

近時のゲーム分野を巡る重要論点

－「エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会」中間とりまとめの概要及びブラジルの年齢区分規制の改正－

ゲーム・eスポーツニュースレター

2025年6月11日号

執筆者:

松本 祐輝

y.matsumoto@nishimura.com

田村 海人

k.tamura@nishimura.com

2025年5月9日、経済産業省が主催する「エンタメ・クリエイティブ産業政策研究会」において、日本のコンテンツ産業の更なる成長を見据えた中間とりまとめ（以下「本中間とりまとめ」）が公表されました¹。

本中間とりまとめでは、ゲーム産業に関する項目として、①海外展開の強化（デバイス横断）、②海外展開の強化（デバイス別）、③ゲーム産業人材の確保、④エコシステムの構築を目的とした環境整備、⑤ゲームIPを核としたマーチャンダイジングの支援、⑥先端的技術の活用を進めたコスト削減の6つの項目が挙げられており、それぞれの項目についての現状・課題と、それに対するアクションプランの方向性が示されています。

本ニュースレターでは、本中間とりまとめのうち、ゲーム産業に関する分野について、それらの課題・アクションに関連して、日本のゲーム産業を取り巻く事業環境を踏まえた法的課題の内容と今後のポイントを簡単にご紹介します。

また、本中間とりまとめでもグローバル展開をする際の各国の法規制への対応は課題として取り上げられているところですが、直近の海外法制度の動向として、ブラジルの年齢区分規制の改正案が挙げられるため、これも併せてご紹介します。

目次

I 中間とりまとめの概要と法的論点

II ブラジルの年齢区分規制の改正について

I 中間とりまとめの概要と法的論点

1. ゲームのグローバル展開に関する法的留意点

日本のゲーム会社がグローバル市場においてゲームを販売・配信する、特に、買い切り型ではないタイプのゲームを国際展開するにあたっては、国・地域ごとの法規制の差異が各企業の戦略に大きな影響を与えています。特に、ガチャ（ルートボックス）などの課金モデルは、一部の国で賭博行為に該当する可能性があることから、配信先国ごとに合法性の検討が不可欠です。著名な例としては、オランダやベルギーでは実際に販売禁止措置が取られた前例もあり、今後もその傾向が続くと見られます。そのため、世界的にはいわず

¹ https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/entertainment_creative/pdf/20250509_1.pdf

るルートボックスモデルを採用するマネタイズ手段は縮小傾向にあるともいえます。このような状況から、グローバルの販売を意識するゲームについては、その企画段階から「グローバルで展開可能なモデル」かどうかを精査する必要があり、法務機能（や外部弁護士）が早い段階から関与・連携していくことが重要になります。

他にも、表現規制の面でも、宗教的・歴史的・文化的背景により、ある国では問題とならない表現が他国ではタブー視されるケースがあります。実際にインドでは、人気バトルロイヤルゲームのモバイル版が表現上の問題を理由に配信停止となった事例等が存在します。

さらに、中国・ベトナムに代表されるように、一部のゲームの配信に政府の許認可が必要とされる国々では、当局の意向がゲームのリリースまでのスピード感や柔軟性が制限される要因にもなっています。新興国では、スマートフォン普及に伴ってユーザー数が急増しており、それに呼応する形で新たな視点の法整備も進められています。こうした新市場では、現地の制度変化のモニタリングや法令遵守のための外部支援の活用が極めて重要といえます。

また、モバイルゲーム分野では、これまで大手プラットフォームがアプリストアを経由して独占していた課金システムが第三者決済に転換される傾向が見られる点も海外展開を行っていく上で重要です。欧州では、DMA（デジタル市場法）によりこのような方向に転換がされています²。日本においても「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」（いわゆるスマホ新法）の施行日が近づいており、これを機に日本国内でも、外部決済システムの導入のハードルが下がるなどして、ゲーム配信事業者の収益性が向上することが期待されています。

ゲームのデータプライバシー及び年少者の個人情報保護も重要な課題です。日本と比較して、EU やカリフォルニア州に代表される米国では、ゲームのユーザーからの個人データの取得を厳しくコントロールしている傾向にあります。それゆえ、どのような情報をどのような形で取得するかについて、予め必要最小限の範囲に整理した上で、プライバシーポリシー等を通じてユーザーから適切に同意を得る必要があります。さらに、年少者については、個人情報を入力させないような措置を求めるなど、ゲームの設計に直接影響を及ぼすような規制（米国では COPPA、EU では AADC）を採用している地域も存在し、他の地域もこの傾向を採用する可能性があります。特に、日本の個人情報保護規制はこれらの地域と異なることから、別途正確な情報を入手した上で適切に対応することが求められます。

2. インディークリエイター（小規模開発者）に対するハードル

高度なゲームエンジンの普及によって、年々ゲーム開発のハードルは大きく下がってきており、スタートアップ企業やインディークリエイターに対しては、グローバル市場に直接日本から挑戦することのできる環境が整いつつあります。しかし、その一方で、個社による法令調査等には限界があります。上記 1. に述べた事項の他にも、自らグローバルの規制調査を行うことが難しい規模のゲームクリエイターに対しては、貿易振興機構（JETRO）と連携して各国の法制度・文化・レーティングに関するデータベースを整備する動きが進んでおり、特に情報収集リソースの乏しい中小企業やスタートアップにとっては、有効な支援策となることが期待されます³。

² Android 製スマートフォンでは Google Play、Apple 製スマートフォンでは App Store がアプリ外での手数料決済を長らく禁止していたため、アプリ配信者は 30% もの手数料をプラットフォーム側に納めざるを得ず、問題視されていました。

³ 2025 年 6 月 3 日に公表された知的財産推進計画 2025 においても、人材の強化を含むゲーム産業の課題について言及されています。

また、海外パブリッシャーとの契約やライセンス契約の交渉では、知識・経験・リソースの不足が不利に働く場面が多くあります。さらに、GDPR（EU）、CCPA（米国カリフォルニア）などのデータ規制に対する認識不足は、場合によっては高額な制裁金に直結するリスクとなります。これらの企業に対する法的支援を制度によって担保する枠組みも、日本におけるゲーム産業活性化の観点から重要になると考えられます。

3. グローバル人材確保に向けたビザに関する課題

ゲーム業界においては、優秀な人材の確保が企業の競争力に直結しますが、グローバルな人材獲得・活用には制度的なハードルが依然として存在します。特に外国人クリエイターや e スポーツ選手の受け入れに関しては、就労ビザや滞在資格に関する規制がネックとなり、採用や大会出場の機会を逃す事例も見受けられます。

e スポーツ分野では、国内では賞金規制やゲームセンター営業等に関する制度整備が進む一方、ビザ制度の違いにより、国際大会の誘致や選手派遣にあたって不均衡が生じています。たとえば、欧米では e スポーツ選手専用のビザ類型が存在する国もある一方で、日本で行われる国際大会においては、直前まで参加の可否やスケジュール等が確定しないことが原因で、海外選手がビザが取得できずに参加できなかった事例も存在します。

他のクリエイティブ業種との整合的な制度設計が求められるものの、より簡易・簡便にビザ発行をサポート可能な制度及びプラクティスの確立が急務といえます。

4. IP・マーチャンダイジングの戦略の重要性

ゲームを起点とした IP 展開は、日本企業にとって大きな成長機会であり、近年では海外市場でのマーチャンダイジングを前提とした戦略的展開も増加しています。しかし、企画段階や契約締結段階で商品化や派生利用を前提とした設計がなされていない場合、後の展開で法的トラブルに発展するリスクが生じます。たとえば、ゲーム内でのアセット使用は商標的利用とは評価されにくい一方で、マーチャンダイジングに転用した際に商標権侵害の問題が発生する可能性があります。また、海賊版においては、あらかじめ適切な防御策を施しておかないと、海外で販売される海賊版製品の権利侵害を容易には主張できないという問題も想定されます。そういった海賊版への対抗手段として、商標権・著作権の戦略的登録や、行政執行機関との連携体制の強化が不可欠となります。そのため、ゲーム開発段階から将来の多面的活用を見据えた知財管理を行う実務を確立しておくことが不可欠ですが、会社の規模によってはそれらの支援を外部に頼らざるを得ない場合もあるため、公的支援や制度的な解決も望まれるところです。

また、海外企業に対するライセンスアウトでは、ロイヤルティの算定方法、実際に契約を執行するための手段の確保、準拠法、管轄裁判所の選定など、日本国内の契約以上に慎重な検討が求められます。

以上の背景から、日本企業が主体的に IP ビジネスを展開できるよう、標準契約書の整備や、海外展開時の権利取得ガイドラインの策定について、実務上のスタンダードを定め、拡散していくことも一考に値するものと考えられます。

5. 技術革新とそれに伴う開発コストの増加

全世界的な傾向として、ゲームデバイスの進化によって、ゲーム開発のプロジェクト予算が非連続的に増

加する傾向にあります。大型タイトルにおいては、1 タイトルあたり 100 億円を超えることが一般的ともいえます。こうしたコスト増により、ゲーム会社としては、新しいチャレンジが難しい傾向が加速しており、既存のヒットコンテンツを中心に開発を進めざるを得ない状況は全世界的にみられます。

その一方で、新たなゲームエンジンの開発、XR 技術の実用化、そして生成 AI の急速な進化といった事情は、こうしたコスト構造を大きく変えて、効率的なゲーム開発を助ける可能性もあります。とりわけ、生成 AI を用いたアセット制作においては、それ自体に賛否両論もあるものの、開発期間の短縮やコスト削減に大きくつながる可能性が期待されており、一部のゲーム開発においては既に活用が進んでいる事例も見受けられます。その一方で、意図せず第三者の著作権や商標権を侵害するリスクが指摘されており、生成 AI 自体を内製化することで不測の侵害行為を防ぐ取り組みや、使用画像やプロンプトに応じたガバナンスルールの策定が求められています。

その他、XR 技術を利用したゲームにおいては、ユーザー生成コンテンツ（UGC）への法的責任や、仮想空間上のパブリシティ権・肖像権、暴力・性的表現へのレーティングなど、従来のゲームとは異なる論点も引き続き指摘されているところであり、技術・開発の発展に応じて一定の基準が策定されていくことが望まれます。

II ブラジルの年齢区分規制の改正について

ブラジルにおいては、年少者向けの事業の影響を懸念した当局によって、日本と比べて非常に細かな年齢に応じて区分されたアプリケーションやサービス等の提供規制が定められています（以下「ブラジル年齢区分規制」）。年々このブラジル年齢区分規制の重要性は高まっているところ、対象となるサービスには、国内外の企業がブラジル在住者向けに配信・販売するゲームにも適用されることから、ゲームの海外展開という観点では重要な規制といえます。本ニュースレターでは、2025 年 6 月現在パブリックコメントに付されているブラジル年齢区分規制の重要な改正について、簡単にご説明します。

1. 年少者の年齢確認の有効性に関する改正

日本を含むゲームサービスにおいても一般的である年少者の年齢確認措置として、ユーザーが自ら生年月日を入力する、いわゆる自己申告型は、ブラジル年齢区分規制の改正により、無効であることが明記されることとなりました。

これに対して、どのような対応が必要十分であるかは、必ずしも明確ではありませんが、年齢確認の技術的な有効性が証明できるようなメカニズムが採用されていることが必要と考えられているため、例えば、本人確認書類と顔写真撮影（eKYC）などの手段を採用することが考えられます。

上記規制はゲームサービスのみを対象としたものではないため、その実際の効果範囲は不透明ですが、有料アイテムの購入のために厳格な本人確認が必要となる場合、多くのブラジル向け有料課金ゲームが仕様変更を迫られる可能性があるため、ブラジル市場をターゲットとして重視する場合、特に注意が必要と考えられます。

2. レーティング基準（年齢区分の基準）の改正

現行のブラジル年齢区分規制では、年齢区分（レーティング）の基準・指針としては①性、②暴力、③薬

物といったテーマが含まれているか否かが重要視されていましたが、今般の改正により、新たに双方向性・接続性（interactivity and connectivity）が追加された点は注目に値します。すなわち、サービス自体が提供するコンテンツのみならず、その特性（第三者とのチャット機能や取引可否）が年齢区分の基準に影響することとなります。

ただし、当該レーティング基準の具体的な評価項目は、後日 Age Rating Guide として公表・策定される予定であるとのことです。そのため、オンラインゲームをサービス提供する事業者においては、特にこれまで以上の注意が必要になると考えられます。

以 上

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜にかなったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは[こちら](#)に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ 広報課 newsletter@nishimura.com