

報道関係各位

2025年7月29日
株式会社クロス・マーケティング

スマホゲームを毎日プレイする人は67%、5年間変わらず 人気のジャンルは、パズル、位置情報、コマンドRPG

—ゲームに関する調査（2025年）スマホゲーム編—

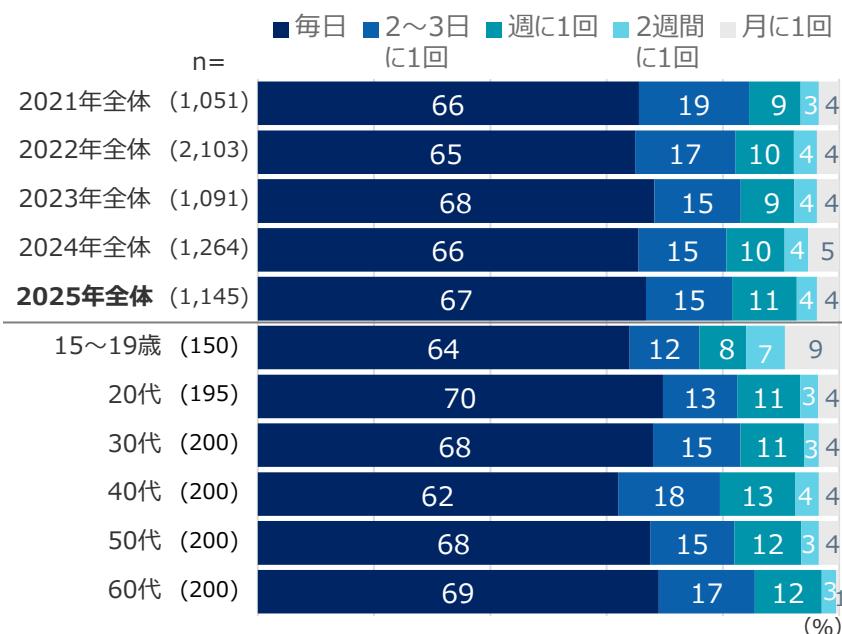
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、2025年6～7月、スマホゲームを月1回以上プレイしている全国15～69歳の男女1,145名を対象に「ゲームに関する調査（2025年）スマホゲーム編」を行いました。今回は、プレイ頻度、プレイ時間の変化、ゲームタイトル、ゲームジャンル、直近1か月間のゲーム関連費の支出内容をピックアップし分析をしました。

■調査結果（一部抜粋）

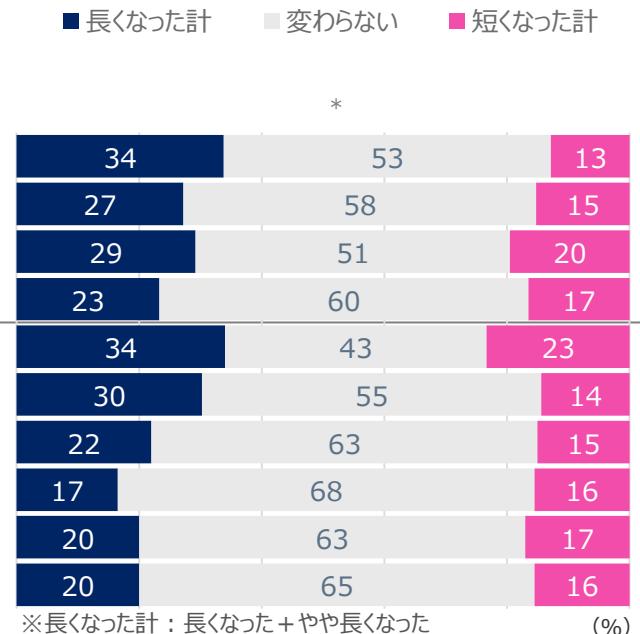
- ✓ 【プレイ頻度、プレイ時間の変化】 月に1回以上スマホゲームを行う人のうち「毎日」プレイする人は67%、この5年間、プレイ頻度は同様な水準で推移しており、年代による大きな差は見られない。<図1> 1年前と比較したプレイ時間は、「変わらない」が60%、「長くなった」が23%、15～19歳や20代でプレイ時間が長くなった人は30%台と目立つ。<図2>
- ✓ 【ゲームタイトルとジャンル】 直近1年間にプレイしたゲームタイトルを聴取した。男性のTOPは、年代別に異なるタイトルがあがつた。女性は全世代で「LINE：ディズニーツムツム」がTOP。男性15～19歳と女性15～19歳、20代は「プロジェクトセカイ カラフルステージ！feat. 初音ミク（プロジェクトセカイ）」が1、2位を占めた。リリースから1年未満の「Pokemon TCG Pocket（ポケポケ）」は、男性15～19歳、20～30代、女性20～40代で、4～5位をキープしている。<図3> ゲームタイトルからプレイしているジャンルを確認した結果、「パズルゲーム（LINE：ディズニーツムツムなど）」25%、「位置情報ゲーム（Pokemon GO、ドラゴンクエストウォークなど）」12%、「コマンドRPG（Fate/Grand Orderなど）」11%、「アクションRPG（モンスターストライクなど）」10%、「シミュレーションRPG（ウマ娘プリティーダービーなど）」8%がTOP5。「パズルゲーム」は全世代でジャンルの1位につけており、特に50代は31%と高い。2位のジャンルは15～19歳「音楽ゲーム」、20～30代「コマンドRPG」、40～60代「位置情報ゲーム」であった。<図4>
- ✓ 【スマホゲームに関わる支出内容】 この1か月の間にスマホゲームにお金を使った人の具体的な支出内容は、「ゲーム内でのアイテム課金、ガチャ」が68%が最も多く、次いで「ゲームアプリの購入（買い切り）」27%。<図5>

◆ 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/20250729game>

<図1> スマホゲームのプレイ頻度（単一回答）



<図2> この1年間のプレイ時間の変化（単一回答）



*2021年は非聴取

<図3>直近1年間にプレイしたスマホゲームタイトル／性年代別TOP5 (複数回答) ※98のゲームタイトルを呈示し聴取

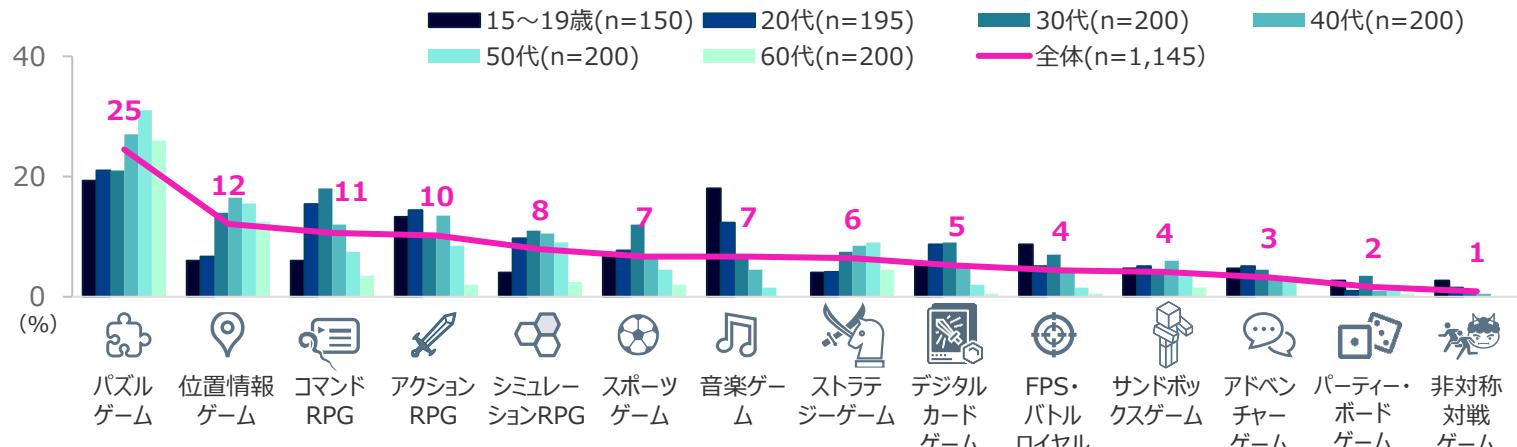
男性

	15-19歳 (n=50)	20代 (n=95)	30代 (n=100)	40代 (n=100)	50代 (n=100)	60代 (n=100)	(%)
1位	プロジェクトセカイ カラフルステージ！feat. 初音ミク 14	モンスターストライク 12	プロ野球スピリッツA 16	ドラゴンクエスト ウォーカー 15	パズル&ドラゴンズ 10	Pokémon GO 13	
2位	ブロスタ 14	プロ野球スピリッツA 11	LINE : ディズニー ツムツム 13	ウマ娘 プリティーダービー 13	ウマ娘 プリティーダービー 8	LINE ポコポコ 6	
3位	LINE : ディズニー ツムツム 10	Pokemon GO 8	Pokemon GO 13	パズル&ドラゴンズ 13	モンスターストライク 8	パズル&ドラゴンズ 6	
4位	プロ野球スピリッツA 10	パズル&ドラゴンズ 8	ウマ娘 プリティーダービー 13	Pokemon GO 11	LINE : ディズニー ツムツム 7	ドラゴンクエスト ウォーカー 5	
5位	Pokemon GO 6	Pokemon TCG Pocket (ポケポケ) 6	Pokemon TCG Pocket (ポケポケ) 10	モンスターストライク 9	Pokemon GO 7	ホームスケイプ (Homescapes) 4	
	Pokemon TCG Pocket (ポケポケ) 6				ドラゴンクエスト ウォーカー 7		
					モンスターハンター Now 7		

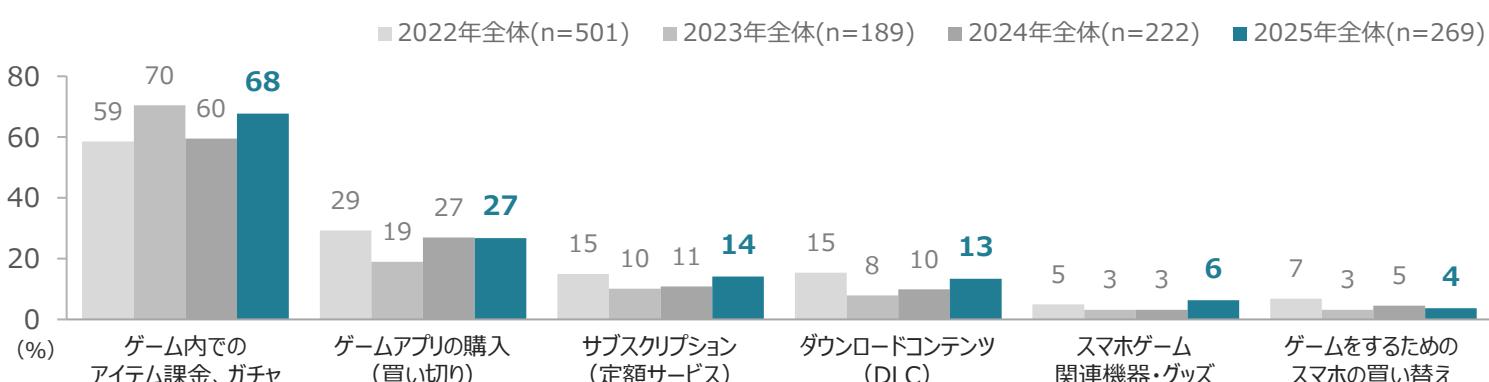
女性

	15-19歳 (n=100)	20代 (n=100)	30代 (n=100)	40代 (n=100)	50代 (n=100)	60代 (n=100)	(%)
1位	LINE : ディズニー ツムツム 16	LINE : ディズニー ツムツム 12	LINE : ディズニー ツムツム 10	LINE : ディズニー ツムツム 17	LINE : ディズニー ツムツム 17	LINE : ディズニー ツムツム 13	
2位	プロジェクトセカイ カラフルステージ！feat. 初音ミク 13	プロジェクトセカイ カラフルステージ！feat. 初音ミク 10	ディズニー ツイステッド ワンダーランド 8	LINE ポコポコ 10	Pokemon GO 6	キャンディー クラッシュ 7	
3位	あんさんぶる スターズ！！Music 8	あんさんぶる スターズ！！Music 8	Pokemon GO 7	Pokémon GO 9	キャンディー クラッシュ 6	LINE ポコポコ 6	
4位	ディズニー ツイステッド ワンダーランド 7	Pokemon TCG Pocket (ポケポケ) 6	Fate/ Grand Order 5	どうぶつの森 ポケットキャンプ コンプリート 5	ドラゴンクエスト ウォーカー 6	Pokemon GO 6	
5位	原神 6	ディズニー ツイステッド ワンダーランド 5	Pokemon TCG Pocket (ポケポケ) 5	ONE PIECE トレジャークルーズ 4	ロイヤルマッチ 6	スイカゲームー Aladdin X 3	
	モンスターストライク 5			Pokemon TCG Pocket (ポケポケ) 4		トゥーンブラスト 3	
				ドラゴンクエスト ウォーカー 4		にゃんこ大戦争 3	
				にゃんこ大戦争 4		ロイヤルマッチ 3	
				プロジェクトセカイ カラフルステージ！feat. 初音ミク 4			
				モンスターストライク 4			
				原神 4			

<図4>直近1年間にプレイしたスマホゲームのジャンル（複数回答）※98のゲームタイトルからジャンルを分類



<図5>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

▼スマートフォンゲームプレイヤーの属性

- スマートフォン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

▼スマートフォン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
- 直近1か月支出額/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
- ゲームジャンルのコレスポンデンス分析

▼直近1年間にプレイしたお気に入りのゲームの情報源・プレイ理由

- タイトル別の情報源
- プレイするきっかけとなった情報源
- プレイしたいと思った理由

▼参考資料

- GEM (Game Engagement Monitor) について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/20250729game>

■ 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：1,051サンプル
調査地域	： 全国47都道府県		2022年：2,103サンプル
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		2023年：1,091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：1,264サンプル 2025年：1,145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…」