

GDC2006の感想、および ゲーム内経済学について

2006年4月8日

駒澤大学グローバル・メディア・スタディーズ学部
山口 浩

1 日目

- Advanced MMO Economies
- Keynote: Playstation3: Beyond the Box
- Free to Play! Pay for Stuff: The Digital Content Sales Frontier
- Web-Based Games Rountable - Business Models
- MMO Player-to-Player Sales, or "You only paid \$50 for that blaster?"

(c)Hiroshi Yamaguchi

2

Advanced MMO Economies

- 元Sonyで現Cartoon NetworkのSam Lewisがスピーカーのラウンドテーブル
- 20人そこそこしか座れない小さな部屋にその倍以上が押しかけて、立ち見でも部屋に入れない人が続出
- 内容は「Econ 101」
- 基本的な考え方は2月にAOGCで話した内容と整合的
- ビジネスモデルと関連づけて理解しようという姿勢

(c)Hiroshi Yamaguchi

3

Playstation3: Beyond the Box

- ソニーのPhil Harrison。
- 公会堂が満席立ち見。数千人？
- PS3に関する「ごめん」から
- プラットフォームの寿命は縮まっていない、という話

(c)Hiroshi Yamaguchi

4

Free to Play! Pay for Stuff: The Digital Content Sales Frontier

- アイテム課金ゲームを作った会社の人たちの話
 - アイテム課金自体がまだ珍しいので、いったいどんなものかの話が大勢
- アメリカ人は、アイテム売買というとすぐに「強くなるアイテム」のみを考える傾向がある
 - 機能ではなく外見だけのためのアイテムへの需要があるとは考えにくいらしい

(c)Hiroshi Yamaguchi

5

Web-Based Games Rountable - Business Models

- カジュアルゲームを中心にした議論
 - 「サッカーママ」へのアプローチ
 - 広告とアイテム課金
- ゲームポータルにおけるアバターの使い方みたいなあたりもアメリカ人には珍しい
 - この領域では、アジアのほうがはるかに進んでいる
- 英語で発信されるアジアの情報が少なすぎる
 - こちらから発信していかないといけない

(c)Hiroshi Yamaguchi

6

MMO Player-to-Player Sales, or "You only paid \$50 for that blaster?"

- 元Sonyで現Cartoon NetworkのSam Lewisがスピーカーのラウンドテーブル
 - こちらも盛況。立ち見続出
- アイテム課金およびRMT関連だが、とりあえず「RMTゼツタイだめ」派は少数。多くは「ビジネスになるならとりいれよう」派
 - まだアイテム課金自体が珍しく受け取られているので、アイテム課金でARPUが上がった話などには強い関心
- ただしRMTの「フェアネス」論議も
 - 「強くなるアイテム」ばかりを意識

(c)Hiroshi Yamaguchi

7

2日め

- Xbox Live Marketplace and Future Directions
- Disrupting Development
- What's Next in Design
- We learned the Hard Way So You Don't Have To: How to Outsource Successfully
- Competitive and PvP Systems in Massively Multiplayer Games
- Online World as Online Nation: Unraveling the Legal Tangle of DRM

(c)Hiroshi Yamaguchi

8

Xbox Live Marketplace and Future Directions

- ユーザー同士の取引には当面使わない
 - 権利侵害等への配慮らしい
- この問題はゲームだけのものではない
 - メールの内容に関するISPの責任とどこがちがうのか
 - ゲーム会社が提供しているのは「コンテンツ」か「メディア」か

(c)Hiroshi Yamaguchi

9

Competitive and PvP Systems in Massively Multiplayer Games

- PvPにおける「フェアネス」の概念に関する議論に終始
 - アメリカ人にとって「フェア」であることがとても大事なことであるという当たり前の事実
 - ただし何が「フェア」かの定義をしないままでは、食い違いは解消されない
- 何が「フェア」かをデザイン時点から意識してプレイヤーと共有していく必要
 - アイテム販売等でゲーム内経済が発達している場合、「しゃれじゃすまない」事態も

(c)Hiroshi Yamaguchi

10

Online World as Online Nation: Unraveling the Legal Tangle of DRM

- 「Second Life」のLinden Labの開発トップであるCory Ondrejkaの話
- ユーザーの作ったコンテンツを取り入れることで話題を集めている「Second Life」だが、逆にいえば今のところ過半数のユーザーがコンテンツ制作に関与するやや特殊なコミュニティ
- 昨年の無料化以来急速に会員を伸ばしたが、今後さらに伸びていくかどうかは、「消費者」層が流入してくるかどうかにかかっているかもしれない

(c)Hiroshi Yamaguchi

11

GDC全体についての感想

- 規模が大きい！
 - コンベンションのほうはTGSとほぼ同規模？
 - 特に差が大きかったのはカンファレンスのほう
 - 東京のほうにもちょっとしたセミナーみたいなのがくっついたりしてはいるわけだが、GDCのほうは、こちらが主、という感じ(CEDECもあるけど・・・)
 - アメリカのゲーム業界の人のほう学んだり議論したりすることに対して熱心、ということか？
 - 知識を共有化してアイデアで競争、という考え方

(c)Hiroshi Yamaguchi

12

コンベンション

- ミドルウェア関連の出展が目立った
 - 業界構成自体、ミドルウェア企業が占める割合が比較的高い？
 - 開発の効率化につながると思うのだが、必ずしもそれでいいのだろうか
 - 一般論として、重要な部分を他社に依存すると自社の競争力強化にはつながらない
 - アメリカのゲームが日本のゲームと比べてバリエーションに乏しいのはミドルウェアへの依存度の高さとの関係があるのか？

(c)Hiroshi Yamaguchi

13

コンベンション

- コンベンション会場の一角にリクルート用のブースがたくさん
 - 有力どころも含めたいろんな会社が並ぶ。就職希望者はそこに並んで自分をアピールしたり、話を聞いたり
 - 「日本的な風土」に合うのかわからないが、けっこういいのではないかと
 - 開催時期を選ぶ必要はあるかも

(c)Hiroshi Yamaguchi

14

全体の感想

- ゲームそのものはアメリカよりも日本のほうがクリエイティブではないか
 - 「塊魂」とか「Nintendogs」とか「大人のDSトレーニング」とか、新しいアイデアのゲームがどんどん
 - オンラインゲームについても、ビジネスモデル面まで含めると、日本を含めたアジア圏のほうがはるかに進んでいる
 - 全体としてみれば、アメリカ市場は「撃ちまくり、倒しまくり」一辺倒。オンラインゲームでもまだ月額課金モデルへの依存が強い

(c)Hiroshi Yamaguchi

15

全体の感想

- ゲーム業界のイベントとして、東京ゲームショウの世界的なプレゼンスがもっと高くていいのではないかと
 - 少なくともGDCと同程度に注目されていい
 - 確かに日本のゲームへの関心も評価も高い
 - 東京ゲームショウに海外からの人もたくさん来場
 - 今回のGDCで「ワンダと巨像」が4つの賞を獲得
 - それでも、..
 - 業界外の部外者の感想ではあるが、日本での動向について、もっと世界の注目が集まってもいい
 - 日本からの情報発信が少ないせいではないか

(c)Hiroshi Yamaguchi

16

全体の結論として..

- 情報を共有しよう！
 - 情報を囲い込む風土はないか
- 情報を発信しよう！
 - 英語を勉強しよう！
- この2つの分野は、政府の「金の使いどころ」ではないか
- 教育機関にもやれることがあるかも

(c)Hiroshi Yamaguchi

17

ありがとうございました

山口 浩
駒澤大学グローバル・メディア・スタディーズ学部
E-mail: hiroshi.yamaguchi@tokyo.nifty.jp
URL: <http://www.h-yamaguchi.net/>