

特集

オンラインゲームと 消費者トラブル

特集



オンラインゲームの基礎知識

福島 直央 Fukushima Nao 株式会社三菱総合研究所 研究員
社会ICT事業本部所属。情報通信政策、消費者政策等を専門とし、電子商取引、データ流通、コンテンツ(オンラインゲーム、電子書籍等)、個人情報保護等の分野を研究。



日本では、スマートフォン(以下、スマホ)保有者のうち約7割がスマホでゲームをして遊んだことがあるなど、スマホで遊ぶオンラインゲームの普及が進んでいます*1。

今回はスマホ向けオンラインゲームの基礎知識についてご紹介します。

流行っているゲームは?



従来、ゲームはプレイステーションやWiiなどのゲーム専用機に、専用のソフトを購入して遊ぶゲーム(パッケージゲーム)が一般的でした。

しかし、インターネットの普及と携帯電話端末の高機能化により端末のブラウザからアクセスするゲーム(いわゆるソーシャルゲーム)や、端末にアプリケーションをダウンロードして遊ぶゲーム(アプリゲーム)が普及するようになりました。

2007～2012年頃はまだスマホも普及していませんでしたので、探検ドリランド、ドラゴンコレクションなどのソーシャルゲームがほとんどでしたが、2012年頃からはスマホの普及により、

パズル&ドラゴンズ、白猫プロジェクトを始めとしたアプリゲーム(いわゆるスマホゲーム)が増えています。

2015年のデータ*2では、オンラインゲームのうちソーシャルゲームが527億円、スマホゲームが9453億円と、合計1兆円規模に達しました。パッケージゲームのソフトウェアの売り上げが1949億円ですから*3、スマホ向けのアプリゲームが圧倒的に売れていることが分かります。

オンラインゲームと パッケージゲームの特徴



1. 費用の払い方

パッケージゲームでは、パッケージの購入後、それ以上の費用は発生しません。オンラインゲームでもそのような売り切り型のモデルもありますが、多くは月会費等を支払うか、ゲームで利用するアイテム等を購入するモデルになります。また、パッケージゲームは基本的に発売後に内容が変わらないのに対し、オンラインゲームではいろいろな要素が追加されたりします。

*1 第20回インターネット消費者取引連絡会資料「スマホゲームの動向」(消費者庁)
<http://www.caa.go.jp/adjustments/pdf/160324shiryoy1.pdf>

*2 『JOGA オンラインゲーム市場調査レポート2016』(一般社団法人日本オンラインゲーム協会)

*3 『2016CESAゲーム白書』(一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会)



▶ 特集1 オンラインゲームの基礎知識

したがって同じゲームといっても、違うものだと認識しておく必要があります。

2. 「基本無料」と課金のしくみ

さらに、携帯電話向け、スマホ向けのゲームのCM等を見ると、「基本無料」と書かれていることがよくあります。これはダウンロードしてゲームをすること自体は無料で可能ということを意味しています。

ではどのようにしてゲーム事業者が収益を得ているかという(完全無料では制作費を賄えません)、ゲームで有利になったり、ゲーム内で自分のキャラクターを目立たせたりするアイテムなどを販売して、収益を得ています。これをアイテム課金型と言います(表1)。

スマホ等のオンラインゲームの場合、1つのゲーム世界の中に多くの人々が参加しています。すると、自分が他の人よりも強いのか/うまいのか、自分は他の人よりも目立っているのかなどが気になるわけですが、他者との競争心から、消費者(プレイヤー)はゲームが有利になるように有料アイテム等を購入することになります。

調査*1をしてみるとスマホゲームを遊んだ

| | パッケージ型 | アイテム課金型 |
|-----------|--------|---------|
| 初期費用 | 定額 | 無料 |
| 基本プレイ | 無料 | 無料 |
| 追加課金 | なし | あり |
| プレイにかかる総額 | 初期費用のみ | 0円～上限なし |

表1 パッケージ型とアイテム課金型の違い

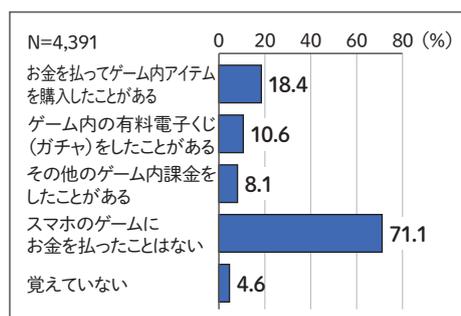


図1 スマホゲームでお金を支払った経験の有無(複数回答)

経験のある人のうち、24.3%の人がスマホゲームにお金を払ったことがあるため、「基本無料」とうたっていても4分の1の人は有料ゲームとして遊んでいる可能性があります(図1)。

さて、この無料/有料で気をつけなくてはならないことがもう1つあります。パッケージゲームの場合、1つのゲームに対して支払う金額は最初にゲーム機本体を買った金額と、その後はソフトを買ったときの金額で固定されます(表1)。また月額タイプのオンラインゲームについても、月当たりの金額が固定です。

それに対し、アイテム課金型の場合、支払う金額に上限がないため、月に数万円を超えて支払うこともあり得ます。調査*1では、スマホゲームにお金を払っている人のうち、3.4%が毎月10,000円以上支払っているという結果が出ています。また、基本的に20代社会人、30代、50代などで支払金額が高い傾向がありますが、中学生、高校生などでも少数ですが、月に10,000円以上支払っている人もいますという結果が出ています(図2)。

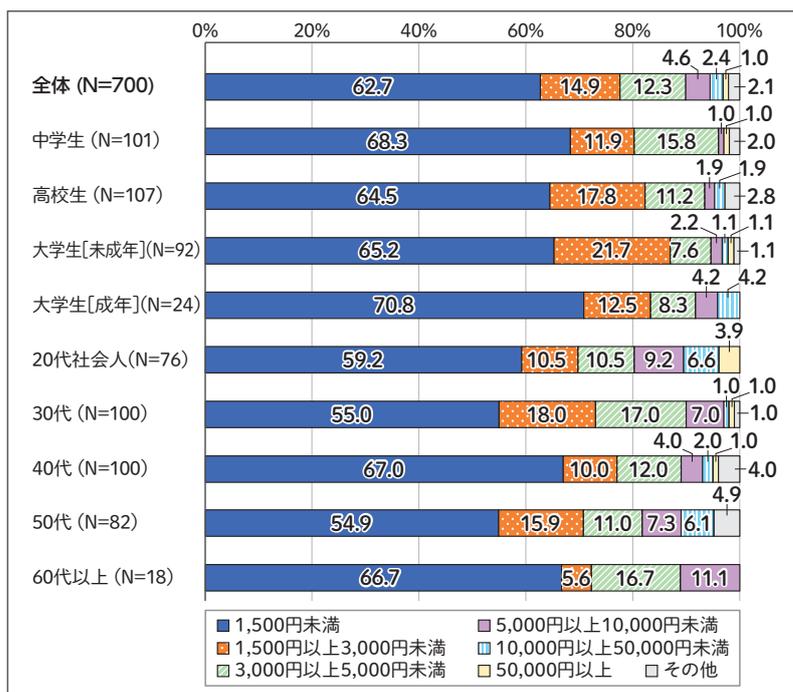


図2 毎月のゲーム内アイテム等の課金状況

(2015年7～12月の平均：全体および年齢別)



ゲーム運営の構造と料金



消費者は、ゲームを遊ぶ際に、誰と契約し、誰に対してお金を支払っているのでしょうか。

パッケージゲームの時はゲームメーカーがパッケージソフトを販売し、消費者は量販店、ゲームショップ等でそれを購入していました。

スマホゲームの場合、アプリやゲームの販売は、スマホのプラットフォーム(以下、PF)を通す必要があり、Androidの場合はGoogle社の運営するGoogle Playで、iPhoneの場合はApple社の運営するApp Storeで購入することになります。このとき、誰がゲームを買ったのかという情報は、PF事業者(Google社、Apple社)は持っているものの、ゲーム事業者には提供されません。また、このPFでの販売時に売上げの3割がPF利用料としてPF事業者を支払われ、残りの7割がゲーム事業者に渡ります。

前述のようにスマホゲームで「基本無料」というものは最初のダウンロード時にはお金がかかりません。しかし、アイテムを購入する際にゲーム内で使える通貨を買うことになります。この通貨を買うときに、支払った金額の3割がPF事業者に流れています。

プラットフォームとゲーム事業者



例えば未成年者がゲームでアイテム購入のために高額を利用したときなどに、ちょっと困った事態が起きています。

子どもが高額の費用を支払った場合、親としては未成年者なのだから請求の取り消しを依頼したいわけですが、前述のようにゲーム事業者は誰がいつどのように契約し代金を支払ったのかという情報を得ていないことがあります。そうすると、ゲーム事業者は申し立てを行った消費者が、本当に未成年者なのか、またその人がゲームをしていたのかを正確には把握できてい

ないこととなります。そのため、ゲーム事業者から消費者には「PF事業者に依頼してください」と回答することになります。

そしてPF事業者は誰が何を購入したかや、誰の支払いについて取り消したかという詳細な情報をゲーム事業者に渡していません(1カ月分などをまとめて情報を送付しているため、個々の履歴までが判別できないようになっています)。

そのため、ゲーム事業者としてはどのアイテムを取り消せばよいのかが分からず、アカウント自体を削除したりします。そうすると子どもはゲーム自体ができなくなってしまうので、不満を抱き、取り消し自体をしたくないと主張する、そのような状況が生まれています。

遊ぶ金額の上限設定と支払いの制限



大手のゲーム事業者は、未成年者かどうかを登録させ、未成年者の場合は金額に上限を設けています。またPFでは、有料のゲーム・アイテムの購入の制限が可能です。

親としてはPF側での制限や、ゲームの制限をうまく利用することで、高額な支払いが生じることを防ぐことが可能です。

スマホゲームを子どもに遊ばせる場合、ダウンロード時は無料であってもアイテム課金などで支払いが発生する可能性があり、その金額には制限しない限り上限がなく、想定よりも高額な支払いが発生することがある、と親は認識しておかなくてはなりません。

ゲーム事業者も、利用者の年齢を正確には把握しないまま、相手を大人としてサービスを提供していることが多くあります。子どもの使用する端末は、携帯電話会社等できちんと未成年者と登録しておくことや、端末側で未成年者と設定しておくことが重要な対策になります。