

# スマホゲーム市場に関する調査を実施（2016年）

～国内市場の成長は鈍化傾向、海外進出の動きも活発化～

## 【調査要綱】

矢野経済研究所では、次の調査要綱にて国内のスマートフォンゲーム市場の調査を実施した。

1. 調査期間: 2016年12月～2017年2月
2. 調査対象: 国内主要スマートフォンゲームメーカー等
3. 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、電話・e-mailによるヒアリング、ならびに文献調査併用

### ＜スマホゲームとは＞

本調査におけるスマートフォンゲーム(以下、スマホゲーム)とは、スマートフォンデバイス上で作動するゲームアプリケーションを指し、ネイティブゲームアプリやブラウザゲームなどを対象とした。

### ＜スマホゲーム市場とは＞

本調査におけるスマホゲーム市場規模は、アプリ内アイテム課金を含むユーザー課金の合計金額で算出し、広告収入は含まない。

## 【調査結果サマリー】

### ◆ 2015年度の国内スマホゲーム市場規模は前年度比103.4%の9,250億円と堅調推移

2015年度の国内スマートフォンゲーム(スマホゲーム)市場規模はメーカー売上金額ベースで、前年度比103.4%の9,250億円と堅調に推移した。2012年以降にリリースされた「パズル&ドラゴンズ」に代表されるヒットしたゲームアプリの売上が伸び悩むなか、大手家庭用ゲームメーカーによる本格的な自社コンテンツの継続的な投入や、爆発的ではないもののヒットタイトルが市場に複数登場したことにより、スマホゲーム市場は安定成長となった。

### ◆ スマホゲームアプリの開発環境は厳しく、スマホゲームメーカーの市場寡占化も

ヒットタイトルが年々出現しにくくなるなかで、スマホゲームメーカー各社には家庭用ゲーム機と同等レベルの開発技術力や人材確保、また複数、且つ同時進行の開発ラインが求められるとともに、開発期間の長期化に伴うコスト増大といった課題などもある。一方で、こうした要件を満たすことのできる企業は限られており、今後は小規模事業者の淘汰と同時に、有力なコンテンツを有するゲームメーカーの市場寡占化が進むものと考えられる。

### ◆ 2017年度の国内スマホゲーム市場規模は前年度比101.6%の9,600億円と安定成長を予測

家庭用ゲームメーカー各社はスマホゲーム開発に移行している。2016年から任天堂が本格的に市場参入をし、同社の有力コンテンツの積極的な展開がさらに期待されることなどから、2016年度の国内スマホゲーム市場規模はメーカー売上金額ベースで、前年度比102.2%の9,450億円、2017年度は同101.6%の9,600億円と安定的な成長を予測する。

### ◆ 資料体裁

資料名:「スマホゲームの市場動向と将来性分析 2017」  
 発刊日: 2017年3月17日  
 体裁: A4判 198頁  
 定価: 120,000円(税別)

### ◆ 株式会社 矢野経済研究所

所在地: 東京都中野区本町2-46-2 代表取締役社長: 水越 孝

設立: 1958年3月 年間レポート発刊: 約250タイトル URL: <http://www.yano.co.jp/>

本件に関するお問合せ先(当社HPからも承っております <http://www.yano.co.jp/>)

(株)矢野経済研究所 マーケティング本部 広報チーム TEL: 03-5371-6912 E-mail: [press@yano.co.jp](mailto:press@yano.co.jp)

本資料における著作権やその他本資料にかかる一切の権利は、株式会社矢野経済研究所に帰属します。  
 本資料内容を転載引用等されるにあたっては、上記広報チーム迄お問合せ下さい。

**【 調査結果の概要 】****1. 市場概況**

2015年度の国内スマートフォンゲーム(以下、スマホゲーム)市場規模はメーカー売上金額ベースで、前年度比103.4%の9,250億円と堅調に推移した。2012年以降にリリースされた「パズル&ドラゴンズ」に代表されるヒットしたゲームアプリの売上が伸び悩むなか、大手家庭用ゲームメーカーによる本格的な自社コンテンツの継続的な投入や、爆発的ではないもののヒットタイトルが市場に複数登場したことにより、スマホゲーム市場は安定成長となった。

2016年に入り、国内市場の成長率は鈍化傾向にある。市場に投入されるゲームに目新しさが薄れ、課金の仕組みやゲーム性に類似性が見受けられるなか、これまでの市場成長を支えたヒットタイトルが出現しにくくなっていることが市場の成長性に影響を及ぼしている。

一方で、大手家庭用ゲームメーカーの安定的な人気タイトルのほか、今後も馴染みのあるキャラクターを使用した有力コンテンツの投入が想定されることから、市場に好影響を与えることが期待される。

**2. 注目すべき動向～ゲームアプリの開発環境は厳しく、スマホゲームメーカーの市場寡占化も**

現下、スマホゲームを取り巻く環境は常に速いスピードで変化している。ヒットタイトルが年々出現しにくくなるなかで、スマホゲームメーカー各社には家庭用ゲーム機と同等レベルの開発技術力や人材確保、また複数、且つ同時進行の開発ラインが求められるとともに、開発期間の長期化に伴うコスト増大といった課題などもある。これまでのように少ない資本で多くのリターン(収益)が得られる状況ではなく、ゲームアプリ開発には相応の負担を強いられる状況にある。

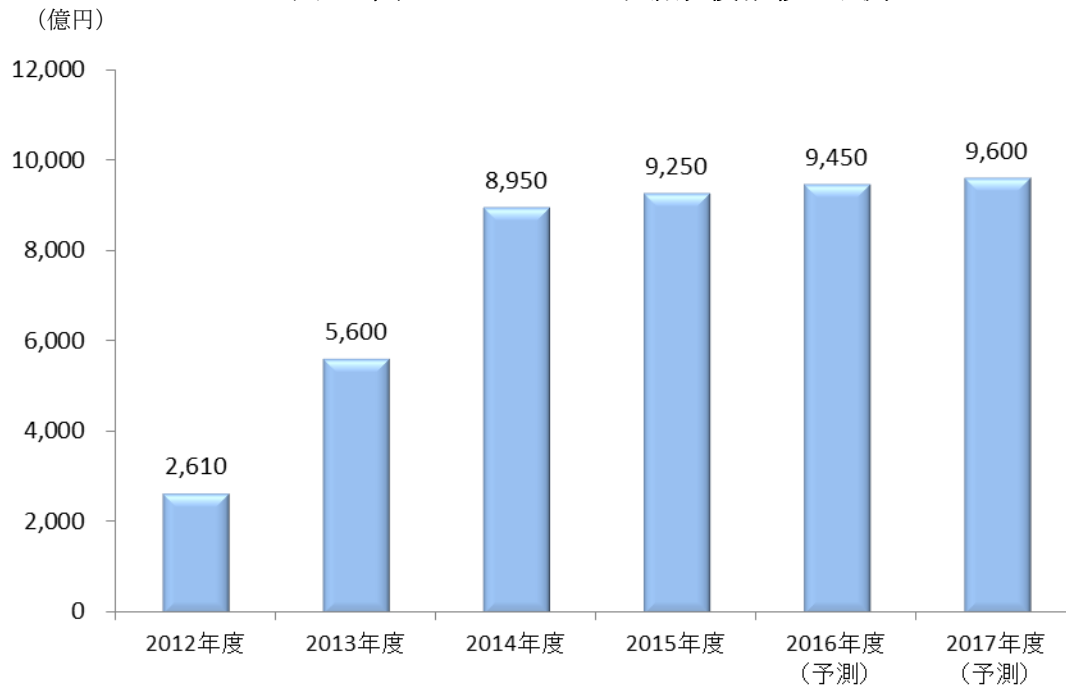
一方で、こうした要件を満たすことのできる企業は限られており、今後は小規模事業者の淘汰と同時に、有力なコンテンツを有するゲームメーカーの市場寡占化が進むものと考えられる。

**3. 市場予測～アジア諸国を中心に海外市場進出に期待**

昨今のスマートフォンの普及に伴い、家庭用ゲームメーカー各社はスマホゲーム開発に移行している。2016年から任天堂が本格的に市場参入をし、同社の有力コンテンツの積極的な展開がさらに期待されることなどから、2016年度の国内スマホゲーム市場規模はメーカー売上金額ベースで前年度比102.2%の9,450億円、2017年度は同101.6%の9,600億円と安定的な成長を予測する。

また、国内市場が成熟しつつあるなか、ゲームメーカー各社は海外市場の将来性に着目し、海外進出の動きを見せている。これまでも海外市場へ参入するゲームメーカーはこれまで複数社あったが、いずれも現地への継続的なゲームアプリの投入には至っておらず、市場参入と撤退を繰り返す状況にあった。現在は現地企業との連携や協業、現地に合わせたコンテンツ開発体制を構築するなど、海外市場を見据えたゲームアプリの投入を目指す動きも活発化している。なかでも日本との文化的な親和性の高いアジア諸国を中心に海外進出が進むものと考えられる。

図1. 国内スマホゲーム市場規模推移と予測



矢野経済研究所推計

注1.メーカー売上金額ベース

注2.2016年度以降は予測値

注3.市場規模は、アプリ内アイテム課金を含むユーザー課金の合計金額で算出し、広告収入は含まない。