

# 演習論文

論文題目 ゲーム会社が果たすべき社会的責任

経済学部	経営学 科
学籍番号	B7EB1211
氏名	引地 廉
演習名(教員名)	経営学原理演習 (高浦)ゼミナール

# ゲーム会社が果たすべき社会的責任

東北大学経済学部経営学科

B7EB1211 引地廉

## 目次

はじめに	4
第1章 理論編	5
第1節 CSRについて	5
第2節 家庭用ゲームについて	5
第3節 家庭用ゲームの現状	6
第4節 ゲームが引き起こす問題	9
ゲーム障害	9
倫理的悪影響	10
課金に関するトラブル	11
オンラインに関するトラブル	12
第5節 ペアレンタルコントロールについて	12
第6節 シリアスゲームについて	13
第2章 ケーススタディ編	13
第1節 各社のペアレンタルコントロール	14
任天堂「Nintendo Switch」	14
ソニーインタラクティブエンタテインメント「PlayStation4」	15
ソニーインタラクティブエンタテインメント「PlayStation5」	16
第2節 ゲームリテラシー教育	16
株式会社カプコン	17
第3節 ゲーム性を活かした社会貢献活動	17
任天堂「Nintendo Labo」	17
株式会社ポケモン「ポケモンスマイル」	18
第3章 まとめ・提言	20
おわりに	21

## はじめに

1983年に任天堂からファミリーコンピュータが発売され、家庭用ゲーム機が一般的なものになって以降、長時間に及ぶ子供のゲームプレイによる健康問題や脳の発達への影響など、ゲームが引き起こす様々な問題への危惧が叫ばれ続けている。2000年代に入ると「ゲーム脳<sup>1</sup>」というワードがメディアに取り上げられ、ゲームのマイナス面への注目がさらに集まることとなった。近年でもゲームが及ぼす様々な問題についての議論は続いており、2018年には世界保健機関（WHO）がゲーム障害を国際疾病分類（ICD-11）に加えたことで、ゲームが及ぼす悪影響は世界的に注目を浴びている。また、香川県議会において「香川県ネット・ゲーム依存症対策条例」が2020年3月18日に可決・成立、4月1日に施行され<sup>2</sup>、その必要性や有効性、存在意義について様々な意見が交わされている。この条例では「ゲームは1日60分」などの家庭内で守るべき基準が規定されているが罰則はない。私もこの条例の有効性や、家庭内のしつけの範疇であるゲームの時間制限に行政が介入することに疑問を感じるとともに、ゲーム依存症対策は生産者であるゲーム会社が大きな責任を持って取り組むべきであり、より有効性のある取り組みができるのではないかと考えた。このことが本論文のテーマを選定するに至った理由の一つである。

しかし、そもそもゲームは人々に悪影響を及ぼすだけのものではなく、多くの人々に娯楽や夢を与えてきたものであることを忘れてはならない。近年では「eスポーツ」が注目を浴びており、職業としてゲームをする「プロゲーマー」と呼ばれる人々や、ゲームをしている様子をYouTubeやTwitchといった配信サイトで動画投稿や生配信をし、その広告収入で生計を立てる「ゲーム実況者」と呼ばれる人々が増加しているなど、負の側面ばかり語られてきた「ゲームをプレイすること」が新たな職業として社会に定着し始めている。このように新たな可能性、盛り上がりを見せているゲーム業界が今後より社会に認められていく上で、ゲーム会社だからこそできるCSRがあるのではないかと考えた。このことが二つ目のテーマ選定理由である。

よって本論文では、①ゲームが引き起こし得る諸問題に対し、生産者であるゲーム会社の施策の検討 ②ゲーム会社だからこそできるCSRの検討 の二つを目的とする。

また、一口にゲーム会社と言っても、家庭用ゲームやアーケード、スマートフォン向けゲームなど様々なメーカーが存在する。本論文では大手ゲームメーカーが参入している家庭用ゲームメーカーを対象を絞ることとする。

---

<sup>1</sup> 日本大学文理学部体育学科教授の森昭雄氏が『ゲーム脳の恐怖』（2002）において提唱したゲームによって前頭前野のβ波が低下した状態を表す造語

<sup>2</sup> 毎日新聞(2020)「ゲームは1日60分」 依存症対策条例、香川県議会で成立 全国初 (<https://mainichi.jp/articles/20200318/k00/00m/040/083000c>)

# 第1章 理論編

## 第1節 CSRについて

CSRとは、「Corporate Social Responsibility」の略称であり、日本語では「企業の社会的責任」と訳される。経済産業省では以下のように定義されている。

*「企業の社会的責任」とは、企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指します。<sup>3</sup>*

CSRの定義は国や団体によって様々であるが、本論文ではこの経済産業省の定義に従うこととする。ゲームが引き起こす悪影響によって負のイメージを持たれることも少なくないゲーム会社にとって、持続可能な成長を図るためにはその対策や社会貢献活動によってステークホルダーからの信頼を得て、負のイメージを払拭することが不可欠である。本論文ではそのようなゲーム会社のCSR施策について検討する。

## 第2節 家庭用ゲームについて

今日ではスマートフォン向けやPC向けなど様々な形態のゲームが存在しているが、「はじめに」で述べた通り本論文では家庭用ゲームを対象を絞る。まず初めに家庭用ゲームの定義を確認する。家庭用ゲーム機は①テレビゲーム②携帯型ゲームに分けることができる。

①テレビゲームは据え置き型ゲームとも呼ばれ、家庭でテレビにつないで1人もしくは複数人で遊ぶことのできる、代表的な家庭用ゲーム機である。1983年に任天堂から発売された「ファミリーコンピュータ」が大きく家庭に普及し、現在まで大手メーカーが様々な機種を発売してきた。体験できる内容も多様化しており、近年の機種はインターネットに接続することで世界中のプレイヤーと交流でき、VR<sup>4</sup>ゲームを体験できるものもある。現在、テレビゲーム機を販売しているメーカーは任天堂(Nintendo Switch)、ソニー・インタラクティブエンタテインメント(PlayStation 4、PlayStation 5)、マイクロソフト(Xboxシリーズ)の3社のみである。

一方、②携帯型ゲームは持ち運ぶことのできるコンパクトな家庭用ゲーム機であり、ゲーム機を各人が持ち寄ることで複数人でのプレイができるという特徴がある。2004年に発売

---

<sup>3</sup> 経済産業省ホームページより引用

<sup>4</sup> Virtual Realityの略称で、「仮想現実」などと訳される。専用のゴーグルを装着することであたかも実体験しているかのような体験が得られる。

されたニンテンドーDSなどが有名であるが、現行で生産されている機種はない。

また、家庭用ゲーム機はソフトウェアメーカーが発売したゲームソフトを入れ替えることで様々なゲームをプレイすることができる。ソフトメーカーは家庭用ゲーム機メーカー（以下ハードメーカーとする）と異なり世界中に数多く存在し、上記の家庭用ゲーム機などに向けたゲームソフトを開発・販売している。

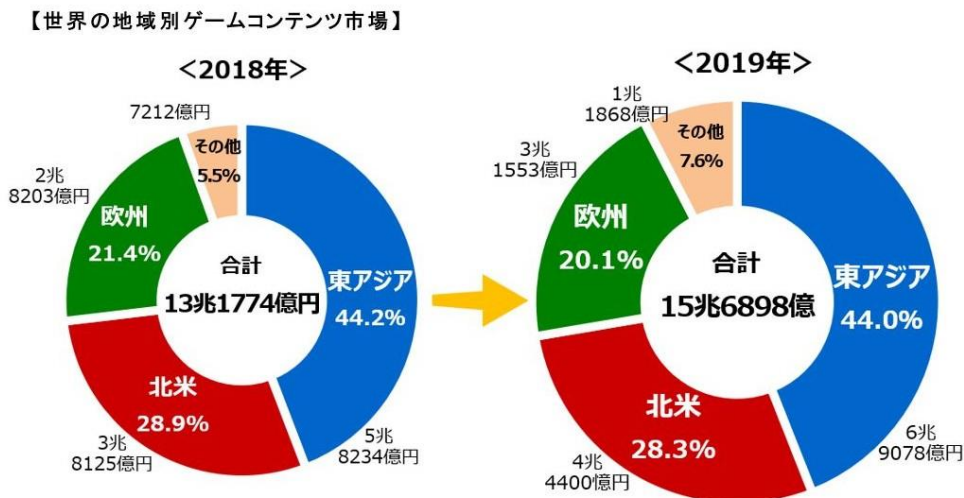
よって本論文で分析対象とする「家庭用ゲーム会社」は、現行でテレビゲーム機を販売しているハードメーカー3社及び、それらのハードに向けてゲームソフトを開発・販売しているソフトウェアメーカーとする。

### 第3節 家庭用ゲームの現状

ゲーム総合情報メディア「ファミ通」によって発刊された『ファミ通ゲーム白書 2020』によると、2019年の世界ゲームコンテンツ市場について、家庭用及びPC向けパッケージゲーム市場と、デジタル配信ゲーム市場（モバイルゲーム<sup>5</sup>、PC配信ゲームデジタル配信、家庭用ゲームデジタル配信）の合算で、前年比約2割増の15兆6898億円と推定された。

（図1）

図1 世界の地域別ゲームコンテンツ市場



出典：ファミ通ゲーム白書 2020

※2018年と2019年では、その他のエリアにおいて集計対象の国・地域が異なる  
また、2019年は一部地域において家庭用ゲームのデータを補完  
(2020年6月時点での情報に基づいて作成)

3P&Y.com

（出典：ファミ通ゲーム白書 2020）

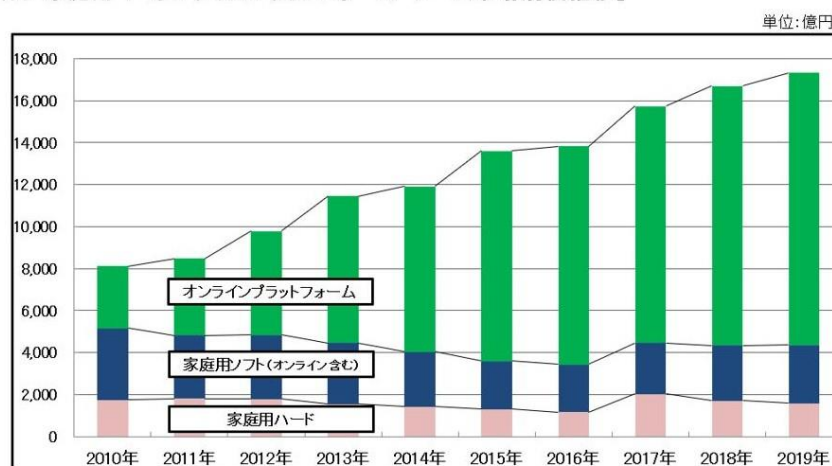
同書によると、2019年の国内家庭用ゲーム市場規模は、ハード・ソフト（オンライン含む）合計で、前年比100.6%の4368億円と推計された。ゲームアプリ市場が大半を占める

<sup>5</sup> スマートフォン、タブレット向けのゲーム

オンラインプラットフォーム<sup>6</sup>市場は、前年比 104.9%の 1 兆 2962 億円となっており、国内ゲーム市場の 7 割以上となっている。国内ゲーム市場全体は 2010 年から 10 年連続で拡大を続け、過去最高の 1 兆 7330 億円と推計されている。(図 2) この調査結果をみると、スマートフォンが急速に普及し始めた 2012、2013 年頃からモバイルゲームが大きな成長をみせる一方で、家庭用ゲームはそれにシェアを奪われる形で市場規模が縮小していったことがわかる。2017 年に Nintendo Switch が発売されたことによって近年はオンラインプラットフォームには及ばないまでも成長傾向にあるといえる。

図 2 国内家庭用・オンラインプラットフォームゲーム市場規模推移

【国内 家庭用 / オンラインプラットフォーム ゲーム市場規模推移】



出典:ファミ通ゲーム白書 2020

ファミ通.com

集計期間:2009年12月28日~2019年12月29日(※2020年5月時点での情報に基づいて作成)

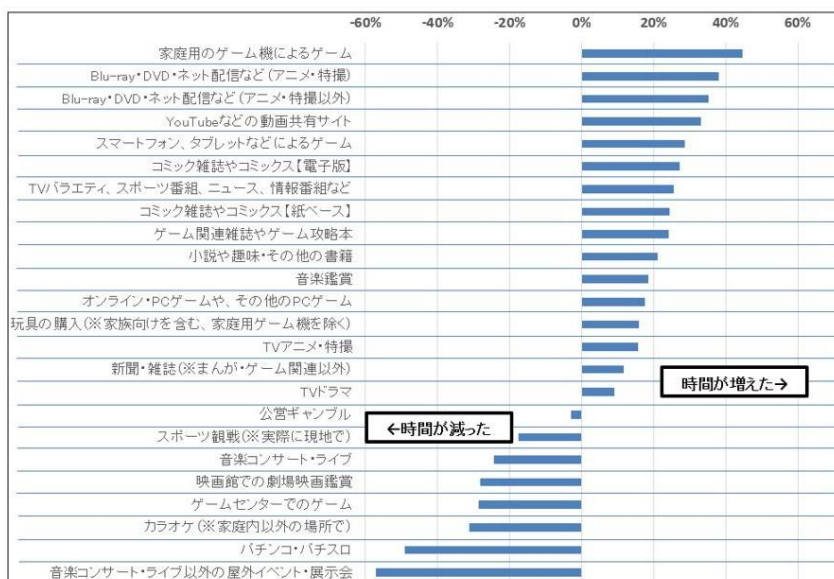
(出典:ファミ通ゲーム白書 2020)

同書において調査された「新型コロナウイルスによるエンターテインメントの変化」(図 3)によると、約半数の人が“家庭用ゲームをする時間が増えた”と回答しており、スマートフォン向けゲームや他の数ある娯楽の中で、最もコロナ渦において需要が増えたという結果が出ている。

<sup>6</sup> ゲームアプリ、フィーチャーフォンで提供されているゲーム、PC 向けのオンラインゲーム

図3 新型コロナウイルスによるエンターテインメントの変化

【新型コロナウイルス感染症の影響によるエンターテインメントの変化】



出典：ファミ通ゲーム白書 2020

※エンターテインメントに費やした時間について、増加/減少したと回答した人の割合(調査日：2020年4月6日)

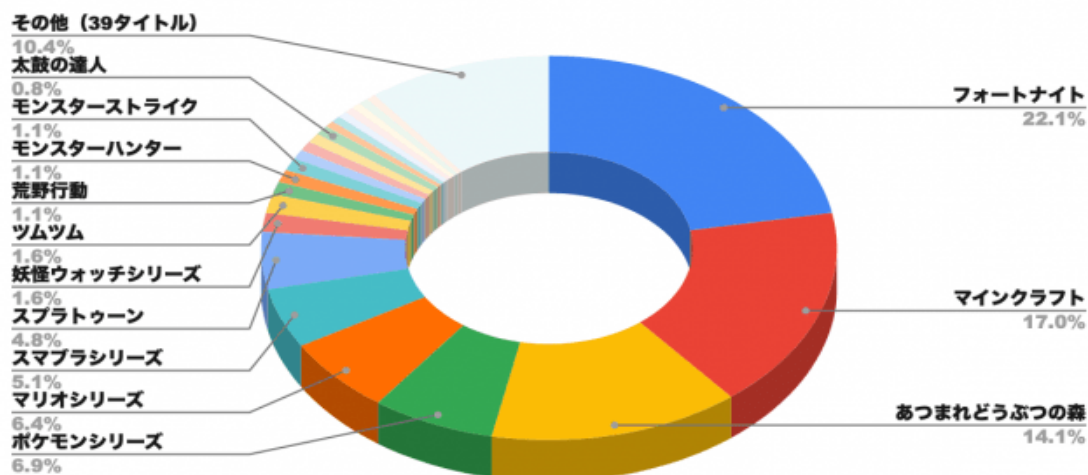
(出典：ファミ通ゲーム白書)

また、現在の小学生に遊ばれているゲームソフトについて、株式会社ゲムトレが375人の小学生に「小学生が一番遊んでいるゲームタイトルは？」というアンケートを実施したところ以下の結果となった。(図4)

図4 小学生が一番遊んでいるゲームタイトル

### 小学生が一番遊んでいるゲームタイトル

(ゲムトレ調査：2020年5月 N=375)



GEMUTORE 顔の見える先生から、ゲームを学ぼう。  
ゲムトレ <https://gametrainer.jp>

(出典：株式会社ゲムトレホームページ)



上位に入っている「フォートナイト」「マインクラフト」「あつまれどうぶつの森」は共通点として、「明確なクリアがないゲーム」であることがいえる。従来のゲームは明確なクリアが存在していたが、これらのゲームはゴールが存在せず、自由な遊び方で半永久的に遊ぶことができるようになってきている。このようなゲームがこの調査で半数以上を占めており、現在子どもたちの間で人気になっていることがわかる。

#### 第4節 ゲームが引き起こす問題

まずは本論文の目的①ゲームが引き起こし得る諸問題に対し、生産者であるゲーム会社の施策の検討 について、ゲームが引き起こす問題にはどのようなものがあるかについて説明する。

ゲームが引き起こす問題は、①ゲーム障害（ゲーム依存症） ②倫理的悪影響 ③課金に関するトラブル ④オンラインに関するトラブル の4つに大きく分けることができる。

##### ゲーム障害

「ゲーム障害」とはゲーム依存症とも呼ばれ、ゲームにのめりこみすぎてしまうことによって日常生活に支障をきたしてしまうという疾病である。世界保健機関（WHO）によって2019年に国際疾病として正式に認定され、2022年1月から発効される。

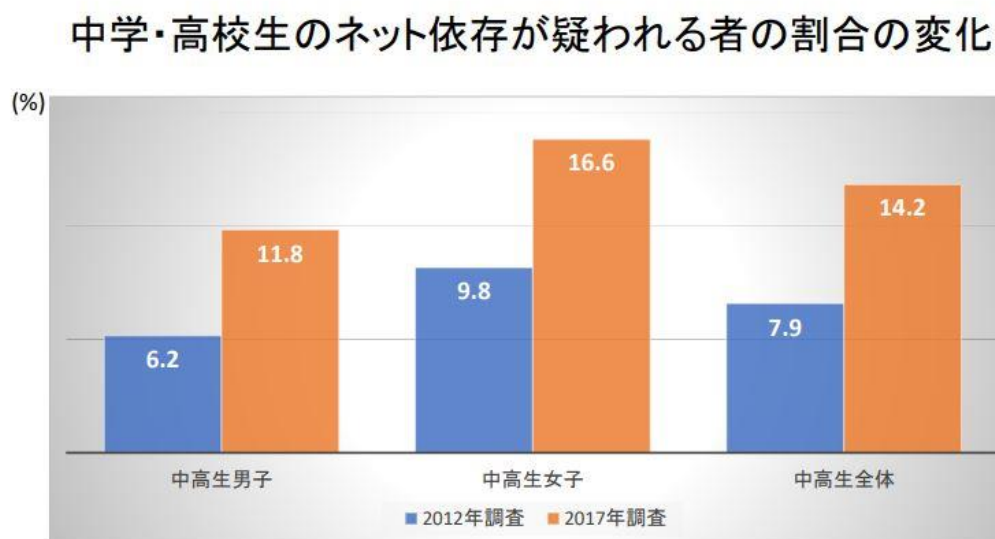
WHOによると、①ゲームをする時間や頻度を自ら制御できない②ゲームを最優先する③問題が起きているのに続けるなどといった症状が通常12か月以上続き、社会生活に重大な支障をきたす場合、ゲーム障害と診断される可能性がある<sup>7</sup>。

国立病院機構久里浜医療センター院長樋口進氏によると、ネット依存専門外来を受診する患者は中学生・高校生が最も多く、全体の約半数をしめている。平均年齢は19歳であるが近年は低年齢化が進むとともに30代・40代の患者も増えており、年齢層の幅が広がってきているという。また、外来患者の90%がゲームによるものであり、そのほとんどがオンラインゲームによるものである。中学・高校生のネット依存が疑われる者の割合の変化をみると、2012年の調査で52万人であったが、2017年の調査では93万人にまで増加しており、年々ゲーム障害のリスクが高まっていることがわかる。（図5）

---

<sup>7</sup> 日本経済新聞「ゲーム依存は病気 WHO、国際疾病の新基準」より  
<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45280950V20C19A5MM8000>

図5 中学・高校生のネット依存が疑われる者の割合の変化



推計値: 52万人(2012) → 93万人(2017)

調査対象者: 100,500名(2012), 64,000名(2017).

評価尺度: Diagnostic Questionnaire (Young K, 1998)の邦訳版

Mihara S et al. *Addict Behav Rep.* 2016.

尾崎米厚ほか. 厚労科研報告書. 2019.

5

出典: 厚生労働省 ゲーム依存症対策関係者会議資料

#### 倫理的悪影響

ゲーム開発の技術的な進歩に伴い、よりリアルな映像や音声で多種多様な表現をゲーム内で実現できるようになった。その表現の中には、暴力的なもの、性的なもの、犯罪をモチーフにしたものなどもあり、それらが青少年に与える悪影響への配慮が求められている。そうした社会的要請に応えるため、2002年6月にコンピュータエンターテインメントレーティング機構（CERO）が設立されゲームソフトの年齢別レーティングを実施している。

この年齢別レーティング制度とは、CEROによると、

ゲームソフトの表現内容にもとづき、対象年齢等を表示する制度です。  
国内で販売される業務用ゲームソフトを除く家庭用ゲームソフト等が年齢区分マークの表示対象となります。表示する年齢区分マークは、CERO 倫理規定にもとづいて行われる審査により、それぞれの表示年齢以上向けの内容が含まれていることを示しています。<sup>8</sup>

と説明されており、製品ゲームソフトのパッケージ等には（図6）や（図7）のマークが記

<sup>8</sup> コンピュータエンターテインメントレーティング機構ホームページより引用

載され、対象年齢や対象年齢を決定した根拠となる表現が示されている。CERO の倫理規定において、過度な暴力性や性描写、差別表現などは「禁止表現」と定められておりレーティングが与えられない。レーティングが与えられていないゲームソフトを販売店が取り扱うことは基本的にないため、CERO による審査によって認められなければ実質販売できないようになっている。

また、一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）の『2020CESA一般生活者調査報告書』<sup>9</sup>によると、家庭用ゲームソフトのレーティングマーク認知度は19.2%、スマートフォン／タブレット用ゲームアプリのレーティングマーク認知度は14.7%となっており、一般認知度は低いという状況である。

図6 年齢区分マーク



図7 コンテンツディスクリプターアイコン



出典：コンピュータエンターテインメントレーティング機構ホームページ

課金に関するトラブル

スマートフォン向けゲームを中心に、基本プレイは無料でゲーム内課金によって収益を

<sup>9</sup> 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会『2020CESA一般生活者調査報告書』<https://www.cesa.or.jp/information/release/202003300955.html>

上げるシステムのゲーム<sup>10</sup>が多く存在するが、近年では家庭用ゲームにおいても基本プレイ無料ゲームが増えており、課金に関するトラブルが危惧されている。第3節(図4)において、「フォートナイト」が現在の小学生に最も人気なゲームという結果が出ているが、このゲームも基本プレイ無料ゲームであり、低年齢層にも課金システムを有するゲームが浸透していることがわかる。よって保護者の見知らぬところでアイテムなど求めて高額な課金をしてしまうという危険性が、スマートフォン向けゲームのみならず家庭用ゲームにまで今後増えていくことが予想される。

#### オンラインに関するトラブル

現行の家庭用ゲームハードは全てインターネットに接続する機能を有しており、オンラインゲーム上で見知らぬ人にメッセージを送ったり、通話したりしてコミュニケーションを取ることが可能になっている。第3節であげた小学生に人気なゲームのうち半数を占める上位3つのゲームタイトルも、すべてオンラインでコミュニケーションを取ることができるものであり、保護者の知らないところで子供が見知らぬ人と出会ってしまうといったような危険性ははらんでいる。実際に、福岡県の中学生在がオンラインゲーム内のコミュニケーションを通じて大麻購入の勧誘を受けるという事例もあった<sup>11</sup>。現在はほとんどのゲームにおいてオンラインで遊ぶことができるため、このような被害を防ぐための対策がより必要となっている。

### 第5節 ペアレンタルコントロールについて

以上の①ゲーム障害(ゲーム依存症) ②倫理的悪影響 ③課金に関するトラブル ④オンラインに関するトラブル の4つは未成年のユーザーにとって特に深刻な問題となっており、現在の家庭用ゲームハードにはその対応策として、保護者によってゲーム機に制限をかけることができる「ペアレンタルコントロール」という機能が備わっている。機能の内容としては、一日に遊ぶ時間の制限、年齢別レーティングに基づくゲームの制限、オンラインで購入できる金額の制限、他のプレイヤーとのコミュニケーションの制限などがあり、第4節であげた4つの問題に対応している。

このペアレンタルコントロールは、保護者がゲーム機に任意で設定するものであるため、ユーザーの利用しようという意思や機能への理解が問題となってくる。CECAの「2020CESA一般生活者調査報告書」によると(図8)、ゲームをする18歳未満の子を持つ層での利用率は31.5%にとどまっている。また、39.2%が「知っているが利用していない

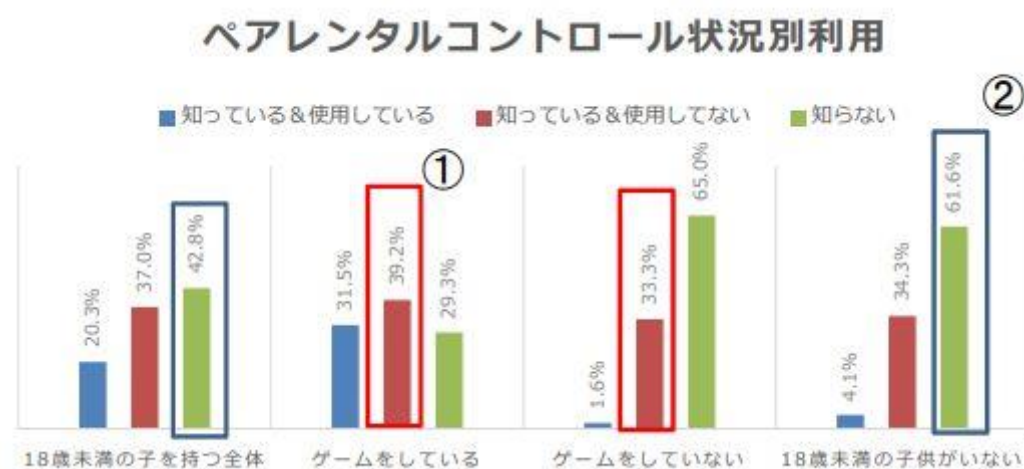
---

<sup>10</sup> 本論文では基本プレイ無料ゲームと呼ぶ

<sup>11</sup> 西日本新聞「大麻購入、スマホゲームで中学生誘う 福岡の学校が注意呼び掛け」  
<https://www.nishinippon.co.jp/item/n/571076/>

い」という現状である。全体の「利用していない理由」の調査では、第一位 61.6%子どもがいない 第二位 18.5%自己管理で充分 第三位 14.7%機能が良くわからない、となっており「機能が良くわからない」と答えた回答が多くなっていることから、「ペアレンタルコントロールの存在は知っているが、機能の内容や設定方法が分からない」というユーザーが多くいると推測される。よって消費者への理解促進が課題となっている。

図8 ペアレンタルコントロール状況別利用



出典：消費者庁「ゲームに関する消費者問題について」資料

## 第6節 シリアスゲームについて

次に本論文2つ目の目的 ②ゲーム会社だからこそできる CSR の検討 に関連して、シリアスゲームについて本節で説明する。シリアスゲームとは、エンターテインメント性のみを目的とせず、様々な社会課題の解決を目的としたゲームのことを指す。ゲーム会社が持っている「遊び」や「面白さ」のノウハウを、教育、福祉、啓発活動などに応用させることで高い効果を引き出すことが期待されている。

また、関連した概念に「ゲーミフィケーション」というものがある。ゲーミフィケーションとは、社会課題や日常生活の様々な場面にゲーム性を持たせることで、人のモチベーションを向上させ課題解決を図る手法である。

主にこの二つの概念を用いてゲーム会社だからこそできる社会貢献活動を検討する。

## 第2章 ケーススタディ編

本章では、本論文の目的である①ゲームが引き起こし得る諸問題に対し、生産者である

ゲーム会社の施策の検討 ②ゲーム会社だからこそできる CSR の検討 について、①に関してペアレンタルコントロールや啓発活動等の各社の取り組みを、②に関してシリアスゲーム・ゲーミフィケーションといったゲーム会社のノウハウを活かした事例を紹介する。

## 第1節 各社のペアレンタルコントロール

任天堂「Nintendo Switch」

Nintendo Switch は2017年3月3日に任天堂から発売された据え置き型ゲーム機であり、現在任天堂から発売されている最新のハードである。

Nintendo Switch のペアレンタルコントロールの特色として、『Nintendo みまもり Switch』という無料のスマートフォンアプリがリリースされている。このアプリを Nintendo Switch と連携させることによって、子供のゲームプレイ状況の確認や、ペアレンタルコントロールの各種設定をすることがどこからでも手軽にできるようになっている。どのようなゲームを日々どれくらい遊んでいるかがアプリ上で簡単に把握でき、月に1回、その月のプレイ状況をまとめたレポートをプッシュ通知する機能も備えている。

### 【制限できる機能】

- ・プレイする時間の制限…子供と約束したゲームの時間をセットしておく、その時間にプレイ時間が達したらアラームで子供に知らせる。「ソフトを中断する」をONにすれば、約束の時間になると自動でゲームプレイを止めることもできる。
- ・年齢に合わないゲームを遊ばなくする…CERO のレーティングにあわせて遊べるゲームを設定できる。
- ・ほかの人との自由なコミュニケーションを制限する…メッセージや画像の交換など、ユーザー同士が自由にコミュニケーションできる機能を制限する。制限はソフトごとに行うことも可能。
- ・画面写真の SNS 投稿を制限する…「Nintendo Switch」で撮影した画面写真を SNS に投稿することを制限する<sup>12</sup>。
- ・ゲームソフトなどのダウンロード購入を制限…残高を使った商品の購入や、クレジットカードを使った残高の追加を制限する。

### 【利用率向上に向けた取り組み】

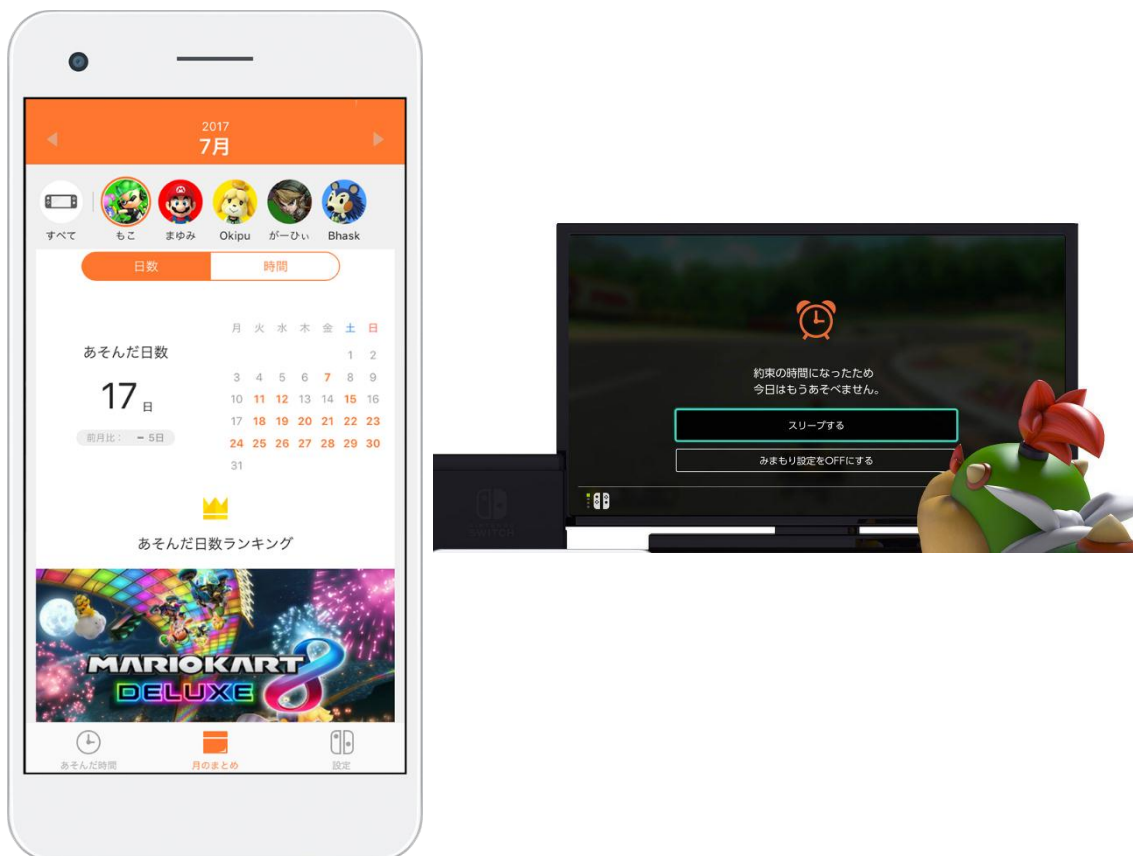
任天堂は他社と比較しても利用率の向上や、消費者への理解を促すことに注力しているように思われる。まず、Nintendo Switch の公式ホームページのトップ画面には『Nintendo みまもり Switch』の特設ページへのリンクが大きく表示されている。その特設ページでは任天堂のキャラクターを用いて非常にわかりやすく機能や設定手順について説明されているほか、動画での説明も用意されている。また、一般の方々に周知するため

---

<sup>12</sup> Nintendo Switch ではゲームプレイの画面を撮影（スクリーンショット）することができ、Twitter 等の SNS アカウントと連携して投稿することができる。

のテレビ CM も発売当初に放送していた。CESA と連携し東京ゲームショウ等の親子連れが多く来るイベントにおいてもペアレンタルコントロールについてのブースを設置するなど、積極的に利用率向上に向けて取り組んでいることが分かる。

図 9、10 Nintendo みまもり Switch



出典：任天堂「みまもり switch」ホームページ

ソニーインタラクティブエンタテインメント「PlayStation4」

PlayStation4 (以下 PS 4 とする) はソニー・インタラクティブエンタテインメント (以下 SIE とする) が 2013 年 11 月 15 日に発売した家庭用据え置き型ゲーム機である (2020 年 12 月時点で最新ハードである Play Station5 については後述する)。ゲームのほかに DVD・ブルーレイディスクが再生できるほか、ウェブブラウザーも備えている。

PS4 のペアレンタルコントロールは保護者が PSN<sup>13</sup>のアカウントを作成し、ファミリーメンバー (子供用のアカウント) 作成することで「ファミリー」を作る必要がある。そして、ファミリーを作成したファミリー管理者及び、その人に「保護者」と認定されたアカウント

<sup>13</sup> PlayStation Network の略称、PlayStation のネットワーク機能を利用するためにはこのアカウントが必要になる。

から子共有のアカウントにペアレンタルコントロールや限度額制限を設定できる。

#### 【制限できる機能】

- ・プレイする時間の制限…ファミリーメンバーが一日にプレイできる時間をスマートフォンやウェブブラウザから管理できる。
- ・ゲーム、ブルーレイディスク、DVD に年齢制限…年齢別レーティングに基づいて対象年齢に該当するコンテンツのみ許可するように設定できる。
- ・ほかの人との自由なコミュニケーションを制限する…他のプレイヤーとのチャット、メッセージや、コンテンツを共有したり、他のプレイヤーが作成したコンテンツを閲覧したりすることを許可するかどうかが設定できる。
- ・月間利用限度額を設定…子供が PlayStation Store で毎月使える金額を管理できる。
- ・PS4 ウェブブラウザのアクセスを制限
- ・PlayStation® VR の使用を制限

#### 【利用率向上に向けた取り組み】

SIE は任天堂と比較すると、機能の説明わかりづらく、普及や理解促進に向けた取り組みもあまり積極的ではないように思われる。任天堂と同じようにホームページ上にペアレンタルコントロールの特設サイトが用意されているが、かなり下のほうにあり表示も小さい。動画での設定手順の説明動画も用意されているが、日本版のページであるにも関わらず表記や音声が英語のものとなっている。任天堂がキャラクターを用いるなど親しみやすさや分かりやすさを強く意識していたり、専用の無料アプリで使いやすさを実現していたりすると比較すると、PS4 のペアレンタルコントロールは無機質で複雑な印象を受けた。ソニーインタラクティブエンタテインメント「PlayStation5」

PlayStation5（以下 PS5 とする）は SIE が 2020 年 11 月 12 日に発売した家庭用据え置き型ゲーム機であり、PS4 の後継に当たる現在 SIE から発売されている最新ハードである。

PS5 のペアレンタルコントロールで制限できる内容は基本的に PS4 のものと同一である。異なる点として、年齢ごとに既定のペアレンタルコントロールの設定が追加されている。「16 歳以上」「13 歳から 15 歳」「子ども」の中から選択でき、ウェブブラウザの利用や他のプレイヤーとのコミュニケーション等の設定を、それぞれの年齢にあったものに一括で設定できるようになった。また、ゲームの起動や他のプレイヤーとの交流がペアレンタルコントロールによってブロックされた場合、子供は保護者に許可をリクエストすることができるようになり、保護者にゲームの許可を求めるリクエストメールが届く機能が追加されている。

## 第 2 節 ゲームリテラシー教育

ゲームによる様々な問題を未然に防ぐためには、ペアレンタルコントロールによる制限のみならず、ユーザー自らが自主的に考えて健全なゲームとの付き合い方をする必要がある。本節では株式会社カプコンが行っているゲームリテラシー教育の事例を取り上げる。



株式会社カプコン

株式会社カプコンは現在任天堂や SIE の家庭用ハード向けにソフトを開発・販売している日本のゲーム会社である。

カプコンは小中学生を対象に、企業訪問の受け入れや出前授業という形で授業プログラムを提供しており、ゲーム会社に関するキャリア教育と合わせてゲームリテラシー教育を行っている。このゲームリテラシー教育はカプコン社員によって行われ、「日々のゲームとの関わり」「ゲームというエンターテインメントの特徴」「ゲームと上手に付き合うために」「年齢別レーティング制度とは」といった内容の授業がなされる。この教育のねらいは、生活の中でのゲームで遊ぶ適正な時間設定への意識付けや、ゲームを通じた友人や家族とのコミュニケーションなどについて紹介することで、子供自身が自らゲームと上手に向き合うようになること、また先生や保護者の指導の参考になることとされている。

ペアレンタルコントロールで子供を諸問題から防ぐことは可能であるが、制限だけでは自主的に考えて行動するようになることは難しい。大人になり保護者の管理のもとから離れた際にゲームによる様々なトラブルに陥らないためにも、最終的にはゲームとの付き合い方を自主的に考えられるようになる必要がある。この点でカプコンの教育の取り組みは有効的であるといえる。

図 11 カプコン出前授業の様子



出典：カプコンホームページ「カプコンの CSR」

### 第 3 節 ゲーム性を活かした社会貢献活動

本節ではシリアスゲーム・ゲーミフィケーションといったゲーム性を活かしたゲーム会社による社会貢献活動の事例を紹介する。

任天堂「Nintendo Labo」

任天堂は CSR レポート 2020 において、「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」を掲げており、その中で「お客様を笑顔にする」「従業員を笑顔にする」「サプライチェーンを笑

顔にする」の3つを重点項目としている。「お客様を笑顔にする」の中では娯楽の新たな可能性の追求も掲げており、ゲーム性を活かした社会貢献活動の事例が紹介されている。

その中で紹介されている事例の一つが「Nintendo Labo」である。Nintendo Labo は2018年に任天堂から発売された、Nintendo Switch 向けゲームソフトと専用のダンボールのセットであり、ゲーム機本体やコントローラーとダンボールを組み合わせてロボットやピアノ、つりざお、車など様々なものを作って遊ぶことができる。Nintendo Switch に表示させた「動く組み立て説明書」を見ながらユーザー自身が「つくる」楽しさを感じることができるほか、自分でオリジナルのプログラムを組んで遊べる機能も備えており、自分自身で作ったもので遊び、仕組みが「わかる」ことでユーザー自身が新たな遊びを発明することもできるようになっている。この Nintendo Labo を活用したプログラミングスクールも行われ、さまざまな動きを試しながら仕組みを理解し、その仕組みを使ってオリジナルのゲームを作ること、あそびを通じてプログラミングの基礎が学べるという。また、ホームページ上には子供向けに Nintendo Labo を使ってオリジナルゲームを作成する動画が公開されており、プログラミングへの基礎的な理解や興味を促進させることに役立っている。

図 12 Nintendo Labo



出典：任天堂 CSR レポート 2020

株式会社ポケモン「ポケモンスマイル」

株式会社ポケモンは人気ゲームシリーズポケットモンスター<sup>14</sup>（以下ポケモンとする）のプロデュース及び販売、またアニメやキャラクターグッズの販売などポケモンに関する

---

<sup>14</sup> 1996年2月27日に発売されたゲームボーイ用ソフト『ポケットモンスター 赤・緑』から始まり、アニメやカードゲームなど様々なメディアミックスが展開される人気コンテンツ。元は任天堂から販売されていたが、現在は任天堂の持分法適用関連会社である株式会社ポケモンより販売されている。

様々な事業を手掛ける企業である。

ポケモンスマイルは2020年6月17日に株式会社ポケモンからリリースされたスマートフォン向けアプリである。価格は無料で追加課金要素も一切ない。本作は、子供がポケモンのキャラクターと一緒に歯磨きをすることで、正しい歯磨きの習慣を身に着けることを目的として作られている。アプリ内ではスマートフォンの内カメラを用い、自分の歯を磨く様子を見ながら「むしばきん」を倒すミニゲームを行う。上手に歯磨きをし、「むしばきん」を倒すことができるとポケモンを捕まえることができるというものになっている。捕まえたポケモンは「ポケモンずかん」に登録される。100匹以上のポケモンが登場するので、毎日ポケモンスマイルで歯磨きをすることで「すべてのポケモンを捕まえよう」というモチベーションに繋げることができる仕組みとなっている。また、一日三回任意の時間に歯磨きをする通知をする機能や、日本歯科医師会監修の歯磨きに関するアドバイスを表示する機能も備えている。

この事例は歯磨きにゲーム性を加えることによって、毎日の歯磨きにモチベーションを与え、子供が楽しく正しい歯磨きの習慣を身に着けることが可能にする「ゲーミフィケーション」といえる。

図13 ポケモンスマイル



出典：ポケモンスマイルホームページ

### 第3章 まとめ・提言

ここまでの分析を踏まえ、本章では「はじめに」であげた本論文の目的である①ゲームが引き起こし得る諸問題に対し、生産者であるゲーム会社の施策の検討 ②ゲーム会社だからこそできる CSR の検討 についての考察及び提言をしたい。

まず、①に関して、大きく分けて企業は以下の 2 つを目標とした施策をとるべきである  
と考える。

- ・ペアレンタルコントロール機能の利用率の向上
- ・ユーザーのゲームリテラシーの向上

ここまで説明してきた通り、現在のゲームハードに備わっているペアレンタルコントロール機能でかけることのできる制限は、第 1 章第 4 節で挙げたゲームが引き起こし得る 4 つの問題すべてに対応できるものとなっており、機能としてはどの会社が販売しているハードも十分なものになっている。しかしながら、第 1 章第 5 節で説明した通り、ユーザーの利用率は未だ低く、機能に対する理解も十分であるとはいえない状況である。そのため、まずはユーザーのペアレンタルコントロール機能への理解度を高め、利用率を向上させる取り組みをするべきであると考え。具体的には、

- ・教育機関と連携し、保護者向けのペアレンタルコントロールの設定手順及び機能解説冊子の配布
- ・販売店と連携し、全国の店頭でペアレンタルコントロール機能の啓発活動の実施
- ・ペアレンタルコントロール機能のテレビ CM の継続的な放映
- ・分かりやすく使いやすいペアレンタルコントロールの開発

このような施策をハードメーカー各社が行えば、既にある優れたペアレンタルコントロール機能が最大限活用され、子供がゲームによるトラブルに巻き込まれるリスクが減ると考えられる。

また、機能による制限のみならず、自分で考えゲームとの健全な付き合い方を考えられるようにユーザーのゲームリテラシー教育も重要である。第 2 章第 2 節で紹介したカプコンの授業の取り組みは有効的ではあるが、このような企業の社員が行うリテラシー教育は数に限界があり、教育を受けるのはごく一部の人に限られる。そこで、ゲーム業界全体でゲームリテラシー教育の授業プログラムを作成し、教育機関や省庁に働きかけて全国の小中学校で、教員によるゲームリテラシー教育が実施されるようになることが望ましいと考える。

次に②に関して、第 2 章第 3 節で紹介した事例のように、ゲームは教育や医療など様々な分野に活用することができると分かる。シリアスゲームやゲーミフィケーションは通常では困難な課題に対して、その「楽しさ」でモチベーションを生み出し、人々を動かすことを可能にしている。しかし実際にゲーミフィケーションが活用されている事例は未だに少なく、これからあらゆる分野での課題解決策として大きな可能性を秘めている。ゲーム業界の各企業が他の分野の企業や省庁と積極的に協業することで新たな CSR を行うことができる

と考えられる。また、シリアスゲーム・ゲーミフィケーションが実際に教育現場や医療の現場などで活用されるようになるためには、社会全体のゲームへの理解が必要である。そのためには、上述したようにゲームが引き起こす諸問題を減らすことでゲームの負のイメージを払拭すること、そして業界全体のイメージ向上を図ることが重要である。

## おわりに

本論文ではゲーム会社としてできる CSR は何かということについて、ゲームが引き起こす問題に対する施策と、ゲームを活用した社会貢献活動という正と負の両面から考察した。今までもそうであったように、これからもゲームは様々な進化をしていき、その分新たな問題も可能性も生まれてくることが予想される。末永くゲームが人々に愛されていくためにも、ゲーム会社が本論文で述べたような社会的責任を果たし、ゲーム文化が持続的に発展していくことを一ゲームファンとして切に願っている。

最後に、本論文の作成にあたり、ご指導いただいた高浦先生、アドバイスをくださった高浦ゼミナールの皆様に感謝を申し上げます。

## 参考文献

毎日新聞「ゲームは1日60分」 依存症対策条例、香川県議会で成立 全国初

<https://mainichi.jp/articles/20200318/k00/00m/040/083000c>

経済産業省ホームページ

[https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei\\_innovation/kigyoukaikei/](https://www.meti.go.jp/policy/economy/keiei_innovation/kigyoukaikei/)

ファミ通ゲーム白書 2020

<https://www.famitsu.com/news/202006/24200902.html#:~:text=%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%83%A0%E6%A5%AD%E7%95%8C%E5%B9%B4%E9%91%91%E3%81%AE%E6%B1%BA%E5%AE%9A,%E9%80%9A%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%83%A0%E7%99%BD%E6%9B%B82020%E3%80%8F%E7%99%BA%E5%88%8A&text=%E3%81%93%E3%81%AE%E5%B8%82%E5%A0%B4%E8%A6%8F%E6%A8%A1%E3%81%AF%E3%80%81%E5%AE%B6%E5%BA%AD,%E3%82%92%E5%90%88%E7%AE%97%E3%81%97%E3%81%9F%E3%82%82%E3%81%AE%E3%81%A7%E3%81%99%E3%80%82>

日本経済新聞「ゲーム依存は病気 WHO、国際疾病の新基準」

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45280950V20C19A5MM8000>

NHK 解説委員室 「ゲーム依存の実態と課題」

<https://www.nhk.or.jp/kaisetsu-blog/400/289702.html>

厚生労働省 ゲーム依存症対策関係者会議資料

[https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi2/0000202961\\_00004.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/shingi2/0000202961_00004.html)

特定非営利活動法人コンピュータエンターテインメントレーティング機構 ホームページ

<https://www.cero.gr.jp/publics/index/3/>

西日本新聞「大麻購入、スマホゲームで中学生誘う 福岡の学校が注意呼び掛け」

<https://www.nishinippon.co.jp/item/n/571076/>

一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会『2020CESA一般生活者調査報告書』

消費者庁「ゲームに関する消費者問題について」資料

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/meeting\\_materials/assets/consumer\\_policy\\_cms101\\_200526\\_03.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/assets/consumer_policy_cms101_200526_03.pdf)

日本ゲーミフィケーション協会ホームページ

<https://www.jgamifa.jp/>

任天堂「みまもり switch」ホームページ

<https://www.nintendo.co.jp/hardware/switch/parentalcontrols/index.html>

PlayStation®公式サイト

<https://www.playstation.com/ja-jp/>

株式会社カプコンホームページ カプコンの CSR

<https://www.capcom.co.jp/ir/csr/index.html>

任天堂 CSR レポート 2020

<https://www.nintendo.co.jp/csr/index.html>

株式会社ポケモンホームページ

<https://corporate.pokemon.co.jp/>

『ポケモンスマイル』公式サイト

<https://www.pokemon-smile.jp/>