

# 2012年度最終報告書

安心ネットづくり促進協議会

調査研究委員会

ソーシャルゲーム事業適正化検証作業部会

## 内 容

1. はじめに .....	- 1 -
2. ソーシャルゲームについて .....	- 1 -
(1) 市場の状況について .....	- 1 -
(2) ソーシャルゲームへの社会的な注目 .....	- 4 -
(3) 本協議会における意見や懸念 .....	- 5 -
(4) 検討・課題の洗い出しの視点 .....	- 6 -
3. 利用者からの相談内容等.....	- 7 -
関係諸機関において把握されている相談等.....	- 7 -
(1) 消費者庁.....	- 7 -
(2) ECネットワーク .....	- 7 -
4. ソーシャルゲームに関する相談事例と事業者の対策 .....	- 8 -
(1) 消費者トラブル関係 .....	- 8 -
(2) 消費者トラブル以外の懸念事項 .....	- 10 -
(3) ソーシャルゲーム協会における取組み .....	- 11 -
5. 総括 .....	- 12 -
(1) 事業者による対策の評価 .....	- 12 -
(2) 今後の課題.....	- 13 -
※相談事例.....	- 15 -

## 1. はじめに

プラットフォーム<sup>1</sup>と融合したネットワークゲームのサービス（ソーシャルゲーム）は、特に 2011 年以降のスマートフォンの急速な普及に伴い、利用者数を拡大していった。

他方、こうした利用者の急増に伴い、消費生活センターなどの消費者相談窓口には、利用者からの相談も徐々に現れ始め、相当の割合を占めるほどとなった。そのような中、いわゆる「コンプガチャ」<sup>2</sup>が、消費者庁から景品表示法で禁止される行為に該当する場合があると指摘され、さらにメディアにおいては、ソーシャルゲームに関して、高額請求や射幸性について報道がなされた。

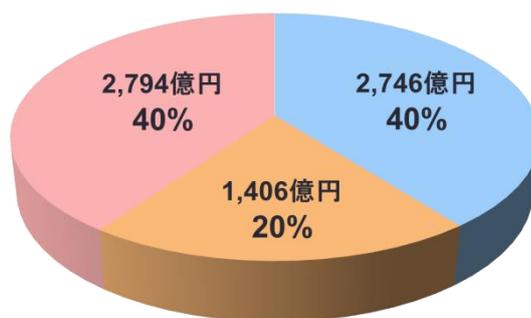
今般、プラットフォーム事業者において、コンプガチャの提供中止や、その他自主的な対応が行われているが、ソーシャルゲームの安心・安全に関する問題は、スマートフォンの利用における青少年保護に関わる重要な問題として、本協議会会員においても高い関心を集めていることから、京都大学の曾我部真裕准教授を主査に迎え、専門的な作業部会を設置し、検討することとなった。

## 2. ソーシャルゲームについて

### (1) 市場の状況について

#### ア 市場規模等について

ゲームコンテンツ市場においては、概ね「コンソールゲーム」「オンラインゲーム」「ソーシャルゲーム」の 3 つの市場が存在し、市場全体で 6946 億円のうち、ソーシャルゲーム市場は約 4 割（2794 億円）を占める。



グラフ1：ゲームコンテンツ市場

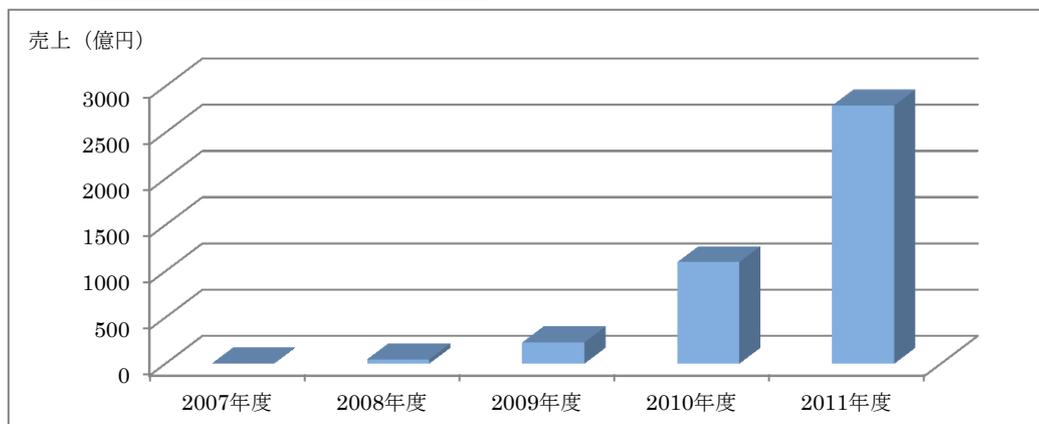
出典元：(一社)日本オンラインゲーム協会発行「オンラインゲーム市場調査レポート 2012 ～2011年のオンラインゲーム市場動向～」

1 ここていうプラットフォームとは、多数のゲームが配信されている場のことで、SNS機能を持っていることが多い。

2 ガチャとは、くじを用いるなど、偶然性を利用して、利用者に対してアイテム等を提供する仕組みをいう(消費者庁が平成 25 年 1 月 9 日に公表した「インターネット上の取引と『カード合わせ』に関する Q&A」における定義)。コンプガチャとは、有料のガチャにより提供されるアイテムの特定の組合せを揃えることを条件として、ゲームで使用することができる別のアイテム等を利用者に提供する仕組みをいう。

ソーシャルゲームの市場の推移としては、2010年に1000億円規模を達成し以後急激に成長し続けているとされている。

グラフ2：ソーシャルゲームの市場の推移



出典元：(一社)日本オンラインゲーム協会発行「オンラインゲーム市場調査レポート 2012 ～2011年のオンラインゲーム市場動向～」

ここで言う、ソーシャルゲームとは、ネットワーク上で遊べるゲームサービスのうち、プラットフォーム事業者が提供するプラットフォーム（ソーシャルネットワークの特徴を活かしたゲーム環境。）を利用しているもので、ゲームとプラットフォーム上のプロフィールやコミュニケーションサービスを連動させることが可能となっているものをいう。

これらのソーシャルゲームは、利用者（プラットフォーム会員）同士がコミュニケーションや情報交換を通じて、1人で遊ぶよりも楽しい経験をすることが特徴であり、例えば、利用者間同士でアイテムを交換したり、協力してゲームを進たりすることができる。

#### イ ソーシャルゲームの仕組み

ソーシャルゲームを利用するにあたっては、まずプラットフォーム会員となる必要がある。プラットフォームの会員としてIDとパスワードを登録すれば、そのプラットフォーム上の多種類のゲームを楽しむことができる。プラットフォーム会員登録時には、入会金等は不要であることが通常であり、ゲーム開始時においても、費用がかからないことが多い。

ゲームとプラットフォームの連携の特徴としては、プラットフォームの利用者情報（友達など）をゲーム上で利用することができることである。例えば、友達をゲームに誘うなどである。

図：ゲームでの遊び方（事例）



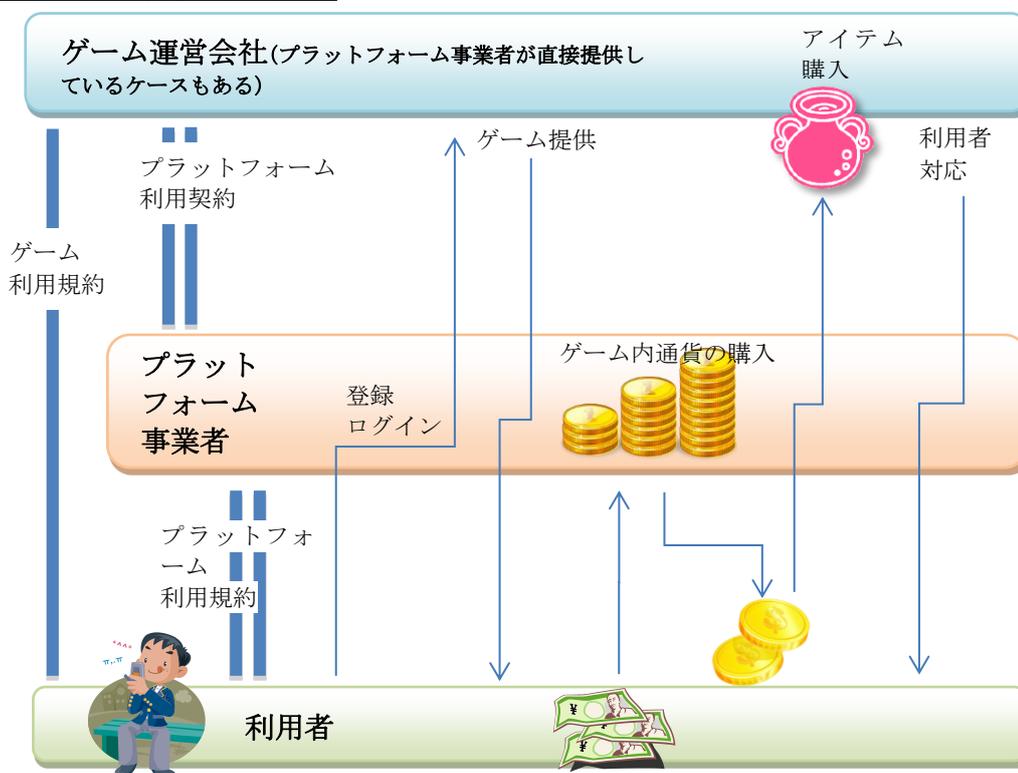
多くの利用者は無料の範囲でゲームをプレイしているが、ゲームの進行をよりスムーズにするために、アイテム等を購入することもできる。

ゲームで使用するアイテム等の購入には、プラットフォーム共通あるいはゲーム専用のオンライン通貨が必要となる。また、オンライン通貨の購入にあたっては決済が必要となるが、その方法には、下記のような複数の種類がある。

- ・携帯電話料金との一括請求
- ・クレジットカードによる決済
- ・プリペイドカード購入による決済

これらの関係は、次の図で示すように、利用者とゲーム運営会社、ゲーム運営会社とプラットフォーム事業者、利用者とプラットフォーム事業者の取引関係で成立している。

図：取引関係（契約、利用、課金）



## (2) ソーシャルゲームへの社会的な注目

次に、ソーシャルゲームの利用者数増加を背景に、社会的にも注目された話題としては以下のようなものがある。これらからは、社会においてもソーシャルゲームの利用者保護に対する関心が高いことが伺われる。

第1に、消費者庁による「コンプガチャ」に対する指摘が行われたことである。2012年5月18日、消費者庁は、「コンプガチャ」は、異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法に該当し、懸賞景品制限告示第5項で禁止される景品類の提供行為に当たるとして、「コンプガチャ」に関する景品表示法（景品規制）上の考え方を「オンラインゲームの『コンプガチャ』と景品表示法の景品規制について」<sup>3</sup>として公表した。また、当該考え方に基づき作成した「『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について」（昭和52年公正取引委員会事務局長通達第4号）改正案を発表した。

<sup>3</sup> 消費者庁 HP より『懸賞による景品類の提供に関する事項の制限』の運用基準について  
[http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120518premiums\\_1.pdf](http://www.caa.go.jp/representation/pdf/120518premiums_1.pdf)

なお、この発表の前に、各プラットフォーム事業者は、コンプガチャの廃止とソーシャルゲームに関するガイドラインの策定を発表した<sup>4</sup>。

第2に、2012年12月20日に、国民生活センターから、オンラインゲームについて、利用者への呼びかけと業界への要望が行われている<sup>5</sup>。

その内容は、いまだ「親の知らない間に子どもが購入したオンラインゲームのアイテム代金がカード会社から請求された」等という相談が多くみられ<sup>6</sup>、サービス形態の多様化、複雑化が進んだことで、トラブルが顕在化しにくく、いったんトラブルとなると解決が難しい。そこで、トラブルの未然防止、拡大防止のため、業界にさらなる取り組みを求めるとともに、特に子どもに利用させるオンラインゲームの仕組みや利用実態を大人が理解すること、また利用方法等を事前に親子で話し合うよう呼びかけるものである。

また、業界に対しても、子どもが大人に無断で有料アイテムの購入等をしてしまうトラブルが多いため、引き続き安全な利用環境の整備に取り組むとともに、子どもにオンラインゲームを利用させる大人の意識を高めるように、より一層の啓発を望むとしている。

なお、国民生活センターの集計はPIO-NET<sup>7</sup>で行われており、同センターのいう「オンラインゲーム」には、パソコンや携帯電話など、機器を問わず、インターネット回線を通じたゲーム全てを含むため、必ずしもソーシャルゲームだけの相談とは限らないが、ゲームコンテンツ市場の約4割を占めるソーシャルゲーム市場の大きさを考慮すれば、ソーシャルゲームに関する相談が多く含まれていると考えられる。

第3に、マスコミ各社がソーシャルゲームに対する課題を取り上げたことである。

新聞等では2012年5月～6月の「コンプガチャ」に関する記事が多く、その他「未成年の高額課金」「射幸性」についての記事が散見されたが、7月以降は数が減っている。

### (3) 本協議会における意見や懸念

上記のような状況の中、本協議会の調査研究委員会において、ソーシャルゲームに対する意見や懸念とあわせ、委員会としての対応について議論を行った。

同委員会においては、プラットフォーム事業者がコンプガチャへの対策を行っている中、実際には何が起きているのか、マスコミ等の指摘は必ずしも事実を正確に把握できていないとの意見が多かった。その結果、問題の把握や検証のため、専門的な検討部会

<sup>4</sup> コンプガチャとカード合わせの問題の詳細について、消費者庁が平成25年1月9日に公表した「インターネット上の取引と『カード合わせ』に関するQ&A」を参照。

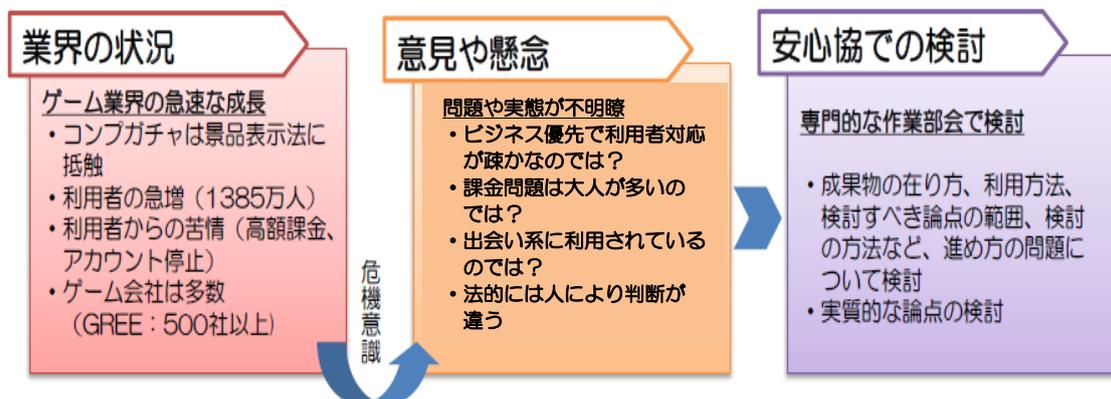
<sup>5</sup> [http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20121220\\_2.html](http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20121220_2.html)

<sup>6</sup> 国民生活センターの発表によると、2012年度の相談件数は11月20日時点で3107件となっており、前年度同期の1544件に比べ、大幅に件数が伸びている。また、そのうち、契約当事者が未成年者の相談は548件とこちらも前年同期を上回る数字となっている、とのことである。

<sup>7</sup> PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム）

国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。

(ソーシャルゲーム事業適正化検証作業部会)を設置することとし、2012年8月、検討を開始した。



#### (4) 検討・課題の洗い出しの視点

##### ア 消費者トラブルと事業者対策の比較

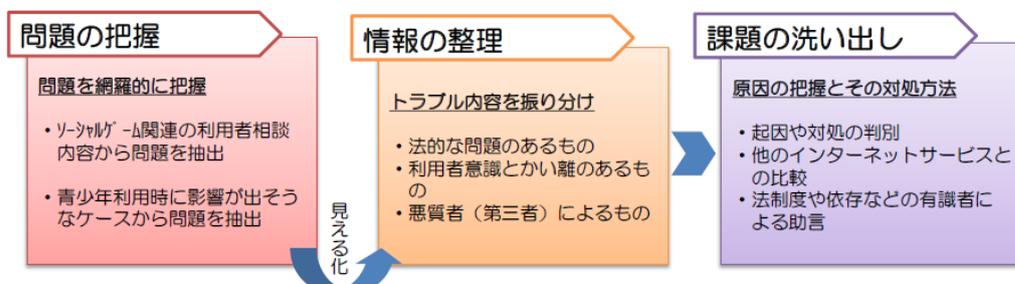
まずは実態の把握として、利用者等からのECネットワークへのソーシャルゲームに関連する相談内容を調査し、その結果にあわせ、プラットフォーム事業者における利用者保護の対策を調査、検証することとした。

検討にあたっては、指摘されている問題の実態の把握に留意する。

##### イ 消費者トラブル以外の課題について

上記アの利用者とゲーム運営会社間の取引や対応において生じたトラブル以外にもソーシャルゲームの過度な利用に伴って、一般的な生活への影響が生じる可能性について懸念されている。

- ・青少年に影響が出そうなケースがあるのか?
- ・射幸性が強く、依存や賭博のおそれがないか?



### 3.利用者からの相談内容等

#### 関係諸機関において把握されている相談等

##### (1) 消費者庁

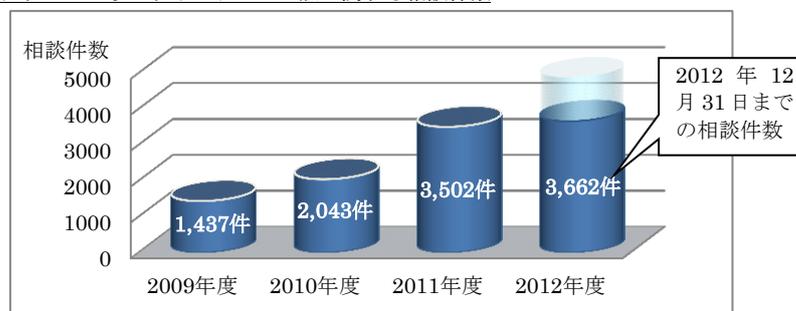
2011年夏頃より、消費者相談窓口にコンプガチャをはじめとするソーシャルゲーム関連の相談が目立つようになったことを背景とし、消費者庁主催のインターネット消費者取引連絡会<sup>8</sup>において、2012年2月、ソーシャルゲームをテーマとする情報交換が行われた。消費者相談窓口からは相談内容<sup>9</sup>、プラットフォーム事業者からは利用者保護に関する対応状況について報告がなされた。

以下は、インターネット消費者取引連絡会での主な意見である（消費者庁HPより引用）。

- ・未成年者も利用する中、高額課金のトラブルも見られる。
- ・アカウント停止や強制退会に関する相談も多い。対処の理由として「出会い目的」「嫌がらせ」「利用者同士の喧嘩」が含まれており、ゲーム上での不正行為とは異なる事由での対処も見られる。
- ・利用者がゲーム運営会社に相談しても受け付けてもらえないという相談がある。

(参考) 国民生活センターにおいて集計したオンラインゲーム全般に関する相談件数の推移

グラフ4：オンラインゲーム全般に関する相談件数



##### (2) ECネットワーク

電子商取引のトラブルに特化した消費者相談窓口業務を行っている一般社団法人ECネットワーク<sup>10</sup>の協力を得て、今回の検討にあたり、ソーシャルゲームに関する相

<sup>8</sup> インターネット消費者取引連絡会は、相談事例からうかがえる消費者トラブルの傾向など、インターネット取引を巡る最近の課題について情報を共有し、対策について議論を深める場。

<sup>9</sup> 東京都消費生活総合センターのソーシャルゲームを含むオンラインゲーム全般に関する相談事例（上記のインターネット消費者庁連絡会で報告されたもの）は次の通り。

<http://www.caa.go.jp/adjustments/pdf/120515shiryo8.pdf>

<sup>10</sup> 電子商取引（Electronic Commerce）の健全な発展を目的として、ネット取引に関するトラブル相談やEC事業者・消費者への情報提供を行う非営利団体。消費者からの相談は全て無料。年間600～800件の直

談内容の提供を依頼した。

ECネットワークによれば、オンラインゲームの相談は10年前から寄せられているが、2011年頃よりソーシャルゲームに関する相談が増加している。それらは主に次の内容に集約されるとのことである<sup>11</sup>。

- ア 利用規約違反によるアカウント停止
- イ 親のクレジットカード利用による高額請求
- ウ 他の利用者からのアイテム奪取など嫌がらせや妨害行為
- エ サービス停止の事前告知と補償
- オ 運営会社のシステムトラブルでアイテムが消失
- カ ID等の不正使用

#### 4. ソーシャルゲームに関する相談事例と事業者の対策

本作業部会では、前述の相談事例を手掛かりとして検討を行った。

##### (1) 消費者トラブル関係

- ア 利用規約違反によるアカウント停止（相談事例①、②参照）

「利用規約違反」との理由で、プラットフォーム事業者からアカウントを停止されたという事例である。

アカウント停止（強制退会を含む。）になると、ゲームへのアクセスを含むすべてのサービスの利用ができなくなる。どのような場合にアカウント停止をすべき利用規約違反にあたるかの判断基準については、社内ルール化されていることが通常であるようである。もっとも、詳細な判断基準の公開は、悪用（いわゆるすりぬけ）の恐れがあるため、困難であるとのことである。

アカウント停止にいたる「利用規約違反」の多くは、リアルマネートレード（以下「RMT」という。）違反<sup>12</sup>、出会いを求めるメッセージの送信による違反<sup>13</sup>等であるとのプラットフォーム事業者による説明もあった。

プラットフォーム事業者によって対応は異なるが、たとえば、アカウントの停止に至る前に、利用規約違反の内容等に応じて、注意喚起・警告等を行う場合もある。また、違反事実を認知してから停止措置までの期間についても、違反内容や頻度等に応じて差異を設けているプラットフォーム事業者もいるとのことである。

---

接相談と、消費生活センターからの間接相談（同数程度）を受けている。

<sup>11</sup>ただし、相談者の申し出情報に基づいており、事実関係が必ずしも確認されたものではなく、また、全ての事業者にも必ずしも該当しないことに留意する必要がある。

<sup>12</sup>各プラットフォーム事業者は、RMTを不正アクセス、利用者間のトラブルなど利用環境に対して悪影響をおよぼすとし禁止している。また、自主的に「リアルマネートレード対策ガイドライン」策定し、RMT減少に取り組んでいる。

<sup>13</sup>従来よりコミュニティサイトサービスで発生している問題であり、異性交際を求めるケースのこと。

プラットフォーム事業者において、アカウント停止となる基準が社内ルール化されていること、アカウント停止の前に注意喚起・警告等が行われている場合もあることを勘案すると、必ずしも利用者にとって一方的かつ唐突なアカウント停止が行われているとは言い難い面がある。もっとも、アカウント停止は、利用者がそれまで相当の時間や金銭を費やしてプレイしてきたゲームで以後遊べなくなる重大な措置であることから、利用者に与える心理的な影響が少なくない場合がありうる。そこで、アカウント停止とする利用規約違反の認定は厳格になされるべきであり、事情によっては、一時的に機能を停止して利用者の弁明を聞く等の手段を講じることも検討されてよい。

#### イ 親のクレジットカード利用による高額請求（相談事例③参照）

青少年が親のクレジットカード番号を入力して、ソーシャルゲームを利用したことにより、高額の請求が来てしまったという相談である。

これは一義的には家庭内のクレジットカードの管理の問題であり、プラットフォーム事業者側での対策は難しい。また、プラットフォーム事業者としても、青少年に対する利用料金の上限設定や未成年取消への対応、保護者への啓発等、講じうる対策を実施しているとのことである。

これらから、現時点では、親のクレジットカード利用による高額請求というケースに対しては、一定の対策が施されていると考える。

#### ウ 他の利用者からのアイテム奪取など嫌がらせや妨害行為（相談事例④、⑤参照）

利用者同士で、トレードやプレゼントの約束をしたのに、約束が果たされないとの相談<sup>14</sup>や、ゲーム内で嫌がらせや妨害行為を受けているという相談である。

プラットフォーム事業者としては、利用者間で起きたトラブルに介入することには慎重を要するが、アイテム交換に関する注意喚起を行ったり、交換の仕組みも、双方の交換アイテムが揃ってから交換が成立することとしたり、一定以上の利用期間を経た利用者限定するなどの措置等を、必要に応じて講じている。

また、嫌がらせ行為については、従来から実施しているメッセージ監視の中で、誹謗中傷の文言を見つけ次第、削除するように努めているとのことである。

これらの点から、プラットフォーム事業者において可能な対策は講じられているものといえることができるが、引き続き、安心・安全な利用に向けた配慮が期待される。

#### エ サービス停止の事前告知と補償（相談事例⑥参照）

ある事業者について、サービスを中止することが決まっているにもかかわらず、中止を直前まで告知せずに、キャンペーンを実施しポイント購入をあおられ、購入済

みのポイントを使い切れなとの相談があった。

ゲームの提供を続けるかどうかは、利用者に配慮する必要はあるものの、基本的には、ゲーム運営会社・プラットフォーム事業者の経営判断にゆだねられるべき事柄である。プラットフォーム事業者としては、ゲーム運営会社に対し、サービス停止の場合、十分な期間をもって事前に告知を行うことを義務付けているのが通例である。

このように、プラットフォーム事業者において、一定の対策が講じられているものといえるが、現に相談事例のようなケースもあることから、ゲーム運営会社・プラットフォーム事業者においては、十分な期間をおいたサービス終了の事前告知やアイテム販売の停止等の措置を行うことが期待される。

#### オ 運営会社のシステムトラブルでアイテムが消失（相談事例⑦参照）

あるゲーム運営会社について、システムの不具合等により、アイテムが消失してしまったが、何の補償も受けられなかったとの相談である。

大手のゲーム運営会社においては、システム不具合によるユーザーの不利益については内容に応じて、補てん、利用者への謝罪等を実施することが多いとのことである。

システムの不具合は、個々のゲームにおいて発生する事象であるため、中小のゲーム運営会社のゲームにおいても生じうる。そのため、引き続き、利用者への影響の大きさに応じて適切に対応していくことが期待される。

#### カ ID等の不正使用（相談事例⑧、⑨参照）

IDやパスワードを第三者に不正に利用され、ポイントやアイテムを奪われてしまったという相談である。

プラットフォーム事業者としては、ID・パスワードの管理について、利用者への注意喚起や啓発に取り組んでいるところである。

この点については、ソーシャルゲーム特有の課題というよりも、インターネット上のサービスにおけるID・パスワードの冒用一般の問題であり、本作業部会で議論するのが適切な内容ではないため、検討対象から外すこととした。

## （2）消費者トラブル以外の懸念事項

### ア メッセージのやりとりを契機とする大人と青少年の接触

ゲーム内掲示板等において、メッセージのやりとりが大人と青少年の接触に繋がり、場合によっては福祉犯のきっかけとなるという問題である。プラットフォーム事業者においては、従来からコミュニティサイトに関する青少年保護対策<sup>15</sup>（ゾーニ

---

<sup>15</sup> 本協議会コミュニティサイト検証作業部会において検討が進められてきた対策で、既に多くの事業者等による取り組みが進展している。主な取り組みとしては、ゾーニング、年齢認証、メッセージ監視等があげられる。

ング<sup>16</sup>、年齢認証<sup>17</sup>、メッセージ監視<sup>18</sup>等)を講じているところであり、ゲーム内掲示板をきっかけとした出会いによる被害は見受けられないとのことである。

この点については、上記のとおり、プラットフォーム事業者において取り組みがなされており、引き続き青少年の安全・安心な利用に配慮がなされることが期待される。

#### イ ゲームへの依存傾向

ソーシャルゲームへの依存が発生しているのではないかというものである。依存傾向に関する調査分析結果はないため、確たることを言う状況にはないが、作業部会においては、PCベースのオンラインゲームと携帯・スマートフォン中心のソーシャルゲームでは、状況が異なるのではないかとの意見があった。

#### ウ 青少年に向かないストーリー等のゲーム

青少年が楽しむには向かないストーリー等のゲームもあるのではないかとの指摘があった。

この点については、プラットフォーム事業者が、コンテンツの表現に関するガイドラインを定める取り組みを行っている例も存在するが、表現の自由との関係もあり、何が青少年に向かないストーリー等かを定める根拠や要件が明らかではないことから、本作業部会の検討対象からは外すこととした。

### (3) ソーシャルゲーム協会における取組み

#### ア 経緯

ソーシャルゲーム市場の成長に伴い、様々な利用者が様々なソーシャルゲームを利用するようになってきたことをふまえて、2012年3月21日、大手ソーシャルゲームプラットフォーム事業者6社によるソーシャルゲームプラットフォーム連絡協議会(以下、「連絡協議会」という。)が設置され、各種自主ガイドラインの策定などに向けて協議が始まった。

この間、5月18日の消費者庁による景品表示法上の考え方の公表及び同法の運用基準

---

<sup>16</sup> 年齢に応じたゾーニング(機能制限)機能が提供されている。18歳未満の利用者は18歳以上の利用者からプロフィールを検索されない・18歳以上の利用者のプロフィールを検索できない・メッセージ送信に制限がかかる等、大人による青少年への接触を制限することで、悪意ある大人から青少年が被害にあう可能性を軽減する効果が期待されている。

<sup>17</sup> 利用者が青少年か否かの識別を行う対策であり、例えば、携帯電話事業者が提供するフィルタリングサービスの加入状況を踏まえたゾーニングや、携帯電話事業者が保有する利用者年齢情報の利用者の同意に基づく第三者提供による年齢認証の現実性の向上も行われているところである。

<sup>18</sup> 利用者からの有効な同意のもと、利用者間のメッセージのやりとりの系統的・人的な監視を行い、特定のNGワードが含まれるメッセージの送信を制限したり、IDの交換等の禁止行為が確認された場合は削除や利用停止等の措置を講じている。

の改正に関するパブリックコメントを求める発表を受けて、連絡協議会は、同日、5月31日までにはいわゆるコンプガチャを撤廃するとの発表を行った。

その後、5月25日には、「コンプリートガチャガイドライン」、6月22日には、「ゲーム内表示等に関するガイドライン」、「リアルマネートレード対策ガイドライン」、さらには「コンプリートガチャ等に関する事例集」を発表した。

#### イ 一般社団法人ソーシャルゲーム協会（JASGA）の設立

プラットフォーム事業者に加えて、コンピュータエンターテインメント協会（CESA）や日本オンラインゲーム協会（JOGA）、ゲーム運営会社や有識者・学識者も広く参加する体制により、2012年11月8日に一般社団法人ソーシャルゲーム協会（以下、「JASGA」という）が設立された。

JASGAの主な活動内容としては、ソーシャルゲームに対する自主規制、青少年等に対する啓発活動およびカスタマーサポート（CS）品質の向上のための活動が挙げられている。<sup>19</sup>

#### ウ JASGAの自主規制<sup>20</sup>

JASGAは、2013年1月「コンプリートガチャ等に関するガイドライン」<sup>21</sup>、「ゲーム内表示等に関するガイドライン」<sup>22</sup>および「リアルマネートレード対策ガイドライン」<sup>23</sup>を策定し、公表した。

JASGAは、これら3ガイドラインに準拠するプラットフォーム運営体制が整備されているかを、「ソーシャルゲームプラットフォーム運営体制に関する基準」<sup>24</sup>に基づき審査し、プラットフォーム毎に認定を行うとしている。この認定に加えて、ソーシャルゲームのパトロールおよび利用者からの情報提供にもとづいた対応を実施することで、自主規制の実効性を担保するという。また、今後の運用を通じたPDCAサイクルにより、自主規制の更なる改善を図っていくとのことである。

## 5. 総括

### （1）事業者による対策の評価

全体として見れば、事業者による一連の取り組みにより、消費者相談の件数は大幅に減少しており、本報告書でとりあげたような類型については、状況は相当程度改善

---

<sup>19</sup> <http://jasga.or.jp/about/section3.html>

<sup>20</sup> <http://jasga.or.jp/about/section4.html>

<sup>21</sup> [http://jasga.or.jp/pdf/20130129\\_Guideline1\\_ver1.pdf](http://jasga.or.jp/pdf/20130129_Guideline1_ver1.pdf)

<sup>22</sup> [http://jasga.or.jp/pdf/20130129\\_Guideline2\\_ver1.pdf](http://jasga.or.jp/pdf/20130129_Guideline2_ver1.pdf)

<sup>23</sup> [http://jasga.or.jp/pdf/20130129\\_Guideline3\\_ver1.pdf](http://jasga.or.jp/pdf/20130129_Guideline3_ver1.pdf)

<sup>24</sup> [http://jasga.or.jp/pdf/20130129\\_Standard\\_ver1.pdf](http://jasga.or.jp/pdf/20130129_Standard_ver1.pdf)

しているものといえる<sup>25</sup>。

## (2) 今後の課題

### ア 残された検討課題について

本報告書は、消費者相談窓口に寄せられた苦情を中心として事実関係を明らかにし、プラットフォーム事業者による対策を整理したものである。

これに対して、ソーシャルゲームについては、議論の中で、法的整理や心理学的な分析を要する課題もあるのではないかとの意見もあった。具体的には、ガチャの賭博該当性、ソーシャルゲームをめぐる契約関係の整理の問題などが存在するとの意見があった。

このうち、賭博該当性については、本作業部会での調査の過程で、賭博には該当しないと専門家の意見に基づいて議論がなされた。

また、前述（4頁）の通り、ソーシャルゲームに関係する主体には利用者、プラットフォーム事業者、ゲーム運営会社の三者があり、この三者の契約関係は複雑なことから、その整理が論点となるとの意見があった。

さらに、ゲーム運営会社がゲームサービスを停止した場合の補償に関連して、当該ゲーム内で使えるオンライン通貨の払戻しが資金決済法上問題とならないかについても疑問が呈された。オンライン通貨が資金決済法上の前払式支払手段となる場合は、同法 20 条 2 項により原則として払戻しができないこととされている。同条 1 項は、一定の場合に前払い式支払手段の発行者に対して払戻しを義務付けており<sup>26</sup>、また、同条 2 項も払戻し禁止の例外を認めているところであるが、ゲーム運営会社がゲームサービスを停止した場合は、これらのいずれにもあてはまらないこととなる可能性があり<sup>27</sup>、ゲーム運営会社は前払式支払手段の払戻しをすることができない可能性があ

---

<sup>25</sup> 他方、プラットフォームを通さずに提供されるオンラインゲームに関する苦情が増加しているなど、状況の変化が見られる。

<sup>26</sup> 資金決済法第 20 条

前払式支払手段発行者は、次の各号のいずれかに該当するときは、前払式支払手段の保有者に、当該前払式支払手段の残高として内閣府令で定める額を払い戻さなければならない。

- ① 前払式支払手段の発行の業務の全部又は一部を廃止した場合（相続又は事業譲渡、合併若しくは会社分割その他の事由により当該業務の承継が行われた場合を除く。）
- ② 当該前払式支払手段発行者が第三者型発行者である場合において、第 27 条第 1 項又は第 2 項の規定により第 7 条の登録を取り消されたとき。
- ③ その他内閣府令で定める場合

<sup>27</sup> 前払式支払手段に関する内閣府令第 42 条

法第 20 条第 2 項に規定する内閣府令で定める場合は、次に掲げる場合とする。

- ① 基準日を含む基準期間における払戻金額（法第 20 条第 1 項の規定により払い戻された金額を除く。次号において同じ。）の総額が、当該基準日の直前の基準期間において発行した前払式支払手段の発行額の百分の二十を超えない場合
- ② 基準日を含む基準期間における払戻金額の総額が、当該基準期間の直前の基準日における基準日未使用残高の百分の五を超えない場合

る。この点については、今後の検討課題とされるべきである。

#### イ より安心・安全なソーシャルゲーム環境の実現に向けて

一般に、新しいもの、急速に発展してきたサービス・事業については、その内容についての社会の理解が十分に追いつかず、必ずしも正確な理解に基づくものではない批判や、当該事業固有の問題とはいえない点に関する批判、あるいは利用者のリテラシーをもう少し求めてしかるべきではないかという点についての批判も含め、多様な指摘を受けることがあり、このことは、ソーシャルゲーム事業も例外ではない。

しかしながら、ソーシャルゲームは一部のリテラシーの高い利用者だけが利用するものではなく、青少年を含む極めて多くの国民が楽しんでいるエンターテインメントである。

したがって、プラットフォーム事業者としては、社会の理解が不十分であるとすれば自らの説明努力が足りないのが理由であるというほどの姿勢をもって利用者や社会に向き合い、十分なコミュニケーションを図ることが求められる。

このような姿勢がなければ、本報告書で取り扱ったような問題については対策がなされたとしても、今後も新たに社会的批判を招くような事態が生じかねず、ソーシャルゲーム産業の今後の継続的な発展を妨げるようなことになりかねない。ソーシャルゲームは数少ない日本発のグローバルな成長産業であると言われることもあるが、そうであるとすればなお一層このような姿勢が求められるであろう。

この点で、代表的なプラットフォーム事業者が競合関係を超えて JASGA を設立するなどして、問題に自主的・自律的に取り組む姿勢を見せたことは評価できるが、JASGA は、現在のところ、発足したばかりであり、今後の積極的な活動が期待される場所である。

コンプガチャ問題に始まる昨年の一連の問題では、消費者庁や国民生活センターといった行政機関によって通達改正や業界への要望といった公の対応がなされる事態が生じ、さらに本協議会においてもこの問題を特に検討する本作業部会が設置されるなど、業界の外部での対応が目立った。今後、各事業者や JASGA のような事業者団体には、本報告書やその他の外部の指摘を踏まえた自主的かつ迅速な対応が求められる。その際、プラットフォーム事業者や事業者団体は、その責任の重大性を認識し、ゲーム提供事業者に対しても適切な助言や対応を行い、利用者が安全・安心にソーシャルゲーム全般を楽しめるような環境が整備されるよう配慮することが望まれる。

(終)

---

③ 保有者のやむを得ない事情により当該前払式支払手段の利用が著しく困難となった場合

## ※相談事例

### 【相談事例①】

プラットフォーム事業者から「規約違反とみなし強制退会処分とします」と通知があり、「そんなつもりはない」と弁明したが、「規約違反にあたりますので今後一切利用はできません」と返答があった。

これまで有料で得たアイテム（カード類）を他の ID に移して欲しいと要望したが、「規約違反のため全て停止ですのでご了承ください」との返答であった。

### 【相談事例②】

プラットフォーム事業者から警告通知があったようだが、その 30 分後にログイン不可能となり、通知内容が確認できない。理由も知らされず、これまで有料で得たアイテムが突然使えなくなるのは納得がいかない。未使用分の通貨に関しても返金されないという。

### 【相談事例③】

母親からの相談。中学生の息子が、モンスターを集めるゲームで遊んでいるうちに、レアモンスターが当たるガチャを利用し、支払いに親のクレジットカードを無断で使ってしまった。次からはクレジットカード番号等の入力不要だったので、何度もガチャを引き、カードに高額請求が来て初めて気づいた。請求元のプラットフォーム事業者とどのように交渉したら良いか。

### 【相談事例④】

ゲーム内のプレゼント機能を利用してアイテムを「貸した」相手が、誤ってアイテムを失くしたなどと言って、約束の期日を過ぎても返してくれない。その後、相手から自分をアクセス禁止にされてしまった。

### 【相談事例⑤】

他のゲーム参加者から、ゲームの邪魔をされたり、掲示板に悪口を書かれたりして困っている。

### 【相談事例⑥】

遊んでいたゲームについて、「1 か月後にサービスを終了する」との発表があった。発表の直前までキャンペーンなどでゲーム専用通貨の購入を煽っており、無料で付与された分と購入分を合わせると相当な額になるが、とても 1 か月では使い切れない。これまで何年にもわたり、数十万円をかけてキャラクターを育てて愛着もあるところ、運営側の都合で全て無に帰すのは納得できない。

**【相談事例⑦】**

1年間かけて集めたアイテムが、ある深夜のアップデート時に全て消えてしまった。運営側は不具合を認めているが、アイテムの返還など補償については約束できないと言う。

**【相談事例⑧】**

覚えのないアイテムの購入があり、ログイン履歴を確認したところ不正なアクセスを発見した。ゲーム運営会社に問い合わせたが、「当社では不正ログインの履歴が見つからないため補償も調査もできない」との回答。

警察は「不正アクセスに関してはゲーム運営会社が被害者となるため、利用者からは被害届を出せない」と言う。ゲーム運営会社に伝えると、「警察が動かないと当社では協力できない」と言われた。

**【相談事例⑨】**

ゲームのアカウントを不正アクセスで奪われてしまった。運営会社に問い合わせるが、登録情報が書き換えられていて本人確認ができず、アカウントを取り返せない。運営会社も調査してくれない。