

オンラインゲームの最新動向

川口 洋司 日本オンラインゲーム協会 事務局長

ネットブックでも簡単に遊べるブラウザーゲームの台頭 違法コピーの難しさから、広がる国際展開のチャンス

2000年に、日本に現在のスタイルのオンラインゲームが登場して、今年でちょうど10年になる。それ以前のオンラインゲームは、ユーザーがゲームのパッケージソフトを店頭で購入後、そのソフトを起動してインターネットに接続し、ゲームのプレイ料金を月額で支払うというビジネスモデルがほとんどだった。

一方、韓国では、ブロードバンド通信インフラの普及が進み、ユーザーはゲームソフトを無料でダウンロードして入手し、その後月額の有料サービスに移行するというビジネスモデルが生まれた。

後者のモデルのゲームは、2000年日本に登場し、ほかのアジア各国にも普及していったが、2002年頃から日本でもこの手のタイトルが徐々に増えていった。その後、市場が拡大して月額課金タイトルが増加するに従い、新規にサービスを行うゲームが既存のタイトルのなかに参入することが、次第に困難な状況になっていた。

アイテム課金モデルの登場

そこで登場したのが、ユーザーがゲームソフトを無料でダウンロードして入手し、その後も基本的には無料でゲームをプレイできるが、ゲーム中の特殊なサービスやアバターなどを有料で取得するという「アイテム課金」モデルのゲームである。

このビジネスモデルのタイトルは、PCオンラインゲームでは2004年は12タイトルだったが、2008年には154タイトルになった。5年間で1283%の増加率である。

現在サービスされているPCオンラインゲームタイトルの大半は、アイテム課金のビジネスモデルを採用してい

る。パッケージ販売のコンソールゲームも、タイトル数はそれほど多くないが2007年からこのモデルを採用しているものもある。

2009年のPCオンラインゲームの動向

PCオンラインゲームは、市場調査を開始した2004年以来市場が拡大している。

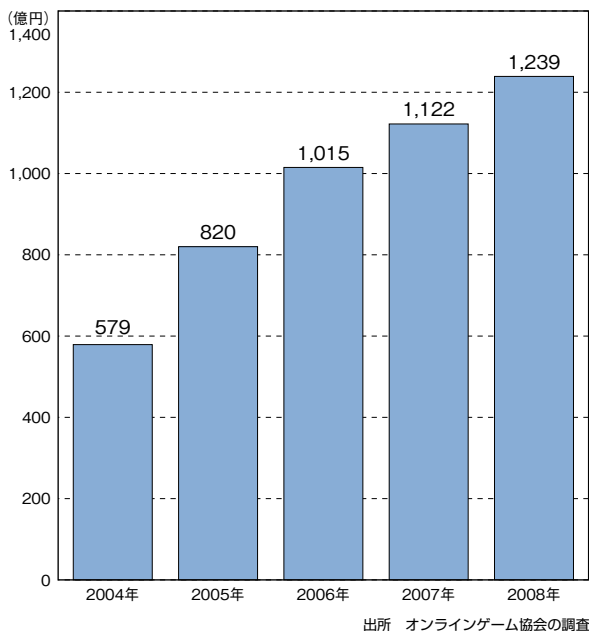
登録ユーザーのアカウント数で見ると、同年1942万アカウントであったものが、その後年々増加し、2009年には8893万アカウントになった。6年間で約460%の増加率である(資料1-1-8)。また、PCオンラインゲームの市場規模は、2009年のデータはまだ出ていないため2008年のデータになるが、2004年に578億円であったものが2008年には1239億円に拡大しており、5年間で214%の規模に成長している(資料1-1-9)。

これらは、PCとコンソールゲームの売り上げを元に算出されているが、前述のPC、モバイルのソーシャルゲームの売り上げは含まれていないため、狭義のオンラインゲームの市場データということになる。

このように、年々成長を続けるオンラインゲームだが、2009年のトピックスとして特筆されるのが、Flashで開発されたブラウザーゲーム(ウェブゲーム)のヒットだろう。

従来、オンラインゲームといえば、MMO (Massively Multiplayer Online) やMO (Multiplayer Online) という大人数および少人数同時参加型のタイトルがほとんどだった。しかし、2008年後半からネットブックが普及し、それらPCのスペックではMMOやMOのゲームよりもブラウザーゲームのほうが快適にプレイできるた

資料 1-1-8 オンラインゲーム市場規模の推移 [2004年-2008年]



め、ユーザーのニーズに合わせる形でこのタイプのゲームが増加した。

そのなかでも、2009年最もヒットしたゲームが『ブラウザ三国志』だ。このタイトルは、AQインタラクティブが運営サービスを行っているシミュレーションゲームで、ゲーム開発はONE-UPが行っている。このタイトルのほかにもヒットタイトルが複数登場し、PC オンラインゲームビジネスにおいてブラウザゲームというジャンルが定着した感がある。

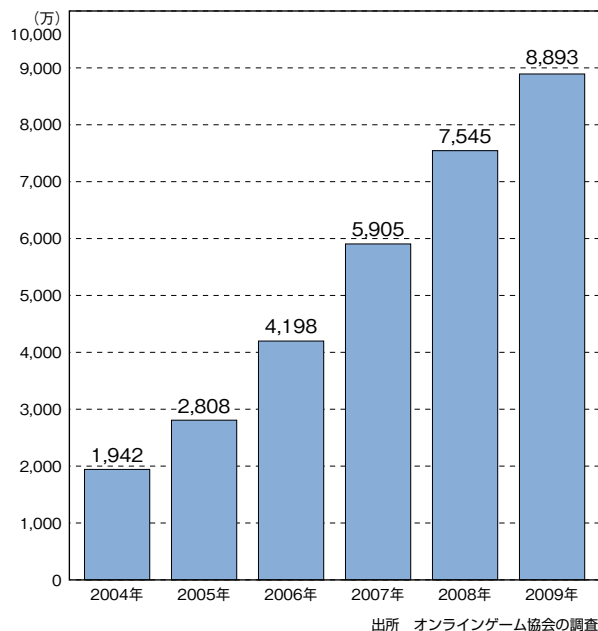
また、ブラウザゲームもSNS内で展開されるソーシャルゲームも、ともにFlashで開発されているため、オンラインゲーム会社のなかには自社サービスのタイトルをSNS内でもサービスする会社が少しずつ増えている。さらに、SNSサービス各社に続き、4月から動画投稿サービスの「ニコニコ動画」もオンラインゲームサービスに本格的に参入した。

拡大を続けるオンラインゲームビジネス

2000年以降登場したインターネットビジネスにおいて、広告モデル以外のビジネスモデルで成功した数少ないビジネスがオンラインゲームである。

景気の影響を受けて広告収入が減少している昨今、

資料 1-1-9 オンラインゲームユーザーアカウント数の推移 [2004年-2009年]



ネットワークコンテンツサービスというオンラインゲームのビジネスモデル、そのなかでも最も有効なアイテム課金というビジネスモデルが、デバイスやコンテンツ、サービスのカテゴリーを超えて急速にさまざまなネットワークビジネスに普及している。

2010年4月、日本最大のオンラインゲームポータルサイト「ハンゲーム」を運営するNHN Japanは、ライブドアの株式を取得したが、同社のサービスとライブドアのインターネットサービスが近い将来融合すると予想される。

また、オンラインゲームは、ゲームの内容が随時更新されるというコンテンツの特性上、パッケージコンテンツとは異なってコピーが難しいため、比較的容易に海外進出ができる。

実際、GPコアエッジは、2008年同社のブラウザゲームタイトルを、ニューヨークを拠点にして北米でサービスを開始しているほか、2010年4月サイバーエージェントは、西海岸を拠点に「Facebook」でジークレストとコンテンツサービスを開始した。

このように、オンラインゲームを核にしたネットワークビジネスの融合は、国内や海外という地域、インターネットサービス、デバイスを問わず今後ますます加速していくものと思われる。



[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的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