

報道関係各位

2025年7月22日
株式会社クロス・マーケティング

ゲームソフト購入は、ダウンロード版がパッケージ版を逆転 ソフトの購入・ゲーム内課金・ダウンロードコンテンツは支払い増加へ

—ゲームに関する調査（2025年）コンシユーマーゲーム編—

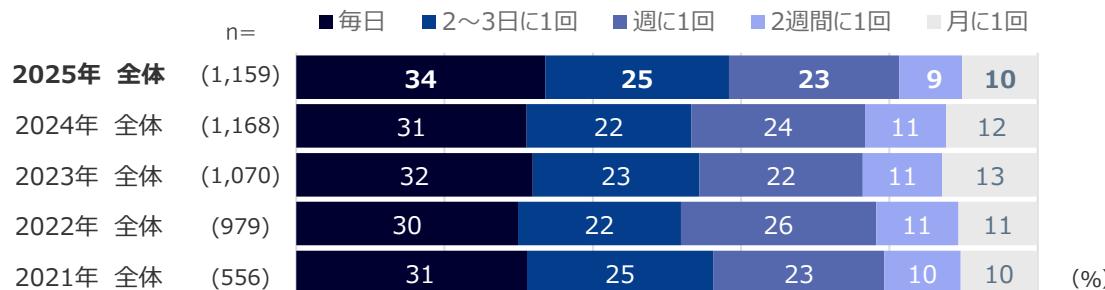
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年6～7月、コンシユーマーゲームを月1回以上プレイしている全国15～69歳の男女1,159名を対象に「ゲームに関する調査（2025年）コンシューマーゲーム編」を行いました。今回は、プレイ頻度、1年前と比較したプレイ時間・支出金額、プレイしているゲームタイトルとジャンル、支払ったゲーム関連費、ゲームの購入媒体に注目し、分析をしました。

■調査結果（一部抜粋）

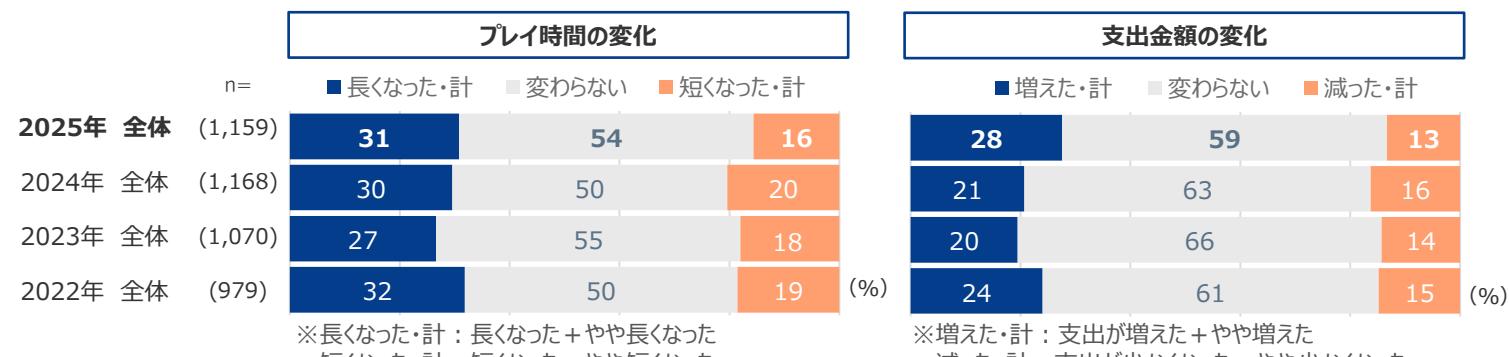
- 【プレイ頻度・時間・支出金額】月に1回以上コンシューマーゲームを楽しむ人のうち「毎日」プレイをする人は34%、「2～3日に1回」プレイする人の25%と合わせて59%は頻繁にプレイしている。プレイ頻度は昨年と比べやや高めに推移している。＜図1＞1年前と比較したプレイ時間は、「変わらない」は54%、「長くなった」が31%。支出の変化は1年前と「変わらない」が59%、「増えた」は28%とここ4年間で最も高くなつた。支出金額が増えたのは、ゲーム内課金や機器など値上げの影響と推察される。＜図2＞
- 【ゲームタイトルとジャンル】直近1年間でプレイしたゲームタイトルは、男性は年代によって上位にあがるタイトルに相違が見られた。女性は「あつまれどうぶつの森」が2～4割台と全年代でTOPである。＜図3＞聴取したゲームタイトルからジャンルをみると「アクションRPG（ゼルダの伝説ティアーズオブザキングダムなど）」35%、「アクションゲーム（スマートウォッチ3など）」34%、「スポーツ・レーシングゲーム（マリオカート8 デラックスなど）」27%、「サンドボックスゲーム（あつまれどうぶつの森など）」26%、「コマンドRPG（ドラゴンクエストⅢそして伝説ヘ…など）」17%がTOP5。40～50代の「アクションRPG」、15～19歳の「アクション」「サンドボックス」のプレイ率は4割台と他の年代より特に高い。＜図4＞
- 【ゲーム関連費と購入媒体】直近1か月で支払ったゲーム関連費は、「ソフトの購入（買い切り）」が57%、「ゲーム内のアイテム課金、ガチャ」38%、「ダウンロードコンテンツ（DLC）」30%が上位で、いずれもこの4年間で最も高い水準となつた。＜図5＞ゲームを購入する際は、「全てダウンロード版で購入する」20%、「パッケージ版も購入するが、ダウンロード版の方が多い」23%とメインでダウンロード版を購入している人が今年で逆転し、パッケージ版からダウンロード版へのシフトが明らかとなった。＜図6＞

◆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/20250722game>

＜図1＞コンシューマーゲームのプレイ頻度（単一回答）



＜図2＞この1年間のコンシューマーゲームのプレイ時間・支出金額の変化（単一回答）

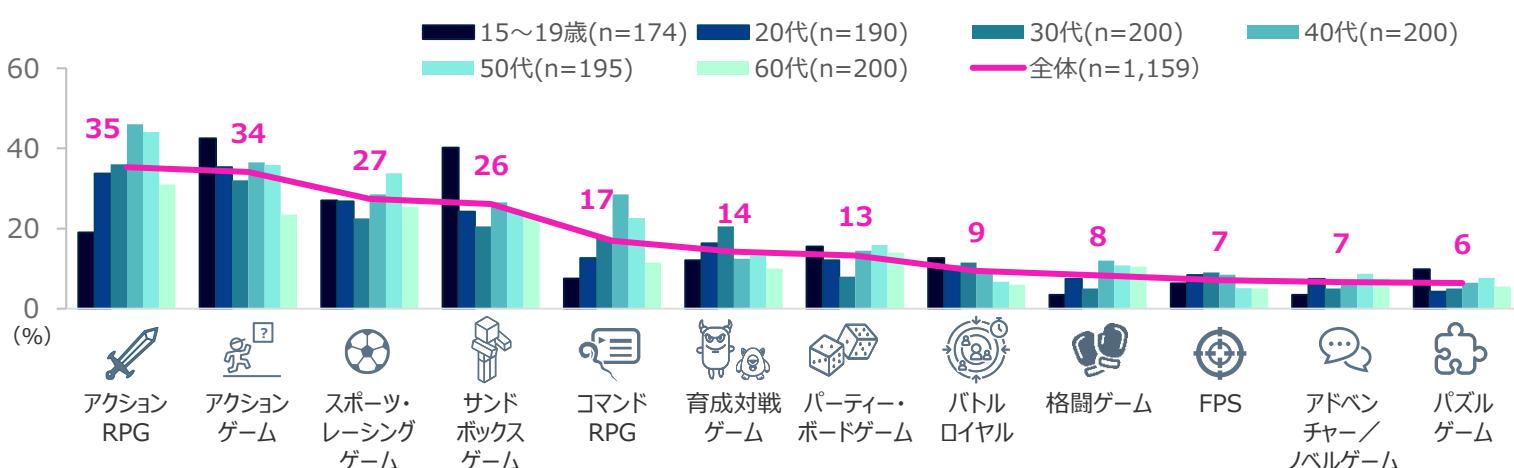


<図3>直近1年間にプレイしたコンシユーマーゲームのタイトル／性年代別TOP3（複数回答）※100のゲームタイトルを呈示し聴取

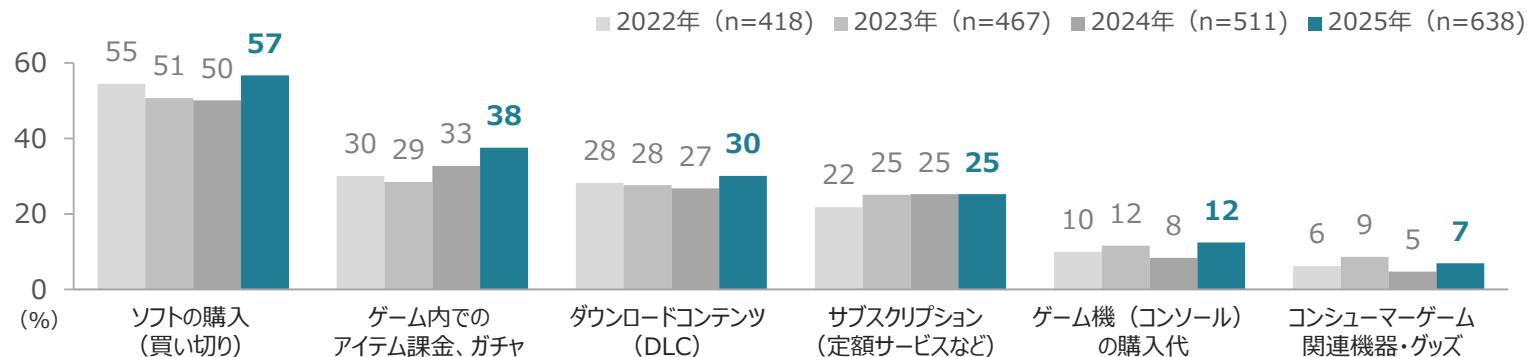
男性						(%)
	15-19歳 (n=74)	20代 (n=93)	30代 (n=100)	40代 (n=100)	50代 (n=100)	60代 (n=100)
1位	マリオカート8 デラックス 22	大乱闘スマッシュ ブラザーズ SPECIAL 16	ポケモン スカーレット・バイオレット 16	ファイナル ファンタジーVII リバース 17	プロ野球スピリッツ 2024-2025 15	あつまれ どうぶつの森 18
2位	Minecraft 18	ポケモン スカーレット・バイオレット 15	大乱闘スマッシュ ブラザーズ SPECIAL 14	ドラゴンクエストIII そして伝説へ… 16	グラントーリスマ7 14	マリオカート ワールド 12
3位	あつまれ どうぶつの森 18	マリオカート8 デラックス 14	モンスターハンター ワイルズ 13	ゼルダの伝説 ティアーズ オブ ザ キングダム 13	マリオカート ワールド 14	ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド 11

女性						(%)
	15-19歳 (n=100)	20代 (n=97)	30代 (n=100)	40代 (n=100)	50代 (n=95)	60代 (n=100)
1位	あつまれ どうぶつの森 43	あつまれ どうぶつの森 22	あつまれ どうぶつの森 22	あつまれ どうぶつの森 33	あつまれ どうぶつの森 32	あつまれ どうぶつの森 25
2位	マリオカート8 デラックス 25	ポケモン スカーレット・バイオレット 14	ポケモン スカーレット・バイオレット 19	ドラゴンクエストIII そして伝説へ… 18	マリオカート8 デラックス 20	スーパーマリオ パーティ 12 ジャンボリー
3位	スプラトゥーン3 23	スプラトゥーン3 9	スプラトゥーン3 13	スプラトゥーン3 16	ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ウィルド 18	ピクミン4 10
		マリオカート8 デラックス 9		マリオカート ワールド 16	マリオカート ワールド 18	マリオカート ワールド 10
						マリオカート8 デラックス 10

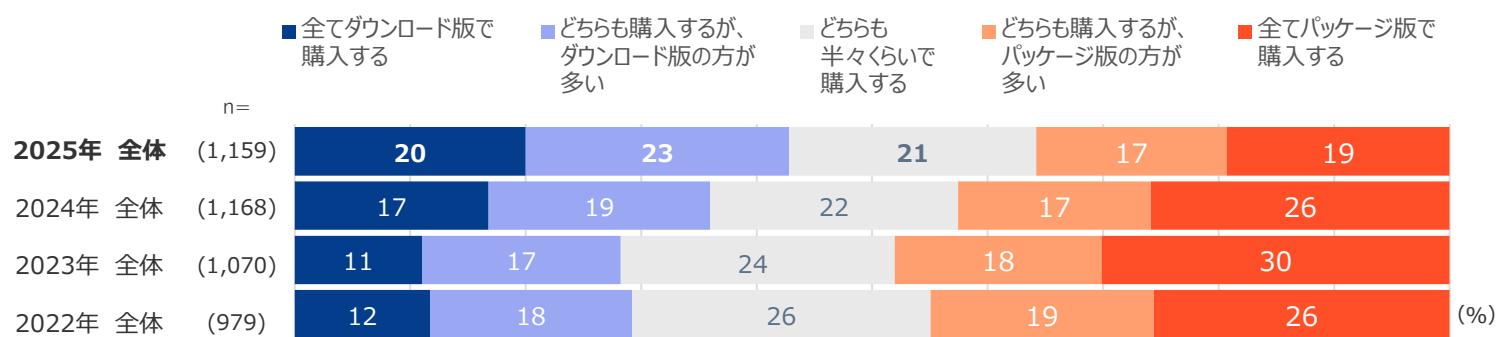
<図4>直近1年間にプレイしたコンシユーマーゲームのジャンル（複数回答）※上位12項目を抜粋



<図5> 直近1か月に支払ったゲーム関連費（複数回答）※ベース：直近1か月にコンシユーマーゲーム関連の支払いをした人



<図6> コンシューマーゲーム購入媒体（単一回答）



■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

▼コンシューマーゲームプレイヤーの属性

- コンシューマー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

▼コンシューマー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
- 直近1年以内にプレイしたゲームタイトル/ゲームジャンル
- 現在使っているゲームのプレイデバイス
- 直近1か月支出額（ソフトの購入/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
- 購入媒体
- ゲームジャンルのコレスポンデンス分析

▼直近1年間に購入したお気に入りのゲームの情報源・購入実態

- 直近発売タイトル別の情報源
- ゲームタイトルを初めて知った情報源
- ゲームタイトルに興味を持った情報源
- 興味を持った理由
- 購入を決めるきっかけになった情報源
- 購入するために調べた情報源
- ゲームを購入した場所

▼参考資料

- GEM (Game Engagement Monitor) について

■ 調査概要

調査手法	： インターネットリサーチ	有効回答数	： 2021年：556サンプル
調査地域	： 全国47都道府県		2022年：979サンプル
調査対象	： コンシューマーゲームを月1回以上プレイしている 15～69歳の男女		2023年：1,070サンプル
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） 2024年：6月28日（金）～7月2日（火） 2025年：6月27日（金）～7月3日（木）		2024年：1,168サンプル 2025年：1,159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

■ GEM（ジェム）：Game Engagement Monitor とは

* 今回の調査は、弊社オリジナルGame Engagement Monitor（GEM）サービスを利用し、アンケートを実施しました。

GEM（ジェム）は、38万人規模のゲーム特化型データベースを活用し、日本の市場分析、ターゲット理解、プロモーション測定を精度高く支援するサービスです。

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

1. 投資計画に向けた精緻な受容性の把握
2. 正確なターゲット把握
3. 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できます。

◆ 詳細はこちらから <https://www.cross-m.co.jp/service/marketing-research/gem>

【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…」