A large, grey, speech-bubble-shaped graphic containing the title text.

オンラインゲーム運営の視点  
から見たゲーム開発

株式会社ガマニアデジタルエンターテインメント  
中島秀樹



## プロフィール紹介



**中島 秀樹**

**株式会社ガマニアデジタルエンターテインメント  
オンライン事業本部  
本部長**

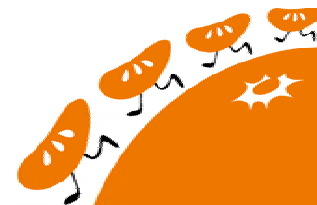
1970年生まれ。

株式会社ガマニアデジタルエンターテインメント オンライン事業本部 本部長

1989年から2002年まで家庭用ゲームソフトメーカーにてプランナー、ディレクター、プロデューサ業務を勤め2002年よりガマニアデジタルエンターテインメントでオンラインゲーム運営に携わる。



Have a good  
GAME!



## GAMANIAとは？ What is gamania

「gamania」

この言葉は「Game」と「Mania」を合わせ、生まれた造語。

「ゲームを心より愛する人」を表しています。

また、「gamania」の「gama」という言葉は、台湾語の「みかん」を意味しています。わたしたちのコーポレートマークにはその「みかん」を使い、楽しく躍動的なイメージを表現しました。

わたしたちガマニアデジタルエンターテインメントはインターネットを使ったゲーム、オンラインゲームを通してお客様に今までと違ったゲームの楽しさを提供、さらに新たなゲームの可能性を追求いたします。わたしたちは楽しみながらゲームを生み出し、ゲームを育て、そして誰よりもゲームを愛す、これがわたしたちのスピリットです。



ルーセントハート



ブライトシャドウ



す〜ぱ〜 リッチ

Have a good GAME!



A large, grey, speech-bubble-shaped graphic containing the title text.

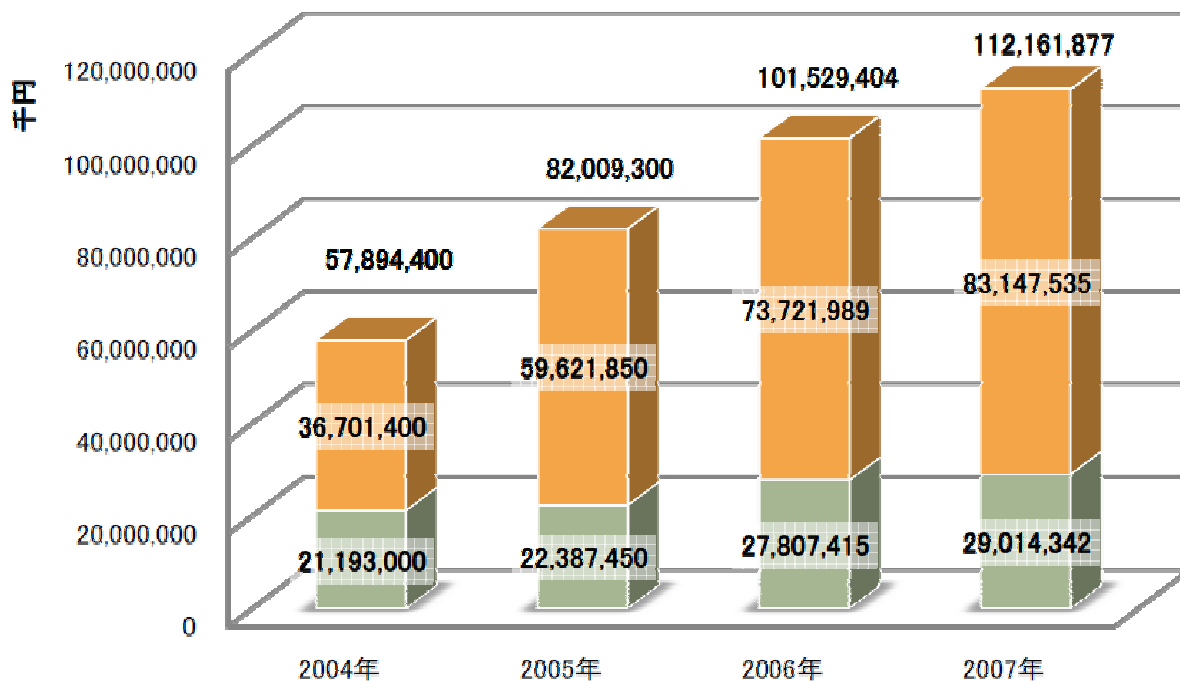
# オンラインゲーム市場説明



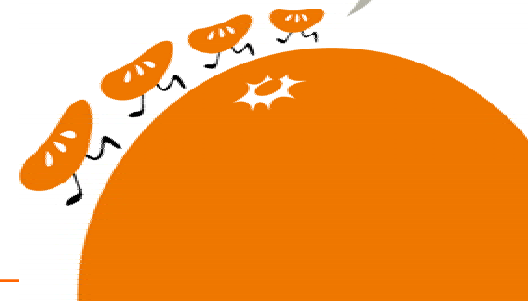
## オンラインゲーム市場規模

(単位:円)

	2004年	2005年	2006年	2007年	対前年比
パッケージ売上	21,193,000,000	22,387,450,000	27,807,415,000	29,014,342,290	104%
運営サービス売上	36,701,400,000	59,621,850,000	73,721,989,000	83,147,535,050	113%
合計	57,894,400,000	82,009,300,000	101,529,404,000	112,161,877,340	110%

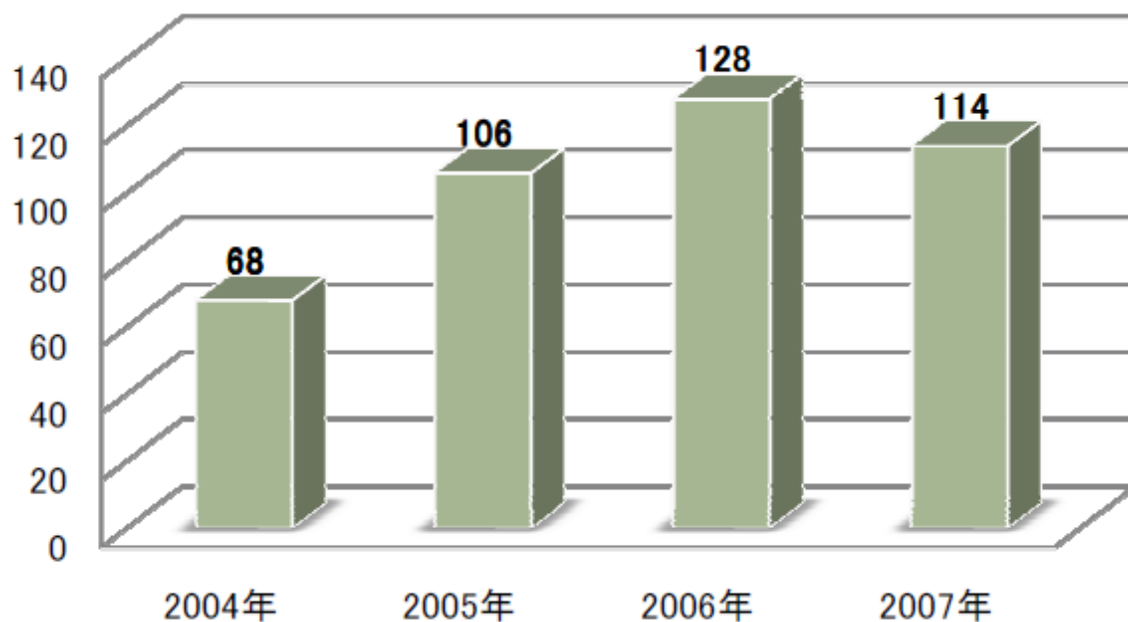


Have a good GAME!



## オンラインゲームサービス事業者数の推移

オンラインゲームサービス事業者にはIT企業、コンシューマゲーム会社、韓国のオンラインゲーム法人が多く、オンラインゲーム市場は2004年から市場が成長期に入ったが、2007年に減少に転じており、オンラインゲーム運営が日本市場では非常に難しいことを物語っている。

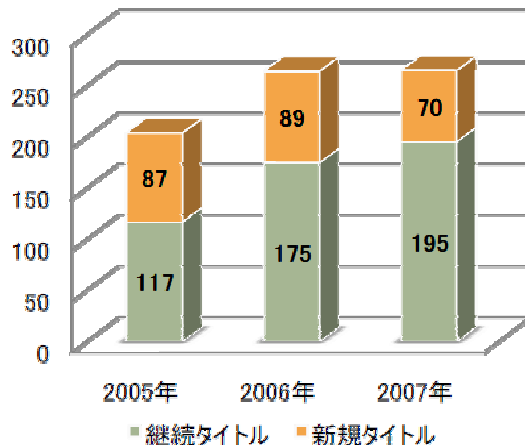


Have a good  
GAME!

## オンラインゲームサービス提供タイトルの推移(PC)

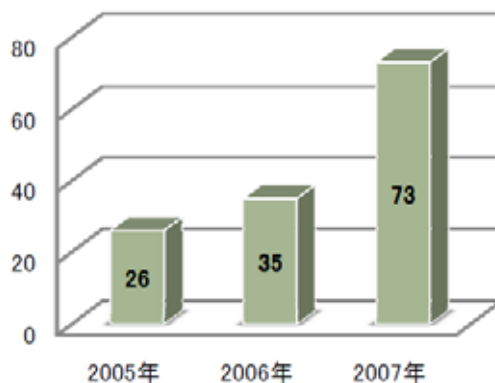
継続タイトルは伸びているが、新規タイトルのリリースが減ってきており新規参入が難しい状況を表している。

	2005年	2006年	2007年
継続タイトル	117	175	<b>195</b>
新規タイトル	87	89	<b>70</b>
合計	204	264	<b>265</b>



## サービス終了タイトルの推移(PC)

	2005年	2006年	2007年
終了タイトル	26	35	<b>73</b>



## サービスタイトルのカテゴリー別分類と推移(PC)

多人数同時接続型のMMOゲームタイトルは増加しているが、カジュアルゲームが減少の傾向にある。

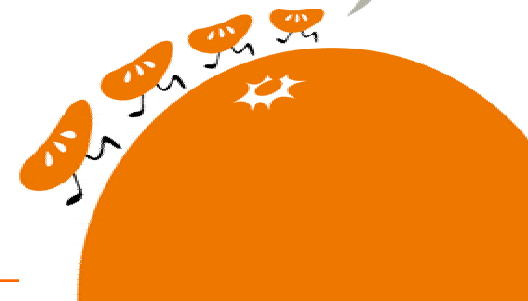
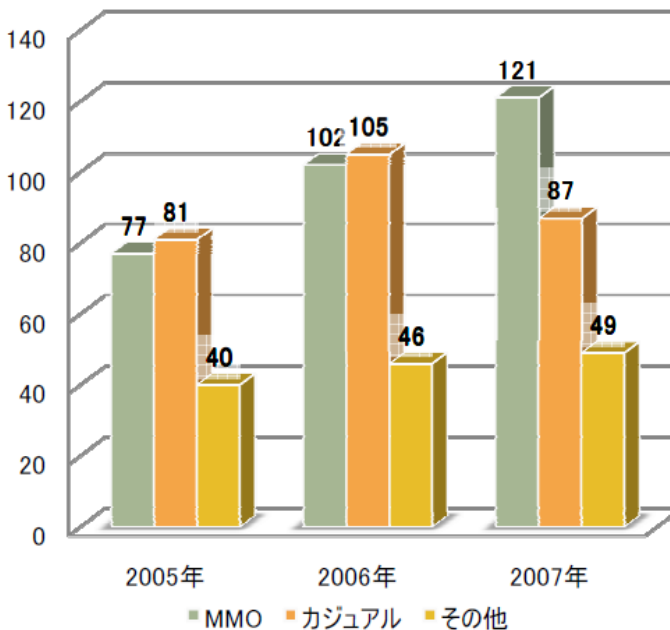
日本市場はコンシューマ市場が根付いていることもありアクション性の強いカジュアルゲームの定着が難しいとも考えられる。

	2007年
MMO	121
カジュアル	87
その他	49
合計	257

※ポータルサイト 8 タイトルを除く。

	2005年	2006年	2007年
MMO	77	102	121
カジュアル	81	105	87
その他	40	46	49
合計	198	253	257

※ポータルサイト 8 タイトル除く。

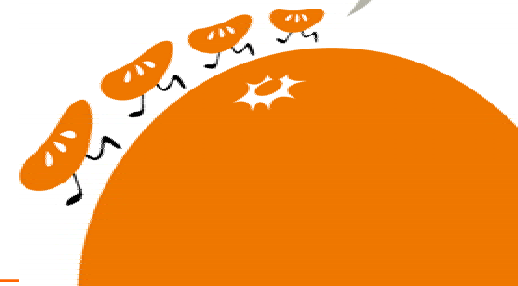
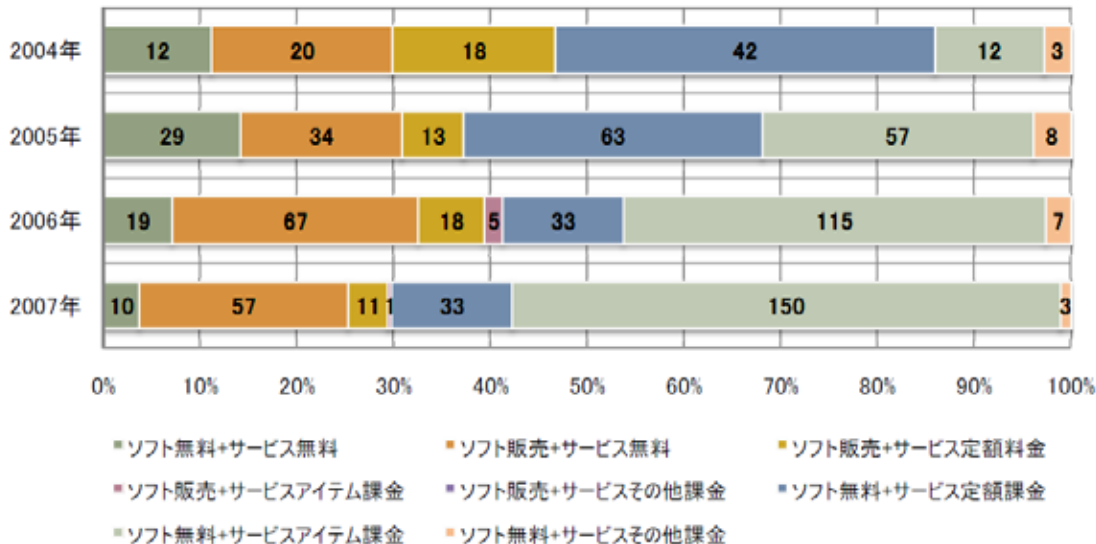




## サービスタイトルのビジネスモデル分類と推移(PC)

	2004年	2005年	2006年	2007年
ソフト無料+サービス無料	12	29	19	10
ソフト販売+サービス無料	20	34	67	57
ソフト販売+サービス定額料金	18	13	18	11
ソフト販売+サービスアイテム課金	0	0	5	1
ソフト販売+サービスその他課金	0	0	0	0
ソフト無料+サービス定額課金	42	63	33	33
ソフト無料+サービスアイテム課金	12	57	115	150
ソフト無料+サービスその他課金	3	8	7	3
合計	107	204	264	265

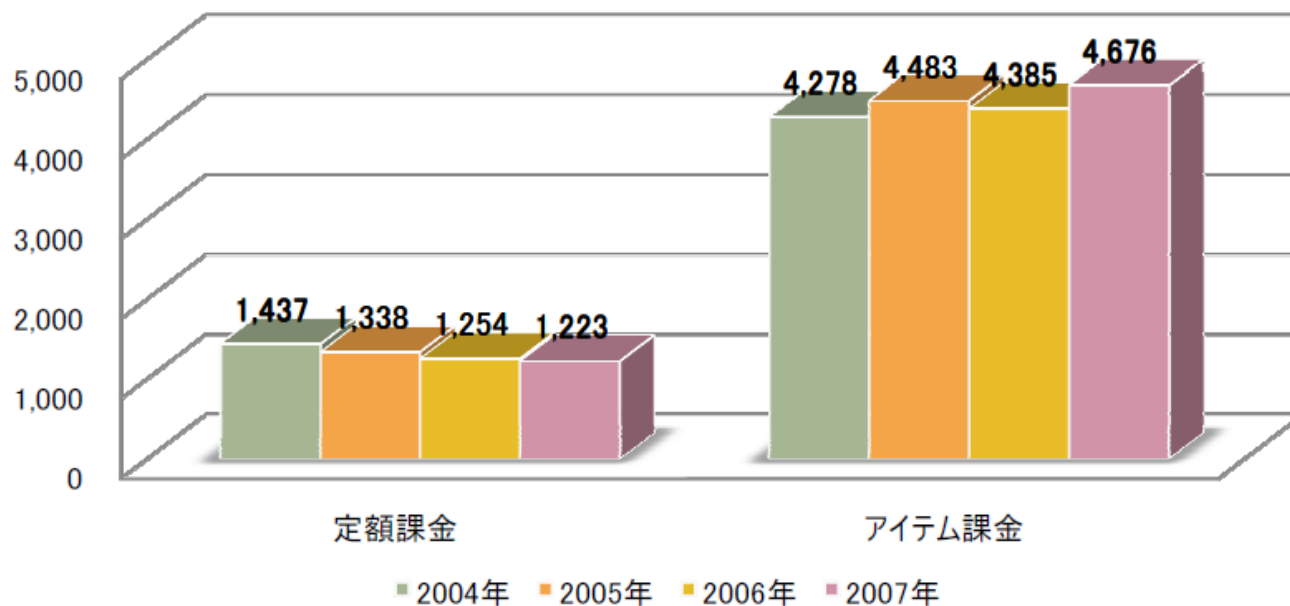
オンラインゲームのビジネスモデルソフト  
無料アイテム課金が57%を占めている。  
新規ユーザーが取りにくく、数多くのオン  
ラインゲームがリリースされる状況の中、  
多くの課金ユーザーを集客しなければい  
けない月額課金モデルは非常に敷居が  
高いと言わざるを得ない状況。



## ゲームユーザー1人当たりの月平均売上と推移(PC)

(単位:円)

	2004年	2005年	2006年	2007年
定額課金ゲーム1人当たりの月平均金額	1,437	1,338	1,254	<b>1,223</b>
アイテム・アバター課金ゲーム1人当たりの月平均売上	4,278	4,483	4,385	<b>4,676</b>



Have a good  
GAME!

オンラインゲーム  
ユーザーのモチベーション

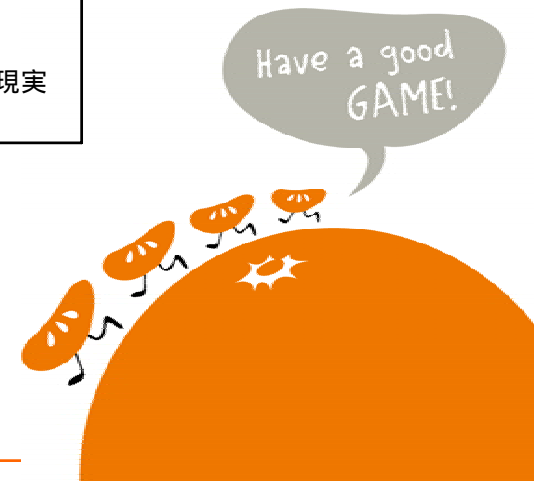


## Nick Yeeが提案するオンラインゲームに必要な10の要素

### Motivations of Play in Online Games

達成	ソーシャル	熱中
<p><b>向上</b> 進歩、パワー、蓄積、地位</p>	<p><b>社交</b> チャット、お互い手伝える、友達作り</p>	<p><b>発見</b> 探検、伝承、隠されたもの探し</p>
<p><b>構造への関心</b> 数、最大限化、雛形、分析</p>	<p><b>関係</b> 個人、自己発覚、サポートをする・求める</p>	<p><b>ロールプレイ</b> ストーリー、キャラクターの歴史、役割、ファンタジー</p>
<p><b>競争</b> 挑む、挑発、支配</p>	<p><b>チームワーク</b> 協力、団体、グループ達成</p>	<p><b>カスタマイズ</b> 外見、装備、スタイル、配色</p>
		<p><b>現実逃避</b> リラックス、現実から逃避、現実の問題から避ける</p>

Motivations of Play in Online Games  
Nick Yee  
Department of Communication  
Stanford University



オンラインゲーム開発、運営  
にとって指標となる数字



## ゲーム1タイトル当たりの月平均運営サービス関連コスト

6,642,000円

運営サービス関連コストは、オンラインゲームの運営サービスに関わる運営サービススタッフやカスタマーサポートスタッフ等の人件費、サーバー代や回線代等通信関連費を含む固定費である。

## ゲーム1タイトル当たりの月平均ゲーム運営スタッフ数

6.7人

1タイトルのオンラインゲームを運営するに当たって必要な、運営サービススタッフ、カスタマーサポートスタッフ、サーバー技術者等運営スタッフの平均スタッフ数である。



オンラインゲーム運営、開発にとって指標となる数字

## LoginAccounts

(ログインユーザー数)

## Continuance rate

(継続率)

## Concurrent user

(同時接続ユーザー数)

## LoginPayAccounts

(課金ユーザー数)

## Average Revenue Per User

(平均客単価)



オンラインゲーム運営、開発にとって指標となる数字

## NewAccounts

(新規ユーザー数)

## LoginAccounts

(ログインユーザー数)

## Continuance rate

(継続率)

## Concurrent user

(同時接続ユーザー数)

## LoginPayAccounts

(課金ユーザー数)

## Average Revenue Per User

(平均客単価)





オンラインゲーム運営、開発にとって指標となる数字

## NewAccounts

(新規ユーザー数)

## LoginAccounts

(ログインユーザー数)

## Continuance rate

(継続率)

## Concurrent user

(同時接続ユーザー数)

## LoginPayAccounts

(課金ユーザー数)

## Average Revenue Per User

(平均客単価)



## LoginAccounts(ログインユーザー数)、Continuance rate(継続率)

### ・定期的なアップデート

ゲーム1タイトルの平均アップデート期間

**1.8 ヶ月**

ほぼ毎日アップデート 5.5%

1 ヶ月以内に1 回アップデート 16.7%

1 ヶ月以上に1 回アップデート 77.8%

アップデートとは、ゲーム中の新たなアイテム、キャラクター、マップ、スキル等データの追加、変更、拡張や不具合の修正を行うことだが、上記の数字は、1タイトルのゲームにおけるアップデートの平均期間である。下段は、各社のアップデート期間の割合である。

 JOGA オンラインゲーム市場調査レポート 2008

### ・継続を意識したイベントやクエストの実装

イベント開催数日後にアイテムが得られる、数日間掛けて達成するクエストなどユーザーの継続を意識したゲーム作りが重要！



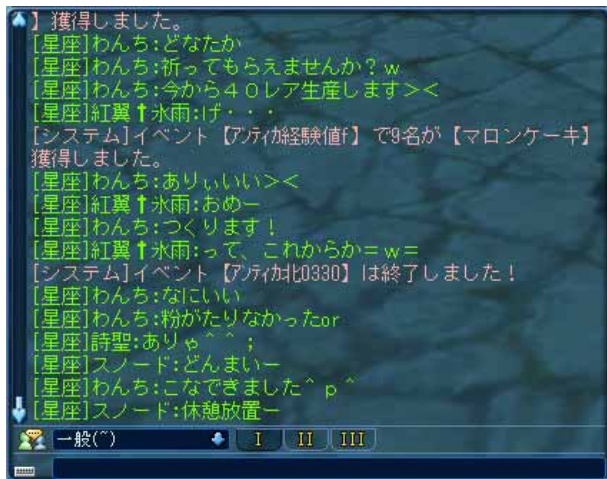
## LoginAccounts(ログインユーザー数)、Continuance rate(継続率)

### ・コミュニケーションシステムの充実

オンラインゲームで継続するユーザーの大半がコミュニティがあるからと答えています。

これを踏まえ簡単にコミュニケーションが取れるシステムを実装することによりログイン数、継続率を伸ばすことが可能です。

「星座チャット」



通常の一般チャットとは違い同じ星座のユーザー同士が気軽に話することができるため、初めてでも参加しやすいのが特徴。

「キューピッドシステム」



キャラクター情報を入力することで登録している異性のキャラクターの中から最も良い相性のキャラクターとマッチングし、クエストやパーティプレイを行うことでレアアイテムを手に入れることや、専用エモーションを使用できるようになります。

Have a good GAME!

オンラインゲーム運営、開発にとって指標となる数字

## NewAccounts

(新規ユーザー数)

## LoginAccounts

(ログインユーザー数)

## Continuance rate

(継続率)

## Concurrent user

(同時接続ユーザー数)

## LoginPayAccounts

(課金ユーザー数)

## Average Revenue Per User

(平均客単価)



## Concurrent user(同時接続ユーザー数)

### ・全体、多人数でプレイ、楽しめるシステムの充実

同時接続数が高いとゲーム内の活気も溢れ、ユーザーのモチベーションも高くなるため一定の同時接続を維持する施策が必要となります。  
同時接続数はサーバー(ワールド、チャンネル)によってばらつきがでるためサーバー間移動などバックエンドツールの充実も必要。



ゲーム内でよく見かける露店放置



ウーウーウマウマ(´・`)/ コラボイベント



オンラインゲーム運営、開発にとって指標となる数字

## NewAccounts

(新規ユーザー数)

## LoginAccounts

(ログインユーザー数)

## Continuance rate

(継続率)

## Concurrent user

(同時接続ユーザー数)

## LoginPayAccounts

(課金ユーザー数)

## Average Revenue Per User

(平均客単価)





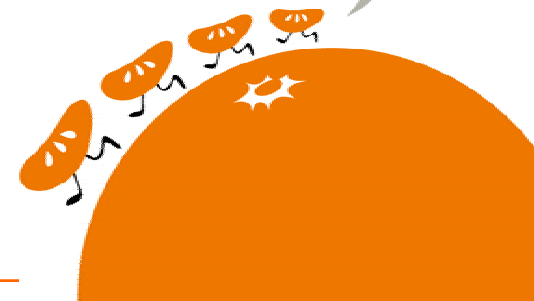
## LoginPayAccounts(課金ユーザー数)

ユーザーに課金を意識させないで購入を促すことが大事  
ゲームの流れの中にさりげなくアイテム購入要素を盛り込む



例の「その場復活」の場合1人で遊んでいる時には必要性を感じないが、パーティプレイをしている時に自分ひとりが死んでパーティから離れてしまうという心理を購入の動機に繋げている。

Have a good GAME!



オンラインゲーム運営、開発にとって指標となる数字

## NewAccounts

(新規ユーザー数)

## LoginAccounts

(ログインユーザー数)

## Continuance rate

(継続率)

## Concurrent user

(同時接続ユーザー数)

## LoginPayAccounts

(課金ユーザー数)

## Average Revenue Per User

(平均客単価)





## Average Revenue Per User(平均客単価)

他人との差別化、優越感、向上心を煽ることができるアイテムがARPUの上昇に繋がる。

生産アイテム



武器強化アイテム



アバター



ランダム販売(がちゃがちゃ)

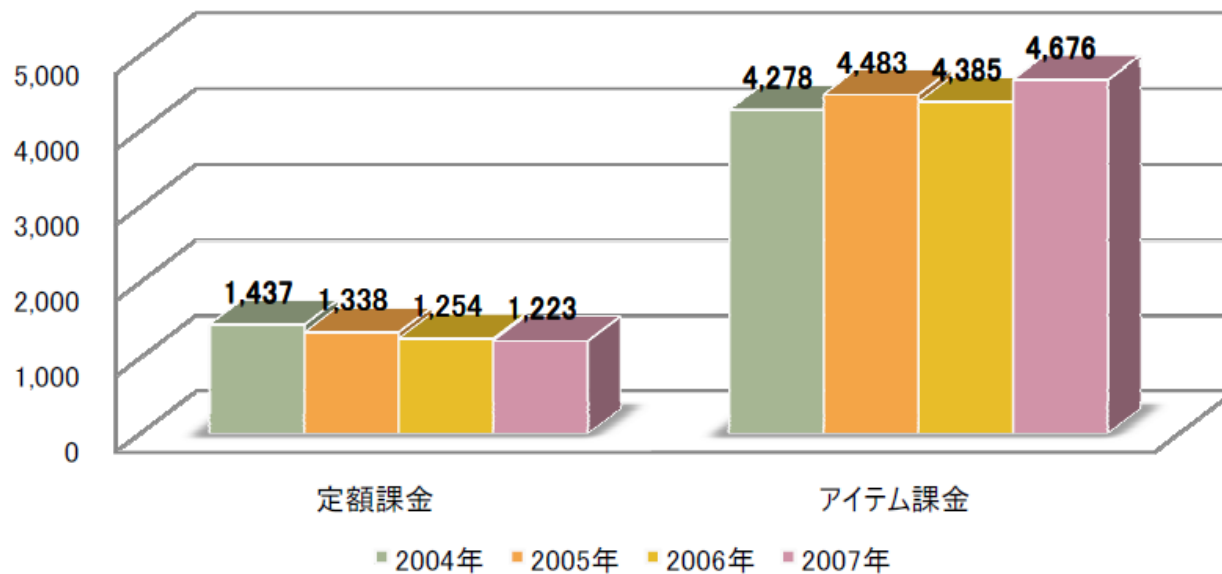
ARPUの上昇に最も効果があるランダム販売。



## ゲームユーザー1人当たりの月平均売上と推移(PC)

(単位:円)

	2004年	2005年	2006年	2007年
定額課金ゲーム1人当たりの月平均金額	1,437	1,338	1,254	<b>1,223</b>
アイテム・アバター課金ゲーム1人当たりの月平均売上	4,278	4,483	4,385	<b>4,676</b>



Have a good  
GAME!

オンラインゲームを運営する  
に辺り避けられない問題



## BOT対策、RMT、ゲーム内詐欺

### 【BOT】

オンラインゲームの自動実行、マクロプログラムやその設定、行為

### 【RMT<sub>(Real Money Trade)</sub>】

ネットゲームなどで、ゲーム内で得られた架空財産を現金で売り買いする行為

### 【ゲーム内詐欺】

なりすまし詐欺、強化代行詐欺、善意を利用した詐欺、取引詐欺等の詐欺行為



# 質疑応答



**Thank you.**

