



第3回 iDCセミナー

2002.6.26

インターネットゲーム・ビジネス事例
「ウルティマ オンライン」

エレクトロニック・アーツ・スクウェア株式会社
ドットコム事業部長 正田 純二



目次

- ゲーム開発とNew Technology
- MMORPG
- ウルティマ オンライン (UO)
- UOビジネス近況
- MMORPGビジネスの本質
- MMORPGのための組織
- まとめ



ゲーム会社とNew Technology

- ゲーム開発会社は常に新たなエンタテインメントの表現・提供方法を模索している
 - New Technologyはそれを具現化するひとつの手段
 - インターネット技術もそのひとつとして捉えられている。
- オリジンシステムズ社 (EAスタジオ) によるコンセプト (8年前)
 - RPGの本来あるべき姿とは？
 - インターネット = 新たなプラットフォーム
 - サーバー型ネットワークゲーム
 - 課金によるゲームビジネスモデル (後述)



MMORPG

- **Massively Multi-player Online Role Playing Game**
- サーバー側に世界を築き、千人単位のユーザーがその世界に同時接続してプレイする
- クライアント側で世界の表示とプレイヤーキャラクターのコントロールが行われる
- プレイヤーデータは基本的にサーバー側で管理される
- **Persistent State World (PSW)**
 - ユーザーがプレイしていなくても常に変化するバーチャルな世界
 - 継続性を考えた独自のゲームバランス



ウルティマ オンライン (UO)

- **世界初の大規模・商用MMORPG**
- **Ultimaシリーズに基づいた世界観**
- **様々なプレイスタイルをサポート**
 - **Ultimaのバーチャルな世界でそれぞれ思いのままの「ロールプレイ」を体験**
- **継続性を考えた独自のゲームバランス**
 - **全く新しいエンタテイメント！**



UOビジネス近況

- 1997秋USサービス開始
- 1998秋日本サービス開始
- UOゲームサーバー(Shard)数(2002.6現在)
 - 全世界 = 25
(米国11、日本以外のアジア・オセアニア5、ヨーロッパ2)
 - 日本 = 7
- アクティブプレイヤー数(2002.6現在)
 - 世界約24万人ユーザー
 - 日本約9万人ユーザー



MMORPGビジネスの本質(1)

- 従来のゲームビジネス
 - 瞬発型パッケージビジネス
収益 = 主にパッケージ販売から
- MMORPGビジネス
 - 持続型サービスビジネス
収益 = 主にSubscriptionから
- キーコンセプト
 - GET MORE
 - KEEP MORE



MMORPGビジネスの本質(2)

➤ どんなに良いMMORPGでも、毎月やめてしまうユーザーはいる

- GET MORE

- より多くのユーザーを獲得する

- KEEP MORE

- より多くのユーザーにプレイし続けていただく



MMORPGのための組織

- 制作
- マーケティング
- Player Relations
- Online Community Relations
- Network Operations



まとめ

- UOビジネスは、今も拡大を続けている、数少ないオンラインゲーム・ビジネスの成功事例のひとつである。
- UOビジネスの本質は、瞬発的パッケージビジネスではなく、継続的サービスビジネスにある。
- その成功の要因は、ゲームの良さだけでなく、継続的サービスビジネスに対応した、組織とその活動内容にある。