

# 内閣府消費者委員会

## スマートフォンゲームをめぐる 高額課金問題等に対する 視点と解決の方向性

2016年8月2日

東京大学大学院情報学環

教授 馬場 章

# 用語・表現のお断り

- PCゲーム、コンピュータゲーム、テレビゲーム、ビデオゲーム、電子ゲーム等を「**デジタルゲーム**」と総称し、必要に応じて個別呼称を用いる
- 「スマートフォン」を「**スマホ**」、「スマートフォンゲーム」を「**スマホゲーム**」と略する
- スマホ以前の携帯電話機のゲームを総称して「**モバイルゲーム**」と称することもあるが、今回はこの呼称を用いない。
- ゲームで遊ぶことにはエンターテインメント以上の効用があるので、「遊ぶ」とは言わず、「**プレイ**」「**プレイする**」と表現する
- 「**プレイヤー**」とほぼ同義で「**ユーザー**」の語を用いる
- 「ネットワークゲーム」「オンラインゲーム」はやや意味が異なりますが、社会科学におけるネットワークと区別するために、「**オンラインゲーム**」の呼称で統一する
- スマホゲームでは、ゲームの開発会社と運営会社が異なる場合があるが、ともに「**ゲーム会社**」と称する。
- スマホゲーム内等における購入・支払いは一般に「**課金**」と呼ばれているのでゲーム会社側、消費者側に関係なく「**課金**」と称する

# 三菱総研のご報告の要点(1)

- スマホゲームを対象
- スマホ利用者のうちゲームをプレイ経験者68.9%
- ゲーム経験者のうち課金経験者24.3%、大学生(成年)が最多で36.7%、続いて社会人(20歳代)が24.7%、未成年は3割弱
- 課金者の約7割が毎日ゲームをプレイ、若年層ほどその傾向が強い
- 未成年のうち4割強は、親・家族と相談した上で、課金ルールを設定
- 親・家族に相談せず、自主的にルールを決めている場合もあわせると、未成年のうち6割程度は、課金の支払いに関して何らかのルールを設定

# 三菱総研のご報告の要点(2)

- 課金額は以下の通り(直近半年間の月平均、単位:%)

	~ 1,500円	~ 3,000円	~ 5,000円	~ 10,000円	~ 50,000円	50,000円 ~	その他
全体	62.8	13.5	10.2	5.5	3.7	1.0	3.2
中学生	73.0	8.1	10.8		2.7		5.4
高校生	65.9	13.1	8.7	3.1	3.1	0.4	5.7
大学生 (未成年)	61.4	18.1	7.9	5.5	3.1	0.8	3.1
大学生 (成年)	75.8	9.1	6.1	6.1	3.0		
20代社会人	60.0	11.7	8.3	10.0	5.8	3.3	0.8

# 国民生活センターのご報告の要点(1)

- オンラインゲーム(プラットフォームはPC、ゲーム専用機、スマホ)全体を対象
- オンラインゲームに関する相談件数は、2012年度 5,324件、2013年度 5,317件に最多となり、その後減少傾向
- 契約当事者の未成年者の割合は、2013年度 41.7%、2014年度 41.8%で最多となり、その後減少
- 契約当事者の性別は全年代において男性が多く、10歳代 5,580件、次いで30歳代 4,520件が続く
- 契約当事者が未成年の場合の内訳は学生が7,320件、さらにその内訳は小学生2,514件、中学生2,797件、高校生1,279件、他の学生271件であり、小学生・中学生の割合が高い

## 国民生活センターのご報告の要点(2)

- 未成年契約当事者の平均契約購入金額は、年々上昇する傾向にあり、2015年度には33.0万円と、成年契約当事者と同等となった
- 未成年契約当事者の契約購入金額は、1000円未満 1.2%、1万円未満 6.6%、5万円未満17.5%、10万円未満 18.0%、50万円未満 43.8%、100万円未満 9.5%、100万円以上 3.4%であり、成年契約当事者の契約購入金額に比して、高額に分布の度合いが大きい
- 未成年者契約当事者の32.5%は信用供与無し、67.5%は販売信用、支払い方法に関係なく、未成年者契約当事者の契約購入金額は青年契約当事者の契約購入金額に比して高額に分布の度合いが大きい

# ヒト・モノ・サービスの対象を明確にする

**ヒト** = プレイヤー とくに未成年者

- ただし、小・中学校生、高校生等、大学生等のプレイ様態の相違にも留意する必要がある

**モノ** = スマホゲーム

- 「スマートフォンからインターネットを介して提供されるゲーム」(2016年4月27日CESAリリースより)

**サービス** = フリーミアム

- 試供品提供などゲーム以外にもあるビジネスモデル、ゲームではとくにFree to Playと呼ぶこともある

# 日本のゲーム文化の特徴

- 先に明確にした**ヒト・モノ・サービス**に限定して.....
  - ヒト**: 欧米に比較して、プレイヤーの年齢層が低い
    - 米国 30歳代半ば、フランス41歳、日本27歳
    - 欧米ではゲームは大人のレジャーのひとつ、日本では子どもの主要な「遊び」
  - モノ**: ゲーム専用機によるゲームプレイが長く続いたが、携帯電話さらにはスマートフォンの急速な普及により、現在ではスマートフォンが主要なゲーム機の機能をはたしている
  - サービス**: 日本のゲームデザインは世界の最先端ともいえ、プレイヤーにエンターテインメントを与える技術に優れている
    - プレイ・モチベーション維持の理論と方法

# スマホゲームのダブル・フリーミアム

## ゲーム機のフリーミアム

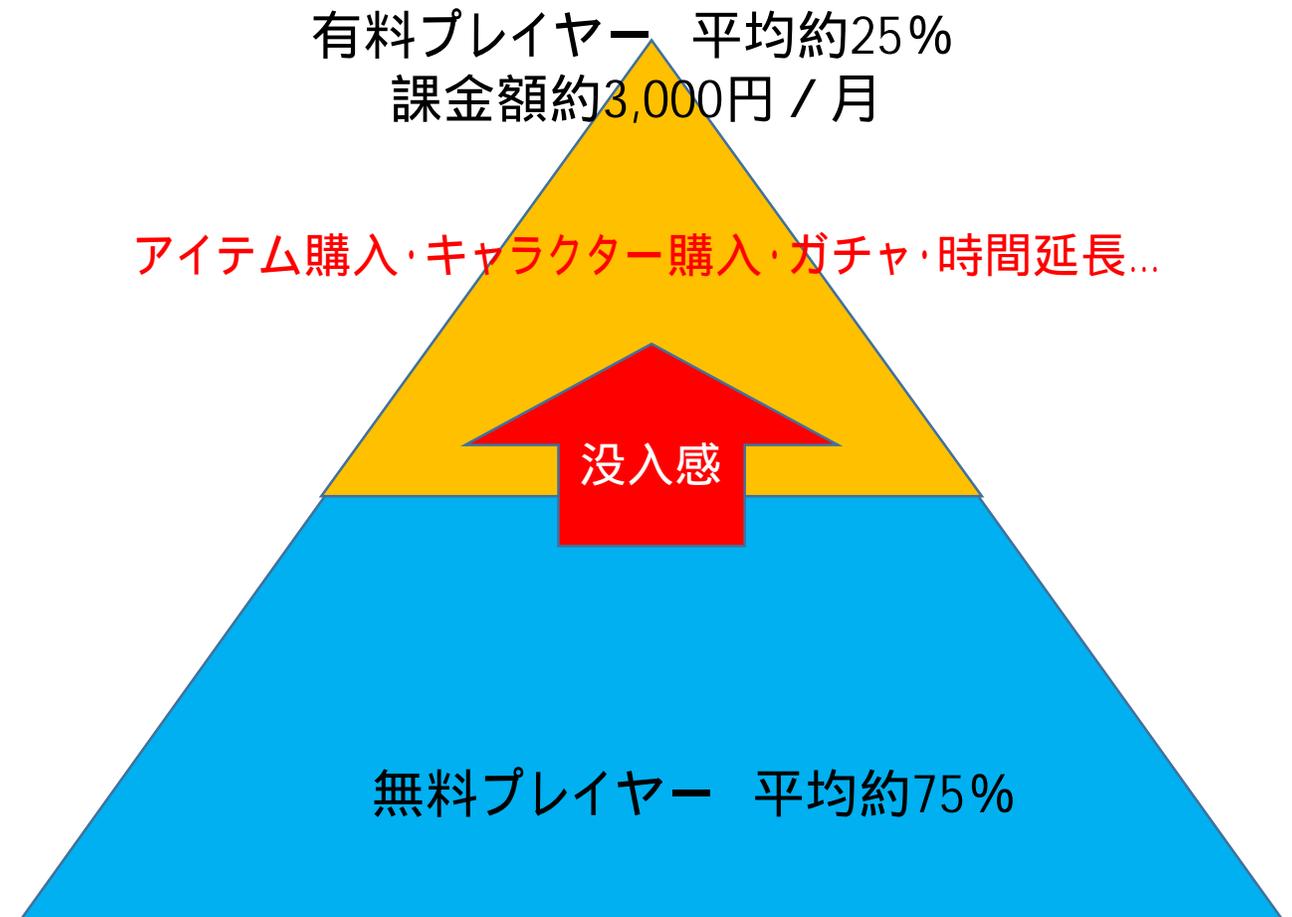
- 通信機としてすでに購入したスマホがゲーム機になる
- OSのバージョンアップが必要な場合もある

## ゲームのフリーミアム

- ゲームプレイは基本無料
  - 一部課金制
- パケット通信料は有料
  - ビジネスモデル転換の必要性も

数値は2015年を対象とした米国の調査会社

EEDARによる国際比較調査、韓国の課金額は約1,500円、北米は約800円、中国は約300円



# スマホゲームの特徴

- スマホにダウンロードして気軽にプレイできる
- 短時間で、かつ1日何回でもプレイできる
- 1回のプレイ当たりの費用が安価である  
パッケージゲーム 1本当たり5,309円 / プレイ期間3か月程度  
(2016年7月18日～24日の売上BEST30の平均価格、税別)
- ゲームシステムは日々チューニングされ、バージョンアップされる(運営型)
- 原則として年齢別レーティングが行われていない(Google Playのレーティングは北米基準、日本はIARC(International Age Rating Coalition、デジタル配信ゲームのレーティングの国際組織)に未加入)



# スマホゲームをめぐる諸問題への視点

- とくに未成年者による高額課金への対応が最重要
- 基本的にはゲーム業界の自主規制を促す
- 省庁横断的な対応(内閣府・消費者庁・経済産業省・文部科学省等)が必要
- 産官民の連携が必要
- 情報公開の徹底(後述)
- 社会に定着している(スマホ)ゲームを排除することは不可能・無意味、むしろユーザーが使いこなすITリテラシー、ゲームリテラシーを涵養

# 問題解決へのご提案

## 消費者

学校・家庭でのゲームリテラシー教育  
 家庭内・自己ルールを決める  
 (時間・場所・費用・ジャンル等)  
 プレイマナーを守る(時間・場所等)  
 生活リズムの確立

## 業界団体

法令順守、個別社への指導  
 業界ルールの制定、順守、点検  
 業界研修の実施  
 違反業者に対するペナルティ・苦情受付窓口の設置  
 問題発生時の迅速な対応、情報の公開  
 レーティング制度の開始  
 IARCへの加盟

## ゲーム会社

法令順守  
 社員研修・社員教育の実施  
 社内ルールの制定・順守  
 業界ルールの順守  
 情報の公開、個人情報の保護  
 問題発生時の迅速な対応



# 自主規制(ガイドライン)の課題

JOGA

「ランダム型アイテム提供方式を利用したアイテム販売における表示および運営ガイドライン」  
(2016年4月1日改訂施行)

## 3. 有料ガチャの設定に関する事項

- (1) 有料ガチャにおいてガチャレアアイテムを提供する場合、以下のいずれかを遵守するものとする。
  - a. いずれかのガチャレアアイテムを取得するまでの推定金額（その設定された提供割合から期待値として算定される金額をいう）の上限は、有料ガチャ1回あたりの課金額の100倍以内とし、当該上限を超える場合、ガチャページにその推定金額または倍率を表示する。
  - b. いずれかのガチャレアアイテムを取得するまでの推定金額の上限は50,000円以内とし、当該上限を超える場合、ガチャページにその推定金額を表示する。
  - c. ガチャレアアイテムの提供割合の上限と下限を表示する。
  - d. ガチャアイテムの種別毎に、その提供割合を表示する。
- (2) 有料ガチャについては、以下のいずれかを遵守するものとします。なお、有料ガチャにより提供されるガチャアイテムの価値について、その価額が明記されていない場合、可能な限りにおいて、その類似または同類のアイテム等の価額を参照するものとする。
  - a. 有料ガチャ1回利用時に提供されるガチャアイテムの価値は、有料ガチャ1回の価額と同等またはそれ以上とする。
  - b. 有料ガチャ10回利用時に提供されるガチャアイテムの提供割合の期待値上の価値は、有料ガチャ10回の価額と同等またはそれ以上とする。
  - c. 有料ガチャの利用金額の総計が5,000円の場合、有料ガチャから提供されるガチャアイテムの提供割合の期待値上の価値は、5,000円と同等またはそれ以上とする。
- (3) 何らのガチャアイテムが提供されない可能性がある有料ガチャの提供は行わない。

ご清聴ありがとうございました

baba@iii.u-tokyo.ac.jp  
<http://chi.u-tokyo.ac.jp>