

2011年10月26日  
株式会社エンターブレイン  
広報部

## ソーシャルゲームにおける課金経験者は 37.0% そのうち半数以上が現在も課金継続中と回答 ～ 『ソーシャルゲームユーザー白書 2011』調査結果より ～

株式会社エンターブレイン(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:浜村弘一)は、このたび国内のソーシャルゲームユーザーを対象としたサービス利用実態調査を行ないました。本調査では、ソーシャルゲーム市場の現状やユーザーの基本属性といった、業界全体を把握できるものから、ユーザーの課金状況、利用時間、利用経験タイトルまで、最新のソーシャルゲーム利用動向を詳細に調査・分析しています。さらに、スマートフォンや家庭用ゲーム利用状況との関係といった、ニーズの高いトピックについてもレポートしています。調査結果の詳細は『ソーシャルゲームユーザー白書 2011』(通常版・税込価格 63,000 円)として、10月26日より弊社マーケティング情報サイト「f-ism.net」にてデータ販売いたします。

2010年の国内ソーシャルゲーム市場規模は、2009年(255億円)の約4.4倍となる1,120億円と大きく伸びています。このように急成長するソーシャルゲーム業界において、最新のユーザー動向を把握することは、ビジネスを展開する上で重要な課題となっています。エンターブレインでは、これまでも法人向けにゲームマーケティング情報や、各種レポートの提供サービスを行ってききましたが、こうした背景をふまえ、今回初めてソーシャルゲームに特化したユーザー調査を行ない、『ソーシャルゲームユーザー白書 2011』としてまとめました。

本調査によると、ビジネススキームの核となる課金(有料サービス)利用率について、ソーシャルゲームユーザー全体の37.0%が課金経験者であり、そのうち半数以上の19.9%が、現在も課金継続中であることがわかりました。

また、今後さらなる普及が予想されるスマートフォンですが、ソーシャルゲームユーザーのスマートフォン保有率は、現状3割程度となっています。ただし、フィーチャーフォンのみ保有しているユーザーの半数を超える54.4%がスマートフォン保有意向を持っており、さらにそのうち8割以上の方が、「スマートフォンへ移行しても引き続きソーシャルゲームを利用したい」と答えています。このように、現状の利用状況だけでなく、今後の利用意向についても様々な切り口から調査を行うことで、ソーシャルゲーム業界の展望も示したレポートとなっています。このほか、ソーシャルゲームユーザーの属性別平均課金額や、課金に対する意向など、より掘り下げた分析も行なっています。

今後もエンターブレインでは、ソーシャルゲームに関する調査を継続して行ない、ソーシャルゲーム開発メーカーやプラットフォーマー、金融アナリスト等、ソーシャルゲーム産業に携わる企業および、業界に関心を持つ全ての方に対し、有益な情報を提供してまいります。

## 『ソーシャルゲームユーザー白書 2011』概要

書名：ソーシャルゲームユーザー白書 2011

～2000人調査から徹底分析する課金利用実態とSNS業界の展望～

編集：エンターブレイン グローバルマーケティング局

発行日：2011年10月26日

価格：通常版 63,000円〔本体 60,000円＋税〕

フリーアンサーセット版※ 84,000円〔本体 80,000円＋税〕

総頁数：通常版 140頁 / フリーアンサーセット版 219頁

形態：PDFファイル・CD-ROM

購入方法：エンターブレインマーケティング情報サイト「f-ism.net」にて販売

URL：<http://www.f-ism.net/>

※フリーアンサーセット版には、ユーザーがソーシャルゲームに求めているジャンル、内容、要素等がわかる、回答者2000人のフリーアンサー集も付属しています

### 調査実施概要

調査対象：全国の15～59歳男女で、ソーシャルゲームを週2～3日以上利用しているユーザー  
有効サンプル数：2,000名（スクリーニング調査 19,424名）

調査期間：2011年9月17日～9月20日

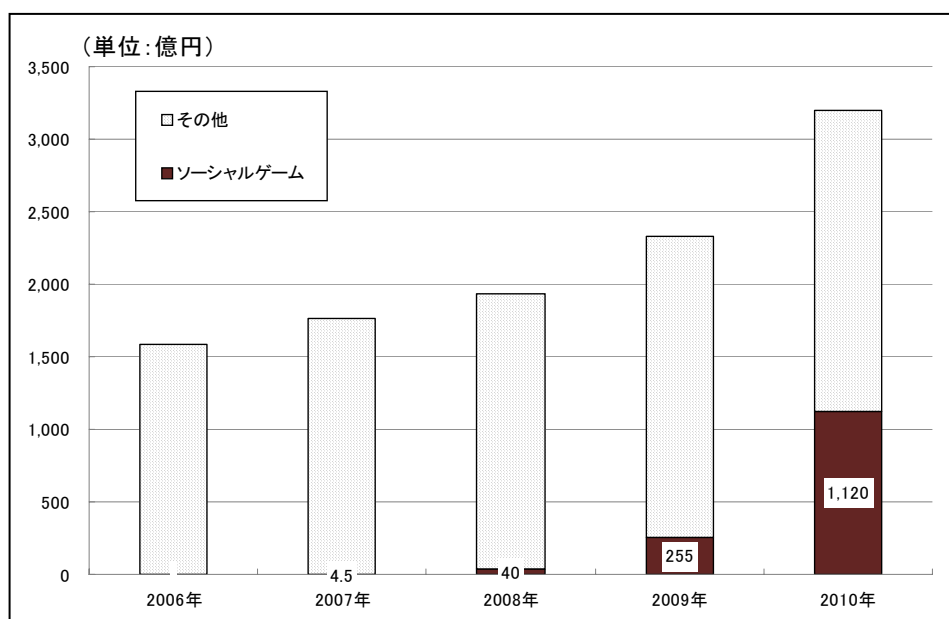
調査手法：インターネット調査

## 『ソーシャルゲームユーザー白書 2011』 おもなトピックス

★2010年の国内ソーシャルゲーム市場は1,120億円。

年々増加するオンラインゲームコンテンツ市場規模ですが、2010年は、とくにソーシャルゲーム市場が昨対比4.4倍の1,120億円と大きく伸び、オンライン市場規模全体の3割を占めるまでに成長しました。ソーシャルゲーム市場を除いたその他のオンラインゲーム市場は、2009年の2,077億円から2010年の2,082億円とほぼ横ばい成長のため、ソーシャルゲームがオンラインゲーム市場規模増加の主要因であると言えます。

### 【国内オンラインゲームコンテンツ市場規模推移】

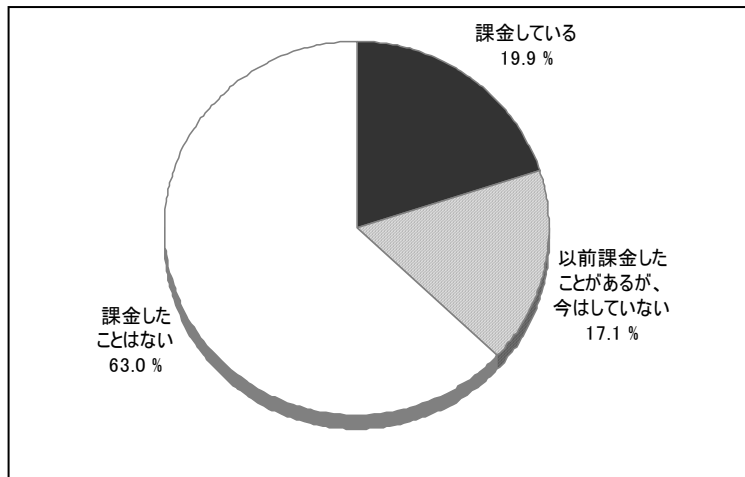


出典：ソーシャルゲームユーザー白書 2011

**★ソーシャルゲームユーザーの37%が課金経験あり。**

ソーシャルゲームユーザーの課金経験について調査したところ、37.0%が「課金をしたことがある」と回答、その約半数にあたる19.9%が「現在も課金している」という結果になりました。

**【ソーシャルゲームにおける課金(有料サービス)の経験について】**

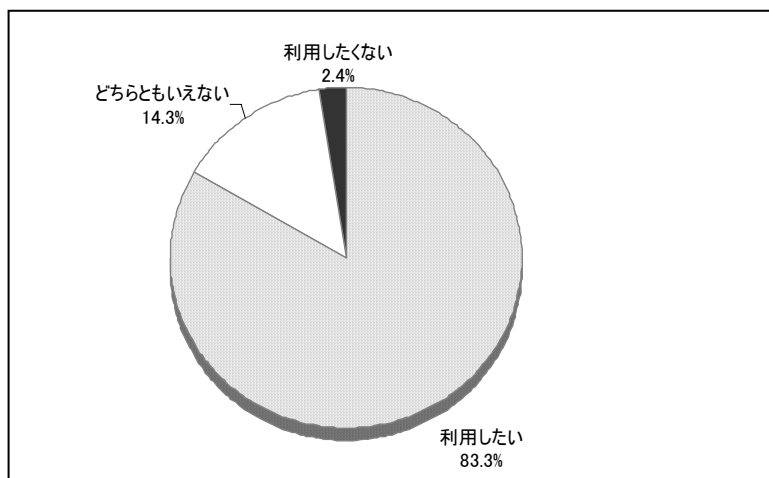


出典:ソーシャルゲームユーザー白書 2011

**★フィーチャーフォンからスマートフォンに移行しても、ソーシャルゲームを継続したい人が8割以上。**

ソーシャルゲームユーザーのスマートフォン保有率は現状3割程度ですが、フィーチャーフォン利用者の半数(54.4%)が、今後スマートフォンを「持ちたい」と答えており、そのうち83.3%のユーザーが、「スマートフォンに移行しても継続してソーシャルゲームを利用したい」という意向を示しました。別の調査では、スマートフォンでソーシャルゲームを遊んでいるユーザーの3人に1人が、スマートフォンにしてからソーシャルゲームを始めたと答えており、今後、スマートフォンの普及が進むにつれ、ソーシャルゲームはさらに新規ユーザーを獲得していくと考えられます。

**【スマートフォン保有意向者のソーシャルゲーム継続意向】**



出典:ソーシャルゲームユーザー白書 2011

## 『ソーシャルゲームユーザー白書 2011』目次

### 調査結果サマリー

- 第1章： SNS 及びソーシャルゲーム浸透状況（SNS 各サービスの現在利用状況・利用意向／ソーシャルゲーム各サービスの現在利用状況・利用意向・併用状況／ソーシャルゲームユーザー出現率）
- 第2章： ソーシャルゲームユーザー基本特性（性年代別構成／未既婚比率／職業構成／お小遣い／世帯年収／利用携帯電話キャリアと機種タイプ／家庭用ゲーム機利用状況／ゲームに対する意識／ソーシャルゲームに関する情報源）
- 第3章： ソーシャルゲーム利用状況（利用のきっかけ／魅力／ソーシャルゲーム選択時の参考情報源／利用時間・時間帯／ソーシャルゲーム利用数／課金状況／課金理由／課金金額／課金中止意識／今後の課金意向）
- 第4章： ソーシャルゲーム「タイトル別」利用状況（利用経験タイトル／現在利用タイトル／利用のきっかけ／利用頻度／平均利用時間／課金状況／ゲームの魅力）
- 第5章： スマートフォンとソーシャルゲーム（スマートフォンユーザーのソーシャルゲーム利用状況およびきっかけ／ガラケー・スマートフォンユーザーの利用変化・利用意向／スマートフォンへの移行およびソーシャルゲーム継続についての意向）
- 第6章： ソーシャルゲームユーザーの家庭用ゲーム機利用状況（家庭用ゲーム機プラットフォーム別利用頻度／ソーシャルゲーム利用による家庭用ゲーム機利用変化）
- 第7章： ゲームタイトルおよびソーシャルゲーム中止状況（1タイトルの開始から終了までの平均期間／ソーシャルゲーム中止理由）

※本リリースに掲載しておりますデータを記事にて引用希望される場合は、出典として必ず「ソーシャルゲームユーザー白書 2011」とご明記いただけますようお願いいたします。