

第3章 コンテンツ販売

オンラインゲーム

日本のオンラインゲーム人口は約20万人 PlayStation BBなどの参入が市場の起爆剤となるか

ゲーム不況打破の切り札となるか

かつてはエンターテインメント分野の寵児として飛ぶ鳥を落とす勢いを誇った日本のゲーム業界だが、いまやその勢いは過去のもの。長引く不況の影響を受け、慢性的な売り上げ低下に悩まされている。

こうした閉塞した状況を打開する切り札的存在として、現在各ソフトハウスが熱い視線を送っているのがオンラインゲームだ。いまやコンピュータゲームのオンライン化は、世界的なトレンドとなっている。その勢いは凄じく、全世界のPCベースのオンラインゲーム人口は、2000年には5460万人、2001年には6360万人、さらに2006年には59%増の1億130万人に増えるという報告さえある（米Jupiter調べ）。その市場規模は、現時点でも約4億ドルに達しているのだ。

現時点では、オンラインゲーム発祥の地であるアメリカや、ここ数年で一気にトップクラスのIT大国に成長した韓国と比較すると、日本のオンラインゲーム人口は圧倒的に少数派となっている。オンラインゲームが日本のゲームユーザーの嗜好に合わないためであり、今後も大した市場の成長は見込めないという見方一部にはある。だが、オンラインゲームの浸透を阻んできた最大の要因である常時接続環境の整備の遅れは、昨年来のADSLの爆発的な普及などにより、大きく改善されている。

現在、日本のオンラインゲーム人口は、約20万人。米国並みの2000万人とは言わないまでも、その4分の1の水準まで増加させることができれば、一挙に現在の閉塞状況を打開できることは間違いない。

コーエー、セガに続きスクウェア参入遅れを取り戻し市場を開拓できるか

もっとも、オンラインゲームの普及が即

日本のソフトハウスの利益に繋がるかといえば、そうとも言い切れないのも事実だ。なにしろ、オンラインゲームの製作には、従来のスタンドアロン型のソフトの製作とは大きく異なる技術が必要になる。特に問題となるのが、ゲームサーバーの構築と、その保守・運営だ。残念ながら、国内のゲーム系ソフトハウスで、この分野の技術を保有しているところは少ない。現在、オンラインゲーム先進国のアメリカや韓国のソフトハウスが、新たな市場を求めて続々と日本に上陸している。とりえず市場の動向を見守ってから、などという消極的な態度を取ってはいは、せっかく増加しつつあるオンラインゲームユーザーの大部分を、それら海外メーカーに持っていかれてしまうことは確実。国内ソフトハウスがそれら強力なライバルとの競争に打ち勝つためには、できる限り早急な技術者の育成と、ノウハウの蓄積が必要になるだろう。

もちろん日本のソフトハウスの中にも、そうした危機感を持ち、多くのユーザー数が望めない状況下でも積極的にオンラインゲームに取り組んでいるメーカーもある。大手ソフトハウスの中でも特にその姿勢が目立つのが、歴史もの戦略シミュレーションで知られるコーエーだ。同社は、ユーザーとのコミュニケーションを図るために専用のウェブサイトを開設しているほか、2000年に「信長の野望Internet」、翌年に「三國志Internet」と、同社の看板シリーズのオンライン対応ソフトをリリースしている。この両タイトルは、それぞれのシリーズ本編と比較して出荷数は少ないものの、歴史ファンを中心に根強い人気を獲得することに成功した。

ソフト開発に専念することになったセガも、オンラインゲームに取り組んでいる。同社はモデムを標準搭載した32ビットゲーム機、ドリームキャストをリリースしただけあって、オンラインゲームに関しては

国内でも有数のノウハウを持つ。特に2000年末に発売された多人数参加型のファンタジーRPG「ファンタシースターオンライン」は、5か国語対応の自動翻訳機能を搭載したこともあり、全世界で会員登録者数23万5000人（うち国内ユーザーは13万人）と、海外の有力タイトルに並ぶユーザーを獲得している。

さらに現在もっとも注目を集めているのが、スクウェアの動向だ。同社はこの5月に「ファイナルファンタジーXI」をリリースした。ご存じのとおり、大人気RPGシリーズの最新作であるが、これがプレイステーション2用オンラインゲームサービス「PlayStation BB」専用のソフトなのだ。同サービスを運営するSCEでは、このソフトが最終的に30万人規模のユーザーを獲得するという予測を立てている。実際にその数字が達成できれば、日本市場におけるオンラインゲームの認知度が一気に高まる可能性が高い。

もちろん、海外のソフトハウスも黙っていない。マイクロソフトやエレクトロニック・アーツ・スクウェアなど、すでに日本市場での経験が長い老舗のほか、新たに進出を果たしたメーカーも多い。たとえばバンダイは、韓国CCRとの合弁企業バンダイゲームベンチャーを設立し、対戦戦車ゲームの「ポトリス」をリリース。β版を無償提供し、国内登録ユーザー数10万人を達成した。ソフトバンクも韓国NCソフトとの合弁会社NCジャパンを設立。多人数参加型RPG「リネージュ」の日本語版を開発し、Yahoo! BBでの配信を予定している。

いずれが“勝ち組”となるのか現状では判断できないが、この未開拓の市場が金の鉱脈となるのか、ニッチ市場にとどまるのか、事の推移を注意深く見守りたい。

（小笠原 誠 ゲームライター）



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp