

# ゲームに関する調査（2025年）スマホゲーム編

2025年7月29日

株式会社クロス・マーケティング



# 目次

調査設計	3p
結果サマリー	4p
回答者プロフィール	5p
<b>調査結果（1） スマホゲームプレイ者の属性</b>	<b>8p</b>
「スマホゲーム」のプレイ頻度	9p
平日・休日のゲームプレイ時間	10p
直近1年間におけるスマホゲームのプレイ時間変化	11p
直近1年間におけるスマホゲームに費やす支出の変化	12p
ゲームに関する情報収集メディア	13p
ゲームに関する情報共有・発信メディア	14p
<b>調査結果（2） スマホゲームのプレイ実態・プレイ意識</b>	<b>15p</b>
スマホゲームをプレイするオケージョン	16p
スマホゲームをプレイする相手	17p
直近1年以内にプレイしているスマホゲームのタイトル	18p
直近1年以内にプレイしているスマホゲームのタイトル（性年代別・男性）	19p
直近1年以内にプレイしているスマホゲームのタイトル（性年代別・女性）	20p
直近1年以内にプレイしているスマホゲームのジャンル	21p
スマホゲームへの直近1ヶ月の支出額	22p
スマホゲームへの直近1ヶ月支出の使い道【直近1ヶ月支出ありベース】	23p
スマホゲームをプレイする理由	24p
スマホゲームを選ぶ際の重視点	25p
【コレスポンデンス分析】直近1年プレイゲームジャンル	26p
タイトル別の情報源【直近1年間にプレイしているお気に入りのゲーム（最大2つまで）の積み上げ集計】	27p
プレイのきっかけになった情報源【直近1年間にプレイしているお気に入りのゲーム（最大2つまで）の積み上げ集計】	28p
プレイしたいと思った理由【直近1年間にプレイしているお気に入りのゲーム（最大2つまで）の積み上げ集計】	29p
<b>GEMについて</b>	<b>30p</b>
<b>クロス・マーケティングについて</b>	<b>37p</b>



## 調査設計・結果サマリー

# 調査設計

調査目的	本調査では、ゲームの2分野（コンシューマーゲーム、スマホゲーム）について、プレイ状況や支出などの実態を明らかにし、ゲーム市場の全体を把握することを目的としている。本編ではスマホゲームについて言及する。																																
調査エリア	全国47都道府県																																
調査対象者	<ul style="list-style-type: none"><li>・全国15～69歳男女</li><li>・スマホゲーム月1回以上プレイ者</li></ul> <p>(ただし、エンタメ・ゲーム業界、マスコミ/広告、市場調査関連従事者を除く)</p>																																
サンプル数・割付	<p>本調査対象者：1,145サンプル (スマホゲーム月1回以上プレイ者) ※2024年：1,264サンプル 2023年：1,091サンプル 2022年：2,103サンプル 2021年：1,051サンプル</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><thead><tr><th style="text-align: right;">割付</th><th style="text-align: center;">10代</th><th style="text-align: center;">20代</th><th style="text-align: center;">30代</th><th style="text-align: center;">40代</th><th style="text-align: center;">50代</th><th style="text-align: center;">60代</th><th style="text-align: right;">合計</th></tr></thead><tbody><tr><td style="text-align: right;">男性</td><td style="text-align: center;">50</td><td style="text-align: center;">95</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: right;">545</td></tr><tr><td style="text-align: right;">女性</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: center;">100</td><td style="text-align: right;">600</td></tr><tr><td style="text-align: right;">計</td><td style="text-align: center;">150</td><td style="text-align: center;">195</td><td style="text-align: center;">200</td><td style="text-align: center;">200</td><td style="text-align: center;">200</td><td style="text-align: center;">200</td><td style="text-align: right;">1145</td></tr></tbody></table>	割付	10代	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	95	100	100	100	100	545	女性	100	100	100	100	100	100	600	計	150	195	200	200	200	200	1145
割付	10代	20代	30代	40代	50代	60代	合計																										
男性	50	95	100	100	100	100	545																										
女性	100	100	100	100	100	100	600																										
計	150	195	200	200	200	200	1145																										
調査期間	2025年：6月27日（金）～7月3日（木） 2024年：6月28日（金）～7月2日（火） 2023年：7月7日（金）～10日（月）  2022年：7月1日（金）～3日（日） 2021年：8月6日（金）～9日（月）																																
調査手法	クロス・マーケティングモニターへのインターネット定量調査																																
調査機関	株式会社クロス・マーケティング																																

# スマホゲーム編：結果サマリー

## スマホゲームのプレイ実態

- 月に1回以上スマホゲームを行う人について、プレイ頻度は「毎日」が66.8%を占める。過去4年間変わらず、過半数のプレイヤーが毎日プレイをしている。特に女性20、50、60代で「毎日」が7割以上と高い。（女性20代71.0%、女性50代71.0%、女性60代72.0%）

(9p参照)

- スマホゲームをプレイするオケージョンは、「自宅でくつろいでいるとき」(60.0%)、「やることがないとき」(44.0%)、「空いた時間があればいつでも」(21.4%)が全体で高い。

男性10、50代、女性10～20代では「やることがないとき」が5割以上で他性年代に比べて高い。

男女10代で「通勤・通学時間」(男性10代20.0%、女性10代26.0%)が他性年代よりも高く、“スキマ時間”でスマホゲームをプレイする傾向が強い。

(16p参照)

- 遊び方として、全体では「1人で遊ぶ」が92.9%と最も高い。

性年代別でみると、男性20～40代で、「オンラインの友達・チーム・コミュニティと交流しながら遊ぶ」が高く、オンラインでのゲームが普及しつつある様子。

(17p参照)

- 現在プレイしているゲームジャンルは、「パズルゲーム」(24.5%)が最も高い。次点で「位置情報ゲーム」(12.1%)、「コマンドRPG」(10.6%)が続く。

男性20、30代では「スポーツゲーム」「コマンドRPG」など他性年代よりも5pt以上高いジャンルが多く、幅広くスマホゲームを遊んでいる様子。

女性はすべての年代でパズルゲームが最も遊ばれており、さらに女性30代を除いて、すべての年代で男性よりもプレイしている人が多い。

(21p参照)

- スマホゲーム関連に直近1ヶ月でお金を使った人は23.5%で、平均課金額は7,932円と前年よりも上昇した。

消費対象としては、「ゲーム内のアイテム課金、ガチャ」(67.7%)が最も高い。次いで「ゲームアプリの購入(買い切り)」(26.8%)と続き、使い道は昨年から変化なし。

(22-23p参照)

## スマホゲームのプレイ意識

- スマホゲームのプレイ理由として、全体では「ひまつぶし・時間つぶしになるから」(37.7%)で最も高く、「手軽にプレイできるから」(30.0%)が続く。いずれの性年代も上記の「非積極」の理由が最も高い。一方で、男性20、30代、女性30代では、「好きなゲームタイトルやシリーズがあるから」(男性20代17.9%、男性30代17.0%、女性30代16.0%)など「楽しみ」の要素も次点で高い。

(24p参照)

- 遊ぶゲームを選ぶ際の重視点では、全体では「お金がかからない・価格が安い」(32.5%)が2番目以降より10pt以上差をつけて最も高く、手軽さが重視されていることが分かる。

性年代別でみると、女性30代以下で「キャラクターの可愛さ・カッコよさ」が他年代より高く、特に女性30代では26.0%とすべての項目で1番目に高い。また、男性30代では「好きなジャンルのゲームである」「キャラクターの可愛さ・カッコよさ」「高画質なグラフィックであること」「人と対戦できる・競える」の「内容」に関する項目が高い。

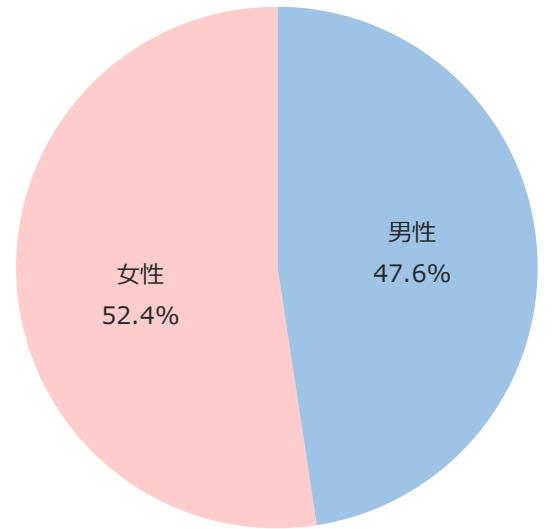
(25p参照)



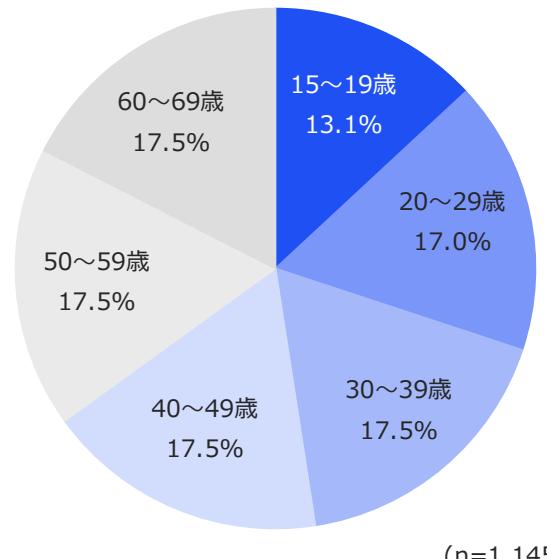
## 回答者プロフィール

# 回答者プロフィール

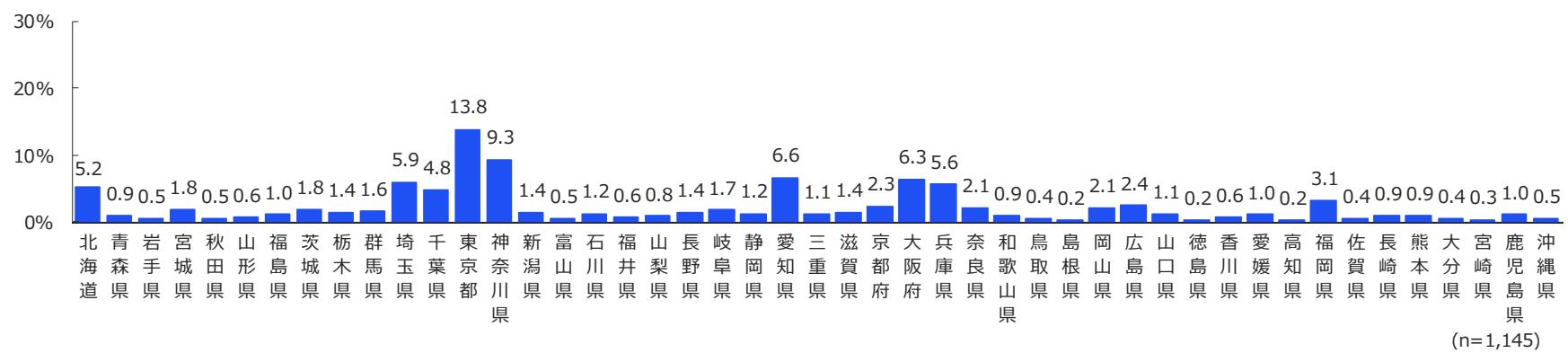
## 性別



## 年齢

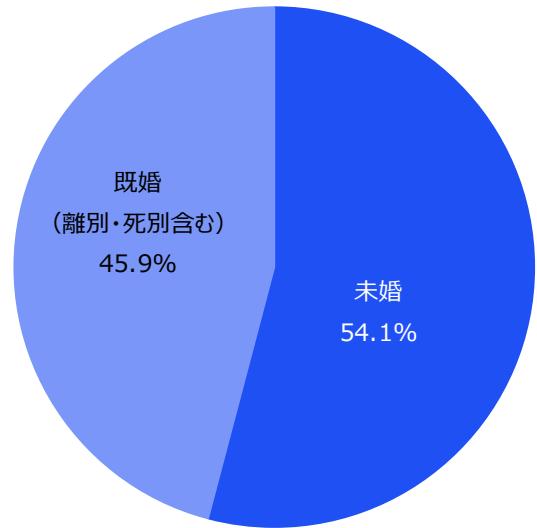


## 居住地

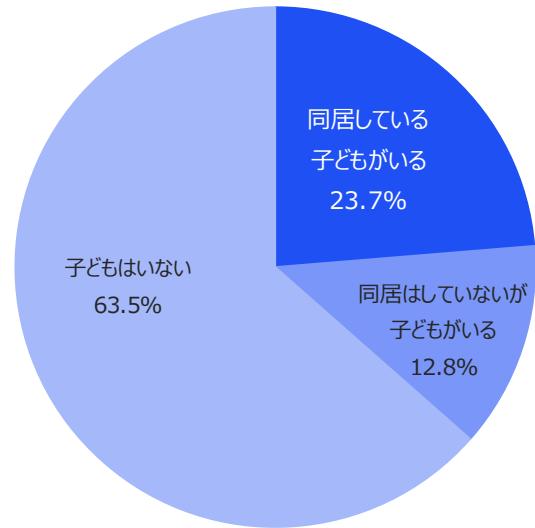


# 回答者プロフィール

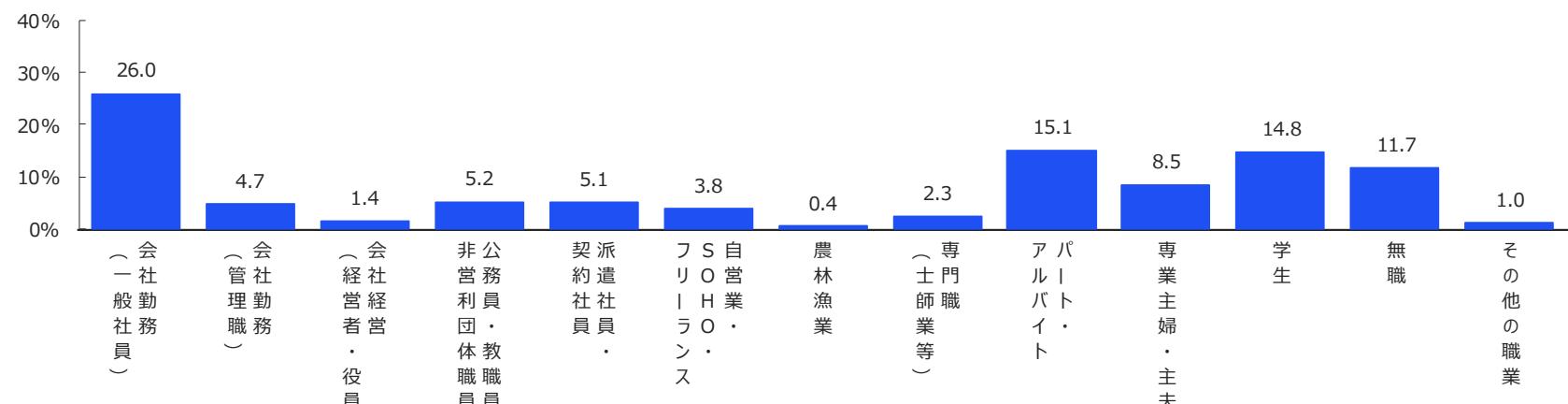
## 婚姻状況



## 子供の有無



## 職業

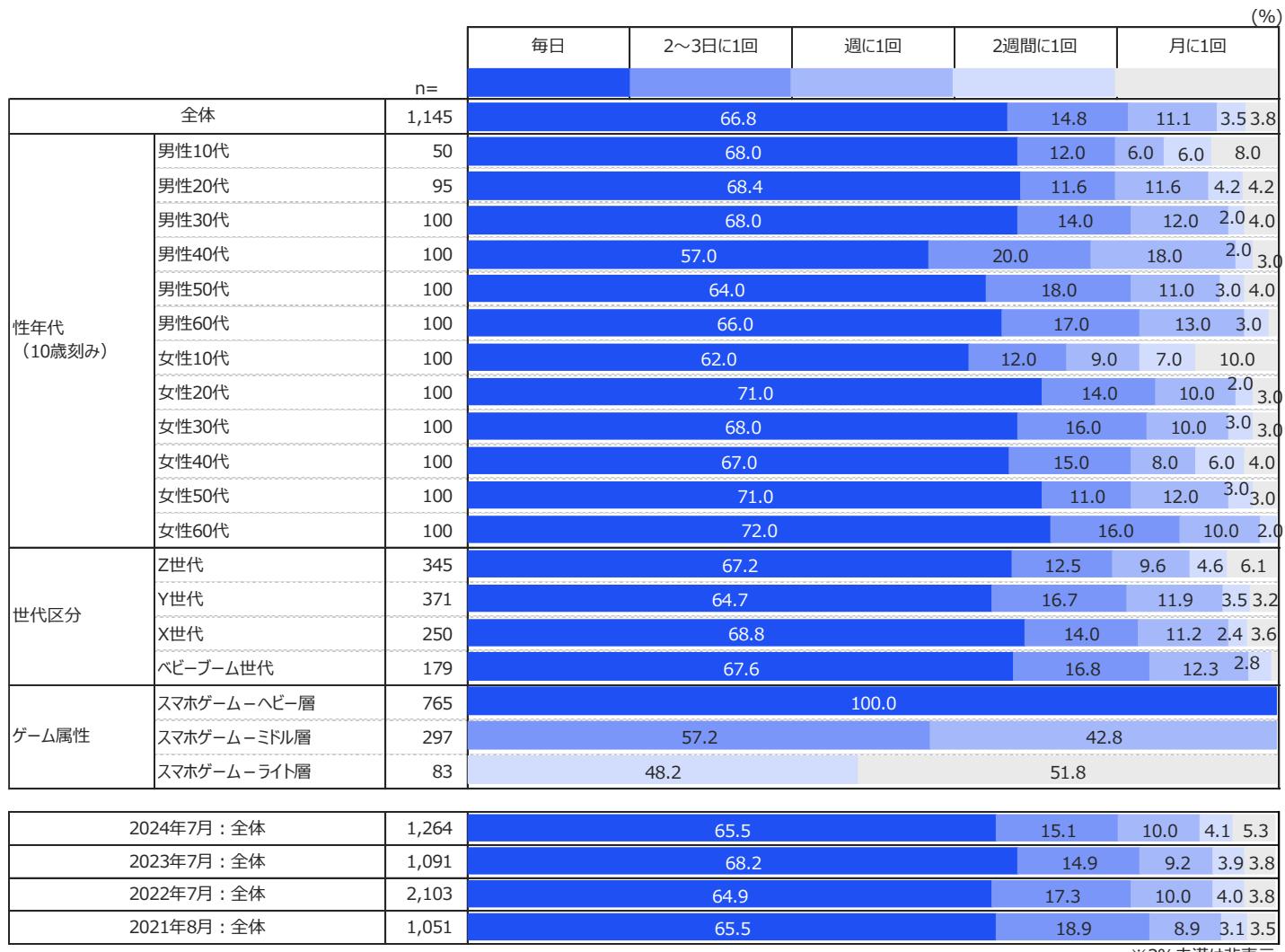


(n=1,145)



## 調査結果（1） スマホゲームプレイ者の属性

# 「スマホゲーム」のプレイ頻度



※2%未満は非表示

SC9\_2 あなたは以下のジャンルのゲームをどれくらいの頻度でプレイしますか。それぞれあてはまるものをお選びください。／スマホゲーム (SA)

## 以降のレポートにおける定義：

- ・スマホゲーム-ヘビー層  
→毎日プレイ

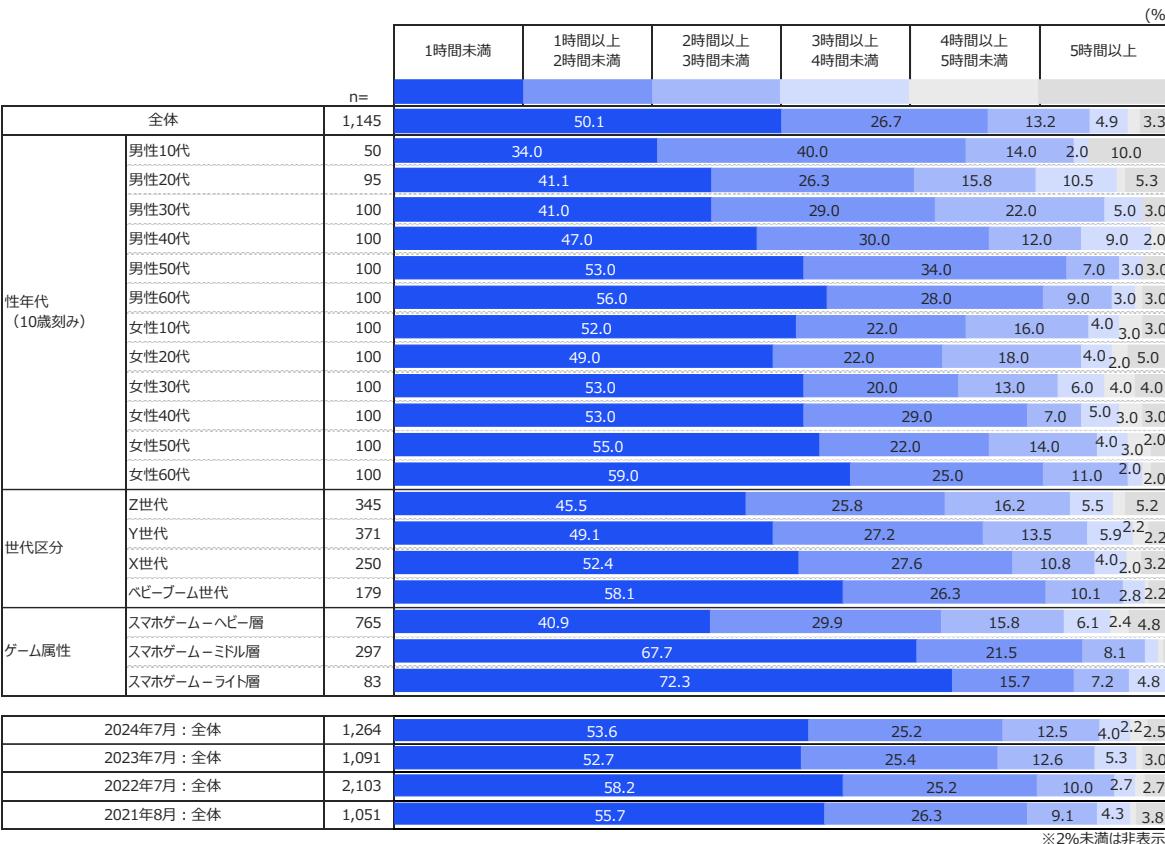
- ・スマホゲーム-ミドル層  
→週に1～3回プレイ

- ・スマホゲーム-ライト層  
→週に1回未満プレイ

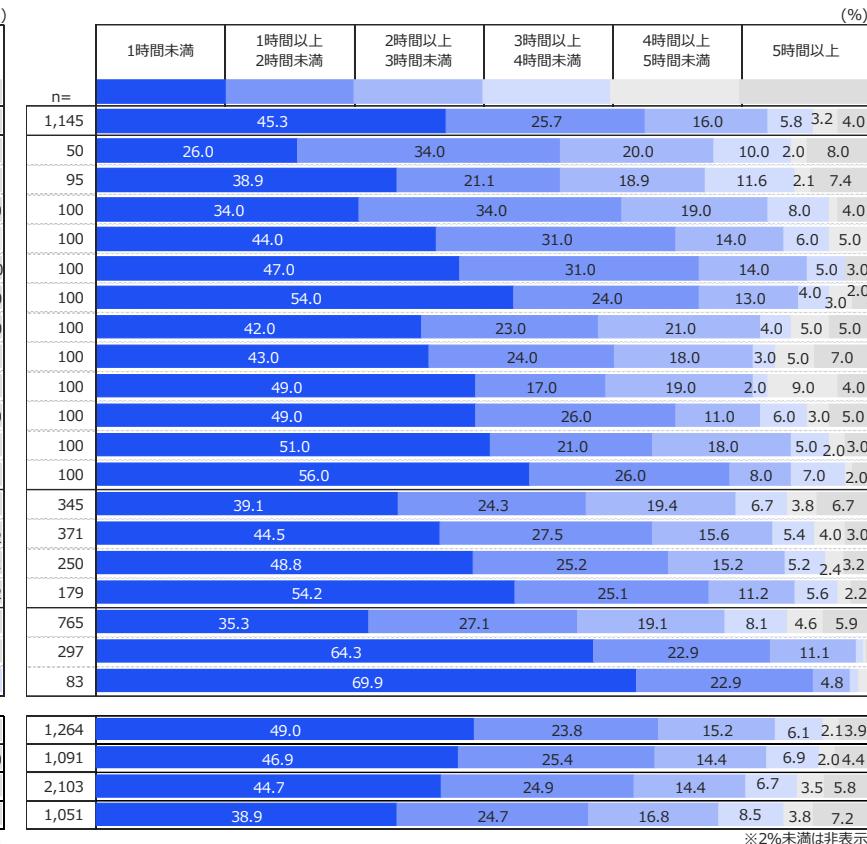
# 平日・休日のゲームプレイ時間

## 平日のゲームプレイ時間

## 休日のゲームプレイ時間



※2%未満は非表示



※2%未満は非表示

SC11\_2 現在あなたは、「平日」にどのくらいの時間ゲームをしますか。／スマホゲーム（SA）

SC12\_2 現在あなたは、「休日」にどのくらいの時間ゲームをしますか。／スマホゲーム（SA）

# 直近1年間におけるスマホゲームのプレイ時間変化

n=30以上で		この1年で長くなった・計 (%)					この1年で短くなった・計 (%)				
	n=	この1年で長くなった	この1年でやや長くなった	この1年では変わらない	この1年でやや短くなった	この1年で短くなった	この1年で長かった・計	この1年で短かった・計			
全体	1,145	10.5	12.8		60.2	7.9	8.6				
性年代 (10歳刻み)	男性10代	50	20.0	14.0	44.0	10.0	12.0	23.3	16.5		
	男性20代	95	8.4	15.8	60.0	6.3	9.5	34.0	22.0		
	男性30代	100	11.0	13.0	61.0	9.0	6.0	24.2	15.8		
	男性40代	100	6.0	6.0	74.0	7.0	7.0	24.0	15.0		
	男性50代	100	6.0	14.0	67.0	8.0	5.0	12.0	14.0		
	男性60代	100	6.0	11.0	70.0	9.0	4.0	20.0	13.0		
	女性10代	100	17.0	17.0	42.0	12.0	12.0	17.0	13.0		
	女性20代	100	21.0	15.0	51.0	4.0	9.0	34.0	24.0		
	女性30代	100	9.0	11.0	65.0	8.0	7.0	36.0	13.0		
	女性40代	100	12.0	9.0	62.0	5.0	12.0	20.0	15.0		
世代区分	女性50代	100	5.0	15.0	59.0	12.0	9.0	21.0	17.0		
	女性60代	100	9.0	14.0	59.0	6.0	12.0	20.0	21.0		
	Z世代	345	16.2	15.7	49.9	7.8	10.4	31.9	18.3		
	Y世代	371	9.7	9.7	65.0	7.3	8.4	19.4	15.6		
ゲーム属性	X世代	250	6.0	14.0	64.8	8.8	6.4	20.0	15.2		
	ベビーブーム世代	179	7.3	12.3	63.7	8.4	8.4	19.6	16.8		
	スマホゲーム－ヘビー層	765	13.1	14.0	63.7	5.1	4.2	27.1	9.3		
	スマホゲーム－ミドル層	297	5.4	9.8	55.2	15.8	13.8	15.2	29.6		
	スマホゲーム－ライト層	83	4.8	13.3	45.8	6.0	30.1	18.1	36.1		
2024年7月：全体		1,264	15.7	13.4	51.3	9.4	10.0	29.2	19.5		
2023年7月：全体		1,091	13.6	13.7	57.6	6.9	8.3	27.2	15.2		
2022年7月：全体		2,103	18.1	15.7	53.4	7.3	5.6	33.8	12.8		

SC13\_2 この1年間で、あなたのゲームプレイ時間は長くなりましたか。それぞれあてはまるものをお選びください。／スマホゲーム (SA)

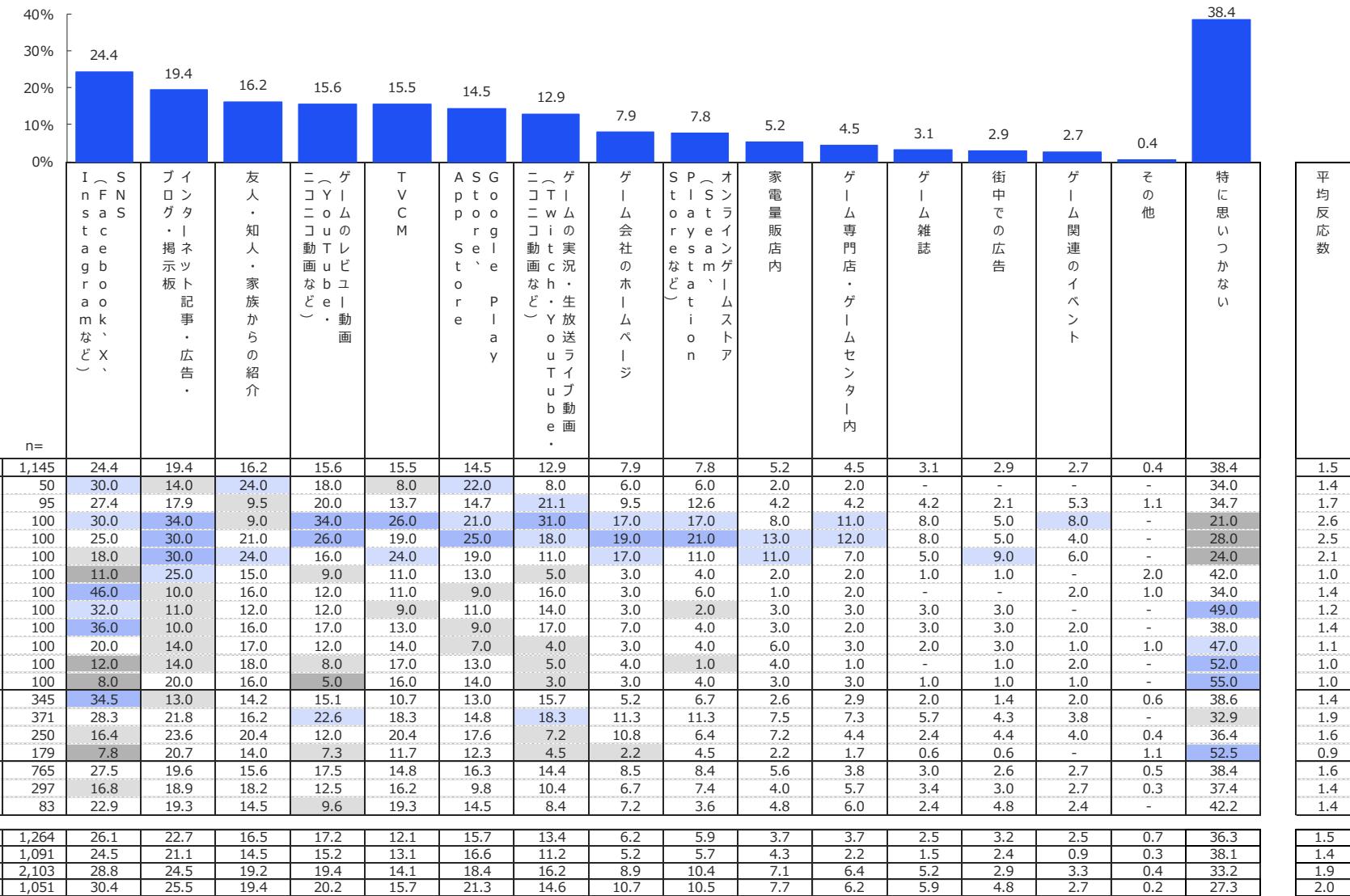
# 直近1年間におけるスマホゲームに費やす支出の変化

n=30以上で		この1年で増えた・計		この1年で減った・計		(%)			
	n=	この1年で 支出が増えた	この1年で支出が やや増えた	この1年で 支出が変わらない	この1年で支出が やや少なくなった	この1年で支出が 少なくなった	この1年で増えた・ 計	この1年で減った・ 計	
全体	1,145	3.9	6.6	77.3		3.6	8.6		
性年代 (10歳刻み)	男性10代	50	4.0	8.0	60.0	12.0	16.0	10.5	12.2
	男性20代	95	4.2	9.5	70.5	8.4	7.4	12.0	28.0
	男性30代	100	5.0	9.0	74.0	4.0	8.0	13.7	15.8
	男性40代	100	7.0		76.0	5.0	11.0	14.0	12.0
	男性50代	100	5.0	5.0	82.0	3.0	5.0	8.0	16.0
	男性60代	100	3.0	7.0	85.0		5.0	10.0	5.0
	女性10代	100	4.0	9.0	71.0	2.0	14.0	13.0	16.0
	女性20代	100	8.0	8.0	71.0	3.0	10.0	16.0	13.0
	女性30代	100	3.0	4.0	83.0	2.0	8.0	7.0	10.0
	女性40代	100	4.0	2.0	82.0	4.0	8.0	6.0	12.0
世代区分	女性50代	100	4.0	6.0	79.0	3.0	8.0	10.0	11.0
	女性60代	100	2.0	5.0	85.0		7.0	7.0	8.0
	Z世代	345	5.2	8.7	69.3	5.5	11.3	13.9	16.8
	Y世代	371	3.5	5.7	77.9	3.8	9.2	9.2	12.9
ゲーム属性	X世代	250	4.4	6.4	80.4	2.8	6.0	10.8	8.8
	ベビーブーム世代	179	4.5		87.2		6.1	6.1	6.7
	スマホゲーム－ヘビー層	765	4.7	6.5	79.9	2.5	6.4	11.2	8.9
ゲーム属性	スマホゲーム－ミドル層	297	6.1		74.7	5.1	12.5	7.7	17.5
	スマホゲーム－ライト層	83	4.8	8.4	62.7	8.4	15.7	13.3	24.1
2024年7月：全体	1,264	3.9	4.9	75.4	3.5	12.3	8.8	15.8	
2023年7月：全体	1,091	3.1	4.9	78.6	3.5	9.9	8.0	13.4	
2022年7月：全体	2,103	5.9	7.1	74.4	4.1	8.5	13.0	12.6	

※2%未満は非表示

SC14\_2 この1年間で、あなたがゲームに使った金額（ソフト・アプリ購入、課金、サブスクリプションを含む）は増えましたか。／スマホゲーム（SA）

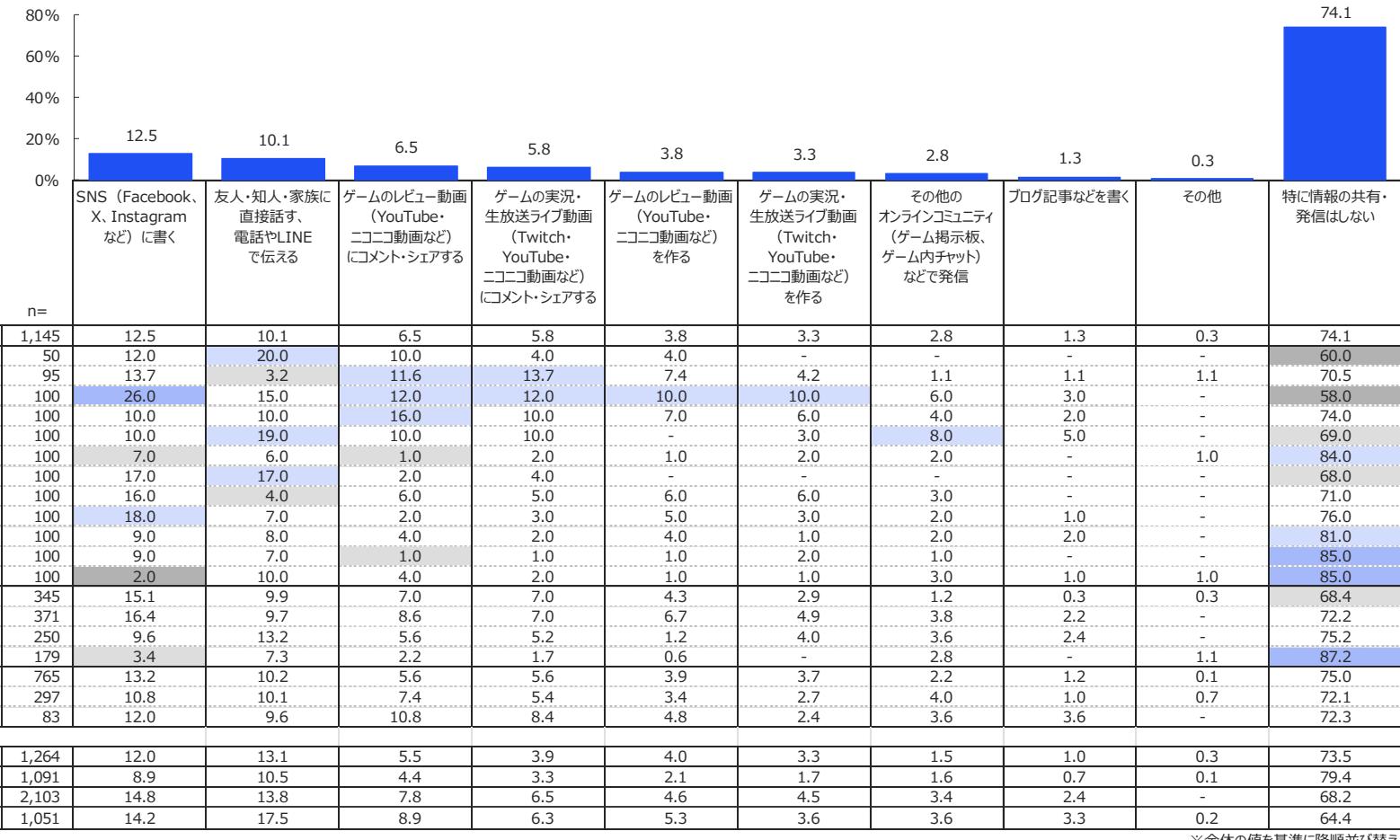
# ゲームに関する情報収集メディア



※全体の値を基準に降順並び替え

SC15 あなたがゲームに関する情報を得るときに使う媒体をお知らせください。あてはまるものをすべてお選びください。(MA)

# ゲームに関する情報共有・発信メディア

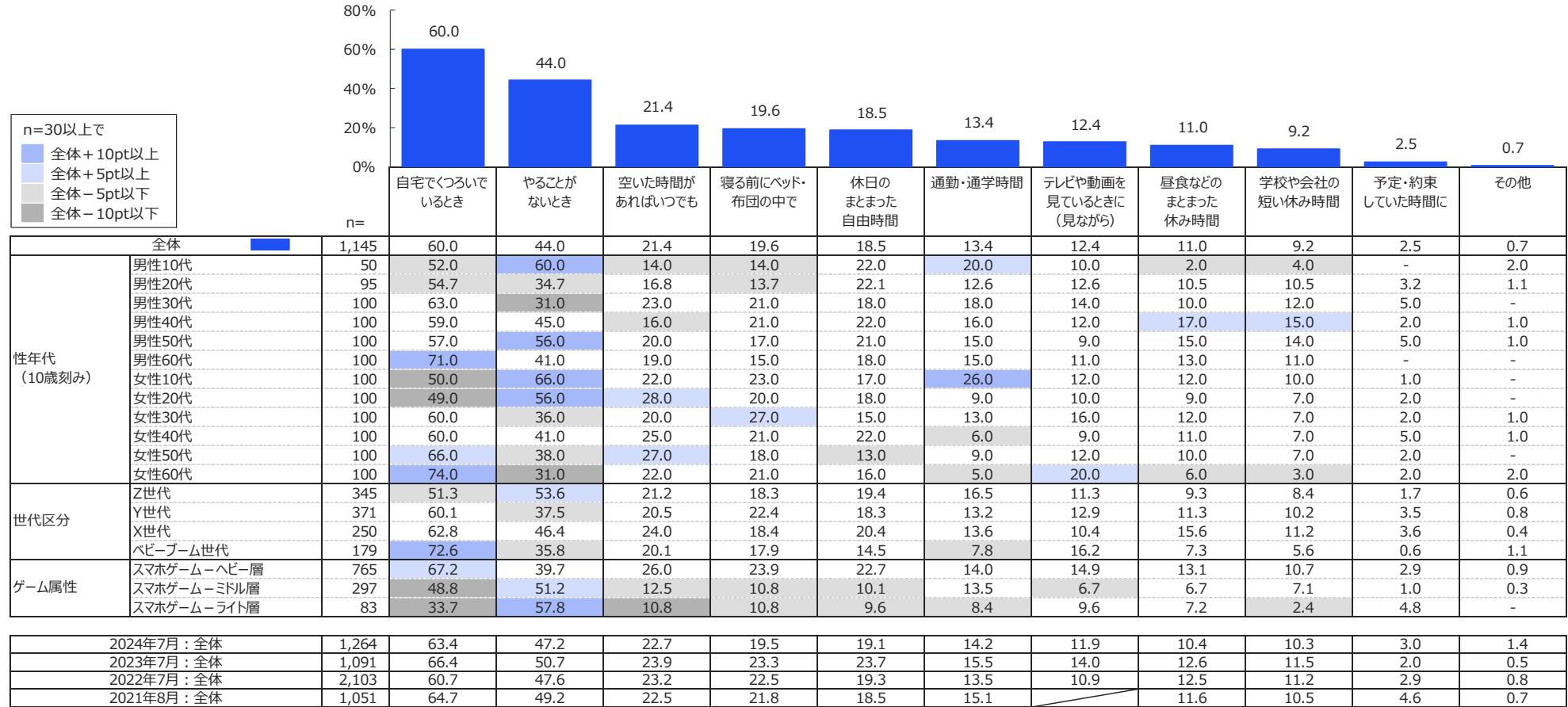


SC17 あなたは、ゲームの話題についてどこで共有（シェア）・発信しますか。あてはまるものをすべてお選びください。（MA）



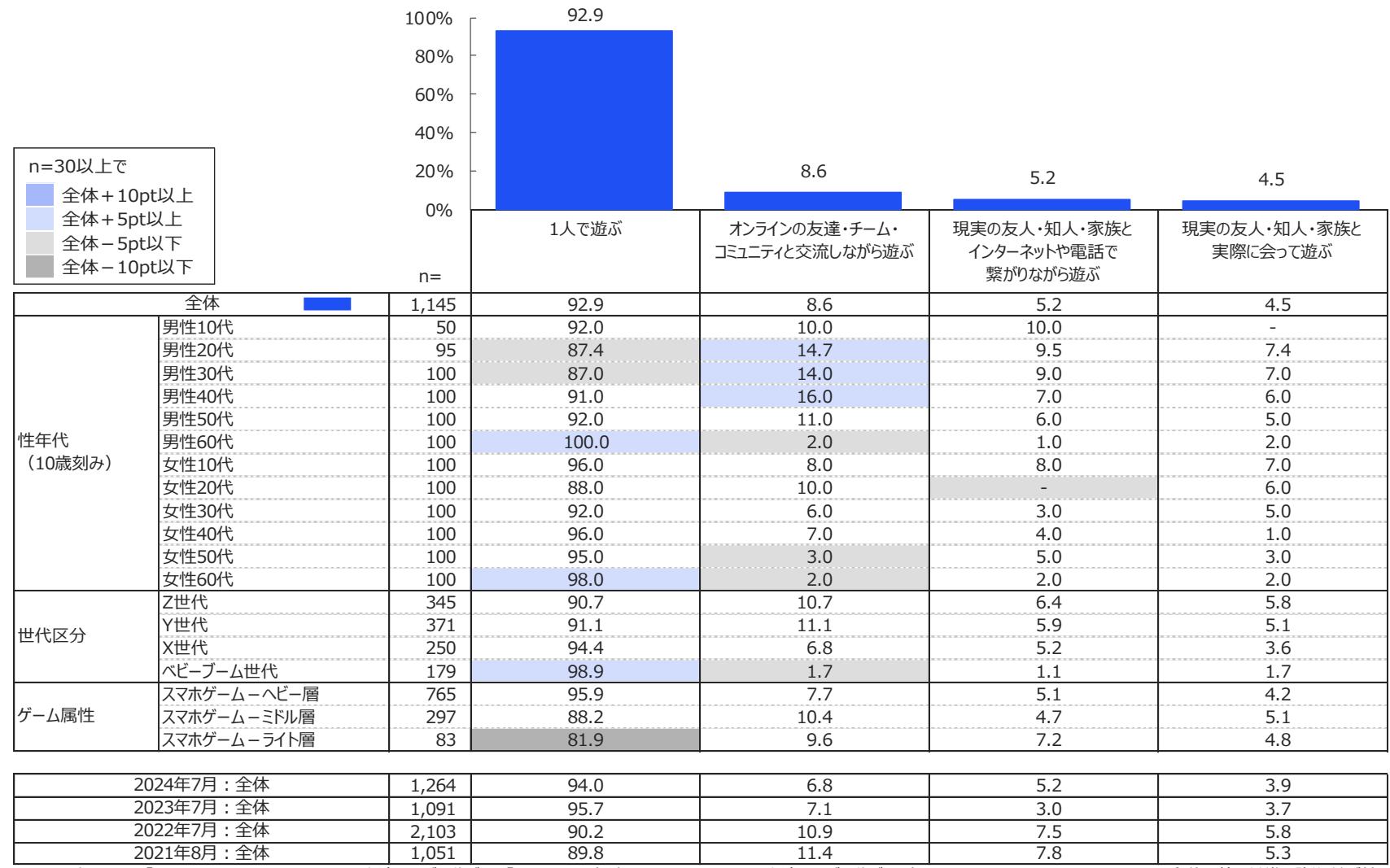
## 調査結果（2） スマホゲームのプレイ実態・プレイ意識

# スマホゲームをプレイするオケージョン



BQ1 あなたはスマホゲームをどのような時にプレイしますか。あてはまるものをすべてお選びください。（MA）

# スマホゲームをプレイする相手



※2023年7月から「オンラインのチーム・コミュニティと交流しながら遊ぶ」→「オンラインの友達・チーム・コミュニティと交流しながら遊ぶ」に変更

※全体の値を基準に降順並び替え

BQ2 あなたはスマホゲームを誰と遊びますか。あてはまるものをすべてお選びください。（MA）

# 直近1年以内にプレイしているスマホゲームのタイトル

該当数	(%)
1 LINE : ディズニー ツムツム	10.7
2 Pokemon GO	7.9
3 パズル&ドラゴンズ	4.8
3 プロ野球スピリッツA	4.8
5 ウマ娘 プリティーダービー	4.6
6 ドラゴンエストウォーカ	4.5
6 モンスターストライク	4.5
8 Pokemon TCG Pocket (ポケボケ)	4.1
9 LINE ポコポコ	3.9
10 プロジェクトセカイ カラフルステージ！ Feat. 初音ミク	3.8
11 ディズニーツイステッドワ�ダーランド	2.9
11 原神	2.9
13 どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート	2.7
14 キャンディークラッシュ	2.5
15 Fate/Grand Order	2.4
16 あんさんぶるスターズ！！Music	2.1
16 パズル&ドラゴンズ ゼロ	2.1
16 ロイヤルマッチ	2.1
19 にゃんこ大戦争	2.0
19 荒野行動	2.0
21 トーンブラスト	1.8
21 実況パワフルプロ野球	1.8
23 呪術廻戦 ファントムパレード	1.7
24 Minecraft	1.6
24 モンスターハンターNow	1.6
26 ドラゴンボール レジェンズ	1.5
26 ブルーアーカイブ	1.5
26 学園アイドルマスター	1.5
29 崩壊：スターレイル	1.4
30 Call of Duty : Mobile	1.3
30 スイカゲーム - Aladdin X	1.3
30 ドラゴンボールZ ドッカンバトル	1.3
30 プロスタ	1.3

該当数	(%)
30 勝利の女神 : NIKKE	1.3
30 信長の野望 天下への道	1.3
30 放置少女 - 百花繚乱の萌姫たち	1.3
37 アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ	1.2
37 パズル&サバイバル	1.2
37 雀魂	1.2
40 FINAL FANTASY VII EVER CRISIS	1.1
40 ONE PIECE トレジャークルーズ	1.1
40 SDガンダム ジェネレーション エターナル	1.1
40 ガーデンスケープ (Gardenscapes)	1.1
40 ホームズケイプ (Homescapes)	1.1
40 遊戯王マスターデュエル	1.1
46 ONE PIECE バウンティラッシュ	1.0
46 グランブルーファンタジー	1.0
46 メメントモリ	1.0
46 ロマンシング サガ リ・ユニバース	1.0
50 キングダム 亂 -天下統一への道	0.9
50 ゼンレスゾーンゼロ	0.9
50 信長の野望 霸道	0.9
50 第五人格 Identity V	0.9
54 うたのプリンスさまっ♪LIVE EMOTION	0.8
54 ブルーロック Project : World Champion	0.8
54 妖怪ウォッチ ぶにぶに	0.8
57 eFootball	0.7
57 アークナイツ	0.7
57 三國志 真戦	0.7
60 EA SPORTS FC MOBILE	0.6
60 アイドリッシュセブン	0.6
60 アナザーエデン 時空を超える猫	0.6
60 キノコ伝説	0.6
60 キングダム 頂天	0.6
60 クラッシュ・ロワイヤル	0.6
60 ダダサバイバー	0.6

該当数	(%)
60 ドラゴンエッグ 仲間との出会い	0.6
60 ラストウォー : サバイバル	0.6
60 三国志 : 戦乱	0.6
60 三國志 霸道	0.6
60 鳴潮	0.6
72 eFootballウイコレ CHAMPION SQUADS	0.5
72 ブラウンダスト2	0.5
72 プロ野球RISING	0.5
72 ヘブンバーンズレッド	0.5
72 ロイヤルキングダム	0.5
77 Among us	0.4
77 FFBE幻影戦争	0.4
77 Kingshot	0.4
77 Roblox	0.4
77 Shadowverse : Worlds Beyond	0.4
77 Wizardry Variants Daphne	0.4
77 ホワイトアウト・サバイバル	0.4
77 聖霊伝説 : 最強への道	0.4
85 Disney Solitaire ディズニー ソリティア	0.3
85 Piano game 7 : ピアノタイル	0.3
85 アーチャー伝説 2	0.3
85 キン肉マン 極・タグ乱舞	0.3
85 ゴシップハーバー : マージ & ストーリー	0.3
85 シーサイド エスケープ : マージ & ストーリー	0.3
85 タウンシップ (Township)	0.3
85 ツリーオブセイヴァー : ネバーランド	0.3
85 トップヒーローズ : キングダムサーガ	0.3
85 ラストクラウディア	0.3
85 真 戦国炎舞 -KIZNA-	0.3
85 恋と深空	0.3
97 Age of Origins	0.2
97 シヴィライゼーション : 時代と盟友	0.2

BQ3SQ あなたが直近1年以内に遊んでいるスマホゲームのタイトルをお知らせください。あてはまるものをすべてお選びください。 (MA)

# 直近1年以内にプレイしているスマホゲームのタイトル（性年代別・男性）

性年代（10歳刻み）			
男性10代 n=50	男性20代 n=95	男性30代 n=100	
1. プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク (14.0) 1. プロスター (14.0) 3. LINE : ディズニー ツムツム (10.0) 3. プロ野球スピリッツA (10.0) 5. Pokemon GO (6.0) 5. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (6.0) 7. Fate/Grand Order (4.0) 7. Minecraft (4.0) 7. キングダム 亂 -天下統一への道 (4.0) 7. スイカゲーム -Aladdin X (4.0) 7. ダダサバイバー (4.0) 7. にゃんこ大戦争 (4.0) 7. 学園アイドルマスター (4.0) 7. 原神 (4.0)	1. モンスターストライク (11.6) 2. プロ野球スピリッツA (10.5) 3. Pokemon GO (8.4) 3. パズル&ドラゴンズ (8.4) 5. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (6.3) 6. LINE : ディズニー ツムツム (5.3) 6. ウマ娘 プリティーダービー (5.3) 6. ブルーアーカイブ (5.3) 6. 学園アイドルマスター (5.3) 10. Fate/Grand Order (4.2) 10. プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク (4.2) 10. 原神 (4.2) 10. 実況パワフルプロ野球 (4.2) 10. 崩壊：スター・レイル (4.2) 10. 遊戯王マスター・デュエル (4.2)	1. プロ野球スピリッツA (16.0) 2. LINE : ディズニー ツムツム (13.0) 2. Pokemon GO (13.0) 2. ウマ娘 プリティーダービー (13.0) 5. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (10.0) 6. Fate/Grand Order (7.0) 6. ドラゴンクエストウォーカー (7.0) 6. 荒野行動 (7.0) 9. Call of Duty : Mobile (6.0) 9. モンスターストライク (6.0)	
男性40代 n=100	男性50代 n=100	男性60代 n=100	
1. ドラゴンクエストウォーカー (15.0) 2. ウマ娘 プリティーダービー (13.0) 2. パズル&ドラゴンズ (13.0) 4. Pokemon GO (11.0) 5. モンスターストライク (9.0) 6. プロ野球スピリッツA (8.0) 6. 実況パワフルプロ野球 (8.0) 8. 原神 (7.0) 9. パズル&ドラゴンズ ゼロ (6.0) 10. LINE : ディズニー ツムツム (5.0) 10. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (5.0) 10. どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート (5.0) 10. メメントモリ (5.0)	1. パズル&ドラゴンズ (10.0) 2. ウマ娘 プリティーダービー (8.0) 2. モンスターストライク (8.0) 4. LINE : ディズニー ツムツム (7.0) 4. Pokemon GO (7.0) 4. ドラゴンクエストウォーカー (7.0) 4. モンスター・ハンターNow (7.0) 8. プロ野球スピリッツA (6.0) 8. 放置少女 -百花繚乱の萌姫たち (6.0) 10. にゃんこ大戦争 (5.0)	1. Pokemon GO (13.0) 2. LINE ポコポコ (6.0) 2. パズル&ドラゴンズ (6.0) 4. ドラゴンクエストウォーカー (5.0) 5. ホームスケイプ (Homescapes) (4.0) 6. LINE : ディズニー ツムツム (3.0) 6. キャンディークラッシュ (3.0) 6. パズル&サバイバル (3.0) 6. 信長の野望 天下への道 (3.0) 10. パズル&ドラゴンズ ゼロ (2.0) 10. プロ野球スピリッツA (2.0) 10. モンスターストライク (2.0) 10. 信長の野望 霸道 (2.0)	

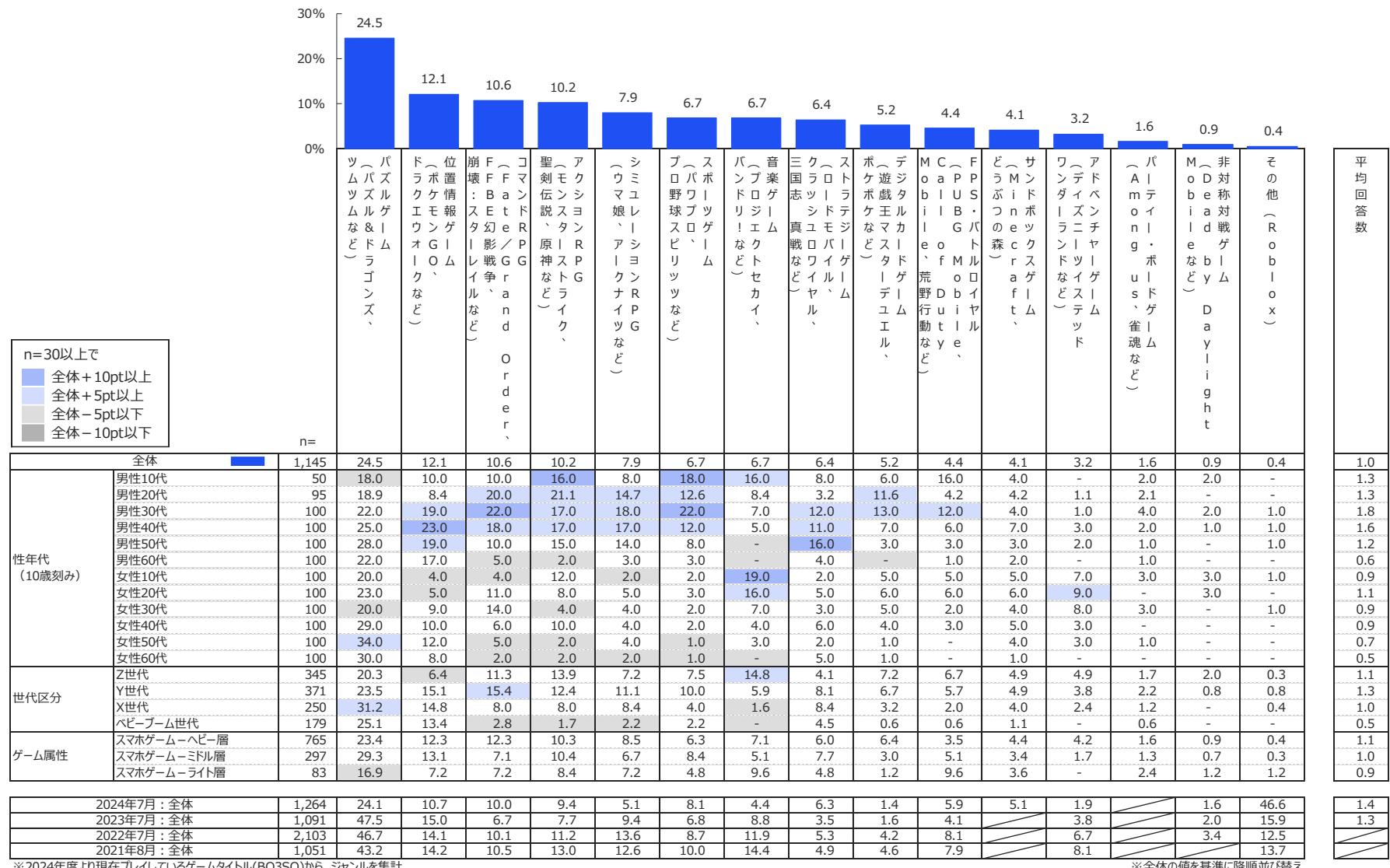
BQ3SQ あなたが直近1年以内に遊んでいるスマホゲームのタイトルをお知らせください。あてはまるものすべてお選びください。（MA）

## 直近1年以内にプレイしているスマホゲームのタイトル（性年代別・女性）

性年代（10歳刻み）			
女性10代 n=100	女性20代 n=100	女性30代 n=100	女性40代 n=100
1. LINE : ディズニー ツムツム (16.0) 2. プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク (13.0) 3. あんさんぶるスターズ！！ Music (8.0) 4. ディズニーツイステッドワンダーランド (7.0) 5. 原神 (6.0) 6. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (5.0) 7. ロイヤルマッチ (4.0) 8. Pokemon GO (3.0) 8. どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート (3.0) 8. モンスターストライク (3.0) 8. 呪術廻戦 ファントムパレード (3.0) 8. 第五人格 Identity V (3.0)	1. LINE : ディズニー ツムツム (12.0) 2. プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク (10.0) 3. あんさんぶるスターズ！！ Music (8.0) 4. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (6.0) 5. ディズニーツイステッドワンダーランド (5.0) 5. モンスターストライク (5.0) 7. LINE ポコポコ (4.0) 7. Pokemon GO (4.0) 7. どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート (4.0) 7. 荒野行動 (4.0) 7. 恋と深空 (4.0)	1. LINE : ディズニー ツムツム (10.0) 2. ディズニーツイステッドワンダーランド (8.0) 3. Pokemon GO (7.0) 4. Fate/Grand Order (5.0) 4. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (5.0) 6. LINE ポコポコ (4.0) 6. アイドリッシュセブン (4.0) 6. キャンディークラッシュ (4.0) 6. どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート (4.0) 10. あんさんぶるスターズ！！ Music (3.0) 10. ウマ娘 ブリティーダービー (3.0) 10. パズル&サバイバル (3.0) 10. 呪術廻戦 ファントムパレード (3.0) 10. 雀魂 (3.0)	1. LINE : ディズニー ツムツム (17.0) 2. LINE ポコポコ (10.0) 3. Pokemon GO (9.0) 4. どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート (5.0) 5. ONE PIECE トレジャークルーズ (4.0) 5. Pokemon TCG Pocket (ポケボケ) (4.0) 5. ドラゴンエストウォーカー (4.0) 5. にゃんこ大戦争 (4.0) 5. プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク (4.0) 5. モンスターストライク (4.0) 5. 原神 (4.0)
1. LINE : ディズニー ツムツム (17.0) 2. Pokemon GO (6.0) 2. キャンディークラッシュ (6.0) 2. ドラゴンエストウォーカー (6.0) 2. ロイヤルマッチ (6.0) 6. LINE ポコポコ (4.0) 6. トーンブラスト (4.0) 6. どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート (4.0) 6. パズル&ドラゴンズ (4.0) 10. ウマ娘 ブリティーダービー (3.0) 10. ガーデンスケイプ (Gardenscapes) (3.0) 10. ディズニーツイステッドワンダーランド (3.0)	1. LINE : ディズニー ツムツム (17.0) 2. キャンディークラッシュ (7.0) 3. LINE ポコポコ (6.0) 3. Pokemon GO (6.0) 5. スイカゲームーAladdin X (3.0) 5. トーンブラスト (3.0) 5. にゃんこ大戦争 (3.0) 5. ロイヤルマッチ (3.0) 9. ドラゴンエストウォーカー (2.0) 9. パズル&ドラゴンズ (2.0)		

BQ3SQ あなたが直近1年以内に遊んでいるスマホゲームのタイトルをお知らせください。あてはまるものすべてお選びください。（MA）

直近1年以内にプレイしているスマホゲームのジャンル

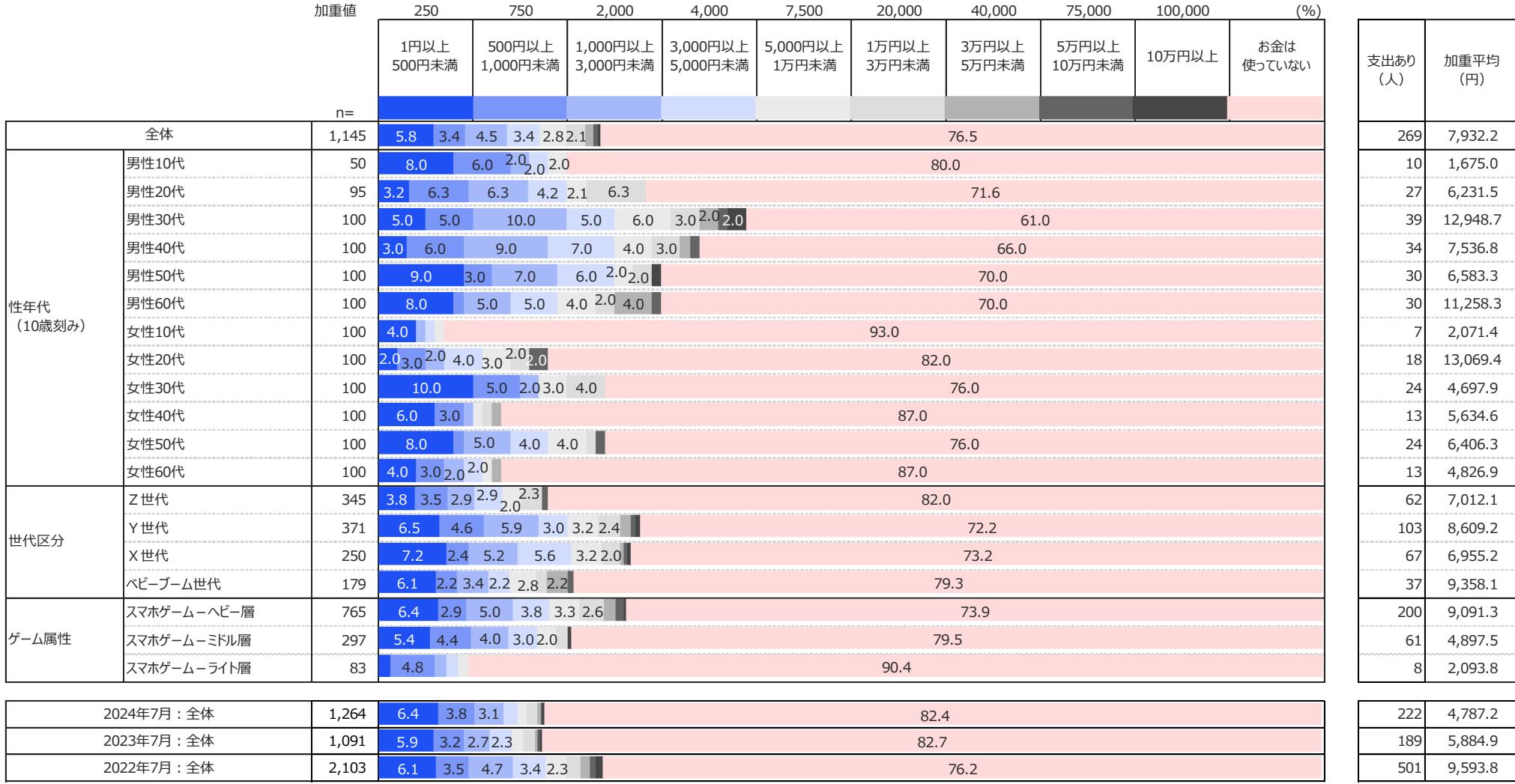


※2024年度より現在フレッシング中のスマートドレ(BQ3SQ)から、ジャンルを集計

\*主体の値を基準に降順並び替え

BQ4 あなたが直近1年以内に遊んでいるスマホゲームのジャンルをお知らせください。あてはまるものをすべてお選びください。 (MA)

# スマホゲームへの直近1ヶ月の支出額

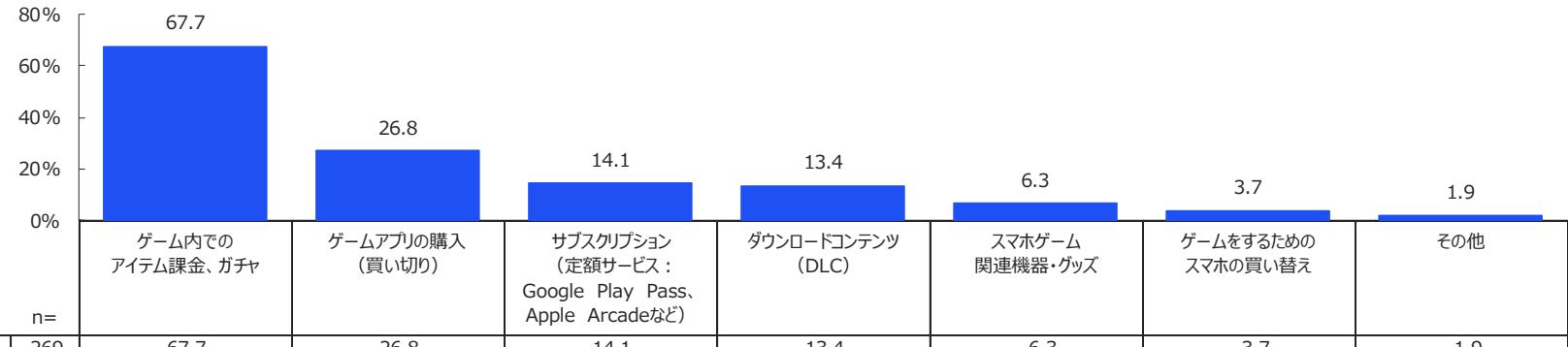


※2%未満は非表示

BQ5A あなたが、この1ヶ月間にスマホゲームに使った金額を教えてください。 (SA)

# スマホゲームへの直近1ヶ月支出の使い道【直近1ヶ月支出ありベース】

n=30以上で
全体 + 10pt以上
全体 + 5pt以上
全体 - 5pt以下
全体 - 10pt以下



全体		269	67.7	26.8	14.1	13.4	6.3	3.7	1.9
性年代 (10歳刻み)	男性10代	10	70.0	10.0	-	10.0	-	-	10.0
	男性20代	27	66.7	14.8	22.2	18.5	7.4	3.7	-
	男性30代	39	61.5	30.8	25.6	17.9	2.6	7.7	-
	男性40代	34	73.5	38.2	14.7	20.6	5.9	5.9	-
	男性50代	30	73.3	43.3	13.3	6.7	13.3	3.3	-
	男性60代	30	70.0	20.0	6.7	10.0	-	3.3	6.7
	女性10代	7	85.7	-	-	14.3	-	-	-
	女性20代	18	50.0	33.3	11.1	16.7	-	5.6	-
	女性30代	24	66.7	25.0	8.3	16.7	16.7	-	-
	女性40代	13	76.9	30.8	15.4	7.7	15.4	7.7	7.7
世代区分	女性50代	24	66.7	20.8	16.7	-	4.2	-	4.2
	女性60代	13	61.5	15.4	7.7	15.4	7.7	-	-
	Z世代	62	64.5	17.7	12.9	16.1	3.2	3.2	1.6
	Y世代	103	68.0	32.0	17.5	17.5	7.8	5.8	1.0
ゲーム属性	X世代	67	68.7	32.8	16.4	6.0	9.0	1.5	1.5
	ベビーブーム世代	37	70.3	16.2	2.7	10.8	2.7	2.7	5.4
	スマホゲーム-ヘビー層	200	80.5	21.0	12.5	7.5	5.0	3.0	2.0
	スマホゲーム-ミドル層	61	29.5	44.3	14.8	29.5	8.2	1.6	1.6
	スマホゲーム-ライト層	8	37.5	37.5	50.0	37.5	25.0	37.5	-

2024年7月 : 全体

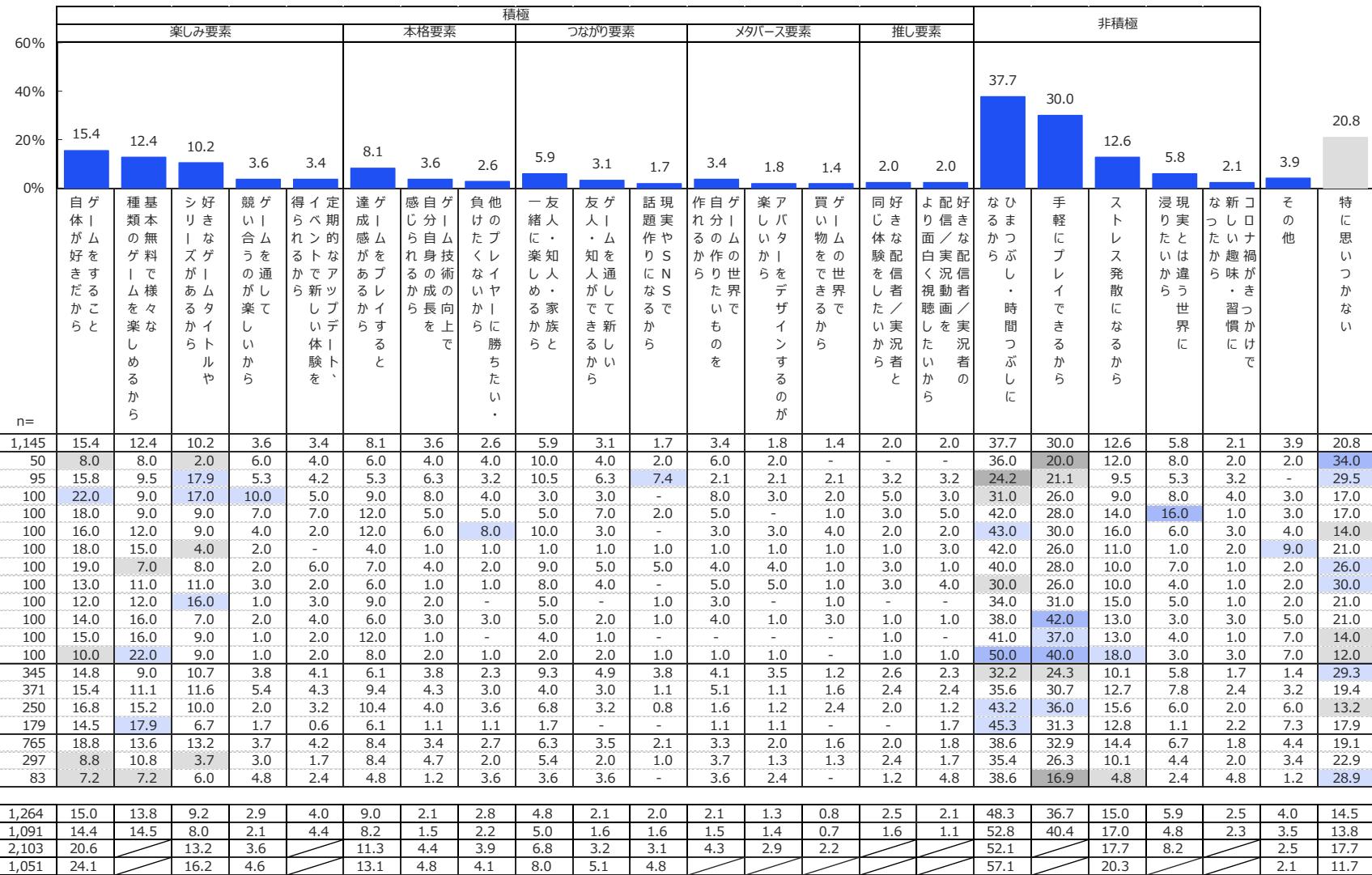
2023年7月 : 全体

2022年7月 : 全体

※n=30未満は参考値のため灰色。  
※全体の値を基準に降順並び替え

BQ5B あなたがこの1ヶ月間にスマホゲームに使ったお金の使い道を教えてください。あてはまるものをお選びください。(MA)

# スマホゲームをプレイする理由

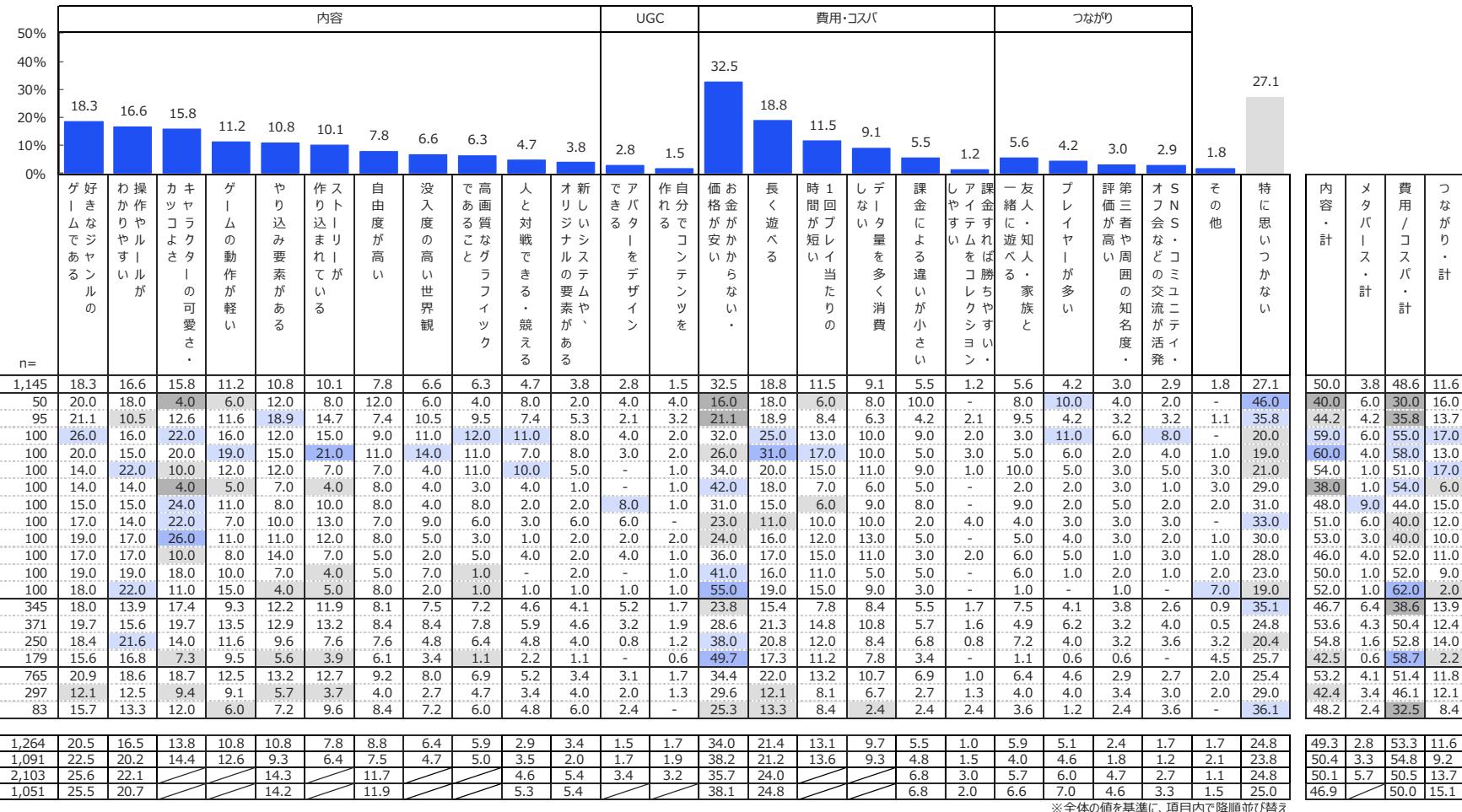


※全般的の値を基準に、項目内で降順並び替え

BQ6 あなたがスマホゲームをプレイする理由を教えてください。あてはまるものをすべてお選びください。(MA)

# スマホゲームを選ぶ際の重視点

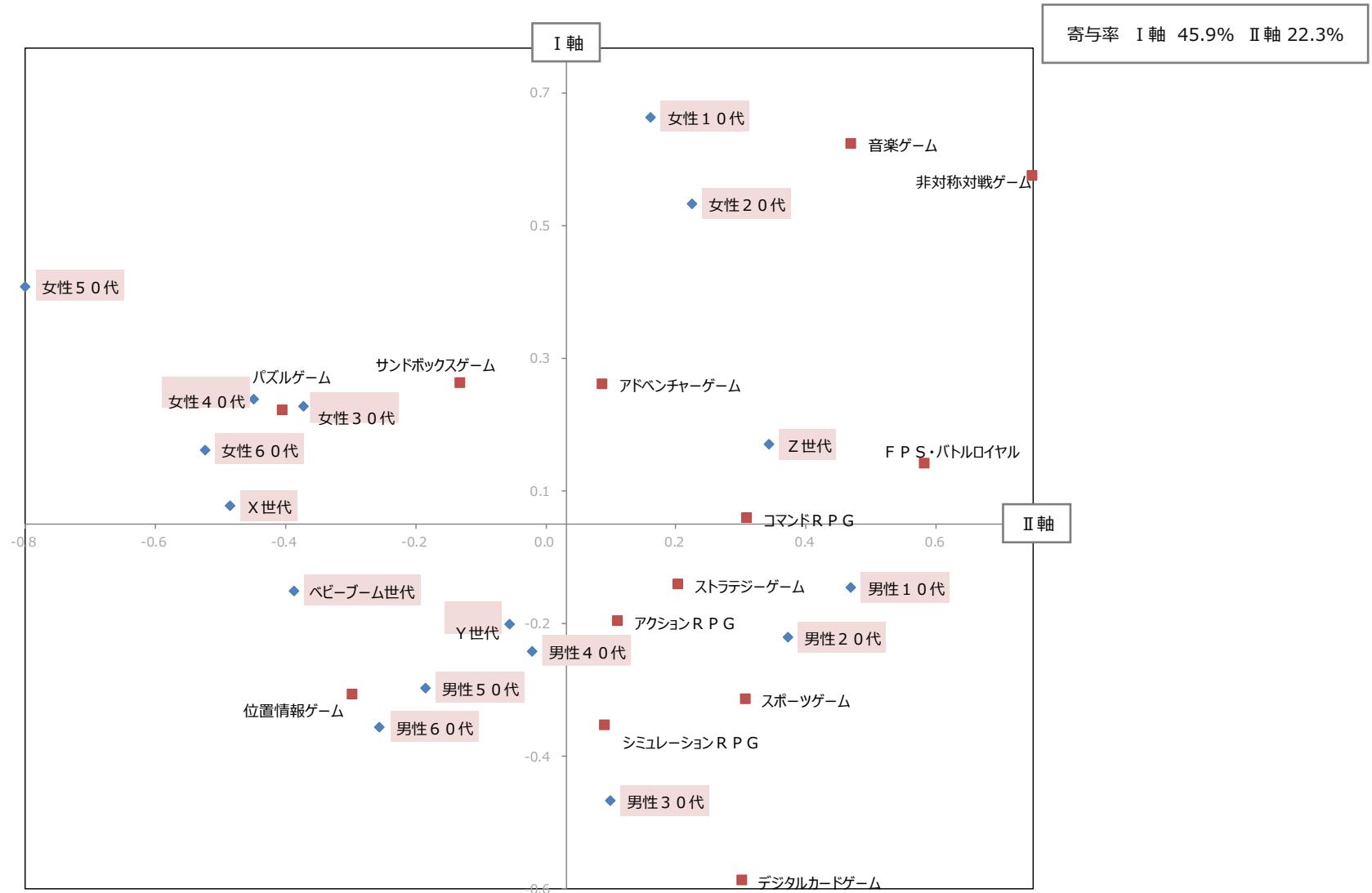
n=30以上で  
 全体 +10pt以上  
 全体 +5pt以上  
 全体 -5pt以下  
 全体 -10pt以下



※全体の値を基準に、項目内で降順並び替え

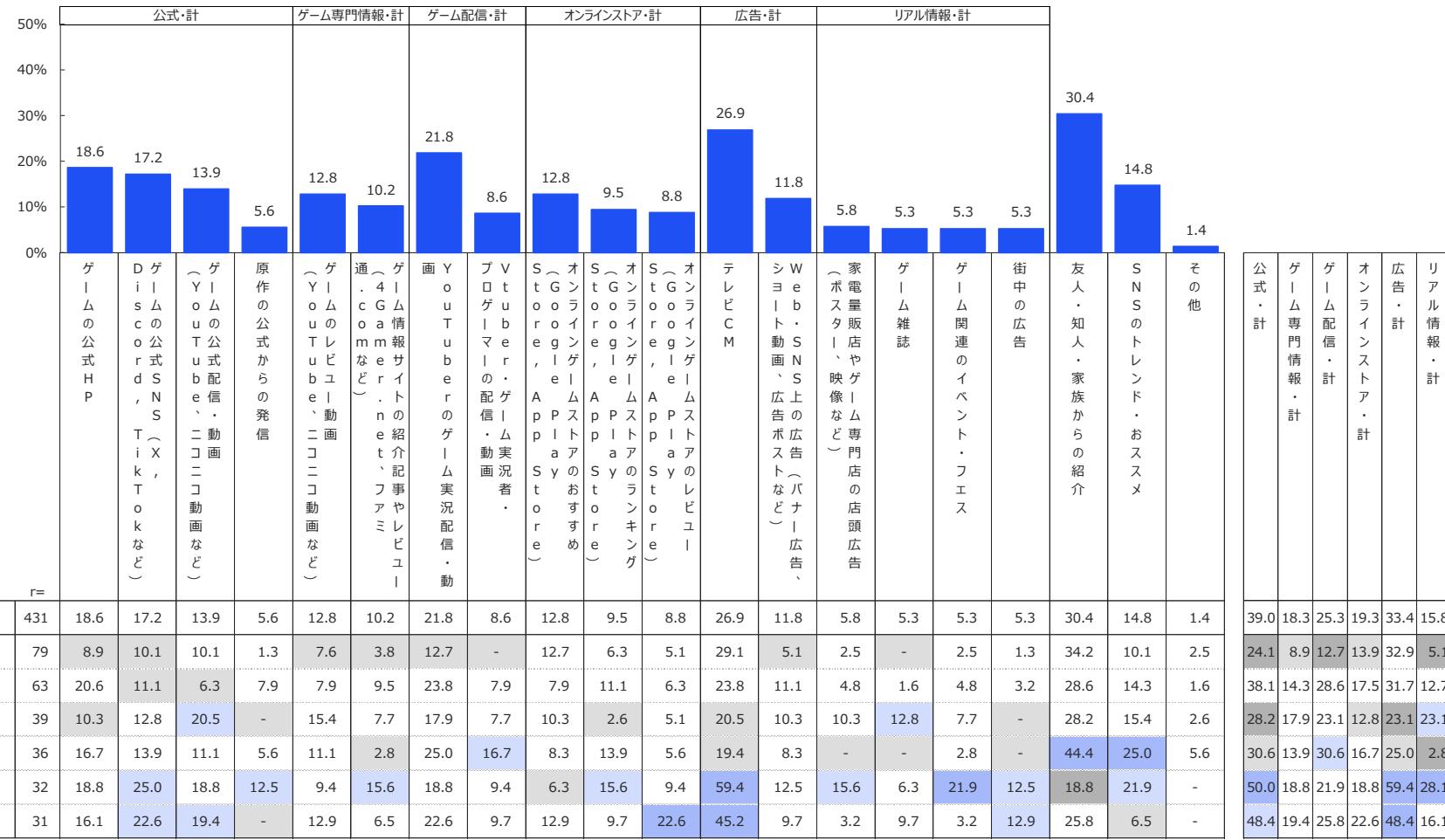
BQ7 あなたが、現在プレイするスマホゲームを選ぶ際に重視することを教えてください。あてはまるものをすべてお選びください。（MA）※「2021年8月」については「購入時に重視すること」で聴取

# 【コレスポンデンス分析】直近1年プレイゲームジャンル



※「直近1年以内にプレイしているスマホゲームのジャンル」(BQ4) より作成

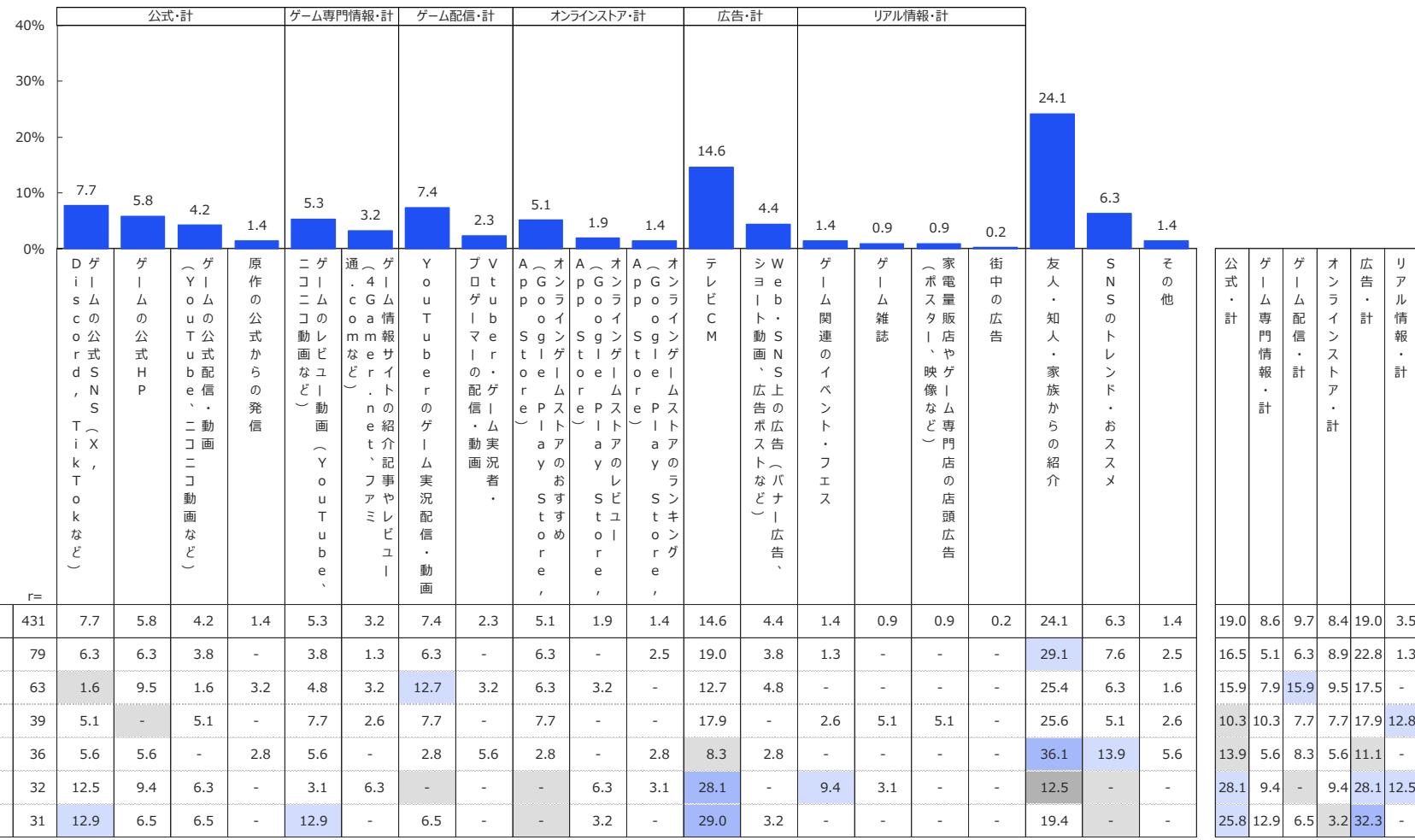
タイトル別の情報源【直近1年間にプレイしているお気に入りのゲーム（最大2つまで）の積み上げ集計】



※r=30以上のタイトルのみ抜粋

※全体値の値を基準に項目内で降順並び替え

プレイのきっかけになった情報源【直近1年間にプレイしているお気に入りのゲーム（最大2つまで）の積み上げ集計】

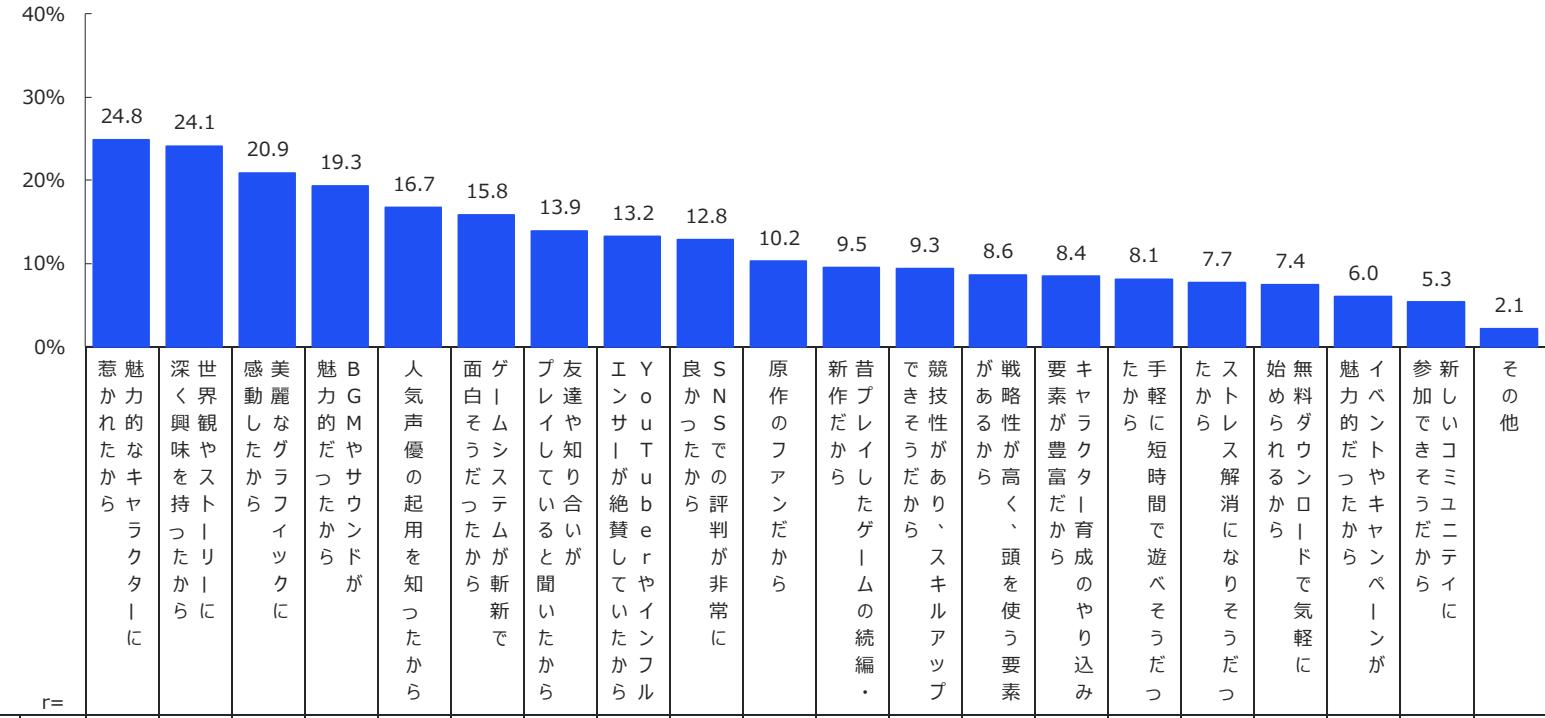


※r=30以上のタイトルのみ抜粋

※全体値の値を基準に項目内で降順並び替え

BQ10 あなたが以下の中で「BQ8回答再掲」をプレイしたくなるきっかけとなったものをお選びください。／直近1年以内でダウンロードしプレイしたお気に入りのもの×プレイしたくなるきっかけとなったもの（MA）

# プレイしたいと思った理由【直近1年間にプレイしているお気に入りのゲーム（最大2つまで）の積み上げ集計】



※r=30以上のタイトルのみ抜粋

※全体値の値を基準に降順並び替え

BQ11 あなたが先ほどお答えになったものを見て、「BQ8回答再掲」をプレイしたくなかった理由を教えてください。／直近1年以内でダウンロードしプレイしたお気に入りのもの×プレイしたくなかった理由（MA）



DB構築による調査精度の向上施策





## 新サービスの背景や 市場の現状

ゲーム市場は近年急速に成長し、デバイス・ジャンル・プレイシチュエーションの多様化に伴い、ゲームに求められる要素も拡大しています。

これにより、異なる【楽しみ方】に対応する多様なユーザー層が生まれ、従来の手法や経験則では、ユーザーの理解や市場予測がますます難しくなっています。

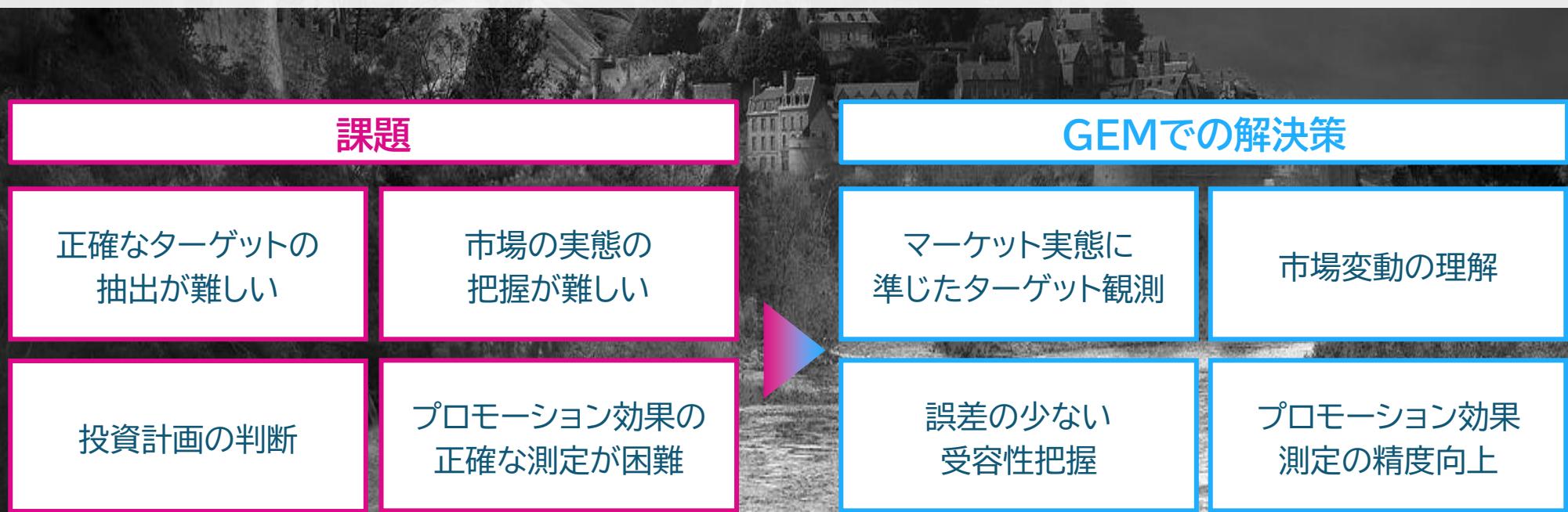
こうした市場の変化において、ヒット作を生み出すためには、ユーザーのゲームに対するエンゲージメント(関与度)が、単なる人口データ以上に重要な要素となっており、より精密な市場把握を求める声を多く頂戴しておりました。

# GEMによる課題解決



新たに開発した「GEM」は、ゲーム市場を精緻に把握できるサービスです。

パブリッシャーやディベロッパーをはじめ、ゲーム関連企業が抱える「投資計画に向けた精緻な受容性の把握」「正確なターゲット把握」「プロモーションの効果測定」を、従来の手法を超えて、より正確にサポートすることができます。



## サービス概要

What

約40万件のゲーム専門パネルの構築

Why

意識/販売データなどを基に「ゲーム市場の実態」を再現

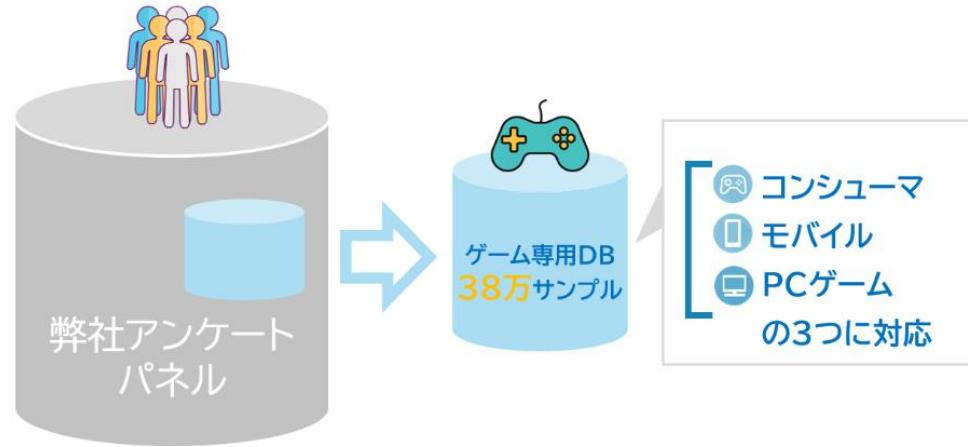
How

既存の調査方法にアドオンをするだけ、簡易的な利用



# DB構築概要

弊社アンケートパネルから38万サンプルを抽出し、ゲーム専用のデータベースを構築。



## DB項目

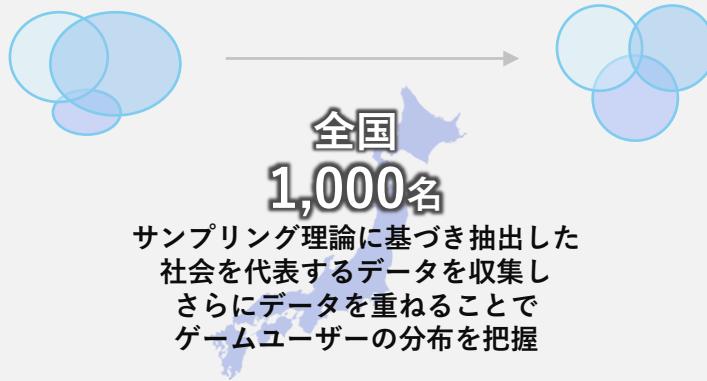
- ・デモグラフィック属性
- ・PNCL
- ・ゲームエンゲージメント
- ・所有/プレイ機種
- ・利用ネットワークサービス
- ・ゲームの情報源
- ・ゲームプレイ頻度
- ・好きなゲームジャンル
- ・ゲーム消費金額(コンシューマ・PCゲーム/モバイル)
- ・プレイ経験のあるゲーム(コンシューマ・PCゲーム/モバイル)

# 精度の高いDBとするための補正

DB構築にあたり、以下の手段でデータの補正を実施。

1

社会性の担保された調査を組合せることで  
市場の縮図となるようにサンプル構成を補正



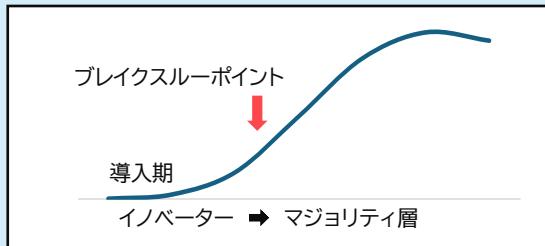
2

意識セグメンテーションを用いて、  
意識の高ぶれを市場にあわせて補正



<補足>

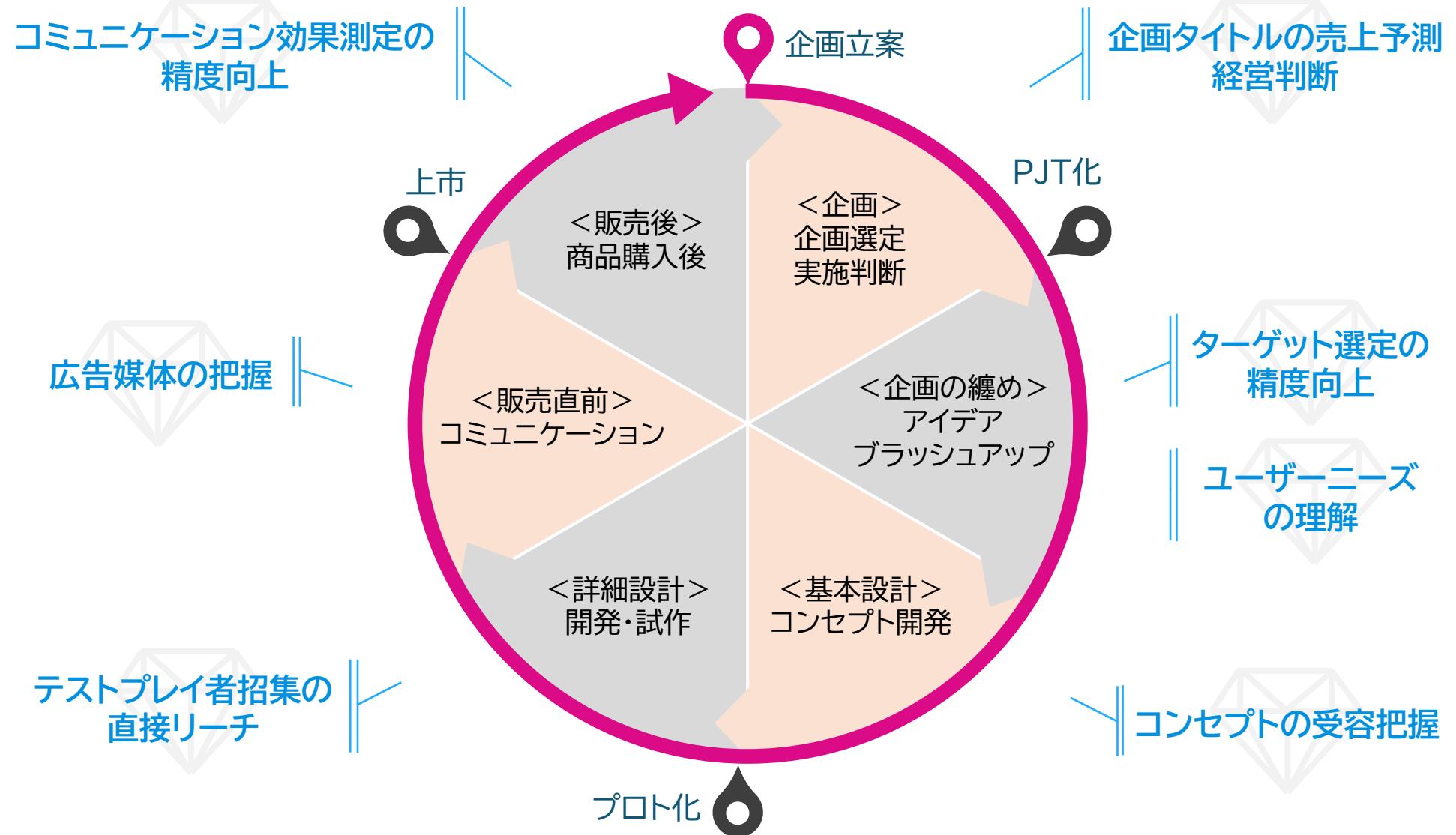
イノベーター理論に基づく市場の層別化を反映しているため、  
ターゲット層ごとの特性やニーズを的確に把握可能。



イノベーター	117万人 2.5%	
アーリーアダプター	621万人 13.2%	
アーリーマジョリティ	1,609万人 34.2%	
レイタマジョリティ	1,584万人 33.6%	
ラガード	780万人 16.6%	
ノンゲーマー	3,390万人 41.8%	

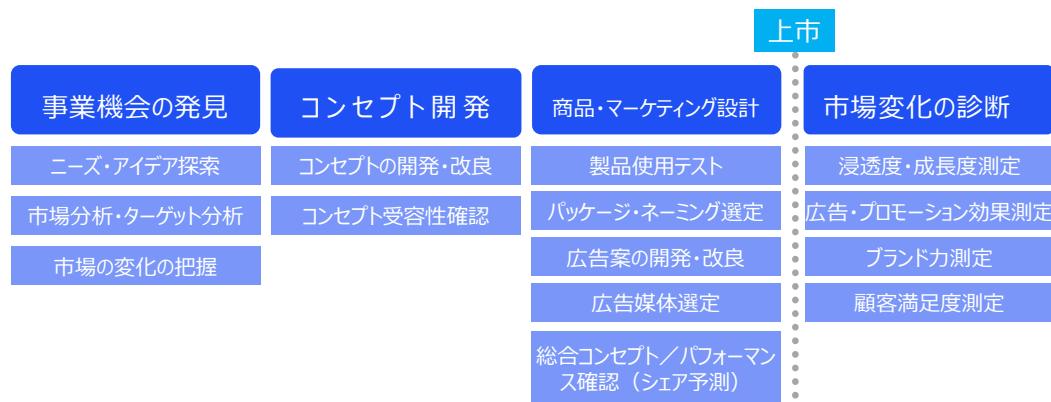
※実際のデータです。

## GEMのご活用シーン



# クロス・マーケティングについて

## クロス・マーケティングは マーケティングにおけるあらゆる局面での課題解決をサポートします。



### クロス・マーケティングの特長

<b>特長 1</b> 【人】	セールス、リサーチャー、ディレクター。お客様と接する全ての担当者が課題解決に向けてお手伝いする、充実したサポート体制を組んでいます。	<b>特長 2</b> 【クオリティ】	「回答負荷軽減を意識した画面づくり」「的確なターゲット選定のための配信設定」「精度の高いデータクリーニング」を実施し、高いクオリティを維持しています。
<b>特長 3</b> 【スピード】	高機能なアンケートシステムのため、画面作成・配信・データ納品までスピーディに対応。お急ぎのアンケートなど最短24時間で納品します。	<b>特長 4</b> 【エビナー】 【Panel】	180万人超の国内最大規模のアンケートモニターを保有。モニターは、基本属性だけでなく、シニア/携帯電話利用/自動車保有/化粧品利用といった約20のカテゴリーに分類されています。対象者を限定した調査もスムーズに実施します。

### 会社概要

社名： 株式会社クロス・マーケティング  
(英文社名 : Cross Marketing Inc.)  
設立： 2003年4月1日  
所在地： 【本社】  
〒163-1424  
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
(代表) TEL : 03-6859-2251 / FAX : 03-6859-2273

### 【西日本営業所】

〒530-0005  
大阪市北区中之島2-3-18 中之島フェスティバルタワー19F  
(代表) TEL : 06-7653-3584 / FAX : 050-3457-9691

代表： 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容： マーケティング・リサーチ事業  
マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

親会社： 株式会社クロス・マーケティンググループ  
(東京証券取引所プライム市場 証券コード3675)



## 本件に関する お問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング  
東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
TEL : 03-6859-1192 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»  
本リリースの引用・転載時には、必ずクレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」