

コアイベント

東京ゲームショウ2020 オンライン

TOKYO GAME SHOW 2020

会 期：2020年9月23日(水)～27日(日)
会 場：オンライン
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：<https://tgs.cesa.or.jp/>

総視聴回数：31,606,942回

YouTube	4,050,963	(英語：236,828 中国語：45,049 含む) ※ユニーク視聴者数152万人
Twitter	7,511,301	(英語：31,841 中国語：7,710 含む)
Niconico	1,726,014	
Twitch	875,350	(約9割がAmazon特設サイト 英語：10,203 含む)
TikTok LIVE	98,012	
Douyu (中国)	1,069,377	
Bilibili (中国)	2,315,761	
Douyin/Xigua/Toutia (中国)	10,590,828	
IGN (欧米ほか)	3,369,336	

※9月24日から10月4日までの公式番組の視聴回数

出展社数：424社 (国内出展社数：203社 海外出展社数：221社)

出展参加国と地域数：34の国と地域

■開催内容

東京ゲームショウ2020は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、幕張メッセでの開催を中止し、初めて完全オンラインでの開催となった。

「東京ゲームショウ2020 オンライン」には、424社が出展し、そのうち半数以上の221社が海外からとなり、グローバルイベントとしての注目度の高さが改めて明らかになった。

9月23日(水)から、ビジネス関係者を対象としたオンライン商談がスタートし、9月24日(木)から27日(日)までは、出展社が最新情報等を紹介した「公式出展社番組」35番組のほか、主催者番組として、「未来は、まずゲームにやってくる。」をテーマに議論した「基調講演」やオフィシャルサポーターのはじめしゃちょーさんが参加した「オープニング番組」「エンディング番組」、eスポーツ大会番組「e-Sports X」、インディーゲーム開発者のプレゼンイベント「センス・オブ・ワンダー ナイト (SOWN)」などを実施した。また、例年、東京ゲームショウのイベントステージで開催していた「日本ゲーム大賞」についても各部門の発表・授賞をオンラインで配信。TGS会期中には、51の公式番組を配信した。

「基調講演」「日本ゲーム大賞 年間作品部門」「センス・オブ・ワンダー ナイト」などは英語による配信も行ったほか、一部出展社は中国語による配信も実施するなど、世界各国に向けて情報を発信した。

公式番組の総視聴回数は、国内外で3,160万回以上となった(集計期間：9月24日～10月4日)。

また、今回初めてアマゾンジャパンと連携し、Amazon特設会場にて番組配信や、出展社の関連グッズの販売を実施した。

会期中はBtoBのオンライン商談も活発に行われ、リニューアルした「TGS ビジネス マッチングシステム」は5日間で40カ国・地域の企業・団体が利用し、商談申込数は前年比36%増の6,500件に上った。国際商談の比率は全体の73%を占め、なかでも中南米の参加が増えて今年は4カ国36社(昨年は3カ国17社)が利用した。

今回は完全オンライン開催となったが、世界に向けて最新情報を発信する国際的展示会として、ゲームビジネスにおけるハブとしての役割を果たす結果となった。

