる取材の有無



国内の44.0%、海外の66.7%が「会期中の海外のメディアによる取材があった」と回答

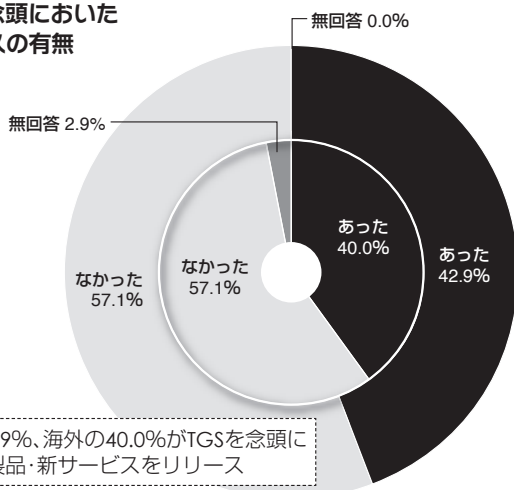
●棒グラフの見方
■ 国内
■ 海外

●ビジネスデイで実施した企画(MA)



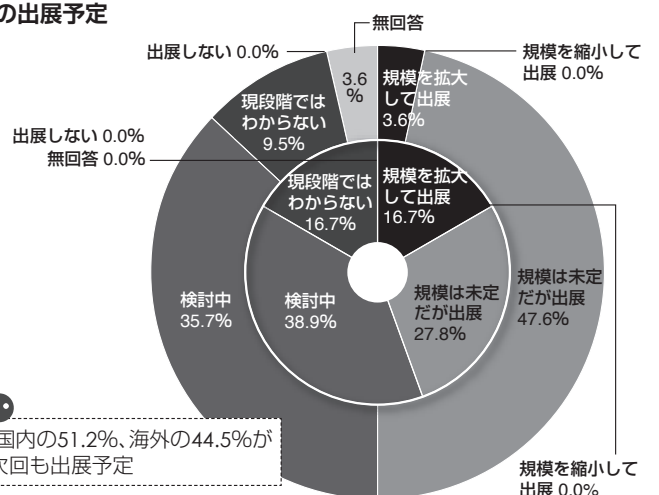
国内外ともに「商談会」が最も多い。国内は次いで「動画配信」が多い。

●TGSを念頭においたリリースの有無



国内の42.9%、海外の40.0%がTGSを念頭において新製品・新サービスをリリース

●次回の出展予定



国内の51.2%、海外の44.5%が次回も出展予定

13. 日本ゲーム大賞 2013

第17回目となる「日本ゲーム大賞2013」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」に加え、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2013」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しました。

「年間作品部門」は、2013年4月8日～7月19日までの間、一般投票を実施。これにより選出した911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。

今年度の一般投票では世代や性別を問わず支持されたゲーム要素などが評価され、優秀賞11作品の中から「とびだせ どうぶつの森」が見事大賞を受賞しました。



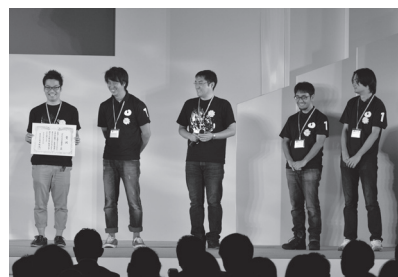
また、ゲームデザイナーズ大賞は、桜井政博氏を審査委員長に計10人のクリエイターが審査員として、受賞作品を決定。今年度の受賞作品は「The

Unfinished Swan」(開発元: Giant Sparrow/日本国内での発売・販売元: 株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント)となりました。

「アマチュア部門」は3月11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。今年は昨年より16%減の282作品の応募がありました。これらの作品に対し、クリエイターや業界誌編集者によるVTR審査と試遊審査を行い、10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2013の会期中、9月19日(木)～21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、11作品を今後が期待される作品として選出しました。

「経済産業大臣賞」は、スマートフォン対応ゲームとして社会的なムーブメントを起こし、スマートフォンのゲームユーザー層を拡大するなどゲーム産業の発展に貢献したことが評価され、「パズル&ドラゴンズ開発チーム」に贈られました。



「日本ゲーム大賞2013」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19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 鷗之澤 伸

【ご挨拶】経済産業省副大臣 菅原 一秀

(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	とびだせ どうぶつの森	3DS	任天堂株式会社
ゲーム デザイナーズ大賞	The Unfinished Swan	PS3オンライン配信専用 タイトル	Giant Sparrow 株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
	スーパーダンガンロンパ2 さよなら絶望学園	PSP	株式会社スパイク・チュンソフト
優秀賞	SOUL SACRIFICE(ソウル・サクリファイス)	PS Vita	株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント
	とびだせ どうぶつの森	3DS	任天堂株式会社
	ドラゴンクエストX 目覚めし五つの種族 オンライン	Wii / Wii U / PC	株式会社スクウェア・エニックス
	New スーパーマリオブラザーズ U	Wii U	任天堂株式会社
	バイオハザード6	PS3 / Xbox360 / PC	株式会社カプコン
	ファンタシースターオンライン2	PS Vita / PC	株式会社セガ
	ファンタジーライフ	3DS	株式会社レベルファイブ
	ブレイブリーデフォルト フライングフェアリー	3DS	株式会社スクウェア・エニックス
	ポケットモンスターブラック2・ホワイト2	DS	株式会社ポケモン
	ルイージマンション2	3DS	任天堂株式会社
特別賞	パズル&ドラゴンズ	iOS / Android OS/ Kindle Fire	ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社
ベストセールス賞	とびだせ どうぶつの森	3DS	任天堂株式会社
グローバル賞	コール オブ デューティ ブラックオプスII	PS3/Xbox360/Wii U/PC	Activision/Treyarch

※PS3: PlayStation®3/PSP: PSP®(PlayStation®Portable)/PS Vita: PlayStation®Vita/DS: ニンテンドーDS及びDS Lite、DSi、DSi LL/3DS: ニンテンドー3DS及び3DS LL /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21日(土)10:30~11:30

【司会】鷺崎 健、藤井 祥子

【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ソーシャルゲーム プロデュース、ディレクション担当 屋島 新平

(株)コナミデジタルエンタテインメント

代表作:ときめきメモリアル、悪魔城ドラキュラシリーズ 五十嵐 孝司

(株)スクウェア・エニックス

代表作:『FINAL FANTASY LEGENDS -光と闇の戦士-』他 時田 貴司

(株)セガ

代表作:ぷよぷよシリーズ、ソニックメガコレクションシリーズ 細山田 水紀

(株)ディー・エヌ・エー

代表作:ポップンシティ、ガンダムカードコレクション 鈴木 利宣

(株)バンダイナムコスタジオ

代表作:ゴッドイーターシリーズ 吉村 広

(株)アスキーメディアワークス

電撃PlayStation編集部 副編集長 千木良 章

(株)エンターブレイン

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。

「アマチュア部門」の受賞作品は「東京ゲームショー2013」会期中、ホール2にて試遊ブースを設置。各タイトルともに、試遊待ちの列ができるなど大盛況のうち終了しました。



【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	Toy Revo(トイレボ)	DS	HAL大阪 / Team Toy Revo
優秀賞	Re(アールイー)	DS	HAL大阪 / PROJECT Re
	Toy Revo(トイレボ)	DS	HAL大阪 / Team Toy Revo
	TRI(トライ)	DS	HAL名古屋 / TEAM TANDS
	TRANTH(トランス)	PC	HAL大阪 / 口コミProject
	モノクロルートクリエイター	PC	HAL大阪 / Project Monochrome
佳作	画針 —0.001里の道—(ガバリ 0.001リノミチ)	スマートフォン/タブレット	名古屋工学院専門学校 / GPU_RETURNS
	クリエイト&クライミング	PC	HAL大阪 / 山内 亮磨
	CHAIN(チェイン)	PC	HAL大阪 / A-Mail PROJECT
	Line Slash(ラインスラッシュ)	DS	HAL大阪 / ひねくれん
特別賞	Food Practice Shooter(フードプラクティスシューター)	PC	小坂 崇之

DS: ニンテンドーDS及びDS Lite/PC: Windows®

(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22日(日)12:00~13:30

【司会】板倉 俊之(インパルス)、前田 美咲

【講評】日本ゲーム大賞選考委員 (株)エンターブレイン代表取締役社長 浜村 弘一(代読:前田 美咲)

(敬称略)



◎受賞社の代表者



写真左端から(上段)●英雄伝説 閃の軌跡 ●キングダム ハーツIII●ゴッドイーター2 ●戦国BASARA4 (中段)●タイタンフォール●deep down ●パズドラZ
(下段)●バトルフィールド 4 ●ファイナルファンタジーXV ●METAL GEAR SOLID V THE PHANTOM PAIN ●龍が如く 維新!

「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	PS3 / PS Vita	日本ファルコム株式会社
キングダム ハーツIII	PS4 / Xbox One	株式会社スクウェア・エニックス
ゴッドイーター2	PS Vita / PSP	株式会社バンダイナムコゲームス
戦国BASARA4	PS3	株式会社カプコン
タイタンフォール	Xbox One	エレクトロニック・アーツ株式会社
deep down	PS4	株式会社カプコン
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
バトルフィールド 4	PS4 / PS3 / Xbox One / Xbox 360 / PC	エレクトロニック・アーツ株式会社
ファイナルファンタジーXV	PS4 / Xbox One	株式会社スクウェア・エニックス
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
龍が如く 維新!	PS4 / PS3	株式会社セガ

※ PS4:PlayStation®4 / PS3:PlayStation®3 / PS Vita:PlayStation®Vita / PSP:PSP®(PlayStation®Portable) / Xbox 360:Xbox 360® /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)



14. 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19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発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13%増の4,516人、取材媒体数は同11%増の1,831媒体となり、取材者数は歴代3位となりました。

また、メディア掲載件数では前年比56%増の3,364件となり大幅増となりました。Webが前年比で75%増、テレビは同38%増と

なり、ソーシャルメディアでの拡散が期待できるWebと、影響力の高いテレビでの露出増を達成しました。

海外からの取材は、人数で前年比23%増となる1,288人、媒体数で同13%増となる614媒体となりました。とりわけ、ヨーロッパ、中南米地域が大幅に増加しており、これらの地域での日本のゲーム産業や文化に対する関心の高まりを反映する結果となりました。

●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	3	1	121	86	902	1,113
会期中	62	6	177	14	1,681	1,940
会期後	54	4	46	54	153	311
合計	119	11	344	154	2,736	3,364
2012年	86	7	342	154	1,562	2,151

●会期中媒体件数/取材者数

媒体カテゴリ	9月19日(木)		9月20日(金)		9月21日(土)		9月22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	258	650	121	287	96	191	50	140	525	1,268
2 新聞	33	65	17	31	15	40	9	22	74	158
3 通信	11	25	6	11	6	19	4	8	27	63
4 テレビ(衛星放送/CATV)	19	32	14	25	10	28	5	31	48	116
5 テレビ(地上波)	34	222	22	77	22	47	14	33	92	379
6 編集プロダクション/フリー/その他	21	47	18	56	11	33	10	14	60	150
7 ラジオ	19	50	13	21	8	15	4	9	44	95
8 雑誌	133	492	117	289	49	131	48	87	347	999
9 海外メディア	229	536	201	414	123	226	61	112	614	1,288
合計	757	2,119	529	1,211	340	730	205	456	1,831	4,516
2012年	9月20日(木)		9月21日(金)		9月22日(土)		9月23日(日)		合計	
	719	1,841	469	1,172	278	594	178	381	1,654	3,988

●海外媒体内訳

報道対象地域	人数				のべ人数			媒体数			報道対象地域	人数				のべ人数			媒体数					
	19日	20日	21日	22日	2013	2012	前年比	2013	2012	前年比		19日	20日	21日	22日	2013	2012	前年比	2013	2012	前年比			
アジア	日本(在日海外)	56	60	20	23	159	167	-8	▼	91	98	-7	▼											
	中国	36	33	15	12	96	73	23	△	39	25	14	△											
	香港	34	24	5	4	67	59	8	△	42	41	1	△											
	台湾	27	24	12	-	63	97	-34	▼	37	50	-13	▼											
	韓国	29	12	7	6	54	71	-17	▼	20	31	-11	▼											
	シンガポール	12	12	11	5	40	30	10	△	16	14	2	△											
	タイ	10	5	4	-	19	18	1	△	8	6	2	△											
	マレーシア	5	4	5	-	14	8	6	△	9	9	-	-											
	インドネシア	3	3	2	1	9	29	-20	▼	5	8	-3	▼											
	フィリピン	4	1	-	-	5	2	3	△	2	2	-	-											
ミャンマー*1	-	1	1	1	3	-	3	△	3	-	3	△												
ヨーロッパ	フランス	55	42	25	9	131	86	45	△	47	38	9	△											
	イタリア	25	17	12	7	61	14	47	△	28	12	16	△											
	ドイツ	28	17	7	4	56	22	34	△	28	17	11	△											
	イギリス	24	16	6	4	50	16	34	△	27	20	7	△											
	スペイン	22	13	5	-	40	18	22	△	21	16	5	△											
	スウェーデン	6	3	2	3	14	6	8	△	8	2	6	△											
	ロシア	5	4	5	-	14	11	3	△	9	4	5	△											
	オランダ	4	2	4	-	10	9	1	△	5	5	-	-											
	北米/中南米	アメリカ	77	65	41	14	197	230	-33	▼	85	103	-18	▼										
		メキシコ	19	8	15	9	51	18	33	△	18	8	10	△										
カナダ		8	8	6	2	24	2	22	△	15	1	14	△											
ブラジル		5	5	2	3	15	9	6	△	8	8	-	-											
アルゼンチン*1		-	-	-	-	2	2	-	△	1	-	1	△											
チリ*1		1	-	-	-	1	-	1	△	1	-	1	△											
オセアニア		オーストラリア	27	22	10	-	59	30	29	△	20	15	5	△										
		ニュージーランド	1	1	-	-	2	5	-3	▼	2	1	1	△										
合計		536	414	226	112	1,288	1,051	237	△	614	545	69	△											

*1: 昨年不参加国

*2: TGS2012参加/TGS2013不参加国→チェコ、UAE(本リストには記載なし)

合計は*2の国の人数を含む
TGS2012合計は*2の媒体含む

15. 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。

どこまでも続いていく進化により、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。2013年は「GAMEは進化し続ける。」をテーマに掲げ、メインビジュアルではゲームの本質的な部分(コア)である彼女が、様々な種類のデバイス、ツールを身にまとい、今まさに、想像を超えた何かに姿を変えようとしている様子を表現しています。

●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サポータ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、スペイン語、中国語、韓国語の5言語で情報発信。



●公式Webサイト、公式モバイルサイト

【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。また、今年は新たにスマートフォンにも対応しました。

※公式モバイルサイトは日本語のみ。

●公式ガイドブック

会場内で無料配布



●新聞広告(紙面)

【掲載媒体】9月20日(金)日経新聞夕刊(全国版)、9月21日(土):日経新聞夕刊(東京本社版)



●雑誌広告



●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、海外ゲーム関連媒体などに掲載、配信。



【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、Game Developer Conference公式ガイドブックなど21媒体50ページ。





16. 会場風景

●ビジネスデイ受付



●一般公開日



●ファミリーコーナー



●入場ゲート



●手荷物検査



●連絡橋



●展示ブース



●飲食コーナー



●プレス



●会場内広告

会場内外の表示物などを広告媒体として出展社に提供し、スポンサーシップをいただきました。



次回開催案内

[名称] 東京ゲームショウ2014

[会期(予定)] 2014年9月18日(木)▶9月21日(日)

[会場] 幕張メッセ

東京ゲームショウ2013
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.