

# オンラインゲームで 何が起きているか

特集  
1

## ゲーム産業の動向と 消費者に対する取り組み

植田 修平 Ueda Shuhei (一社)日本オンラインゲーム協会(JOGA)共同代表理事  
2001年株式会社ゲームポット創業。数多くのオンラインゲームをプロデュース。2005年上場。  
オンラインゲームの黎明期から成長期にかけての業界発展に尽力。



### はじめに

一般社団法人日本オンラインゲーム協会(以下、JOGA)では毎年、オンラインゲーム業界の市場統計調査を実施しています。この市場規模は2015年に初めて1兆円を超え、2017年度には1兆3000億円を超えました。

特にこの15年余りで、ここまで大きく、かつ急速に成長した理由としては、インターネット

の普及・高速化、スマートフォンの登場が挙げられます。この20余年にわたるゲーム業界での大きな変革の流れと、業界団体として消費者とどう向き合っているかを紹介します。

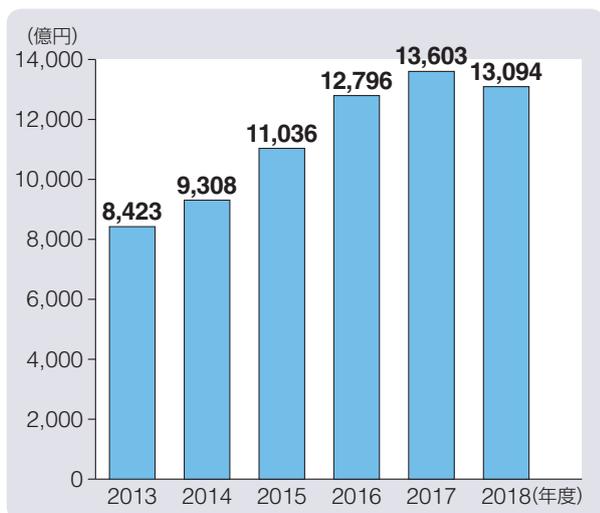
### 家庭用ゲーム機の勃興

日本における家庭用ゲーム機の歴史は、1983年の任天堂のファミリーコンピュータの登場により始まります。ファミコンが一大ムーブメントを巻き起こし、家庭用ゲーム機の市場をほぼ独占するなか、数多くの名作ゲームが任天堂だけでなくサードパーティ\*1からも発売され、市場を一大産業へと押し上げたことで、この頃から日本=ゲーム大国と世界中に認識されるようになりました。

1995年頃になると当時、次世代機と呼ばれたセガサターン、プレイステーションといった32bitの処理能力の高いゲーム機が登場し、それに伴いグラフィックや表現力など格段に進化したゲームソフトが発売されました。3Dポリゴンでキャラクターが表現されたゲームが続々と登場したのもこの頃です。

その後もXboxをはじめ、NINTENDO64、

図 オンラインゲーム市場規模の推移



出典：JOGAオンラインゲーム市場調査レポート2019

\*1 ゲーム機本体のメーカー以外のソフトウェアを開発・発売する会社のこと。

ドリームキャスト、プレイステーション2などさらに進化を遂げたハードウェアが次々と発売されました。それに呼応し、さらにハイスペックなゲームソフトが開発され、家庭用ゲーム機の市場は全盛期を迎えました。

その一方、移動時も手軽にゲームを楽しめるように設計された機器としてゲームボーイやプレイステーション・ポータブル、ゲームボーイアドバンス、ニンテンドーDSが登場し、「ポケットモンスター」のような国民的ゲームも生まれ、携帯型ゲーム機も広く普及していきました。

### インターネットによるゲーム革命

長らくゲームといえば家庭用ゲームが代名詞でしたが、ゲームの遊び方からビジネスモデルまでも大きく変化させたきっかけはインターネットの出現です。ゲームはよりインタラクティブな双方向での遊びに変化していき、その中で世界初めてのMMORPG<sup>\*2</sup>といわれる「ウルティマオンライン」(1997年)が登場しました。このゲームがもたらした衝撃は大きく、ユーザーはネットを通じ、ゲーム内で他のユーザーとコミュニティを形成し、没入するようになりました。また、生産や狩り、アイテムの売買などとおして経済活動を行えるなど、画期的な自由度の高さで、20年以上経った今でも多くのユーザーに愛される、オンラインゲームの基礎を作った名作とされています。これを皮切りに、インターネット環境の普及も相まって、オンラインゲームが続々と登場しました。

この頃オンラインゲーム先進国として台頭していたのが韓国です。1997年に起こったIMF通貨危機の際に、国策として取り組んだIT政策の一貫で高速インターネット通信網が整備され、次々とオンラインゲーム会社が誕生し、「リネージュ」「ラグナロクオンライン」など全世界でヒットしたゲームが開発されました。特にアジ

ア圏においては2000年代に入ると瞬く間にオンラインゲームのブームが起こり、わずか10年足らずの間に巨大なマーケットを形成するまでになりました。

### 新しいビジネスモデル

オンラインゲームが爆発的に普及していった背景の1つに、そのビジネスモデルが挙げられます。従来型の家庭用ゲームソフトはソフト自体を売るパッケージ販売が主流であったのに対し、オンラインゲームは無料でプレイができ、ゲーム内のアイテムに課金していくアイテム課金型のビジネスモデルが主流です。いわゆる「Free to Play」と呼ばれる販売手法は、多くのユーザーに利用してもらえるもので、アイテムを購入することで、ゲームを有利に進めることができるようになっていきます。高速インターネット網の普及に伴い、「Free to Play」モデルを武器に、ハイクオリティで楽しめるオンラインゲームは徐々に市場を形成していき、今では無料でこうしたゲームを始められることが当たり前の時代になりました。

これに伴いアイテム課金型ビジネスの登場は、さまざまな販売手法を生み出すきっかけともなりました。コラボ商品と呼ばれる他の商材(アニメ等)を使ったアイテムやボイス(声)をアイテム化して販売したり、いわゆるガチャと呼ばれるレアアイテムをランダムで提供する販売手法はゲームユーザーを過熱させる要因となり、業界の規模が拡大するきっかけとなりました。この販売手法は、のちにソーシャルゲームというジャンルが登場した際にさらに過熱していきます。

### ソーシャルゲームの登場による コンプガチャ問題

ソーシャルゲームとは主にSNS上における

\*2 Massively Multiplayer Online Role-Playing Gameの略。大規模多人数同時参加型オンラインRPGのこと。

ソーシャルグラフ\*<sup>3</sup>を利用したゲームであり、日本では当初、主に携帯電話でDeNAとグリーの2社がソーシャルゲームプラットフォームとして、ユーザーの獲得にしのぎを削っていました。急速に市場が拡大し、ソーシャルゲームへの参入企業も続々と増え、各社がガチャの販売手法をめぐるさまざまなしくみを手がけていきました。そのため、射幸心をあおるようなガチャの販売手法が増えていき、結果、レアアイテムを求めため高額課金者が急増し、いわゆるコンプガチャと呼ばれる販売手法が景品表示法(絵合わせの手法)に抵触するという発表が、消費者庁からなされました。

もちろんのこと業界内には大きな衝撃が走りました。当時ソーシャルゲームには数多くのベンチャー企業がこぞって参入していたこともあり、事業拡大を優先して、コンプライアンスに対する意識が薄く、消費者保護の観点からも十分な内部体制を整えている会社が少なかったといえます。これをきっかけに、各業界団体および各企業にて消費者を守るという意識が生まれ、ガイドラインを制定したり、コンプガチャを廃止するなど、問題収束のため、対応を行いました。そして新たにソーシャルゲームのプラットフォームの業界団体が設立され、自主規制を強める傾向がみられるようになりました。

### スマートフォンの出現による ライフスタイルの激変

2007年に発売されたiPhoneは、のちにゲーム市場を大きく塗り替えることとなります。Googleで開発されたAndroidと合わせて、家庭用ゲーム・PCゲームの時代から一気にスマートフォンのゲームの時代へと、世界中の人々のプレイスタイルを大きく変革させました。

2012年頃からはスマホゲーム市場が急激に拡大し、今までゲームになじみの薄かった主婦層などにもユーザー層が広がりました。代表的なコンテンツとして「パズル&ドラゴンズ」が挙げられます。同時にゲーム会社のみならず多くの新規参入会社がスマホゲームの市場に参入していきました。のちに「モンスターストライク」「Pokémon Go」などもリリースされ、社会現象を巻き起こすまでになっています。スマホゲームがゲーム業界を牽引し、2015年には国内のオンラインゲーム市場は初めて1兆円を超える規模となりました。

### eスポーツの広がり

昨今、ゲーム業界には新しいムーブメントが起こりつつあります。皆さんも最近、eスポーツという言葉メディア等でよく耳にするかと思えます。eスポーツとはエレクトロニック・スポーツの略称で、競技性の高いゲームを使って行われる対戦競技であり、またそうしたゲームをスポーツとしてとらえた名称のことです。2010年初頭くらいから欧米・アジアを中心に広がりが見られる新しい分野です。eスポーツといってもさまざまなジャンルがあり、日本人になじみのある格闘ゲームからスポーツゲーム、欧米やアジアで人気のあるMOBA\*<sup>4</sup>、FPS\*<sup>5</sup>、カードゲームなどのジャンルが存在します。

世界のeスポーツの流れから遅れをとっていた日本ですが、ここ2、3年eスポーツの波が急速に広がりつつあります。流行のきっかけとして挙げられるのが動画メディアです。世界的なeスポーツの大会などがネットをとおして日本の熱狂的なゲーマー達にも広がり、ゲーム実況など競技性の高いゲームのネット配信などが日

\*3 Web上での人間の相関関係や、そのつながり、結びつきを意味する概念。

\*4 Multiplayer online battle arenaの略。プレイヤーが2つのチームにわかれ、各プレイヤーがキャラクターを操作し、敵チームの本拠地を破壊する、というルールを基本としたゲームジャンル。

\*5 First Person shooterの略。一人称視点でキャラクターを操作し、銃器等のアイテムを用いて敵対するキャラクターを打倒するゲームジャンル。

本でも行われるようになり、eスポーツファンが増えていきました。2018年末には、流行語大賞にeスポーツがノミネートされるに至っています。

eスポーツの浸透は世界的な流れもありますが、日本では各ゲームの製造運営事業者が中心となりCESA、JOGAといったゲーム業界団体の全面協力のもと、日本eスポーツ連合(JeSU)が結成されたことも大きいでしょう。プロゲーマーのライセンス制度の導入や、景品表示等の法規制への対応整備を前提とした大会運営などが、今まで草の根的に行われてきたeスポーツの大会をメジャーに押し上げています。

### オリンピック種目に？

日本ではゲーム大会の延長戦といったイメージがまだ強いかと思いますが、将来的には[eスポーツ]がオリンピック種目にならないかという議論もみられます。残念ながら現在のところIOCは否定的であり、2020東京五輪では実現されませんが、2018年のジャカルタのアジア競技大会ではエキシビジョンマッチとしてeスポーツの競技が行われ、日本から参加した選手が見事、金メダルを獲得しました。また、2022年に杭州で開催されるアジア競技大会では正式種目としてeスポーツが採用されることが有力視されています。世界的に見ても着実に競技スポーツとしての機運が高まっています。

日本においても、2019年10月に茨城国体の文化プログラムとしてeスポーツが採用されました。また、2020年1月には東京都主催のeスポーツ大会の開催が予定されるなど、全国の自治体での注目度も高まっています。

### 若者とeスポーツ

日本でもプロゲーマーが誕生して各メディアでも話題になってきていますが、プロゲーマーを

めざす若者たちも増えてきています。近年では日本で初めてのプロゲーマーの専門学校が開校したり、各大学のサークルや高校の部活でeスポーツのクラブが続々と立ち上がったたりしています。2018年からは毎日新聞社主催による全国高校eスポーツ選手権が開催され、100校近くの高校が全国からエントリーし、熱い戦いを繰り広げました。最近の調査によると、男子中学生の将来なりたい職業としてプロeスポーツの選手が2位に挙げられるなど、主に若者を中心にeスポーツへの憧れが広がってきています\*6。

### ゲームと消費者

ここで業界団体としての取り組みをいくつか紹介したいと思います。JOGAはオンラインゲームの産業振興および健全な発展のために2007年に設立された業界団体です。オンラインゲームの魅力といえばネット上で多くのユーザーとつながって一緒にプレイできる点ですが、同時にネット上でのトラブルも発生しており、トラブルの未然防止のため、オンラインゲームをプレイする際のガイドラインの制定、ユーザーに対しての啓発活動など地道な活動を行っています。

オンラインゲーム上の消費者トラブルで多いものとして、自分のアカウントが他人に乗っ取られてしまうアカウントハックや利用規約等で禁止されているゲーム内アイテムの取引を知らない人で行ってしまい、自分のアカウントが利用停止になってしまうケース、または子どもが親のクレジットカードを勝手に利用して気づいたら高額課金をしてしまっている事例などがあります。未成年ゲームユーザーの過課金の大半は、クレジットカード利用によるものであるため、JOGAは、日本クレジットカード協会と連携して子どものクレジットカード利用に関する注意喚起を行う啓発キャンペーンを実施したり、また、国民生活センターおよび日本クレジッ

\*6 ソニー生命保険株式会社「中高生が思い描く将来についての意識調査2019」

ト協会に協力してもらい、子どものクレジットカード利用に関する「管理」「確認」「話し合い」を促す啓発キャンペーンをインターネット上で実施しています\*7。また、消費者庁が「インターネット通販」「口コミ」「サクラサイト」「オンラインゲーム」の4分野に重点を置いたインターネット消費者トラブル防止キャンペーンを実施した際に、JOGAおよび会員企業はこのキャンペーンに賛同し協力しています。

さらにJOGAは、消費者だけでなく、その消費者と日々向き合っている全国の消費生活相談員にもよりの確に状況を把握いただけるよう、相談員向けにオンラインゲームビジネスのしくみやトラブル事例、専門用語等を分かりやすく解説したガイドを自主的に制作し、全国消費生活相談員協会にて説明会を開催するなどの活動も行なっています。また、全国各地の自治体や行政からの要望があれば、オンラインゲームをきっかけに起こっている消費者トラブルの事例や業界として取り組んでいるガイドラインの説明を行うなどしています。

例えば、学生たちにも親しみを持ってもらいつつ、オンラインゲームに起因するトラブルから子どもたちを守るために、京都府と共同で行ったITリテラシーに関する消費者啓発キャンペーンでは漫画を制作して、多くの学生たちに啓発活動を行いました。

#### 消費者に向けた課題と取り組み

我々のような利用者の多くに未成年者を抱える産業は、常に産業の発展と同時に青少年たちが健全にゲームを楽しんでくれる環境作りが必要であると感じています。ゲームの提供の仕方もこの30年間で大きく変化し、時代時代のデバイスやネットワークの進化によって、子どもたちのゲームに対しての向き合い方も変わってきています。ユーザー同士のコミュニケーショ

ンは、少し前までの画面でチャットを使ったものから、ゲーム内でボイスチャットを使ったものとなり、また、見ず知らずの「フレンド」\*8と会話をしながら協力プレイを楽しんだり、時にはオフ会を開いてリアルでの親交を深めたりなど、人との繋がり<sup>つな</sup>の場にもなっています。

一方でユーザー同士のトラブルも後を絶ちません。一定のルールのもとにゲームの楽しさがあることを教えていくことも我々の仕事だと認識しています。

消費者とゲーム産業との課題は日々変わってきています。今までも高額課金者問題、なりすまし、RMT(リアルマネートレード)、未成年対策、コミュニケーショントラブル等々、ユーザーを取り巻く環境を少しでも改善するため、業界団体として真摯<sup>しんし</sup>に向き合ってきましたが、特に今、業界全体の課題として取り組んでいるのが、ゲーム障害です。2019年の5月に世界保健機関(WHO)より「国際疾病分類」に位置づけられたことを受け、業界としては真摯に向き合い、実態把握から今後の方針づくりにまさに取り組んでいる最中です。ユーザーが健全な私たちでゲームプレイを楽しめるバランスのとれた業界でありたいと望んでいます。

#### 最後に

これまでみてきたとおりゲームのイノベーションによって我々の生活環境にも影響を及ぼす事象がたくさん起きています。テクノロジーの面から見てもAR、VR、AI、同時通信技術と、新しいテクノロジーはゲームを通じて我々の生活環境を豊かにするツールとして、今までもこれからも導いてくれるものと感じています。JOGAもゲームが与える喜びや爽快感・達成感、プレイヤー同士がつながることができる安心感など、多くの消費者の心身にプラスとなる存在であり続けたいと切に願っています。

\*7 「子どものスマートフォン課金トラブルを防ぎましょう」：[https://japanonlinegame.org/Campaign\\_Credit/](https://japanonlinegame.org/Campaign_Credit/)

\*8 オンラインゲームやインターネット等のみで繋がっている友達や知り合い。