



2019年8月13日

各位

会社名 株式会社コロプラ  
代表者名 代表取締役社長 馬場 功 淳  
(コード：3668 東証第一部)  
問合せ先 取締役  
コーポレート本部長 原 井 義 昭  
(TEL. 03-6721-7770)

### 特別調査委員会の調査報告書公表等に関するお知らせ

当社は、2019年6月26日付「特別調査委員会設置のお知らせ」において公表いたしましたとおり、当社従業員による不適切な取引に関して、特別調査委員会を設置し、調査を行ってまいりました。

本日、特別調査委員会より調査報告書を受領いたしましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

#### 記

#### 1. 調査結果

役職者を含む従業員2名が関与し、セールスランキングの操作を目的として、自社費用をもって自社ゲームタイトル「最果てのバベル」に課金することを取引先に依頼し、取引先が課金を実施した旨（以下、「本件事象」）、本件事象について取締役1名が事前に認識していた可能性が高い旨、報告を受けました。

また、過去において、本件事象に類似した取引については認められなかった旨、報告を受けました。

調査結果の詳細につきましては、添付の「調査報告書（公表版）」をご覧ください。

なお、「調査報告書（公表版）」では、プライバシー及び機密情報保護等の観点から、部分的な非開示措置・匿名化を行っております。

#### 2. 連結財務諸表に与える影響額

2019年9月期第3四半期の決算において、本件事象による課金額8百万円と広告宣伝費8百万円を相殺するとともに、本件事象により発生したプラットフォーム使用料2百万円を連結損益計算書に計上する処理を行っております。なお、2019年9月期第3四半期報告書については、本日提出予定です。

#### 3. 関係者の処分等

##### ①関係者の処分

取締役CC0 森先一哲より、今回の事態を厳粛に受け止め、8月13日付で取締役を辞任したいとの旨の申し出があり、当社はこれを受理いたしました。

その他、本件に関与した当社従業員2名に対し、8月13日付で懲戒処分を決定いたしました。

##### ②経営責任の明確化

本件事象につきまして、その経営責任を明確にするため、本日開催の取締役会において、以下のとおり当社取締役の報酬減額を行うことを決定いたしました。

代表取締役社長 兼 CEO 兼 COO	馬場 功 淳	月額報酬 10%（3ヶ月）
取締役 CS0 マーケティング本部管掌	長谷部 潤	月額報酬 10%（3ヶ月）

#### 4. 今後の対応

当社は、今回の調査結果を真摯に受け止め、関係者各位に調査結果についてご説明するとともに、特別調査委員会から提言された再発防止策を具体化し、実行してまいります。詳細については、添付の「調査報告書（公表版）」をご参照ください。

なお、開示すべき事項が発生した場合は、すみやかにお知らせいたします。

#### 5. 今後の組織体制

本日開催の取締役会において、以下のとおり業務施行体制を決議いたしました。

役職	氏名
代表取締役社長 兼 CEO 兼 COO エンターテインメント本部、白猫黒猫本部管掌	馬場 功淳
取締役 CSO マーケティング本部長 兼 法務知財センター長 兼 インキュベーション本部長	長谷部 潤
取締役 CHRO HR 本部長	石渡 亮介
取締役 CTO エンジニアリング本部長 兼 アート本部長 業務推進部部長	菅井 健太
取締役 CFO コーポレート本部長	原井 義昭
エンターテインメント本部長	坂本 佑
白猫黒猫本部長	熊谷 美恵

株主の皆様をはじめ関係者各位には、多大なご心配をおかけいたしましたことを深くお詫び申し上げます。当社は、全社一丸となり、信頼の回復に努めて参ります。今後ともご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

以 上

調 査 報 告 書  
(公表版)

2019年8月13日

株式会社コロプラ

特別調査委員会

## 目次

第 1. 特別調査委員会による調査の概要 .....	1
1. 特別調査委員会設置の経緯 .....	1
2. 特別調査委員会の構成 .....	1
3. 本調査の目的 .....	1
4. 本調査の期間及び方法 .....	1
(1) 本調査の期間 .....	1
(2) 本調査の方法 .....	1
5. 調査の限界 .....	3
第 2. 貴社の概要 .....	4
1. 会社概要 .....	4
(1) 基本情報 .....	4
(2) 事業の概要 .....	4
(3) 新規配信モバイルゲーム .....	5
(4) 業績推移 .....	5
(5) 組織体制 .....	5
2. ガバナンス体制 .....	8
第 3. 本調査により判明した事実 .....	9
1. 本事象に至る経緯 .....	9
(1) 本件タイトルのリリース前の売上状況 .....	9
(2) 2019 年 1 月の組織改編 .....	9
(3) 本件タイトルの概要 .....	9
(4) D 社との取引 .....	11
(5) 外注業務の発注、支払フロー .....	12
2. 本事象の発生 .....	13
(1) 本事象の概要 .....	13
(2) A 氏による本件課金の企図 .....	13
(3) 本件課金の計画及び発注 .....	14
(4) 本件課金後の経緯 .....	18
(5) C 氏の認識 .....	18
(6) その他の役職員の認識 .....	20
(7) 本件課金の法的評価 .....	20
3. 過年度を含めた類似取引の有無の確認 .....	21
(1) 高額課金者分析 .....	21
(2) インタビュー .....	24

(3) デジタル・フォレンジック .....	24
(4) アンケート .....	24
(5) ホットライン .....	26
第 4. 発生原因の分析 .....	27
1. 本件課金の動機 .....	27
(1) 課金ブーストに対する関心 .....	27
(2) 本件課金のアイデア .....	27
2. 本件課金への協力者の存在 .....	27
(1) B 氏の協力 .....	27
(2) D 社の協力 .....	27
3. コンプライアンス意識の不十分さ .....	28
4. 役員・従業員間における牽制機能の不十分さ .....	28
(1) 稟議手続の脆弱さ .....	28
(2) 広告宣伝費の実際の使途が担当外メンバーから見えづらい環境 .....	28
(3) 業務記述書のプロセスに従わない発注行為 .....	29
第 5. 再発防止措置の提言 .....	30
1. コンプライアンス徹底のビジョンの全社的共有 .....	30
2. コンプライアンス教育 .....	30
3. 稟議手続の見直し .....	30
4. モニタリングの強化 .....	31
(1) 内部監査室・担当取締役によるモニタリングの強化 .....	31
(2) 業務フローにおけるモニタリングの強化 .....	31
(3) IT システムによるモニタリングの強化 .....	31
別紙 1 .....	1
別紙 2 .....	2
別紙 3 .....	3

2019年8月13日

株式会社コロプラ 取締役会 御中

株式会社コロプラ 特別調査委員会

委員長 長谷川 哲 造

委員 白 井 真

委員 高 岡 俊 文

## 第 1. 特別調査委員会による調査の概要

### 1. 特別調査委員会設置の経緯

貴社において、2019年6月18日、匿名の情報提供により、役職者を含む従業員2名が関与し、セールスランキングの操作を目的として、自社費用をもって自社ゲームタイトル「最果てのバベル」(以下「本件タイトル」という。)に課金することを取引先に依頼し、取引先が課金を実施した(以下「本事象」という。)との疑いが判明した。

かかる事象を受け、厳正かつ徹底した調査を実施するため、貴社は、同月26日、取締役会決議をもって、本特別調査委員会(以下「当委員会」という。)を設置した。

### 2. 特別調査委員会の構成

上記のとおり、当委員会は、2019年6月26日、貴社取締役会決議に基づき設置された。当委員会の構成は以下のとおりである。

委員長 長谷川 哲 造 (貴社社外取締役常勤監査等委員)  
委員 白 井 真 (弁護士 光和総合法律事務所パートナー)  
委員 高 岡 俊 文 (公認会計士 株式会社 KPMG FAS パートナー)

また、当委員会は、その調査(以下「本調査」という。)を補助させるため、以下の補助者を選任した。

所属	氏名等
光和総合法律事務所	弁護士野原俊介、同永井徳人、同井上龍太郎、同坂下大貴、同橋本祥、同石塚幸子、同櫻井駿
株式会社 KPMG FAS	公認会計士藤田大介、同金原利成 他5名

### 3. 本調査の目的

本調査の目的は、以下のとおりである。

- ① 本事象についての事実及び経緯の確認
- ② 過年度を含めた類似取引の有無の確認
- ③ 原因究明及び再発防止策の提言

### 4. 本調査の期間及び方法

#### (1) 本調査の期間

当委員会は、2019年6月26日から同年8月12日まで本調査を実施した。

#### (2) 本調査の方法

当委員会は、本調査の期間中、計12回、委員会を開催した。また、当委員会は、主として以下の方法により本調査を実施した。

#### ア 取引データ（課金データ等を含む。）及び関連資料等の閲覧及び検討

当委員会は、本事象に関連する可能性がある取引データ及び各種証憑書類等の関連資料の閲覧及び検討を行った。また、各種会議体の議事録及び社内規程等の関連資料についても当委員会が必要と認める範囲で閲覧及び検討を行った。

調査対象とした主な資料は、別紙1を参照されたい。

#### イ インタビューの実施

当委員会は、本事象に関与又はその認識を有している可能性が認められる貴社役職員及びその他の関係者合計25名に対し、インタビューを実施した。具体的な対象者については、別紙2を参照されたい。

#### ウ デジタル・フォレンジック手続の実施

当委員会は、本事象に関与又はその認識を有している可能性が認められる貴社の役職員合計11名について、貴社が貸与しているPC及びサーバから抽出したメール及びテキスト・チャットのデータを保全し、調査を実施した。

デジタル・フォレンジックの概要、データの検索・抽出等に使用したキーワード及び具体的な対象者については、別紙3を参照されたい。

#### エ アンケートの実施

当委員会は、本事象に類似する取引の有無等を確認するため、貴社に所属する、出向者及び病気休職者を除く従業員928名（2019年6月30日時点）を対象にして、2019年7月9日付けでアンケートを実施し、同月30日までに育児休暇中の2名を除く926名から回答を受領した。

また、当委員会は、本事象に類似する事実の有無等を確認するため、本事象において課金の依頼を受けた取引先と貴社との契約と同様の契約を締結している取引先2社を対象にして、2019年7月19日付けでアンケート用紙を配付し、同年8月2日までに全社から回答を受領した。

#### オ ホットラインの設置

当委員会は、貴社が従前より設置・運営している内部通報規程に基づく内部通報制度とは別個に、本事象その他本事象に類似する問題の存否等を対象とし、当委員会を宛先とするホットラインを2019年7月9日に設置して周知し、貴社に所属する全従業員に対し、広く情報提供を募った。



## 5. 調査の限界

本調査は、前記4・(1)記載の時間的制約の中で、前記4・(2)記載の調査方法に基づき実施されたものであり、本調査には一定の限界がある。また、当委員会は、本調査により、調査の目的を果たすための合理的な基礎を得たものと判断しているが、より時間をかけて、又は他の調査方法を採用していたならば、本調査の結果とは異なる結果となる可能性は否定できず、調査結果が完全であることを保証することはできない。

なお、本調査は貴社のために行われたものであり、当委員会は貴社以外の第三者に対して責任を負うものではない。

## 第2. 貴社の概要

### 1. 会社概要

#### (1) 基本情報

貴社の基本情報（2018年9月30日時点）は、以下のとおりである。

会社名	株式会社コロプラ
上場市場	東京証券取引所第一部 証券コード 3668
決算日	9月30日
株主構成	馬場功淳（48.60%）、日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（7.29%）等
代表者	代表取締役社長兼 CEO 馬場功淳（以下「馬場社長」という。）
本店所在地	東京都渋谷区恵比寿四丁目 20 番 3 号
従業員数	840 名（グループ全体:1283 名）
事業内容	国内モバイルゲームサービス事業 海外モバイルゲームサービス事業 VR（仮想現実）サービス事業 その他のサービス事業
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ

#### (2) 事業の概要

貴社の事業の概要は、以下のとおりである。

事業名	事業内容
国内モバイルゲームサービス事業	「白猫プロジェクト」「クイズ RPG 魔法使いと黒猫のウィズ」「白猫テニス」といったスマートフォン向けネイティブアプリを始めとする国内向けモバイルゲームアプリの配信を行っている。
海外モバイルゲームサービス事業	主に英語圏及び東アジア向けに、直接配信を行う「自社配信方式」と海外現地事業者を配信パートナーとする「パートナー配信方式」によって、モバイルゲームアプリの配信を行っている。
VR（仮想現実）サービス事業	VR デバイス向けのゲームの提供、VR 関連企業への投資及び 360 度動画の配信を行っている。
その他サービス事業	主に全国の自治体や鉄道会社といった事業会社向けに、位置情報分析コンサルティングサービス、スマートフォン特化型リサーチサービスの提供を行っている。

### (3) 新規配信モバイルゲーム

直近3事業年度における貴社の新規配信モバイルゲームは、以下のとおりである。

リリース日	タイトル
2017年5月23日	プロ野球バーサス
2017年9月28日	PaniPani-パラレルニクスパンドラナイト- [Android版]
2017年9月29日	PaniPani-パラレルニクスパンドラナイト- [iOS版]
2017年10月31日	ディズニーツムツムランド
2018年1月22日	アリス・ギア・アイギス
2018年8月9日	DREAM!ing
2018年10月17日	バクレツモンスター
2019年6月12日	最果てのバベル

### (4) 業績推移

直近5会計年度における貴社の業績の推移は、大要、以下のとおりである<sup>1</sup>。

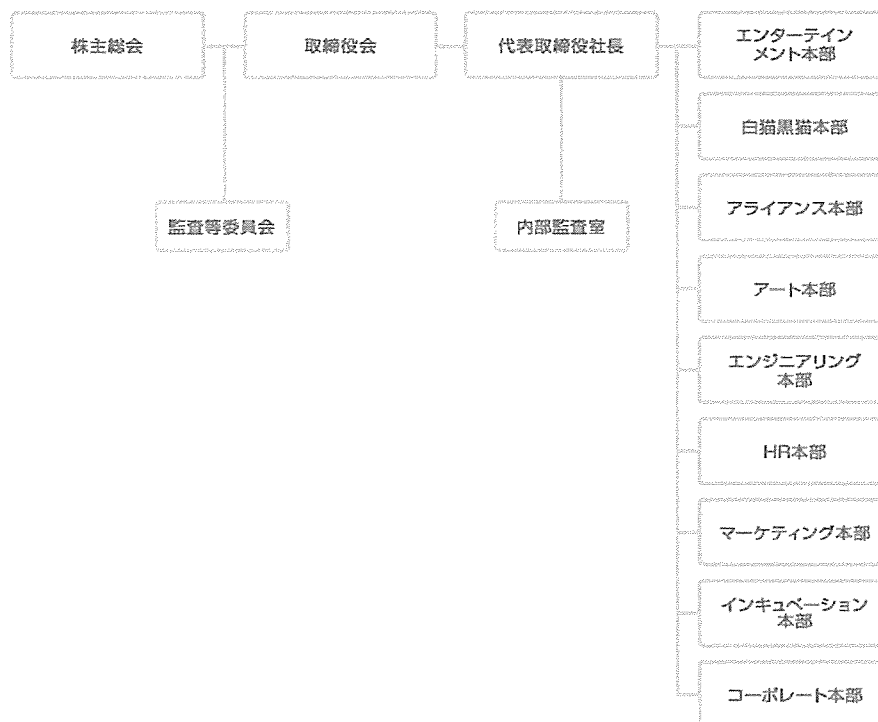
決算年月	2014年 9月	2015年 9月	2016年 9月	2017年 9月	2018年 9月
売上高 (百万円)	53,575	72,395	84,009	50,692	43,666
経常利益 (百万円)	23,556	32,363	33,042	14,629	6,422
当期純利益 (百万円)	13,024	19,436	22,400	8,634	3,145
資本金 (百万円)	6,274	6,328	6,384	6,433	6,491
純資産額 (百万円)	30,284	43,594	64,384	71,471	71,483
総資産額 (百万円)	48,012	59,260	74,416	77,547	77,326
1株当たり純資産額 (円)	245.07	354.50	517.02	568.67	562.40
1株当たり当期純利益 (円)	107.65	157.70	180.54	68.86	24.82
潜在株式調整後1株当たり当期純利益 (円)	101.29	150.62	174.61	67.35	24.53
自己資本比率 (%)	63.1	73.6	86.5	92.2	92.4
自己資本利益率 (%)	68.3	52.6	41.5	12.7	4.4
株価収益率 (倍)	33.49	12.15	8.67	18.85	29.69

### (5) 組織体制

貴社の2019年6月1日時点の組織体制は、以下のとおりである。

<sup>1</sup> 2018年12月25日付けで開示された貴社の2018年9月期に係る有価証券報告書を参照した。

ア 主要な組織構成

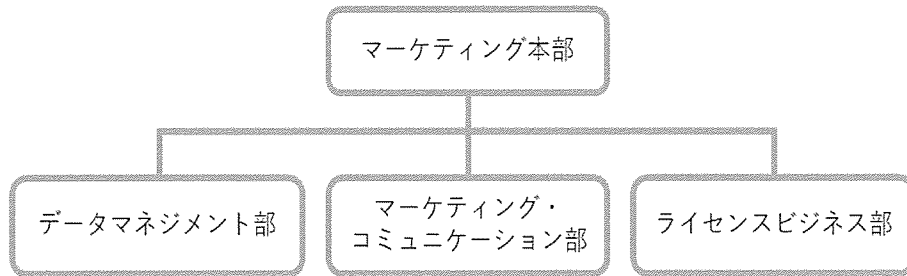


本事象に関連する主要な各本部が所管する代表的な業務は、下表のとおりである。

グループ名	代表的な業務内容
エンターテインメント本部	・ サービスの企画、開発及び進行管理 ・ サービスに関連した企画・制作物の作成・監修、調査・分析、新技術の開発・検証
アライアンス本部	・ サービスの海外展開企画及び海外事業者対応 ・ 社内本部間の連携支援、社外移管案件の管理調整
アート本部	・ サービスに関するデザイン
エンジニアリング本部	・ サービスの開発、検証、運用及びメンテナンス
マーケティング本部	・ 後記イ及びウのとおり
インキュベーション本部	・ 新規事業の企画及び開発業務全般

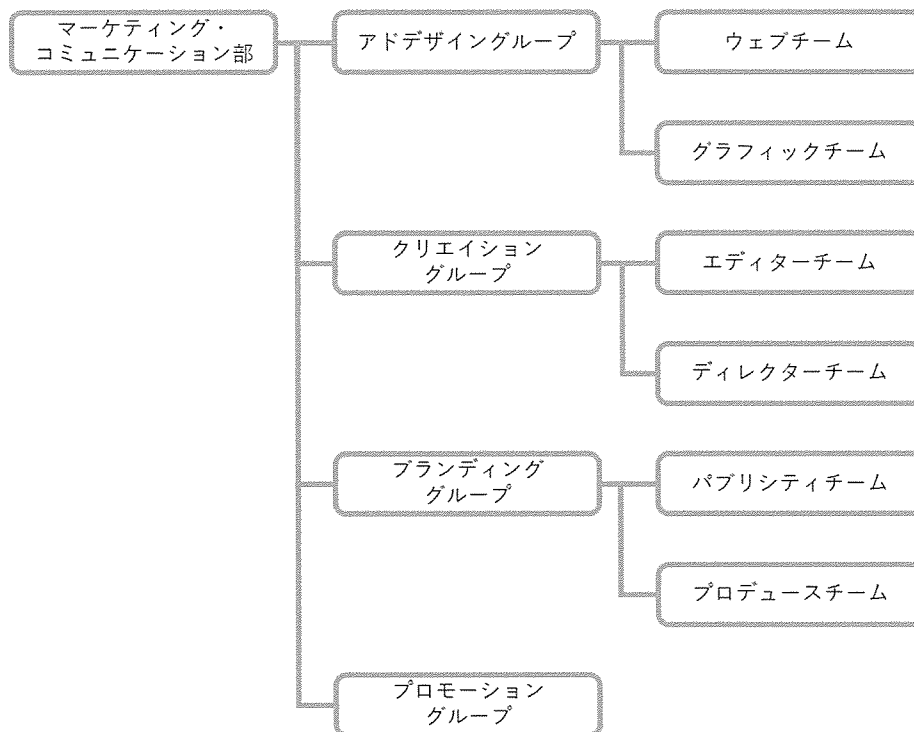
イ マーケティング本部

マーケティング本部内の組織図は、次のとおりである。



ウ マーケティング・コミュニケーション部

マーケティング・コミュニケーション部内の組織図は、次のとおりである。



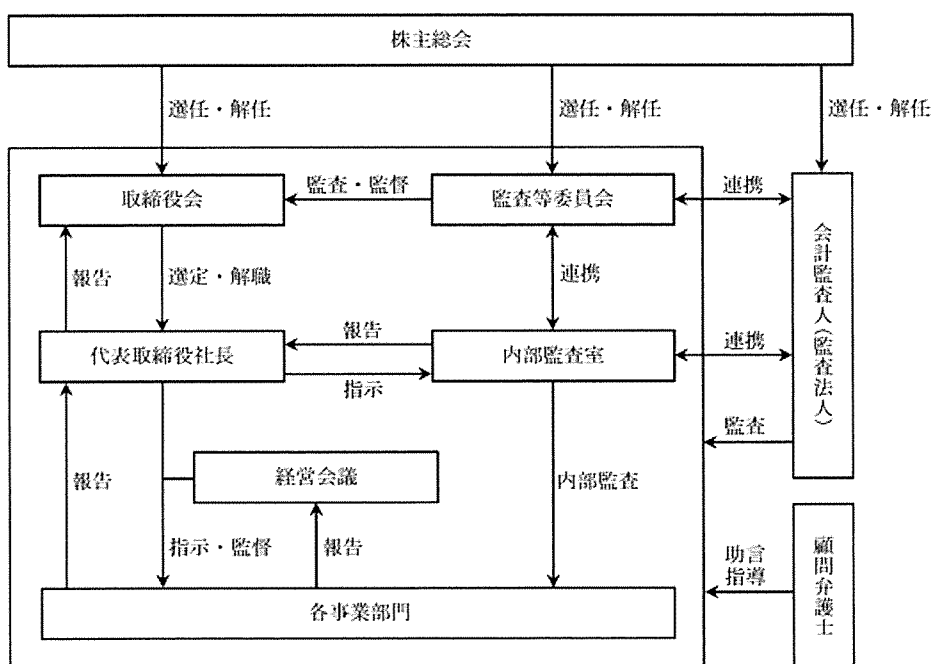
マーケティング・コミュニケーション部内において各グループが所管する主な業務は、下表のとおりである。

グループ名	主な業務内容
アドデザイングループ	・ サービスの集客及び広報活動における企画及び制作
クリエイショングループ	・ サービスの集客及び広報活動における映像制作物の企画及び制作

ブランディンググループ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 既存サービスの集客の企画及び進行管理</li> <li>・ 既存サービスの広報活動</li> </ul>
プロモーショングループ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 新規サービスの集客の企画及び進行管理</li> <li>・ 新規サービスの広報活動</li> <li>・ 新規サービスに関するマーケティング分析に基づいた開発提言、意思決定の支援</li> <li>・ プラットフォーマーとの折衝</li> </ul>

## 2. ガバナンス体制

貴社のガバナンス体制の概要は、以下の図のとおりである。



### 第3. 本調査により判明した事実

#### 1. 本事象に至る経緯

##### (1) 本件タイトルのリリース前の売上状況

貴社においては、2013年3月にリリースした「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、2014年7月にリリースした「白猫プロジェクト」等のオンラインゲームアプリが好評となり順調に売上を上げたが、その後の新作タイトルは期待した売上を上げることができず、上記2件のヒットタイトルについても売上が徐々に下がっていった。

貴社の売上高は2016年9月期をピークに逡減しており、以後、新たな主軸タイトルの制作が待ち望まれる状況にあった。

##### (2) 2019年1月の組織改編

貴社においては、2019年1月に組織改編が行なわれ、コーポレート統括本部がコーポレート本部とマーケティング本部等に改組された。

当該組織改編に伴い、マーケティング・コミュニケーション部の部長であったA氏はマーケティング本部の本部長に就任し、マーケティング・コミュニケーション部プロモーショングループ企画チームのチームリーダーであったB氏はプロモーショングループのグループマネージャーに就任した。

また、同年3月には、エンターテインメント本部が、同本部のほかアライアンス本部、アート本部等に改組された。

##### (3) 本件タイトルの概要

###### ア 制作経緯

本件タイトルは、スマートフォン向けの基本ソフト（OS）であるiOS及びAndroidに対応したシングルプレイ専用のRPG（ロール・プレイング・ゲーム）である。

2017年5月、Kuma the Bear 開発本部（現在の所管部署はアライアンス本部）が所管してプロジェクトチームが発足し、本件タイトルのプロデューサーに、取締役であるC氏が就任した。

プロデューサーとは、ゲーム開発におけるプロジェクト管理、企画立案・仕様設計の統括、チームの進行管理・スケジュール管理・コスト管理、クオリティ管理、外注管理等を行う統括者である。プロデューサーという役職やその権限については、組織規程等の社内規程において明確に定められてはいないものの、貴社内においても通称として用いられており、ゲーム開発における中心的な存在として事実上強い影響力を有している。

本件タイトルは、JRPG（日本のRPGの共通的な特徴を備えたゲームのジャンル）としてのゲーム性、JRPGにもっとも適した課金システム、JRPGらしい豪華スタッフ<sup>2</sup>を

---

<sup>2</sup> シナリオとサウンドに著名なクリエイターが起用された。

コンセプトとして、[redacted]が開発を担当して制作が進められた。

2018年12月15日に事前登録<sup>4</sup>受付が開始され、2019年6月11日に事前ダウンロードが開始され（この段階ではゲームアプリのダウンロードはできるが、ゲームのプレイはできない。）、同月12日に本格的な配信（この段階でゲームアプリのダウンロード及びゲームのプレイが可能な状態となる。）が開始された。

#### イ プロモーション

本件タイトルについては、Web 広告、Twitter 等の SNS、動画配信サイト YouTube、ゲーム雑誌等を通じたプロモーション活動が行われた。「RPG で育った君へ、最高の冒険を」とのキャッチコピーで古き良き王道の RPG として主に 30 歳代から 40 歳代をターゲットとしたものであるため、Web 媒体だけでなく雑誌媒体にも注力してプロモーションが行われた。

本件タイトルの事前登録期間は、2018 年 12 月 15 日から配信開始日前日である 2019 年 6 月 11 日までであったが、同日経過時点で事前登録件数は累計 [redacted] 件に達したことから、配信開始日には [redacted] ～ [redacted] 万件のダウンロードが行われると想定された。実際のダウンロード数は、配信開始日である同月 12 日で [redacted] 件であった。

#### ウ 課金・売上のシステム

本件タイトルは、無料でダウンロード及びプレイが可能であるが、アイテム課金制を採用しており、ゲーム中のストーリーを進める上で有利となるアイテム等の追加コンテンツを入手するためには、本件タイトルにおけるバーチャル・マネーである「精霊石<sup>5</sup>」を購入（課金）し、アイテム等がランダムで提供される抽選サービス（通称）「タンサ」によりこれを消費する必要がある<sup>6</sup>。この課金は、Apple 社が iOS 向けアプリを提供する App Store と、Google 社が Android 向けアプリを提供する Google Play を通じて決済される。

精霊石の販売額は下表のとおりである。

<sup>3</sup> [redacted]

<sup>4</sup> 事前登録は、Web サイトからのメールアドレス登録、本件タイトル公式 LINE アカウントの友だち追加、公式 Twitter アカウントのフォロー等により行う。

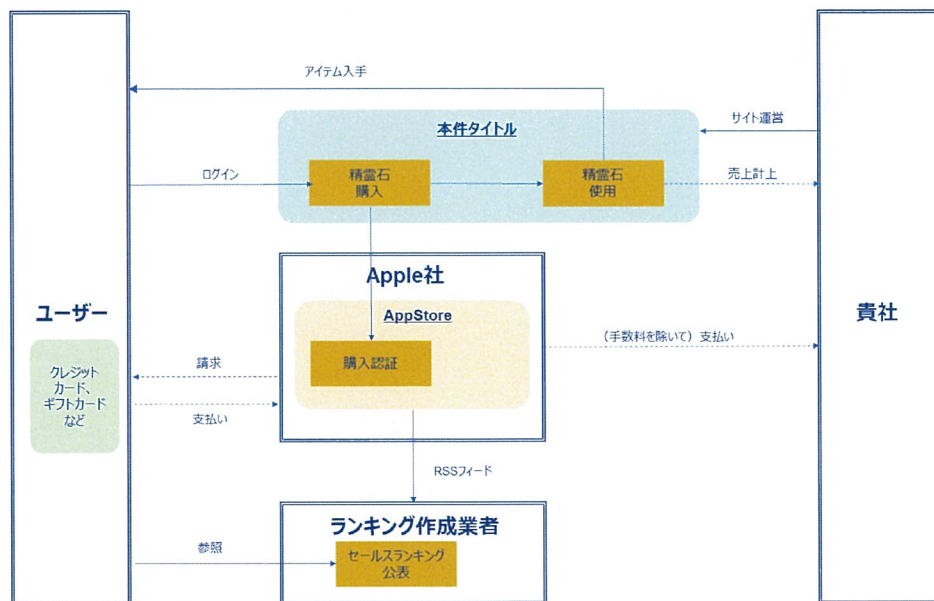
<sup>5</sup> 精霊石はゲームを進める中で、無料で付与される場合もある。

<sup>6</sup> 課金はチュートリアル（ゲーム冒頭の操作方法を学ぶための部分）を終了後に行えるようになる。



購入アイテムパック	金額
精霊石20個（内無料分0個）	120円
精霊石100個（内無料分0個）	600円
精霊石170個（内無料分10個）	960円
精霊石320個（内無料分20個）	1,800円
精霊石510個（内無料分43個）	2,800円
精霊石770個（内無料分70個）	4,200円
精霊石1,070個（内無料分103個）	5,800円
精霊石1,820個（内無料分186個）	9,800円

貴社の会計上、課金をした段階では前受金として処理がなされ、精霊石を使用した段階で売上計上することとなっている。また、Apple社とGoogle社は、それぞれApp StoreとGoogle Playにおけるダウンロード数やレビュー等を基にランキングの順位を決定しているものと考えられるが、その具体的なランキングの評価基準は公開していない。iOS向けアプリの場合の課金から売上計上までの流れは下図のとおりである。



#### (4) D社との取引

D社は、Web 広告等を事業内容とする会社であるが、2016年頃にD社が主催するマーケティング交流会において、A氏とD社の役職員であるE氏が知り合ったことをきっかけに両名の間で交流がはじまった。

貴社は、2017年9月に新作ゲーム「PaniPani -パラレルニクスパンドラナイト-」をリリースするにあたり、同月4日、D社との間で秘密保持契約を締結した上で、D社にプ

ロモーション業務を発注し、その後も、新作タイトルをリリースする際は、メディア媒体のジャックなどのプロモーション業務を依頼してきた。なお、両社間で取引基本契約書等は締結されておらず、個別の取引ごとに、貴社から発注書をメールで送信し、D社がこれを承諾する旨のメールを返信すること等によって契約を締結している。

## (5) 外注業務の発注、支払フロー

### ア 発注フロー

#### (ア) 社内規程上の稟議手続

貴社の社内規程によれば、外注業務を発注する場合は、稟議手続を必要とし、決裁者は発注額によって区別され、1,000万円以上5,000万円未満の場合は取締役、500万円以上1,000万円未満の場合<sup>7</sup>は本部長とされている。また、外注業務の発注を行う場合の稟議は、原則として、発注の事実を確認できる書面又は電子メールによることとされている。

#### (イ) 広告宣伝業務の外部発注に係る処理

ところが、広告宣伝業務の外部発注については、過去の経営会議承認により例外事項とされ、このような稟議手続を経ず、上長1名からの承認を得ることにより発注がなされていた。

すなわち、広告宣伝費の外部発注に係る貴社の処理については、四半期毎に決議（経営会議による承認決議）される広告宣伝費の予算総額の枠内である限り、個別の外部発注ごとの稟議手続を経る必要はなく、その発注金額の大小にかかわらず上長1名の承認があれば発注が可能なものとして処理されていた。この上長は、当該発注担当者より上位の上長であれば良いものとされ、現に、1,000万円以上の発注であっても取締役や本部長よりも更に下位のポジションである上長の承認によって発注がなされていた。

### イ 支払フロー

取引先から請求書を受領した場合、当該支払に係る発注担当者が費用計上兼支払申請書を作成し、支払申請に関する上長の承認を得た上で、請求書とともにアカウント部（経理部）に提出する。マーケティング本部において取り扱う広告宣伝費の場合は、予実管理一覧<sup>8</sup>と題されたExcelファイル上に請求書情報をまとめたものが作成され<sup>9</sup>、本部長、管掌役員の承認を得た上でアカウント部に提出される。その後、アカウント部は提出された各書類を確認し、各支払いを実行する。

<sup>7</sup> 稟議規程5条によれば、決裁を受ける金額は原則として税込みによるものとされている。

<sup>8</sup> ヒアリングでは広告宣伝費一覧表と呼ばれていた。

<sup>9</sup> マーケティング本部では、F氏とG氏がこれを担当していた。

## 2. 本事象の発生

### (1) 本事象の概要

本事象は、A氏とB氏が、本件タイトルの配信開始日直後のApp Storeにおけるセールスランキング（iOS端末上のApp Storeでは、現在、ダウンロードランキングは表示されるが、セールスランキングは表示されない。もっとも、Apple社からRSSフィードにより提供される情報等をまとめたWebサイトが複数存在するため、こうしたWebサイト等でセールスランキングを閲覧することは可能である。そこで、以下では特に断りのない限り、「セールスランキング」とは、かかる広義の意味合いでのApp Storeにおけるセールスランキングを指すものとする。）をできるだけ上位にする目的で、貴社費用をもって本件タイトルに課金（以下「本件課金」という。）することをD社に発注し、2019年6月13日、D社が、合計8,478,000円の本件課金を実施したというものである。

また、A氏及びB氏は、A氏がC氏に本件課金について事前相談をした旨の供述をしているところ、後記(5)のとおり、C氏は、本件課金の具体的な手法や内容を認識していたとまでは認められないが、本件タイトルのプロモーション施策の一つとして本件課金を実施されることを事前に認識していた可能性は高いと認められる。

他方、後記(6)のとおり、A氏、B氏及びC氏の3名を除く貴社役職員の中に、本件課金がなされること又はなされたことを、本事象が匿名の情報提供により判明した2019年6月18日より前から認識していた者は認められない。

### (2) A氏による本件課金の企図

A氏は、2016年頃、パブリッシャー（App StoreやGoogle Play等を通じてアプリを提供する事業者）が自己負担で課金を行いセールスランキングの上昇を図ること（いわゆる課金ブースト）が海外系他社ゲームタイトルにおいて恒常的に行われているとの風評を耳にし、もし機会があれば自らも課金ブーストを実施してみたいと考えた。その後、A氏は、課金ブーストの費用対効果（課金ブーストに要する費用に対し、セールスランキングを上昇させ得る効果）が見合うようなゲームタイトル（具体的には、セールスランキングに注目しているコアなゲームユーザーがターゲットであるゲームタイトル）はなかったため、課金ブーストを実行に移すことを具体的に検討することもなかった。

ところが、A氏は、本件タイトルについては、リリース直後のセールスランキングが注目され易く、課金ブーストというプロモーションに一定の効果が期待できるのではないかと考えた。すなわち、前記1・(1)のとおり新作タイトルがヒットしていない状況下で、本件タイトルについては、配信開始日直後のセールスランキングが上位になれば、ゲームメディアで取り上げられること等により注目されて話題にも上がりやすくなり、ダウンロード数の増加及びアーリーアダプター層（リリース直後にセールスランキングを意識してゲームを開始するユーザー）の獲得が期待できると考えた。

そこで、2017年9月に初めて貴社がD社に広告業務を発注して以降、同社との取引が

繰り返されていた状況下で、A氏は、D社を通じて本件課金を行うことで、本件タイトルのセールスランキングをできるだけ上位に押し上げようと考えた。

A氏は、本件課金につき、D社に課金そのものを発注すればApple社の規約に抵触する可能性があるが、広告宣伝の一環として本件タイトルのゲーム攻略を発注し、その中で受注者が課金及び「タンサ」を行うにあたり攻略支援のための協力費として課金相当額を支払うのであれば、D社側には役務の提供も存在することから明確な問題は生じないと考えた。しかし、その場合でも社内外に口外できる施策ではないとの認識はあった。

### (3) 本件課金の計画及び発注

#### ア D社に対する本件課金の依頼

2019年2月から3月頃、A氏は、E氏と会食した際に、E氏に対し、貴社の新作ゲームタイトルが連続してヒットしていないことを伝えた。その際及び後日、A氏が本件課金を依頼したい旨を伝えたところ、E氏より詳細を聞きたい旨の前向きな回答を得た<sup>10</sup>。

そこで、同年3月から4月頃、A氏は、B氏に本件課金に係る話を持ち掛けたところ、B氏は上司であるA氏の指示であるとしてこれを了承した。そこで、A氏は、B氏との間で、予算を1,000万円とすること、日ごとにセールスランキングが更新されるApp Store (iOS)を対象とすること<sup>11</sup>、多数の端末を用いて課金額を分散させること、本件タイトルの配信開始日翌日に実行すること、D社から貴社に課金明細を提出させること等、本件課金に関する認識を共有し、以降のD社との連絡をB氏に担当させた。

これを受けて、B氏は、同年4月18日、貴社会議室において、E氏及びD社の役職員であるH氏と本件課金に関して打ち合わせを行い<sup>12</sup>、予算を1,000万円とし、本件タイトルの配信開始翌日にiOS端末(iPhone)を700~1,000台使用して一般のユーザーの動きに近い形となるよう1台あたりの課金額を分散させ怪しまれないようにすること等を要請した。

#### イ D社への本件課金の発注

2019年5月16日、B氏は、E氏及びH氏に対し、「最果てのバベル特別プラン」という題名で、発注書を添付したメールを送信し、D社に本件課金を発注した。なお、通常は、メールで発注を行う場合、タイトル作成に係る関係者のアドレスやメーリングリストをCC欄に入れる実務上の取扱いがされていたが(後記第4・4・(3)参照)、上記メールのCC欄にはA氏のアドレスしか存在しない。

<sup>10</sup> A氏とE氏が本件課金について話をした日は明確に特定できなかったものの、貴社のスケジューラーによれば、2019年3月1日及び同月12日に両者が面会している。

<sup>11</sup> App Store (iOS)もGoogle Play(Android)もランキングの評価基準を公開していないが、A氏、B氏その他の者に対するインタビューによれば、Google PlayはApp Storeと比較して長期的な評価によりランキングを決定していると推測されるとのことである。

<sup>12</sup> なお、E氏は、本件課金についてD社の代表取締役であるI氏に相談し、同氏の了承を得ている。

添付された発注書の内容は以下のとおりである<sup>13</sup>。

日付：2019年5月16日
件名：最果てのバベル パッケージプラン
期間：2019/6/11～2019/6/12
合計金額：10,800,000円（税込）
（担当者）：マーケティング・コミュニケーション部：B氏

これに対し H 氏は、同日、「ご発注頂きありがとうございます！施策に関しては別途ご連絡をさせて頂ければと思います。」とメールにて応答した。

なお、上記のとおり本件課金に係る発注額は税込み 1,080 万円であるため、社内規程（稟議規程）上は、取締役を決裁者とする事前の稟議手続を経る必要があったようにも見受けられる。もっとも、広告宣伝費の支出を伴う発注につき、四半期毎に承認決議される広告宣伝費の予算総額の枠内である限り、個別の外部発注ごとの稟議手続を経る必要はないものとされ、また、前記 1・(5)・ア・(イ)のとおり、マーケティング本部においては、その発注金額の大小にかかわらず上長 1 名の承認があれば発注が可能な取扱いとされていたため、B 氏はこのような手続を取らず、直接の上長である A 氏から発注に当たっての承認を取付けただけであった。

#### ウ その他打ち合わせ及び準備状況等

前記ア及びイのほか、正確な時期は不詳であるが<sup>14</sup>、2019 年 3 月頃から本件課金の実行までの間に、A 氏、B 氏と E 氏、H 氏との間で順次、本件課金の具体的な手法や内容に関して、以下の事項が確認された。

- ・本件課金に係る D 社の手数料は予算 1,000 万円の 8%（80 万円）とすること
- ・精霊石は最高額のアイテムパック（9,800 円）だけを購入すると不自然であるから複数種のアイテムパックを購入すること
- ・スマートフォン端末 1 台につき 1 つの Apple ID（App Store にログインするためのユーザー ID）とすること
- ・D 社から貴社に本件課金のエビデンスを提出すること等

また、本件課金に係るより具体的な事前準備は、D 社において以下のとおり行った。

- ・本件課金を実際に行う者について、E 氏と H 氏は、D 社の従業員のうち、本件課金について情報漏洩しないと思われる者を 8 名選定した（自身ら含め 10 名）。
- ・本件課金を行う端末の準備は、H 氏が複数のレンタル業者に連絡し、700～1,000 台の端末を確保することは困難であることが判明したため、B 氏の下承を得て、200

<sup>13</sup> 本発注書には、発注番号の記載がなく、社名横に社判が押印されておらず、発注印欄もなく発注担当者の発注印及び上長の承認印も押捺されていない。

<sup>14</sup> 貴社のスケジューラー上は、同年 5 月 13 日に B 氏が D 社と打ち合わせを実施していることが確認できる。

台をレンタルした。

- ・ 端末ごとの予定課金額について、H氏は、証跡が残らないようメール等によるデータ送信ではなく書面を手交して知らせることをB氏に事前確認し、実際に書面をB氏に手交した。
- ・ 本件課金の手順については、H氏がマニュアルを作成した。
- ・ Apple IDの登録に必要なメールアドレスは、D社が保有しているドメインを用いて作成した。

#### エ 本件課金の実行

D社は、2019年6月11日の事前ダウンロード開始時から13日までの間に本件タイトルのダウンロードを行い、あらかじめゲーム冒頭のチュートリアルを終えるところまでゲームを進めて、本件課金を行える状態にした。その上で、E氏とH氏を含むD社の従業員10名は、13日14時頃から本件課金を開始して、同日中に、合計8,478,000円を課金した。

本件課金にあたり、レンタル端末は、200台のうち65台が過去にApple IDの登録が行われていて新規IDの追加登録ができなかったため残る135台のみが使用され、そのほか、D社の社用端末及び同社の役職員の私物端末を合わせた149台が使用された。

なお、A氏は、事前に、B氏に対し、本件課金の発覚を免れるため、D社には本件課金だけでなくゲームを進めながら精霊石を使用するようにと伝え、B氏は、本件課金を実行した同年6月13日当日にH氏にその旨を伝えた。H氏は、突然の要請であったため可能な範囲で対応する旨を回答し、実際には、私物端末では精霊石を使用した。レンタル端末135台と社用端末では課金を行ったのみで時間の制約から精霊石は使用されなかった。H氏は、この点をB氏に報告したところ、B氏から咎められることはなかった。

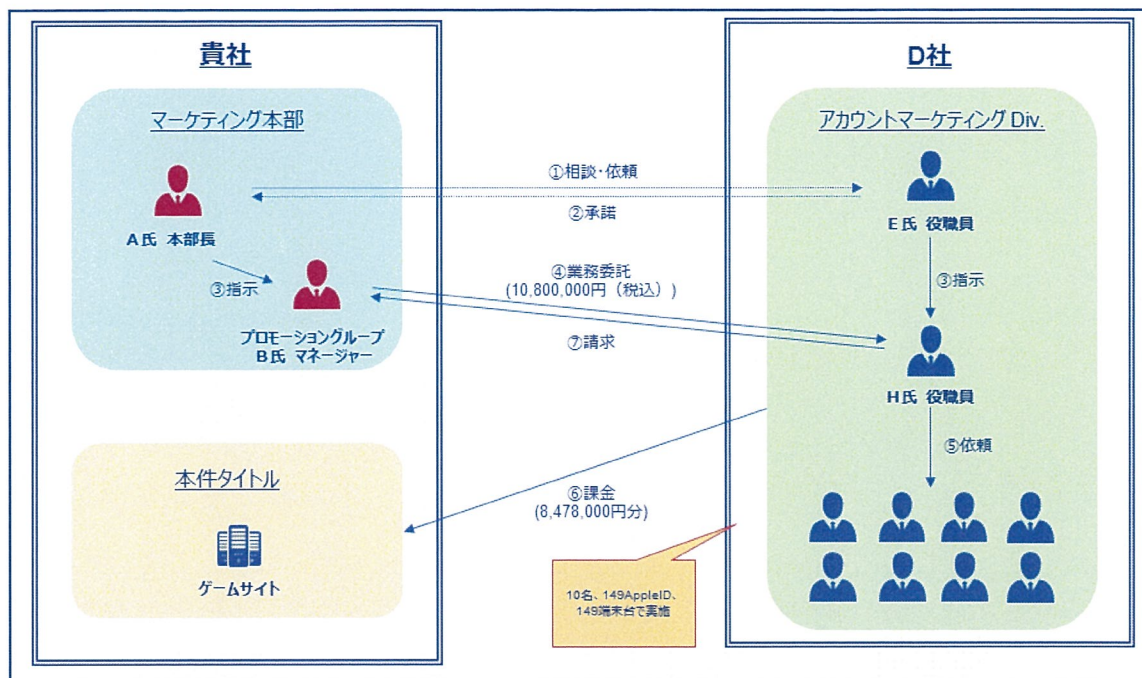
本件課金の実施状況については、H氏がB氏に電話で報告し、B氏はA氏に報告した<sup>15</sup>。

以上に述べた本件課金の実行に係る一連の経過を図示すると、次のとおりとなる。

---

<sup>15</sup> なお、本件課金の履歴のスクリーンショット画像がD社から提出されている。





オ 本件課金の効果

本件課金実行前後の本件タイトルの課金額及びセールスランキング（                    <sup>16</sup>のデータによるセールスランキングを指す。）の推移は、下表のとおりである。

	6月12日	6月13日	6月14日	6月15日	6月16日	6月17日	6月18日	6月19日	6月20日	6月21日
ユーザ数										
課金ユーザ数										
課金額(円・税抜)										
課金額(円・税込)										
平均課金額(円)										
売上ランキング	全体									
	ゲーム									
	RPG									
事象	配信日	本件課金実施								

本件課金を実行した2019年6月13日のセールスランキング（                    の2019年7月2日時点のデータによる。）はゲームアプリ部門で      位であり、貴社社内資料による課金額（売上額）は税込み                    円であったところ、そのうちの8,478,000円が本件課金によるものであるため、本件課金により同日の本件タイトルのセールスランキングは一定程度押し上げられたものと推察できる<sup>17</sup>。

<sup>16</sup>                     は、アプリに関する市場データと分析ツールを提供しているアメリカ合衆国のアプリ調査会社である。

<sup>17</sup> なお、他社のゲームアプリのランキング及び課金額はApple社から公表されておらず、これらの数字の正確性は担保されていないため、本件課金を実施されなかった場合の本件タイトルのセールスランキングについては厳密な検証が不可能である。

#### (4) 本件課金後の経緯

2019年6月18日、本件課金の実態及び本件課金にA氏とB氏が関与していること等を内容とする匿名による情報提供が貴社に行われた。

貴社は、同日中にA氏及びB氏にヒアリングを実施したところ両名が本件課金に関与したことを認めたため、20日より両名を自宅謹慎処分とし、翌21日に本件課金につき適時開示を行った。

なお、本件課金に係る取引につき、D社は貴社に請求書を送付しておらず、貴社は支払未了の状況である。

また、本件タイトルは、本調査報告書提出日現在、配信を継続しており、同月25日に本件課金に係る報告と謝罪を掲載し、同年7月5日以降、お詫びとして精霊石2,000個をユーザーに配布した。

#### (5) C氏の認識

##### ア C氏の供述

A氏は、C氏に、本件課金について事前相談して、本件タイトルの配信開始日の翌日に実行する旨を伝えており、実行後にも報告したと供述している。また、B氏は、A氏から本件課金に係る対応を指示されるにあたり、C氏の了承も得ていると聞いたと供述している。

これに対して、C氏は、A氏から、本件課金の具体的な手法や内容について報告を受けたことを否定しつつも、本件タイトルのプロモーション施策の一つとして本件課金を実施するとの報告を受けていた可能性は必ずしも排除できない旨供述している。

この点につき、以下の事情からすれば、C氏は、本件課金を実施されることを事前に認識していた可能性が高いものと認められる。

##### イ テキスト・チャットによるやり取り

6月12日から17日にかけて、C氏は、テキスト・チャットにより、A氏に対し、6月12日の10時27分からの2分間に、「例の施策っていつから始まるの？」と質問しており、A氏は、6月13日の正午頃からであると回答している。

実際に、①同日の14時には本件課金が行われていること、②同日に開始時間を特定して実施されることが予定された本件タイトルに係るプロモーション施策は本件課金以外にはなかったと認められること、③やりとりの一方当事者であるA氏が「例の施策」は本件課金のことを指すものと理解したと供述していること等からすれば、C氏が尋ねた「例の施策」とは本件課金であると考えるのが合理的である。

これに対して、C氏は、「例の施策」とは、別のプロモーション施策のことを意味していると供述している。しかしながら、当該プロモーション施策については、13日の正午



頃に初めて検討が開始されており、6月12日時点で既に実施が決定されている前提でC氏がA氏にいつから始まるかを尋ねた「例の施策」が、当該プロモーション施策のことだとは認められず、この点に関するC氏の供述は時系列と整合しない。

#### ウ A氏及びB氏の供述

A氏は、本件タイトルのプロデューサーであるC氏に、実施予定のプロモーション施策の一つとして本件課金につき複数回にわたり事前相談をして、本件タイトルの配信開始日の翌日に実行する旨を伝えており、実行後にも報告したと供述している。

また、B氏は、A氏から本件課金に係る対応を指示されるにあたり、C氏の了承も得ていると聞いたと供述している。

この点、本件課金の実行を当初から全面的に認めている両名が、あえてC氏に対する相談をしたことについて、事実と反する供述をする動機があるとは思われない。仮に両名が、C氏に責任転嫁をして自らの責任を軽減させるために事実と反する供述をするのであれば、C氏に本件課金の実行をするよう指示を受けたと供述することも考えられるが、両名の上記供述は、C氏に相談ないし報告をしたとの限度にとどまっており、責任転嫁・軽減のために虚偽の供述をしたとは考えにくい。

#### エ 馬場社長との面談

貴社は、本件課金について匿名の情報提供があった2019年6月18日にA氏とB氏に対するヒアリングを実施したところ、両名がC氏の関与についても供述したため、翌19日、馬場社長がC氏に対するヒアリングを実施した。

このとき馬場社長がC氏に本件課金に対する認識を確認したところ、C氏は、「知っていたといえば知っていた」、「取締役の立場として止めるべきだった」、「詳しい手法は知らない」との供述をし、事前に本件課金を認識していた旨を供述した。

また、同年6月24日に馬場社長が行ったヒアリングでは、「知っていたといえば知っていたかもしれないが、認識外だし、止めるべきタイミングが、今考えると思いつかない」と一部供述を変遷させているものの、この時点においても、本件課金を実施するとの報告を受けていた可能性を否定はしていない。

#### オ C氏がA氏から相談を受ける立場にあったこと

C氏は、確かに、貴社の組織規程上、A氏の上長としての役職に位置付けられているわけではない。

しかしながら、C氏は、本件タイトルのプロデューサーとして企画・開発・リリースまでの統括者という立場にあり、プロデューサーは、事実上、プロモーションの施策について相談を受ける立場ないし承認をする立場にある。なお、本件タイトル以外のタイトルにおいても、プロデューサーはプロモーション施策について相談を受け、あるいは

事実上の承認をしていることが認められる。

#### カ 小括

以上からすれば、C氏は、本件タイトルのプロモーション施策の一つとして本件課金を実施するとの事前相談を受けていた可能性が高いと認めるのが相当である<sup>18</sup>。

#### (6) その他の役職員の認識

A氏及びB氏は、両氏及びC氏の3名以外の役職員に、本件課金に係る情報を提供したことはない旨の供述をしている。また、C氏は、本件課金の具体的な手法や内容についてA氏から報告を受けたことをそもそも否定しており、他の役職員が本件課金に係る情報を認識していたことを窺わせる供述をしていない。

そして、貴社の役職員に対するインタビュー及びアンケート、並びに本件タイトルについて記録された会議体議事録等の客観的資料及びデジタル・フォレンジックにより検出されたメールデータ等においても、これら3名以外に、本件課金を事前に認識していたことを自認しあるいはその認識を窺わせる貴社の役職員は認められなかった。

マーケティング本部の管掌取締役である長谷部潤取締役についても、かような認識を有していなかったものと認められる。なぜなら、前記1・(5)・ア・(イ)のとおり、広告宣伝業務の外部発注については、稟議手続を経ず、上長1名からの承認を得ることにより発注がなされており、本件課金に係る発注を稟議手続により知らされることはなく、その他の機会に本件課金に係る情報を認識していたことを窺わせる事実は認められなかったためである。

したがって、A氏、B氏及びC氏の3名を除く貴社役職員の中に、本件課金がなされること又はなされたことをあらかじめ認識していた者は認められない。

#### (7) 本件課金の法的評価

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号。以下「景品表示法」という。）第5条第1号は、事業者が、自己の供給する商品・サービスの取引において、その品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、①実際のものよりも著しく優良であると示すもの又は②事実に相違して競争関係にある事業者に係るものよりも著しく優良であると示すものであって、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められる表示を禁止している（優良誤認表示の禁止）。

この点、本件課金により2019年6月13日のセールスランキングが一定程度上昇した

---

<sup>18</sup> なお、C氏が本件課金の実施についてA氏らを止めなかった理由については、①本件タイトルのプロデューサーとして本件タイトルのヒットについて事実上の責任を負うべき地位にあったこと、及び②本件課金についてのコンプライアンス上の検討を深く行わなかったこと等の点が主なものとして推認される。

と認めることができるとしても、前述のとおり、結果としてそのランキングの順位が■■■■位程度にとどまっていること、順位が上昇した程度も不明であること、App Store 上にはセールスランキングが表示されず、別途セールスランキング情報を掲載する Web サイトから確認しなければセールスランキングの情報が得られないこと等からすれば、本件課金をもって、本件タイトルが実際よりも「著しく優良」といえるほどの誤認表示をしたと評価するのは相当の躊躇を覚えるところである。

しかしながら、本件課金は、これが行われたことを知らない一般消費者に対し、本件タイトルが実際よりも好評なものと誤認させることになり得る点は否定できず、景品表示法が優良誤認表示を禁止する趣旨に悖るものであることは否定できない。

また、貴社の取引先である Apple 社のガイドライン上、「デベロッパがカスタマーレビューの内容を改ざんしたり、金銭や報酬を与えてフィードバックを得たり、フィードバックの一部のみ悪用したり、偽のフィードバックを書く等したりしてチャートランキングの上昇を図るか、そのようなサービスを提供する他社と協力したことが判明した場合、Apple は App Store の信頼性を保つための手順を踏み、そのデベロッパを Developer Program から除名する場合があります。」と定め、そうした行為を禁じていることにも鑑みれば、本件課金が Apple 社の規約等に直接的に抵触するかはともかく、本件課金は、少なくとも不適切な行為と評価すべきものである。

### 3. 過年度を含めた類似取引の有無の確認

当委員会は、過年度を含めた類似取引の有無の確認に係る本調査として、以下(1)ないし(5)の調査を実施した。その結果、類似取引の存在は認められなかった。

#### (1) 高額課金者分析

当委員会は、本件タイトルにおけるユーザー課金データの特徴を分析し、本件と類似の事象がないことを確認するため過去 3 期（2016 年 10 月 1 日以降）に新規リリースされた 6 件のゲームタイトルを対象に調査を実施した。

その詳細は、以下のとおりである。

#### ア 調査対象としたユーザー課金データ

当委員会は、まず本件タイトルの日次のユーザー課金データを入手した。入手は貴社情報システム担当者がクラウド上（BigQuery）から抽出したファイルを受領する方法によって実施した。対象となるデータの期間は 2019 年 6 月 12 日（タイトルリリース日）から同年 7 月 2 日までであり、総件数は■■■■件である。

受領したユーザー課金データの項目とその内容は、以下のとおりである。

項目	内容
Date	日付
Userid	当該ゲームタイトルのユーザーID

項目	内容
buy price	課金額（税抜き）
get_paid_hc	課金したことにより増加した精霊石数
get_free_hc	（ログインボーナス等）非課金で増加した精霊石数
used_hc	精霊石使用数
deposit_hc	該当日における精霊石の増減

また、当委員会は、上記6件のゲームタイトル（以下「類似調査対象6タイトル」という。）について、リリース日より1か月分のユーザー課金データを貴社情報システム担当者より受領した。

類似調査対象6タイトルのユーザー課金データの総件数は、以下のとおりである。

ゲームタイトル	リリース日	データ件数
プロ野球バーサス	2017/5/23	■
PaniPani-パラレルニクスパンドラナイト	2017/9/28	■
ディズニー ツムツムランド	2017/10/31	■
アリス・ギア・アイギス	2018/1/22	■
DREAM!ing	2018/8/9	■
バクレツモンスター	2018/10/17	■

#### イ 本件タイトルにおける課金ブーストユーザーの特定

貴社が、本件課金を依頼したD社より入手した課金ブースト149ユーザー分のApple IDと合計8,478,000円分の課金額が並記されている一覧（以下「Apple ID一覧」という。）と各ユーザーがApp Store上で課金した明細のスクリーンショット画像の突合を行い金額が一致していることを確認した。また、Apple ID一覧と本件タイトルのユーザー課金データを日付・金額でソートしID同士の突合を試みたところ、本件タイトルにおける課金ブーストを行ったユーザーを特定するに至った。

#### ウ 本件タイトルにおける課金ブーストユーザーの特徴分析

受領した課金ユーザーデータとセールスランキングの操作を目的に課金ブーストを実施した149ユーザーの情報を元に、2019年6月12日から同月21日まで<sup>19</sup>のデータ分析を行った。

分析の結果、課金ブーストユーザーには、以下の特徴が確認された。

<sup>19</sup> 2019年6月21日に貴社は本件課金につき適時開示したため、分析期間を同日までとした。

分類	分析内容	課金ブーストユーザーの特徴
高額課金者分析	<p>期間中の高額課金者上位 20 ユーザーに対して、以下の情報を参考に、課金ブーストユーザーと一般ユーザーの傾向を分析。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課金回数（日数）</li> <li>✓ 1日あたりの平均課金額</li> <li>✓ 精霊石使用回数（日数）</li> <li>✓ プレイ日数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課金回数（日数）が1回である。</li> <li>✓ 課金した精霊石を課金日に使い切らない（翌日又は複数日に亘って精霊石を使用している）。</li> </ul>
精霊石未使用ユーザー分析	<p>期間中に課金したが、精霊石を使用していないユーザーに対して、以下の情報を参考に課金ブーストユーザーと一般ユーザーの傾向を分析。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課金回数（日数）</li> <li>✓ 総課金額</li> <li>✓ プレイ日数</li> <li>✓ 日別の対象ユーザー数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課金回数（日数）が1回である。</li> <li>✓ 特定の日に課金ユーザーが集中している。</li> <li>✓ 総課金額が一定額（最多は 18,000 円）を越す。</li> <li>✓ プレイ日数が1日である。</li> </ul>

#### エ 過去リリースタイトルにおける類似行為の調査

類似調査対象 6 タイトルのユーザー課金データについて、本件タイトルにおける課金ブーストユーザーの特徴と類似した特徴を有するデータの存否の観点から分析を実施した。分析の対象とした課金データは、リリース後 30 日分とした。

この分析の観点は、以下のとおりである。

分類	分析の観点
高額課金者分析	<p>期間中の高額課金者上位 20 ユーザーに対して、以下に該当するデータを抽出。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課金回数（日数）が1回である。</li> <li>✓ 課金した精霊石を課金日に使い切らない。</li> </ul>
精霊石未使用ユーザー分析	<p>期間中に課金したが、精霊石を使用していないユーザーに対して、以下に該当するデータを抽出。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 課金回数（日数）が1回である。</li> <li>✓ 特定の日に課金ユーザーが集中している。</li> <li>✓ 総課金額が一定額（最多は 18,000 円）を越す。</li> <li>✓ プレイ日数が1日である。</li> </ul>

上記分析の結果、類似調査対象6タイトルにおいて、課金ブーストユーザーの特徴と類似した特徴を有するユーザー課金データは、確認されなかった。

## (2) インタビュー

インタビューの対象者のいずれも、類似取引や不適切なプロモーションの存在を把握していないとのことであった。

なお、E氏及びH氏は、D社においてこれまで本件課金と類似する発注を受けた経験はなく、他に貴社から不適切なプロモーションを依頼されたこともないとのことであった。

## (3) デジタル・フォレンジック

当委員会は、本事象に関与又はその事実を知っている可能性のある貴社の役職員合計11名について、貴社が貸与しているPC、並びに貴社のメールサーバ及びメールアーカイブから抽出したメールデータ及びテキスト・チャットデータを対象とし調査分析を行った（実施したデジタル・フォレンジック手続の概要は、別紙3のとおりである。）。その結果、類似取引の存在を認めるに足りるやり取り等は不見当であった。

## (4) アンケート

### ア 従業員アンケート

#### (ア) アンケートの項目及び回答結果

アンケートの項目は、本事象及び本事象と類似する取引の有無を全社的に確認することを目的として設定した。アンケート項目と回答結果は以下のとおりである。

項目	「ある」と回答した件数
あなたは、これまでに当社内において以下の<例>に該当する行為等が行われた事実を認識したことがありますか <sup>20</sup> 。  <例> ・セールスランキングの操作を目的として自社費用をもって自社ゲームに課金することを取引先に依頼する行為 ・実態のない架空の発注行為または契約の締結 ・実際の取引内容とは異なる名目での支払等 ・取引の一般的な対価として不適當または著しく見合わない額で	6件

<sup>20</sup> 当該アンケート項目に対し「ある」と回答した回答者には、その具体的な内容を記載するように求めた。

の対価の支払等 ・その他、上記に類似、関連する行為又はその他コンプライアンス上の問題、疑義等	
---	--

(イ) 回答結果の検討

前記(ア)において「ある」と回答した6件につき、その具体的な内容は以下のとおりである。なお、以下の「本事象についての回答」は、貴社による本事象の公表後にネットニュースで概要を知ったというものなどであり、追加調査は不要であると判断した。

- ・本事象についての回答 4件
- ・本事象及び類似取引のいずれにも該当しない回答 2件

イ 取引先アンケート

(ア) アンケートの項目及び回答結果

アンケートの項目は、本事象及び本事象と類似する取引の有無を確認することを目的として設定した。アンケート項目と回答結果は以下のとおりである。

項目	「ある」と回答した件数
Q1 当社の役職者を含む従業員より、セールスランキングの操作を目的として当社費用をもって当社ゲームに課金することを要求されたことがありますか。	0件
Q1-2 Q1の回答が【ある】の場合、当該要求に基づき当社費用をもって当社ゲームへ課金することに応じたことがありますか。	0件
Q1-3 Q1の回答が【ある】の場合、当該要求をした当社の役職員の氏名（不明の場合は属性）、時期、取引内容、具体的な態様をお教え下さい。	0件
Q2 上記の他、当社との取引において、①実態のない架空の受注行為または契約の締結、②実際の取引内容とは異なる名目での受注等、③取引の一般的な対価として不相当または著しく見合わない額での対価の受領等、④その他、不正の疑義があると貴社において認識する行為や不可解な取引等を要求されたことがある場合、当該要求を行った当社の役職員の氏名（不明の場合は属性）、時期、具体的な要求内容及び貴社の態様をお教え下さい。	0件

(イ) 回答結果の検討

前記(ア)のとおり、「ある」と回答したものは0件であったため、追加調査は不要であると判断した。

(5) ホットライン

当委員会は、ホットラインを通して、合計3件の情報提供(いずれも同一人からの情報提供)を受けたが、類似取引が存在するとの情報提供はなされなかった。



## 第 4. 発生原因の分析

### 1. 本件課金の動機

#### (1) 課金ブーストに対する関心

A氏は、2016年頃、パブリッシャーが自己負担で課金を行いセールスランキングの上昇を図る課金ブーストが海外系他社ゲームタイトルにおいて恒常的に行われているとの風評を耳にし、機会があれば自らも課金ブーストを実施してみたいと興味を持つようになった。貴社において新作タイトルがヒットしていない状況下で、A氏は、本件タイトルが配信開始日直後のセールスランキングで上位になれば、ゲームメディアで取り上げられること等により注目されて話題にも上がりやすくなり、ダウンロード数の増加及びアーリーアダプター層（リリース直後にセールスランキングを意識してゲームを開始するユーザー）の獲得が期待できると考え、課金ブーストを用いる方法を積極的に検討するようになった。

#### (2) 本件課金のアイデア

A氏は、貴社から直近にリリースされた他のゲームとは異なり、本件タイトルは、広告宣伝の一環として本件タイトルのゲーム攻略サイトの立ち上げをD社に発注したものと見做した。この場合、同社がゲーム攻略のための課金及び「タンサ」を行うための協力費として、貴社が課金相当額を支払うという方法であれば、D社側に役務の提供が存在することになるため、本件課金は発覚せず、仮に発覚したとしても大きな問題となることはないだろうと考えるに至った。

### 2. 本件課金への協力者の存在

#### (1) B氏の協力

本件課金に関し、D社との間で様々な折衝を行ったB氏は、A氏が、2015年6月、プロモーショングループのマネージャー時代に、同グループの一員として中途採用して以来、ずっと同じグループのメンバーとして業務を共にしてきた。本件課金当時も、A氏がマーケティング本部本部長でありB氏が同部内のプロモーショングループのマネージャーであり上司部下の関係性があることに加え、B氏は上司であるA氏からの指示を事実上断ることが困難な状況にあった。そのため、A氏は、本件課金を実行に移すために必要な社内人員を確保することができていた。

#### (2) D社の協力

A氏は、D社のE氏とはプライベートでも食事をする関係であり、A氏からのD社での本件課金の依頼に対し、E氏は協力的であった。また、E氏や同社のH氏は、本件課金の発注後、本件課金を成功させるべく端末のレンタルや人員のアレンジ等を行ってお

り、A氏は、D社を通じて、本件課金を実行に移すことが可能な環境にあったといえる。

### 3. コンプライアンス意識の不十分さ

A氏とB氏は、本件課金が一般的にも業界的にも不適切とされている行為であると認識していながらも、最終的には本件課金が大きな問題とはならないと判断し実行に移している。社内における評価としては慎重かつコンプライアンス意識についても十分に有している人物であるとの評価を得ていたものとも見受けられたが、本件課金を実行したとの結果に照らせば、コンプライアンス意識やリスク評価が不十分であるといわざるを得ない。

また、C氏については、取締役かつプロデューサーとして、本件タイトルのプロモーション施策の一つとして本件課金を実施することに関し、A氏から事前相談を受けていた可能性が高いところ、本件課金の不適切性について何ら確認・指摘することなく、本件課金の実施を止めようとしなかったものであり、かかる態度は、C氏のコンプライアンス意識の不十分さを裏付けているものと評価せざるを得ない。

### 4. 役員・従業員間における牽制機能の不十分さ

#### (1) 稟議手続の脆弱さ

貴社社内規程によれば、外注業務を発注する場合は、稟議手続を必要とし、決裁者は組織規程別表の職務権限表により発注額によって区別され、1,000万円以上5,000万円未満の場合は取締役、500万円以上1,000万円未満の場合は本部長とされている。

しかしながら、広告宣伝費については、多量の発注を効率的に行うことを可能とするため、上記の一般的ルールにかかわらず、四半期毎に承認決議される広告宣伝費の予算総額の枠内である限り、個別の外部発注ごとの稟議手続を経ることなく、その発注金額の大小にかかわらず上長1名の承認により発注が可能であることとされ、これに沿った運用がなされていた。そのため、A氏やB氏は、広告宣伝費の支出としてであれば、職務権限表上の決裁基準を超える金額の外注業務ですら発注が可能な環境にあった。このように、広告宣伝費に係る個別の発注に関しては稟議手続による牽制機能が必ずしも十分ではなかった点が本事象の発生原因の一つとして認められる。

#### (2) 広告宣伝費の実際の使途が担当外メンバーから見えづらい環境

予算総額が承認された後の広告宣伝費予算はマーケティング本部内の予算会議<sup>21</sup>で各グループに割り振られるが、割り振られる予算項目の単位は詳細な内容になっておらず、例えば、「Web運用」「TV枠」「その他」等といった大まかな単位での割り振りである。その後、グループ毎に実施される定例会議において、担当するタイトルのプロモーションの内容やスケジュールについては共有されるものの、どの会社にくらで発注するか

<sup>21</sup> 正式名称は「予算&MAU会議」である。

といった発注権限は、マネージャーの裁量に委ねられる部分が大きく、また、発注内容についても発注管理シートで概要は共有されているものの、その詳細については部内で情報共有される仕組みとはなっていない。このため、担当外のタイトルに係る広告宣伝費の使途が担当外のメンバーからは見えづらく、担当者による不適切な発注行為が行われやすい環境にあったといえる。特に本件タイトルは、Web 運用費として多数の発注が行われていたため、担当外メンバーからは発注内容が分かりづらく、不適切発注に対する牽制が一層効きにくい状況であったと考えられる。

### (3) 業務記述書のプロセスに従わない発注行為

広告宣伝費の取引先への発注は、メールに発注書を添付して送信することで行われる。広告宣伝費に関する業務記述書のプロセスにおいては、マーケティング本部の関係者を CC 欄に入れてメールを送信することとなっており、不適切発注について部内で一定の牽制がかかる仕組みとなっていた。しかし、本件においては、B 氏による D 社への発注時において、マーケティング本部関係者を CC 欄に入れずに発注メールを送信していたため、他の部内メンバーは本件に気づくことはなかった。関係者を CC 欄に入れずに発注行為を行った場合、発注行為の適時把握が困難となり、この牽制機能には一定の限界がある。

## 第5. 再発防止措置の提言

以上のとおり指摘した発生原因に関する分析等を踏まえ、当委員会は、貴社に対して、以下のとおり再発防止策を提言する。

### 1. コンプライアンス徹底のビジョンの全社的共有

貴社のコンプライアンス基本方針では、遵守すべき「法令等」に「企業倫理」も含まれることが明記され、役職員の禁止行為として、法令等に違反する行為を自ら行い又は他の役職員に行わせる行為のみならず、これを黙認する行為も特記されている。また、馬場社長は、常日頃から社会通念上許容されるかどうかの境目が曖昧な職務執行は行わない方針を採っており、これは他の役員にも一定程度浸透していることが窺われた。

他方、貴社のホームページ上に公開されている「経営理念・ビジョン・価値観・行動指針」では、コンプライアンスの重要性は必ずしも明確化されていない。

そこで、上記のような経営層のコンプライアンス重視の方針を役職員にも確実に浸透させるため、会社としてかようなビジョンをより明確に打ち出すことが求められる。

### 2. コンプライアンス教育

貴社の役員・従業員が様々な問題に直面した際に、適切にその是非を判断することができるようになるためには、継続的なコンプライアンス教育が不可欠である。

また、貴社の事業がプラットフォームである Apple 社と Google 社との契約関係に依拠していることからすれば、両社との間で契約違反等に起因するサービス停止が生じるリスクを回避するためにも、両社との契約条件や禁止事項等について適切に情報共有がなされたうえ、関係部署において契約条件遵守のために必要な教育を実施する必要がある。

### 3. 稟議手続の見直し

貴社においては、上場会社として概ね社内規程は整備されているものの、広告宣伝に関する外注等に関する稟議手続や業務フローにつき、組織規程により定められた職務権限や稟議規程により即したものとすべく見直しを行う必要がある。

すなわち、マーケティング本部における広告宣伝費の取り扱いについては、マーケティング本部長に対し、四半期毎に承認決議された広告宣伝費の予算枠内において広範な裁量を付与していると同様の状況であり、特に発注に関しては、職務権限表に基づく事前の稟議手続の遂行を省略することを許容していることから、本事象を踏まえれば、業務の効率性を確保しつつ、当該予算の枠内であっても、職務権限表に基づく個別の稟議手続による牽制機能が及び得る施策を取り入れ、適切な管理監督機能が発揮される形に改める必要がある。

#### 4. モニタリングの強化

##### (1) 内部監査室・担当取締役によるモニタリングの強化

社内において不正行為が発生した際に、これを速やかに発見するためのモニタリング機能の充実が必要である。内部監査室や担当取締役は、前記 3. の点が改善されることを前提として、かような稟議手続が適切に実施されているかどうかという点についても業務監査において重点的に確認を行うとともに、監査等委員や監査法人とも相互に連携を強化し、より充実したモニタリング体制を構築することが望まれる。

##### (2) 業務フローにおけるモニタリングの強化

支払フローにおいて、現在、稟議内容の事後確認は行われていないが、外注取引に関しては、稟議手続の有無・内容についても事後確認できる仕組みを取り入れることも考えられる。

また、広告宣伝のうち特に Web 媒体によるプロモーションについては、必ずしも成果物が明確ではなく、外注の結果を事後的に検証することが難しい状況にある。そのため、こうした Web 媒体によるプロモーションが適切に実施されているのかを事後確認するための仕組み（外注先からの結果報告等）を構築することが考えられる。

##### (3) IT システムによるモニタリングの強化

加えて、本件課金に類似した不適切な課金を早期に発見することができるよう、課金等の数値の異常値やその他不正取引の兆候を把握するための IT システムの構築も考えられる。

以上

## 調査対象資料の概要

1. 貴社に関する一般的な資料
  - ・ 定款、各種社内規程、組織図
  - ・ 各種議事録
  - ・ 稟議書、発注書、契約書類
  - ・ 広告予実管理一覧表
  - ・ 業務記述書、業務フロー図、リスクコントロールマトリックス
  - ・ 経理書類
  - ・ グループ会社に関する資料
2. 貴社タイトルに関する資料
  - ・ タイトル別売上・ランキング推移、損益表
  - ・ タイトル別リリース日一覧
  - ・ タイトル別広告予算管理表
  - ・ タイトル別事前登録者数
  - ・ 本件タイトルに係る売上額、ダウンロードランキング、セールスランキング等の推移
  - ・ 本件タイトルに係る企画書
3. 貴社役職員に関する資料
  - ・ マーケティング本部従業員に係る経歴一覧、座席表
  - ・ 貴社役職員 Slack ID 一覧表
  - ・ PC ゴミ箱の中身
4. 本件課金に関する資料
  - ・ 匿名による情報提供資料
  - ・ D 社提供資料（アカウント毎の課金額キャプチャー等）
  - ・ 貴社調査資料（ユーザーアカウントごとの課金額、残精霊石等）

以上

## インタビュー対象者一覧

氏名 (敬称略)	役職・所属
馬場功淳	代表取締役社長 CEO 兼 COO
長谷部潤	取締役 CSO、インキュベーション本部 本部長、法務知財センター長
石渡亮介	取締役 HR 本部 本部長
森先一哲	取締役 CCO、アライアンス本部 本部長
菅井健太	取締役 CTO、エンジニアリング本部 本部長
原井義昭	取締役 CFO、コーポレート本部 本部長
石渡進介	取締役 (非常勤)
柳澤孝旨	社外取締役 (非常勤)
為末大	社外取締役 (非常勤)
月岡涼吾	監査等委員 (非常勤)
飯田耕一郎	監査等委員 (非常勤)
A	マーケティング本部 本部長
B	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部プロモーショングループ マネージャー
F	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 プロモーショングループ
G	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 プロモーショングループ
J	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 プロモーショングループ
K	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 プロモーショングループ
L	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 部長
M	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 プロモーショングループ
N	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 ブランディンググループ プロデュースチーム
O	マーケティング本部 マーケティング・コミュニケーション部 ブランディンググループパブリシティチーム
P	マーケティング本部 データマネジメント部 部長
Q	内部監査室 室長
E	D 社 役職員
H	D 社 役職員

以上

## デジタル・フォレンジック手続の概要

実施したデジタル・フォレンジック手続の概要は以下のとおりである。

## 1. 調査対象デバイス及び電子データの保全・受領

当委員会は、マーケティング本部に所属する A 氏、B 氏、L 氏、K 氏、F 氏、J 氏、G 氏、M 氏、O 氏及び N 氏並びに C 氏が業務上使用する貸与 PC、クラウド上に保存されているメールデータ、スケジュールデータ及びテキスト・チャットデータ（Workplace、Slack）を保全した。

保全対象のデバイス及びデータと保全方法は、以下のとおりである。

対象デバイス及びデータ	保全方法
ラップトップ PC	当委員会が保全
デスクトップ PC <sup>1</sup>	当委員会が保全
メール/スケジュールデータ (G Suite) <sup>2</sup>	貴社情報システム担当者が抽出したクラウド上のアーカイブ及び復元データを当委員会が受領し保全
テキスト・チャットデータ (Workplace) <sup>3</sup>	貴社情報システム担当者が抽出したクラウド上のアーカイブ及び復元データを当委員会が受領し保全
テキスト・チャットデータ (Slack) <sup>4</sup>	貴社情報システム担当者が抽出したクラウド上のアーカイブ及び復元データを当委員会が受領し保全

## 2. PC、メール、テキスト・チャットデータの取り扱い

保全した PC データについては、可能な限り消去データの復元を行った。その後、保全及び受領した全データについて、データベース化処理を施した上で、当委員会が必要と認めたものについて、調査用レビュープラットフォームへのアップロード作業を実施した。メールサーバデータ及びテキスト・チャットデータについては、復元されたデータを受領していることから直接データベース化処理を施した上で、アップロード作業を実施した。

<sup>1</sup> 保有しているのは A 氏、B 氏、O 氏及び K 氏である。

<sup>2</sup> Google 社が提供するメール、グループウェア等のクラウドサービスである。

<sup>3</sup> Facebook 社が法人向けに提供するコラボレーションツールである。貴社における使用期間は 2017 年 2 月から 2018 年 6 月までである。

<sup>4</sup> Slack 社が提供するビジネス用テキスト・チャットを中心としたコラボレーションツールである。貴社における使用期間は 2018 年 7 月以降である。ツールの仕様上全従業員のデータを保全した。



### 3. データのレビュー

調査用レビュープラットフォームにアップロードした PC、メール、テキスト・チャットの電子データ総数は 2,471,503 件であり、そのうち当委員会が必要と認めたキーワード等により絞り込みをした 18,194 件についてレビューを実施した。なお、レビューの対象期間は 2016 年 10 月 1 日以降保全実行時までである。

各データと絞り込み条件は以下のとおりである。

データの種類	分類	絞り込み条件	件数
Slack	個別チャット	関係者 11 名の全個別チャット	45 <sup>5</sup>
	グループチャット	マーケティング本部内グループ	9
		貴社-D 社間のグループ	1
		“セルラン and ブースト”を含むグループ	21
Workplace	—	後記 4.のキーワード	234
メールデータ	—	後記 4.のキーワード	14,162
PC データ	—	全メールデータ	3,722

### 4. キーワード

データの絞り込み条件としたキーワードは、以下のとおりである。

キーワード	AND				
■■■■					
■■■■					
■■■■	セールスランキング	セルラン	特別プラン	特別パッケージ	
■■■■	ランキング	特別	パッケージ		
ブースト	セールスランキング	セルラン	ユーザー数	ユーザー数	課金
ブースター					
バベル	ランキング	特別	パッケージ		
白猫	セールスランキング	セルラン	特別プラン	特別パッケージ	
■■■■	ランキング	特別	パッケージ		
売上	不足	足りない	達成	未達	
ランキング	上げたい	低い	達成	未達	操作
セルラン	上げたい	低い	達成	未達	操作
課金	レンタル	特別プラン	特別パッケージ		
レビュー	良い評価	高評価			
偽装					

<sup>5</sup> 11 名間の組み合わせ 55 件中、個別チャットが存在したのは 45 件であった。

偽造					
バレる					
バレない					
やむをえ					
内密					
他言無用					
プレッシャー					
内緒					
不当					
やむを得					
止むを得					

以上