

Adjust 調査 : モバイルゲーマーの 40%以上が ゲームに勝つ目的でボットを購入

Adjust の調査によると、ゲーマーはボットに平均 65 ドルを費やしていることが判明
Z世代においては 12%が月 200 ドル以上をボットに出費



グローバルに展開する B2B SaaS 企業である [adjust \(アジャスト\) 株式会社](#) (本社 : 独・ベルリン、代表取締役社長 兼 共同創業者 : クリスチャン・ヘンシェル) は、アメリカのゲーマーを対象に行ったモバイルゲーム用ボットに関する調査結果を発表しました。新型コロナウイルスの大流行が始まって以来、モバイルゲームが爆発的な成長を見せています。Adjust のデータによると、2020 年 3 月時点でのモバイルゲームのインストール数は、昨年同時期の 2 倍以上に上がることが判明しました。世界でモバイルゲームに費やす時間がデジタルゲームの [81%を占めていること](#) から、今年にはモバイルゲームにとって重要な年となると推測されます。また、2021 年までには、4 人に 1 人以上がモバイルゲームをプレイするようになり、モバイルゲームに [1,800 億ドル](#)以上を消費すると予測されています。しかしこの成長に比例するように、[アプリ内ボットの不正](#)も増加しています。

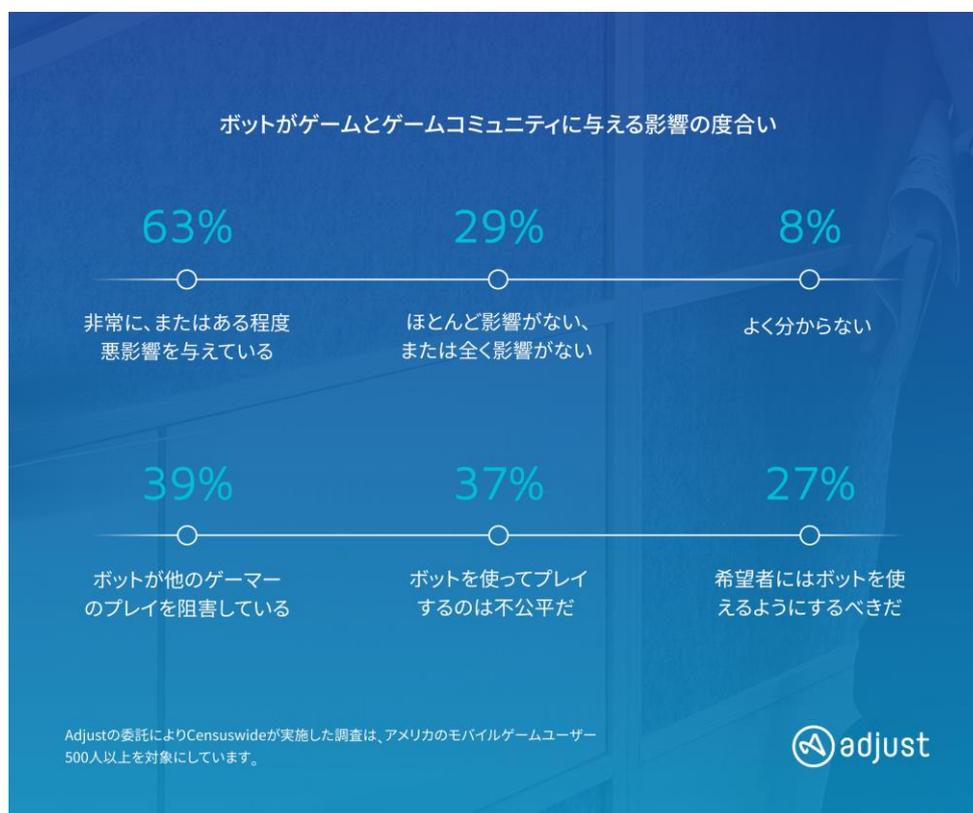
不正業者は、ボット（アプリやウェブサイトで繰り返しのタスクを実行する機械）を使ってゲームプレイを自動化し、実際のユーザーに不利な状況を作り出します。「bot for mobile games（モバイルゲーム用ボット）」というキーワードで Google 検索をすると、7,950 万件以上の結果が表示されます。Adjust が本日発表した調査結果によると、モバイルゲーマーの 41%がゲームに勝つためにボットを購入しており、その出費額は月平均 65 ドルであることが判明しました。この調査では、アメリカのゲーマーの属性と、ボットがゲームコミュニティおよびエコノミーに与える影響についても明らかにしています。以下は調査結果の一部です。

- 回答者の 31%が、常にボットとゲーム対戦していると回答。
- 回答者の 63%が、ボットはゲームとそのコミュニティやエコノミーに悪影響を与えていると回答。その約 4 分の 3 (74%) は Y 世代(1981~1996 年生まれ) のゲーマーであり、その内 61%は毎日ゲームをしている。
- Z 世代（1997~2012 年生まれ）の回答者の 12%がボットに月 201 ドル以上を費やしており、全世代の中で最高額だった。
- e-Marketer によると、アメリカのモバイルゲーマーの大半が女性ということだが、Adjust の調査に回答したボット使用者の約 4 分の 3 (72%) は男性、28%が女性だった。世代別では、調査対象のゲームボットユーザーの半数は Y 世代または X 世代（1965~1980 年生まれ）だった。



さらに次のような結果も得られました。

- 回答者の 39%が、ボットが他のゲーマーの体験を台無しにしていると考えている。
- 回答者の 37%が、ユーザーがボットを使用するのは不公平だと考えている。
- 回答者の 27%が、使いたい人はボットを使用しても良いと考えており、28%が他の人が使用しているとわかれば、自分もボットを使ってみようと考えている。



プレミアゲーム、メディア、テクノロジー企業の N3TWORK は、世界の数百万の人々がどのようにボットを使ってゲームに勝ち、収益を得ているかについて、早期の段階で発見しました。ボットによるチート行為の規模や複雑さは常に進化するため、N3TWORK は優秀なゲームデザインによってチート行為を阻止し、また、ゲーム内のボットを検知して排除するため Unbotify のサポートが必要となりました。

Unbotify は、スマートフォンからのセンサーデータを直接利用して実際のユーザーの行動に基づいて機械学習モデルを構築する、カスタマイズされたソリューションです。実際のユーザーがプレイする時にアプリがどのように使用されるかを学習することで、人間とボットを区別し、不正業者によってゲームが乗っ取られたかどうかを確認できます。

Unbotify CEO 兼 共同創業者 ヤロン・オリカー (Yaron Olikar)

ボットはソーシャルエクスペリエンスに悪影響を与えるだけでなく、ゲームの楽しさである競争の公平性を害してしまいます。まず最も価値の高いユーザーが離れていき、それにより収益が低下し評判を損なうことにもつながります。また、ボットにお金をかける人はアプリ内課金をしない傾向があるため、結果としてアプリの収益が失われます。

N3TWORK COO（最高執行責任者） ダン・バーンズ (Dan Barnes)

ゲーム内での競争が公平に行われ、ユーザーにゲームを楽しんでいただくためには、時には現金の支払いも発生するリーダーボードの一貫性を守ることがとても重要です。ゲームプレイからボットを守るための課題は尽きませんが、Unbotify は私たちのプレイヤーが同じルールのもとにゲームを行うようにしてくれる貴重なパートナーです。他のタイプのフラウドと同様に、ボットによる不正を完全に排除するには相当な努力と厳密なサイバーセキュリティが求められます。Unbotify はそのエキスパートと言えます。

#

調査について

この調査は、Adjust の依頼で Censuswide によって実施されました。2020 年 2 月 21 日～24 日の期間に、アメリカのゲーマー 500 人以上を対象に行われました。

adjust 株式会社 会社概要

[Adjust](https://www.adjust.com/ja) は、グローバルに展開する B2B SaaS 企業です。モバイルエコミーの中心で創設され、テクノロジーへの情熱により大きな成長を遂げた Adjust は、全世界で 16 のオフィスを構えています。

Adjust のプラットフォームは、モバイル計測、不正防止、サイバーセキュリティ、そしてマーケティングオートメーションソリューションを提供しています。

マーケティング活動をよりシンプル、スマート、安全にすることで、データ主導のマーケターが世界で最も成功したアプリを構築できるよう支援します。Adjust は、Facebook、Twitter、Google、LINE、Snap、Tencent の正式マーケティングパートナーになっており、国内外の主要広告ネットワークパートナーとも連携済みです。楽天、リクルート、LINE、グリー、ディー・エヌ・エー、メルカリなど国内 500 社以上のトップパブリッシャーを始め、Procter & Gamble、Tencent Games といったグローバルブランドを含む 32,000 以上のアプリが、Adjust のソリューションを実装してそのパフォーマンス向上を図っています。

2019 年 6 月には、ヨーロッパで過去最大となる資金調達ラウンドの 1 つを獲得し、2 億 2,700 万ドルを調達しました。

Adjust は、日本においてアプリ計測プラットフォームとして最大のシェアを占めており、カントリーマネージャーの佐々直紀を筆頭に、30 名以上の営業・カスタマー サポート・マーケティング担当者が日本市場で徹底したサポートを提供しています。

公式ホームページ:<https://www.adjust.com/ja>

公式 Facebook:<https://www.facebook.com/adjustJapan/>