

任天堂のネットワーク戦略に対する考察

内田 大暁

【要旨】

ゲーム産業は今までの媒体を通して消費者に届けられていた時代からダウンロードやネットワークサービスなどの媒体を通さないコンテンツが大きくなっている。そのような現状をソニー、任天堂の戦略などから読み解き、今後どのような戦略を取るべきかを考察する。音楽産業にある360度ビジネスを元に、ゲーム産業に当てはまるようにしたゲーム産業のネットワークサービスにおける360度ビジネスを考案した。それらを任天堂、ソニーに当てはめ実行可能かを考察すると共に今後のゲーム市場のあり方を考察する。

【講評】

ゲーム産業業界は近年、大きく様変わりをしている。すなわち、従来はCDや映画セルのように媒体を通じて消費者に届けられていたが、最近ダウンロードやネットワークサービスなどの媒体を通さないコンテンツの比重が大きくなっている。本論文は、そうしたゲーム産業業界を取り巻く環境の変化を踏まえ、企業の戦略の質的变化を分析し将来のゲーム市場の動向を予測している。本論文が戦略分析の対象として取り上げたのは任天堂とソニーの2社である。筆者はこの2社の戦略比較を関連資料の考察を通じて丹念に行っており、とりわけ異業種である音楽産業における360度ビジネスを参考にしながら、ゲーム産業のネットワークサービスにおいて360度ビジネスの可能性について論じている点は興味深い。変化の激しい当該業界において将来の予測を行うことは容易ではないが、議論の進め方においてきちんとした論理的なステップが踏まれている。全体として優秀卒業論文賞にふさわしい内容に仕上がっているといえる。