海外の女児市場を中心に累計1,200万本に達した特異な日本発の大ヒットゲーム「クッキングママ シリーズ」
そしてそのシリーズ最新作はニンテンドー3DS用ソフト『クッキングママ４』

ゲームソフトの企画･開発･販売を行う株式会社オフィスクリエイト(本社：神奈川県横浜市
代表取締役社長：石谷 義孝)は、ニンテンドー3DS専用ソフト「クッキングママ 4」を12月1日
に発売いたします。
海外のニッチな女児市場で、大ヒット！シリーズ累計販売数1,200万本を突破。 ※2010年12月
末現在
クッキングママは海外のニッチな女児層で売上実績を出している、日本発の特異なゲームです。

始まりは2006～2008年の「ニンテンドーDS Lite」を筆頭とした携帯ゲーム機の世界的普及。
それは、ゲームをしない女性(女児含)層にまで達しました。
その普及はカジュアルゲームの流行を作り、男性主流に成長してきたゲーム市場に新たな女性ゲーム市場を確立する事になります。男性主流のゲーム市場は、戦争、バイオレンス、アクション等でその闘争心を掻き立てるゲームが大半を占めていました。勿論、ニッチな女児向けのゲームは殆ど皆無でした。

そんな時期、主流ゲームの真逆を行く女児向けカジュアルゲーム「クッキングママ」は発売されました。
そして、海外の女児とその親の目にとまり女児達を中心に人気を集め、シリーズは売上を伸ばし始めます。
2006年累計40万本、2007年累計250万本、2008年累計600万本、その翌年には累計950万本という急速な伸びを海外市場を中心に達成致しました。

タイミング的に、とても恵まれていたと推測できますが、異例なのは日本発のこのゲームが海外になかったニッチな女児層のゲーム市場を開拓し、広げたという事です。結果、女児向けの先駆けとして広く海外に受け入れられたパイオニア的存在と認知され2010年12月
で累計1,200万本を超えました。
※音楽業界でいうレコード、ＣＤのミリオンヒット同じく、ゲーム業界でも販売本数100万本超えが大ヒットのステイタスと言われています。

しかし、海外の急激な伸びは タイミングだけが要因だったのか？
「なぜ、ニッチな海外の女児層へ売れたのか?」「なぜ、日本では海外ほど売れないのか?」

このリリースはメディアの皆様へクッキングママシリーズの数字公開の報告をする事が目的ではなく、日本発のゲーム「クッキングママシリーズ」が売れた真相をメディアの皆様と共に考えたく発信しました。

昨今、日本発のゲームがかつて無い程に海外市場で低迷し続ける理由とその回答が見つかるかもしれません。
是非、聡明なるメディアの皆様と共にディスカッションを兼ねたご取材を賜り、少しでも日本のゲーム業界の活性化に繋がればと考えております。

何卒、この謎への挑戦を誌面展開頂けるよう、ご検討の程よろしくお願い申しあげます。

タイトル クッキングママ4
対応機種 ニンテンドー3DS
発売日 2011年12月1日 発売予定
価格 5,040円（税込）
ジャンル おりょうりアクションゲーム
コピーライト　2011 COOKING MAMA LIMITED Published by OFFICE CREATE

ゲーム内容
クッキングママは母親の料理のマネをしながら、おままごととして料理のイロハを覚えていき、ゲームを通して母親とのコミュニケーションを図ってもらうことを目的としたゲームです。

■本リリースへのお問合せ
株式会社オフィスクリエイト 広報担当：荒田靖昭
〒227-0062 神奈川県横浜市青葉区青葉台2-10-16 第2鈴木ビル3F電話 045-984-1359 FAX 045-983-7842

■お客様ご相談窓口■
電話： 045-984-6139 受付時間：月～金 / 午後1時～午後5時(祝日、会社特休日を除く)

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com