

オンラインゲームにおける「ギルド」の意義と変遷

○呉昊天 (WU Haotian)、八田真行 (HATTA Masayuki)

Keywords : オンラインゲーム、オンラインコミュニティ、ギルド、経営戦略、経営組織

1 目的

本研究の目的は、特に中国のオンラインゲームにおける「ギルド」が成立した経緯と役割、およびその変遷を辿ることである。ギルドを理解することは、オンラインゲームの運営において重要なソーシャル性 (野島 2008) の理解においても重要であり、オンラインゲームのビジネスモデルとも密接に関係している。

2 方法

本研究の調査・分析方法は、事例研究である。ギルド成立のきっかけとなった MMORPG の登場、およびギルドを一般に普及させた「伝奇世界」「World Of War Craft」などにおけるギルドのあり方を、具体的な事例や当時の文献やネット上のリソースを参照して整理・分析した。

3 結果

調査・分析の結果、ギルドの性格が経時的に変化してきたことを明らかにした。元はプレイヤーの交流や情報交換を目的として誕生した非公式なグループに過ぎなかったギルドだが、次第にゲーム運営会社側がユーザ数の拡大や定着、収益拡大を狙ってソーシャル機能や専用アイテムショップを提供し便宜を図るようになった。また、ランキング機能の導入によりギルド間の競争が生まれ、課金を含めた貢献度の高いプレイヤーの奪い合いが発生するようになった。これを本研究ではギルドの「半公式」化と定義した。

しかし当時の中国固有の事情として、ゲームシステムが似通ったコピーゲームが氾濫していたため、ギルドのリーダーがメンバを引き連れて他のゲームに移籍する事案も発生し、ゲームの垣根を超えたギルド同士の組合が成立するなど、引き抜きや引き留めを巡って運営側とギルドの力関係が逆転するようになった。一方で、ランキングを上げることがギルドが交渉力を維持、獲得する上で至上命題となったため、ギルドの首脳部は一般メンバから詐欺まがいの手口まで使って金銭を含めた「貢献」を搾取するようになり、ギルド離れが起こった。

4 結論

以上により、オンラインゲームにおけるギルドの役割と変化について明らかにした。ギルド離れの結果として、「原神」のようなギルドを必要しないゲームが一般化する一方、いくつかのゲームにおいてはギルドに類似したシステムがゲーム自体に「公式」に組み込まれた「率土之濱」のようなゲームも登場している。このように、オンラインゲームの設計やビジネスモデルの変化を理解する上で、ギルドのシステムを理解することが極めて重要と考えられる。

【主要参考文献】

野島美保 (2008). 人はなぜ形がないものを買うのか：仮想世界のビジネスモデル. NTT 出版.