

生成 AI と日本のゲーム産業：戦略の分岐と未来への軌跡

Gemini Deep Research

エグゼクティブサマリー

本レポートは、日本の大手ゲーム企業における生成 AI（人工知能）の活用動向について、詳細な分析を提供するものである。2023 年から 2025 年にかけて、日本のゲーム業界は、これまで水面下で進められてきた AI 研究開発から、具体的な戦略と活用事例を公にする大きな転換点を迎えた。この動きは単なる技術的流行ではなく、AAA（トリプルエー）タイトルの開発費高騰という深刻な経営課題への戦略的対応という側面を強く持つ。

本分析の結果、主要企業各社がそれぞれ独自のアプローチを採っていることが明らかになった。セガは「生成 AI 委員会」の設置に象徴されるように、ガバナンスとリスク管理を最優先する水平的な基盤構築を進めている。一方、カプコンはアイデア出しや QA（品質保証）といった開発パイプライン上の特定のボトルネックを解消するため、AI を「外科手術的」に導入する垂直的な効率化を追求している。

これら二社とは対照的に、コロプラは生成 AI を開発ツールとしてだけでなく、プレイヤー体験の核となるゲームメカニクスそのものに組み込むという、革新的かつ高リスクな戦略を採っている。同社の『神魔狩りのツクヨミ』は、プレイヤーの行動に応じて AI が世界に一枚だけのカードを生成するという、ゲームの価値を「静的な製品」から「動的なパーソナライズド・サービス」へと転換させる試みである。

さらに、スクウェア・エニックスやバンダイナムコは、専門部署を設置して基礎技術の研究開発を着実に進める「バランスの取れた探求者」として位置づけられる。対して任天堂は、自社 IP の独創性を守るため、コンテンツ生成における AI 活用には明確に慎重な姿勢を示し、技術的な AI（NVIDIA DLSS など）の活用に留めるという、他社とは一線を画す戦略を採っている。

しかし、これらの先進的な取り組みには、著作権法における「依拠性」の判断の難しさといった法的な不確実性という大きな障壁が存在する。このリスクが、多くの企業が内部的な業務効率化に AI 活用を留める一因となっている。

今後の展望として、業界は「プレイヤー体験のハイパー・パーソナライゼーション」と「開発プロセスのハイパー・ラショナル化（超合理化）」という二つの潮流に向かうと予測される。個々のプレイヤーに最適化されたゲーム体験の提供と、データ駆動型の効率的な開発パイプラインの構築。この両輪をいかにして実現するかが、次世代のインタラクティブ・エンターテインメントにおける競争優位性を決定づけるだろう。本レポートは、この変革期における各社の現在地と、未来に向けた戦略的示唆を提示するものである。

1. 新たなフロンティア：生成 AI の日本ゲーム開発への浸透

1.1. 転換点：慎重な実験から公の戦略表明へ

近年のゲーム業界、特に日本の大手パブリッシャーにおいて、生成 AI に対する姿勢は劇的な変化を遂げた。従来、ゲームにおける AI は、NPC（ノンプレイヤーキャラクター）の経路探索（パスファインディング）や行動パターンの制御といった、確立された技術領域で活用されてきた¹。しかし、大規模言語モデル（LLM）や拡散モデル

（Diffusion Model）に代表される現代的な生成 AI の登場は、このパラダイムを根底から覆し、新たな可能性と課題を提示した²。

特に 2023 年から 2025 年にかけての期間は、業界にとって決定的な転換点となった。これまで各社が水面下で行ってきた研究開発の成果が、具体的な活用事例や明確な戦略として公に示され始めたのである。セガ、コロプラ、カプコンといった主要企業は、相次いで自社の取り組みを明らかにし、生成 AI がもはや単なる実験的ツールではなく、事業戦略の中核に据えられつつあることを市場に印象付けた³。この動きは、技術の成熟度が実用レベルに達したことの証左であると同時に、後述する業界全体の構造的課題に対する、各社の真剣な回答表明でもある。

1.2. 二つの駆動力：効率化と創造性

日本のゲーム企業が生成 AI の導入を加速させる背景には、大きく分けて二つの強力な動機が存在する。それは「効率化の要請」と「創造性の拡張」である。

第一に、そして最も喫緊の課題として挙げられるのが、「効率化の要請」である。特に AAA タイトルの開発は、グラフィックスの高度化やコンテンツ量の増大に伴い、開発費と期間が指数関数的に増加している。カプコンは、この開発費・工数の増大が「ゲームメーカー共通の悩み」とであると明確に指摘しており、AI をこの課題解決のための不可欠なツールと位置づけている⁵。実際に、AI の導入によって開発期間を平均で 30%、コストを 25%削減できたというデータも報告されており、AI がもたらす経済的インパクトへの期待は大きい⁶。

第二の動機は、「創造性の拡張」である。AI は単なるコスト削減ツールに留まらない。人間のクリエイターを支援し、その創造性を増幅させる触媒としての役割が期待されている。例えば、ゲームの世界観を構成する膨大な数のアセットやデザイン案を AI に生成させることで、クリエイターは単純作業から解放され、より本質的な創造的業務に集中できる⁵。さらに、AI がプレイヤーの行動に応じて新たなゲームメカニクスやパーソナライズされた体験を生み出すことで、これまで不可能だった新しいエンターテインメントの形が生まれる可能性も秘めている⁸。

このように、生成 AI の導入は、開発コストの増大という「守り」の課題に対応すると同時に、新たなゲーム体験の創出という「攻め」の戦略を可能にする、二律背反ではない両面的な価値を持つ。この二つの駆動力が、業界全体の AI シフトを強力に後押ししているのである。

1.3. 業界の羅針盤としての CEDEC

こうした業界の動向を観測する上で、日本国内最大のゲーム開発者向けカンファレンスである CEDEC（コンピュータエンターテインメントデベロッパーズカンファレンス）が極めて重要な役割を果たしている¹¹。CEDEC は、各社が自社の技術力や将来のビジョンを披露する主要な舞台であり、近年では生成 AI に関するセッションがその中心的な議題となっている。

セガ、カプコン、コロプラといった企業が CEDEC 2025 で行った講演は、単なる技術発表の場に留まらない。それは、競合他社、投資家、そして将来の才能ある開発者たちに向けた、自社の AI 戦略に関する明確な「戦略的シグナル」である¹²。実際に、セガ

が講演を行ったセッションでは、来場した百数十名の参加者のほとんどが業務で生成 AI を使用していると回答しており、この技術が業界全体でいかに広く、そして深く浸透しているかがうかがえる³。CEDEC における AI 関連セッションの増加と盛況ぶりは、日本のゲーム業界が生成 AI という新たなフロンティアに本格的に乗り出したことを示す、最も信頼性の高い指標と言えるだろう。

2. 実利主義者たち：中核戦略としての効率性とガバナンス

生成 AI の導入において、一部の企業はプレイヤーが直接触れる革新的な機能よりも、まず内部の課題解決、すなわち生産パイプラインの最適化とリスク管理を優先する実利的なアプローチを採っている。この戦略は、AI を事業基盤を強化するための安定的かつ測定可能なツールと位置づけるものであり、セガとカプコンがその代表例である。両社は共に効率化を目指しながらも、そのアプローチには明確な違いが見られる。

2.1. セガ：安全性と拡張性の基盤構築

セガの AI 戦略は、トップダウンかつリスク回避的な「ガバナンス・ファースト」のアプローチによって特徴づけられる。彼らの取り組みは、技術の導入そのものよりも、それをいかに安全かつ持続可能な形で組織に根付かせるかという点に主眼を置いている。

この戦略の最も象徴的な施策が、公式な「生成 AI 委員会」の設置である¹²。この委員会は、社内での AI 利用に関するガイドラインの策定・改定、従業員からの問い合わせへの対応、そして法務・規約面のリスク検討を担う¹⁶。技術部門だけでなく、法務や広報といった多様な専門家が連携するこの体制は、変動の激しい AI 技術に対して、企業として成熟した、組織的な対応を目指す姿勢の表れである。

その上で、セガは二つの異なる方向性で AI の具体的な活用を進めている。一つは、セキュリティとデータプライバシーを重視した社内ツールの開発だ。彼らはクラウドサービスに依存するだけでなく、手元の PC や社内サーバーで動作する「ローカル AI」の活用を推進している³。その一例として、オンラインゲームにおけるプレイヤーの不適切な発言を検知するために、自社開発のローカル LLM を用いている³。これは、機微な可能性のあるユーザーデータを外部の API に送信することなく、安全に処理するた

めの選択である。さらに、「Ollama」のようなオープンソースソフトウェアを活用して構築された「共通 AI サーバー」は、将来的に様々な部門で利用可能な、拡張性と安全性を両立した独自の AI 基盤を構築するという長期的なビジョンを示唆している¹⁷。

もう一つの方向性は、ゲーム開発以外の事業領域における明確な業務効率化である。セガサミーグループのトイ・カンパニーでは、画像生成 AI を用いて玩具のデザイン案を創出する実証実験を行い、従来比で 100 倍のデザイン案を得ることに成功した⁷。同時に、数万件に及ぶ購入者アンケートの分析にテキスト解析 AI を導入し、自由記述欄の感情分析まで含めて、作業時間を約 80%削減するという劇的な成果を上げている⁷。これは、投資対効果（ROI）が明確に測定可能な、典型的な業務プロセス最適化の成功事例である。

セガはこれらの社内での取り組みを、CEDEC 2025 における「安心安全に生成 AI を使おう！」といった講演を通じて積極的に外部へ発信している¹²。これは、自社が AI に対して責任ある、思慮深い導入者であるという企業イメージを構築するための、計算された広報戦略の一環とも見て取れる。セガのアプローチは、AI という強力なツールを導入する前に、まずそれを制御するための堅牢な「檻」と「ルール」を整備するという、水平的かつ基盤重視の戦略と言えるだろう。

2.2. カプコン：AAA 開発におけるクリティカル・ボトルネックの標的化

カプコンの AI 戦略は、セガの水平的なアプローチとは対照的に、極めて的を絞った「垂直的」なものである。彼らは全社的な AI プラットフォームの構築よりも、AAA タイトルの開発パイプラインにおいて最もコストと時間がかかる、特定の「ボトルネック」を外科手術的に解消することに注力している。

その最初のターゲットは、プリプロダクション段階における「アイデア出し」のプロセスである⁵。現代のゲームでは、世界観を構成するために数千から数万点ものユニークなオブジェクト（背景の小物、ポスター、ロゴなど）が必要となる。従来、これらのアイデアを一つ一つ考える作業は、開発者にとって膨大な負担であった⁵。カプコンは、この課題を解決するために Google Cloud と提携し、マルチモーダル AI である「Gemini」や高品質な画像生成 AI「Imagen 2」を導入した⁵。このシステムは、ゲームの既存の設定資料（テキスト、画像、表など）を AI に読み込ませることで、世界観に合致したオブジェクトのアイデアを、テキスト説明と画像付きで自動生成する⁵。特筆すべきは、単にアイデアを生成するだけでなく、Google の Vertex AI プラットフォ

ームを活用し、生成されたアイデアが要件を満たしているかを自動で評価し、品質が低い場合は修正プロンプトを生成して再試行する仕組みまで構築している点である⁵。これにより、人間のクリエイターは質の低い出力の選別に時間を費やすことなく、高品質なアイデアの検討に集中できるようになった。

次にカプコンが狙いを定めたのは、ポストプロダクション段階における「QA（品質保証）」の自動化である。『モンスターハンターワールド』のような広大なオープンワールドゲームでは、人手による QA は限界に達しつつある。この課題に対し、カプコンは人間のように画面情報や音情報を認識してゲームを操作する、高度な自動プレイシステムを開発した¹⁴。この AI エージェントは、深層学習による物体検出や音響イベント検出、大規模言語モデルなど多様な技術を組み合わせており、「このエリアをテストして」といった自然言語での指示を理解し、QA の結果を自然言語で報告することができる¹⁴。これにより、開発の最終段階で仕様変更が頻発しても、24 時間体制で回帰テストを実行し続けることが可能となり、ゲームの品質を限界まで高めるための時間を確保できるようになった。

さらに、カプコンは開発プロセス全体に関わる重要だが単調な業務、すなわち「知的財産（IP）チェック」にも AI を導入している。CEDEC 2024 で発表されたこのシステムは、Google の Cloud Vision API などを活用し、ゲーム内の全アセットをスキャンして、商標権や著作権を侵害する可能性のあるロゴやテキストを自動で検出する²⁰。AI はリスクのあるアセットをスコアリングし、人間の専門家が優先順位をつけてレビューできるようにする。この「ヒューマンインザループ」と呼ばれる仕組みは、人間の最終判断を置き換えるのではなく、膨大なデータの中から確認すべき対象を絞り込むことで、専門家の作業を劇的に効率化するものである²⁰。

カプコンのこれらの取り組みは、AAA ゲーム開発という特定の事業領域における、具体的かつ深刻な問題を解決するために、最適な AI 技術を的確に適用するという、極めて実利的で問題解決志向の強い戦略を示している。

3. 革新者：プレイヤー体験の核としての AI

日本のゲーム業界において、多くの企業が AI を開発効率化のための「内部ツール」と位置づける中、コロプラは一線を画す戦略を採っている。彼らは生成 AI を、開発の裏方としてだけでなく、プレイヤーが直接体験するゲームプレイの中核的なメカニクスと

して「武器化」する、野心的かつ高リスクな道を突き進んでいる。このアプローチは、ゲームの価値そのものを問い直す、業界の革新者としての挑戦である。

3.1. コロプラ：パーソナライズされたプレイヤー体験の兵器化

コロプラの AI 戦略の旗艦プロジェクトは、デッキ構築型ローグライクゲーム『神魔狩りのツクヨミ』である⁴。このゲームの最大の特徴は、伝説的なイラストレーターである金子一馬氏の独特なアートスタイルを学習した生成 AI、「AI カネコ」の存在だ⁸。

この「AI カネコ」の役割は、プレイヤー一人ひとりのために、世界で一枚だけのユニークなカードを生成することにある²¹。その仕組みは、プレイヤーのゲーム内でのあらゆる行動を「プレイログ」として AI が観察することから始まる。どの敵と戦ったか、イベントでどのような選択をしたか、キャラクターとの会話にどう答えたか、といった情報が AI への「プロンプト」となる⁸。このプロンプトに基づき、AI は金子氏の画風を反映した独自のイラストと、プレイヤーの行動に応じたユニークな性能を持つカードをリアルタイムで生成する²¹。これにより、他のプレイヤーとは決して同じにならない、完全にパーソナライズされたゲーム体験が生まれる。「遊びがプレイヤーごとの体験になる」というのが、このシステムの核心的な狙いである⁸。

この戦略は、技術的にも倫理的にも極めて野心的であり、高いリスクを伴う。技術面では、画像生成 AI「Stable Diffusion」の開発元である Stability AI とパートナーシップを締結し、最先端のモデルを活用する体制を整えている²³。また、グローバル展開を見据え、AI 翻訳を活用したローカライゼーションツール「WOVN.games」を導入し、多言語化のプロセスを効率化している¹³。

しかし、この前例のない試みは、多大な運用上の課題も生み出している。コロプラ自身も認めているように、「AI カネコ」を育成する過程で、金子氏が描いた数十枚の原画から AI が生成した数万～数十万枚のイラストを、人間の手で一つ一つ選別し、質の良いものだけを再学習させるという、膨大な手作業が必要だった⁸。さらに、AI が不適切なコンテンツを生成するリスクを回避するため、プレイヤーに表示される前にすべての生成物をバックエンドでチェックする仕組みを導入しているが、これにより「当初予測していなかったチェック工程の負荷が増大した」と述べている⁸。これは、AI による物量増加が、新たな人的コストを生むというジレンマを示している。

コロプラのこうした外部向けの挑戦的な戦略は、強力な社内文化に支えられている。

2025 年 4 月の社内調査では、実に社員の約 8 割が業務で何らかの形で生成 AI を活用していることが明らかになった⁴。主な用途は「アイデア発想・壁打ち」や「コーディング支援」であり、AI が日常的な業務ツールとして浸透している様子がうかがえる⁴。同社は CIO（最高情報責任者）主導のもと、2025 年 4 月に「AI イネーブルメントグループ」を正式に発足させ、エンジニア組織全体に AI 支援型エディタ「Cursor」を導入するなど、全社的な AI リテラシーの向上を組織的に推進している²⁷。この広範な内部での受容と活用が、外部に対する大胆な AI 戦略を可能にする土壌となっているのである。

コロプラの戦略は、単に AI でゲームを作るのではなく、AI を用いて「ゲームとは何か」という定義そのものを変えようとする試みである。それは、すべてのプレイヤーが同じコンテンツを共有する従来の「静的な製品」モデルから、一人ひとりの体験が異なる「動的なサービス」モデルへの移行を意味する。この賭けが成功すれば、彼らは「パーソナライズド・エンターテインメント」という新たなジャンルと、それを支えるビジネスモデルの先駆者となる可能性がある。

4. 比較分析：AI 導入のスペクトラム

日本のゲーム業界における生成 AI の導入は、決して一枚岩ではない。各社の戦略は、その企業文化、事業構造、そして最も価値を置く資産を反映し、積極的な革新から原則的な拒絶まで、幅広いスペクトラムを形成している。ここでは、主要企業の戦略を比較分析し、その多様な立ち位置を明らかにする。

表 4.1：日本の主要ゲーム企業における AI 戦略の比較

会社名	主な AI 目標	主要な公開イニシアチブ	中核技術／パートナー	公開向け AI への姿勢	ガバナンスアプローチ
セガ	業務効率化と	生成 AI 委員	ローカル LLM	慎重	専門委員会による正式なガ

	リスク管理	会、ローカル AI ツール	(Ollama)、独自 AI サーバー		イドライン策定 ¹²
カプコン	AAA 開発の生産性向上	QA 自動化、アイデア生成システム	Google Cloud (Vertex AI, Imagen 2)	効率化ツールとして積極活用	各プロジェクト単位での問題解決型 ⁵
コロプラ	プレイヤー体験の革新	『神魔狩りのツクヨミ』(AI カネコ)	Stability AI, WOVN.games	攻撃的・中核機能として採用	AI ポリシーの公開、内部チェック体制 ⁸
スクウェア・エニックス	体系的な研究開発と開発支援	社内チャットボット「ひすいちゃん」	Microsoft Azure AI, GPT-4o	実験的・内部ツール中心	専門部署「AI&エンジン開発ディビジョン」による管理 ²⁸
バンダイナムコ	基礎技術開発とエンタメ応用	モーション・音声生成 AI	ACES (モーション)、独自技術 (ELMIRAIVE [®])	研究開発中心	バンダイナムコ研究所主導 ²⁹
任天堂	クリエイティブの純粋性維持	(コンテンツ生成 AI は) 採用しない方針	NVIDIA (DLSS)	(コンテンツ生成は) 拒絶、(技術的 AI は) 採用	経営陣による公式声明 ³¹

4.1. 慎重な現王者：任天堂の創造的純粋性へのこだわり

任天堂は、生成 AI に対して日本の大手ゲーム企業の中で最も慎重かつ明確な姿勢を示している。同社の古川俊太郎社長は株主総会において、コンテンツ制作に生成 AI を使用しない方針を公に表明した³¹。その理由として挙げられたのは二つ。第一に、AI の学習データに起因する「知的財産権に関する問題」への懸念。そして第二に、任天堂が

長年培ってきたノウハウに基づく「独自のゲーム体験」の価値を守りたいという強い意志である³¹。

しかし、この姿勢は AI 技術全般を拒絶しているわけではない。彼らが一線を画しているのは、あくまで「創造的」な AI、すなわちコンテンツを自動生成する AI の利用である。一方で、「技術的」な AI の活用には前向きだ。次世代の Nintendo Switch には、NVIDIA の AI 技術を活用した超解像技術「DLSS (Deep Learning Super Sampling)」が搭載されると広く報じられており、これはグラフィックスの品質とパフォーマンスを向上させるための純粋な技術的手段である³⁴。

この区別から、任天堂の戦略的意図が読み取れる。彼らにとって最も価値のある資産は、自社 IP の持つ独特の「手触り」や世界観、そしてその創造的な完全性である。コンテンツ生成 AI は、このブランド・アイデンティティを希薄化させ、制御不能な IP リスクをもたらす脅威と見なされている。そのため、彼らの戦略は、自社の IP という「砦」を守るための、極めて防御的なものとなっている。

4.2. バランスの取れた探求者たち：スクウェア・エニックスとバンダイナムコ

任天堂の防御的な姿勢と、コロプラの攻撃的な革新の中間に位置するのが、スクウェア・エニックスとバンダイナムコである。両社は大規模な企業体であり、無謀な賭けを避けつつも、将来の競争力確保のために AI 技術の探求を着実に進めるという、バランスの取れたアプローチを採っている。

スクウェア・エニックスは、体系的な研究開発に重点を置いている。2024 年 4 月に専門部署として「AI & エンジン開発ディビジョン」を設立し、その中に「生成 AI ユニット」を配置した²⁸。彼らの活動の中心は、現時点では社内向けのツール開発と開発支援にある。その代表例が、社内 AI チャットボットの「ひすいちゃん」だ³⁵。このチャットボットは、Microsoft の Azure AI と GPT-4o を基盤とし、社外には情報が存在しない自社製ゲームエンジンの技術文書を学習している²⁸。これにより、開発者がエンジンに関する疑問を抱いた際に、専門チームに直接問い合わせる手間を省き、自己解決を促すことで、組織全体の開発効率を向上させている²⁸。また、画像から魔法のアイデアを生成するアプリなども開発しているが、あくまで「アイデアの創発」を目的としたものであり、生成物を直接製品に組み込むことには慎重な姿勢を崩していない³⁵。同社の AI 研究を率いる三宅陽一郎氏は、AI を「小さなチームをエンパワーするブースター」と位置づけ、将来的には「個別最適化されたゲーム体験」を目指すという長期的なビジ

ョンを語っており、段階的かつ計画的に実装を進める方針がうかがえる⁹。

一方、バンダイナムコは、グループ内の研究開発機関であるバンダイナムコ研究所を中心に、ゲームに限らず、玩具やライブイベントなど、同社の多岐にわたるエンターテインメント事業に応用可能な、基礎的な AI 技術の開発に注力している²⁹。特に力を入れているのが、キャラクターのモーションと音声の自動生成技術である。AI スタートアップの ACES 社と提携し、キャラクターの感情や属性に応じて自然で多様なモーションを自動生成する「モーションスタイル変換」技術の研究開発を進めている³⁰。また、独自開発の AI 音声合成技術「ELMIRAIVE VOX」や AI 歌唱合成技術「ELMIRAIVE Singer」も保有しており、キャラクターに生命を吹き込むための基盤技術を着々と固めている²⁹。さらに、24 時間ゲームをプレイし実況を行う「配信 AI キャラクター」のような、ゲームとライブサービスを融合させる新たなエンターテインメント形態も模索している²⁹。これらの取り組みは、特定のゲームタイトルへの応用だけでなく、将来のメタバース展開なども視野に入れた、広範な技術ポートフォリオの構築を目指すものと言える。

このように、日本のゲーム業界における AI 導入戦略は、各社の事業内容、リスク許容度、そしてブランド価値の源泉を色濃く反映している。唯一の「正解」はなく、各社が自社の企業アイデンティティに最も合致した道を模索しているのが現状である。

5. 地雷原の航行：著作権、倫理、そして創造性の未来

生成 AI がゲーム開発にもたらす恩恵は計り知れないが、その導入は技術的な課題以上に、複雑で未解決な法的・倫理的課題という「地雷原」を航行することを意味する。特に著作権の問題は、AI 活用の将来を左右しかねない最大の障壁であり、同時にクリエイターの役割そのものを問い直す契機ともなっている。

5.1. 著作権の難問：AI 時代における「依拠性」と「類似性」

日本の著作権法において、著作権侵害が成立するためには、一般的に二つの要件が必要とされる。一つは、既存の著作物と新しい創作物との間に「類似性」が認められること。もう一つは、新しい創作物が既存の著作物に「依拠」して、すなわちそれを基にし

て創作されたという「依拠性」が認められることである³⁸。

生成 AI は、この「依拠性」の証明を極めて困難にする。例えば、インターネット上の数十億の画像（著作物を含む）を学習した AI モデルが、ある特定の著作物と類似した画像を生成したとする。この場合、AI の利用者や開発者が意図的にその著作物を模倣していなくても、「依拠性」は成立するのだろうか。この問いに対する法的なコンセンサスはまだ存在しない³⁸。AI モデルというブラックボックスの内部で何が起こったのかを証明する手段が確立されていないため、依拠性の判断は非常に難しいのが現状である³⁸。

さらに根源的な問題として、学習データとして著作物を利用すること自体の合法性が、世界中で激しい議論の的となっている。日本の著作権法第 30 条の 4 は、「情報解析の用に供する場合」など、一定の条件下で著作権者の許諾なく著作物を利用できると定めている。しかし、これには「著作権者の利益を不当に害することとなる場合」は除く、という「ただし書き」が付随している³⁹。商業的な AI モデルが、学習元となったクリエイターの市場と競合するようなコンテンツを生成する場合、この「ただし書き」に該当するのではないかという懸念が、クリエイター団体などから強く表明されている³⁸。

このような法的な不確実性は、企業の AI 戦略に直接的な影響を与えている。セガがガバナンス委員会を設置し、法務面での検討を重視するのも¹²、任天堂が創造的な AI 活用を完全に避けるのも³²、そしてスクウェア・エニックスのような推進派でさえ、AI の生成物はあくまで「アイデア」であり、製品に直接利用するものではないと強調するのも³⁵、すべてはこの法的リスクを回避するためである。一部の AI サービス提供企業が、利用者が著作権侵害で訴えられた場合に法的責任を負うという「補償プログラム」を提供し始めていること自体が、この問題の深刻さを物語っている⁴⁰。

5.2. 進化するクリエイター：職人から「AI の副操縦士」へ

生成 AI の台頭は、「AI がクリエイターの仕事を奪う」という脅威論をしばしば引き起こす。しかし、業界内で形成されつつあるコンセンサスは、AI はクリエイターを「置き換える」のではなく、その「役割を変化させる」というものである⁴¹。

この新しい役割は、「AI はクリエイターのコパイロット（副操縦士）」という比喻でしばしば語られる⁴²。このモデルにおいて、人間は創造的な方向性を決定し、最終的な

判断を下す「機長」であり、AI は指示に従って膨大な作業を実行し、新たな選択肢を提示する「副操縦士」となる。クリエイターの仕事は、アセットを一つ一つ手作業で作るような職人的な労働から、より高次の業務へとシフトしていく。

この新しい環境で成功するために、クリエイターには従来とは異なるスキルセットが求められる。

第一に、「創造的なディレクション能力とプロンプトエンジニアリング」。自らの創造的なビジョンを、AI が理解できる明確な指示に変換する能力である。これは単にキーワードを並べるだけでなく、AI の特性や限界を理解し、対話を通じて望む結果へと導く技術を指す⁴³。

第二に、「批評的なキュレーション能力」。AI が大量に生成したアウトプットの中から、優れたものを選び出し、欠陥や偏り、独創性の欠如を見抜く力である。クリエイターの持つ「プロの目」や美的センスの重要性は、むしろ高まると言える⁴²。

第三に、「倫理的・法的なリテラシー」。著作権侵害のリスクや、学習データに潜むバイアスの問題などを理解し、責任ある選択を下す能力が不可欠となる⁴³。

AI は、アセットのバリエーション作成、基本的なコーディング、初期段階のアニメーション制作といった、時間のかかる反復作業を自動化する⁴¹。これにより、クリエイターはより革新的なアイデアの探求や、最終的な品質の磨き込みといった、人間にしかできない付加価値の高い仕事に集中できるようになる。一方で、コロプラが直面したように、AI が生成した大量のコンテンツを監修・チェックするという新たな作業も生まれており²⁵、ワークフローそのものが根本的に再構築されつつある。この変化は、クリエイターにとって挑戦であると同時に、自らの創造性を再定義し、その価値を最大化する好機でもある。

6. 戦略的展望と提言

本レポートの分析を踏まえ、最後に日本のゲーム業界における生成 AI の将来的な軌跡を展望し、各ステークホルダーに対する戦略的な提言を提示する。

6.1. 未来への軌跡：AI と完全に統合されたゲーム体験へ

生成 AI の進化がもたらす未来は、二つの大きな潮流に集約される。一つはプレイヤー体験の根本的な変革であり、もう一つは開発プロセスの抜本的な合理化である。

第一の潮流は、「プレイヤー体験のハイパー・パーソナライゼーション」である。これは、コロプラが『神魔狩りのツクヨミ』で試みるユニークなカード生成を第一歩とし、さらにその先へと進むビジョンである⁸。スクウェア・エニックスの三宅氏などが語る未来像は、プレイヤーのスキルレベルやプレイスタイル、過去の選択に応じて、ゲームの難易度、ストーリー展開、マップ構造、さらには登場する NPC の性格や記憶までもが動的に変化する世界だ⁹。AI が「ゲームマスター」として機能し、プレイヤー一人ひとりのために最適化された、唯一無二の物語を紡ぎ出す⁴⁵。これにより、ゲームは一度クリアすれば終わりという固定的なコンテンツから、無限のリプレイ価値を持つ、常に新鮮な体験を提供するサービスへと進化する¹⁰。

第二の潮流は、「開発プロセスのハイパー・ラショナルライゼーション（超合理化）」である。これは、カプコンやセガが進める効率化の取り組みの論理的な延長線上にある。将来的には、AI は開発パイプラインの断片的なツールとしてではなく、企画からリリース、運営に至るまで、すべての工程に統合されたパートナーとなるだろう。AI が企画のアイデア出しからプロトタイプの自動生成、バグの自動検出と修正、さらにはリリース後のプレイヤーフィードバックのリアルタイム分析と、それに基づいたゲームバランスの調整案提示までを行う⁶。これにより、開発は継続的かつデータ駆動型の高速なサイクルとなり、クリエイターはより創造的な意思決定に集中できるようになる。

この二つの潮流は、互いに深く結びついている。ハイパー・パーソナライズされたゲームがもたらす膨大な複雑性を管理・提供するためには、ハイパー・ラショナルライズされた開発・運営パイプラインが不可欠である。つまり、後者の効率化によって生み出されたリソースが、前者の革新的な体験の実現を可能にする。この両輪をうまく回すことができた企業が、次世代のインタラクティブ・エンターテインメントの覇者となるだろう。

6.2. 各ステークホルダーへの提言

この大きな変革期において、各ステークホルダーは以下の点を考慮し、戦略的に行動することが求められる。

- 開発者・クリエイターへ：

「AI の副操縦士」としての役割を積極的に受け入れるべきである。プロンプトエンジニアリング、創造的なディレクション、そして AI 生成物の批評的なキュレーションといった新たなスキルセットの習得が不可欠となる。AI が模倣できない、人間の感性、感情の機微、そして一貫した世界観の構築といった、人間ならではの付加価値を提供することに注力すべきである。同時に、著作権や倫理に関するリテラシーを自ら高め、責任ある AI 活用を実践することが、自らの専門性と価値を守ることにつながる。

- 経営者・スタジオ責任者へ：

ガバナンスへの投資を怠ってはならない。セガのように、明確な AI 利用ガイドラインとリスク評価の枠組みを早期に確立することが、将来の法的・倫理的リスクを回避する鍵となる。自社のブランド価値とリスク許容度を冷静に分析し、任天堂の慎重な姿勢からコロプラの攻撃的な戦略まで、どの立ち位置を取るかを戦略的に決定する必要がある。長期的には、外部サービスへの依存を減らし、競争優位性を確保するために、安全な独自 AI 基盤への投資も視野に入れるべきである。

- 投資家へ：

技術的な誇大広告の先を見据える必要がある。カプコンのように、測定可能で持続的な効率化を実現している企業と、コロプラのように新しいゲームパラダイムに高リスクな賭けをしている企業とを明確に区別し、ポートフォリオを構築すべきである。現時点での最大のリスク要因は、著作権と学習データを巡る法整備の動向である。この領域における一つの画期的な判決が、各社の AI 戦略の価値を一変させる可能性があるため、法的な動向を注意深く監視することが極めて重要である。

日本のゲーム業界は、生成 AI という強力な触媒を得て、かつてない変革期に突入した。この変化は脅威であると同時に、新たな創造性とビジネスチャンスを生み出す絶好の機会でもある。各社が自社の強みを活かし、いかに賢明にこの新たなテクノロジーを航海していくか、その舵取りが未来を決定づけるだろう。

引用文献

1. ゲーム AI（人工知能）の 7 つの活用事例！概要や歴史も併せて解説 - AI Market, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://ai-market.jp/industry/game-ai/>
2. 2023 年 8 月に開催された CEDEC における AI・自動化関連の講演まとめ - AIQVE ONE, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.aiqveone.co.jp/blog/cedec2023/>
3. “生成 AI 活用”を明らかにし始めたゲーム企業たち セガ、コロプラ、カプコン……各社の現在地は, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.itmedia.co.jp/aiplus/articles/2507/31/news087.html>
4. コロプラ社員の 8 割が業務で AI 活用、効率化から日常利用まで浸透拡大...AI利

- 用ゲーム『神魔狩りのツクヨミ』にもつながる部分あり？ | Game*Spark - 国内・海外ゲーム情報サイト, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.gamespark.jp/article/2025/06/10/153816.html>
5. 株式会社カプコンの導入事例 | Google Cloud, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://cloud.google.com/customers/intl/ja-jp/capcom-genai>
 6. 生成 AI が変えるゲーム開発の未来：2025 年の新潮流と実践戦略 | AI 財務省 - note, 8 月 7, 2025 にアクセス、
https://note.com/generate_ai/n/na3122eab11f4
 7. エクイニクス、セガサミーグループの AI 実行環境を「Platform Equinix®」で構築, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.equinix.com/jp/ja/newsroom/press-releases/2024/06/-ai-platform-equinix->
 8. AI の活用はコロプラとしての挑戦——。金子一馬氏のクリエイティブを学習した AI を搭載した「神魔狩りのツクヨミ」合同インタビュー前編 - 4Gamer, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.4gamer.net/games/999/G999905/20250307002/>
 9. ゲームは“共通体験”から“唯一無二”へ——スクエニ三宅氏が語る「個別最適化」の最前線と、都市へ波及するゲーム AI の未来 | GameBusiness.jp, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.gamebusiness.jp/article/2025/06/11/24401.html>
 10. AI を使ったゲームの未来 | AI を活用したゲームの特徴 3 つを紹介！ - ポップアップストーリーを探検, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://popupstory.jp/game-with-ai-innovation/>
 11. CEDEC - CESA, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://cedec.cesa.or.jp/2025/>
 12. 「安心安全に生成 AI を使おう！」セガ、ゲーム開発者会議「CEDEC」で講演 社内の知見シェア, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/aipplus/articles/2506/02/news107.html>
 13. AI ローカライズ：コロプラ『神魔狩りのツクヨミ』の多言語化を支え ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://cedec.cesa.or.jp/2025/timetable/detail/s681af6f9dbe26/>
 14. 『モンスターハンターワイルズ』ゲーム開発の限界を超える！先端 ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://cedec.cesa.or.jp/2025/timetable/detail/s67a9f148dc1b1/>
 15. 「生成 AI＝悪ではない」——セガ、ゲーム開発で AI 活用するための ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/aipplus/articles/2507/24/news035.html>
 16. 安心安全に生成 AI を使おう！社内で運用中の生成 AI のガバナンスをご ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://cedec.cesa.or.jp/2025/timetable/detail/s679d19a9ab9f3/>
 17. AI フェス：CEDEC 2025 セガのローカル LLM 利活用 | ISAO 国際公認会計士事務所, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://isaocpa.com/ai/634/>
 18. AI×エンタメでさらなる感動体験を創出!! 玩具のデザイン案・アンケート集計に AI を導入, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.segasammy.co.jp/ja/release/50127/>
 19. カプコンがゲーム作りに画像生成 AI 活用 Google の「Imagen2」などで数十万件

- のアイデア出し効率化 - ITmedia, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/aipplus/articles/250123/news161.html>
20. 【CEDEC2024】PoC で終わらせない！Cloud Vision API を活用した ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.youtube.com/watch?v=DocsdksusCg>
 21. 『神魔狩りのツクヨミ』開発者インタビュー【後編】オリジナル ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://gamewith.jp/gamedb/11024/articles/42836>
 22. 【イベント】『神魔狩りのツクヨミ』メディアイベント&先行体験会をレポート 生成 AI を体験の軸としたコロプラの新たな試みとは | gamebiz, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://gamebiz.jp/news/405197>
 23. コロプラが Stability AI とパートナーシップを締結、画像生成 AI 技術で ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://xexeq.jp/blogs/media/topics30277>
 24. コロプラ、新作ゲーム『神魔狩りのツクヨミ』でローカライゼーションツール『WOVN.games』を採用, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://wovn.io/ja/blog/pressrelease-colopl/>
 25. コロプラ「神魔狩りのツクヨミ」が挑んだ生成 AI を使ったゲーム開発 - ZDNET Japan, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://japan.zdnet.com/article/35234608/>
 26. 1 月 1, 1970 にアクセス、
<https://www.gamespark.jp/article/2025/06/10/153816.html>
 27. COLOPL Tech Blog, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://blog.colopl.dev/>
 28. 内製エンジンにも詳しいチャットボット「ひすいちゃん」が業務を ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.gamebusiness.jp/article/2025/01/15/23791.html>
 29. AI : Artificial Intelligence(人工知能) | 株式会社バンダイナムコ研究所, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.bandainamco-mirai.com/projects/ai%EF%BC%9Aartificial-intelligence%E4%BA%BA%E5%B7%A5%E7%9F%A5%E8%83%BD%EF%BC%89/>
 30. ACES とバンダイナムコ研究所が AI を用いたキャラクターの ..., 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000026.000044470.html>
 31. なぜ任天堂は生成 AI を避けるのか？独自のゲーム体験を守る理由とは？ - Multifverse, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.multifverse.com/blog-posts/nintendo-rejects-generative-ai>
 32. 任天堂、生成 AI に見解「クリエイティブなこともできるが、知的財産権に関する問題なども」株主総会で古川社長が言及 - ITmedia, 8 月 7, 2025 にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/aipplus/articles/240701/news134.html>
 33. 1 月 1, 1970 にアクセス、
<https://www.itmedia.co.jp/aipplus/articles/240701/news134.html>
 34. 「Nintendo Switch 2」が NVIDIA の AI を活用した DLSS と 4K ゲーミングでレベルアップ, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://blogs.nvidia.co.jp/blog/nintendo-switch-2-leveled-up-with-nvidia-ai-powered-dlss-and-4k-gaming/>
 35. スクエニで生成 AI が使われているって本当？自作 AI“ひすいちゃん”を業務で活用する事例を紹介【CEDEC+KYUSYU 2024】 | ゲーム・エンタメ最新情報のファミ通.com, 8 月 7, 2025 にアクセス、

<https://www.famitsu.com/article/202412/26158>

36. スクウェア・エニックスがゲームエンジン活用支援に Azure OpenAI Service を活用、質問に回答する AI チャットやコード自動生成を実現 | Microsoft Customer Stories, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.microsoft.com/ja-jp/customers/story/20976-square-enix-co-ltd-azure-ai-search>
37. 三宅陽一郎さん×新清士さんがゲームづくりを語る。生成 AI で「変わること」「変わらないこと」, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://journal.metigo.jp/p/34885/>
38. 生成 AI 一問一答 (著作権から AI 倫理まで) | 嘯(しゃお) - note, 8 月 7, 2025 にアクセス、https://note.com/xiao_whale278/n/n73a119ee4b24
39. 【2025】生成 AI の著作権とは？リスク回避のための基礎知識 | BIZ ROAD (ビズロード), 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://bizroad-svc.com/blog/seiseiaityosakuken/>
40. 生成 AI のリスクを整理する | 3つの観点でリスクと対策を解説 - NRI セキュア, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.nri-secure.co.jp/blog/generative-ai-risks>
41. ゲームプログラマーの未来像とは？進化する役割と求められる力 - Crico 仕事ナビ, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://crico-shigoto-navi.jp/2025/02/28/%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%83%A0%E3%83%97%E3%83%AD%E3%82%B0%E3%83%A9%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%81%AE%E9%80%B2%E5%8C%96%E3%81%A8%E6%9C%AA%E6%9D%A5%E5%83%8F/>
42. 《生成 AI×ゲーム業界》生成 AI が切り開くゲームデザインの未来, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://blog.adobe.com/jp/publish/2025/01/07/cc-firefly-generativeai-opens-up-the-future-of-game-design>
43. 【2025】AI がクリエイターに与える影響とは？求められるスキルや AI の活用方法 | DX/AI 研究所, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://ai-kenkyujo.com/news/ai-creator/>
44. ゲーム業界における生成 AI 活用事例から学ぶビジネス革新戦略 - ナンバーワンソリューションズ, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://no1s.biz/blog/6799/>
45. AI が変えるゲーム業界の未来 コラム#51 | アイ・エイ・ジェイ株式会社, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.iamjava.com/article0051/>
46. 【2025 年版】AI が変えるゲーム体験 | 生成 AI・音声認識・自動調整まで - ai-gaming.jp, 8 月 7, 2025 にアクセス、<https://www.ai-gaming.jp/1595/>