

2023年1月31日
株式会社 ゲームエイジ総研

【株式会社ゲームエイジ総研】

「PCゲーム調査専用パネル」を構築

PCゲームプレイ経験者は1,052万人

～ 潜在ユーザーは、プレイ経験者と同程度の規模の有望マーケット ～

株式会社ゲームエイジ総研（代表取締役社長：光井誠一）では、国内唯一の「ゲームビジネスに特化したマーケティングリサーチ&コンサルティングファーム」として様々な分析を行っています。

弊社はネットリサーチに対応した調査用データベースを構築しており、今回新たに7万人を超える規模の「PCゲーム調査専用パネル」を構築しました。

また、これにあわせ、PCゲームとのエンゲージメントの度合いを測る指標である『PC-GUESS（PC Game User Engagement Scale Segmentation）』を作成しました。この指標により、PCゲーマーの市場の構造をウオッチできるほか、PCゲーマーを対象とした調査を行う際の対象者の選定にも有効です。

【レポートサマリー】

■ PCゲームプレイ経験者は1,052万人

- PCゲームプレイ経験者の45.5%は家庭用ゲーム機でもゲームプレイ
- 男性が69.5%、女性が30.5%。男性20代と40代が150万人超え
- 直近1年間に利用したPCゲームのプラットフォーム/サービスで最も多いのは「Steam」で318万人

■ PCゲーム潜在ユーザーは1,126万人

- PCゲームプレイ経験者と同程度の規模の有望マーケットが存在している

■ PCゲームとのエンゲージが強い“イノベーター”はPCゲーマーの12%

- PCゲームとのエンゲージメント指標「PC-GUESS」を作成
- PCゲームとのエンゲージが最も強い“イノベーター”は253万人
- 利用が少ないPCゲームのプラットフォーム/サービスほど“イノベーター”の利用率が高い

【PCゲーム調査専用パネルの概要】

パネル対象：PCゲームプレイ経験者、PCゲームプレイ意向者 パネル数：63,327サンプル

調査時期：2022年9月～10月 調査手法：インターネット調査

※今回の数値は、弊社で別途実施の社会調査に基づいて日本のゲームユーザー人口に拡大推計を行っています。

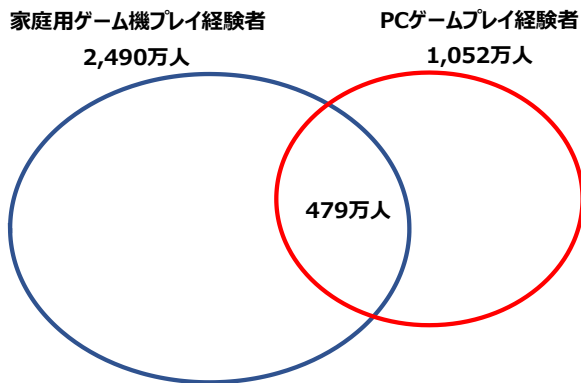
■ PC ゲームプレイ経験者は 1,052 万人

PC ゲームプレイ経験者は 1,052 万人となります。現在もプレイしている、プレイしたことがある程度というように濃淡はあるものの、規模としては 1000 万以上と、非常に大きいことがわかります。

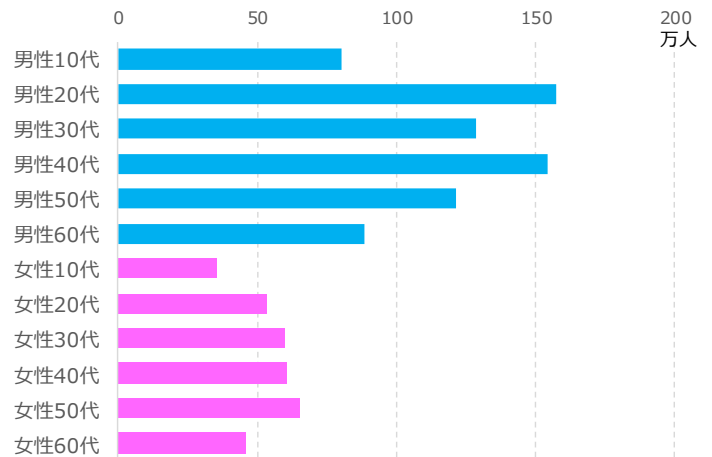
家庭用ゲーム機でゲームをプレイするゲーマーとの重なりを見ると 479 万人と、PC ゲームプレイ経験者の 45.5%は家庭用ゲーム機でもゲームプレイ経験があるものの、5 割以上が PC ゲームのみのプレイ経験者となっています。【図①】

PC ゲームユーザーの性年代構成を見ると、男性 20 代と 40 代が多く 150 万人を超えています。男性が 69.5%、女性が 30.5%と、約 7 割は男性となっています。【グラフ①】

【図①】 家庭用ゲーム機とPCゲームプレイ経験者

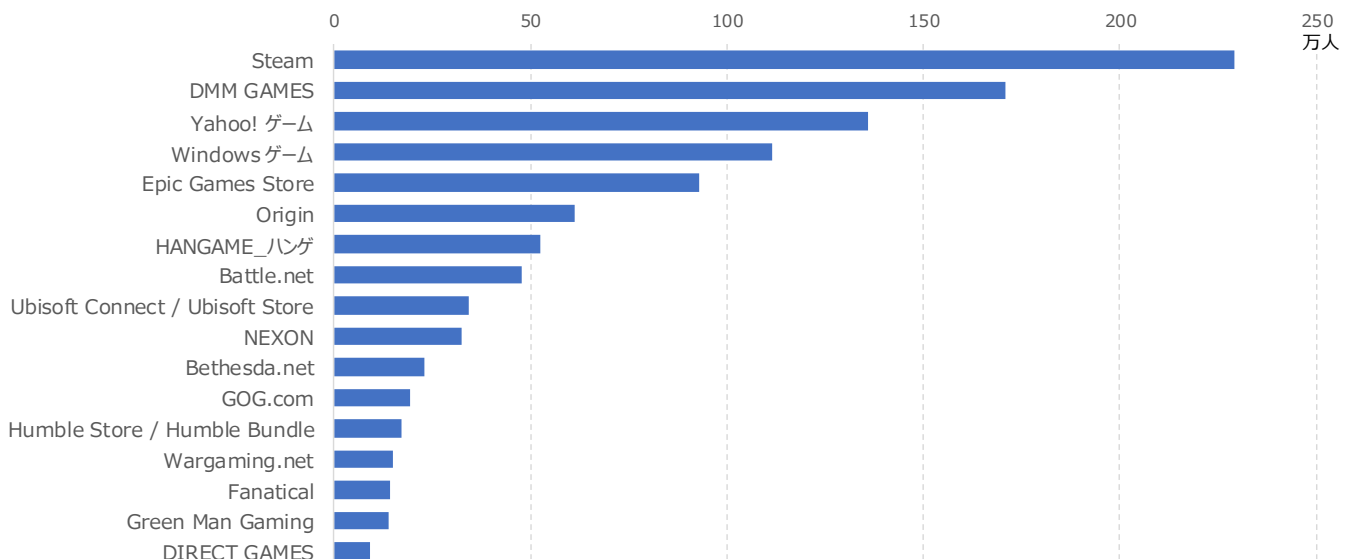


【グラフ①】 PCゲームプレイ経験者の性年代構成



また、直近 1 年以内で利用した PC ゲームのプラットフォーム/サービスでは、「Steam」の利用者数が最も多く、独自のタイトルラインナップを持つ「DMM GAMES」がそれに続きます。【グラフ②】

【グラフ②】 直近1年間で利用したPCゲームのプラットフォーム/サービス



■ PC ゲーム潜在ユーザーは 1,126 万人

この PC ゲーム調査専用パネルでは、PC ゲームプレイ経験者だけでなく、潜在ユーザーも確認ができます。

今後 PC ゲームをプレイしてみたいというゲーマーは 1,126 万人となります。PC ゲームプレイ経験者と同程度の規模の有望マーケットが存在することがわかります。

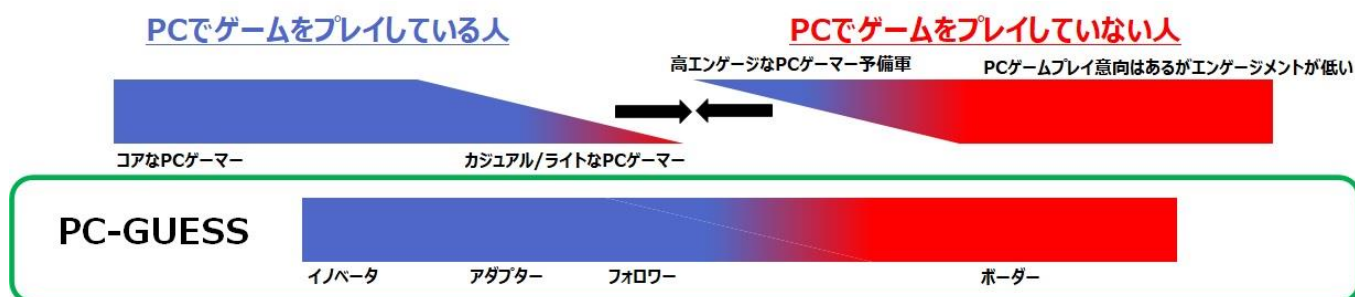
このように、PCゲーム調査専用パネルでは、PCゲームユーザーの市場実態把握のほか、新作タイトルのコンセプト受容性調査やニーズ/不満点把握のための調査、また、プロモーション施策を行う前の事前調査や施策後の効果検証など、様々な調査をPCゲーマーとPCゲーマー予備軍までをカバーし、効率的に行うことが可能となっています。

■ PCゲームとのエンゲージメント指標「PC-GUESS」

コンシューマやモバイルゲーム市場と異なり、PCゲーム市場は未成熟であると言えます。今回のPCゲーム調査専用パネルの構築により、ゲームプレイ経験者や潜在ユーザーの規模がわかりましたが、実際にはゲームのタイトルやジャンル、調査のテーマによって、調査したい対象は様々です。

そこで、PCゲームとのエンゲージメントの強弱を測る弊社独自の指標を作成しました。この指標はPCゲームプレイ経験者、潜在ユーザーをあわせた指標となっています。

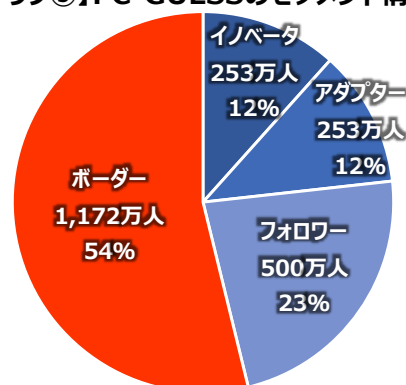
PCでゲームをしているPCゲームプレイ経験者には「オンラインサービス/プラットフォームの認知/加入」「プレイ頻度」「課金状況」といった要素に加え、潜在ユーザーも含め「PCゲームとの結びつきの強さ」といった心理的な要素を加味したセグメンテーションを作成しました。



最もPCゲーム市場にコミットしている「イノベーター」は253万人（12%）であり、マーケットを牽引する存在となっています。それに次ぐ「アダプター」も253万人であり、500万人で構成される「フォロワー」へつなぐ役割を担います。この3セグメントで1,000万人規模の市場となっており、今後のマーケット拡大のキーになる1,172万人という最大セグメントである「ボーダー」が控えています。

上位セグメントからいかに下位セグメントにユーザーを拡大するかがセルスルー/ダウンロードの拡大には必要であり、ひいてはPC市場そのものを拡大できるかどうかを左右することになります。

【グラフ③】PC-GUESSのセグメント構成



■ 利用がまだ少ないプラットフォーム/サービスほどイノベーターの利用率が高い傾向

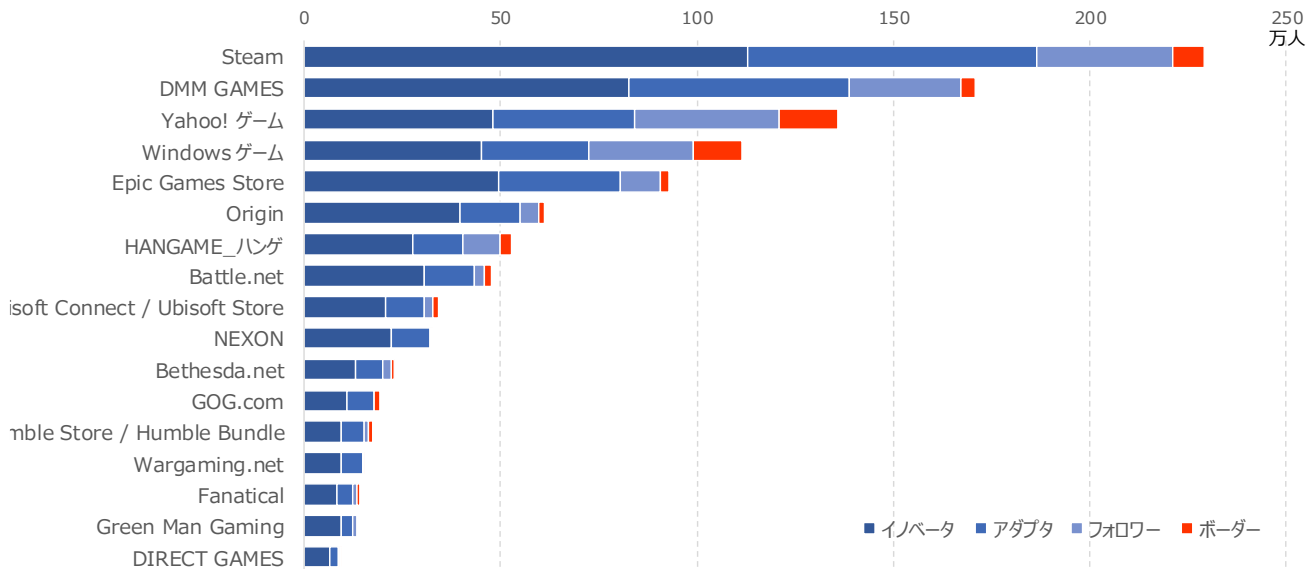
先ほどの直近1年以内で利用したPCゲームのプラットフォーム/サービスをPC-GUESS指標のセグメント別で見たのが【グラフ④】になります。

いずれのゲームプラットフォーム/サービスでも、イノベーターの利用が多くなっています。最も利用されている「Steam」や次いで利用の多い「DMM GAMES」ではイノベーターの割合が利用者の約5割、アダプターが約3割、フォロワーが約2割の構成になっており、コアなPCゲーマーからライトなPCゲーマーまで広く利用されていることがわかります。一方で、3番目に高い「Yahoo!ゲーム」はイノベーター、アダプター、フォロワーの構成がいずれも約3割程度と、「Steam」や「DMM GAMES」と比較し、ライトなPCゲーマーの利用が目立つことがわかります。「Steam」や「DMM GAMES」と「Yahoo!ゲーム」では、性

質の違った PC ゲーマーであるということです。

また、利用がまだ少ないプラットフォーム/サービスではイノベーターのシェアが目立ちます。「GOG.com」「Humble Store」「Green Man Gaming」「DIRECT GAMES」といった DRM フリーゲームの販売や KEY セールの利用者は少なく、このサービスのベネフィットを日本のユーザーが受け入れられるかどうかは今後注視していきたいと思えます。

【グラフ④】 PC-GUESS別の直近1年間で利用したPCゲームのプラットフォーム/サービス



このように、PC ゲームユーザーを行動特性/今後のニーズ/エンゲージメントにてセグメントした結果、マーケットに及ぼす影響に違いがあることが分かりました。PC-GUESS は調査内容に合った調査対象を絞り込むのに有効な指標となっています。

まだまだ発展途中の PC ゲームマーケットでユーザーを獲得していくには、これまでのようなコアユーザーや独特のニーズを持つファン以外にもライトな層や PC ゲーマー予備軍にもアプローチする必要がありそうです。

ニーズを知るためにはリサーチを行うことが必要となる場合が多いのですが、未知のユーザー層の情報を得るにはユーザーサンプリングや企画設計が非常に大切であると言えます。ぜひ、「PC ゲーム調査専用パネル」また、「PC-GUESS」指標を有効にご活用ください。

「PC ゲーム調査専用パネル」「PC-GUESS」に関するご相談・お問い合わせはこちら

<https://www.gameage.jp/contact/contact.html>

03-5464-9208

担当：木戸/水本

株式会社ゲームエイジ総研 会社概要

所在地：東京都渋谷区渋谷3-15-3 土屋・渋谷ビル7F

設立：2005年12月16日

代表者：代表取締役 光井 誠一

事業内容：コンサルティング 及び リサーチ&アナリシス

【このリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社ゲームエイジ総研 佐藤

info@gameage.jp

<https://www.gameage.jp/release>

TEL：03-5464-9208 FAX：03-5464-9209