

コロナ後の国内オンラインゲーム市場は どう変化するか

澤 紫臣 ●アマツ株式会社 取締役

国内市場が足踏みを続ける中、NFTゲームの登場やメタバースブームの再燃は市場の成長に寄与するのか。プラットフォームや海外における規制の影響はどの程度か。広い視野でのサービス提供が求められる。

■成長要因の少ない状態が続く市場推移

2020年の国内オンラインゲーム市場規模は、PC、コンソール、スマートフォン&タブレットを合わせて1兆2566億円となった。1兆円産業となってから5年が経過したが、2019年に比べて7%の低下である。コロナ禍であっても維持できているという見方もありつつ、「巣ごもり需要」を加味しても国内市場は足踏みが続いているとも言える（資料2-2-4）。

2020年の段階で、コロナ禍により家計支出にも変化があると予想していたが、ARPU（Average Revenue Per User、ユーザー1人あたりの平均売上）もARPPU（Average Revenue Per Paid User、有料ユーザー1人あたりの平均課金額）も前年比で上昇している。ARPUはPCで18%アップの2290円、スマートフォン&タブレットで13%アップの1570円となり、ARPPUもPCで7%アップの1万6640円、スマートフォン&タブレットで13%アップの1万870円であった。推移に目を向けるといづれも過去最高値で、個人消費の上昇という点では「巣ごもり需要」は確実にあったと考えられる。

ゲームユーザー規模も拡大しており、調査をもとにした推計値ではあるが、スマートフォン&タ

ブレット、そしてPCとコンソール機を合わせて、ゲームを遊ぶ人の総計は2021年で4289万人とされ、2020年から456万人増加している（資料2-2-5）。

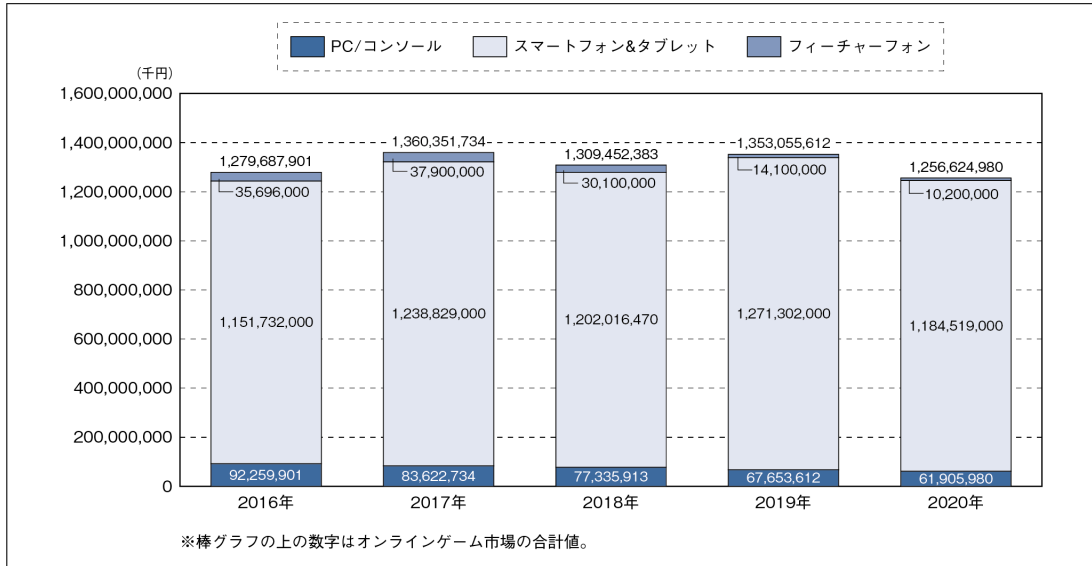
■ヒットタイトルは世界的競争へ

ユーザー支出の上昇や規模拡大のイメージと、国内市場数値の停滞とが合致しない原因としては、以前より指摘しているように国内市場統計に表れない海外大規模タイトルの増加が挙げられるだろう。

たとえば「原神（miHoYo）」「王者荣耀（TiMi Studio Group）」「放置少女（C4Games）」「マフィア・シティ（YOTTA Game）」「第五人格（NetEase）」といったランキング上位のヒットタイトルはいずれも中国産である。

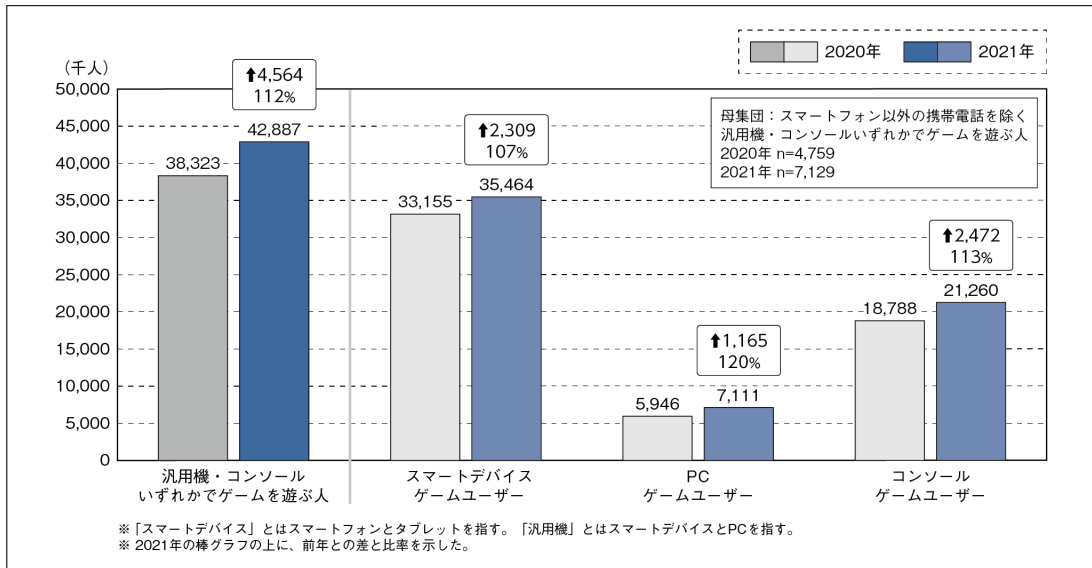
ここ数年の上位常連タイトルである「Fate/Grand Order」「モンスターストライク」「パズル&ドラゴンズ」「ポケモンGo」「ドラゴンクエストウォーク」「LINE：ディズニーツムツム」などの存在感が揺らぐことはないが、せつかく拡大した個人消費や利用者増をみすみす海外勢に奪われていると考えれば、国内ゲーム産業の地力が問われる局面にあると言えるだろう。

資料2-2-4 オンラインゲーム市場規模の推移



出所：JOGA オンラインゲーム市場調査レポート 2021

資料2-2-5 汎用デバイスゲームユーザー規模の前年からの変化



出所：JOGA オンラインゲーム市場調査レポート 2021

2021年度の統計結果には、ここに「ウマ娘 プリティーダービー」などヒットタイトルの数字が上乗せされると考えられるが、国内需要の奪い合いに終始するのではなく、海外企業が日本市場に

対して積極的にタイトルを提供しているように、国内タイトルも海外展開を幅広く行って世界的な競争を制していくことを求められるだろう。

2020年の国内オンラインゲームの海外総売上

は2550億円程度であり、2019年から2%ほど減少している。IP（Intellectual Properties、知的財産）活用をはじめとした多面的な成長要因を確実なものとし、今後にわたってこの規模を拡大できるものなのかどうか、注視していきたい。

■海外ゲーム規制の影響

国内から海外へ打って出る際に障壁となるのは、進出先の国における規制である。多くのヒットタイトルが中国産であるが、当の中国国内では、オンラインゲームに対する強力な締め付けが進行している。

2021年8月に衝撃的なニュースがゲーム業界を駆け抜けた。中国国内のオンラインゲーム事業者が未成年者にサービスを提供できるのは、金曜、土曜、日曜のそれぞれ1時間ずつ、週に計3時間までという規制内容が当局によって通知されたのである。これに沿うため、各ゲームではプレイ用アカウントへの実名登録や顔認識による本人認証などが導入された。

同年9月には、この規制に賛同する形でゲーム事業者の団体である中国出版工作者協会遊戯工作委员会（GPC）が、オンラインゲーム事業者の連名でこれに準じたガイドラインを発表した。これにより、未成年のゲーム利用への制限に加え、海外プラットフォームから中国国内ユーザーへのゲームサービス提供も規制されることとなった。並行して、コンソール機用のタイトルでオンライン要素のあるタイトルの販売禁止や、表現規制の一層の徹底も行われた。2022年初頭の報道では、2021年7月から新たに版号（中国当局による運営許可・ライセンス）が発行されたゲームタイトルは1つもなかったとされており、中国でのオンラインゲームサービス提供は引き続き容易ではないと考えられる。

逆に規制が緩和された国もある。オンライン

ゲームの歴史上、日本との関わりが深い韓国では、2021年8月、10年ほど続いた通称「シンデレラ法」が廃止される運びとなった。これは2011年11月に施行された「青少年保護法改正案」のことで、午前0時から午前6時まで、16歳未満の青少年がオンラインゲームへ接続することを禁じたものである。PCゲームを対象としていたため、10年のうちに法律の対象外となるモバイルゲームが拡大したことや、そもそも人権の侵害ではないかという批判もあり、改正を迫られていたが、2022年1月から接続の禁止部分を削除した改正法が施行された。

青少年保護の観点でのゲーム利用時間の制限は、別途制定されていた「ゲーム時間選択制」によって、引き続き保護者の同意のもと行われることになる。

近隣の国であってもこれほどゲームや消費者への規制が違う。このほかにも、かつて欧州を発端に巻き起こったルートボックス（ランダム型有料アイテム販売の一種）規制や、EUにおけるGDPR（General Data Protection Regulation、一般データ保護規則）遵守などのハードルは依然として高い。

海外進出にあたっては、ゲーム内容のローカライズのみならず、現地での規制や法との摺り合わせをすることは至難の業ではあるが、長らく続いている「成長の踊り場」からの脱却のためには避けられない問題だろう。

ローカルな規制については、日本でも「香川県のネット・ゲーム依存症対策条例」があるが、条例の廃止や「依存症」文言の削除を求めた陳情が2021年11月に不採択となったばかりだ。この条例は附則にて「2年を目途として、施行状況等を勘案し、検討が加えられる」とされており、2022年4月にその2年を迎えるため動向が注目されている。

■プラットフォームからの歩み寄りはゲームビジネスに寄与するか

近年のゲームビジネスは、国や地域での規制のほか、OSやアプリストア、ポータルサイトなどの「プラットフォーム」による影響を受けやすい。これについては本記事でも毎年触れているが、App StoreやGoogle Playなどの価格改定や開発者規約の改正によって、アップデート開発による対応だけでなくビジネスモデルの変更を迫られる場合もある。

2021年9月、アップルは日本の公正取引委員会との合意に基づいて、デジタルコンテンツ分野における制限緩和を実施することとなった。これは、当局が、同社において独占禁止法違反の疑いがあるとして2016年ごろから調査を進めていたものだ。

最終的に2022年にアップルの規約が改正されることとなり、新聞・雑誌・書籍の閲覧アプリや、映画・音楽の配信アプリにおいて、コンテンツ購入やサブスクリプション（月額料金）の決済について、これまでアップル規定のIn App Purchase（アプリ内決済）にて手数料を最大30%徴収されていたところ、アプリから外部決済への導線を持つことが可能になる。

5年にわたる公正取引委員会の粘り強い調査が、アップルの措置を引き出したわけだが、現段階ではデジタルコンテンツが対象のため、すぐにゲームビジネスに寄与するものではない。しかしながら海外に目を向けると、2020年から続いている「フォートナイト」のEpic Gamesとアップルとの訴訟では、控訴裁での結論は出ていない状況とはいえ、同様の「アプリ内で他の支払手段とのリンク設置を禁止すること」の可否が争われており、この影響で売上げ規模の小さいアプリ事業者は手数料が減額されるなどの譲歩がすでに行われている。

長らく問題視されていた、プラットフォームのいわば「殿様商売」に、徐々にではあるが改善のメスが入っていつているという見方もできる。手数料の減額は適切な価格競争を発生させるだけでなく、サービスの向上や、アプリ制作・配信に従事する労働者の待遇改善などにつながるため、今後の展開が気になるところである。

■引き続き尾を引く消費者問題

『インターネット白書2021』（2021年1月発行）の本記事にて、「ベルトコンベアー」と呼ばれる「買い続けることで欲しいアイテムが必ず巡ってくるが、逆に言えば巡ってくるまでは決して出ることはない」販売方式について、これをランダム型アイテム販売（ガチャ方式）と呼ぶのは欺瞞であると記載した。

これについて、2021年6月、「WAR OF THE VISIONS ファイナルファンタジー ブレイブエクスヴィアス 幻影戦争（FFBE 幻影戦争）」について、開発運営するスクウェア・エニックスとgumiの両社に消費者庁から措置命令が出たとの報道があった。

問題があると指摘された販売方式は、消費者がアイテムを購入する際に、消費者にわからない形で、アイテムが出る順番を設定した2つのリストを切り替えてランダムのように見せていたものである。計算上、アイテムが提供される割合に表示との齟齬はないが、ユーザーはこのリスト順を共用しているため、たとえば今この瞬間レアアイテムがユーザーAに提供されると、次にユーザーBが購入しようとしても、リスト上でレアアイテムの順番が巡ってくるまではどれだけお金を投じても手に入らない。もしこの方式が採用されておらず、都度抽選であれば確率によってアイテムが提供されるため、ユーザーAに提供された直後であっても、ユーザーBもそれを手にする可能性がある。

あったと考えられる。

消費者庁の措置命令後、ユーザーへの対応が行われることで本件は落ち着いているが、企画開発に携わる者の個人的なスキルや判断に頼るだけでなく、企業ぐるみでゲームシステムや法令への理解を深めることが重要だ。サービスの本質はどこにあるかを見失わずに、広告宣伝に欺瞞が入り込んでしまう余地はないか、常に心を配って取り組んでいくことが求められている。

■新技術でのヒット作は日本から出るか

本書の第1部、テクノロジーとプラットフォーム「NFTのビジネスと課題」にも記載したが、2021年のキーワードとなった「NFT」を中心とするブロックチェーン技術について、ゲーム業界でも今回のブームを待たず、2017年頃から研究開発が進められてきた。しかしながら暗号資産については、日本では海外に先駆けて資金決済法でさまざまな規定が設けられている。世界に目を向けるとPCゲーム販売プラットフォームである「Steam」ではブロックチェーンゲームの提供は禁止されており、暗号資産に不慣れな一般消費者にとって手の出しづらいゲームジャンルであるということも事実である。

2021年5月に、コンピュータエンターテインメント協会（CESA）、日本オンラインゲーム協会（JOGA）、モバイルコンテンツフォーラム（MCF）の連名で、「ブロックチェーンゲームに関するガイドライン」が制定された。これを皮切りに、適法かつ消費者にとってハードルの低い、そして何よりも「楽しい」ゲームが提供されていくことを願ってやまない。

もう1つのキーワードである「メタバース」についても、本書の第1部「メタバースはインターネット

ト次章となるか」で触れられているが、2000年代の「セカンドライフ」ブームの頃からMMORPGなどオンラインゲームとの近似について言われてきた。メタバースの可能性については、「マイクラフト」や「フォートナイト」そして「ファイナルファンタジー14」を挙げるまでもなく、グラフィック表現や「その世界で生活する感覚やそこへの話題提供」などの点でゲーム由来の技術は抜きん出ていると言える。

メタバースへの応用については、一過性のブームとしてではなく、ゲーム業界は法制度への対応も含めて先駆的に取り組み、知見を積み重ねてきた「一日の長」があるところを活かし、オンラインゲーム市場の成長に役立てていくべきだろう。

■生活環境の変容をチャンスとした市場拡大を

2年が経過しても収まることを知らないコロナ禍であるが、消費傾向やレジャーのあり方についてはすでに変容を終えており、ARPPUの上昇や、オンラインゲームを楽しむ人口の増加傾向は続くと考えられる。規制やプラットフォームの動向、そして新技術の風向きを適確に捉えていくスキルは、今まで以上にオンラインゲーム産業の発展に欠かせないものとして重要となるだろう。

国内からヒットタイトルが何本も出る状況ではなくなっているのが現状ではあるが、青少年保護や消費者問題にも真摯に対応し、新たなビジネスモデルの創出とともに、この世界的な苦境を乗り越えていくことが肝要だといえる。

●参考文献

・「JOGA オンラインゲーム市場調査レポート 2021」



1996, 1997, 1998, 1999, 2000, ...

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dおよび株式会社インプレスが1996年～2022年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&Dおよび株式会社インプレスと著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

インプレス・サステナブルラボ

✉ iwp-info@impress.co.jp