

# モバイルゲームにおける法的諸問題と今後の法的課題

弁護士、甲南大学法科大学院特別講師 黒根 祥行

## 1 はじめに

近年、日本国内においてもスマートフォンが急速に普及している。総務省の通信利用動向調査によれば、2011年にはスマートフォン個人保有率が14.6%であったのが、2017年には60.9%となっている<sup>1)</sup>。このようなスマートフォンの急速な普及は、ヒト・モノ・カネの動きの急激な変化を生んでいる。国内におけるスマートフォン経由による企業と消費者間の電子商取引（物販）の市場規模は2017年時点で3兆90億円となっており<sup>2)</sup>、スマートフォンにおけるゲーム・ソーシャルゲーム等市場規模は2018年時点で1兆4116億円となっている<sup>3)</sup>。（2011年におけるスマートフォン+フィーチャーフォンにおけるソーシャルゲーム等市場は2559億円にすぎなかった。）<sup>4)</sup>このような急速な市場規模の成長に伴い、新たな法律問題が様々な場面で生じているが、スマートフォンによる取引等の変化の急速性ゆえに、それを解決するための立法は後手に回らざるを得ない状況にある。

本稿は、このようなスマートフォンの普及がもたらす新たな法律問題のうち、モバイルゲームの分野

に焦点を絞って、本稿執筆時点におけるモバイルゲームに関する法的諸問題と今後問題となっていくであろう法的課題について論じていくものである。モバイルゲームの分野に焦点を絞ったのは、スマートフォン向けのアプリケーション市場においては、「ゲーム」がコンテンツ市場全体のけん引役になってきたこと<sup>5)</sup>、また、モバイルゲームにおいては、企業（運営者）・消費者（ユーザー）間だけでなく、消費者（ユーザー）同士の紛争、企業（運営者）・第三者間や消費者（ユーザー）・第三者間ということにも紛争が生じうることから、潜在的に非常に難しい問題を多数抱えていることが理由である。

## 2 モバイルゲームの特徴

### 1 モバイルゲームとは

「モバイルゲーム」とは、一般的に、携帯電話（スマートフォン、フィーチャーフォン）、タブレットやポータブルゲーム端末を利用したゲームのことを指すが、一言に「モバイルゲーム」と言っても、その定義付けは一律ではなく、「モバイルゲーム」と一部又は全部重なり合うゲームを指す言葉として、「ソーシャルゲーム」、「ネイティブゲーム」、「スマ

- 1) 「本編第2部第5章 ICT 分野の基本データ」236頁 平成30年度版 情報通信白書 総務省 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/pdf/n5200000.pdf>（参照2019年8月24日）。
- 2) 「平成29年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」7頁 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 平成30年4月。
- 3) 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム「2018年モバイルコンテンツ関連市場規模」[https://www.mcf.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/mobilecontent\\_market\\_scale2018.pdf](https://www.mcf.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/mobilecontent_market_scale2018.pdf)（参照2019年8月24日）
- 4) 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム「2011年モバイルコンテンツ関連市場規模」[https://www.mcf.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/mobilecontent\\_market\\_scale2011.pdf](https://www.mcf.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2013/10/mobilecontent_market_scale2011.pdf)（参照2019年8月24日）
- 5) 「本編第1部第2章 IoT 時代における ICT 産業動向分析」89頁 平成28年度版 情報通信白書 総務省 <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/pdf/n2200000.pdf>（参照2019年8月24日）。

ホゲーム」、「オンラインゲーム」、というゲームの分類もある。本稿は、法律に関する論稿であることから、ゲームの定義付けについて深入りすることはしないが、本稿は、今後更に発展・普及していくであろう「モバイルゲーム」の法的問題を対象として論じていくことから、対象としてどのような形式の「モバイルゲーム」を想定しているのかを明確にしておかなければ、議論が分かりにくくなってしまう。そこで、はじめに本稿の対象とする「モバイルゲーム」の特徴というものを明らかにするとともに、従来から存在する家庭用ゲーム機（インターネットに接続しないオフラインのもの）と近年普及した「モバイルゲーム」の相違点を整理しておく。

## 2 近年普及している「ゲーム」の分類

「モバイルゲーム」と一部又は全部において重なり合うゲームを指す言葉として、「ソーシャルゲーム」というものがある。「ソーシャルゲーム」(Social Network Game) についての定義付けは、モバイルゲーム以上に様ではなく、諸説が存在する<sup>6)</sup>が、SNS プラットフォーム上で動作するように開発されたオンラインゲームを指すのが一般的と考えられる。ゲームアプリケーションのダウンロード・インストールを必要とせず、ウェブブラウザと SNS アカウントの登録のみで利用ができる。粗っぽい分類をすれば、ソーシャルゲームは、モバイルゲームの一種といえる。

モバイルゲーム業界においては、フィーチャーフォン（いわゆる「ガラケー」）が普及していたころには「ソーシャルゲーム」が主流であったが、スマートフォンの普及により、ゲームアプリケーションを端末にダウンロード・インストールして利用する「ネイティブ (Native) ゲーム」が主流となっている<sup>7)</sup>。ネイティブゲームも、モバイルゲームの

一種であり、Android 端末においては Google Play、iPhone などの iOS 端末においては App Store からゲームアプリケーションをダウンロードする方法が取られている。

「スマホゲーム」というのは、スマートフォン向け（スマートフォン上で動作する）ゲーム一般を指すものであり、「モバイルゲーム」は、「スマホゲーム」を含む概念である。

「オンラインゲーム」は、コンピューターネットワークを利用したゲームである。モバイルゲームの多くは、ネットワークへの接続が必要となるオンラインゲームであるが、一度ゲームアプリケーションをダウンロード・インストールすればネットワークに接続することなくオフラインで利用できるゲームも存在する。また、モバイルゲームではない家庭用ゲーム機やパソコンにおいてもオンラインゲームは多数存在している。

本稿の対象としては、現在の主流であるネイティブゲームかつオンラインゲームである「モバイルゲーム」について論じていく。

## 3 従来の家庭用ゲーム機とモバイルゲームの相違点

従来の家庭用ゲーム機とモバイルゲームの相違点は様々あり、個々のゲームによって相違の程度は様々であるが、ここでは、法的問題を論じるにあたって関係が深い相違点をピックアップして示すとどめる。

### (1) ゲームの購入時の相違点

モバイルゲーム（ネイティブゲーム）は、携帯端末にゲームアプリケーションをダウンロード・インストールして利用するという方法が取られている。多くの人気モバイルゲームにおいては、「基本プレイ無料」ということがウリになっており、ゲー

6) ソーシャルゲームについて、「携帯端末向けのアプリケーションとして提供される、SNS 機能を備えたゲーム」という定義付けをしたものとして、加藤仁、五十嵐祐「自己愛傾向と自尊心がゲームへの没入傾向に及ぼす影響」心理学研究（2016年）第87巻第1号 1頁

7) 梅屋智紀、山ノ口純子、野崎雅人「モバイルゲーム業界における資金決済法の実務上の論点」NBL No.1088（2016.12.15）19頁

ムアプリケーションのダウンロード・インストール及びゲーム内の基本機能の利用については無料という方式が取られている。そういった「基本プレイ無料」のモバイルゲームでは、ゲーム内の有料アイテムを購入したり発展的な機能を利用するために課金が必要となり、運営者は、それらの課金によって収益を得ている。一方、ファミリーコンピュータなどの従来のオフラインの家庭用ゲーム機では、最初に、そのゲーム機（ハード）に対応した有体物であるゲームソフトを、小売店で料金を支払って購入しなければ利用できないものであった。なお、PlayStation4などの近年の家庭用ゲーム機においては、ネットワークを通じたダウンロード販売や「基本プレイ無料」のゲームも多くみられ、そういった点においては近年の家庭用ゲーム機は、モバイルゲームに近付いているといえる。

## (2) ゲームプレイ時の相違点

モバイルゲームにおいては、オンラインにおいて、同じゲームをプレイする不特定多数のユーザーとコミュニケーションを図ったり、対戦・協力してゲームを進めることができるものが主流である。ユーザーがゲームを有利に進めるための有料アイテム等の購入の課金システムが整えられているゲームが大多数である。一方、従来のオフラインの家庭用ゲーム機では、不特定多数のユーザーとのコミュニケーションは想定されていないし、ゲームを進めるに伴って課金が発生することもない（このことに関しても、近年のオンライン対応の家庭用ゲーム機においては、モバイルゲームと同様に、不特定多数のユーザーとのコミュニケーションや有料アイテム購入の課金システムが取られているものもある）。

また、モバイルゲームにおいては、ゲームデータ管理に運営者のサーバを使用していることから、メンテナンス等の際には、一定時間ゲームが利用できないということが生じるし、ネットワーク環境がなければゲームを利用できないといったことが生じる。もっとも、運営者側でゲームデータを更新して新しい機能を追加してユーザーに提供することがで

きるという利点もある。一方、従来のオフラインの家庭用ゲーム機では、一度購入したゲームソフトはいつでも利用できる反面、プログラム内容は固定されているので、基本的に、新しい機能を追加することはできない仕様であった。

## (3) ゲームサービス終了における相違点

従来のオフラインの家庭用ゲーム機では、一度購入したゲームソフトは、それが物理的に壊れるまで使用できるため、有体物の製品としての保証期間は別として、ゲームサービスの終了という概念はなかった。これに対して、モバイルゲームにおいては、運営者側の都合により、ゲームサービスの終了ということが起こる。サービス開始から5年以上続くモバイルゲームもあれば、サービス開始1年を待たずにサービス終了するモバイルゲームもある。

# 3 モバイルゲームにおける法的諸問題

## 1 ゲーム内通貨

### (1) モバイルゲームにおけるゲーム内通貨

モバイルゲームにおいては、ゲームを提供する事業者（運営者）が、各々のゲーム内でのみ使用できる専用通貨を発行している。具体的には、ユーザーは、Android 端末のネイティブゲームにおいては「Google Play ギフトカード」、iPhone などのiOS 端末のネイティブゲームにおいては「App Store & iTunes ギフトカード」を、コンビニエンスストア、量販店や携帯電話会社のキャリア決済サービスなどで購入し、携帯電話端末の自己のアカウントにチャージする。そのチャージした金額の範囲で、各々のネイティブゲーム内の専用通貨を購入することができる。ネイティブゲーム内の専用通貨の価格は、それぞれのゲームによって区々である<sup>8)</sup>が、ゲーム内通貨を使って後述の「ガチャ」<sup>9)</sup>を1回行うのに必要な金額は、概ね250円～600円の範囲に収まるゲームが多い。

### (2) 資金決済法の適用

#### (A) 前払式支払手段

上述(1)のようなゲーム内通貨は、①金額又は物品・サービスの数量といった財産的価値が、記載又は電磁的方法で記録されること（価値の保存）、②金額・数量に応ずる対価が支払われて発行される証票等、番号、記号その他の符号であること（対価発行）、③物品購入やサービスの提供を受けるときなどに、証票等、番号、記号その他の符号が、提示、交付、通知その他の方法により使用できるものであること（権利行使性）という3つの要件を満たすことから、資金決済法上の「前払式支払手段」（同法3条1項）に該当し、資金決済法上の規制を受ける。「前払式支払手段」に該当する他の具体例としては、商品券、ギフトカード、ビール券、カタログギフト券などが挙げられる。

#### (B) 二次通貨の前払式支払手段該当性

例えば、あるモバイルゲームにおいて、有料アイテムやガチャに使用できる「Aポイント」（一次通貨）というゲーム内通貨を1ポイント100円で購入できるとする。このようなゲーム内通貨（一次通貨）は、上述（A）の①～③の3つの要件を満たすため、「前払式支払手段」に該当し、資金決済法による規制を受ける。では、上記のモバイルゲームの例において、ゲーム内で「Aポイント」（一次通貨）を3ポイント使うことで「Bチケット」（二次通貨）を1枚購入できる仕組みがある場合についてはどうだろう

か。もし、「Bチケット」が、他の有料アイテムの購入やガチャに使用できるものであれば、これもまた上述（A）の①～③の要件を満たすものとして「前払式支払手段」に該当することになる可能性が高い。すなわち、①購入した「Bチケット」の数量は、モバイルゲームのサーバに記録されるので、価値の保存の要件を満たす。②対価として「Bチケット」1枚につき、1ポイントあたり100円で購入した「Aポイント」3ポイントが支払われることにより「Bチケット1枚」が発行されることから対価発行の要件も満たす。③他の有料アイテムの購入やガチャの使用の際に「Bチケット」が使用できることから、権利行使性の要件も満たす。もっとも、この「Bチケット」の入手手段として、現金で購入した「Aポイント」以外に、ゲーム内で無料配布された「Cポイント」による交換でも入手可能だとしたら、②の対価発行の要件を満たすかどうかは疑わしいところである<sup>10)</sup>。また、「Bチケット」の用途が、他の有料アイテムの購入やガチャの使用の際に利用できるものではなく、単に、ゲーム内の特定の場所に入ることができるようになる効果を付与するだけのチケットだった場合には、Bチケットを購入した時点で、当該効果に対する支払は既に終わっているといえるため、③権利行使性の要件を満たすということが難しくなるだろう<sup>11)</sup>。

8) 例えば、「モンスターストライク」というゲームでは、ゲーム内通貨「オーブ」1個を購入する場合には120円、30個まとめて購入する場合には2000円（1個単価約66.7円）、175個まとめて購入する場合には9800円（1個単価56円）等という価格設定である。また、「Fate Grand Order」というゲームではゲーム内通貨「聖晶石」1個を購入する場合には、120円、18個まとめて購入する場合には1400円（1個単価約77.8円）、167個まとめて購入する場合には9800円（1個単価約58.7円）という価格設定である（おまけ分を含む。2019年7月現在）。モバイルゲームのゲーム内通貨には、前述のように有償で購入した分と、ゲーム内イベントやクエスト達成により無償で配布される分を区別して扱うものも多い。

9) 「loot box」が正式な表記と思われるが、国内のユーザーにおいては一般的に「ガチャ」（または「ガシヤ」と表現されることが多いと思われるので、本稿では「ガチャ」と表記する。「ガチャ」は、ランダムにゲーム内アイテムやキャラクターを入手できるシステムをいう。

10) 二次通貨が問題となった事例について、2016年に、「LINE POP」というモバイルゲームにおいて、ゲーム内通貨「ルビー」（一次通貨）を用いて購入できる「宝箱の鍵」（二次通貨）が、「前払式支払手段」に該当するかについて、関東財務局が「前払式支払手段」に該当すると認定したと報じられた。「宝箱の鍵」は、無償で獲得する手段もあったが、関東財務局は対価発行の要件を充足すると判断したと考えられる。「対価」が支払われたといえるかの判断について、有償割合が50%を超えれば対価が支払われたとする見解として、高橋康文「詳説 資金決済に関する法制」79頁（商事法務2010年）がある。

11) 前掲注10の「LINE POP」の事案においても、「宝箱の鍵」がキャラクター強化など特定の用途にしか使用できないため権利行使性の要件を満たさないと解する余地もあったものの、結論としては、関東財務局は権利行使性の要件を充足すると判断したと考えられる。

最近のモバイルゲームの中には、利用規約の中で、前払式支払手段として取り扱われるゲーム内通貨を1種類に限定したうえで、「当該前払式支払手段以外のコンテンツ（当該前払式支払手段により購入されたその他のコンテンツを含む。）は、取得をもってこれにかかるサービスの提供がなされたものとし、前払式支払手段には該当しない。」という旨の条項を置いているものもみられるが、利用規約は、あくまでも運営者とユーザー側との間の取り決めであることから、行政当局等に対して主張する際の根拠として利用できるかという点については疑問である。

### (C) モバイルゲームにおける自家型発行者の抱える問題

資金決済法における前払式支払手段発行者には、「自家型発行者」と「第三者型発行者」の2種類がある<sup>12)</sup>。「自家型発行者」に当たるのは、自社の運営するサービス内でのみ利用できるポイントやゲーム内通貨等を発行する場合である。「第三者型発行者」にあたるのは、発行者以外の第三者の運営するサービスにおいても利用できるポイントやゲーム内通貨等を発行する場合である。モバイルゲームにおいては、そのゲーム内でのみ利用できるゲーム内通貨を発行することが一般的であるので、「自家型発行者」に該当することになる。「自家型発行者」は、資金決済法上の制約として、発行者の名称など一定の事項を表示する義務、ゲーム内通貨等の未使用残高が1000万円を超える場合に金銭を供託する義務、行政に定期的に報告書を提出する義務などを負うことになる。

モバイルゲームにおいて、それぞれの運営者がそのゲーム内でのみ利用できるゲーム内通貨を発行するとはいえ、先に1(1)で述べたとおり、ユーザーは、

「Google Play ギフトカード」や「App Store & iTunes ギフトカード」を購入してチャージを行ったうえで、それぞれのゲーム内通貨を購入するわけである。しかし、Google や Apple といったプラットフォームとそれぞれのゲームの運営者の間でユーザーの個人情報は共有されておらず、プラットフォームが独自の判断でユーザーへの返金を行った場合でも運営者に返金の情報は提供されないため、ユーザーが購入したゲーム内通貨は発行されたままの状態になるという問題がある<sup>13)</sup>。

## 2 ガチャ (loot box)

### (1) ガチャ (loot box) とは

「ガチャ」(loot box) というのは、一般的に、ランダムでアイテムを獲得できる課金システムの総称である。硬貨を入れてハンドルを回すとカプセル入りのおもちゃが出てくる販売機「ガチャガチャ」に由来する。アイテムは、ランダムで出るため、ユーザーが欲しいアイテムを必ず手に入れられるわけではない。そのため、特定のアイテムや目玉アイテム1つを手に入れるために数万、数十万円以上のお金を費やすユーザーも少なからず存在する。そのため、この「ガチャ」が、多くのモバイルゲーム運営者の収益の柱になっているといえるだろう。モバイルゲームにおいては、「ガチャ」は定期的（1週間～1か月のスパンということが多くと思われる）に更新され、その都度、目玉アイテムや新キャラクターが景品として用意されることが多い。

### (2) ガチャ (loot box) の抱える問題

#### (A) 世界的な問題意識の高まり

1回のガチャにおいて目玉アイテムが当たる確率は非常に低く<sup>14)</sup>、射幸性が高いという理由から、多くの国で規制が議論されている<sup>15)</sup>。現在の多く

12) 資金決済法2条1項。

13) 前掲注7 22頁

14) あるゲームDにおいては、最上位レアリティ SSR のアイテム提供割合が、ガチャ1回あたり3%、そのうちの目玉カードの提供割合が0.75%、ゲームGにおいては、最上位レアリティ☆☆☆☆のアイテム提供割合が、ガチャ1回あたり3%、そのうちの目玉カードの提供割合が0.501%、ゲームMにおいては、最上位レアリティ SSR のアイテム提供割合が、ガチャ1回あたり3%、そのうちの目玉カードの提供割合が0.495%となっている。この確率は、イベント期間中には上方修正されることがある。

の議論においては、射幸性の高さという見地から、ギャンブルとの比較での議論が目につく。しかし、ギャンブルが、一般的に一獲千金を目的として行われる(最初から損する目的でやる人はいないだろう)のに対し、モバイルゲームは、ゲーム自体をより楽しむために課金をしてガチャを利用する(課金をしたお金が戻ってこないのは当然の前提としてユーザーに認識されている)のであるから、本質的に異なるものであることを失念してはならない。

現在、多くのモバイルゲームにおいては、運営者が自主的に、未成年者の1ヶ月あたりの課金金額に上限を設けている。課金金額やガチャの回数について、法的に規制を設けるべきだという議論があるが、モバイルゲームについてのみ、そのような法的規制をすることは、運営者及びユーザーの自由を侵害する規制として、大きな問題があるといえるだろう。運営者、業界団体やユーザー自身による自主的な制限に委ねるべきであろう。

#### (B) コンプリートガチャ

日本においては、2012年5月に、消費者庁が、「コンプリートガチャ」(有料ガチャアイテムを含む特定の2つ以上の異なるアイテム等を全部揃えることを条件として、ゲーム等で使用することができる景品類たる別のアイテム等を利用者に提供する方式)が、景表法で規制される「カード合わせ」に相当するとの見解を発表した。この発表の前後に、コンプリートガチャを提供していた運営者は、自主的にコンプリートガチャの撤廃を行ったため、現在においては、既に解決済みの問題といえるだろう。

#### (C) 星のドラゴンクエスト集団訴訟

また、「星のドラゴンクエスト」というゲーム内のガチャの提供割合の表記をめぐって、2017年12月に東京地裁に集団訴訟が提起された。

問題となったのは、2015年10月15日から2016年3月14日まで提供されていた「レジェンド宝箱ふくびき」というガチャで、「天空のつるぎ★5」、「賢者の杖★5」「ドラゴンローブ★5」など、目玉である全11種類の最上レアリティの「★5そうび」が期間限定で排出されると表記されていた。ただし、「※★5そうびは、上記のそうびの他にも排出される場合があります」との記載も併記されていた(目玉である11種類の「★5そうび」以外の種類の「★5そうび」も多数存在していた)。最上レアリティである「★5そうび」全体の排出割合は7%と表記されていたが、目玉である11種類の「★5そうび」がどれくらいの割合で排出されるかは表記されていなかった。

原告らはこれに対し、「排出される場合がある」という表記では、目玉である11種類の「★5そうび」以外のそうびは低確率で排出される(=目玉である11種類の「★5そうび」が当たりやすく設定されている)ように読めるが、実際には、目玉である11種類の「★5そうび」は極めて低い確率で排出されていたと主張し、債務不履行解除、錯誤無効、詐欺取消、不実告知(消費者契約法4条1項)に基づく取消、景表法違反(優良誤認及び有利誤認)を主張してゲーム内通貨購入金額の返還を求める訴訟を提起した。

2018年9月18日に出された東京地裁の第一審判決では、原告の請求は全て棄却された(その後、控訴がされている)。本件集団訴訟は、ユーザーから見えないガチャの排出率というブラックボックスに一石を投じたということで意義のある訴訟だったと評価できると考える。そもそも本件は、「★5そうび」全体の排出率しか表記されておらず、目玉である11種類の「★5そうび」の個別排出率が記載されて

15) 2016年12月中国では、loot boxにおけるアイテム提供確率の公表を命じる法令を発した。アメリカでは、2017年から2018年にかけてハワイ州、ミネソタ州で loot box の規制法案が提出された。また、2018年4月ベルギー賭博委員会は、数種類のゲームについて、ベルギーの賭博法の対象となると判断した。2018年9月には、欧州の15の賭博規制当局とアメリカのワシントン州賭博委員会が「the blurring of lines between gambling and gaming」に関する共同宣言を行った。企業側としては、2017年12月にAppleが、2019年5月にGoogleが、loot box等をユーザーが購入する前にアイテム入手確率を開示することをデベロッパーに義務付ける規約改定を行った。

いなかったために起きた事案であるところ、既に現在のモバイルゲームにおいては、そういったあやふやな表記が改善され、最上位レアリティアイテムの個別の排出率の記載がされているのが一般的となっているため、本件訴訟の最終的な結論自体が今後のモバイルゲーム業界に影響を及ぼすという可能性は低いだろう。

### 3 モバイルゲームの利用規約 (EULA) に関する問題

#### (1) 利用規約の有効性

ユーザーが、モバイルゲームのプレイを開始する際には、「利用規約に同意する」といった旨の項目をクリックしなければ、プレイを開始することはできない。利用規約は、概ね長文かつ難解な文書であることから、ほとんどのユーザー(特に未成年者)は、利用規約を確認することなく、「利用規約に同意する」の項目をクリックしていると推測できる。そのような利用規約が、實際上、ユーザーの権利を限定・制限する大きな役割を果たしている。

利用規約の内容は、一般的に、運営者が一方的に定めたものであり、運営者にとって非常に有利に作られていることが多い。そのため、運営者によるアクションとユーザーの権利との間で衝突が起こった場合、ユーザーとしては運営者に無条件で従わざるを得ない場面が多い。特に利用規約が問題となる場面は、ユーザーアカウントの利用停止<sup>16)</sup>とゲームサービスの終了の場面である。

#### (2) ユーザーアカウントの利用停止

モバイルゲームの利用規約には、「ユーザーが本規約の定め違反したと弊社が判断した場合には、弊社は、事前の通知を行うことなく、当該ユーザーに対して、本サービスの使用の制限、中止または提

供を中断、終了を行うことができるものとします。」といった内容の定めがあることが多い。

この条項には、①運営者が規約違反と判断した場合に利用停止が可能となっている(規約違反の事実が必ずしも運営者側で立証される必要性がなく、違反と判断したということだけで足りる)、②ユーザーへの事前の通知なく、突然利用停止をすることが可能となっている、③規約違反といっても、具体的にどの程度の規約違反の態様がみられた場合に利用停止となるのかの基準が明示されていない(どんな軽微な違反であっても運営者の判断で利用停止が可能となっている)、といった点について問題がある。

オンラインゲームにおいて、規約違反を理由にアカウントの利用停止措置を受けたユーザーが提起した訴訟においては、ユーザー側から利用規約が消費者契約法10条や公序良俗に反し無効だという主張がされているが<sup>17)</sup>、ユーザー側の主張は退けられている。本稿執筆時点で本稿筆者が確認した範囲では、モバイルゲームの規約が無効と判断された裁判例は見当たらなかった<sup>18)</sup>。

上記裁判例は利用規約を無効と判断することに否定的であるが、ユーザーに弁明の機会すら与えず、一方的かつ突然に利用停止が可能という規定は、ユーザーの利益を一方的に害する規定といえるのではないだろうか。

たしかに、ユーザー数が何十万人を超える人気モバイルゲームにおいては、一人一人のユーザーに対して個別の通知や措置を講じるのは大きな負担であろうから、運営者にある程度の裁量が認められてしかるべきである。しかし、運営者による規約違反認定が、すべての場合において必ずしも正しいとは限らない。運営者のミスによる事実誤認をされる可能性がゼロだとはいえないだろう。ユーザーの中には、

16) インターネット掲示板、SNS上などにおいては、アカウント停止(会員資格からの追放)のことを、「垢BAN」ということが多い。語源は、「Account Banishment」から。

17) 東京地判平成21年7月29日、東京地判平成21年9月16日どちらの裁判例においても、裁判所は、運営者に一定の合理的な裁量を認めており、規約及び規約に基づくユーザーの利用停止を有効としている。

18) 利用規約無効の主張が認められなかった(請求棄却)となった裁判例として、前掲注17以外に、東京地判平成22年1月27日など。

そのゲームのために数十万円、場合によっては100万円を超える課金をしているユーザーもあり、自分の余暇のほとんどをそのゲームのプレイに充てているユーザーも存在する。そのようなユーザーにとっては、運営者から一方的に利用を停止させられることは、大きな不利益、損失になるのである。せめて、事前の通知、警告といった手続きを踏む取り組みはなされるべきであろう。

### (3) ゲームサービスの終了

モバイルゲームの利用規約には、「本サービスは、お客様への予告を行うことなく、弊社の事情により、機能の一部または全部の使用を制限、中止または提供を中断、終了させていただくことがあります。なお、本サービスの使用の制限、中止または提供の中断、終了によりユーザーに生じた損害について、弊社は、弊社の責に帰する事由による場合を除き、いかなる責任も負いません。」といった内容の定めがあることが多い。

この条項には、①予告なしに突然サービス終了等が可能である<sup>19)</sup>、②運営者の事情で一方的にサービス終了等が可能である、③運営者の責に帰すべき事由がない限り、サービス終了等による補償はされない、という点で問題がある。

これまでに存在したモバイルゲームの中には、数日や数カ月でサービスを終了するモバイルゲームも存在している。本稿筆者の個人的な感覚でいえば、3年以上サービスが続いていれば長寿のモバイルゲームだろうという感覚である<sup>20)</sup>。モバイルゲームも、運営者にとっては商売である以上、採算が取れないゲームタイトルの提供を終了し、より良い採算が見込まれるゲームタイトルを立ち上げることは

当然である。とはいえ、ユーザーからしてみれば、多額の金銭を投入したゲームが、たった数ヶ月でサービス終了となってしまうと、そもそも多額の金銭を投入した意味が失われる。モバイルゲームにおいては、サービス開始時にまとまった金額の課金をするユーザーも多い（サービス開始時に大きな課金をしてスタートダッシュをかけることにより、他ユーザーや後発ユーザーに対する優位性を確保できることが多い）。また、モバイルゲームは、そもそもデータにすぎないものであるので、サービス終了後にはユーザーの手元に何ら有体物は残らない。まさに、ユーザーの投じた金銭や労力は水の泡となる。

経済産業省による「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」によれば、「デジタルコンテンツ利用契約について、サービス開始当初からサービス提供期間が定められている場合には、サービス提供期間の満了をもってデジタルコンテンツ利用契約は終了する。デジタルコンテンツ利用契約に、サービス提供期間が定められていない場合でも、同契約において、事業者がいつでもサービスを終了できる旨の規定が置かれている場合には、同規定が有効である限りは、事業者はデジタルコンテンツ利用契約を終了させることができる。」<sup>21)</sup>とされている。ここで、「同規定が有効である限りは」という限定がなされていることは注目すべき点であろう。

ただ、現在の裁判例の趨勢<sup>22)</sup>から判断すれば、運営者の事情による一方的なサービス終了の規定自体が無効とされる可能性は低いだろう。仮に、サービス開始後数日でサービスを終了したモバイルゲームの運営者に対して訴訟が提起された場合<sup>23)</sup>、利用規約の規定自体は有効であることを前提として、短期

19) 資金決済法上は、前払式支払手段の発行業務廃止の払戻手続において、60日以上の払戻申出期間を設定する必要がある。

20) 2018年にサービスを終了したゲームタイトルをまとめたサイトとして、<https://yukidoke.hatenablog.com/entry/2018endApli>（参照2019年8月24日）

21) Ⅲ-12-2 デジタルコンテンツ利用契約終了後のデジタルコンテンツの利用「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」307頁 平成30年7月 経済産業省

<https://www.meti.go.jp/press/2018/07/20180727001/20180727001-1.pdf>（参照2019年8月24日）

22) 前掲注17、18参照

23) 本項執筆時点で本稿筆者が確認した範囲では、モバイルゲームのサービス終了時期に関する裁判例は見当たらなかった。

間でのサービス終了について運営者に帰責事由が認められる場合には、債務不履行責任や不法行為責任が認められる可能性はあるだろう。

運営者の一方的なサービス終了を認める規定は、先に述べた不正ユーザーのアカウント利用停止の規定とは異なり、何ら帰責性のないユーザーに対しても運営者の都合で一方的にサービス終了を主張できるものであり、より問題が大きい。たとえ、短期間（いかなる期間が短期間であるかを定義するのは難しいが）でのサービス終了について、法的には問題がなくとも、ユーザーの立場からすれば、道義的には大きな問題がある。少なくとも、特段の事情がない限りサービス開始後1年間はサービスを継続するということや、サービス終了にあたって十分な事前告知期間を設ける<sup>24)</sup>こと、サービス終了後の補償をする<sup>25)</sup>ことなどの運営者側の取り組みが必要であろう。

本稿執筆時点においては、まだまだモバイルゲームに関する裁判例自体が少ないが、今後、ユーザーの権利意識の高まりやユーザーによるSNS上などでの問題提起が発端となり、モバイルゲームに関する訴訟も増えていくと思われる。先にも述べたように、現在の裁判例の趨勢からみると、利用規約の規定自体が訴訟において無効と判断される可能性は少ないものの、モバイルゲームの利用規約には運営者にとって一方的に有利な規定が多いのはたしかであり、将来的には、運営者に一方的に有利な利用規約が無効とされる判決が出される可能性は十分にあると考える。

#### 4 ゲーム内アイテムに関する問題

モバイルゲームにおいて、ユーザーが取得するアイテムは、あくまでもデジタルデータに過ぎない。しかし、レアリティの高いアイテムを手に入れるためには、多額の課金又は相当な運が必要になること

から、ユーザーとしては、それらのアイテムに対して何らかの権利を主張したいという気持ちを当然持つだろう。しかし、そのようなユーザーの気持ちに対して、多くのモバイルゲームは否定的な対策をしている。例えば、利用規約において、「ユーザーは、アカウントまたはそれに含まれるゲーム内通貨、アイテムその他プレイデータに関して所有権、知的財産権その他の権利を取得することはない。また、プレイデータは、当社が権利を有しユーザーに非独占的に許諾するデジタルデータに過ぎず、法令において定められている場合を除き有償で提供されたものを含めいかなる金銭的価値を有しない。」という旨の規定を置いているゲームも見られる。

また、経済産業省による「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」は、「オンラインゲームにおけるアイテムと所有権」の関係について、「オンラインゲームにおけるアイテムはゲーム上の情報にすぎず、有体物ではないため、アイテムについてユーザーの所有権が認められることはない。」としている。続いて、「オンラインゲームにおけるアイテムの利用における権利関係」については、「事業者とユーザーとの間に成立した契約の解釈によっては、ユーザーが事業者に対して契約に基づく一定の権利・法的保護に値する利益を主張し得る可能性がある。」「オンラインゲームの事業者が負担する義務・責任について、利用規約において一部又は全部の免責条項が設けられていることがある。これらの規定の中には消費者契約法第8条第1項に照らして、事業者が故意又は重過失が認められる場合については無効となるが、軽過失の場合の一部免責規定として有効性が認められるものもあると考えられる。」としている<sup>26)</sup>。

このように、運営者や行政は、ゲーム内アイテム等におけるユーザーの所有権を認めることに否定的であるが、現実には、ゲーム内アイテム、キャラク

24) 同旨の見解として、中崎隆「Q29 オンラインゲームとe-sports」高橋郁夫他（編）「デジタル法務の実務Q&A」231頁（日本加除出版2018年）

25) オンラインでのサービス終了後に、課金要素なしのオフライン版を無償提供するモバイルゲームも存在する。

ター、ユーザーアカウントが、ゲーム外で取引されており（リアルマネートレーディング（RMT）<sup>27)</sup>と呼ばれる）、レアリティの高いゲーム内アイテム等が取引上価値を持つものであることは明らかである。ゲーム内アイテムというデータについての「所有権」を觀念することは難しいとしても、ユーザー保護の観点から何らかの財産権の対象として保護を与える制度が作られてもいいのではないかと考える<sup>28)</sup>。

## 5 その他の問題

ここまでは、運営者とユーザーとの間で生じる問題にスポットを当ててきたが、オンラインゲームにおいて起こり得る問題は、それらにとどまらない。

### (1) ユーザー間で起こり得る問題

モバイルゲームにおいては、他のユーザーとコミュニケーションをとるための機能（掲示板機能、チャット機能、フレンド登録機能など）が存在することが多い。モバイルゲームの世界は、相手の顔が見えない世界であることから、現実以上にユーザー間で衝突・摩擦が起こりやすいといえる。具体的には、ゲームプレイ中の相手に対する嫌がらせや妨害行為、アカウントの乗っ取り、異性との出会いを目的とした利用、ユーザーの現実の氏名等を特定すること（「身バレ」などと言われる）などの問題がある。

他のユーザーへの迷惑行為は、多くのモバイルゲームの利用規約で禁止されているが、どこからが迷惑行為なのかの線引きは曖昧であり、前述のようにアカウントの利用停止等については運営者の裁量に委ねられることから、迷惑行為をしたユーザーの処分・対応をめぐる、ユーザー間での紛争が運営者・ユーザー間の紛争に拡大することも有り得

るだろう。また、ゲーム内での紛争にとどまらず、相手ユーザーの不法行為を主張して裁判沙汰になりうる場合もあるだろう。もっとも、ゲーム内においては匿名性が維持されており、運営者ですらユーザーの氏名や住所を把握していないことが多いことから、迷惑行為を行った相手方の氏名・住所の特定は実際上難しいといえるだろう。

### (2) 運営者、ユーザーと第三者の間で起こりうる問題

#### (A) RMT

モバイルゲームにおいては、ゲーム外の第三者が関係して問題が起こる場合もある。例えば、先に述べたRMTについて、ゲーム内アイテムやアカウント等の売買を仲介する業者が存在する。こういった業者は、自身でゲームをプレイするわけではないが、ゲーム内アイテム等の売買を仲介することで、モバイルゲームの運営やユーザーに少なからぬ影響を与えることになる。RMTは、一般的にモバイルゲームの利用規約において禁止されていることが多く、RMT仲介業者は、禁止事項に抵触するユーザーの行為を手伝っていることになるが、当然、RMT業者自体はゲームをしているわけではないので、利用規約には縛られない。とはいえ、今後の議論や裁判によってRMTのゲーム運営に及ぼす損害・影響等が明確になれば、RMT仲介業者に対して何らかの規制等がなされたり、債権侵害に基づく損害賠償請求が認められる可能性はあるだろう。

#### (B) ゲーム実況、画像の転載

ユーザーがゲームをプレイしている様子を動画撮影し、YouTubeやニコニコ動画等で配信する「ゲーム実況」については、著作権等に関する複雑な問題が存在するため、ここでは、そういった問題が存在するという紹介にとどめる。また、ゲーム内画像を

26) Ⅲ-12-4 オンラインゲームにおけるゲーム内アイテムに関する権利関係「電子商取引及び情報財取引等に関する準則」317-319頁 平成30年7月 経済産業省

<https://www.meti.go.jp/press/2018/07/20180727001/20180727001-1.pdf>（参照2019年8月24日）

27) RMTは、モバイルゲームの利用規約で禁止されていることが多い。RMT自体が違法ではないかという議論もある。

28) バーチャルプロパティの概念を、ユーザーに運営者のサービスの機能の1つにアクセスする権限を与えるライセンスと捉える見解として、今井鉄男「3Dデジタルと知的財産 第5回 バーチャルワールドと契約法の交錯」NBL No.966（2011.12.1）88頁

転載したり、ゲーム内のアカウントのプロフィール画像などに他者が著作権を有する画像を使用するなどといったことについても、同様の問題がある。

#### (C) チート行為

モバイルゲームにおいて、外部ツールやプログラムを用いて、パラメータの上昇など不正行為を行うことをチート行為という。ユーザーがチート行為をすることは、当然、ほとんどのモバイルゲームの利用規約において禁止されている。チート行為をしたユーザーだけでなく、ゲーム外の第三者が、外部ツール等を制作・販売するなどしてユーザーのチート行為を協力する場合についても、著作者の同一性保持権（著作権法20条）の侵害<sup>29)</sup>、不正競争防止法違反（技術的制限手段回避装置提供）、私電磁的記録不正作出罪（刑法161条の2）<sup>30)</sup>となり得る。チート行為については、刑事対応が積極的に進められるようになってきている<sup>31)</sup>ことから、比較的、今後の課題は少ないといえるだろう。

## 4 モバイルゲームにおける今後の法的課題

ここまでみてきたように、モバイルゲームにおいては、現時点においても様々な法的問題が存在する。運営者にとって一方的に有利な利用規約の有効性、サービス終了にあたっての補償やゲーム内アイテム等に関する権利が絡む問題については、今後更に裁判例も増えるであろうし、積極的な議論がなされていくであろう。また、ガチャに対する規制、RMTについての議論は、法整備等も含めての議論がなされていくであろう。

そして、世界的にeスポーツが盛り上がりを見せており、今後日本においても盛り上がりを見せてい

くであろう。それに伴い、賭博罪や賞金・景品規制に関する問題だけでなく、新たな法律問題も生じていくであろう。現在行われているeスポーツ大会では、格闘技・スポーツ・パズル系ゲームが比較的多く用いられ、主催者側が会場、ゲームハードやデバイス等を用意して試合が行われていることが多いが、今後は、ジャンルやゲームハードも多様になっていくであろう。ゲームにおける科学技術は日進月歩で発展しており、今後、携帯電話やタブレット端末を使ったオンラインのモバイルゲームによるeスポーツ大会も開催されていくであろう。そのような発展に対して、法整備は後手に回らざるを得ないであろうから、法律家、実務家による現行法の適用、解釈によって対応していかなければならないだろう。

29) 最判平成13年2月13日（裁判集民201号75頁）は、家庭用ゲーム機のゲームソフト「ときめきメモリアル」のゲーム内のパラメータを改変するメモリーカードを輸入、販売した行為について、著作者の有する同一性保持権を侵害したと判断した。この判断は、モバイルゲームにおいても当てはまるといえるだろう。

30) 千葉地判平成29年5月18日（判時2365号118頁）は、オンラインゲームのデータ不正書換の手法を予め教示した行為について、私電磁的記録不正作出・同供用幫助罪とした。

31) 安田和史「オンラインゲーム上のチート行為への法的対応」日本知財学会誌 vol.12No.2 56頁（2015年）