

2013年2月25日

報道関係者各位

株式会社 CyberZ

**CyberZ、スマートフォンにおけるソーシャルゲーム利用実態調査(第二弾)を実施
課金経験のあるユーザー過半数、一人あたりの平均月間課金額は「2,700円」
並行して遊んでいるタイトル数は、平均3本**

株式会社サイバーエージェント（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：藤田晋、東証マザーズ上場：証券コード4751）の連結子会社である株式会社 CyberZ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：山内隆裕）は、ソーシャルゲーム市場の拡大(*)を背景として、全国の普段ソーシャルゲームで遊んでいる15～69歳の男女1,018名を対象に、「ソーシャルゲームの利用実態調査（第二弾）」を行いました。調査結果より、以下5つの傾向を確認することができました。

- 傾向①：ソーシャルゲームで遊ぶ際に「課金をしたことがある」ユーザーは過半数
- 傾向②：並行して遊んでいるソーシャルゲームのタイトル数は、平均3本
- 傾向③：普段遊んでいるソーシャルゲームのタイプは「無料アプリでアイテム課金型」が8割
- 傾向④：一回あたりの平均課金額は「800円」、平均月間課金額は「2,700円」
- 傾向⑤：最も多い課金対象は「回復アイテム」、次いで「武器などのステータス向上アイテム」

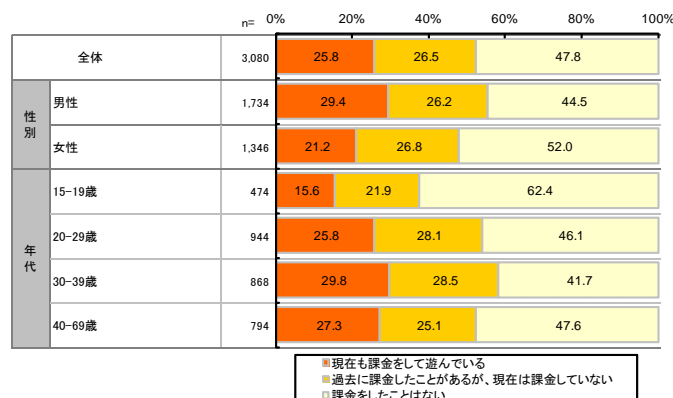
■ **本調査を実施した背景**

企業のスマートフォンにおけるソーシャルゲームのプロモーションニーズが増える中、継続的にゲームで遊んでくれる良質なユーザーを獲得する重要性が高まってきております。このような背景を受け、CyberZは企業のプロモーションにおけるマーケティング効率を上げる為、多様化するユーザーニーズや行動傾向（ゲーム内部施策と課金の相関性やゲームの継続率、曜日・時間別傾向等）を定期的に調査し、企業のプロモーション費用に対する費用対効果を最大化させるソリューションを提供してまいります。以下、調査結果詳細です。

傾向①：ソーシャルゲームで遊ぶ際に「課金をしたことがある」ユーザーは過半数

事前調査において、15～69歳の男女を人口構成比に割付回収した対象者40,000名のうち、スマートフォンもしくはフィーチャーフォンを所有しており、ソーシャルゲームで遊ぶと回答したユーザーは3,080名。そのうち、過半数はソーシャルゲームで遊ぶ際にアイテムの購入や定額利用料の支払いなどで課金をしたことがあるという結果になりました。

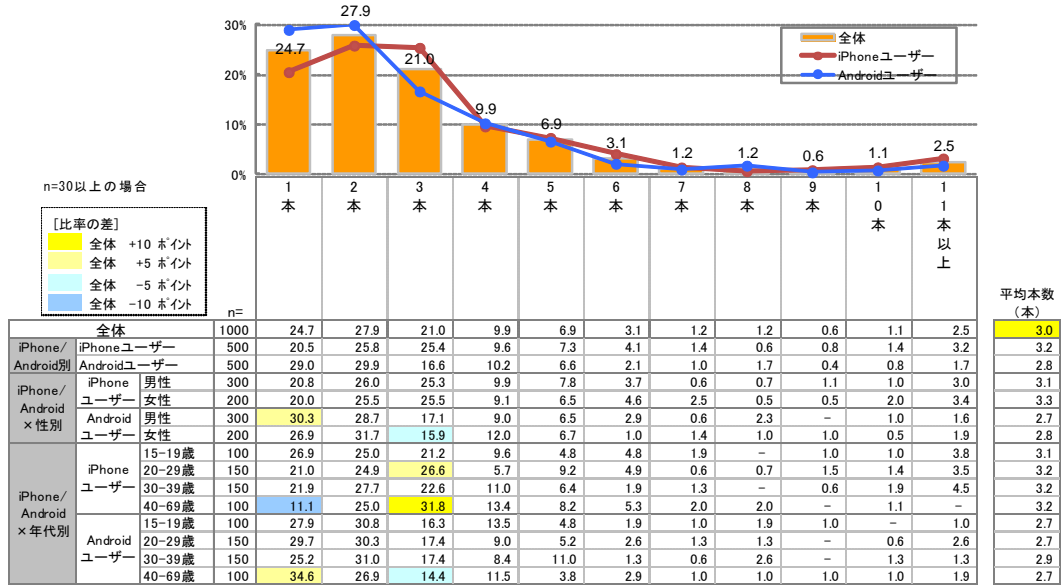
【設問1】 ソーシャルゲームへの課金経験



傾向②：並行して遊んでいるソーシャルゲームのタイトル数は、平均3本

スマートフォンにおいて普段ソーシャルゲームで遊んでいるユーザーは、平均3本のソーシャルゲームを並行して遊んでいる結果となりました。OS別でみると、iPhoneユーザーの方がAndroidユーザーと比べ、並行して遊んでいる本数がやや多い傾向がみられます。

【設問2】 並行して遊んでいるソーシャルゲームの本数

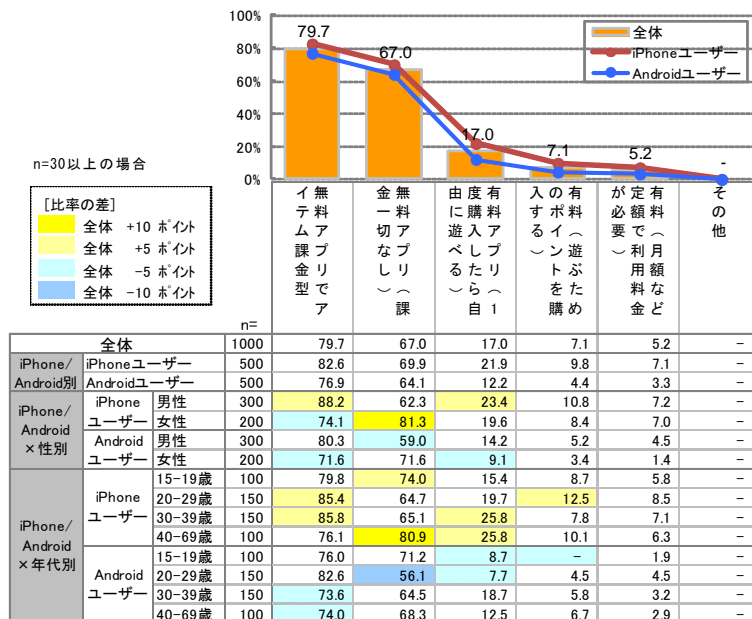


Copyright © CyberZ, Inc. All Rights Reserved.

傾向③：普段遊んでいるソーシャルゲームのタイプは「無料アプリでアイテム課金型」が8割

普段遊んでいるソーシャルゲームのタイプは、「無料アプリでアイテム課金型」が79.7%。また、「有料アプリ（1度購入したら自由に遊べる）」の購入率はAndroidユーザーよりもiPhoneユーザーの方が高い結果となりました。OS×性別でみると、女性は両OSともに「無料アプリ（課金一切なし）」の割合が最も高い傾向に。

【設問3】 遊んでいるソーシャルゲームのタイプ



Copyright © CyberZ, Inc. All Rights Reserved.

傾向④：一回あたりの平均課金額は「800円」、平均月間課金額は「2,700円」

一回あたりの平均金額は「777円」、月間の平均金額は「2,742円」という結果に。OS別に見ると、iPhoneユーザーはAndroidユーザーと比較して課金額が高く、月間の平均金額は1,000円以上上回る結果となりました。

【設問4】 ソーシャルゲームにおける平均課金額

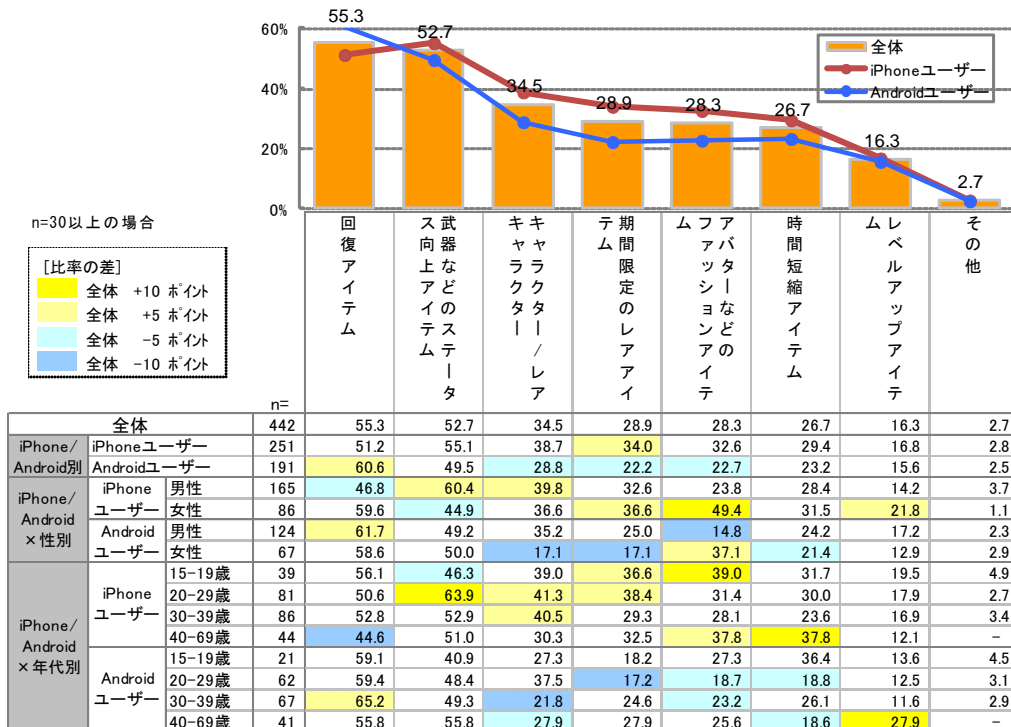
			1回あたりの平均金額	月間の平均金額	
			(円)	(円)	
全体			524	777.5	2,742.9
iPhone/ Android別	iPhoneユーザー	298	787.3	3,296.9	
	Androidユーザー	226	764.7	2,012.4	
iPhone/ Android ×性別	iPhoneユーザー	男性	193	936.8	3,900.1
		女性	105	513.7	2,193.2
	Androidユーザー	男性	147	803.3	2,100.4
		女性	79	692.4	1,848.1
iPhone/ Android ×年代別	iPhoneユーザー	15-19歳	48	727.1	2,515.5
		20-29歳	91	1,073.0	4,076.8
		30-39歳	102	738.2	3,110.3
		40-69歳	57	470.4	3,043.7
	Androidユーザー	15-19歳	26	596.8	1,228.8
		20-29歳	69	771.8	2,020.3
		30-39歳	81	740.6	2,184.0
		40-69歳	50	881.1	2,129.5

Copyright © CyberZ, Inc. All Rights Reserved.

傾向⑤：最も多い課金対象は「回復アイテム」、次いで「武器などのステータス向上アイテム」

購入経験のある対象として、「回復アイテム」が55.3%、「武器などのステータス向上アイテム」が52.7%。OS別で見ると、AndroidユーザーはiPhoneユーザーよりも「回復アイテム」の割合が高い傾向となりました。OS×性別で見ると、両OSともに女性は「アバターなどのファッションアイテム」が男性を大きく上回っています。

【設問5】 ソーシャルゲームにおける主な課金対象



Copyright © CyberZ, Inc. All Rights Reserved.



(*) 2012 年度国内ソーシャルゲーム市場は 3,870 億円、前年比 137%成長。矢野経済研究所調べ

なお、本調査第三弾では、ユーザーが新しいアプリを遊び始めるきっかけや、新しいゲームを選択する際に重視するポイントなどについて発表予定です。

■ 調査主体

社名 株式会社 CyberZ <http://cyber-z.co.jp/>
所在地 東京都渋谷区道玄坂一丁目 12 番 1 号 渋谷マークシティ 23 階
設立 2009 年 4 月 1 日
代表者 代表取締役社長 山内隆裕
事業内容 スマートフォン広告事業

■ 調査概要

調査時期：2012 年 12 月 27 日（木）～12 月 30 日（日）
調査方法：インターネットリサーチ
調査対象：普段ソーシャルゲームで遊んでいる 15 歳～69 歳の男女
調査機関：株式会社マクロミル
有効回答数：1,018 サンプル

■本リリースに関するお問い合わせ

株式会社 CyberZ 広報担当：椛嶋(かばしま)

E-mail: press@cyber-z.co.jp

Tel: 03-5459-6276 Fax: 03-5428-2318

以上