

コアイベント

東京ゲームショウ2023

TOKYO GAME SHOW 2023

会 期：2023年9月21日（木）～24日（日）
会 場：幕張メッセ
主 催：（一社）コンピュータエンターテインメント協会
共 催：（株）日経BP／（株）電通
後 援：経済産業省
対 象：コンピュータエンターテインメント業界関係者および一般
公式サイト URL：https://tgs.cesa.or.jp

総来場者数（参加数）：243,238人
出展社数：787社（過去最多）
内 訳：（国内出展社数：381社 海外出展社数：406社）
出展参加国と地域数：44の国と地域
ビジネスマッチング
・登録アカウント数：7,786
・商談申込数：19,123
・商談成立数：2,355
プレス社数：延べ1,436媒体 3,488人
内訳（国内プレス社数：延べ979媒体 2,575人 海外プレス社数：延べ457媒体 913人）

■開催内容

TGS2023は787の企業・団体が出展。リアル会場は4年ぶりに幕張メッセ全館を利用し、ファミリーゲームパークやコスプレエリアが復活。イベントホールに設置したメインステージでは、「基調講演」や「日本ゲーム大賞発表授賞式」などの主催者プログラムその他、初の試みとして、音楽やファッションとのコラボステージも実施した。

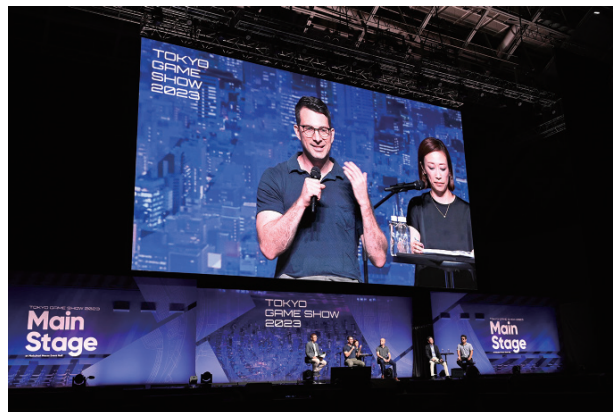
また、主催者および出展社による公式番組の配信、バーチャル会場の「東京ゲームショウVR 2023」（略称：TGSVR2023）、Steam特設サイトなどのオンライン企画も用意し、過去最大規模のハイブリッド開催となった。

オンライン企画として2020年から実施している公式番組は、TGSのYouTube公式チャンネルやX（Twitter）公式アカウント、ニコニコやSteamのTGS特設ページなどさまざまなプラットフォームで配信。中国向けにはDouYu、bilibili、HUYAといった動画メディア、欧米向けには世界最大級のゲームメディアであるIGNと連携して配信した。

ほとんどの番組は日本語版に加えて、英語の同時通訳版や字幕付き版も用意。一部の番組は、中国語の同時通訳付きも配信し、海外の方々にも多数ご視聴いただいた結果、ライブ配信とアーカイブ配信を合わせた総視聴数は2,240万回となった（期間：9月21日～10月2日）。

3年目となったTGSVR2023も9月21日（木）からオープン。昨年より会期を延ばし、10月8日（日）までの18日間開催したほか、新たにスマートフォンでの体験も可能にした。来場者はゲームの世界に入り込み、クエストやシアターを楽しみながら、旅するように会場をまわることができ、トータル来場者数は319,967人、平均滞在時間は約48分と多くの方に参加頂いた。

ゲームは、コロナ禍にあって、人と人をつなげるエンターテインメントとして、その価値が大いに注目された。また、eスポーツ、ゲーム実況など、ゲームの楽しみ方の多様化が進み、ゲーミングPCやゲーミング家具などの関連商品も拡大している。メタバースやNFTといった技術はゲームから広がりを見せ、ゲームで培われた技術が他の産業でも活用されるようになった。ゲームの影響力は大きくなり、ゲームビジネスへの新規参入も増えている。こうしたゲーム産業の進化・拡大を受けて、TGS2023は、「ゲームが動く、世界が変わる。」をテーマに完全復活を遂げることができた。



東京ゲームショウ2023

TOKYO
GAME SHOW 2023

■ 2023年度の新規取り組みとその成果・特色など

① 新たな出展コーナーの設置

ゲームの楽しみ方や多様化、ゲーム産業のすそ野の広がりを受け、ゲーム用PCや周辺機器などを展示する「ゲーミングハードウェアコーナー」、ゲーミング家具やゲーム部屋等を紹介する「ゲーミングライフスタイルコーナー」を新設しゲーム業界外からの出展を確保。東京ゲームショウにおける新たなビジネス展開の可能性を見いだせた。

② メインステージにおける新企画の実施

イベントホールにメインステージを開設し、より多くの人にゲームの楽しさを知っていただくことを目的に「ゲームとカルチャーの融合」をテーマにしたコンセプトを体現すべく、ファッション、音楽、eスポーツなど様々な要素と融合したステージコンテンツ企画を実施。

新たなゲームショウの形をユーザーやメディアにPRすることができた。

③ インフルエンサーによる情報発信の強化

TGS2023では、情報をグローバルに発信することを目的に、アジア・パシフィックの各国・地域を代表するインフルエンサーを対象に「Official Influencer From Asia-Pacific」を初めて募集。選考の結果、10の国・地域からオフィシャルインフルエンサーを選出し、TGSで発表される最新ゲーム情報や会場の様子などを自身のチャンネルで発信した。

また、更なる情報発信力のアップを目的に、ゲーム実況などを動画サイトやSNSで配信しているインフルエンサーをビジネスディから積極的に誘致。主催者や出展者が招待したインフルエンサーに加えて、基準をクリアした一般インフルエンサーが来場し、TGSの盛り上がりを多くの人に伝えることが出来た。

④ ゲームとプロセッサの歩み

90年代から現代までのゲームコンテンツとプロセッサの関わりにフォーカスし、コンピュータエンターテインメントがたどってきた歩みを体系的に網羅したパネル展示「ゲームとプロセッサの歩み」を実施。トピックに合わせて登場した代表的なゲームコンテンツを現代のPC上でエミュートし、試遊できる環境を提供した。

