

報道関係各位

2023年7月27日
株式会社クロス・マーケティング

スマホゲームは「パズル」「位置情報」がTOP2 若い世代は「キャラクターの可愛さ、カッコよさ」も選定ポイント

－ゲームに関する調査（2023年）スマホゲーム編－

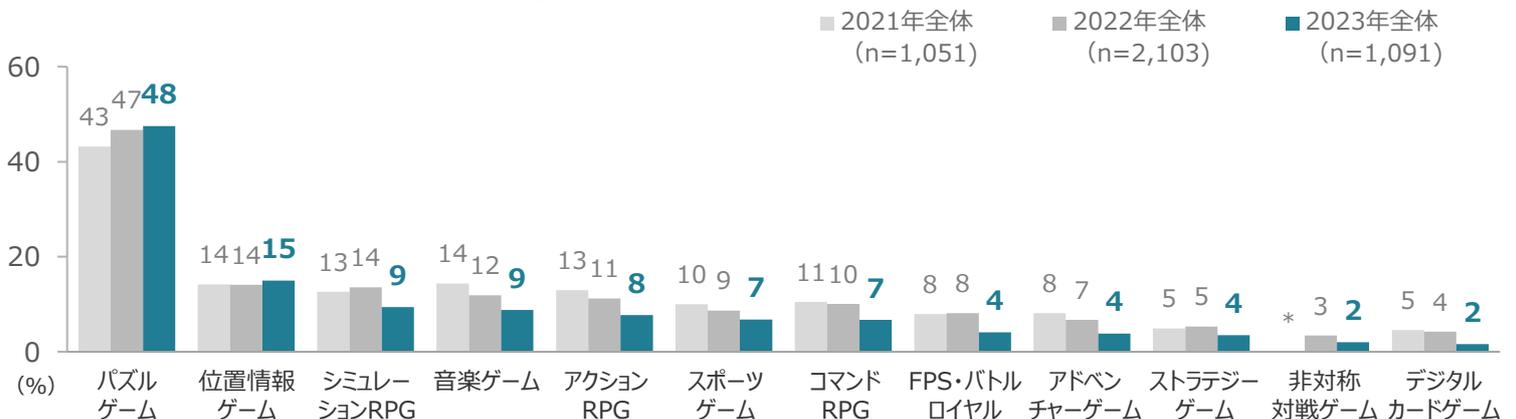
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2023年7月、スマホゲームを月1回以上プレイしている全国15～69歳の男女1,091名を対象に「ゲームに関する調査（2023年）スマホゲーム編」を行いました。今回は、プレイしているゲームジャンル、選定時重視点、直近1か月間のゲーム関連費の支出の有無と支出内容に注目し分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

- ✓ **【ゲームジャンル】** プレイしているジャンルは、「パズルゲーム」が48%と最も多く、次いで「位置情報ゲーム」の15%。3年間の時系列でみると「パズルゲーム」のみ増加傾向がみとれる。＜図1＞ 性年代別では、男女ともに20代以上において「パズルゲーム」がTOPであり、特に女性30代～60代は6割を超える。男女30代以上では「位置情報ゲーム」が2番手にあがる。男性15～19歳は「スポーツゲーム」が28%とTOP、男性20代でも20%と男性若年層でのプレイ率が高い。女性15～19歳は「音楽ゲーム」が42%とTOP、女性20代は19%、女性30代は11%と若い女性ほどプレイ率は高まる。男女ともに若い年代ほど様々なジャンルのゲームを楽しんでいる。＜図2＞
- ✓ **【ゲーム選定理由】** プレイするゲームを選ぶ理由は「お金がかからない・価格が安い」が38%と1番手。「好きなジャンル」「長く遊べる」「操作やルールがわかりやすい」が20%台と続く。＜図3＞「お金がかからない・価格が安い」は大方の層で1番の理由にあげられた。男女30代以上の割合は高く、特に女性30代は51%と半数を超える。男性15～19歳は「やり込み要素がある」「キャラクターの可愛さ・カッコよさ」「データ量を多く消費しない」が2割前後であった。男性40代は「1回プレイ当たりの時間が短い」が25%と3番手にあがった。女性15～19歳～30代は「キャラクターの可愛さ・カッコよさ」が25～27%と重視されている。＜図4＞
- ✓ **【ゲームに関わる支出金額と内容】** 直近1か月間でスマホゲームにお金を使った人は17%であった。2022年10月に実施されたアプリ内課金値上げの影響からか、昨年より7pt減少した。30代の支出割合は25%と最も高い。＜図5＞ 支出金額は、「1円以上500円未満」と「500円以上1,000円未満」がボリュームゾーンである。30代は「3,000円以上」の価格帯が半数近くを占める。＜図6＞ 支出内容は「ゲーム内でのアイテム課金、ガチャ」が昨年より増え70%と断トツ、次いで「ゲームアプリの購入（買い切り）」19%、「サブスクリプション（定額サービス）」10%である。＜図7＞

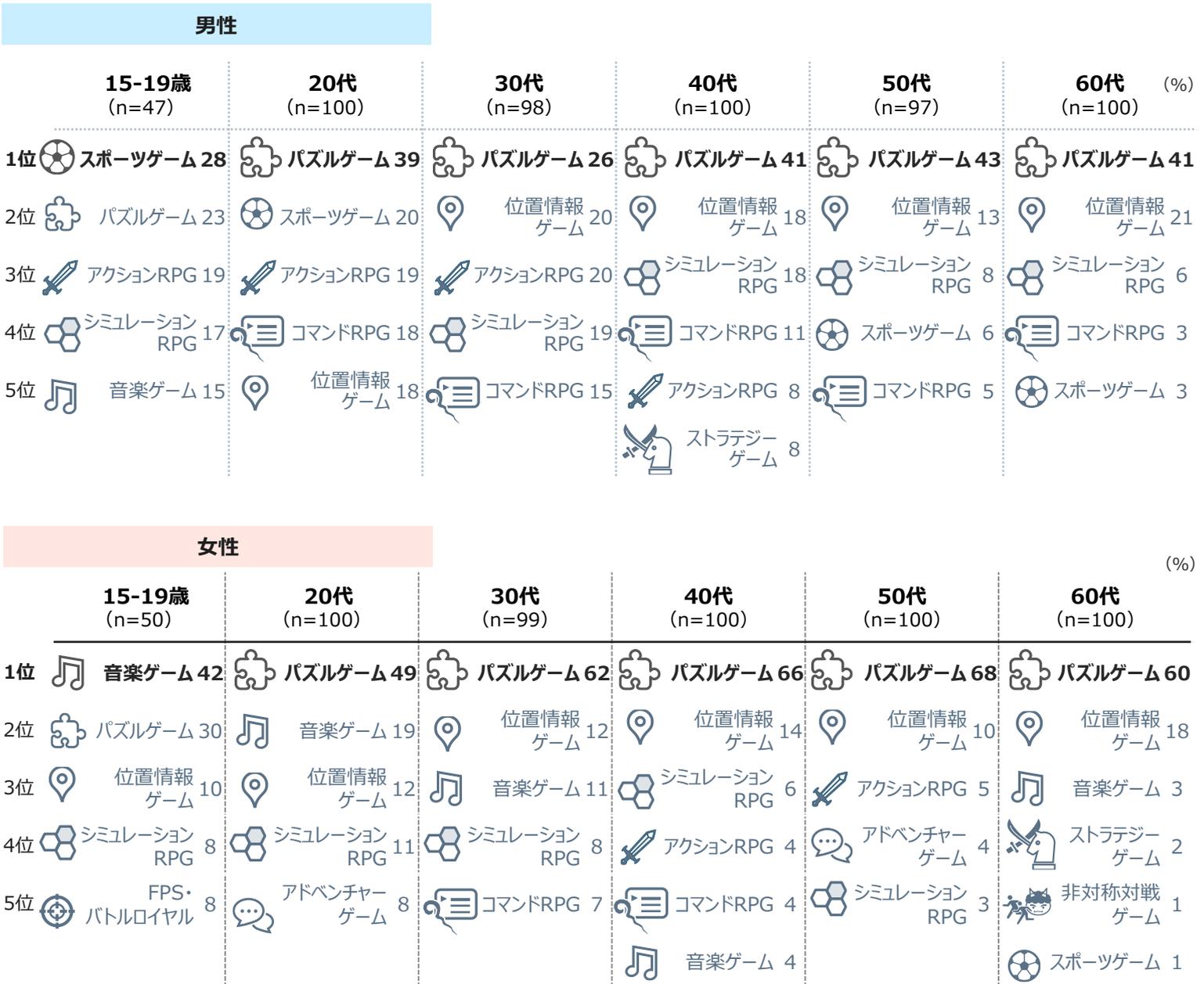
◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/it/20230727game/>

＜図1＞プレイしているスマホゲームのジャンル／時系列（複数回答）

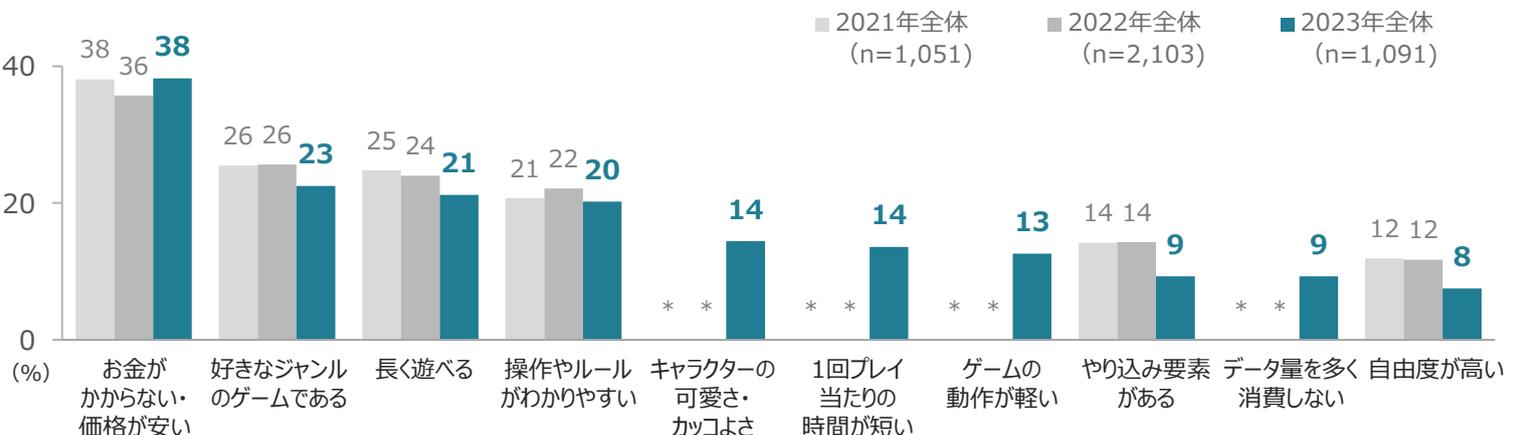


* 2021年は非聴取

＜図2＞プレイしているスマホゲームのジャンル／性年代別TOP5（複数回答）



＜図3＞スマホゲーム選定時重視点／時系列（複数回答）※上位10項目を抜粋



* 2021年、2022年は非聴取

<図4> スマホゲーム選定時重視点／性年代別TOP5（複数回答）

男性						
	15-19歳 (n=47)	20代 (n=100)	30代 (n=98)	40代 (n=100)	50代 (n=97)	60代 (n=100)
1位	お金がかからない・ 価格が安い 34	お金がかからない・ 価格が安い 29	お金がかからない・ 価格が安い 30	お金がかからない・ 価格が安い 40	お金がかからない・ 価格が安い 37	お金がかからない・ 価格が安い 46
2位	長く遊べる 28	好きなジャンルの ゲームである 20	好きなジャンルの ゲームである 21	長く遊べる 30	長く遊べる 18	操作やルールが わかりやすい 20
3位	好きなジャンルの ゲームである 26	長く遊べる 20	長く遊べる 20	1回プレイ当りの 時間が短い 25	好きなジャンルの ゲームである 17	長く遊べる 19
4位	やり込み要素が ある 21	操作やルールが わかりやすい 16	ゲームの動作が 軽い 17	好きなジャンルの ゲームである 21	1回プレイ当りの 時間が短い 16	好きなジャンルの ゲームである 17
5位	データ量を多く 消費しない 19	ゲームの動作が 軽い 16	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 14	操作やルールが わかりやすい 15	操作やルールが わかりやすい 12	データ量を多く 消費しない 11
	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 19					

女性						
	15-19歳 (n=50)	20代 (n=100)	30代 (n=99)	40代 (n=100)	50代 (n=100)	60代 (n=100)
1位	好きなジャンルの ゲームである 34	お金がかからない・ 価格が安い 33	お金がかからない・ 価格が安い 51	お金がかからない・ 価格が安い 35	お金がかからない・ 価格が安い 46	お金がかからない・ 価格が安い 43
2位	お金がかからない・ 価格が安い 28	操作やルールが わかりやすい 28	操作やルールが わかりやすい 30	長く遊べる 29	好きなジャンルの ゲームである 26	操作やルールが わかりやすい 25
3位	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 26	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 25	好きなジャンルの ゲームである 28	操作やルールが わかりやすい 27	操作やルールが わかりやすい 22	好きなジャンルの ゲームである 22
4位	操作やルールが わかりやすい 20	好きなジャンルの ゲームである 22	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 27	好きなジャンルの ゲームである 24	長く遊べる 17	1回プレイ当りの 時間が短い 16
5位	長く遊べる 20	長く遊べる 19	長く遊べる 24	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 15	キャラクターの 可愛さ・カッコよさ 12	長く遊べる 13
	1回プレイ当りの 時間が短い 20			ゲームの動作が 軽い 15	1回プレイ当りの 時間が短い 12	

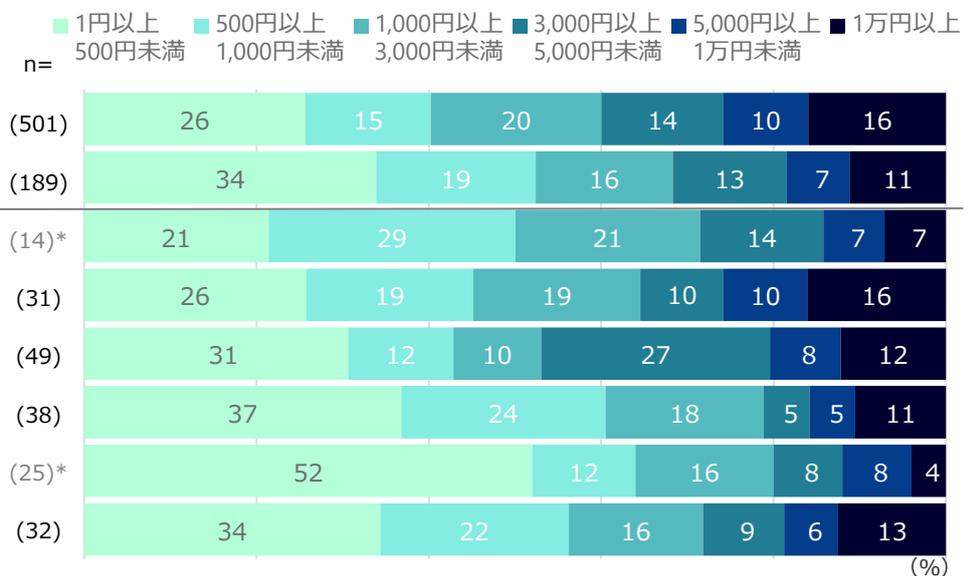
<図5> この1か月間でのスマホゲーム関連支出の有無（単一回答）

n=	■ お金を使った	■ お金は使っていない
2022年全体 (2,103)	24	76
2023年全体 (1,091)	17	83
15-19歳 (97)	14	86
20代 (200)	16	85
30代 (197)	25	75
40代 (200)	19	81
50代 (197)	13	87
60代 (200)	16	84

(%)

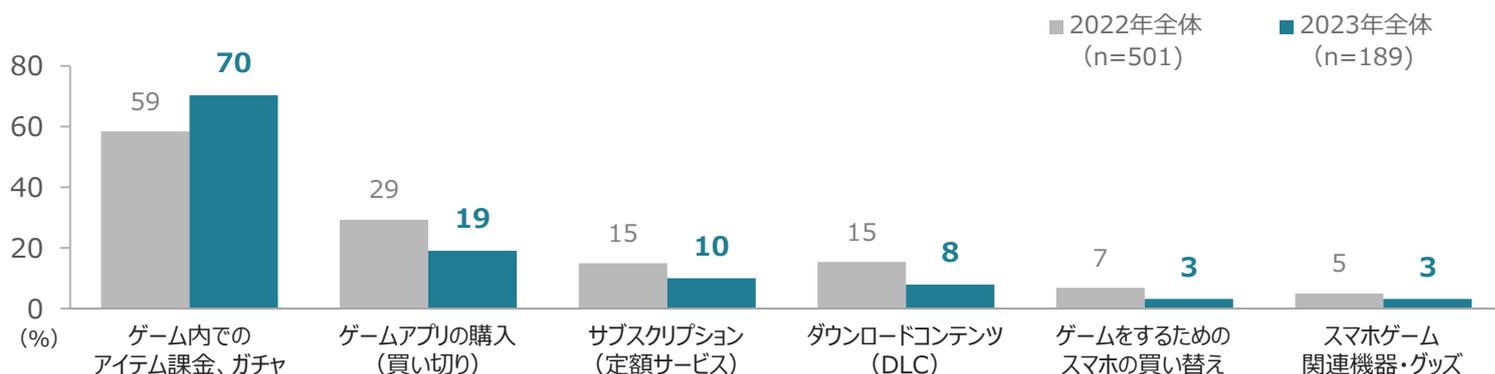
<図6> この1か月間の支出金額（単一回答）

※ベース：この1か月間にスマホゲームに支出した人



* n=30未満のため参考値

＜図7＞この1か月間のスマホゲームの支出内容（複数回答） ※ベース：この1か月にスマホゲームに支出した人



■レポート項目一覧

- 属性設問（性別/年齢/居住地/婚姻状況/子供の有無/職業）
- 調査結果サマリー

▼スマホゲームプレイヤーの属性

- スマホゲームのプレイ頻度
- 平日・休日のゲームプレイ時間
- 直近1年間のゲームに費やす時間・支出の変化
- ゲームに関する情報収集メディア/情報共有・発信メディア

▼スマホゲームのプレイ実態・プレイ意識

- プレイするシーン/プレイする相手
- 現在プレイしているゲームジャンル
- 直近1ヶ月支出額（アプリの購入/課金/サブスクリプション）/支出の使い道
- ゲームをプレイする理由
- ゲームを選ぶ際の重視点

◆レポートのダウンロードはこちらから

<https://www.cross-m.co.jp/report/it/20230727game/>

■調査概要

調査手法：インターネットリサーチ
 調査地域：全国47都道府県
 調査対象：スマホゲームを月1回以上プレイしている15～69歳の男女
 調査期間：2021年：8月6日（金）～9日（月）
 2022年：7月1日（金）～3日（日）
 2023年：7月7日（金）～10日（月）

有効回答数：2021年：本調査1,051サンプル
 2022年：本調査2,103サンプル
 2023年：本調査1,091サンプル
※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立：2003年4月1日
 代表者：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

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275
 E-mail：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、必ず当社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・・・」