

報道関係各位

2026年7月14日
株式会社クロス・マーケティング

コンシューマーゲームのプレイ率、男性は「マリオカート」と「ドラクエ」リメイク版 女性は「あつ森」に加え、「トモコレ」「ぽこポケ」も人気

ーゲームに関する調査（2026年）コンシューマーゲーム編ー

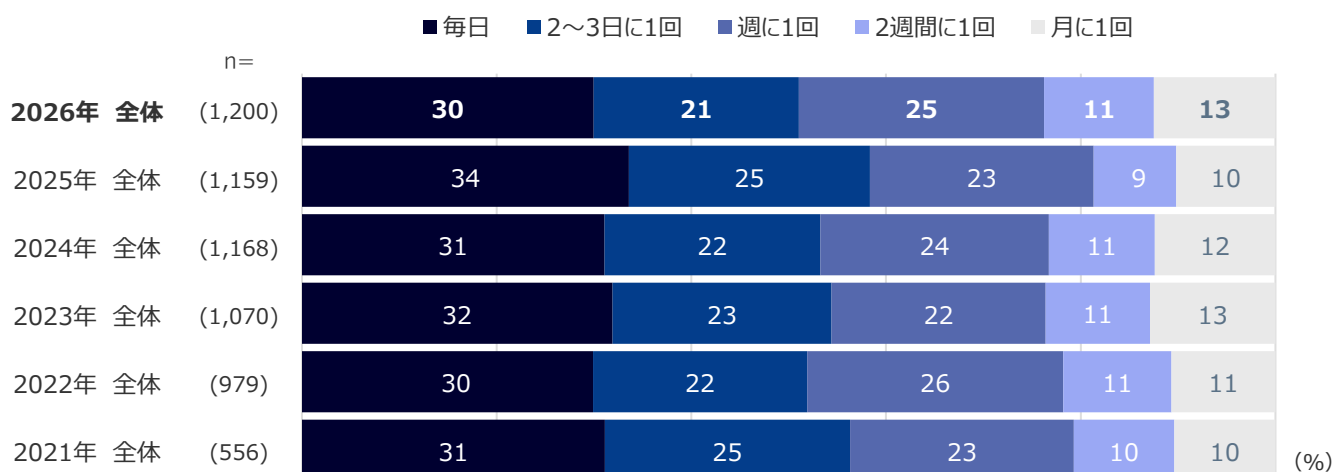
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026年6月、コンシューマーゲームを月1回以上プレイしている全国15～69歳の男女1,200名を対象に「ゲームに関する調査（2026年）コンシューマーゲーム編」を行いました。コンシューマーゲーム市場ではシリーズ作品の続編やリメイク作品が注目を集める一方で、新たなオリジナルタイトルも数多く登場しており、幅広い世代に親しまれています。今回は、プレイ頻度、1年前と比較したプレイ時間・支出金額、プレイしているゲームタイトルとジャンル、支払ったゲーム関連費、ゲームの購入媒体に注目し、分析をしました。

■ 調査結果 （一部抜粋）

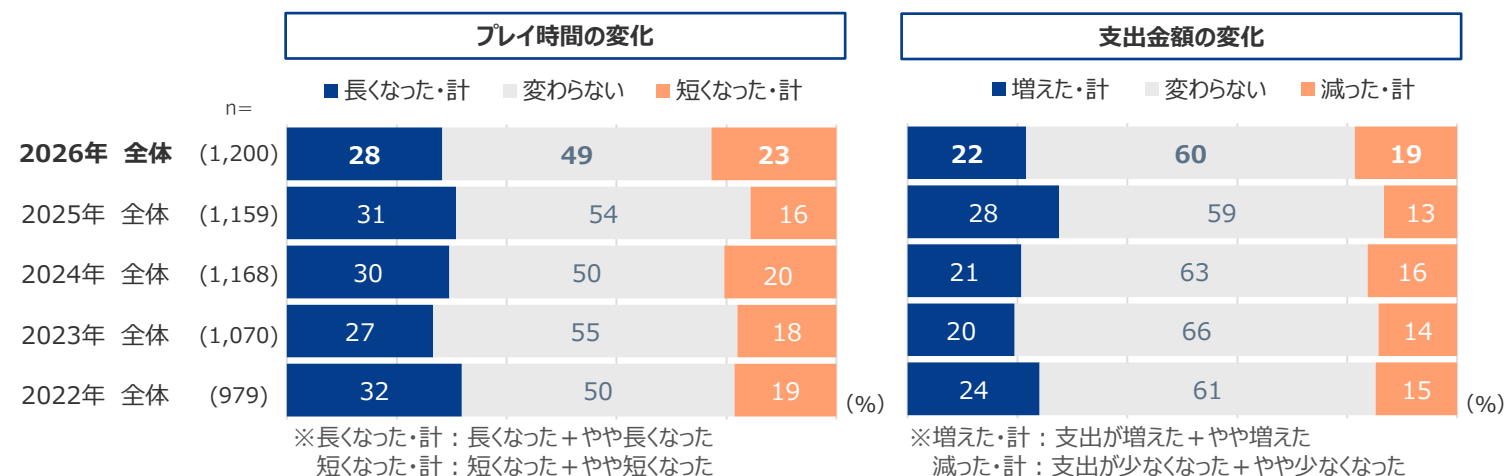
- ✓ **【プレイ頻度・時間・支出金額】** 月に1回以上コンシューマーゲームを楽しむ人のうち「毎日」プレイをする人は30%、「2～3日に1回」プレイする人の21%と合わせて51%は頻繁にプレイしている。2026年のプレイ頻度は過去の中ではやや低めである。＜図1＞ 1年前と比較したプレイ時間は、「変わらない」は49%、「長くなった」が28%、「短くなった」は過去最多の23%である。支出の変化は1年前と「変わらない」が60%、「増えた」は22%である。＜図2＞
- ✓ **【ゲームタイトルとジャンル】** 直近1年間でプレイしたゲームタイトルは、男性15～19歳と男性20代は「Minecraft」、男性20～60代は「マリオカート ワールド」、男性40～60代は「ドラゴンクエスト」リメイク版の2つが上位3位内にあがる。男性60代と女性の全世代で「あつまれどうぶつの森」がTOPであった。女性15～19歳、女性20代は「トモダチコレクション わくわく生活」、女性30代は「ぽこ あ ポケモン」と発売して間もないゲームタイトルが上位にあがった。＜図3＞ 聴取したゲームタイトルからジャンルをみると「アクションゲーム（スプラトゥーン3など）」34%、「スポーツ・レーシングゲーム（マリオカート ワールド、マリオカート8 デラックスなど）」18%、「サンドボックスゲーム（あつまれどうぶつの森など）」27%、「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）」23%、「シミュレーションゲーム（ぽこ あ ポケモン、トモダチコレクション わくわく生活など）」18%がTOP5。15～19歳の「アクションゲーム」「サンドボックスゲーム」と30代の「アクションゲーム」のプレイ率は4割台と特に高い。＜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52%、「ゲーム内でのアイテム課金、ガチャ」31%、「ダウンロードコンテンツ（DLC）」25%が上位である。＜図5＞ ゲームを購入する際は、「ダウンロード版購入」と「パッケージ版購入」が拮抗。「ダウンロード版、パッケージ版の半々くらいで購入」は年々縮小している。＜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/20260714game>

＜図1＞ コンシューマーゲームのプレイ頻度（単一回答）



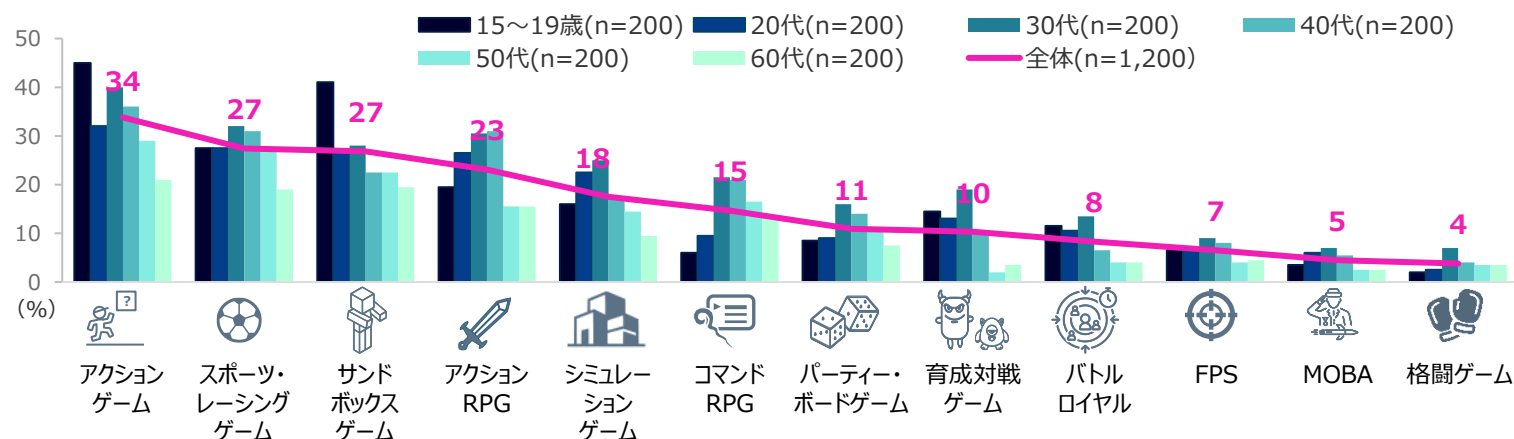
<図2> この1年間のコンシューマーゲームのプレイ時間・支出金額の変化（単一回答）



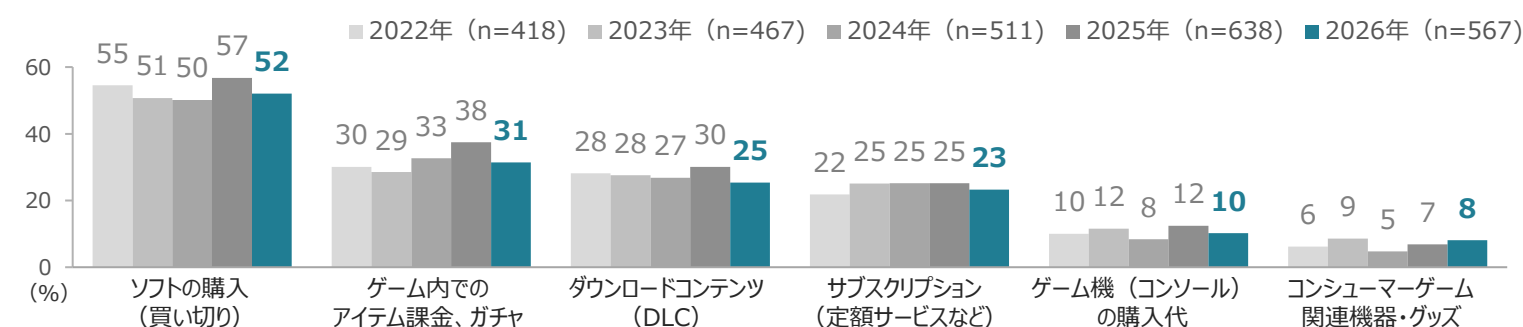
<図3> 直近1年間にプレイしたコンシューマーゲームのタイトル／性年代別TOP3（複数回答） ※100のゲームタイトルを呈示し聴取

男性						
	15-19歳 (n=100)	20代 (n=100)	30代 (n=100)	40代 (n=100)	50代 (n=100)	60代 (n=100) (%)
1位	Minecraft 23	マリオカート ワールド 15	マリオカート ワールド 17	ドラゴンクエスト I&II 18	マリオカート ワールド 13	あつまれ どうぶつの森 12
2位	スプラトゥーン3 20	大乱闘スマッシュ ブラザーズ 15 SPECIAL	マリオカート8 デラックス 16	ドラゴンクエストVII Reimagined 17	ドラゴンクエストVII Reimagined 11	マリオカート ワールド 10
3位	大乱闘スマッシュ ブラザーズ 20 SPECIAL	Minecraft 12	あつまれ どうぶつの森 15	マリオカート ワールド 16	ドラゴンクエスト I&II 9 バイオハザード レクイエム 9	ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド 8 ドラゴンクエスト I&II 8
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	あつまれ どうぶつの森 45	あつまれ どうぶつの森 29	あつまれ どうぶつの森 29	あつまれ どうぶつの森 18	あつまれ どうぶつの森 24	あつまれ どうぶつの森 25
2位	スプラトゥーン3 28	トモダチコレクション わくわく生活 13	ポケモン スカーレット・ バイオレット 17	マリオカート ワールド 14	マリオカート8 デラックス 15	ゼルダの伝説 ブレス オブ ザ ワイルド 8
3位	トモダチコレクション わくわく生活 18	マリオカート8 デラックス 13	ぼこ あ ポケモン 17	マリオカート8 デラックス 12	マリオカート ワールド 10	ドラゴンクエストVII Reimagined 8 マリオカート ワールド 8

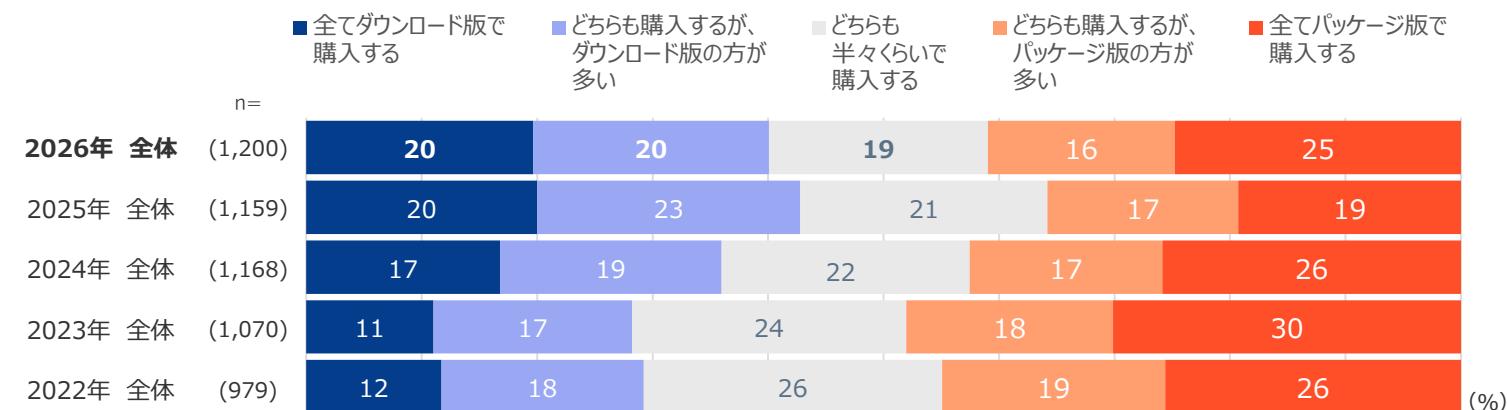
＜図4＞ 直近1年間にプレイしたコンシューマーゲームのジャンル（複数回答）※上位12項目を抜粋



＜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か月にコンシュ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ネンス分析
- ☐ 自身のゲーム体験・意識
- ☐ 1か月間の自由に使えるお金

▼参考資料

- ☐ ゲーム調査サービスについて

■ 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 : 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
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）
2026年：6月24日（水）～6月28日（日）

有効回答数 : 2021年：556サンプル
2022年：979サンプル
2023年：1,070サンプル
2024年：1,168サンプル
2025年：1,159サンプル
2026年：1,200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ィング

◆ 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・・・」