

大阪商業大学学術情報リポジトリ

ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

メタデータ	言語: ja 出版者: 大阪商業大学アミューズメント産業研究所 公開日: 2018-05-19 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 中條, 辰哉, CHUJO, Tatsuya メールアドレス: 所属:
URL	https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/577

This work is licensed under a Creative Commons
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0
International License.



ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

中 條 辰 哉

はじめに

インターネットや携帯端末、仮想通貨などの発達に伴い、オンラインゲーミング市場は巨大化している。日本においてもインターネットカフェがオンラインゲーミングの拠点として存在し、東京や大阪にはそれぞれ数十軒の店が違法営業をしているとされる。

インターネットが一般に広がり始めた90年代終わり、カリブ海に浮かぶ小国アンティグアにインターネットカジノの視察に行ったが、当時は少数のクレジットカード会社による決済のみで、且つ、データ送信は電話のアナログ回線、コンピューターの処理速度も極めて遅く、カジノゲームをスムーズに行えるような環境ではなかった。加えて、法律も曖昧で、合法か違法かの意見も様々であった。

現在、米国やシンガポールなどは、オンラインゲーミングを非合法とする立場を明確に表示しており、オンラインゲーミングのオペレーターはIP アドレスや GPS などを基にから、これらの国からのアクセスを遮断する必要がある。

フィリピンを除く日本やアジアの国々では、オンラインゲーミングに対して明確な法的規制などを示していないため、いわゆるグレーゾーンとなり、オンラインゲーミング企業の中にはサービスを提供するものもある。

米国においてはネバダ州やニュージャージー州などがオンラインゲーミングを合法化し、インディアン自治区においてもオンラインゲーミングを合法化するような動きがみられる。

さて、本論文で説明するのは、オンラインゲーミングが合法であるヨーロッパの国々の事例である。英国、マン島、アイルランド、フランス、イタリアなどの国々はオンラインゲーミングを合法としており、主たる売上はテニスやサッカーなどのスポーツに対する賭けであり、バカラやルーレットなどのカジノなどからの売上は相対的には少ない。

後に詳しく説明するオンラインゲーミングの大手であるパディーパワーによると、文化的な

側面もあるがヨーロッパの人々はカジノを楽しむよりもスポーツに賭けることを好むようである。オンラインで提供されるカジノが、単一的でエンターテインメント性に欠けるのも一つの要因であるのではないかと推測されるが、将来的な成長の可能性の余地はあるといえる。

第1章はマン島におけるオンラインゲーミング・ライセンスの概要、第2章ではオンラインゲーミングの大手であるパディーパワーの経営などを説明する。第3章は、まとめとする。なお、本研究はJSPS 科研費16K02085の助成を受けたものです。

第1章 マン島におけるオンラインゲーミング・ライセンス

1.1 マン島

マン島（Isle of Man）は、アイルランドと英国に囲まれたアイリッシュ海の中央に位置する島で、島の総面積は約572km²となる。

マン島の歴史は複雑で、複数の国の間で統治権が移動しながら、アイルランドや英国とは異なる文化を築いてきた。1504年以降、マン島は領主を名乗る英国貴族であるスターリン家が代々統治してきた。1765年、マン島購入法が成立すると、英国王室がマン島の支配権を購入し、以降は英国の君主がマン島領主を世襲している。

マン島は法的には北アイルランド連合王国や英国の一部でもなく、また主権国家でもないため英国連邦（commonwealth）の加盟国ではなく、自治権を持った英国王室属領（Crown dependency）である。

写真1．マン島へ向かう飛行機



写真2．マン島のギャンブリング・スーパービジョン・コミッションのオフィス



ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

写真 3 . マン島の港 1



写真 4 . マン島の港 2



マン島の主要産業は伝統的な農業と観光である。マン島はアイルランドと英国との間で条約を結び、この領域間における旅行では入国審査が免除される。この他、島の公道を使って一周 60km を走るオートバイレースであるマン島 TT レースは有名で、ホンダやヤマハなども優勝を経験している。

タックスヘイヴンとしても有名で、2010年には英国のシンクタンクにより、世界第32位の金融センターと評価されている。近年、マン島はオンラインゲーミングのライセンスを発行する国としても有名であり、オンラインゲーミング業界における管理や監視については世界で一番信頼できるといわれている。

1.2 マン島におけるオンラインゲーミング制度と設備

マン島のオンラインゲーミングが世界的に有名で発展している理由は2つある。一つ目はライセンスの審査や認可のプロセスが明確でシンプル、且つ、透明性がある点である。ライセンスの申請者は申請から最短で12週間と短い期間で認可結果を知ることができ、競争が激しいオンラインゲーミングの世界で速やかな参入が可能となる。

二つ目はオンラインゲーミングが実際に行われるコンピューターやサーバーの安定度とセキュリティ管理、それらに対するテクニカルサポートが組み合わさることで、総合的なインフラとサポートのレベルが世界でも最高クラスであるためである。

加えて、政府は進出企業に対して友好的・補助的であり、低い税率、または条件が揃えば税金は免除することもある。地域経済は28年間連続で成長し、スタンダード&プアーズからは

AA+の評価を得ている。さらに経済が安定しているため、犯罪率が低く、そして豊かな自然などもあり、海外企業が進出するための条件も整っている。ヨーロッパのみならず、オンラインゲーミング市場に参入する企業にとっては理想的な国であるといえる。調査によれば、島の住民の90%が島の生活に満足しており、78%が政府の政策に満足、または非常に満足していると答えている。

オンラインゲーミングに関する規制や管理・監視、ライセンスの発行を行うのが、ギャンブラー・スーパービジョン・コミッション（Gambling supervision commission、以下GSC）である。後に詳しく説明するが、GSCは顧客保護の視点からゲーミングオペレーターを厳しく管理・監視している。

例えば、ある企業がゲーミングライセンスを取得し、顧客からゲーミング用に資金を振り込ませ、その後すぐにその資金を移動させ、会社を閉めるなどの詐欺行為をする可能性もある。マン島ではこのような行為が行われないように事前にGSCの承認を必要とすることで、顧客を詐欺から保護している。オンラインゲーミングのオペレーターは、顧客からの資金をプールしている口座をGSCの承認無しに閉めることはできないのである。

このような法的な保護があるが故に、マン島のライセンスを所持するオンラインゲーミング企業は顧客から信頼されているのである。

1.3 インフラとプロフェッショナルなサポート体制

マン島は、火力、水力、水素、ディーゼルによる自国で消費するエネルギーのほぼ全てを発電しており、それらの中から平均して20-25%のエネルギーを英国に輸出している。他の国からのエネルギーに依存していないことに加え、洪水や自然災害によるリスクもないので、安定したインフラを提供するには最適な環境であるといえる。

加えて、この島でビジネスを始める企業に対して各分野における経験と知識を持った多くの専門家がアドバイスなどのサポートを行う。言い換えれば、マン島にはオンラインゲーミングをサポートするためのクラスターが存在するのである。

例えば、銀行、ファイナンシャルプランナー、会社管理者、コーポレートサービス・プロバイダー、ソフト開発会社、オンラインゲーミングに関わる支払いなどの業務を行う会社、データセンター、マーケティングコンサルタント、投資家などがクラスターを形成することでオンラインゲーミング企業をサポートするのである。

ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

写真5．マン島のデータセンターのゲート

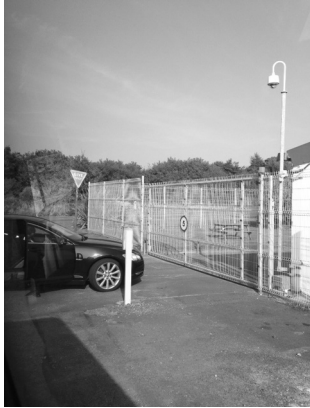


写真6．マン島のデータセンター



1.4 ギャンブラー・スーパービジョン・コミッション

GSC の役割は業界の発展をサポートし、地域社会に経済的なメリットをもたらすと同時に、若者をギャンブル依存症のリスクから保護し、また顧客がゲーミング行為において確率的に公正なゲーム結果を得ることができるように監視している。GSC の基本的な役割は下記となる。

- 1．ギャンブルがフェアに提供されることを管理・監視する。
- 2．子供や弱い立場の人をギャンブルから守る。
- 3．ギャンブルが犯罪の温床になったり、ギャンブルを介したマネーロンダリングなどの犯罪に利用されたりしないように管理・監視する。

この GSC の役割は2010年に制定されたギャンブラー・スーパービジョン法2010に明確に記せられている。

マン島の他にもオンラインゲーミングのライセンスを発行している国は、インターネットの創設時からいち早くライセンスを発行しているカリブ海の小国アンティグア、近年ではフィリピンもライセンスを発行しているが、これらの国でライセンスを所持しているからといって、世界のどの国々に対してもオンラインゲーミングを提供することが合法になるということではない。

2016年3月にマカオで行われた iGaming2016でマン島の元 GSC 委員であるピーター・グリーンフィル氏に再度ヨーロッパにおけるオンラインゲーミングのライセンス制度について質問をした。結論から言えば、マン島でライセンスを所持していても、英国、イタリア、フラン

スなどオンラインゲーミングが合法的な各国の法制度に従い、その国のライセンスを保持しなければ、合法的な市場参入はできない。

では、なぜマン島でライセンスを取得するのかといえば、1つはサーバーを設置するなどしてオンラインゲーミング経営の会社を設立できること、2つ目はオンラインゲーミングに対して合法・非合法の立場を明確にしていない国へオンラインゲーミングのサービスを提供した場合、仮にその国の司法が追訴しようとしても、マン島においてはオンラインゲーミングが合法であるため、事実上追訴ができない点が挙げられる。

1.5 ゲーミングライセンス

マン島が発行するゲーミングライセンスは基本的には1種類であるが、業務内容に合わせて様々なバリエーションに分かれている。ライセンスの申請料やその他のコストは明確に提示されており、賄賂や便宜を図るための金品の要求などはない。

マン島のインターネットなどの通信インフラを使用し、下記のゲーミングを提供する企業はオンライン・ギャンブリングレギュレーション法2001 (Online Gambling Regulation Act 2001、以下、OGRA) に基づきライセンスを取得しなければならない。

1. スポーツブック (サッカーや野球、テニスなどのスポーツへの賭け)
2. ロットリー (宝くじ)
3. ファンタジーリーグ (実際の選手を選び、ドリームチームを作り、それらの選手の成績で勝敗を決める)
4. パリミューチュアル&プールベッティング (宝くじなどと同様の形態で、賭け金をプールして、勝者に支払う)
5. モバイルベッティング (ゲーミングを携帯端末で提供)
6. ネットワークゲーミング (対戦型ゲーム)
7. オンラインカジノ
8. ポーカー、ビンゴ、麻雀、バックギャモンなどの対戦型ゲーム
9. ファイナンシャルトレーディング (為替やマーケットの動きなどに賭ける)
10. スポットボールゲーム (元々は新聞社が提供していたゲームで、ボールが写真のどの位置にあるかを当てる。BBC やニューヨークタイムズも提供している。現在はインターネットを介して画面でボールの位置を当てる)

これら以外のゲーミングでも申請すれば審査の対象となり、認可されれば顧客に提供すること

とができる。

マン島におけるオンラインゲーミングのライセンスの概要は下記となる。

A．フルライセンス

フルライセンスは最も柔軟性のあるライセンスであり、B to C (Business to Client) と B to B (Business to Business) のどちらの業務も行うことができる。

フルライセンスを保持するオペレーターは、提供するゲーム数やオンラインゲーミング商品などに数の制限はなく、また B to B の関係性においても数の制限はない。

例えば、ライセンスの取得時にはカジノゲームとスポーツブックのみでスタートし、その後、ライブゲームなどを加えることもできる。また B to B におけるフルライセンスのメリットとして、マン島のライセンス保持者にソフトウェアの提供をすることができる。

B．サブライセンス

サブライセンスの利点としてはライセンス料が安いということである。ゲームはフルライセンスを保持するオペレーターのサーバーを使用して行われるが、サブライセンスのオペレーターは顧客登録と顧客保護に関して責任を持つ必要がある。またライセンス取得後にゲームの変更や追加などに制限がある。

例えば、ポーカーサイト運営のサブライセンスを保持するオペレーターがトーナメントを開催し、選手にトーナメント出場までの待ち時間にスロットマシンを提供したい場合、これらのゲームを追加することには制限がある。

そのため、このような場合は契約をしているフルライセンスのオペレーターと B to B 契約を結ぶことで自社の WEB 画面にクリックボタンを表示し、それをクリックすることで選手らはリンクされたフルライセンスのオペレーターのサイトでスロットマシンを楽しむことができるのである。

C．ネットワークサービスライセンス

ネットワークサービスライセンスとはフルライセンスと同様、全ての種類のゲーミングを提供することができる。加えて、B to B に対する業務における特権を与えられることで、B to B の業務に柔軟性を得ることができる。

例えば、マン島のオンラインゲーミングのライセンスを持つ企業が提供するゲーミングに参加するプレーヤーは通常、顧客登録の義務があるが、売上をシェアするタイプの B to B の契約をしている海外のオペレーターでプレーする場合は、マン島への顧客登録の義務はない。

よって、B to Bにより海外でサービスを提供する企業はプレーヤーに顧客登録の義務を課すが、ネットワークサービスライセンスを保持するオペレーターはデータのやり取りを扱うだけで、個人情報を共有することはないのである。

D．ホワイトレーベル

ホワイトレーベルとは、フルライセンスを保持するオペレーターと契約することで、オンラインゲーミング市場に試験的に参入することができ、経費も低く抑えることができる。小資本の企業やゲームのアイデアはあるが顧客から賭け金の受け取りやマネーロンダリング、詐欺などに詳しくない企業が新しいゲームを試したり、試験的に市場参入したりすることも可能となる。

E．プラットフォームプロバイダー

プラットフォームプロバイダーとは、オンラインゲーミングに関するソフトを開発するのみならず、ゲームのデザイン、ゲーム画面のビジュアル、セキュリティなどを統合したサービスを提供するプロバイダーであり、オンラインゲーミングに参入する企業をサポートする。

以上、マン島のゲーミングライセンスを説明したが、世界のオンラインゲーミング市場で有名なポーカースター、次章で説明するパディーパワー、ファン88、マージャンロジック、プレイテック、マイクロゲーミングなど様々な企業がマン島の制度を上手く利用することで競争が激化しているオンラインゲーミング市場の中で成長を続けている。

第2章 オンラインゲーミングのビジネスモデルー Paddy Power

2.1 パディーパワー（Paddy Power）の概要

Paddy Power（以下、PP）はアイルランドに本社があり、アイルランドと英国、イタリア、オーストラリアの4つの国でオンラインゲーミングのB to Cの業務を展開し、加えて、フランス、カナダ、スロバキアの3つの国においては現地の企業と提携をすることでB to Bの業務も行っている。

販売拠点はアイルランド、英国、イタリア、ブルガリアとオーストラリアの5つの国に構え、500軒以上の販売店と4,442人の従業員により、年間190万人のオンライン顧客にスポーツ

ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

ベッティングやオンラインカジノなど幅広いゲーミングを提供している。

2014年における PP の時価総額は25億ユーロ（約3,375億円、135ユーロ＝1円、以下同レートを使用）であり、PP が受ける年間の総賭け金は65億ユーロ（約8,775億円）、売り上げは7億4,500万ユーロ（約1,006億円）、利益は1億3,700万ユーロ（約185億円）となる。負債はなく、2億ユーロ（約270億円）の潤沢な現金を保有している。

2015年度の売上などの財務の詳細は現時点では発表されていないが、2015年の上半期の経営状況を各国ごとに記した。

オーストラリアにおける成長率は引き続き高く、市場シェアも大きい。オンラインゲーミングの総賭け額は43%の増加、売上は33%の増加となる。この継続的な成長は既存顧客とワールドカップによる新規顧客により22%の増加をもたらされた。オーストラリアでは電話を介した賭けが全体の38%となり、この古典的な電話による販売チャンネルに対する投資と改良も引き続き行っている。

英国とアイルランドのオンラインビジネスも毎年成長を続けているが、ワールドカップの2014年と比べると9%の減少となる。しかし、ワールドカップ後に獲得した新規顧客は20%増加し、スポーツブックに対する賭け金は11%の増加、eゲーミングの売上は6%の増加となる。新たな携帯端末用アプリもリリースし、最初の2週間で賭け金が25%増加しており、効果的なプロモーションを提供することで売上増加を目指している。

イタリアにおける経営戦略は、長期的な成長と安定した売上の確保を中心に経費を厳格に管理することで経営の効率化を重要視している。売上はワールドカップ後に関わらずeゲーミングは強い成長率となり3%の増加となる。

さて PP の歴史であるが、それは1988年に遡る。英国系ブックメーカーがアイルランド市場に参入した際、3つのアイルランド系のブックメーカーが統合し、PP が誕生した。下記がその発展の歴史である。

2004年からはインターネットの進化と共に本格的にオンラインギャンブル（カジノ、ポーカー、ビンゴ）に参入する。

PP の発展はインターネットやモバイルなどのテクノロジーをビジネスモデルに取り入れることで業務を拡大し、確立された運営手法と蓄積された経験を基にした B to C 契約により、現在ではイタリア、カナダ、オーストラリアの市場にも参入を果たしている。

売り上げも2001年度から2013年度までは年平均24%の成長率を維持し、EPS（一株当たりの純利益）は同期間において年平均27%の成長率となる。

表 1 . Paddy Power の歴史

1988	3つのアイルランド系のブックメーカーが統合し、PPが誕生
1996	電話による業務に参入
2000	Paddypower.com をスタート。IPO をする。
2002	英国市場に参入
2004	オンラインゲームとカジノに参入
2005	オンラインポーカーに参入
2006	オンラインピンゴに参入
2008	北アイルランドに販売店を開設
2009	オーストラリア市場に参入（買収により）、フランスのPMU との初のB to Cのクライアント契約を締結
2010	モバイルによるスポーツベッティング用のアプリをスタート
2011	カナダのBCLCがB to Cとしての2社目のクライアントになる
2012	イタリア市場に参入、ソーシャルメディアを拡大
2013	スロバキアのNIKEと3社目のB to Cのクライアント契約を結ぶ

このPPのビジネスモデルにおいては、様々な分野を注意深くマネジメントする必要がある。例えば、マネーロンダリング問題、ギャンブル依存症問題、支払いのプロセス（デポジットや勝ち金の支払い）、詐欺の防止、オンラインギャンブルを禁止している国（米国、シンガポール）などからのアクセスの拒絶、電話やメールでの問い合わせへの対応、ボーナス¹⁾の乱用の防止など、オンラインギャンブルの特性に合った対応が必要となる。

これらの要素を上手く管理するために、英国のギャンブリング委員会や米国ラスベガスのネバダゲーミング委員会、カナダ政府やオーストラリア政府の機関と連携を取りながら、各国に

写真 7 . マン島にある PP のオフィス



写真 8 . マン島の街並み



ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

おける法規制やリスクマネジメントなど取り入れながら業務を展開している。

2.2 スポーツベッティング

PPの収益の中心となるのはスポーツベッティングである。PPは外部のブックメーカーから購入したオッズをスタートの数値として設定し、顧客はiPhoneやコンピューターから賭けを行うことができる。ゲームがスタートした後も、賭け金のバランスや選手の調子などを考慮し、オッズは変更される。顧客はゲーム開始後でも常時、賭けを行うことができるのである。

これらのオッズは一日17万の選択肢が提供され、160万回のオッズの変更が行われる。これらのオッズに対して、一日50万の賭けが行われ、1,000万ユーロ（約13億5,000万円）が総賭け金となる。

1万2千のスポーツ試合が毎月行われ、これらを365日24時間体制でカバーしている。勝ち金の78%は5分以内に清算が行われるなど、スムーズな支払いが特徴であるといえる。

2.3 ヨーロッパ市場における顧客の属性とマネジメント

ヨーロッパ（英国、アイルランド、イタリア）におけるPPの会員数は152万4千人であり、スポーツに賭けられる平均賭け金は14.14ユーロ（1,909円）となる。総売上は2億9,970万ユーロ（約406億円）となり、これはスポーツベッティングのみならず、ポーカー、カジノ、ビンゴを含んでいる。

顧客の0.4%～0.7%は自らをギャンブル依存症と認識して、ギャンブルへのアクセスを自らできないように運営側に申請するセルフ・エクスクルージョンを選択している。

写真9．ウィリアムヒルズの販売所



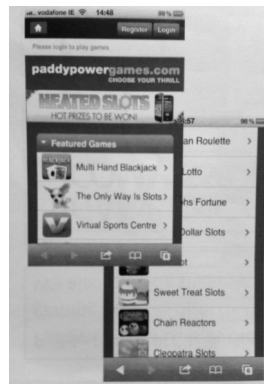
写真10．販売所の内部



写真11．携帯機器 1



写真12．携帯機器 2



(PP のプレゼンテーション資料から引用)

PP が顧客管理として重要視しているのが、KYC (Know Your Customer) という顧客の素性チェックプロセスである。この KYC は 4 つの分野からなり、“登録”、“デポジット”、“賭け金”、“顧客の行動”となる。

A．登録

顧客は、名前、住所、郵便番号（ジップコード）、生年月日、メールアドレス、電話番号、IP アドレス、通貨、使用機器（携帯、コンピューターなど）、GPS ロケーションなどの基本的なデータを登録する。

この他、パスポート番号（又は運転免許証）と有効期限、社会保険番号なども登録してもらい、登録データに偽りがないかを確認する。この情報が正確であることがオンラインギャンブルを正しく管理する上で最も重要な点となる。

B．デポジット

デポジットに関わるデータとしては、クレジットカード番号と有効期限、銀行情報、IP アドレス、GPS ロケーション、使用機器、クレジットカード・BIN Range（ピンレンジ = Bank Identification number の略。6桁の番号で銀行を特定できる）などが基本情報となる。これらの情報が登録情報と一致するか、クレジットカードの支払い履歴の確認、さらに、使用されているカードが盗難されたものや紛失したものでないことを確認する。

C．賭け金

賭け金の種類、金額、賭け金の選択、日時、IP アドレス、GPS ロケーション、使用機器などを確認する。これらの他に、本人の素性調査（バックグラウンド）をさらにチェックする

必要があるか否かをケースバイケースで行う。

D．顧客の行動

賭けのパターン、平均賭け金のレベル、デポジットと引き出しの履歴、IP アドレス、GPS ロケーション、使用機器を確認し、本人以外で同じ口座からアクセスする人がいるか否か、ゲーミングにおける行動、支払いの方法を変更したことがあるか、などを分析する。また他の顧客との交流、パソコンのマウスの動きによる消費行動の分析なども行う。

顧客管理部門は、PP がアクセスを禁止している国からの登録はできないように監視している。監視方法としては登録情報から顧客がアクセスしている国を特定し、もしアクセスが禁止の国から登録をしようとした場合、その口座はロックされ、それらの情報は顧客セキュリティ部門に送られる。

ランドベースカジノと比べ、オンラインゲーミングにおける利点は顧客の行動が細かく記録され、分析することができるため、成長戦略やギャンブル依存症対策などを行う上で非常に有効であるといえる。

2.4 行政機関による管理

健全なオンラインゲーミング業界を発展させるためには、行政による効果的な管理が必要となる。まず、行政は企業側との癒着は避け、独立していることが重要である。また、健全な業界を創り、発展させるために、高い規範を自らに課す必要がある。

法律や監視などで最も参考になるのはランドベースカジノの法律や監視、ライセンスのプロセスやマネーロンダリング、ギャンブル依存症対策などといえる。規制や法律の制定には他国の事例を検証し、自国の管理エリアに適応が可能か否かを分析する必要がある。企業が規定違反や低レベルの経営を行った場合は罰金も含め、何らかの罰則を課することが重要である。

加えて、専門家による24時間の監視体制も必要であり、十分な人員と時には外部のエキスパートに協力を要請することも必要となる。これらの業務はなるべくソフトウェアなどを使用することで自動監視の体制を確立することも予算や人的負担を最小限にするためには必要であるといえる。

最後に顧客保護と違法サイト排除の視点から行政の判断とパワーにより、それら違法サイトを閉鎖する強い権限を持つことでオンラインゲーミングが社会に受け入れられるための重要な役割を果たしている。

2.5 規制に対する責任ある行動

PP は複数の国で業務を展開しているので、各国の法規や規制を熟知し、それらに従う必要がある。例えば、マン島においてはイーコマースに対する規制やマネーロンダリングに関する規制、アイルランドにおける会社法に関わる小売業に対する規制、英国のギャンブル規制やクレジットカード、小売業に関する規制、オールドニー島におけるギャンブル規制など、それらに違反することなく業務を遂行する必要がある。

顧客保護や社会的に責任ある行動をベースに業務を行うには、1) 顧客の口座管理、2) 顧客に対するサービス、3) 顧客リスク、4) ギャンブル依存症、の4つの分野において様々な取り組みが必要となる。

A．顧客の口座

顧客の口座に関しては、先にも述べた KYC を基本に、オンラインギャンブルが合法でない国からのアクセスを正確に捉え、遮断したり、ログインできないようにする。PP はアクセスできない国のリストを持ち、IP アドレスを確認後、その口座を凍結するなどの措置を取り、同社のセキュリティ部門に報告する。

B．顧客に対するサービス

顧客が直面している問題を、ネットなどを介して PP に相談すると専門チームが速やかに返信をし、問題の解決にあたる。ギャンブル依存症も顧客が抱える問題点の一つであり、これらの問題に正面から向き合うことで社会的な信用を得ることもできる。加えて、ギャンブル依存症を増加させるようなビジネスでは長期的な成功は難しいと PP の経営陣もコメントしている。

オンライン上における仮想空間での顧客とどれだけスムーズ且つ、人間的な関係を構築できるかが重要であるといえる。

C．顧客リスク

顧客リスクとは顧客をリスクから守るというよりも、顧客が行う違法行為や詐欺、マネーロンダリングなどに対するリスク対処である。リスクとしては3つあり、支払い方法、セキュリティ、マネーロンダリングとなる。

支払い方法に関しては、顧客支払い管理部がこれらの支払い方法（送金、ネッテラーなどの仮想通貨）や送金や支払いが行われる国を確認するのである。オンラインギャンブルが規制されている国、例えば米国からの支払いをブロックすることでコンプライアンスを順守する。

ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

セキュリティ管理部門はKYCをベースに本人が登録している個人データが本物か否かを第三者機関のデータベースを利用しながら確認をする。

マネーロンダリング管理部門は、KYCを基に、単に本人確認をするという単純な業務に留まらず、“デューデリジェンス (Due Diligence)” として様々な起こりうる可能性を先んじて考慮した対応をし、特にギャンブルに参加するために顧客が使用する資金がクリーンであるか否か、また、必要に応じてその出处までを確認する場合がある。この傾向はランドベースカジノでも近年、ゲーミング資金の合法性に対する確認が行われるようになり、例えば、年収1,000万円なのに、ギャンブルに使用する額が5,000万円など財政的に疑問点がある場合、監視の対象、または口座を凍結される可能性もある。

2.6 販売拠点と成長率

PPの販売拠点における施設の概要と成長率、顧客単価を説明する。下記の表が2013年におけるアイルランドと英国における売上の内訳である。2014年と2015年の詳細は発表されていないので、あくまでもPPの大まかな売上の内訳の参考資料として記した。

表2 . 2013年 英国とアイルランドにおける売り上げ

販売拠点	賭け金の総額 (百万ユーロ)	%	売り上げ (百万ユーロ)	%	経常利益 (百万ユーロ)	%
英国	619	31.78	128	47.94	13.9	45.72
アイルランド	981	50.36	116	43.46	14	46.05
電話	348	17.86	23	8.6	2.5	8.22
合計	1,948		267		30.4	

賭け金総額の50.36%はアイルランドからであり、英国は31.78%、電話によるか賭けは17.86%となる。売上ベースで比較すると英国が47.94%、アイルランドが43.46%、電話が8.6%となる。詳細は不明だが、賭け金の総額からすればアイルランドの売り上げの方が英国より高いはずであるが、おそらくゲームや賭けの種類などにより売上が逆転していると思われる。経常利益ではアイルランドが46.05%、英国が45.72%、電話が8.22%となる。

販売拠点の施設に関しては、写真13と14となる。写真13はラスベガスのカジノなどでも設置されている物と同種のマルチプルマシンであり、一台でスロットやルーレット、ブラックジャックなど複数のゲームをプレーすることができる。

写真14はスポーツブックであるが、競馬（アイルランドや英国、その他の国の競馬場で行わ

れるレース)、ドッグレース、サッカー、ゴルフ、クリケット、ナンバーズなどをプレーすることができる。

写真13. マルチプルマシン



写真14. スポーツブック



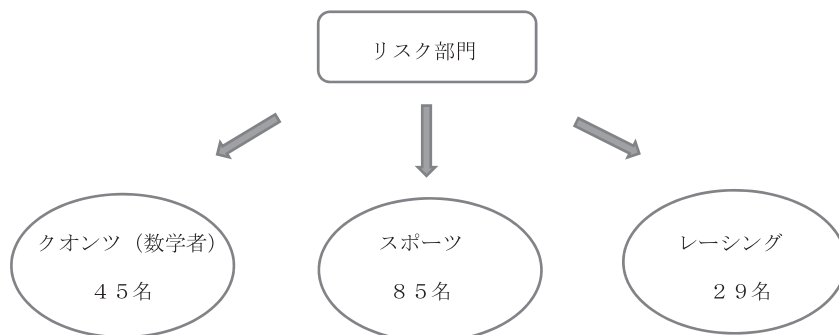
(PPのプレゼンテーション資料から引用)

2.7 リスク部門

リスク部門の役割は、法律や規制を順守するためや訴訟、マネーロンダリング、詐欺などに対する対策というよりも、スポーツブックにおける賭けに対する損失や儲かるべき機会を失うというリスクをマネジメントする。

スポーツブックはカジノのゲームが期待値と大数の法則により、長期的には収益を確保できるのとは違い、オッズのライン(設定)をコントロールすることにより、収益の最大化を目指すのである。リスク部門は図1に示したように大きく3つのエリアに分かれている。

図1. リスク部門の組織図

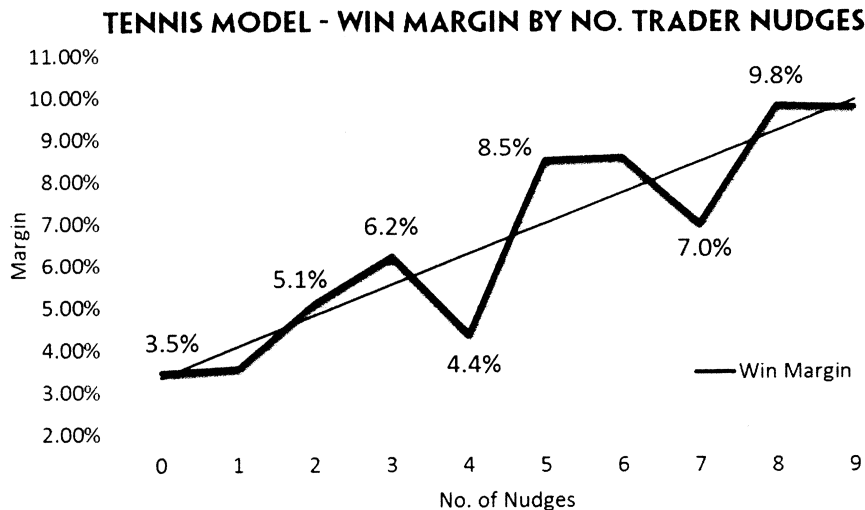


ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

リスクマネージャーは、スポーツ・リスクチームをマネジメントし、PP が関与するすべてのイベントとマーケットに対して管理・責任を持つ。この他、リスクと利益率の分析、最大の負け額の設定、最適な利益と最小のリスクをもたらすモデルをクオンツやトレーダーなどと構築するなど、様々な角度から不確定な売上を最大化することに努める。

リスク部門の下にリスクをマネジメントする専門チームとして80名のトレーダーと呼ばれるチームメンバーがスポーツの試合をライブで監視し、試合中にオッズ（価格）を変更するなどして収益の最適化を図る。トレーダーはこの他にも、最新のニュースからの情報をオッズに反映させたり、新しいプロダクト（賭け）なども作成したりする。ほとんどトレーダーは1つのメジャースポーツと1～2つのマイナーなスポーツを担当する。

表3．トレーダーによる価格の変更とマージン率の変化（PP プレゼンテーション資料）



上記の表3は、テニスにおけるPPが得るマージン率（控除）の変化を示している。縦軸にマージン率、横軸はオッズ（価格）を変化させた回数である。この表から最初の段階ではマージンは3.5%であったのが、2回目の価格改正で5.1%、3回目で6.2%、と上昇し、4回目では4.4%に下落するが、その後5回目では8.5%、7回目では7%に下落、8回目には9.8%となる。

この表からトレーダーによる価格の調整がいかに重要であるかがわかる。価格調整を行わなかった場合は3.5%であったはずが、9回の価格提示により、9.8%までマージン率を増加させることができたのである。

これらの価格調整は、先に述べたようにトレーダーが試合前のみならず、試合中においても

選手のコンディションや試合状況などの最新の情報を基に価格を動かすことで、更なる賭け金を集め、総合的にマージンが増加するように管理するのである。

以上、PPのビジネスモデルを説明したが、インターネットの初期の段階からオンラインゲーミングに参入し、テクノロジーと市場の進化に合わせ、複数の国でビジネスを拡大できた背景には、商品と価格、顧客のニーズと規制や法律、リスクマネジメントなど様々な要素をスपीディーに管理したことが現在の成功の基礎であるといえる。

第3章 まとめ

世界オンラインゲーミング市場は拡大し、その売上は増加傾向にあるが、オンラインゲーミングを合法とする国（ヨーロッパの一部）、禁止する国（米国、シンガポールなど）、明確にしていな国（主にアジアやアフリカ、南米など）など各国の法規制や立場に違いがある。

日本におけるオンラインゲーミングに対するイメージは決して良いものではないが、今回の調査で明らかになったことは、ヨーロッパにおける合法的なオンラインゲーミング業界は健全でクリーン、そして顧客保護を第一としている点であった。

それは米国やシンガポール、マカオやオーストラリアにおけるランドベース型カジノの業界と同じようにライセンス認可におけるプロセスの透明化、マネーロンダリング対策やKYC、詐欺やイカサマ、そしてギャンブル依存症などに取り組むことで健全な業界を目指しているのである。

加えて、ランドベース型カジノとは違うオンラインゲーミング独特な問題の対策も行っている。例えば、顧客がオンラインゲーミングを禁止している国（米国やシンガポール）などからアクセスしていることを検知し、それらを遮断しなければならない。また、マネーロンダリング、インターネットを介したハッキングなどをはじめ、対面することがない顧客に対するギャンブル依存症問題、登録していない第三者（子供などの未成年者）による不正アクセスなどへの対策も必要である。

このようなオンラインゲーミング独自の問題は存在するが、これらの問題に対して、明確、透明性、且つ厳格な規制と管理・監視、コントロールが可能であれば、将来的にはオンラインゲーミングによる財政的なメリットのために合法化する国が増加する可能性も十分考えられる。

ヨーロッパにおけるオンラインゲーミング

ゲーミングを既に合法化している、または合法化を検討している各国政府はオンラインゲーミングを合法化し、それらの税収を社会の発展のための財政として利用するか、厳格に禁止することでランドベース型カジノのみからの財政に頼るか、または2つのモデルを採用するハイブリットにするかを検討することになるであろう。

近年、世界のオンラインゲーミング業界では、無料で遊べるゲーミングサイトとリアルマネーを賭けるゲーミングサイトとのコラボレーションなども進んでいる。例えば、米国では顧客はお金を賭けないソーシャルカジノでゲームをプレーし、そのポイントがランドベース型カジノにおいて部屋代や食事代として使用できるようになり、ソーシャルカジノをクロスマーケティングツールとして利用することで新たな顧客層の取り込みを狙っている。

また、本論文で説明したオンラインゲーミングの大手であるパディーパワーは、米国でオンラインゲーミングの合法化がさらに進むとの予測から米国企業と提携するなどして既に米国進出を行っている。

将来のオンラインゲーミング業界は、進化するテクノロジーや小型化する端末、多様化する支払い方法や仮想通貨、そしてランドベースカジノとのコラボレーションなどをオンラインゲーミング業界が発展するインフラは更に成熟するであろう。

日本は過去十数年に渡りカジノ合法化を目指しているが、ランドベース型カジノのみにフォーカスしてはいけいない。将来の世界ゲーミング市場は現実空間と仮想空間における2つのビジネスモデルが独自の体系の中で進化しつつあることを理解するべきである。

〔注〕

- 1) 新規顧客獲得のために、オンラインギャンブルで利用できるボーナスを提供する。顧客は新規顧客を装い複数回に渡り、これらのボーナスを受け取ることがある。

〔参考文献〕

- R Paul Davis, LL.D (2013) "You can't" Counting House (IOM) Ltd.
- Paddy Power " プレゼンテーション資料 " (2014) Paddy Power
- Kathryn R.L. Rand and Seven Andrew Light (2015) "The Diffusion of Online Gaming Among States, Congress, and Tribes: Innovators and Early Adopters" Gaming Law Review and Economics
- Sue Schneider (2015) "Affiliate Marketing in the I-Gaming World" Gaming Law Review and Economics

