

# 東京ゲームショウ2015

## 来場者調査報告書

2015年11月

一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会





## 第1部 調査のガイド

第1章 東京ゲームショウ2015来場者調査 調査概要	1
第2章 回答者の基本属性	2
1. 性別	2
2. 性年齢	3
3. 職業	5
4. 居住地	7
5. I P S	8
6. 来場経験のある会場イベント	9

## 第2部 来場者のゲームプレイ状況

第3章 家庭用ゲームのプレイ状況	11
1. 各ゲーム機の家庭内所有/プレイ率	11
2. 家庭用ゲームプレイ経験	13
3. 家庭用ゲームプレイ頻度	14
4. 家庭用ゲームソフト購入本数	15
5. 家庭用ゲーム機の追加ダウンロードコンテンツ購入有無	17
6. 好きなゲームジャンル	18
第4章 パソコン用ゲームのプレイ状況	20
1. パソコン用ゲームプレイ経験	20
2. プレイしたゲームの種類	21
3. 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームでのアイテム課金の有無	22
第5章 スマートフォン・タブレット用ゲームのプレイ状況	23
1. スマートフォン・タブレット用ゲームプレイ経験	23
2. プレイしたゲームの種類	24
3. 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームでのアイテム課金の有無	25
第6章 携帯電話用ゲームのプレイ状況	26
1. 携帯電話用ゲームプレイ経験	26
2. プレイしたゲームの種類	27
3. 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームでのアイテム課金の有無	28
第7章 アーケードゲームのプレイ状況	29
1. アーケードゲームプレイ経験	29
第8章 各ゲームの重複状況	30
1. 各ハードウェアでの継続プレイヤーの重複率	30

## 第3部 来場者のゲームプレイ意向

第9章 今後のゲームプレイ意向	32
1. 家庭用ゲームプレイ意向	32
2. パソコン用ゲームプレイ意向	33
3. スマートフォン・タブレット用ゲームプレイ意向	34
4. 携帯電話用ゲームプレイ意向	35
5. アーケードゲームプレイ意向	36
6. 家庭用ゲーム機購入意向	37
7. 各ゲームのプレイ経験×意向	39
8. 各ハードウェアでのプレイ意向者の重複率	41

## 第4部 東京ゲームショウ来場状況

第10章 東京ゲームショウ2015について	43
1. 認知経路	43
2. 来場回数	45
3. 滞在予定時間	46
4. 試遊予定タイトル数	47
5. 一番良かったメーカーブース	48
6. 訪問（予定）コーナー	50
7. 満足度	52
8. 次回来場意向	55

## 巻末資料

1. 調査票	58
2. アンケートブース設置ポイント	64

## 1.東京ゲームショウ2015来場者調査 調査概要

## 1.調査概要

	東京ゲームショウ2015来場者調査	【比較対象】一般生活者調査
■ 調査目的	東京ゲームショウの一般来場者について、基本属性、普段のゲーム接触状況、東京ゲームショウの来場状況を把握する。	日本全国の一般生活者におけるゲームの利用実態と意識を把握する。
■ 調査対象	東京ゲームショウ来場者 3才以上の男女個人	一般生活者 3～79才男女個人
■ 標本設計	アンケートブースを会場内に3か所設け（※場所は巻末資料を参照）、来場者全体を捉えるため、過去実績から時間別割当を設定し、無作為に調査を依頼、回収した。	株式会社日本リサーチセンターの「トラストパネル」より抽出。回収結果が平成22年国勢調査結果の男女別・年齢別・居住地別の構成比に近くなるよう、過去実績等から計算の上で抽出を行った。
■ 調査項目	巻末の調査票を参照	「2015CESA一般生活者調査報告書」を参照
■ 調査方法	会場調査法（自記式調査票）	郵送調査法
■ 調査実施期間	2015年9月20日（日） ※一般公開日2日目（最終日）	2015年1月20日（火）～2月10日（火）
■ 調査対象期間	調査実施時点の実態 <small>（実績に関しては2014年9月21日～2015年9月20日）</small>	調査実施時点の実態 <small>（実績に関しては2014年1月1日～2014年12月31日）</small>
■ 有効回収数	1,254サンプル なお、一般公開日の来場者数は以下のとおり 2015年9月19日（土） 97,601人 2015年9月20日（日） 112,230人	2,914サンプル（有効回収率：47.8%）
■ 集計・分析方法	東京ゲームショウ来場者の特性を明らかにするため、性年代別・IP S別（※P8を参照）を中心としたクロス集計を行い、一般生活者との比較及び3ヶ年分の東京ゲームショウ来場者との比較を行い、報告書を作成した。なお、本報告書では、有効回答者をベースとしている。また、回答者数が30未満のものは、基本的に分析では触れていない。	
■ 実施主体/調査機関	実施主体：一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 調査企画：株式会社ゲームエイジ総研 調査機関：株式会社日本リサーチセンター	

## 2.回答者の基本属性

### 1.性別

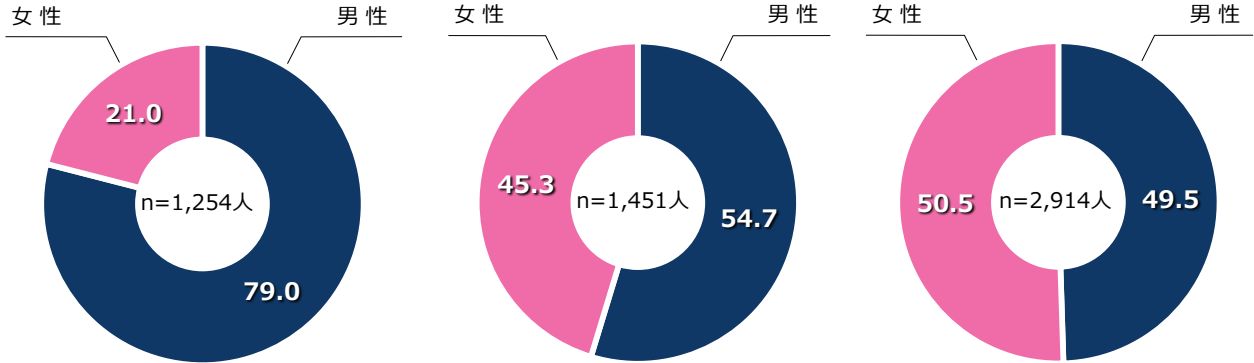
#### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・ゲームプレイヤー】

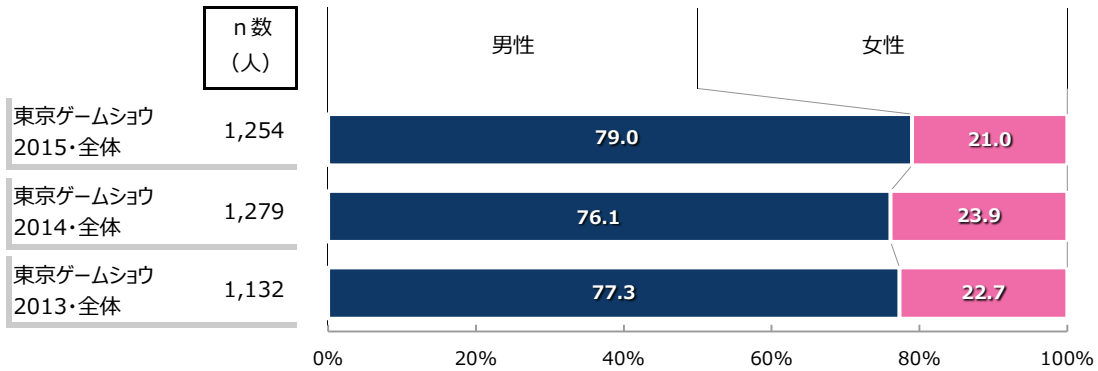
【2014年一般生活者・全体】

(単位：%)



#### ■時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



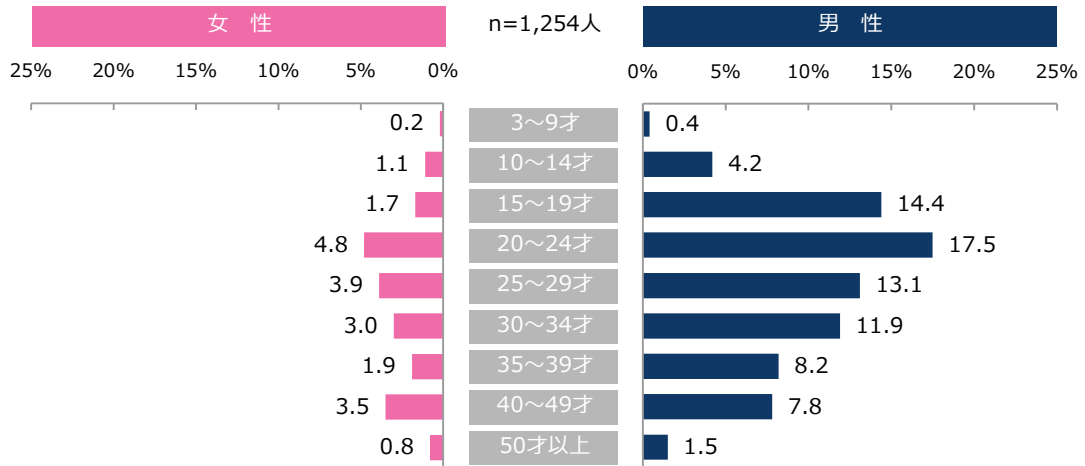
※ 一般生活者・ゲームプレイヤーとは、「家庭用ゲーム」「パソコン用ゲーム」「スマートフォン・タブレット用ゲーム」「携帯電話用ゲーム」「アーケードゲーム」のいずれかを現在継続的に行っているユーザーを指す。

- 男女比は、前々回より横ばいで、「男性」が79.0%、「女性」が21.0%となっている。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比べると、「男性」が24.3ポイント高い。

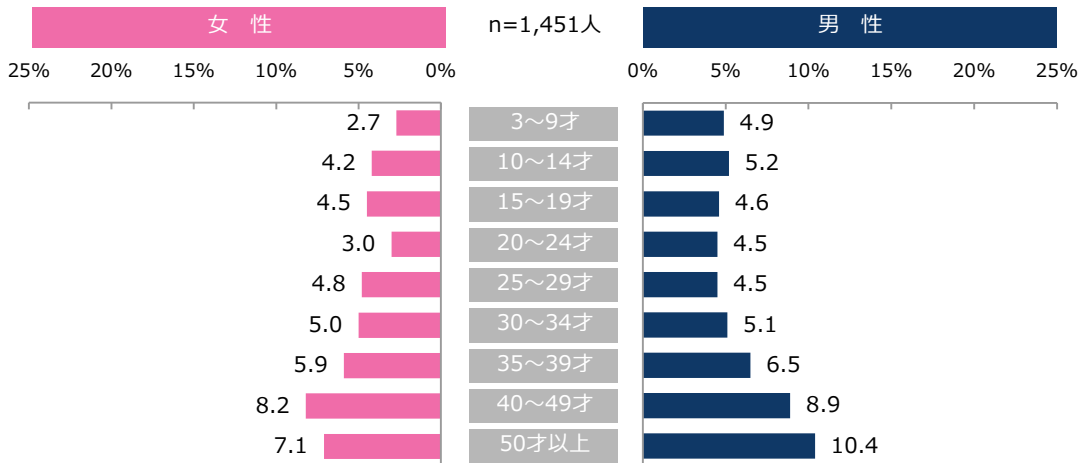
## 2.性年齢

### ■一般生活者との比較

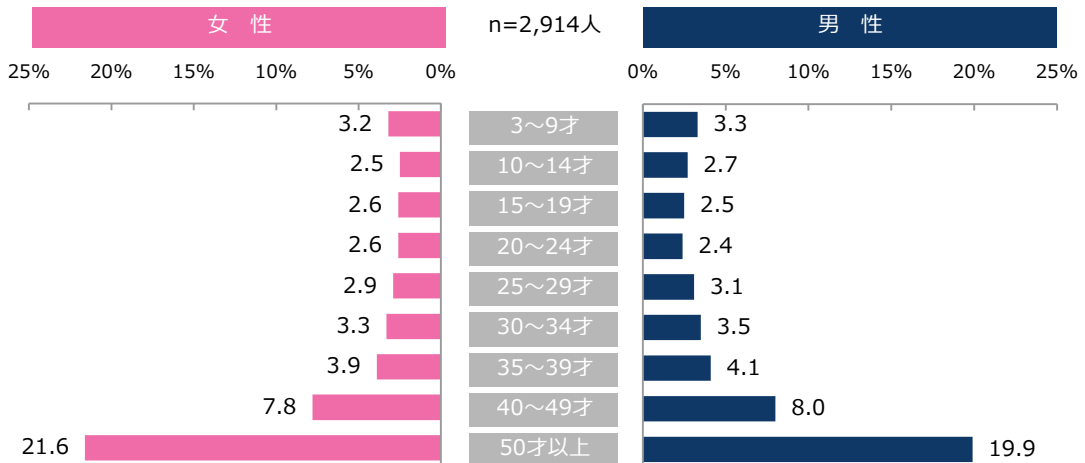
【東京ゲームショウ2015・全体】



【2014年一般生活者・ゲームプレイヤー】

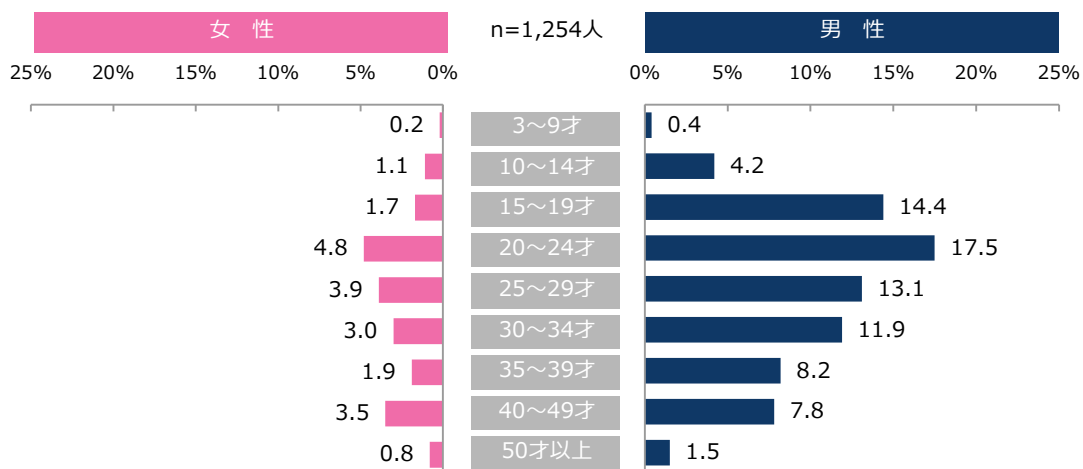


【2014年一般生活者・全体】

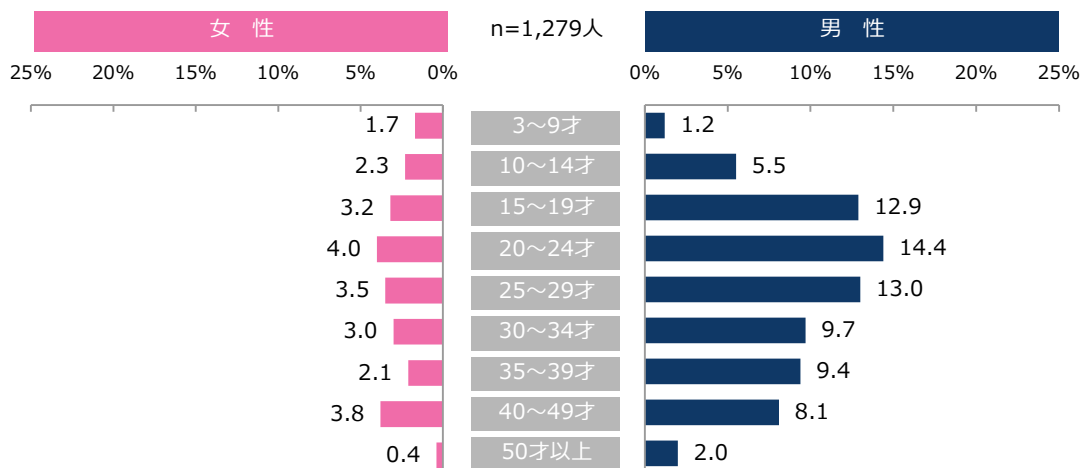


## ■時系列比較

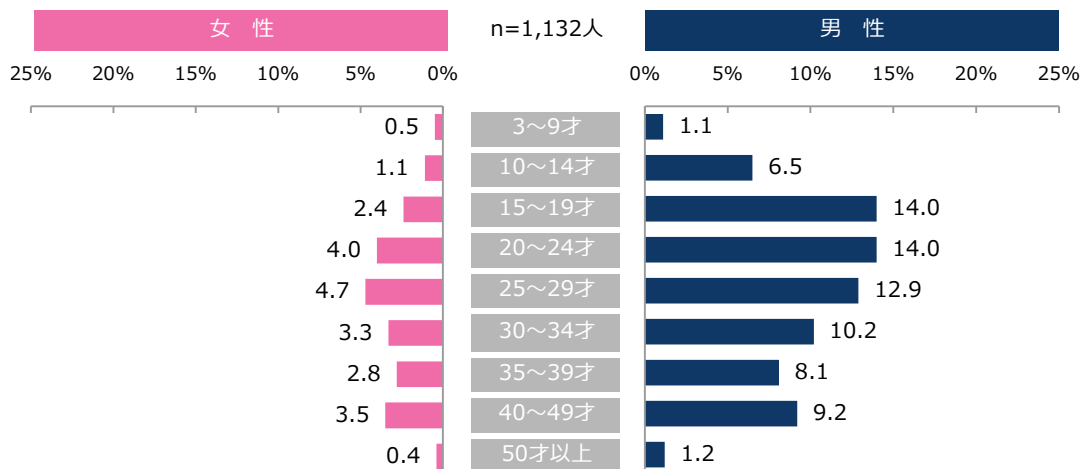
【東京ゲームショウ2015・全体】



【東京ゲームショウ2014・全体】



【東京ゲームショウ2013・全体】



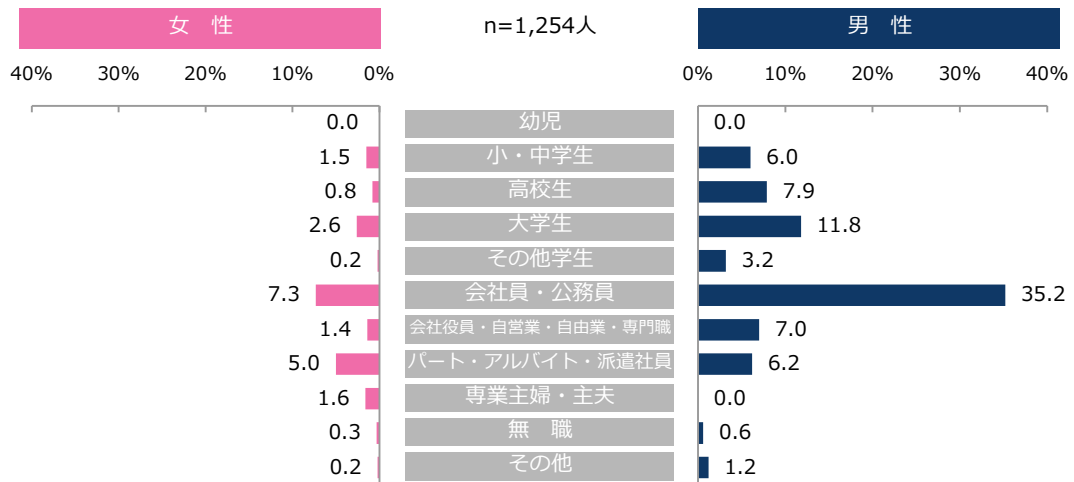
- 性年齢の割合は、前回、前々回との顕著な差はみられず、男性の「15~29才」が4割を超える状況が続いている。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると、男性「15~19才」、「20~24才」、「25~29才」がそれぞれ10ポイント前後上回る。一方、男女ともに「50才以上」は7ポイント前後下回っている。



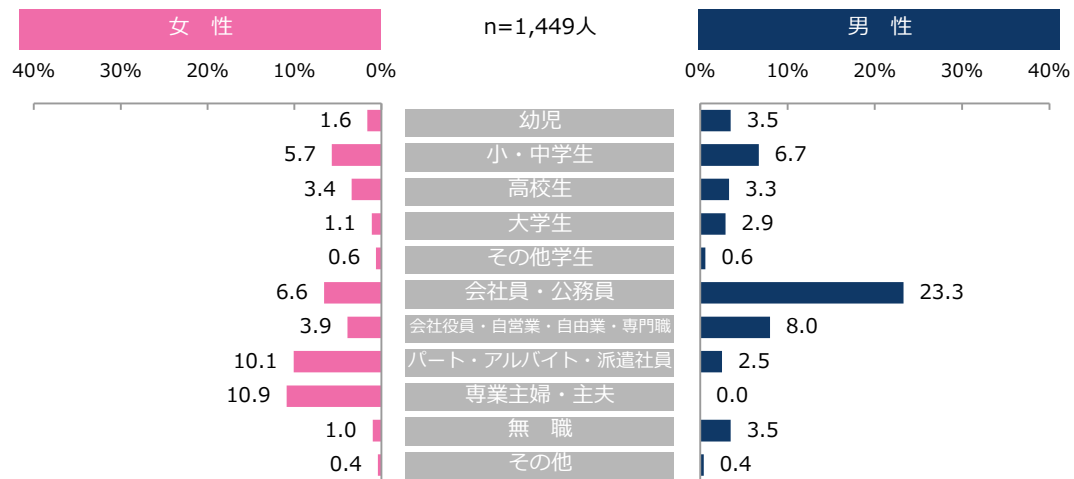
### 3.職業

#### ■一般生活者との比較

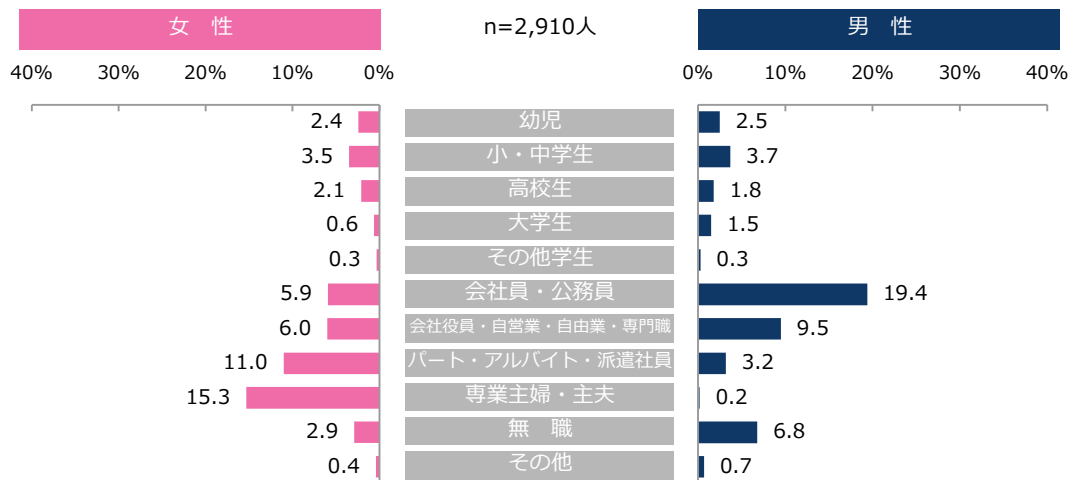
【東京ゲームショウ2015・全体】



【2014年一般生活者・ゲームプレイヤー】

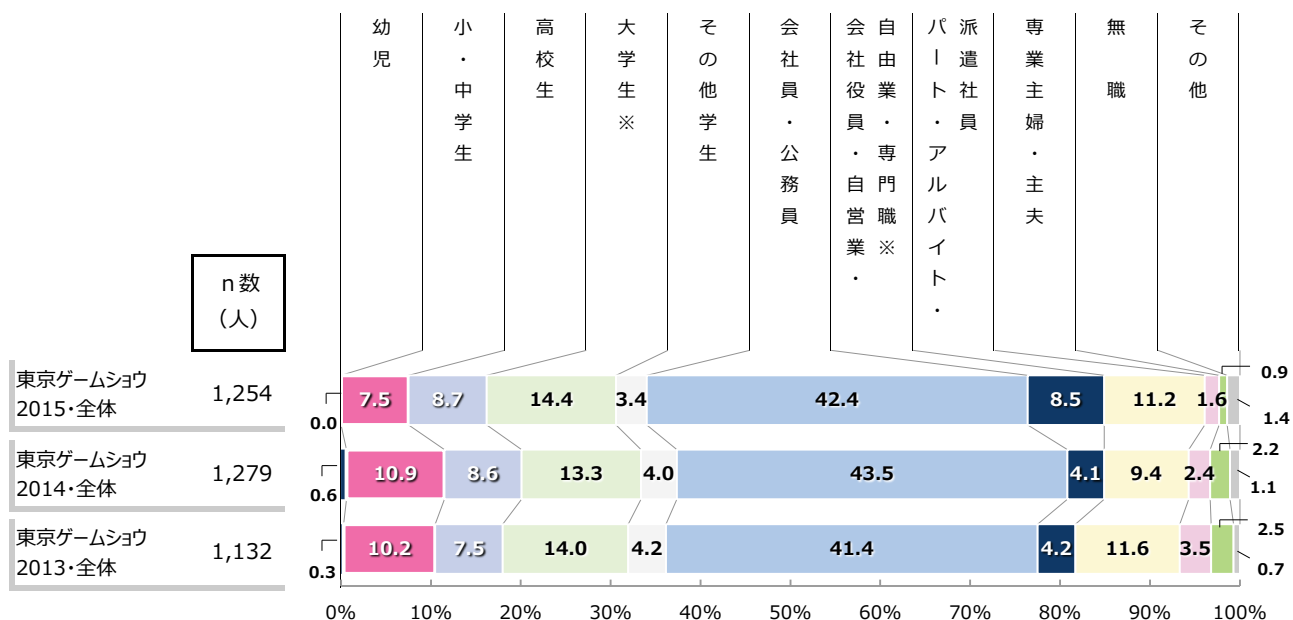


【2014年一般生活者・全体】



## ■時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



※「大学生」は東京ゲームショウ2013調査まで「大学生・大学院生」、「その他学生」は東京ゲームショウ2013調査まで「短大生・専門学校生・予備校生」。

※「会社役員・自営業・自由業・専門職」は東京ゲームショウ2013調査まで「経営・自営・自由業」の表記。

- 性別に職業の割合をみると、男性の「会社員・公務員」が35.2%を占め、最も多く、以下男性の「大学生」（11.8%）、男性の「高校生」（7.9%）、女性の「会社員・公務員」（7.3%）が続く。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると、男性の「会社員・公務員」の割合が11.9ポイント高い。
- 職業の割合は前回、前々回より顕著な差はみられない。

## 4.居住地

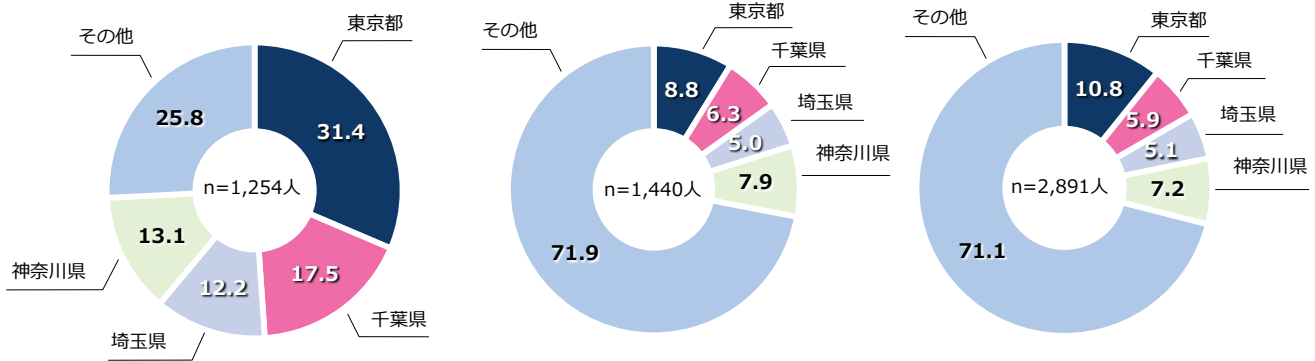
### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・ゲームプレイヤー】

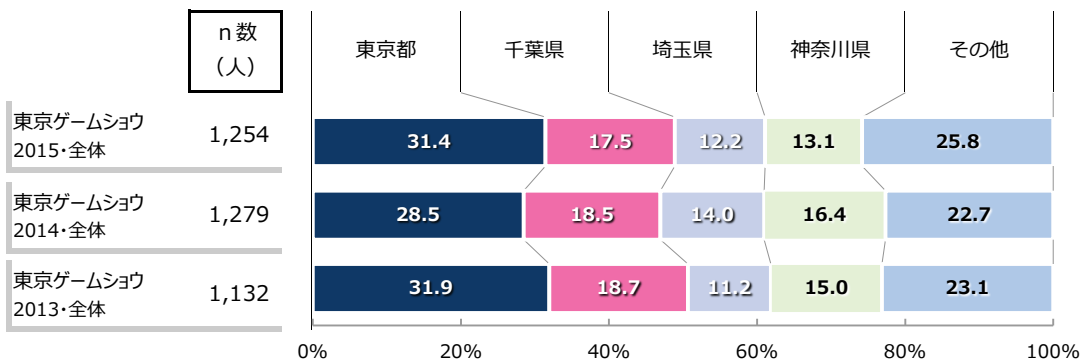
【2014年一般生活者・全体】

(単位：%)



### ■時系列比較

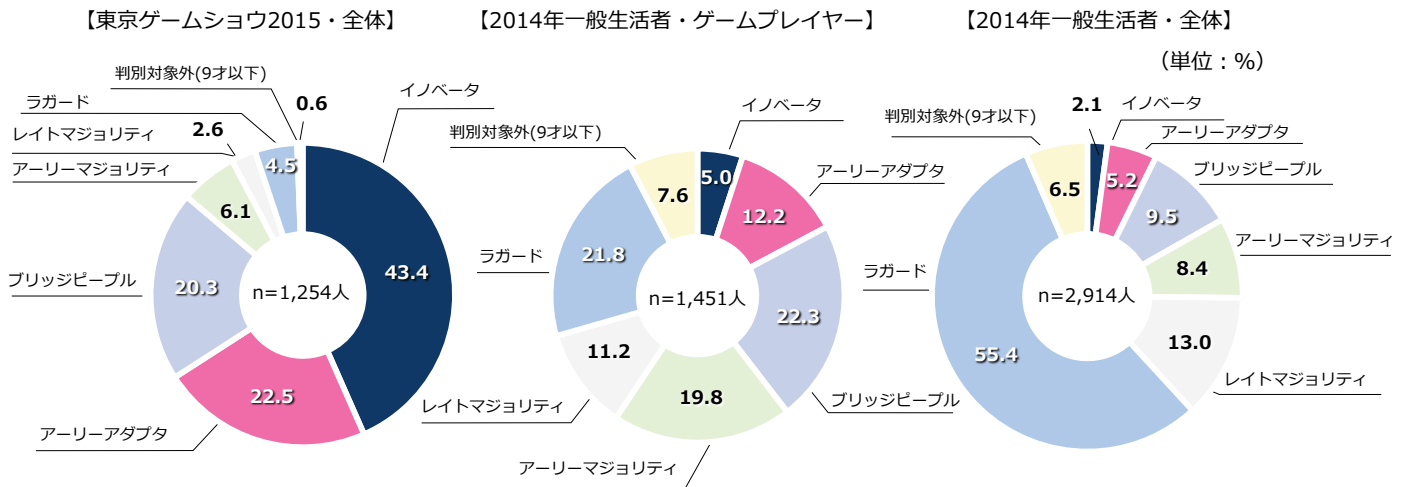
【東京ゲームショウ・全体】



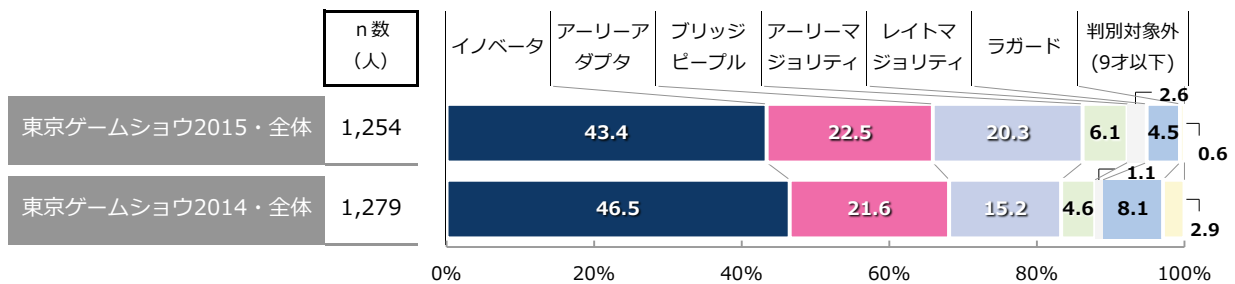
- 居住地は「東京都」が31.4%を占め、会場のある「千葉県」(17.5%)、「神奈川県」(13.1%)の順。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると、『一都三県』(74.2%)が4.0ポイント以上高い。
- 前回、前々回との顕著な差はみられない。

## 5.IPS

### ■一般生活者との比較



### ■時系列比較



### IPS【Innovative Power Segment】とは

家庭用ゲーム機ユーザーの関与度・先行性を表す指標。

「ゲーム機所有状況」「プレイ状況」「ソフト購入本数」「情報接触・伝達態度」などの設問の回答パターンから算出。

※9才以下の子供については、IPS判別の対象外としている。

ユーザー区分	ゲーム関与度	説明
イノベータ	↑高 ↓低	ゲームに関する関与度・先行性が最も強いユーザー群
アーリーアダプタ		比較的早期に購入に踏み切るユーザー群
ブリッジピープル		自身の判断基準はそれほど明確ではないが、マジョリティへの情報伝達機能を持つユーザー群
アーリーマジョリティ		周囲の状況や流行感の影響を受けやすいユーザー群
レイトマジョリティ		周囲の状況や流行感を確認した上で、ようやく購入に踏み切るユーザー群
ラガード		家庭用ゲーム機を1台も所有していない、マーケット対象外の一般生活者

なお、本報告書では以降、「アーリーマジョリティ」と「レイトマジョリティ」を合算し、「マジョリティ」として分析している。

- IPSは前回に引き続き「イノベータ」(43.4%)が4割を超え最も高く、次いで「アーリーアダプタ」(22.5%)、「ブリッジピープル」(20.3%)の順となっている。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると、「イノベータ」は38.4ポイント、「アーリーアダプタ」は10.3ポイント高く、一方で「ラガード」は17.3ポイント、「アーリーマジョリティ」は13.7ポイント、「レイトマジョリティ」は8.6ポイント下回る。

## 6.来場経験のある会場イベント

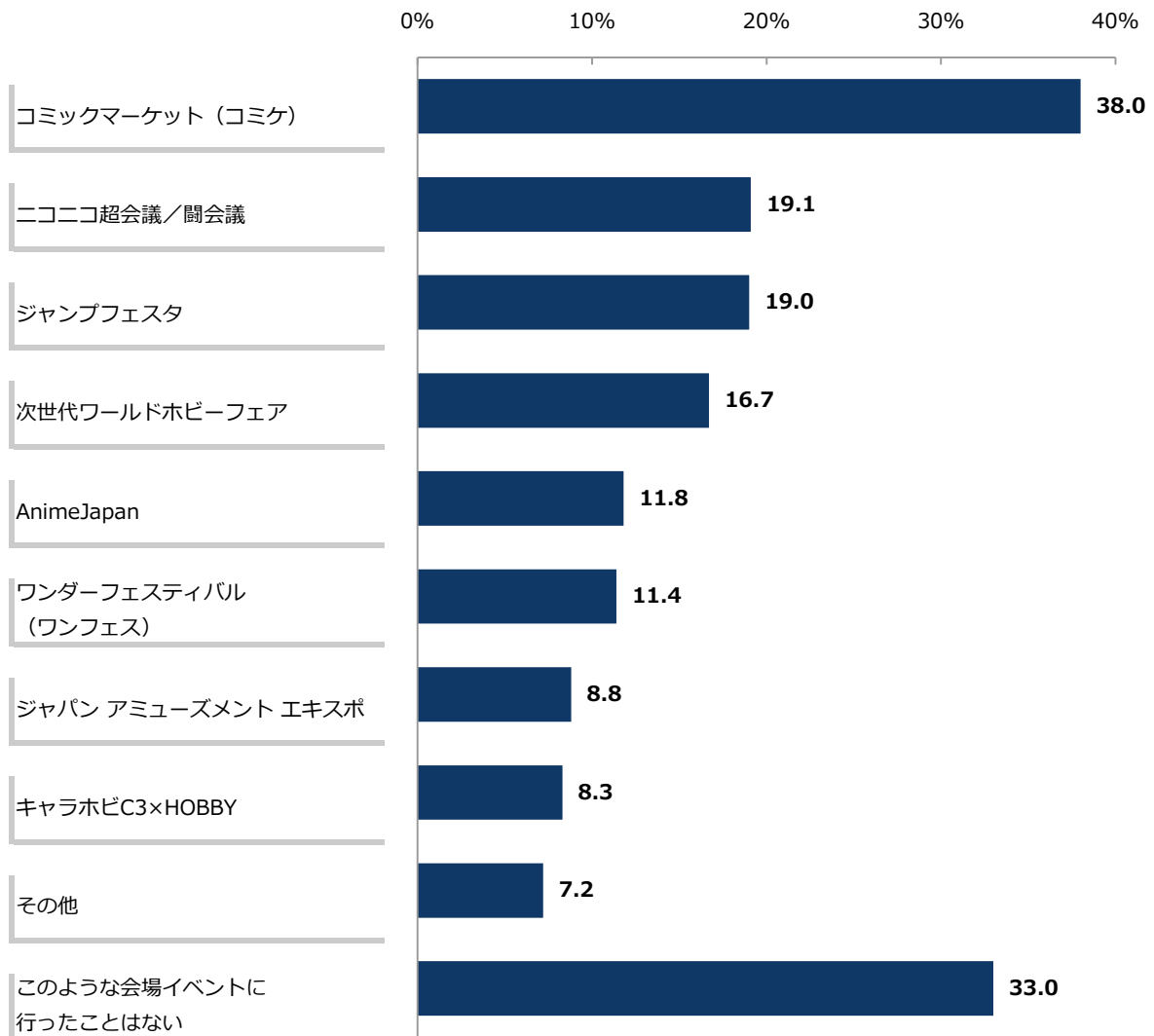
質問文

東京ゲームショウ以外で、あなたがこれまで行ったことのある会場イベントをすべてお教えてください。

※インターネット上でのみの参加を除いてお答えください。【複数回答】

【東京ゲームショウ2015・全体】

(n=1,187人)



## ■ 性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

東京ゲームショウ 2015・全体	性年齢別																			
	男 性	30才以下									女 性	40才以上								
		30才	31才	32才	33才	34才	35才	36才	37才	38才		39才	40才	41才	42才	43才	44才	45才		
n数(人)	1,187	934	4	52	171	207	158	236	88	18	253	3	13	20	58	46	59	44	10	
コミックマーケット (コミケ)	38.0	38.0	0.0	13.5	36.8	35.7	43.0	46.2	35.2	16.7	37.9	0.0	15.4	25.0	46.6	41.3	49.2	27.3	20.0	
ニコニコ超会議／闘会議	19.1	19.8	0.0	28.8	24.6	16.9	17.7	17.8	21.6	22.2	16.6	0.0	30.8	25.0	17.2	17.4	16.9	6.8	20.0	
ジャンプフェスタ	19.0	16.2	0.0	19.2	22.2	14.0	11.4	18.2	10.2	22.2	29.6	33.3	7.7	25.0	37.9	34.8	28.8	25.0	20.0	
次世代ワールドホビーフェア	16.7	17.6	75.0	42.3	25.1	15.5	13.3	10.2	18.2	16.7	13.4	33.3	15.4	20.0	15.5	8.7	5.1	15.9	40.0	
AnimeJapan	11.8	12.4	0.0	3.8	13.5	12.6	13.3	13.6	12.5	5.6	9.5	0.0	7.7	5.0	10.3	15.2	8.5	2.3	30.0	
ワンダーフェスティバル (ワンフェス)	11.4	12.2	0.0	0.0	4.1	6.8	15.2	19.5	22.7	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0	12.1	15.2	8.5	2.3	10.0	
ジャパン アミューズメント エキスポ	8.8	9.6	0.0	1.9	7.6	3.9	9.5	14.8	18.2	11.1	5.9	0.0	0.0	5.0	13.8	6.5	1.7	2.3	10.0	
キャラホビC3×HOBBY	8.3	9.0	0.0	7.7	5.8	3.9	8.9	13.6	14.8	16.7	5.5	0.0	0.0	0.0	6.9	10.9	3.4	6.8	0.0	
その他	7.2	7.7	0.0	5.8	5.8	11.6	3.2	8.1	10.2	11.1	5.5	0.0	15.4	15.0	5.2	6.5	1.7	4.5	0.0	
このような会場イベントに 行ったことはない	33.0	32.1	25.0	34.6	33.3	37.7	29.1	28.4	30.7	33.3	36.4	33.3	46.2	35.0	27.6	37.0	33.9	47.7	40.0	

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- これまで行ったことのある会場イベントは、「コミックマーケット (コミケ) 」 (38.0%) が最も高く、「ニコニコ超会議／闘会議」 (19.1%)、「ジャンプフェスタ」 (19.0%)、「次世代ワールドホビーフェア」 (16.7%) の順となっている。  
なお、『このような会場イベントに行ったことがある』のは、全体の67.0%を占める。
- 男性10～14才は「次世代ワールドホビーフェア」 (42.3%) が、男性40～49才は「ワンダーフェスティバル」 (22.7%) が、女性20～24才、女性25～29才は「ジャンプフェスタ」 (前者37.9%、後者34.8%) が、女性30～39才は「コミックマーケット (コミケ) 」 (49.2%) が、それぞれ全体よりも10ポイント以上高い。

### 3.家庭用ゲームのプレイ状況

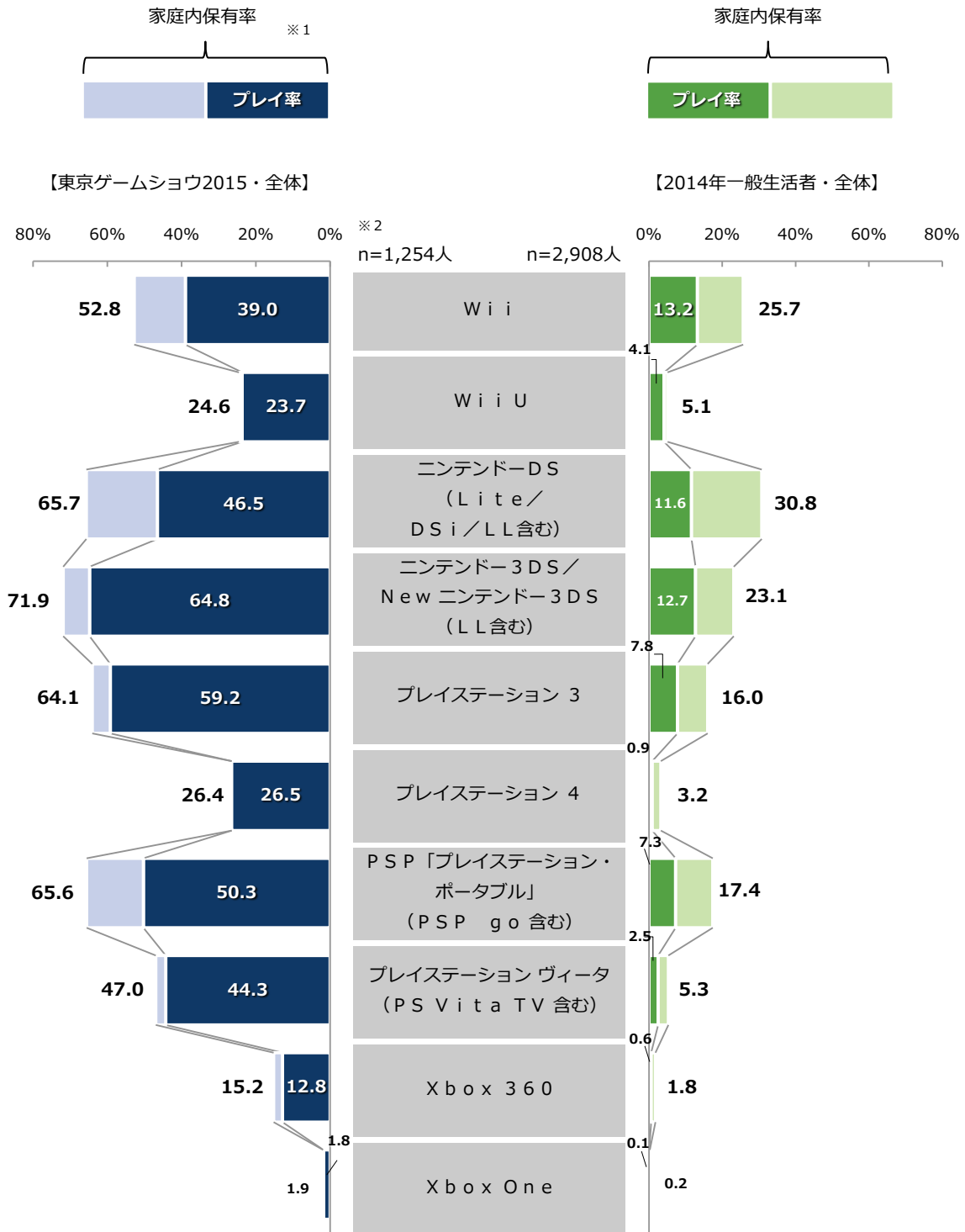
#### 1.各ゲーム機の家内所有/プレイ率

質問文

あなたのご家庭にあるものをすべてお選びください。【複数回答】

あなたご自身がゲームをプレイすることがあるものをすべてお選びください。【複数回答】

#### ■一般生活者との比較



※1 プレイ状況はゲーム機の保有の有無に関わらず聞いているため、プレイ率が家庭内保有率を上回る場合がある。

※2 東京ゲームショー2015・全体における「家庭内保有率」のベースはn=1,254人、プレイ率はn=1,246人。

## ■ 性年齢別 プレイ率

【東京ゲームショウ2015・全体】

n数(人)	東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																	
		男										女							
		3 5 9 才	1 0 5 1 才	1 5 9 1 才	2 0 4 2 才	2 5 9 2 才	3 0 9 3 才	4 0 9 4 才	5 0 9 9 才	5 0 9 9 才	5 0 9 9 才	5 0 9 9 才	3 5 9 才	1 0 5 1 才	1 5 9 1 才	2 0 4 2 才	2 5 9 2 才	3 0 9 3 才	4 0 9 4 才
1,246	985	5	53	180	217	164	250	97	19	261	3	14	21	59	49	61	44	10	
Wii	39.0	38.8	80.0	62.3	57.8	41.0	37.8	22.4	32.0	15.8	39.8	33.3	78.6	57.1	45.8	38.8	29.5	22.7	60.0
Wii U	23.7	23.8	0.0	54.7	30.6	22.1	22.6	18.0	19.6	5.3	23.4	0.0	28.6	42.9	28.8	20.4	21.3	13.6	20.0
ニンテンドーDS(Lite/DSi/LL含む)	46.5	44.7	20.0	64.2	59.4	49.8	40.9	33.2	33.0	42.1	53.3	66.7	57.1	61.9	69.5	51.0	41.0	43.2	60.0
ニンテンドー3DS/Newニンテンドー3DS(LL含む)	64.8	64.5	100.0	79.2	65.0	62.7	66.5	65.2	58.8	31.6	65.9	66.7	92.9	76.2	71.2	73.5	63.9	50.0	20.0
プレイステーション 3	59.2	62.3	40.0	45.3	56.7	74.2	71.3	61.2	50.5	31.6	47.5	33.3	35.7	33.3	57.6	65.3	52.5	25.0	20.0
プレイステーション 4	26.5	29.1	0.0	20.8	36.7	29.5	31.7	28.0	22.7	10.5	16.5	0.0	14.3	23.8	13.6	20.4	21.3	11.4	0.0
PSP「プレイステーション・ポータブル」(PSP go含む)	50.3	51.1	20.0	37.7	67.2	54.4	56.1	45.6	35.1	15.8	47.5	0.0	21.4	57.1	64.4	59.2	47.5	27.3	10.0
プレイステーション ヴィータ(PS Vita TV含む)	44.3	47.0	0.0	37.7	50.0	52.5	56.7	44.8	30.9	21.1	34.1	0.0	21.4	42.9	40.7	51.0	31.1	18.2	10.0
Xbox 360	12.8	14.9	0.0	11.3	8.9	15.2	19.5	19.2	12.4	0.0	4.6	0.0	0.0	9.5	1.7	8.2	4.9	4.5	0.0
Xbox One	1.8	2.0	0.0	5.7	2.8	0.9	2.4	1.6	2.1	0.0	0.8	0.0	0.0	4.8	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 家庭用ゲーム機の家庭内保有率は、「ニンテンドー3DS/Newニンテンドー3DS(LL含む)」(71.9%)が7割を超えて最も高く、「ニンテンドーDS(Lite/DSi/LL含む)」(65.7%)、「PSP『プレイステーション・ポータブル』(PSP go含む)」(65.6%)、「プレイステーション3」(64.1%)が続く。
- 家庭用ゲーム機のプレイ率は、「ニンテンドー3DS/Newニンテンドー3DS(LL含む)」(64.8%)が最も高く、以下「プレイステーション3」(59.2%)、「PSP『プレイステーション・ポータブル』(PSP go含む)」(50.3%)、「ニンテンドーDS(Lite/DSi/LL含む)」(46.5%)、「プレイステーション ヴィータ(PS Vita TVを含む)」(44.3%)が続く。
- 性年齢別にプレイ率をみると、男性10~14才は「ニンテンドー3DS/Newニンテンドー3DS(LL含む)」(79.2%)、「ニンテンドーDS(Lite/DSi/LL含む)」(64.2%)、「Wii」(62.3%)、「Wii U」(54.7%)が、男性15~19才は、「Wii」(57.8%)、「PSP『プレイステーション・ポータブル』(PSP go含む)」(67.2%)、「ニンテンドーDS(Lite/DSi/LL含む)」(59.4%)、「プレイステーション4」(36.7%)が、男性20~24才は「プレイステーション3」(74.2%)が、男性25~29才は「プレイステーション3」(71.3%)、「プレイステーション ヴィータ(PS Vita TVを含む)」(56.7%)が、女性20~24才は「ニンテンドーDS(Lite/DSi/LL含む)」(69.5%)、「PSP『プレイステーション・ポータブル』(PSP go含む)」(64.4%)が、それぞれ全体よりも10ポイント以上高い。

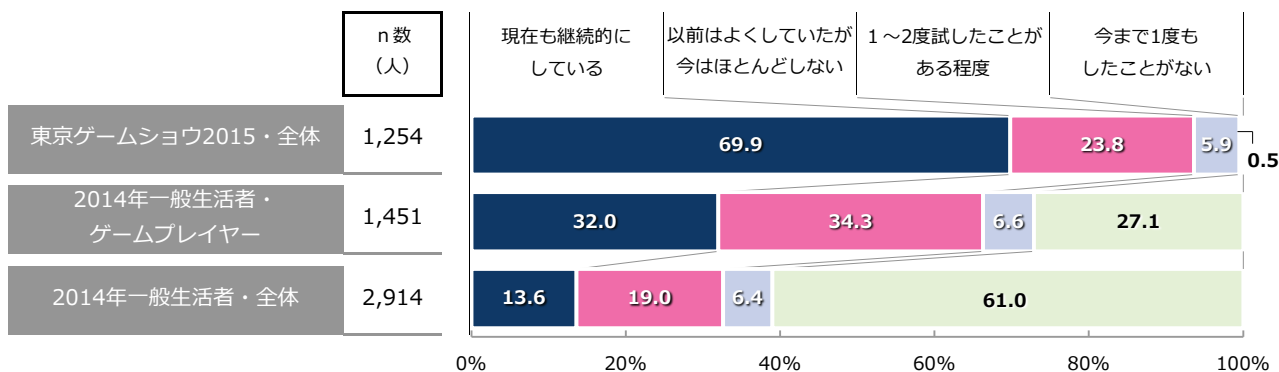


## 2.家庭用ゲームプレイ経験

質問文

あなたは、家庭用ゲーム機を使ってゲームをしたことがありますか。【単数回答】

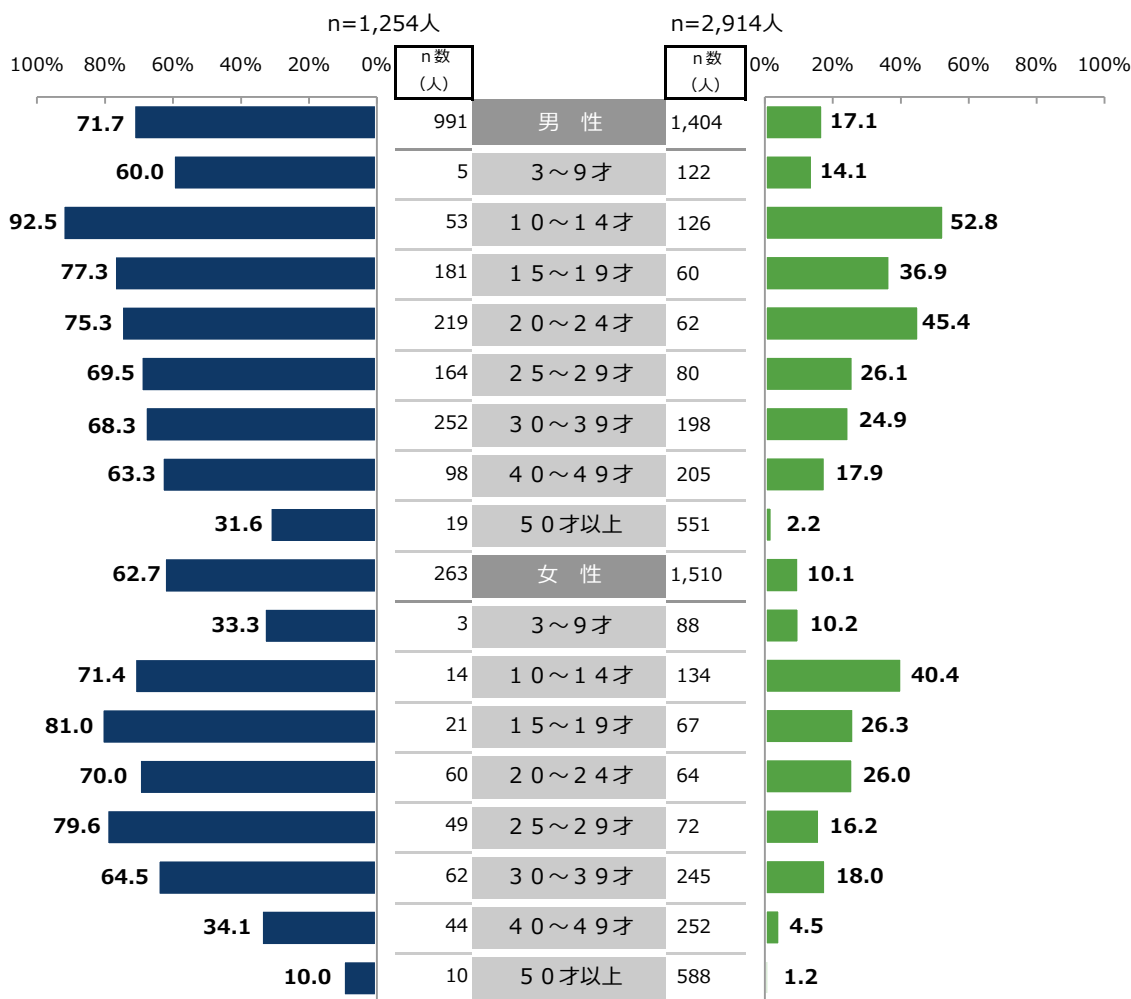
### ■一般生活者との比較



### ■性年齢別 継続プレイ率（「現在も継続的にしている」と答えた率）

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・全体】



- 家庭用ゲーム機のプレイ経験は、「現在も継続的にしている」（69.9%）が約7割を占める。
- 一般生活者・全体と比較すると、「現在も継続的にしている」は、男性は10～14才、15～19才、25～29才、30～39才、40～49才で、それぞれ40ポイント程度上回り、女性は20～24才、30～39才で40ポイント以上、25～29才では63.4ポイント上回っている。
- 男性は「現在も継続的にしている」が71.7%を占め、10～14才（92.5%）は9割を超える。一方、女性は62.7%で、25～29才（79.6%）は約8割である。

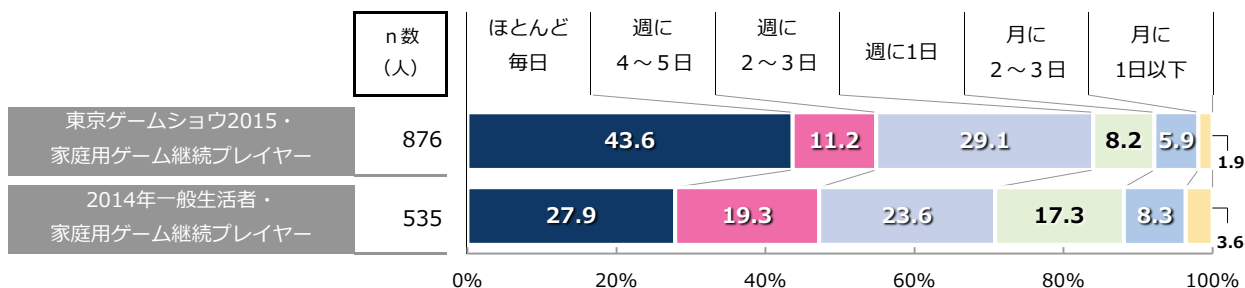
### 3.家庭用ゲームプレイ頻度

質問文

あなたは、家庭用ゲームを週（または月）に何日くらいしていますか。【単数回答】

#### ■一般生活者との比較

【家庭用ゲーム継続プレイヤー】



#### ■性年齢別・I P S別

【東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

		n数 (人)	ほとんど毎日	週に4~5日	週に2~3日	週に1日	月に2~3日	月に1日以下
東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー		876	43.6	11.2	29.1	8.2	5.9	1.9
性 年 齢 別	男性	711	46.3	12.5	28.8	6.9	4.5	1.0
	3~9才	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	10~14才	49	75.5	10.2	8.2	2.0	4.1	0.0
	15~19才	140	58.6	13.6	23.6	3.6	0.0	0.7
	20~24才	165	43.6	16.4	27.3	7.9	4.2	0.6
	25~29才	114	36.0	14.0	30.7	9.6	5.3	4.4
	30~39才	172	42.4	9.9	34.3	6.4	7.0	0.0
	40~49才	62	35.5	8.1	41.9	11.3	3.2	0.0
	50才以上	6	0.0	0.0	33.3	16.7	50.0	0.0
	女性	165	32.1	5.5	30.3	13.9	12.1	6.1
3~9才	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	
10~14才	10	40.0	0.0	40.0	10.0	10.0	0.0	
15~19才	17	47.1	17.6	23.5	0.0	5.9	5.9	
20~24才	42	31.0	7.1	31.0	14.3	11.9	4.8	
25~29才	39	23.1	2.6	25.6	17.9	20.5	10.3	
30~39才	40	35.0	0.0	32.5	15.0	10.0	7.5	
40~49才	15	26.7	13.3	33.3	20.0	6.7	0.0	
50才以上	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
I P S 別	イノベータ	540	52.2	12.0	27.8	4.4	3.0	0.6
	アーリーアダプタ	227	31.7	12.3	32.6	12.8	7.0	3.5
	ブリッジピープル	59	27.1	6.8	20.3	20.3	20.3	5.1
	マジョリティ	41	19.5	2.4	36.6	17.1	19.5	4.9

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 家庭用ゲームのプレイ頻度は「ほとんど毎日」が43.6%で、「週に4~5日」(11.2%)と合わせると半数を超える。
- 男性10~14才、男性15~19才は「ほとんど毎日」(前者75.5%、後者58.6%)が、男性40~49才は「週に2~3日」(41.9%)が、女性25~29才は「月に2~3日」(20.5%)が、それぞれ全体よりも10ポイント以上上回っている。
- I P S別では、イノベータは「ほとんど毎日」が52.2%を占めて他の層よりも高い。

## 4. 家庭用ゲームソフト購入本数

質問文

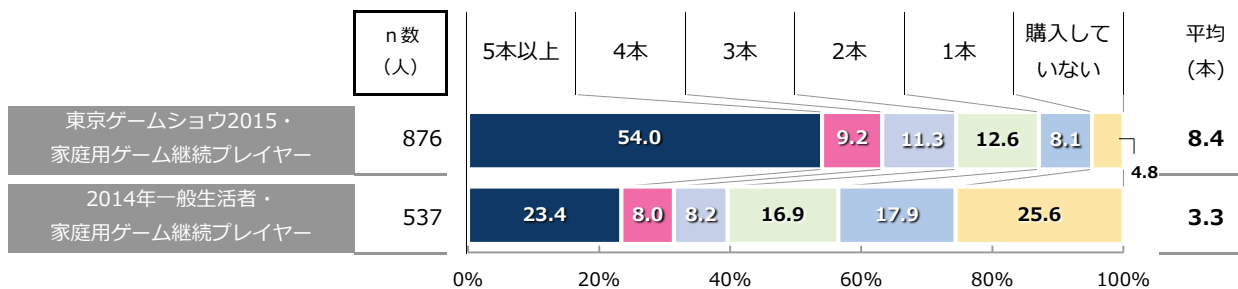
あなたは、この1年間に、家庭用ゲーム機用のゲームソフトを購入しましたか。

以下のそれぞれのソフトに分けてお答えください。【単数回答】

[新品パッケージソフト購入本数]

### ■ 一般生活者との比較

【家庭用ゲーム継続プレイヤー】



### ■ 性年齢別・I P S 別

【東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

		n数 (人)	5本以上	4本	3本	2本	1本	購入していない	平均 (本)
東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー		876	54.0	9.2	11.3	12.6	8.1	4.8	8.4
性 年 齢 別	男性	711	56.1	9.8	9.7	12.7	7.7	3.9	8.8
	3～9才	3	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	10.0
	10～14才	49	59.2	8.2	4.1	12.2	10.2	6.1	11.5
	15～19才	140	58.6	11.4	6.4	10.7	7.1	5.7	9.7
	20～24才	165	57.6	9.1	12.1	11.5	7.9	1.8	9.4
	25～29才	114	55.3	12.3	10.5	12.3	7.0	2.6	9.4
	30～39才	172	57.0	9.9	9.9	12.2	7.6	3.5	7.1
	40～49才	62	45.2	6.5	14.5	21.0	9.7	3.2	6.3
	50才以上	6	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	50.0	9.5
	女性	165	44.8	6.7	18.2	12.1	9.7	8.5	6.6
3～9才	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16.0	
10～14才	10	40.0	0.0	30.0	0.0	10.0	20.0	6.3	
15～19才	17	52.9	5.9	23.5	11.8	5.9	0.0	11.6	
20～24才	42	54.8	2.4	14.3	11.9	7.1	9.5	5.9	
25～29才	39	48.7	10.3	15.4	10.3	10.3	5.1	7.3	
30～39才	40	35.0	7.5	22.5	10.0	17.5	7.5	5.4	
40～49才	15	26.7	13.3	6.7	33.3	0.0	20.0	3.4	
50才以上	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	3.0	
I P S 別	イノベータ	540	69.6	9.8	8.9	6.7	3.7	1.3	10.5
	アーリーアダプタ	227	33.9	9.3	18.9	18.5	15.0	4.4	5.5
	ブリッジピープル	59	10.2	5.1	5.1	33.9	15.3	30.5	2.2
	マジョリティ	41	19.5	9.8	12.2	24.4	19.5	14.6	5.2

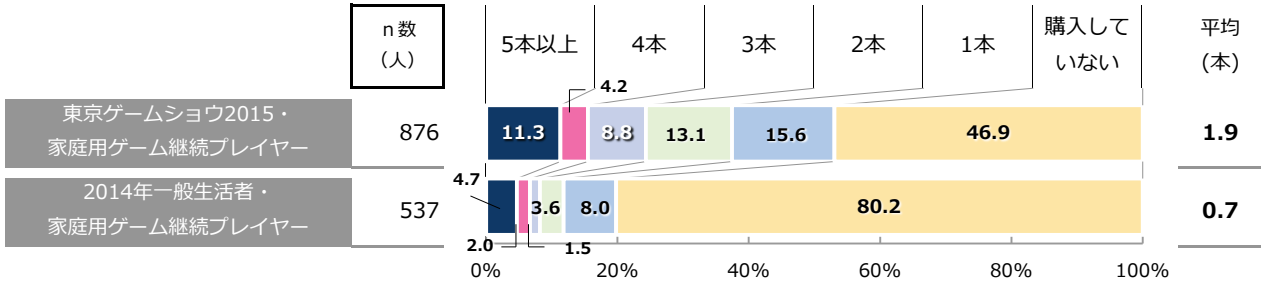
※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 家庭用ゲームソフト購入本数は「5本以上」(54.0%)が半数を超え、平均8.4本。
- 男性は10～14才が平均11.5本と他の年代よりも高く、女性は25～29才が平均7.3本である。
- I P S別ではイノベータの「5本以上」(69.6%)が約7割で、平均10.5本。

[有料ダウンロードソフト購入本数]

■ 一般生活者との比較

【家庭用ゲーム継続プレイヤー】



■ 性年齢別・I P S 別

【東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

		n数 (人)	5本以上	4本	3本	2本	1本	購入していない	平均 (本)
東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー		876	11.3	4.2	8.8	13.1	15.6	46.9	1.9
性 年 齢 別	男 性	711	12.2	4.4	9.6	13.5	14.9	45.4	2.0
	3～9才	3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	1.0
	10～14才	49	10.2	4.1	14.3	14.3	18.4	38.8	2.3
	15～19才	140	12.1	5.0	7.1	11.4	16.4	47.9	2.2
	20～24才	165	15.2	4.2	7.9	12.7	13.3	46.7	2.2
	25～29才	114	10.5	5.3	14.0	19.3	11.4	39.5	2.1
	30～39才	172	13.4	4.1	8.7	15.1	15.1	43.6	2.0
	40～49才	62	8.1	3.2	9.7	6.5	21.0	51.6	1.5
	50才以上	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	女 性	165	7.3	3.6	5.5	11.5	18.8	53.3	1.5
3～9才	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	
10～14才	10	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	60.0	3.9	
15～19才	17	5.9	5.9	0.0	17.6	5.9	64.7	2.1	
20～24才	42	11.9	4.8	4.8	11.9	21.4	45.2	1.6	
25～29才	39	5.1	2.6	7.7	12.8	20.5	51.3	1.3	
30～39才	40	2.5	5.0	10.0	12.5	15.0	55.0	1.1	
40～49才	15	0.0	0.0	0.0	6.7	33.3	60.0	0.5	
50才以上	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
I P S 別	イノベータ	540	14.6	5.6	10.0	16.3	13.3	40.2	2.5
	アーリーアダプタ	227	7.5	2.2	8.4	9.3	19.8	52.9	1.3
	ブリッジピープル	59	1.7	0.0	3.4	6.8	18.6	69.5	0.5
	マジョリティ	41	2.4	4.9	0.0	4.9	22.0	65.9	0.7

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 有料ダウンロードソフトの購入本数は、「5本以上」は11.3%にとどまり、「購入していない」が46.9%を占め、平均で1.9本。
- 女性よりも男性のほうが有料ダウンロードソフトの平均購入本数が高く、男性は平均で2.0本、女性1.5本である。
- I P S 別ではイノベータにおいても「5本以上」は14.6%に過ぎず、平均で2.5本となっている。

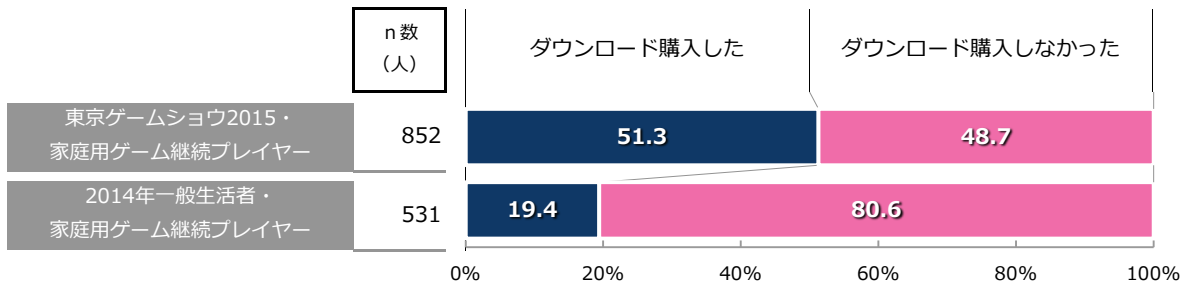
## 5.家庭用ゲーム機の追加ダウンロードコンテンツ購入有無

質問文

あなたは、この1年間に、有料の追加ダウンロードコンテンツを、家庭用ゲーム機専用のダウンロード販売サービスで購入しましたか。【単数回答】

### ■一般生活者との比較

【家庭用ゲーム継続プレイヤー】



### ■性年齢別・I P S別

【東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

		n数 (人)	ダウンロード購入した	ダウンロード購入しなかった
東京ゲームショウ2015・ 家庭用ゲーム継続プレイヤー		852	51.3	48.7
性 年 齢 別	男 性	694	53.5	46.5
	3～9才	3	33.3	66.7
	10～14才	47	55.3	44.7
	15～19才	136	55.1	44.9
	20～24才	160	53.1	46.9
	25～29才	113	54.0	46.0
	30～39才	170	54.7	45.3
	40～49才	60	48.3	51.7
	50才以上	5	20.0	80.0
	女 性	158	41.8	58.2
	3～9才	1	100.0	0.0
	10～14才	9	11.1	88.9
	15～19才	15	33.3	66.7
	20～24才	41	51.2	48.8
	25～29才	38	42.1	57.9
	30～39才	39	43.6	56.4
40～49才	14	35.7	64.3	
50才以上	1	0.0	100.0	
I P S 別	イノベータ	525	58.3	41.7
	アーリーアダプタ	223	43.5	56.5
	ブリッジピープル	56	30.4	69.6
	マジョリティ	39	30.8	69.2

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 家庭用ゲーム機の追加ダウンロードコンテンツを「ダウンロード購入した」のは51.3%と半数を超える。
- 男性は女性よりも「ダウンロード購入した」の比率が高く、男性53.5%、女性41.8%である。
- I P S別では、イノベータは「ダウンロード購入した」が58.3%を占める。

## 6.好きなゲームジャンル

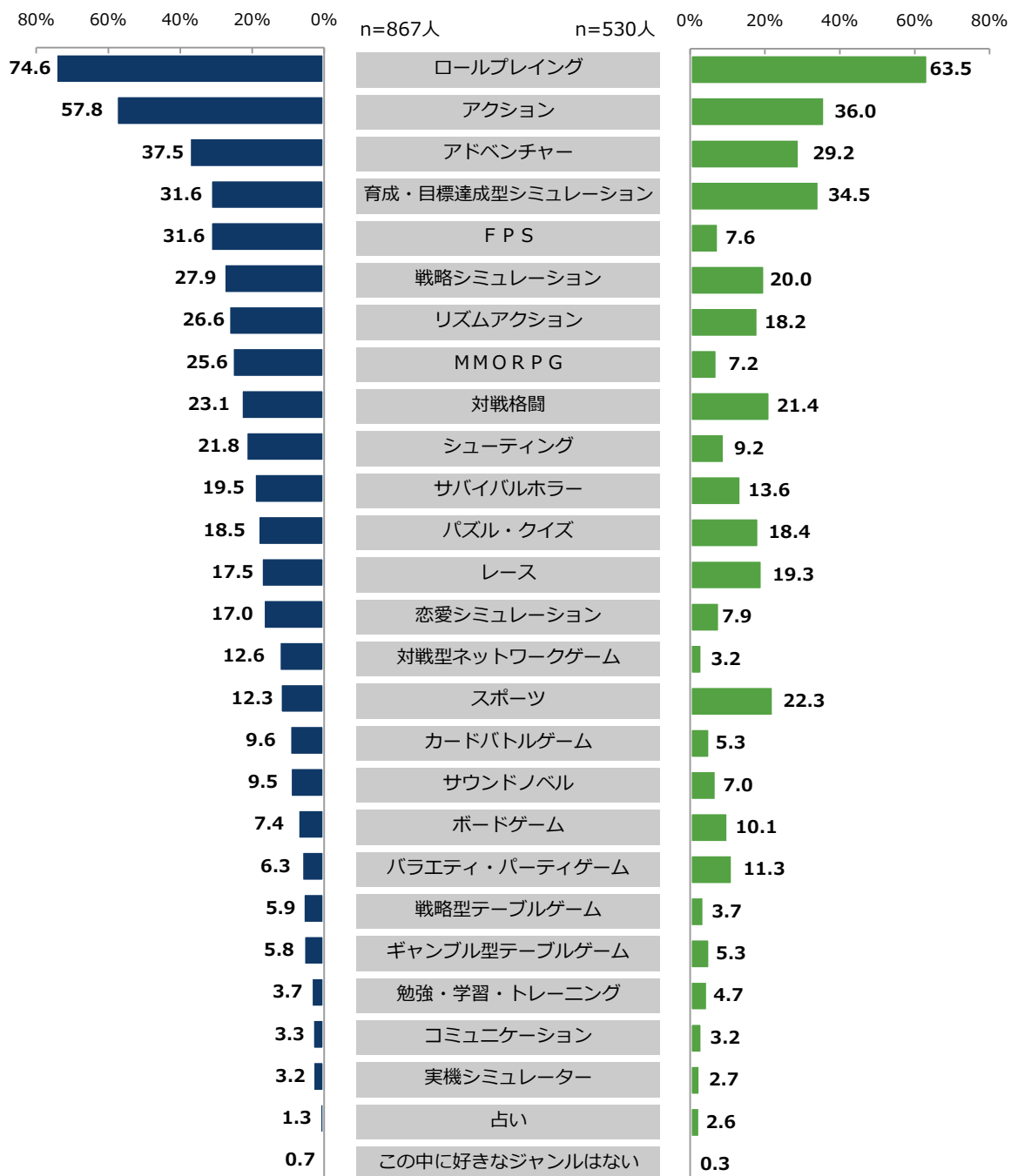
質問文

以下のうち、あなたの好きな家庭用ゲームのジャンルをいくつでもお教えてください。【複数回答】

### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー】

【2014年一般生活者・家庭用ゲーム継続プレイヤー】



## ■ 性年齢別 順位表

【東京ゲームショウ2015・家庭用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

	1位	2位	3位	4位	5位
東京ゲームショウ 2015・家庭用ゲーム 継続プレイヤー	ロールプレイング	アクション	アドベンチャー	育成・目標達成型シミュレーション	F P S
n数(867人)	74.6	57.8	37.5	31.6	
男 性	ロールプレイング	アクション	アドベンチャー	F P S	戦略シミュレーション
705	74.3	60.4	38.2	35.9	30.4
3～9才	アクション	ロールプレイング	アドベンチャー	※1	
3	100.0	66.7		33.3	
10～14才	アクション	ロールプレイング	アドベンチャー	対戦格闘	シューティング
48	79.2	62.5	52.1		45.8
15～19才	ロールプレイング	アクション	F P S	MMORPG	アドベンチャー
139	66.2	65.5	49.6	42.4	40.3
20～24才	ロールプレイング	アクション	アドベンチャー	F P S	育成・目標達成型シミュレーション
164	76.2	67.1	50.0	43.3	36.0
25～29才	ロールプレイング	アクション	アドベンチャー	F P S	戦略シミュレーション
114	78.9	61.4	37.7	36.8	33.3
30～39才	ロールプレイング	アクション	戦略シミュレーション	リズムアクション	F P S
172	78.5	50.6	31.4	27.3	24.4
40～49才	ロールプレイング	アクション	アドベンチャー	シューティング	※2
59	76.3	45.8	37.3	20.3	18.6
50才以上	ロールプレイング	レース	※3		
6	83.3	33.3	16.7		
女 性	ロールプレイング	アクション	育成・目標達成型シミュレーション	リズムアクション	アドベンチャー
162	75.9	46.3	41.4	39.5	34.6
10～14才	リズムアクション	パズル・クイズ	※4		
10	70.0	50.0	30.0		
15～19才	ロールプレイング	アクション	リズムアクション	育成・目標達成型シミュレーション	※5
17	76.5	58.8	41.2	35.3	23.5
20～24才	ロールプレイング	アクション	リズムアクション	アドベンチャー	育成・目標達成型シミュレーション
42	76.2	57.1	57.1	54.8	52.4
25～29才	ロールプレイング	アクション	アドベンチャー	育成・目標達成型シミュレーション	恋愛シミュレーション
39	87.2	41.0	38.5	35.9	
30～39才	ロールプレイング	育成・目標達成型シミュレーション	アクション	パズル・クイズ	恋愛シミュレーション
39	76.9	46.2	41.0	38.5	33.3
40～49才	ロールプレイング	パズル・クイズ	アクション	育成・目標達成型シミュレーション	恋愛シミュレーション
14	78.6	42.9	35.7	28.6	21.4
50才以上	アドベンチャー	アクション	サバイバルホラー	対戦型ネットワークゲーム	
1	100.0				

※1 4位に同率で「戦略シミュレーション」、「サバイバルホラー」、「対戦格闘」、「レース」、「パズル・クイズ」

※2 5位に同率で「レース」、「パズル・クイズ」

※3 3位に同率で「育成・目標達成型シミュレーション」、「戦略シミュレーション」、「FPS」、「スポーツ」、「パズル・クイズ」、「MMORPG」、「勉強・学習・トレーニング」

※4 3位に同率で「ロールプレイング」、「育成・目標達成型シミュレーション」、「アドベンチャー」、「アクション」、「占い」

※5 5位に同率で「アドベンチャー」、「シューティング」、「FPS」、「レース」、「MMORPG」

- 家庭用ゲームの好きなゲームジャンルは「ロールプレイング」(74.6%)、「アクション」(57.8%)がTOP2を占める。
- 一般生活者と比べると「FPS」(31.6%)、「アクション」(57.8%)、「MMORPG」(25.6%)、「シューティング」(21.8%)、「ロールプレイング」(74.6%)が10ポイント以上上回る。
- 男女ともに「ロールプレイング」が1位、「アクション」が2位を占める、3位に男性は「アドベンチャー」、女性は「育成・目標達成型シミュレーション」。

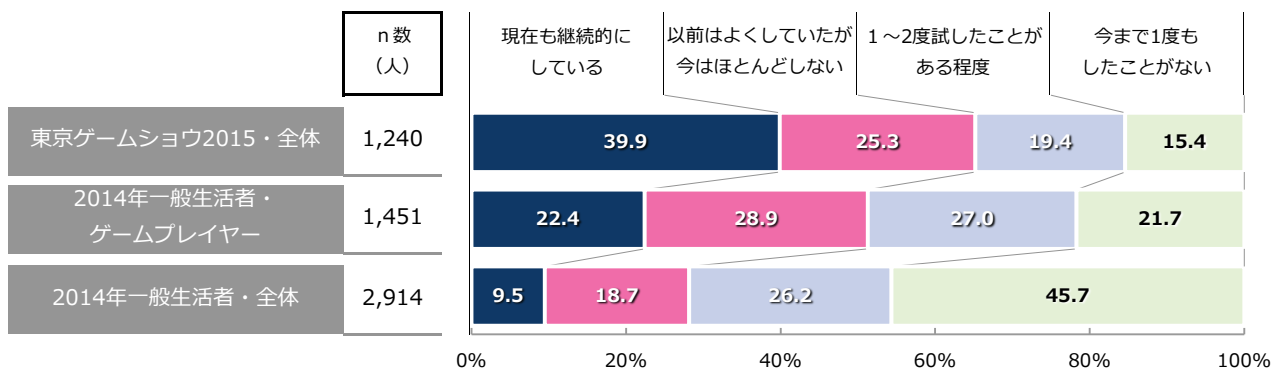
## 4. パソコン用ゲームのプレイ状況

### 1. パソコン用ゲームプレイ経験

質問文

あなたはパソコンでゲームをしたことがありますか。【単数回答】

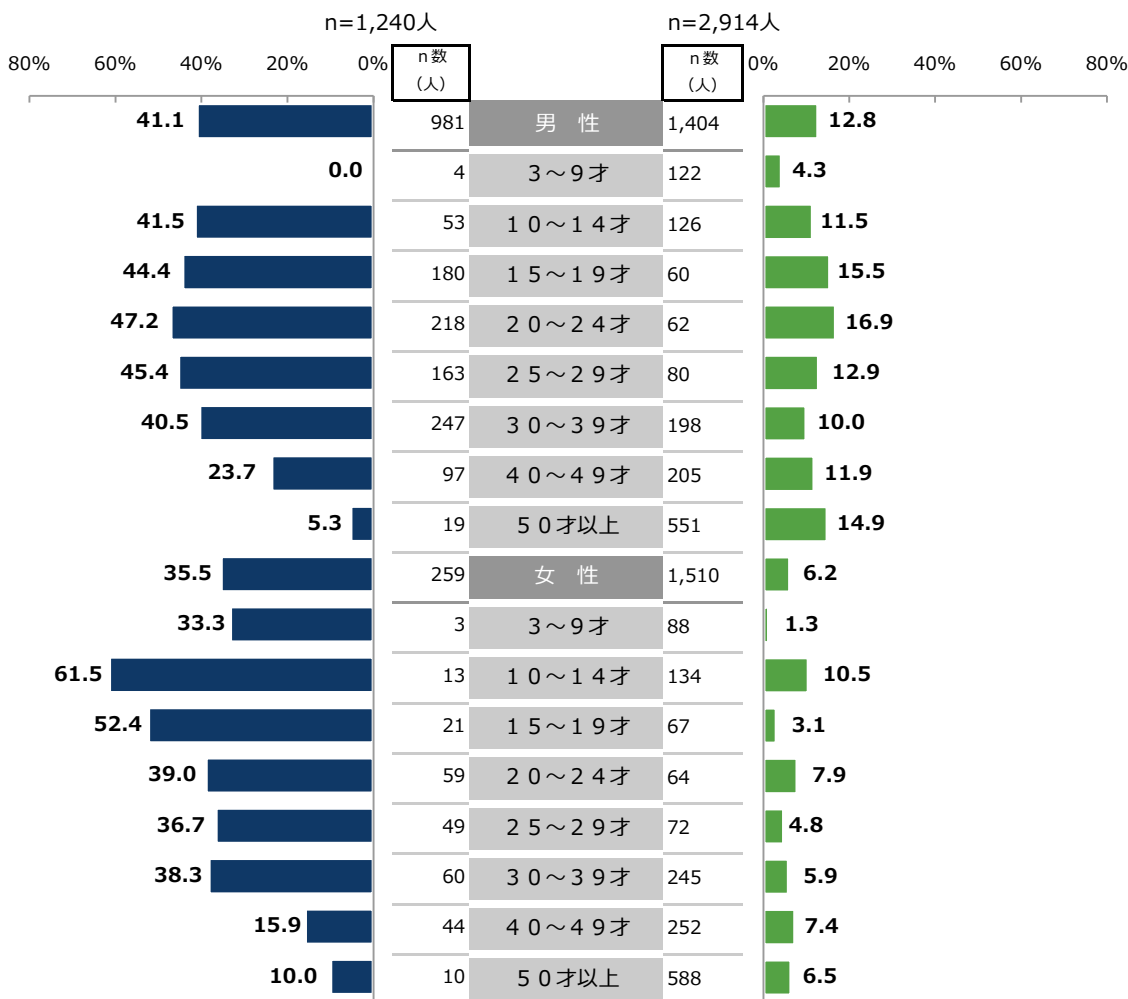
#### ■ 一般生活者との比較



#### ■ 性年齢別 継続プレイ率（「現在も継続的にしている」と答えた率）

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・全体】



- パソコン用ゲームのプレイ経験は「現在も継続的にしている」が39.9%を占める。
- 一般生活者・全体と比較すると、「現在も継続的にしている」は男女ともに約30ポイント上回る。
- 男性「10～39才」は「現在も継続的にしている」が4割台、女性「20～39才」は3割台となっている。



## 2.プレイしたゲームの種類

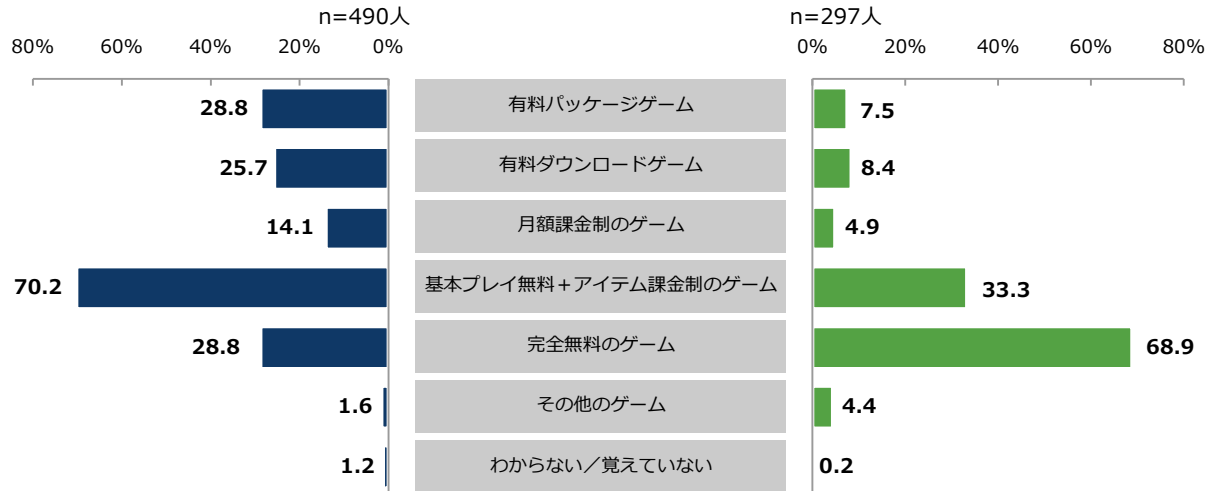
質問文

あなたがこの1年間に遊んだ、パソコンのゲームをお選びください。【複数回答】

### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・パソコン用ゲーム継続プレイヤー】

【2014年一般生活者・パソコン用ゲーム継続プレイヤー】



### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・パソコン用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・パソコン用ゲーム継続プレイヤー	性年齢別																		
	性別	男									女								
		30歳未満	30歳	31歳	32歳	33歳	34歳	35歳	36歳	37歳	38歳	39歳	40歳	41歳	42歳	43歳	44歳	45歳以上	
n数(人)	490	399	0	22	79	102	73	99	23	1	91	1	8	11	23	18	23	7	0
有料パッケージゲーム	28.8	31.8	0.0	18.2	30.4	34.3	35.6	33.3	17.4	100.0	15.4	0.0	0.0	0.0	17.4	27.8	13.0	28.6	0.0
有料ダウンロードゲーム	25.7	28.8	0.0	31.8	27.8	37.3	27.4	26.3	4.3	100.0	12.1	0.0	25.0	9.1	13.0	27.8	0.0	0.0	0.0
月額課金制のゲーム	14.1	15.8	0.0	4.5	8.9	14.7	21.9	19.2	21.7	0.0	6.6	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム	70.2	69.2	0.0	50.0	73.4	70.6	69.9	70.7	56.5	100.0	74.7	0.0	37.5	90.9	78.3	66.7	87.0	71.4	0.0
完全無料のゲーム	28.8	29.1	0.0	27.3	29.1	35.3	28.8	21.2	39.1	0.0	27.5	100.0	75.0	18.2	30.4	27.8	13.0	14.3	0.0
その他のゲーム	1.6	1.8	0.0	4.5	2.5	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0
わからない/覚えていない	1.2	1.5	0.0	13.6	1.3	0.0	1.4	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- プレイしたパソコン用ゲームの種類は「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」(70.2%)が約7割で最も高い。一方、一般生活者では「完全無料のゲーム」(68.9%)が最も高い。
- 男女とも「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」が最も高く、「有料パッケージゲーム」および「有料ダウンロードゲーム」では女性よりも男性のほうが、それぞれ1.6ポイント程度高い。

### 3.基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームでのアイテム課金の有無

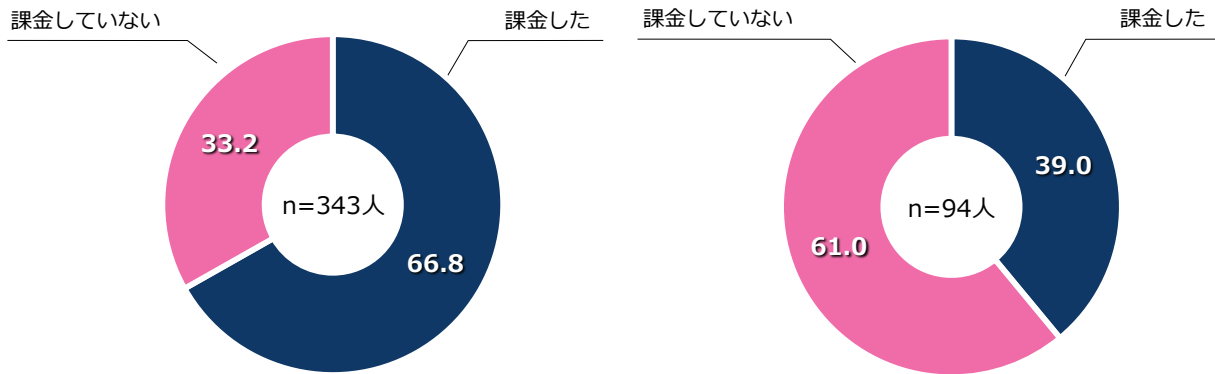
質問文

あなたはこの1年間に、パソコンのゲームで、アイテム課金をしましたか。【単数回答】

#### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・パソコン用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】

【2014年一般生活者・パソコン用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】



#### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・パソコン用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・パソコン用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー	性年齢別																			
	性別	30歳未満					30歳以上				性別	30歳未満					30歳以上			
		30歳未満	30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上		30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上	30歳以上				
n数(人)	343	276	0	11	58	72	51	70	13	1	67	0	3	9	18	12	20	5	0	
課金した	66.8	70.3	0.0	9.1	56.9	70.8	84.3	78.6	84.6	0.0	52.2	0.0	0.0	33.3	38.9	66.7	80.0	20.0	0.0	
課金していない	33.2	29.7	0.0	90.9	43.1	29.2	15.7	21.4	15.4	100.0	47.8	0.0	100.0	66.7	61.1	33.3	20.0	80.0	0.0	

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 基本プレイ無料+アイテム課金制のパソコン用ゲームプレイヤーに対し、アイテム課金の有無を聞いたところ、「課金した」のは66.8%と、一般生活者を27.8ポイント上回る。
- 男性は「課金した」が70.3%と高く、女性(52.2%)を18.1ポイント上回る。

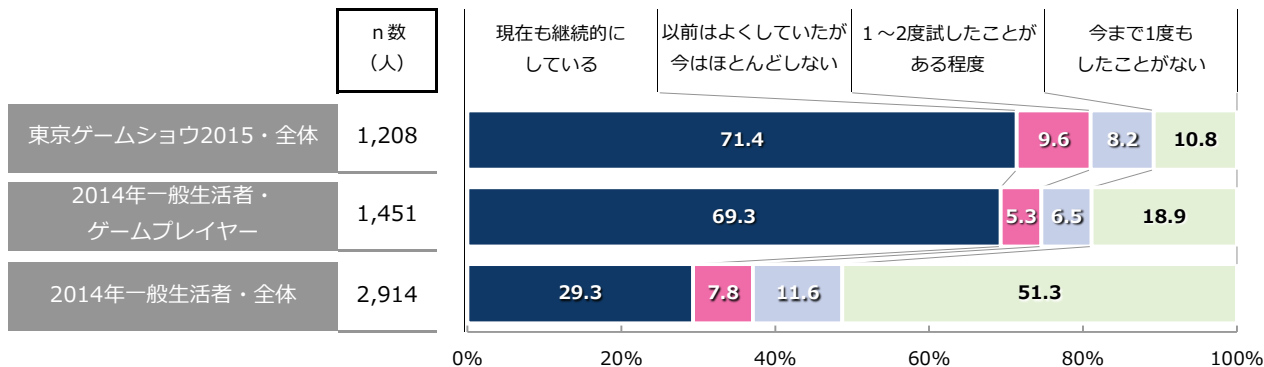
## 5.スマートフォン・タブレット用ゲームのプレイ状況

### 1.スマートフォン・タブレット用ゲームプレイ経験

質問文

あなたはスマートフォン/タブレットでゲームをしたことがありますか。【単数回答】

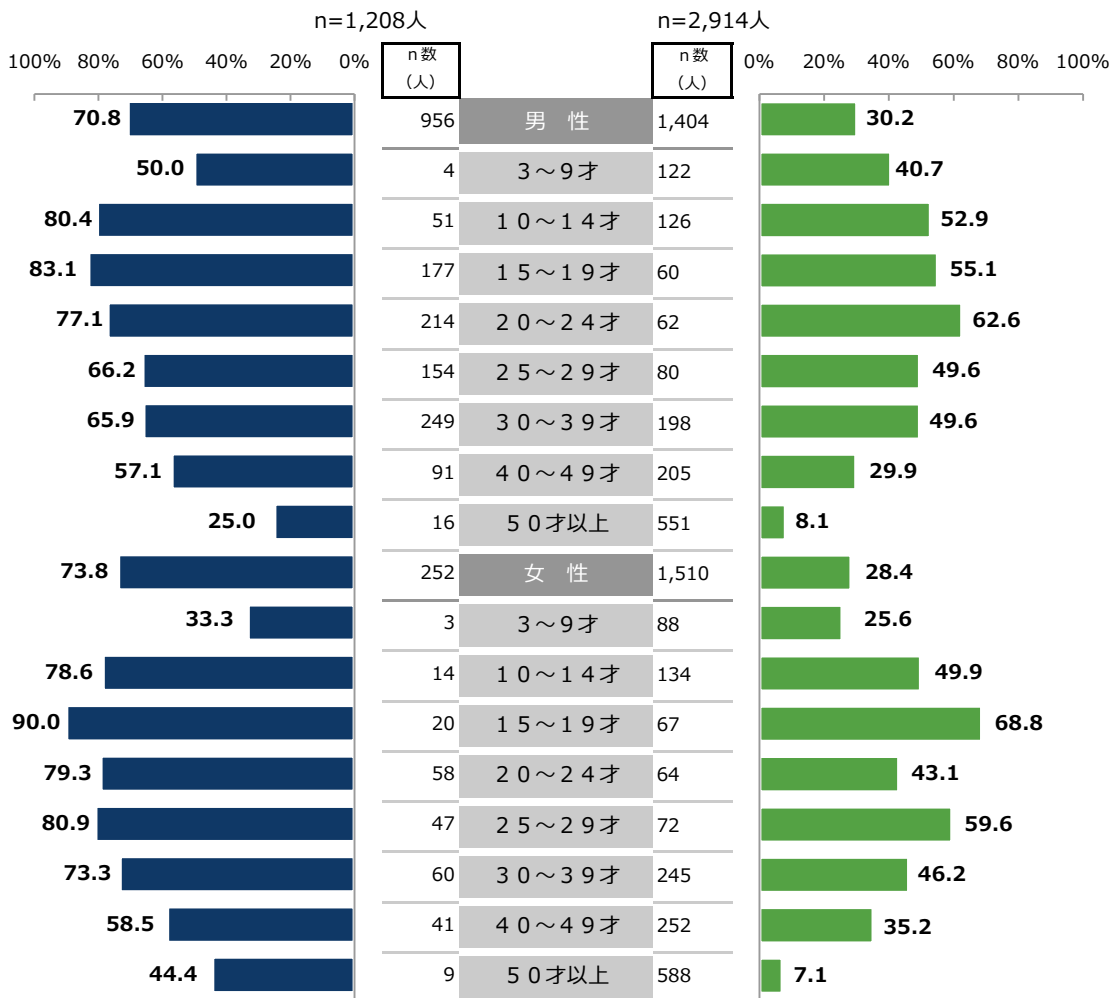
#### ■一般生活者との比較



#### ■性年齢別 継続プレイ率（「現在も継続的にしている」と答えた率）

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・全体】



- スマートフォン・タブレット用ゲームのプレイ経験は「現在も継続的にしている」が71.4%を占める。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると、「現在も継続的にしている」比率はともに約7割である。
- 男女ともに「現在も継続的にしている」は7割台で、家庭用ゲームと異なり、男女のプレイ率は同じ水準となっている。

## 2.プレイしたゲームの種類

質問文

あなたがこの1年間に遊んだ、スマートフォン/タブレットのゲームをお選びください。【複数回答】

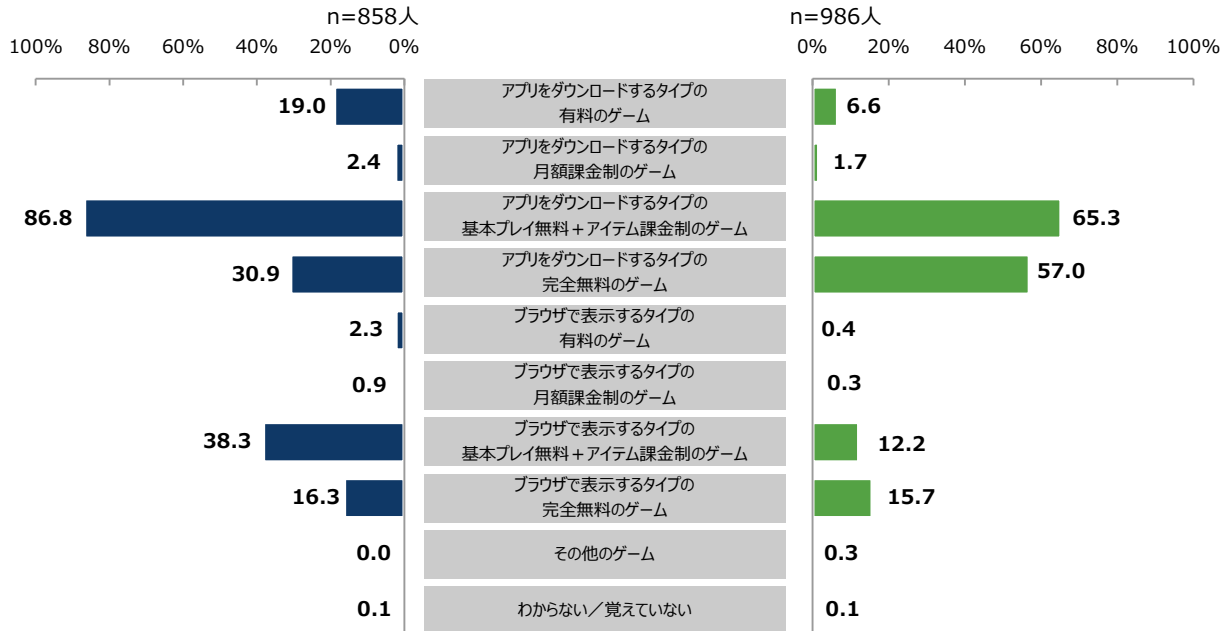
### ■ 一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・

スマートフォン・タブレット用ゲーム継続プレイヤー】

【2014年一般生活者・

スマートフォン・タブレット用ゲーム継続プレイヤー】



### ■ 性年齢別

【東京ゲームショウ2015・スマートフォン・タブレット用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・スマートフォン・タブレット用ゲーム継続プレイヤー	n数(人)	性年齢別																			
		男										女									
		3歳未満	1歳0ヶ月	1歳1ヶ月	2歳0ヶ月	2歳1ヶ月	3歳0ヶ月	4歳0ヶ月	5歳0ヶ月	3歳未満	1歳0ヶ月	1歳1ヶ月	2歳0ヶ月	2歳1ヶ月	3歳0ヶ月	4歳0ヶ月	5歳0ヶ月				
アプリをダウンロードするタイプの有料のゲーム	858	20.6	0.0	31.7	23.3	17.6	30.4	17.3	7.7	0.0	13.0	0.0	18.2	11.1	21.7	18.4	2.3	4.3	25.0		
アプリをダウンロードするタイプの月額課金制のゲーム	2.4	2.8	0.0	2.4	0.7	1.8	7.8	1.9	5.8	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	2.2	2.6	0.0	0.0	0.0		
アプリをダウンロードするタイプの基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム	86.8	87.2	100.0	75.6	90.4	92.1	87.3	85.2	78.8	75.0	85.3	0.0	63.6	94.4	91.3	89.5	83.7	87.0	25.0		
アプリをダウンロードするタイプの完全無料のゲーム	30.9	29.2	0.0	41.5	30.1	32.1	23.5	28.4	21.2	50.0	37.0	100.0	63.6	33.3	41.3	39.5	30.2	17.4	75.0		
ブラウザで表示するタイプの有料のゲーム	2.3	2.7	0.0	4.9	2.7	1.2	4.9	2.5	1.9	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	2.3	0.0	0.0		
ブラウザで表示するタイプの月額課金制のゲーム	0.9	1.2	0.0	2.4	1.4	0.0	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
ブラウザで表示するタイプの基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム	38.3	39.2	0.0	34.1	36.3	47.9	40.2	34.6	38.5	25.0	35.3	0.0	36.4	33.3	37.0	50.0	34.9	13.0	25.0		
ブラウザで表示するタイプの完全無料のゲーム	16.3	15.1	50.0	34.1	19.2	13.3	6.9	11.1	19.2	50.0	20.7	0.0	36.4	16.7	21.7	18.4	16.3	17.4	75.0		
その他のゲーム	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
わからない/覚えていない	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- プレイしたスマートフォン・タブレット用ゲームの種類は「アプリをダウンロードするタイプの基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」が86.8%で最も高く、一般生活者と比べると21.5ポイント上回る。一方、「アプリをダウンロードするタイプの完全無料のゲーム」は、一般生活者のほうが26.1ポイント上回る。
- 男女ともに「アプリをダウンロードするタイプの基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」が8割を超えて最も高い。「アプリをダウンロードするタイプの有料のゲーム」は女性よりも男性で7.6ポイント高く、「アプリをダウンロードするタイプの完全無料のゲーム」は男性よりも女性で7.8ポイント高い。

### 3.基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームでのアイテム課金の有無

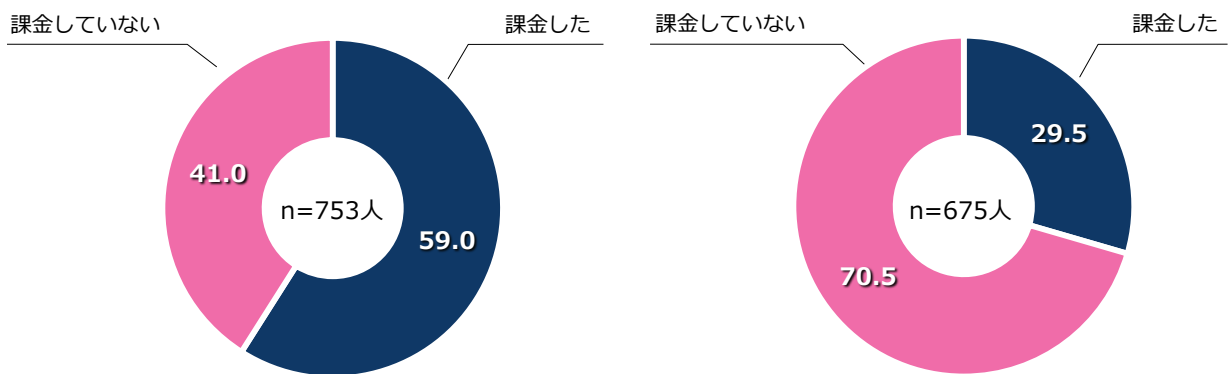
質問文

あなたはこの1年間に、スマートフォン/タブレットのゲームで、アイテム課金をしましたか。【単数回答】

#### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・スマートフォン・タブレット用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】

【2014年一般生活者・スマートフォン・タブレット用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】



#### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・スマートフォン・タブレット用ゲーム基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】

(単位: %)

東京ゲームショウ2015 スマートフォン・ タブレット用ゲーム 基本プレイ無料+ アイテム課金制の ゲームプレイヤー	性年齢別																		
	性別	3才					4才					5才以上					性別		
		3才	4才	5才	6才	7才	3才	4才	5才	6才	7才	3才	4才	5才	6才	7才			
n数(人)	753	595	2	33	131	152	90	141	43	3	158	0	8	17	42	33	37	20	1
課金した	59.0	60.3	0.0	39.4	55.7	63.8	68.9	63.1	53.5	66.7	53.8	0.0	12.5	41.2	57.1	60.6	64.9	45.0	0.0
課金していない	41.0	39.7	100.0	60.6	44.3	36.2	31.1	36.9	46.5	33.3	46.2	0.0	87.5	58.8	42.9	39.4	35.1	55.0	100.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- スマートフォン・タブレット用ゲームにおける基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤーに対し、アイテム課金の有無を聞いたところ、「課金した」のは59.0%で一般生活者を29.5ポイント上回る。
- 女性よりも男性で「課金した」比率が6.5ポイント高く、特に男性25~29才は約7割(68.9%)に達する。

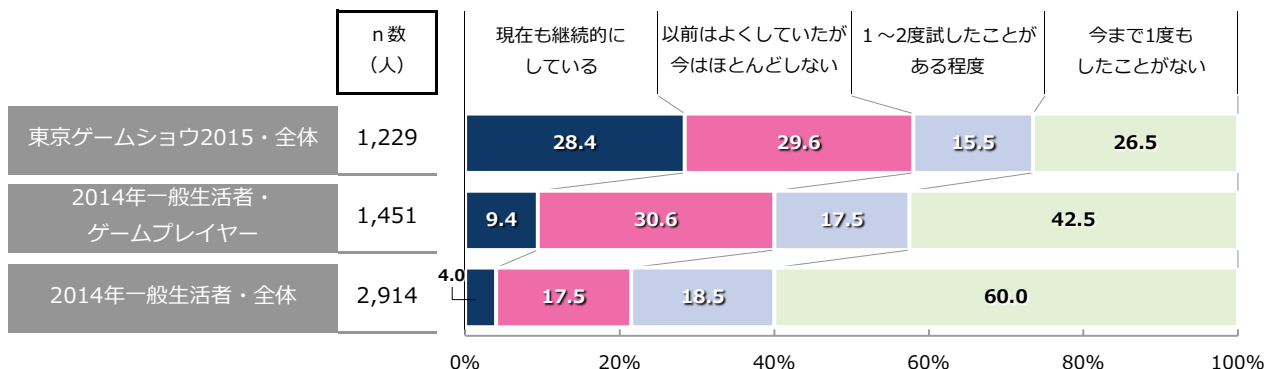
## 6. 携帯電話用ゲームのプレイ状況

### 1. 携帯電話用ゲームプレイ経験

質問文

あなたは携帯電話でゲームをしたことがありますか。【単数回答】

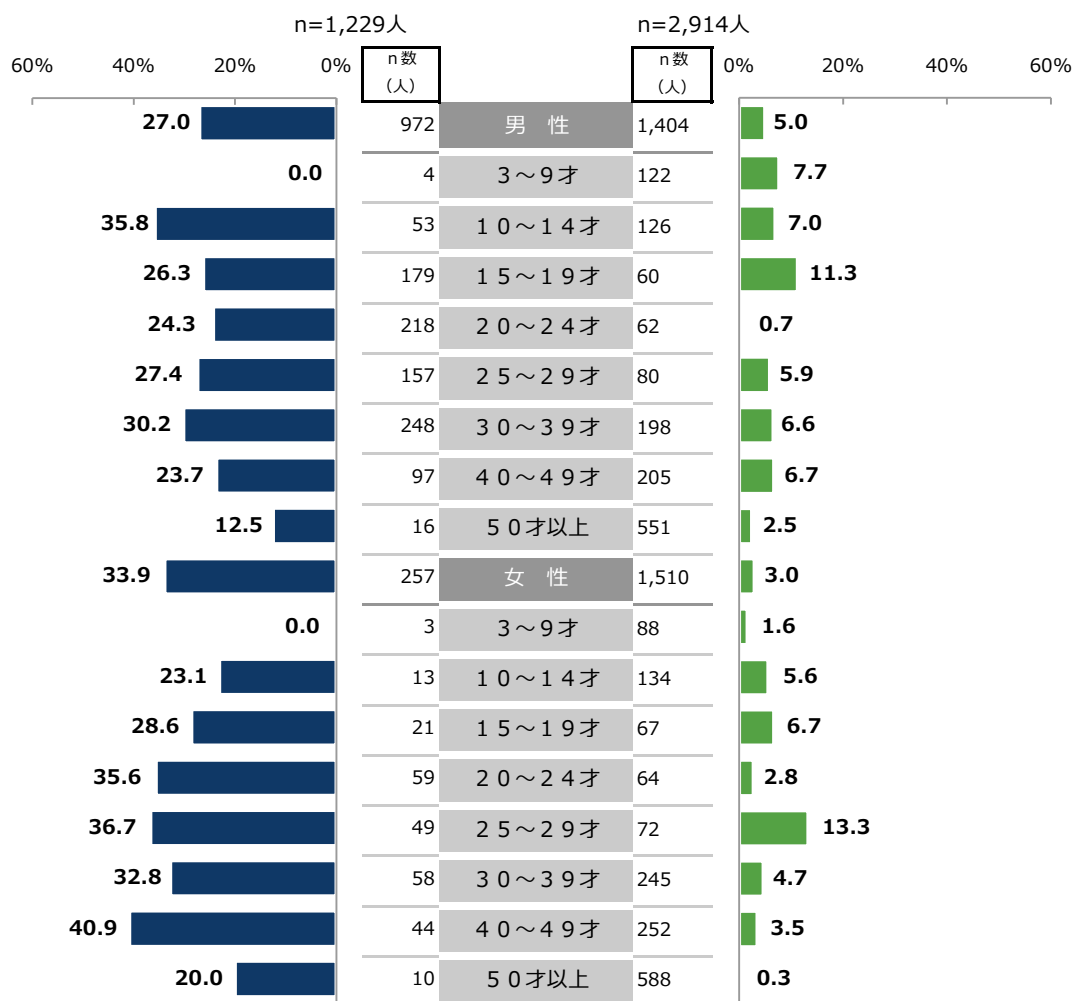
#### ■ 一般生活者との比較



#### ■ 性年齢別 継続プレイ率（「現在も継続的にしている」と答えた率）

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・全体】



- 携帯電話用ゲームのプレイ経験は「現在も継続的にしている」が28.4%と、他のゲーム業態と比べると低く、「以前はよくしていたが今はほとんどしない」が29.6%を占める。
- 「現在も継続的にしている」は男性（27.0%）よりも女性（33.9%）のほうが高く、女性40~49才は、約4割（40.9%）となっている。

## 2.プレイしたゲームの種類

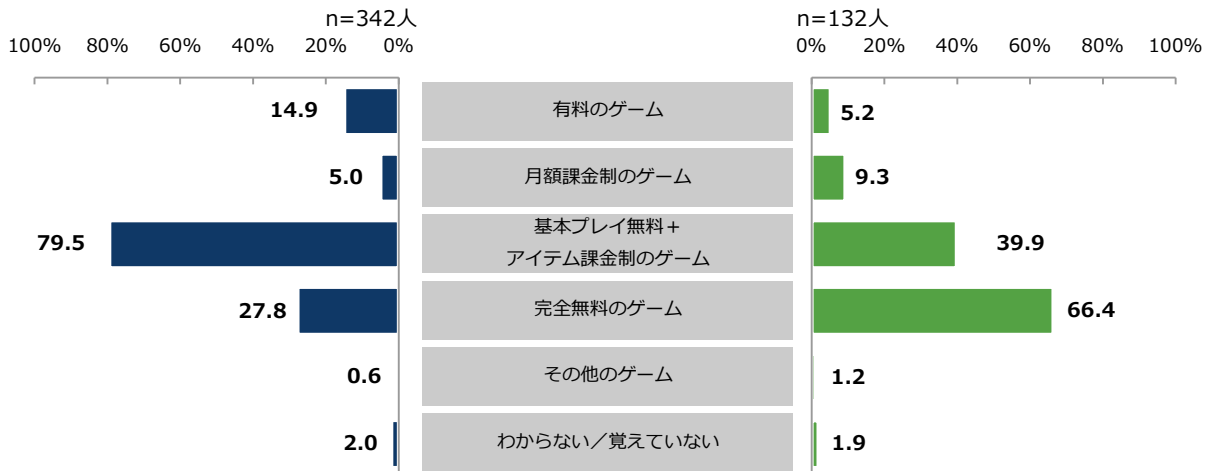
質問文

あなたがこの1年間に遊んだ、携帯電話のゲームをお選びください。【複数回答】

### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・携帯電話用ゲーム継続プレイヤー】

【2014年一般生活者・携帯電話用ゲーム継続プレイヤー】



### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・携帯電話用ゲーム継続プレイヤー】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015 携帯電話用ゲーム 継続プレイヤー	性年齢別																		
	性別	男									女								
		30代	10代	10代	20代	20代	30代	40代	50代	50代	30代	10代	10代	20代	20代	30代	40代	50代	
n数(人)	342	258	0	19	46	53	43	72	23	2	84	0	3	6	20	18	18	17	2
有料のゲーム	14.9	17.4	0.0	26.3	13.0	20.8	25.6	11.1	17.4	0.0	7.1	0.0	0.0	16.7	10.0	16.7	0.0	0.0	0.0
月額課金制のゲーム	5.0	5.0	0.0	0.0	4.3	5.7	4.7	8.3	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	16.7	5.0	5.6	5.6	0.0	0.0
基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム	79.5	79.5	0.0	73.7	82.6	84.9	83.7	79.2	60.9	50.0	79.8	0.0	66.7	50.0	80.0	88.9	83.3	76.5	100.0
完全無料のゲーム	27.8	25.2	0.0	36.8	23.9	22.6	16.3	30.6	21.7	50.0	35.7	0.0	66.7	16.7	25.0	61.1	27.8	29.4	50.0
その他のゲーム	0.6	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.4	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
わからない/覚えていない	2.0	2.7	0.0	15.8	4.3	1.9	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- プレイした携帯電話用のゲームの種類は「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」が79.5%で、突出して高い。一方、一般生活者では「完全無料のゲーム」(66.4%)が最も高い。
- 男女ともに「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」が約8割で、女性は男性よりも「完全無料のゲーム」が、男性は女性よりも「有料のゲーム」が、それぞれ約10ポイント上回る。

### 3.基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームでのアイテム課金の有無

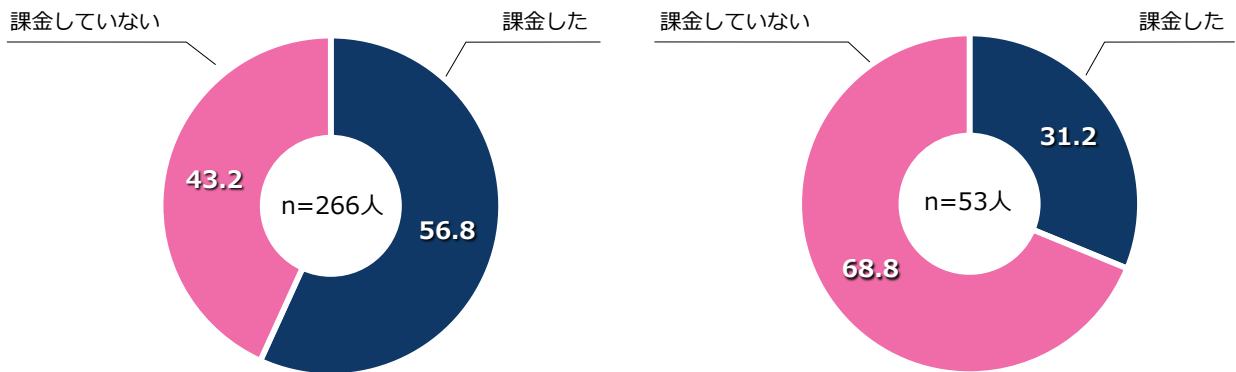
質問文

あなたはこの1年間に、携帯電話のゲームで、アイテム課金をしましたか。【単数回答】

#### ■一般生活者との比較

【東京ゲームショウ2015・  
携帯電話用ゲーム 基本プレイ無料+  
アイテム課金制のゲームプレイヤー】

【2014年一般生活者・  
携帯電話用ゲーム 基本プレイ無料+  
アイテム課金制のゲームプレイヤー】



#### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・携帯電話用ゲーム 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームプレイヤー】

(単位：%)

	東京ゲームショウ2015 携帯電話用ゲーム・ 基本プレイ無料+ アイテム課金制の ゲームプレイヤー	性年齢別																	
		男性										女性							
		3 〜 9 才	1 0 〜 1 4 才	1 5 〜 1 9 才	2 0 〜 2 4 才	2 5 〜 2 9 才	3 0 〜 3 4 才	4 0 〜 4 4 才	5 0 〜 5 4 才	5 5 〜 5 9 才	6 0 〜 6 4 才	3 〜 9 才	1 0 〜 1 4 才	1 5 〜 1 9 才	2 0 〜 2 4 才	2 5 〜 2 9 才	3 0 〜 3 4 才	4 0 〜 4 4 才	5 0 〜 5 4 才
n数(人)	266	200	0	13	37	44	34	57	14	1	66	0	2	3	16	15	15	13	2
課金した	56.8	59.0	0.0	38.5	54.1	68.2	70.6	61.4	28.6	0.0	50.0	0.0	0.0	66.7	37.5	80.0	46.7	38.5	50.0
課金していない	43.2	41.0	0.0	61.5	45.9	31.8	29.4	38.6	71.4	100.0	50.0	0.0	100.0	33.3	62.5	20.0	53.3	61.5	50.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 基本プレイ無料+アイテム課金制の携帯電話用ゲームプレイヤーに対し、アイテム課金の有無を聞いたところ、「課金した」のは56.8%を占める。
- 男女ともに「課金した」は5割台である。



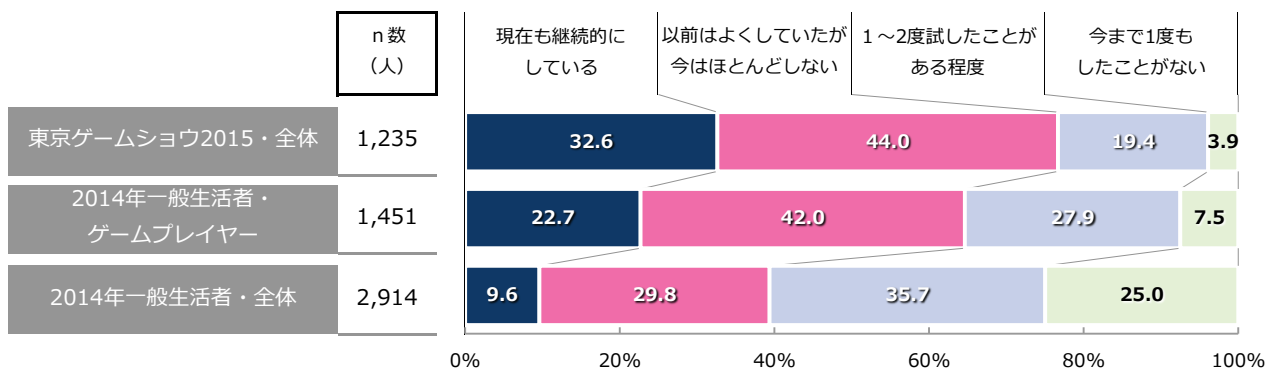
## 7.アーケードゲームのプレイ状況

### 1.アーケードゲームプレイ経験

質問文

あなたはゲームセンター/ゲームコーナーでゲームをしたことがありますか。【単数回答】

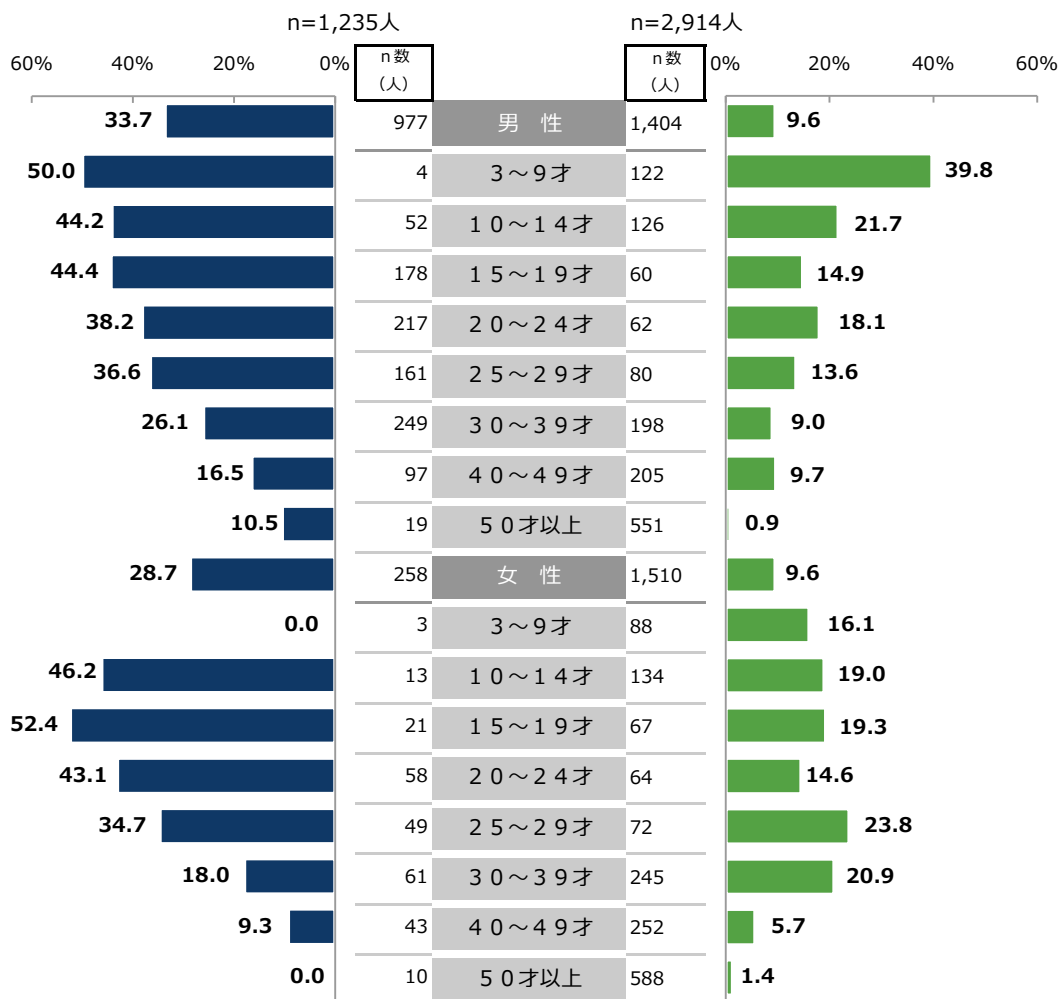
#### ■一般生活者との比較



#### ■性年齢別 継続プレイ率（「現在も継続的にしている」と答えた率）

【東京ゲームショウ2015・全体】

【2014年一般生活者・全体】



- アーケードゲームのプレイ経験は「現在も継続的にしている」が32.6%を占め、「以前はよくしていたが今はほとんどしない」(44.0%)が、他の業態と比べると高い。
- 「現在も継続的にしている」は、男女ともに約3割で、男性「10~19才」、女性「20~24才」では4割台となっている。

## 8.各ゲームの重複状況

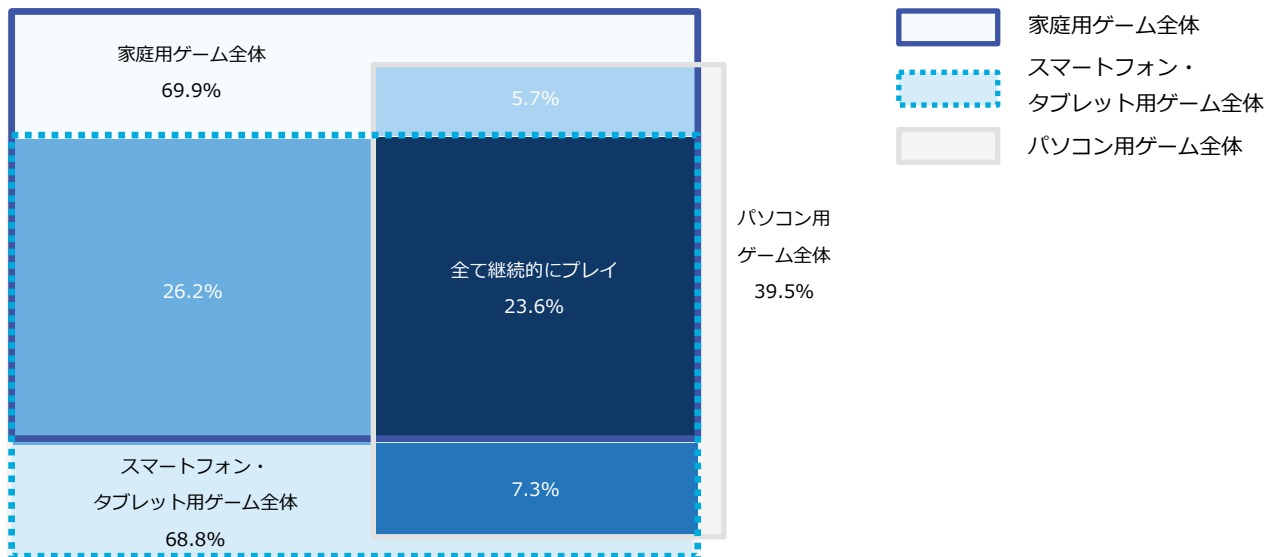
### 1.各ハードウェアでの継続プレイヤーの重複率

「家庭用ゲーム」、「パソコン用ゲーム」、「スマートフォン・タブレット用ゲーム」の3業態について継続プレイヤー（「現在も継続的にプレイしている」と回答した人）の重複状況を以下のとおり図にした。

#### ■一般生活者との比較

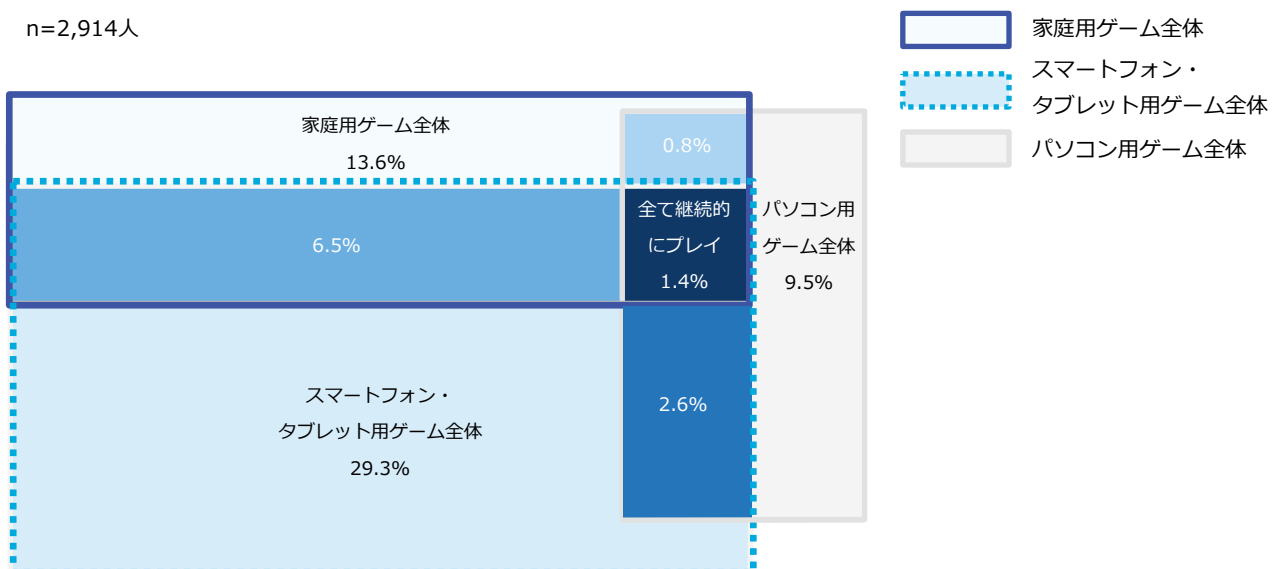
【東京ゲームショウ2015・全体】

n=1,254人



【2014年一般生活者・全体】

n=2,914人



※ 重複率の算出は、それぞれの調査の有効回収数をベースに算出している。

- 「家庭用ゲーム」、「スマートフォン・タブレット用ゲーム」と「パソコン用ゲーム」の3業態全て継続的にプレイしているのは、23.6%で、一般生活者・全体と比べると、22.2ポイント上回る。
- 「家庭用ゲーム」と「スマートフォン・タブレット用ゲーム」のみの継続プレイヤーは26.2%、「家庭用ゲーム」と「パソコン用ゲーム」のみの継続プレイヤーは5.7%となっている。

## ■各ハードウェア継続プレイヤー別 各ゲーム重複率

【東京ゲームショウ2015・各ハードウェア継続プレイヤー】

(単位：%)

	n数(人)	家庭用ゲーム	パソコン用ゲーム	スマートフォン・タブレット用ゲーム	携帯電話用ゲーム	アーケードゲーム
家庭用ゲーム継続プレイヤー	876	—	42.0	71.3	26.9	35.0
パソコン用ゲーム継続プレイヤー	495	74.3	—	78.4	32.1	38.4
スマートフォン・タブレット用ゲーム継続プレイヤー	863	72.4	45.0	—	34.8	37.2
携帯電話用ゲーム継続プレイヤー	349	67.6	45.6	86.0	—	39.0
アーケードゲーム継続プレイヤー	403	76.2	47.1	79.7	33.7	—

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

## ■各ハードウェア継続プレイヤー別 各ゲーム重複率

【2014年一般生活者・各ハードウェア継続プレイヤー】

(単位：%)

	n数(人)	家庭用ゲーム	パソコン用ゲーム	スマートフォン・タブレット用ゲーム	携帯電話用ゲーム	アーケードゲーム
家庭用ゲーム継続プレイヤー	537	—	15.9	57.9	9.0	28.2
パソコン用ゲーム継続プレイヤー	305	22.8	—	41.9	10.4	14.6
スマートフォン・タブレット用ゲーム継続プレイヤー	995	26.8	13.5	—	10.2	19.3
携帯電話用ゲーム継続プレイヤー	134	30.8	24.7	75.4	—	22.4
アーケードゲーム継続プレイヤー	331	39.8	14.4	58.7	9.3	—

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

●「家庭用ゲーム」、「パソコン用ゲーム」、「スマートフォン・タブレット用ゲーム」、「携帯電話用ゲーム」、「アーケードゲーム」の5業態について、継続プレイヤーの重複状況をみると、どの継続プレイヤーも「家庭用ゲーム」は7割程度となっている。一方、家庭用ゲーム継続プレイヤーにおける「スマートフォン・タブレット用ゲーム」の重複率は、71.3%で、他の業態のプレイヤーにおける重複率と比べると低い。

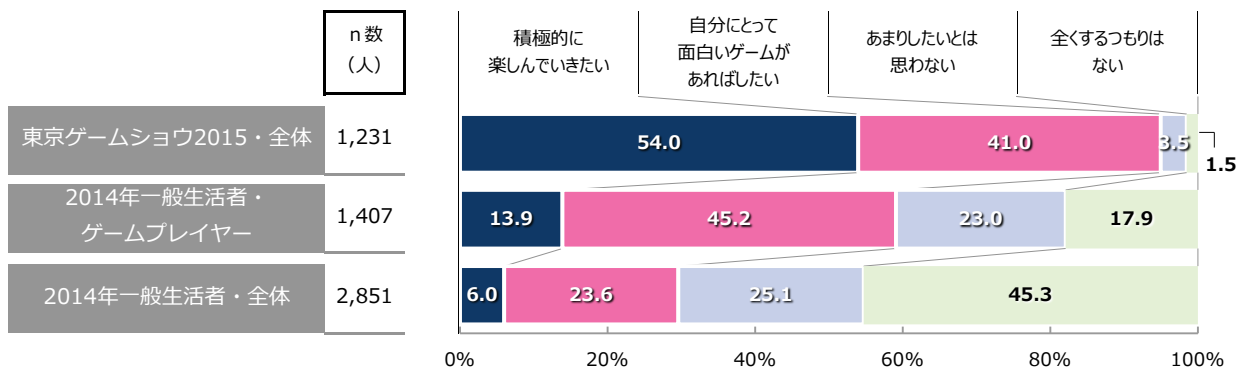
# 9.今後のゲームプレイ意向

## 1.家庭用ゲームプレイ意向

質問文

あなたは、今後、家庭用ゲーム機でゲームをしたいと思いますか。【単数回答】

### ■一般生活者との比較



### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																			
	性別	男									女									
		3才未満	3才~9才	10才~14才	15才~19才	20才~24才	25才~29才	30才~34才	35才~39才	40才~44才	45才~49才	50才以上	3才未満	3才~9才	10才~14才	15才~19才	20才~24才	25才~29才	30才~34才	35才~39才
n数(人)	1,231	973	4	53	176	216	160	249	97	18	258	3	14	21	60	48	60	44	8	
積極的に楽しんでいきたい	54.0	57.0	50.0	69.8	67.6	64.8	52.5	50.2	42.3	38.9	42.6	0.0	64.3	66.7	55.0	43.8	35.0	25.0	12.5	
自分にとって面白いゲームがあればほしい	41.0	38.4	25.0	26.4	30.1	30.6	42.5	46.2	49.5	50.0	50.8	100.0	28.6	33.3	43.3	47.9	60.0	61.4	62.5	
あまりしたいとは思わない	3.5	3.1	0.0	1.9	1.7	3.2	3.1	2.4	7.2	5.6	5.0	0.0	7.1	0.0	0.0	6.3	3.3	13.6	12.5	
全くするつもりはない	1.5	1.4	25.0	1.9	0.6	1.4	1.9	1.2	1.0	5.6	1.6	0.0	0.0	0.0	1.7	2.1	1.7	0.0	12.5	

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

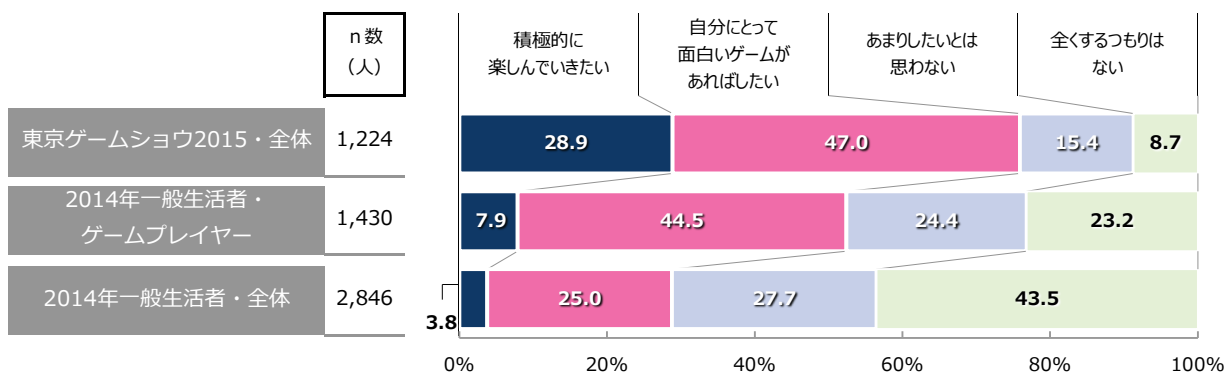
- 家庭用ゲームの今後のプレイ意向は、「積極的に楽しんでいきたい」は54.0%を占め、「自分にとって面白いゲームがあればほしい」(41.0%)と合わせると95.0%に達する。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると「積極的に楽しんでいきたい」は40.1ポイント上回る。
- 女性よりも男性で「積極的に楽しんでいきたい」が14.4ポイント高く、男性”10~24才”で6割台を占める。

## 2.パソコン用ゲームプレイ意向

質問文

あなたは、今後、パソコン（ノート型・デスクトップ型）でゲームをしたいと思いますか。【単数回答】

### ■一般生活者との比較



### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

	東京 ゲーム ショウ 2015・ 全体	性年齢別																	
		男 性									女 性								
n数(人)		3 9 才	1 5 才	1 9 才	2 5 才	2 9 才	3 5 才	4 9 才	5 0 才 以上	3 9 才	1 5 才	1 9 才	2 5 才	2 9 才	3 5 才	4 9 才	5 0 才 以上		
	1,224	966	5	53	174	215	160	246	96	17	258	3	14	21	60	49	60	42	9
積極的に楽しんで いきたい	28.9	31.5	0.0	39.6	44.8	38.6	33.1	22.4	12.5	11.8	19.4	33.3	64.3	28.6	21.7	22.4	11.7	2.4	22.2
自分にとって面白い ゲームがあればしたい	47.0	45.1	20.0	39.6	39.1	42.3	46.9	49.6	51.0	52.9	53.9	0.0	21.4	52.4	56.7	51.0	63.3	57.1	44.4
あまりしたいとは 思わない	15.4	15.2	40.0	13.2	10.9	13.5	14.4	17.5	21.9	17.6	15.9	33.3	0.0	4.8	16.7	14.3	15.0	28.6	11.1
全くするつもりは ない	8.7	8.2	40.0	7.5	5.2	5.6	5.6	10.6	14.6	17.6	10.9	33.3	14.3	14.3	5.0	12.2	10.0	11.9	22.2

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

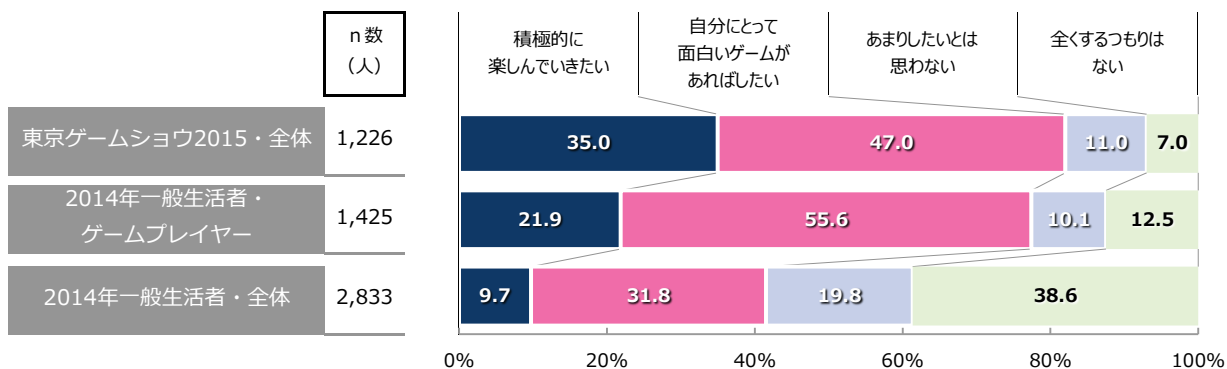
- パソコン用ゲームの今後のプレイ意向は、「積極的に楽しんでいきたい」は28.9%で、「自分にとって面白いゲームがあればしたい」(47.0%)と合わせると75.9%を占める。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると「積極的に楽しんでいきたい」は21.0ポイント上回る。
- 女性よりも男性で「積極的に楽しんでいきたい」が12.1ポイント高く、男性15~19才で4割を超える。

### 3.スマートフォン・タブレット用ゲームプレイ意向

質問文

あなたは、今後、スマートフォン/タブレットでゲームをしたいと思いませんか。【単数回答】

#### ■一般生活者との比較



#### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																		
	n数 (人)	男性										女性							
		35歳未満	15歳未満	15歳～19歳未満	20歳～24歳未満	25歳～29歳未満	30歳～34歳未満	35歳～39歳未満	40歳～44歳未満	45歳～49歳未満	50歳以上	35歳未満	15歳未満	15歳～19歳未満	20歳～24歳未満	25歳～29歳未満	30歳～34歳未満	35歳～39歳未満	40歳～44歳未満
積極的に楽しんでいきたい	35.0	35.4	40.0	56.6	47.2	38.6	27.7	27.5	32.6	6.3	33.5	66.7	64.3	57.1	38.3	34.7	26.7	13.6	22.2
自分にとって面白いゲームがあればしたい	47.0	45.5	0.0	32.1	39.2	47.9	51.6	49.8	38.9	56.3	52.3	0.0	28.6	42.9	53.3	55.1	50.0	68.2	44.4
あまりしたいとは思わない	11.0	11.5	40.0	7.5	9.7	10.2	10.7	13.8	11.6	25.0	9.2	0.0	0.0	0.0	5.0	6.1	18.3	15.9	0.0
全くするつもりはない	7.0	7.6	20.0	3.8	4.0	3.3	10.1	8.9	16.8	12.5	5.0	33.3	7.1	0.0	3.3	4.1	5.0	2.3	33.3

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

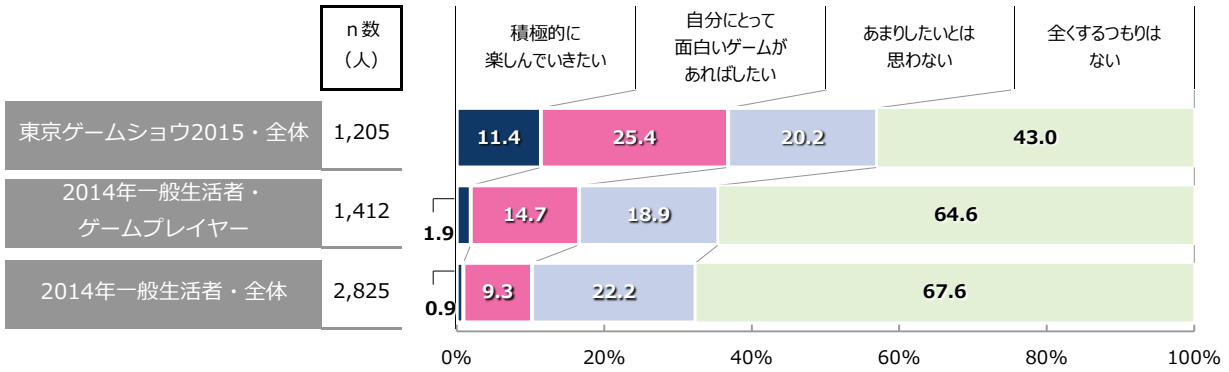
- スマートフォン・タブレット用ゲームの今後のプレイ意向は、「積極的に楽しんでいきたい」が35.0%、「自分にとって面白いゲームがあればしたい」(47.0%)と合わせると約8割となっている。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると「積極的に楽しんでいきたい」は13.1ポイント上回る。
- 男女ともに「積極的に楽しんでいきたい」は3割を超え、男性10～14才で「積極的に楽しんでいきたい」が5割半ばを占める。

#### 4. 携帯電話用ゲームプレイ意向

質問文

あなたは、今後、携帯電話でゲームをしたいと思いますか。【単数回答】

##### ■ 一般生活者との比較



##### ■ 性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																		
	性別	男									女								
		3才以下	4才	5才	6才	7才	8才	9才	10才	11才	12才	13才	14才	15才	16才	17才	18才	19才	20才以上
n数 (人)	1,205	957	5	52	174	214	159	244	92	17	248	3	14	20	58	47	57	41	8
積極的に楽しんでいきたい	11.4	11.3	0.0	23.1	17.8	10.7	7.5	9.0	6.5	11.8	11.7	0.0	14.3	10.0	17.2	12.8	10.5	4.9	12.5
自分にとって面白いゲームがあればしたい	25.4	23.1	0.0	15.4	19.0	25.2	23.9	25.4	22.8	29.4	34.3	0.0	28.6	35.0	39.7	27.7	36.8	34.1	37.5
あまりしたいとは思わない	20.2	20.3	20.0	17.3	17.2	19.2	23.9	21.7	19.6	23.5	20.2	33.3	21.4	15.0	15.5	23.4	19.3	29.3	0.0
全くするつもりはない	43.0	45.4	80.0	44.2	46.0	44.9	44.7	43.9	51.1	35.3	33.9	66.7	35.7	40.0	27.6	36.2	33.3	31.7	50.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

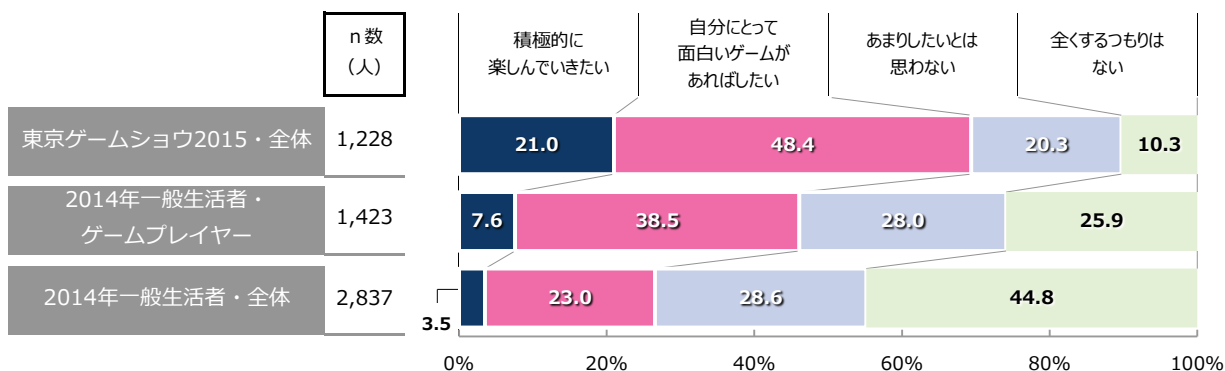
- 携帯電話用ゲームの今後のプレイ意向は、「積極的に楽しんでいきたい」が11.4%で、「自分にとって面白いゲームがあればしたい」(25.4%)と合わせると36.8%を占める。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると「積極的に楽しんでいきたい」は9.5ポイント上回る。
- 男女ともに「積極的に楽しんでいきたい」は約1割で、男性の10~14才で2割を超える。

## 5.アーケードゲームプレイ意向

質問文

あなたは、今後、ゲームセンター/ゲームコーナーでゲームをしたいと思いますか。【単数回答】

### ■一般生活者との比較



### ■性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																		
	性別	男性										性別	女性						
		30歳未満	10歳未満	10歳未満	20歳未満	20歳未満	30歳未満	40歳未満	50歳未満	50歳以上	30歳未満		10歳未満	10歳未満	20歳未満	20歳未満	30歳未満	40歳未満	50歳以上
n数(人)	1,228	972	5	53	176	215	160	248	97	18	256	3	14	21	60	48	59	43	8
積極的に楽しんでいきたい	21.0	22.2	20.0	41.5	38.1	24.2	16.3	13.7	12.4	11.1	16.4	0.0	35.7	33.3	26.7	14.6	8.5	2.3	12.5
自分にとって面白いゲームがあればしたい	48.4	47.8	40.0	39.6	38.1	47.4	49.4	56.5	47.4	44.4	50.4	33.3	42.9	47.6	60.0	41.7	57.6	44.2	37.5
あまりしたいとは思わない	20.3	19.5	40.0	5.7	16.5	18.1	23.8	20.2	27.8	11.1	23.0	33.3	14.3	19.0	8.3	31.3	18.6	41.9	37.5
全くするつもりはない	10.3	10.4	0.0	13.2	7.4	10.2	10.6	9.7	12.4	33.3	10.2	33.3	7.1	0.0	5.0	12.5	15.3	11.6	12.5

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- アーケードゲームの今後のプレイ意向は、「積極的に楽しんでいきたい」が21.0%を占め、「自分にとって面白いゲームがあればしたい」(48.4%)と合わせると約7割を占める。
- 一般生活者・ゲームプレイヤーと比較すると「積極的に楽しんでいきたい」は13.4ポイント上回る。
- 「積極的に楽しんでいきたい」は男性で22.2%、女性で16.4%を占め、男性「10～19歳」は約4割を占める。

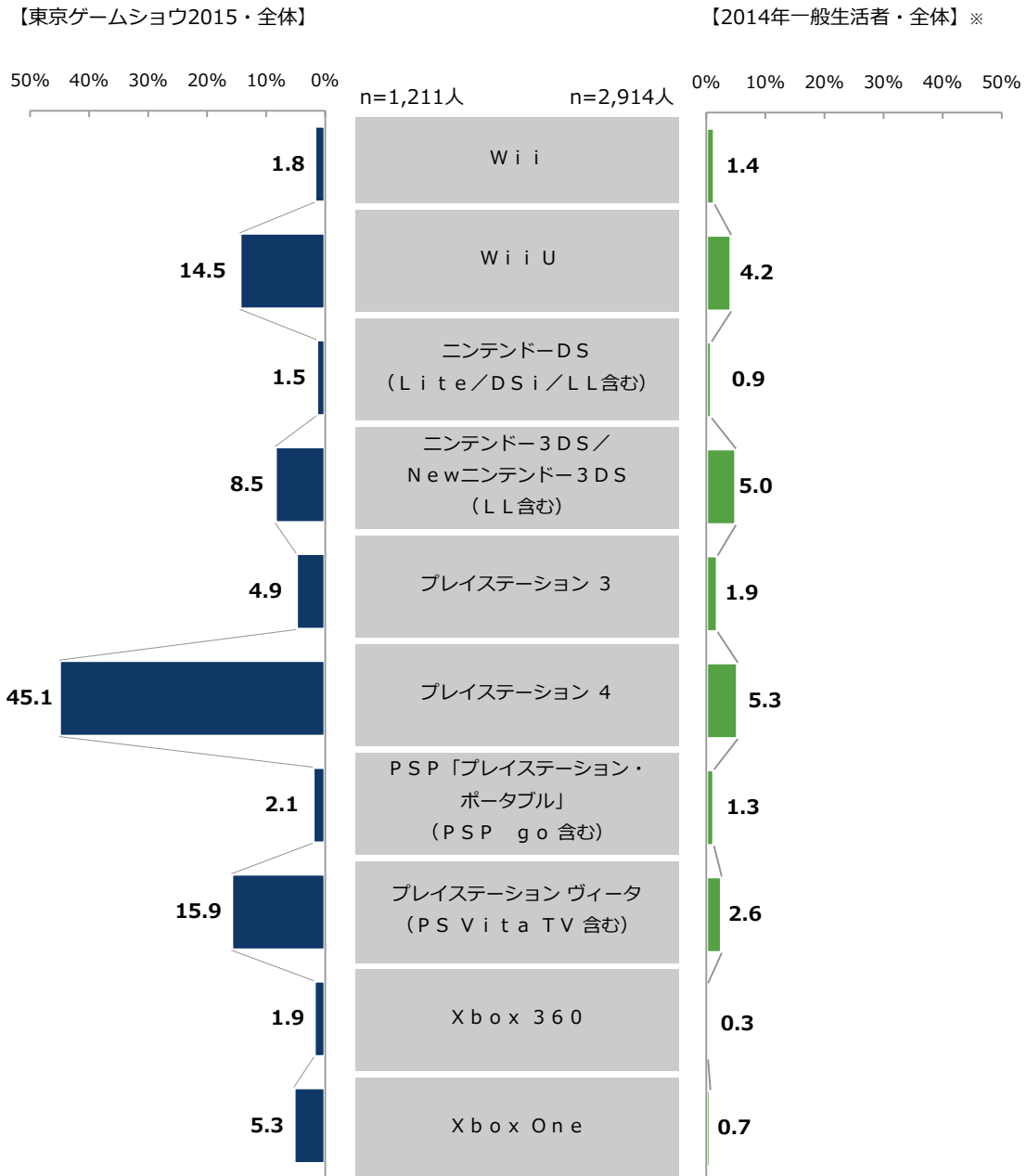


## 6.家庭用ゲーム機購入意向

質問文

家庭用ゲーム機についてお伺いします。あなたのご家庭で購入予定（買い替え・買い増し含む）のあるものをすべてお選びください。【複数回答】

### ■一般生活者との比較



※ 一般生活者調査の購入予定率は、「必ず購入する」と「購入を検討中」の合算値。

## ■ 性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

n数(人)	東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																	
		男性									女性								
		35才	10才	15才	20才	25才	30才	40才	50才以上	35才	10才	15才	20才	25才	30才	40才	50才以上		
1,211	959	5	50	177	213	158	242	95	19	252	3	12	20	60	48	57	42	10	
Wii	1.8	1.8	0.0	4.0	2.3	1.9	1.9	0.8	2.1	0.0	2.0	33.3	0.0	5.0	1.7	0.0	1.8	0.0	10.0
Wii U	14.5	15.1	20.0	18.0	18.6	15.0	16.5	14.0	9.5	5.3	12.3	0.0	8.3	15.0	20.0	12.5	5.3	14.3	0.0
ニンテンドーDS (Lite/DSi/LL含む)	1.5	1.4	0.0	4.0	1.1	1.4	1.3	1.2	1.1	0.0	2.0	33.3	0.0	5.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0
ニンテンドー3DS/Newニンテンドー3DS (LL含む)	8.5	8.9	40.0	10.0	8.5	8.0	8.9	7.0	12.6	15.8	7.1	0.0	0.0	10.0	8.3	6.3	10.5	2.4	10.0
プレイステーション 3	4.9	5.3	0.0	8.0	7.9	6.6	5.7	3.3	2.1	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	8.3	4.2	1.8	0.0	0.0
プレイステーション 4	45.1	47.0	0.0	32.0	42.4	53.1	51.9	47.5	44.2	42.1	37.7	33.3	8.3	30.0	50.0	45.8	36.8	28.6	20.0
PSP「プレイステーション・ポータブル」(PSP go含む)	2.1	2.2	0.0	0.0	2.8	1.9	3.8	2.1	1.1	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	5.0	4.2	0.0	0.0	0.0
プレイステーション ヴィータ (PS Vita TV含む)	15.9	16.1	0.0	18.0	18.6	13.1	13.9	17.8	14.7	26.3	15.5	0.0	33.3	25.0	13.3	12.5	19.3	9.5	10.0
Xbox 360	1.9	2.0	0.0	0.0	3.4	1.4	1.9	2.1	2.1	0.0	1.6	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	3.5	2.4	0.0
Xbox One	5.3	5.7	0.0	2.0	6.8	8.9	5.1	5.4	2.1	0.0	3.6	0.0	0.0	10.0	5.0	6.3	1.8	0.0	0.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

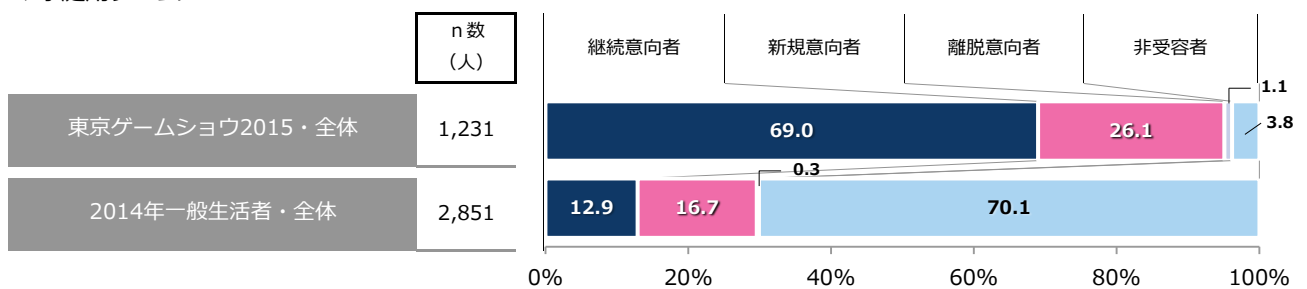
- 家庭用ゲーム機の今後の購入予定率は、「プレイステーション4」が45.1%で最も高く、「プレイステーション ヴィータ (PS Vita TV含む)」(15.9%)、「Wii U」(14.5%)が続く。
- 「プレイステーション 4」の購入予定率は男性は47.0%、女性は37.7%を占め、男性「20～29才」、女性「20～24才」で半数を超える。

## 7.各ゲームのプレイ経験×意向

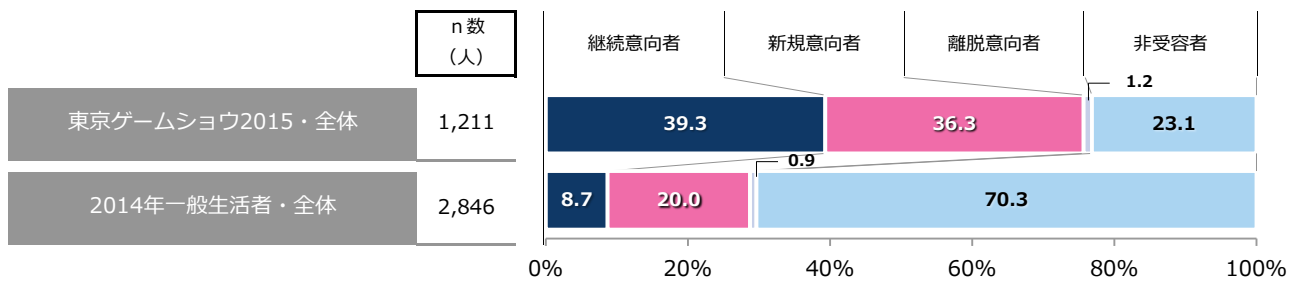
ハードウェアごとに、「ゲームプレイ経験」と「ゲームプレイ意向」をクロスさせて、その結果を以下の4つのグループに分けた。

		ゲームプレイ経験			
		現在も継続的にしている	以前はよくしていたが今はほとんどしない	1～2度試したことがある程度	今まで1度もしたことがない
ゲームプレイ意向	積極的に楽しんでいきたい	継続意向者	新規意向者		
	自分にとって面白いソフトがあればしてみたい				
	あまりしてみたいとは思わない	離脱意向者	非受容者		
	全くするつもりはない				

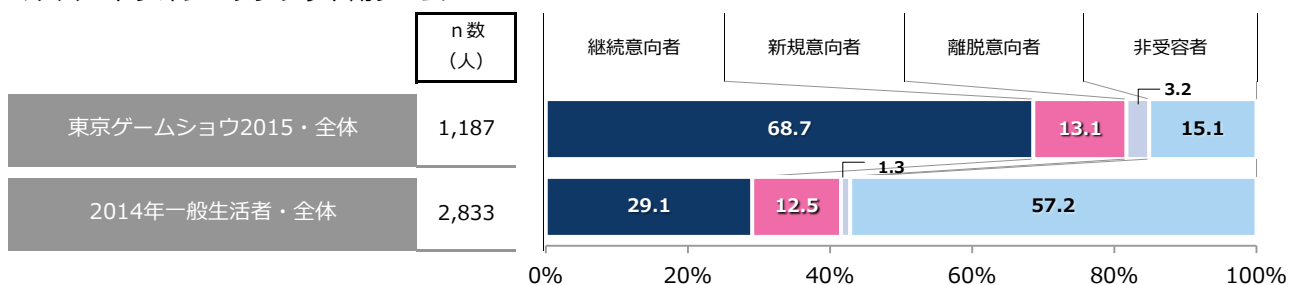
### ◆家庭用ゲーム



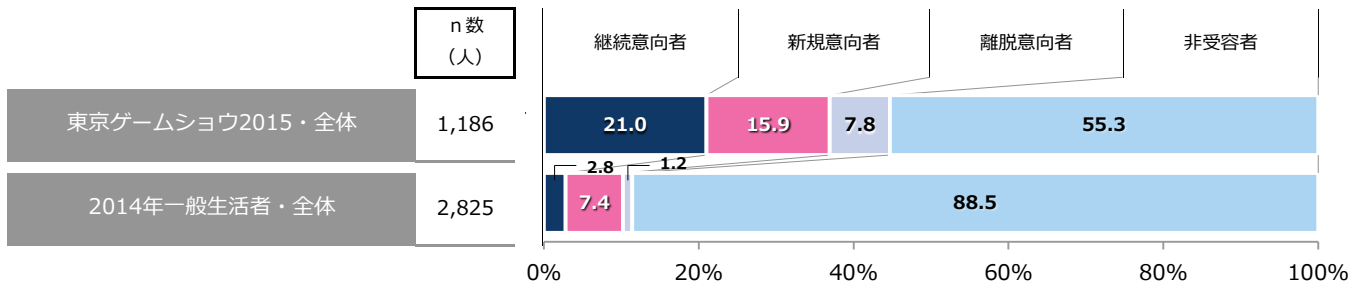
### ◆パソコン用ゲーム



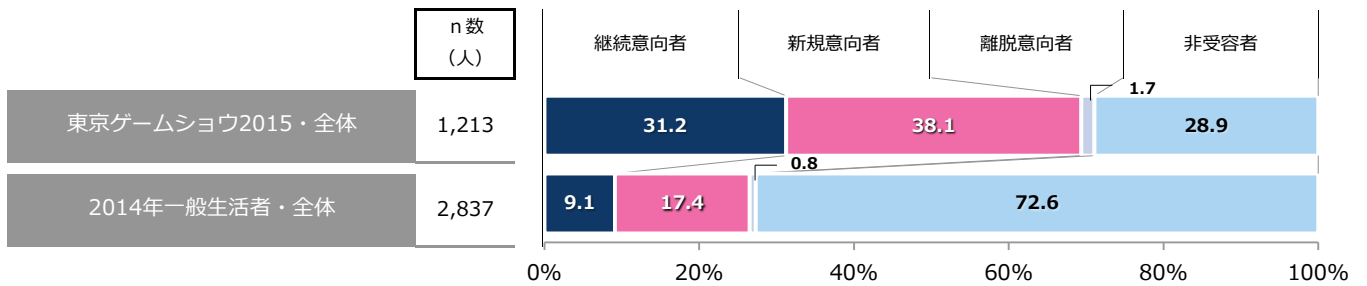
### ◆スマートフォン・タブレット用ゲーム



◆携帯電話用ゲーム



◆アーケードゲーム



- 家庭用ゲームの「継続意向者」は69.0%を占め、一般生活者と比べると56.1ポイント上回る。
- パソコン用ゲームの「継続意向者」は39.3%を占め、一般生活者と比べると30.6ポイント上回る。
- スマートフォン・タブレット用ゲームの「継続意向者」は68.7%を占め、一般生活者と比べると39.6ポイント上回る。
- 携帯電話用ゲームの「継続意向者」は21.0%を占め、一般生活者と比べると18.2ポイント上回る。
- アーケードゲームの「継続意向者」は31.2%を占め、一般生活者と比べると22.1ポイント上回る。

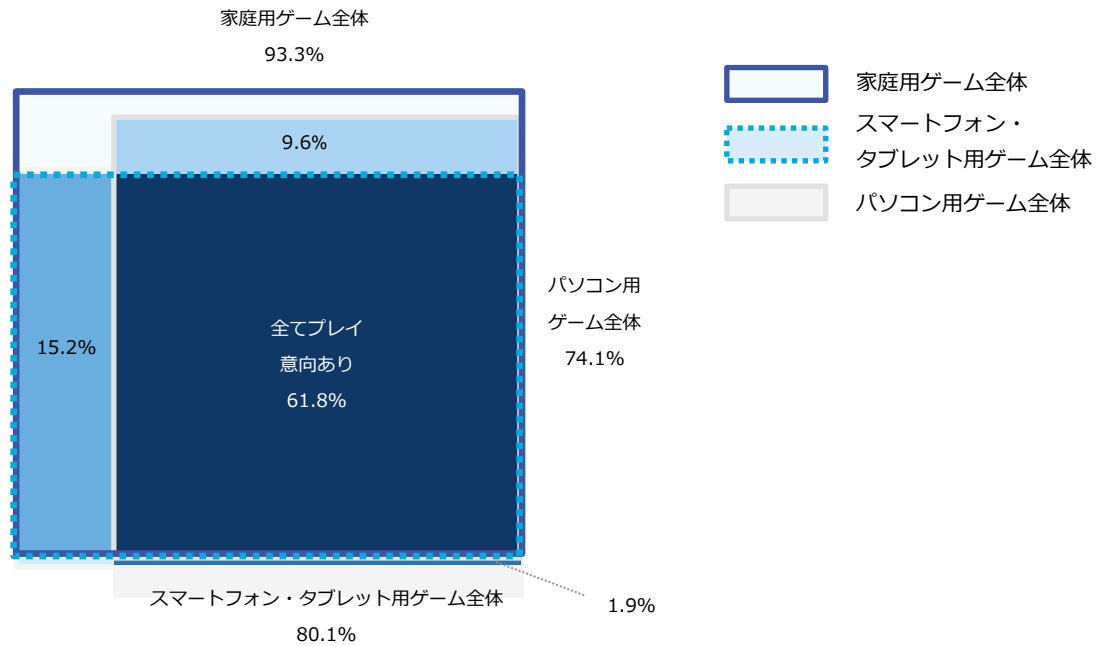
## 8.各ハードウェアでのプレイ意向者の重複率

「家庭用ゲーム」、「パソコン用ゲーム」、「スマートフォン・タブレット用ゲーム」の3業態についてプレイ意向者（「積極的に楽しんできたい」、「自分にとって面白いソフトがあればしてみたい」と回答した人）の重複状況を以下のとおり図にした。

### ■一般生活者との比較

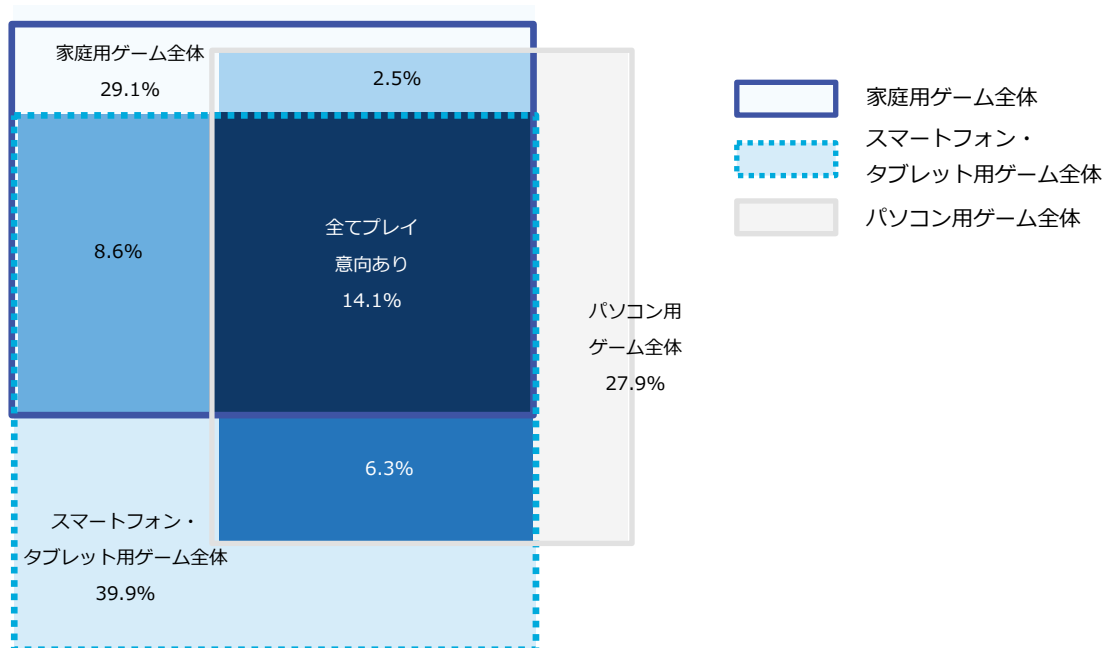
【東京ゲームショウ2015・全体】

n=1,254人



【2014年一般生活者・全体】

n=2,914人



※ 重複率の算出は、それぞれの調査の有効回収数をベースに算出している。

- 「家庭用ゲーム」、「パソコン用ゲーム」と「スマートフォン・タブレット用ゲーム」の3業態全てプレイ意向があるのは、61.8%で、一般生活者と比べると、47.7ポイント上回る。
- 「家庭用ゲーム」と「スマートフォン・タブレット用ゲーム」のみの意向者は15.2%、「家庭用ゲーム」と「パソコン用ゲーム」のみの継続プレイヤーは9.6%となっている。

## ■各ハードウェアプレイ意向者別 各ゲームプレイ意向率 ※

【東京ゲームショウ2015・各ハードウェアプレイ意向者】

(単位：%)

		家庭用ゲーム	パソコン用ゲーム	スマートフォン・タブレット用ゲーム	携帯電話用ゲーム	アーケードゲーム
	n数(人)					
家庭用ゲーム意向者	1,170	—	76.5	82.5	36.4	71.0
パソコン用ゲーム意向者	929	96.3	—	86.0	39.3	72.3
スマートフォン・タブレット用ゲーム意向者	1,005	96.0	79.5	—	42.1	71.2
携帯電話用ゲーム意向者	443	96.2	82.4	95.5	—	78.3
アーケードゲーム意向者	852	97.5	78.9	84.0	40.7	—

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

【2014年一般生活者・各ハードウェアプレイ意向者】

(単位：%)

		家庭用ゲーム	パソコン用ゲーム	スマートフォン・タブレット用ゲーム	携帯電話用ゲーム	アーケードゲーム
	n数(人)					
家庭用ゲーム意向者	1,103	—	56.9	77.8	21.2	57.3
パソコン用ゲーム意向者	960	59.6	—	73.0	26.8	48.7
スマートフォン・タブレット用ゲーム意向者	1,398	56.9	51.0	—	21.0	48.3
携帯電話用ゲーム意向者	328	63.2	76.2	85.4	—	67.6
アーケードゲーム意向者	901	65.4	53.2	75.4	25.9	—

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

※ 意向率は「積極的に楽しみたい」と「自分にとって面白いゲームがあればいい」の合算値。

- 「家庭用ゲーム」、「パソコン用ゲーム」、「スマートフォン・タブレット用ゲーム」、「携帯電話用ゲーム」、「アーケードゲーム」の5業態についてプレイ意向者の重複状況をみると、家庭用ゲーム意向者は、「スマートフォン・タブレット用ゲーム」の意向率が82.5%、「パソコン用ゲーム」の意向率が76.5%を占める。
- パソコン用ゲーム、スマートフォン・タブレット用ゲーム、携帯電話用ゲーム、アーケードゲームのいずれの意向者も、「家庭用ゲーム」の意向率は9割半ばとなっている。

# 10.東京ゲームショウ2015について

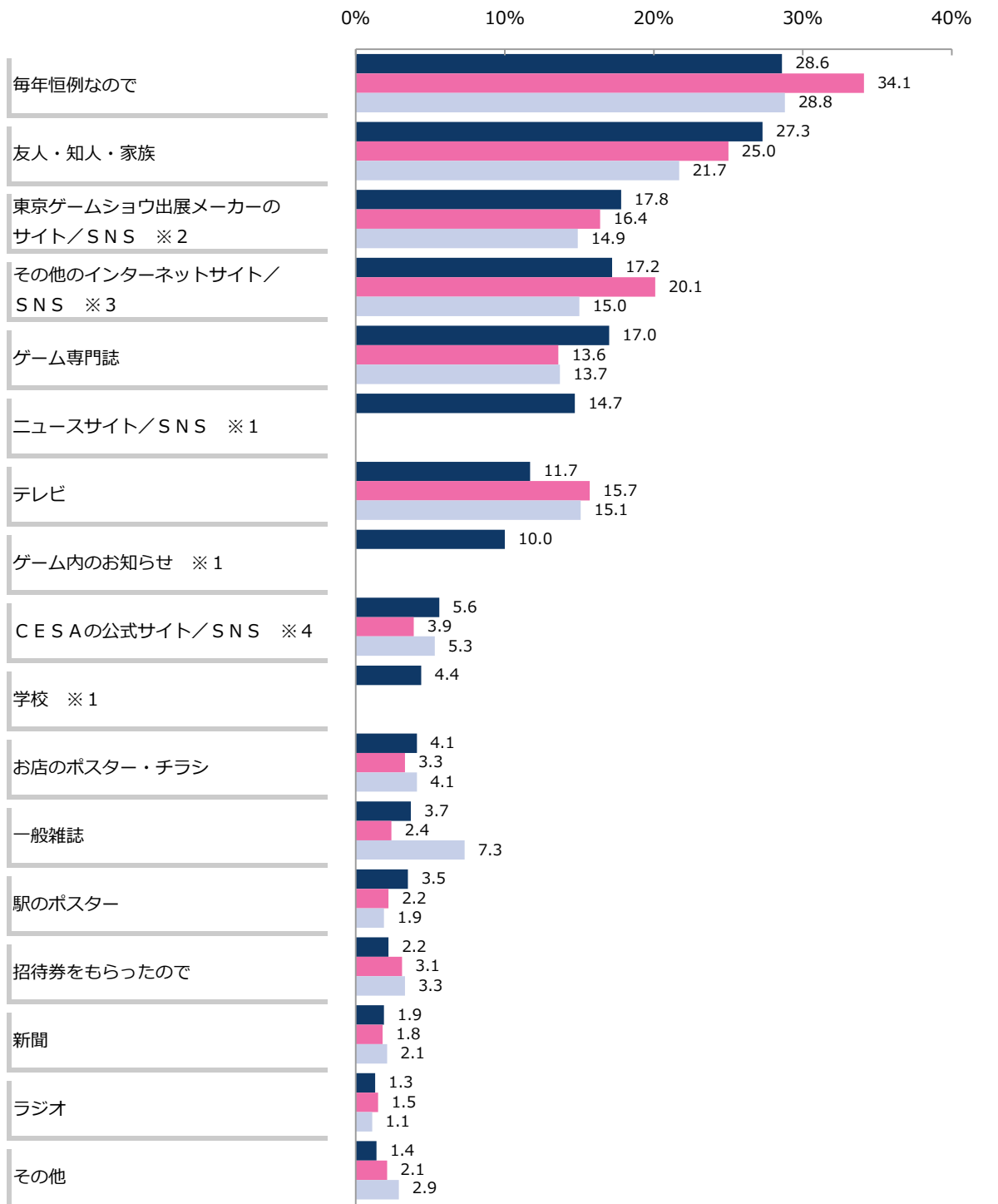
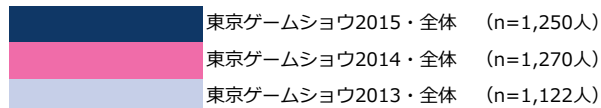
## 1.認知経路

質問文

「東京ゲームショウ2015」は何でお知りになりましたか。以下の中からいくつでもお教えてください。【複数回答】

### ■時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



※1 「ニュースサイト/SNS」、「ゲーム内のお知らせ」、「学校」は東京ゲームショウ2015調査より追加。

※2 「東京ゲームショウ出展メーカーのサイト/SNS」は、東京ゲームショウ2014調査まで「東京ゲームショウ出展メーカーのサイト」。

※3 「その他のインターネットサイト/SNS」は、東京ゲームショウ2014調査まで「その他のインターネットサイト」。

※4 「CESAの公式サイト/SNS」は、東京ゲームショウ2014調査まで「CESAの公式サイト」。

## ■ 性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

n数(人)	東京ゲームショウ2015・全体	性年齢別																	
		男性								女性									
		30才以下	30~34才	35~39才	40~44才	45~49才	50~54才	55~59才	60才以上	30才以下	30~34才	35~39才	40~44才	45~49才	50~54才	55~59才	60才以上		
1,250	988	5	53	181	219	164	250	98	18	262	3	14	21	59	49	62	44	10	
毎年恒例なので	28.6	29.1	0.0	24.5	31.5	28.3	24.4	35.2	24.5	22.2	26.3	0.0	0.0	33.3	32.2	32.7	22.6	25.0	20.0
友人・知人・家族	27.3	25.3	40.0	34.0	40.9	27.4	20.7	16.8	14.3	33.3	34.7	33.3	50.0	47.6	33.9	28.6	32.3	34.1	40.0
東京ゲームショウ出展メーカーのサイト/SNS	17.8	18.9	20.0	18.9	18.2	19.6	22.6	16.4	20.4	11.1	13.7	0.0	7.1	9.5	16.9	24.5	12.9	6.8	0.0
その他インターネットサイト/SNS	17.2	18.2	20.0	18.9	19.9	16.9	19.5	19.2	15.3	5.6	13.4	33.3	7.1	0.0	10.2	16.3	17.7	13.6	20.0
ゲーム専門誌	17.0	18.7	0.0	7.5	12.7	15.5	18.9	27.6	22.4	11.1	10.3	0.0	7.1	9.5	10.2	14.3	12.9	6.8	0.0
ニュースサイト/SNS	14.7	16.2	0.0	20.8	17.1	18.7	12.8	18.4	10.2	0.0	9.2	0.0	14.3	14.3	11.9	10.2	6.5	4.5	10.0
テレビ	11.7	11.4	20.0	34.0	11.0	10.5	11.0	8.8	7.1	22.2	12.6	33.3	14.3	4.8	11.9	8.2	8.1	18.2	50.0
ゲーム内のお知らせ	10.0	11.3	0.0	22.6	14.9	12.3	11.6	8.8	5.1	0.0	5.0	0.0	7.1	4.8	5.1	8.2	3.2	4.5	0.0
CESAの公式サイト/SNS	5.6	6.7	0.0	1.9	5.0	5.9	4.9	10.8	6.1	11.1	1.5	0.0	0.0	0.0	1.7	2.0	1.6	2.3	0.0
学校	4.4	5.1	0.0	0.0	11.6	12.3	0.6	0.0	1.0	0.0	1.9	0.0	0.0	4.8	3.4	2.0	0.0	2.3	0.0
お店のポスター・チラシ	4.1	4.4	0.0	5.7	3.9	3.2	3.7	7.6	1.0	0.0	3.1	0.0	0.0	4.8	8.5	0.0	1.6	0.0	10.0
一般雑誌	3.7	4.1	0.0	3.8	3.3	2.7	6.1	5.6	2.0	5.6	1.9	0.0	0.0	0.0	6.8	0.0	1.6	0.0	0.0
駅のポスター	3.5	4.3	0.0	5.7	5.0	5.5	5.5	2.8	2.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0
招待券をもらったので	2.2	2.2	0.0	1.9	2.2	2.3	3.0	1.2	2.0	11.1	1.9	0.0	7.1	0.0	3.4	2.0	0.0	2.3	0.0
新聞	1.9	2.1	0.0	1.9	2.8	2.7	1.8	1.6	2.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	4.5	0.0
ラジオ	1.3	1.4	0.0	1.9	1.7	0.9	1.8	1.6	1.0	0.0	0.8	33.3	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	1.4	0.8	0.0	1.9	0.6	0.0	0.0	1.6	2.0	0.0	3.8	0.0	21.4	0.0	1.7	2.0	3.2	2.3	20.0

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 東京ゲームショウ2015の認知経路は「毎年恒例なので」(28.6%)、「友人・知人・家族」(27.3%)が約3割で、「東京ゲームショウ出展メーカーのサイト/SNS」(17.8%)、「その他インターネットサイト/SNS」(17.2%)、「ゲーム専門誌」(17.0%)が続く。
- 男性では「毎年恒例なので」が29.1%で最も高いが、女性は「友人・知人・家族」(34.7%)が最も高い。男性10~14才では「テレビ」(34.0%)、「ゲーム内のお知らせ」(22.6%)が、男性15~19才は「友人・知人・家族」(40.9%)が、男性30~39才は「ゲーム専門誌」(27.6%)が、全体よりも10ポイント以上上回っている。



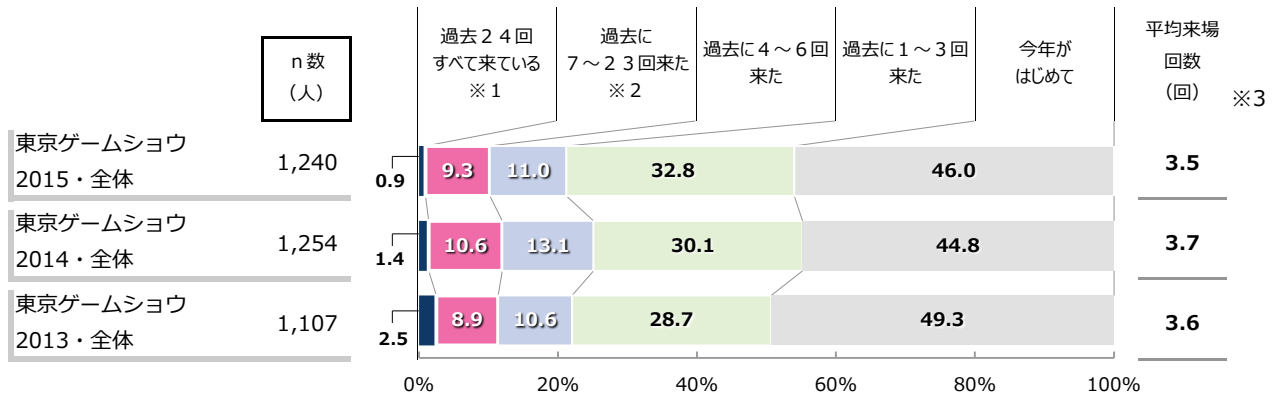
## 2. 来場回数

質問文

東京ゲームショウは、'96年夏、'97～2001年の各年春・秋、2002～2014年の各年秋の過去24回開催されました。あなたはそのうち何回来られましたか。【単数回答】

### ■ 時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



### ■ 性年齢・IPS別

【東京ゲームショウ2015・全体】

		n数 (人)	(単位：%)					平均来場 回数 (回)
			過去24回 すべて来ている	過去に 7～23回来た	過去に4～6回 来た	過去に1～3回 来た	今年が はじめて	
東京ゲームショウ 2015・全体		1,240	0.9	9.3	11.0	32.8	46.0	3.5
性 年 齢 別	男 性	980	0.9	9.4	11.4	33.6	44.7	3.5
	3～9才	5	0.0	0.0	20.0	20.0	60.0	2.2
	10～14才	53	0.0	1.9	3.8	30.2	64.2	2.0
	15～19才	180	0.0	2.2	8.3	28.3	61.1	2.1
	20～24才	219	0.0	1.4	6.8	39.7	52.1	2.2
	25～29才	161	0.0	8.1	11.2	34.2	46.6	2.9
	30～39才	246	1.6	19.5	19.9	32.5	26.4	5.4
	40～49才	98	5.1	20.4	10.2	33.7	30.6	6.0
	50才以上	18	0.0	16.7	11.1	33.3	38.9	4.6
	女 性	260	0.8	8.8	9.2	30.0	51.2	3.2
3～9才	3	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	2.3	
10～14才	14	0.0	0.0	0.0	14.3	85.7	1.2	
15～19才	21	0.0	9.5	4.8	23.8	61.9	2.5	
20～24才	60	0.0	6.7	5.0	36.7	51.7	2.7	
25～29才	49	0.0	10.2	12.2	32.7	44.9	3.2	
30～39才	60	0.0	8.3	13.3	33.3	45.0	3.2	
40～49才	43	4.7	11.6	9.3	20.9	53.5	4.8	
50才以上	10	0.0	20.0	20.0	20.0	40.0	4.9	
I P S 別	イノベータ	540	1.1	10.2	13.1	37.2	38.3	3.8
	アーリーアダプタ	278	0.0	7.2	11.9	30.9	50.0	3.0
	ブリッジピープル	251	1.2	8.8	7.2	27.1	55.8	3.3
	マジョリティ	107	1.9	12.1	10.3	29.0	46.7	3.8
	ラガード	56	0.0	8.9	3.6	32.1	55.4	2.6

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

※1 「過去24回すべて来ている」は、東京ゲームショウ2014調査は「23回」、東京ゲームショウ2013調査は「22回」の値。

※2 「過去に7～23回来た」は、東京ゲームショウ2014調査は「7～22回」、東京ゲームショウ2013調査は「7～21回」の値。

※3 平均来場回数は、今回の来場を含めた来場回数の平均。

- 来場回数は、「今年がはじめて」が46.0%を占め、平均来場回数は3.5回。
- 男性「30～49才」は「過去に7～23回来た」が約2割で、平均は男性30～39才が5.4回、男性40～49才が6.0回となっている。

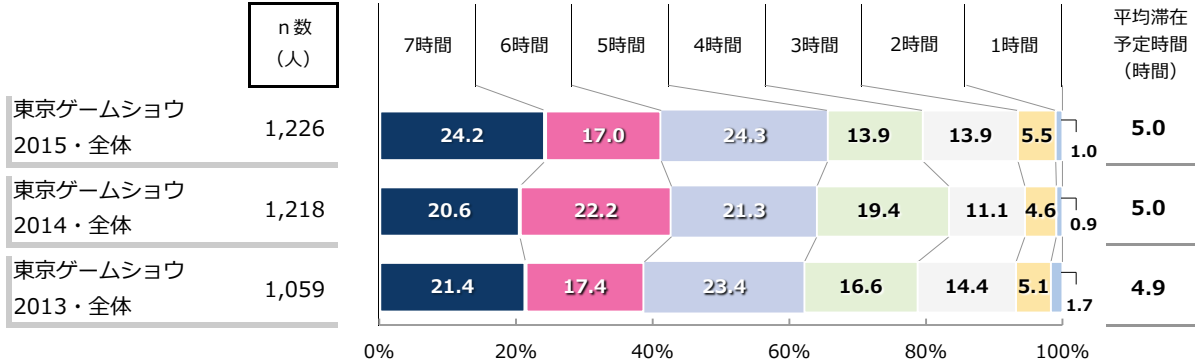
### 3.滞在予定時間

質問文

本日の「東京ゲームショウ2015」には、合計で何時間くらい滞在する予定ですか。【美数回答】

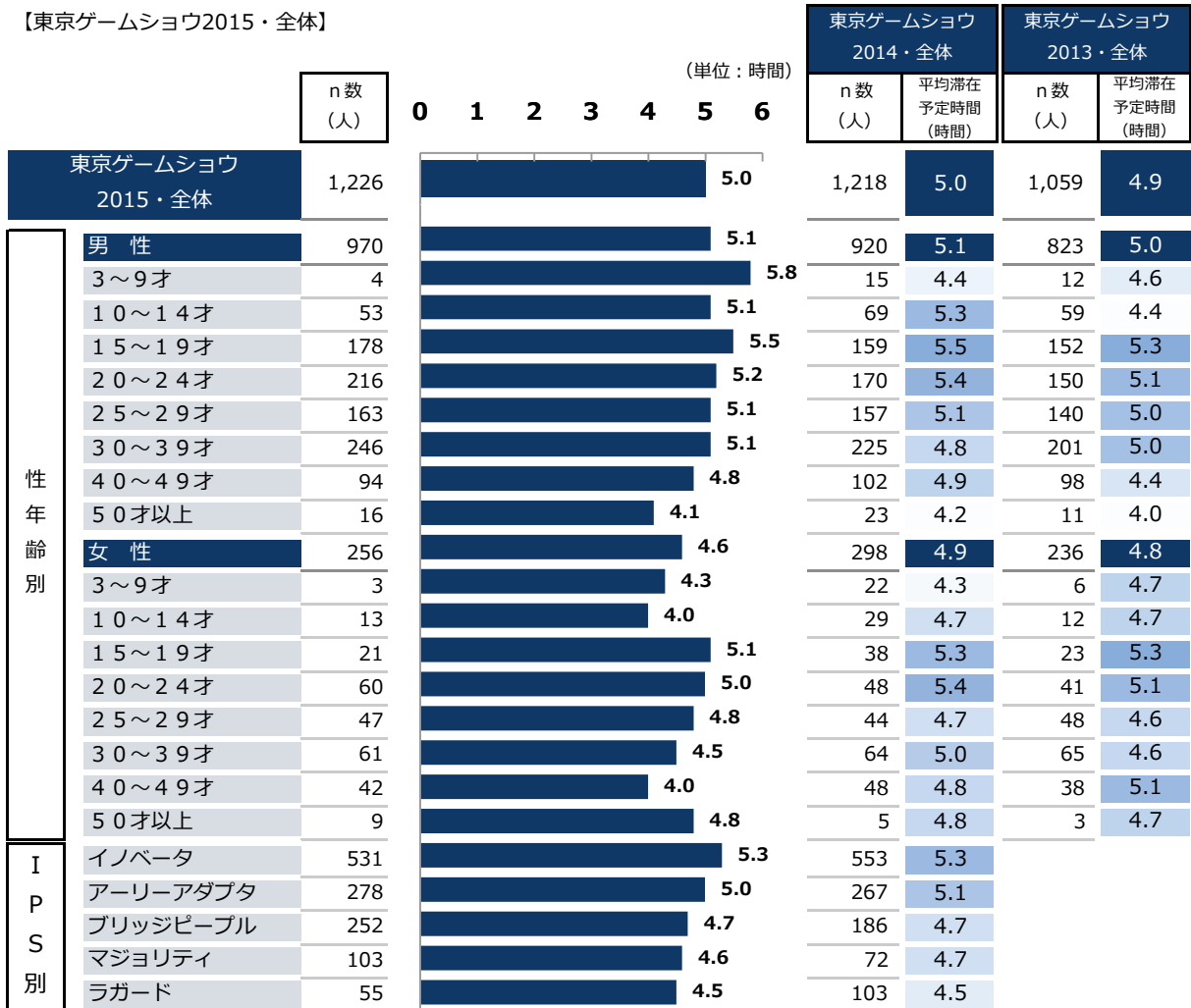
#### ■ 時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



#### ■ 性年齢・IPS別 平均滞在予定時間

【東京ゲームショウ2015・全体】



※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

※ 東京ゲームショウ2015調査より、「入場までの時間を含めずに、「1～7」の数字をご記入ください」との注記を追加している点に留意が必要。

- 滞在予定時間は、「5時間」、「7時間」がそれぞれ24%台で、平均は5.0時間。
- 男性は平均5.1時間、女性は4.6時間で、男性15～19才は平均5.5時間、女性20～24才は平均5.0時間となっている。
- IPS別にみるとイノベータが平均5.3時間となっている。

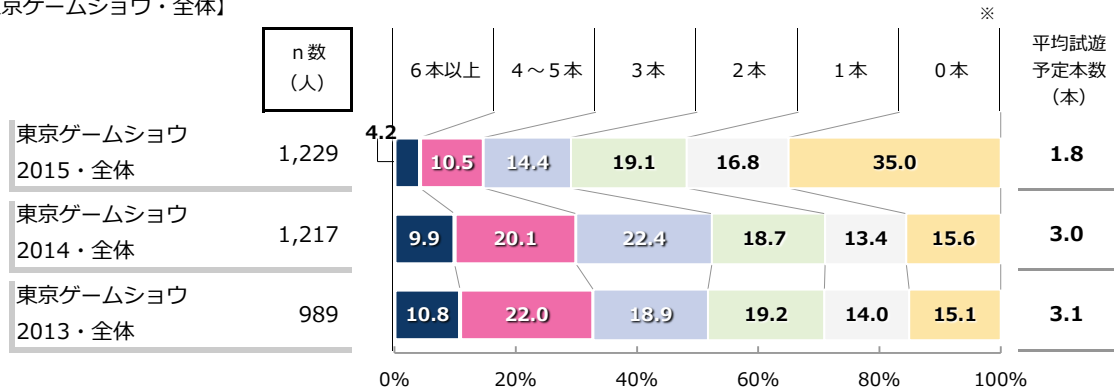
#### 4. 試遊予定タイトル数

質問文

本日の「東京ゲームショウ2015」で、合計で何本くらいのタイトルを試遊する予定ですか。【実数回答】

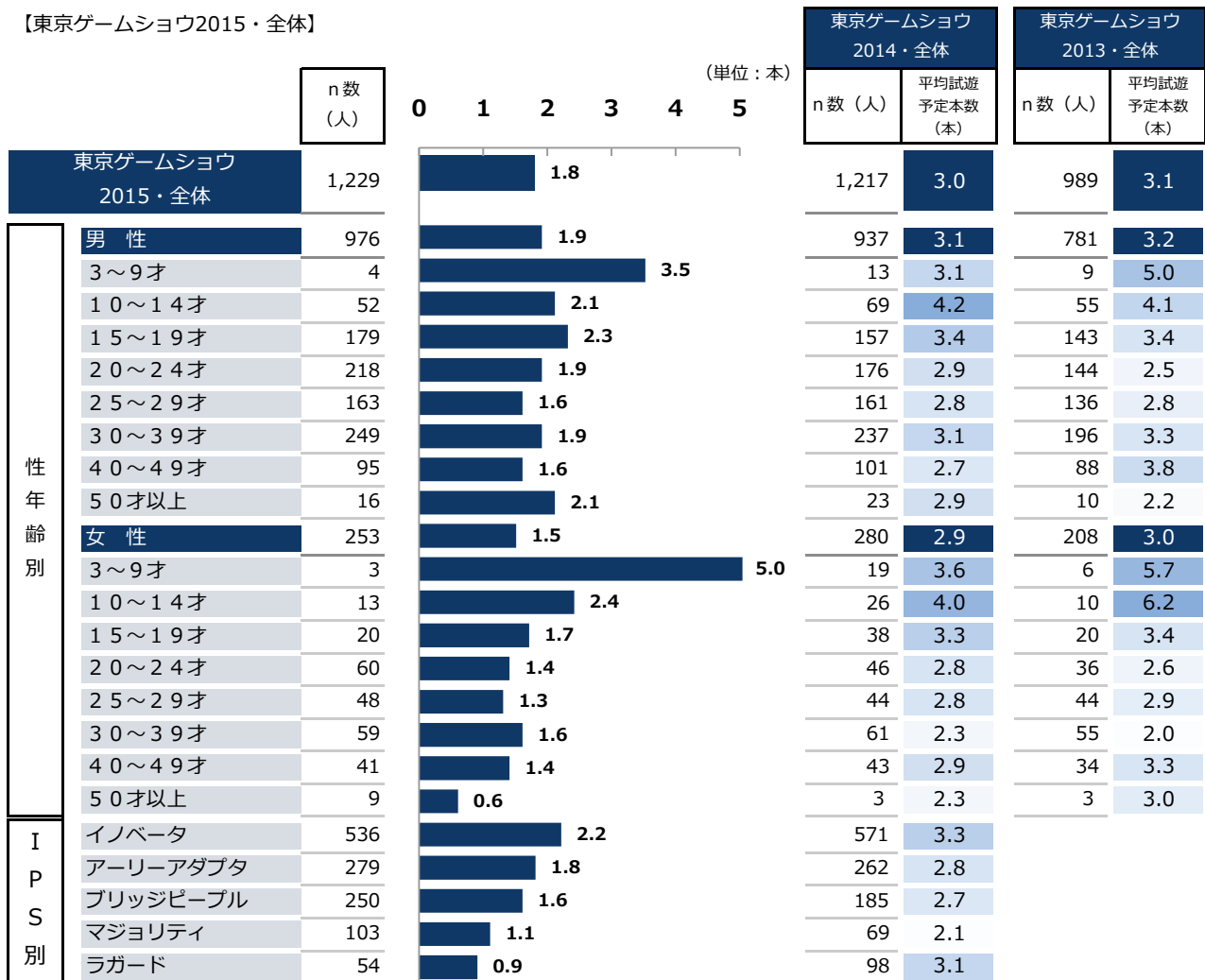
##### ■ 時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



##### ■ 性年齢・IPS別 平均試遊予定本数

【東京ゲームショウ2015・全体】



※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

※ 東京ゲームショウ2015調査より、「試遊の予定がない場合は「0」とご記入ください」との注記を追加している点に留意が必要。

- 試遊予定タイトルの本数は「0本」が35.0%を占め、「2本」(19.1%)、「1本」(16.8%)の順で、平均で1.8本。
- 時系列で見ると「0本」が19.4ポイント増加している。
- 男性は平均1.9本、女性は平均1.5本。IPS別で見るとイノベータが2.2本となっている。

## 5.一番良かったメーカーブース

質問文

今回の「東京ゲームショウ2015」のゲームメーカー出展ブースのうち、あなたが一番良かったと思う具体的なゲームメーカー名を1つだけお書きください。【自由回答】

【東京ゲームショウ2015・全体】

(n=1,106人)

順位	メーカーブース名 ※1	人数(人) ※2	東京ゲームショウ2014・全体 (n=1,137人)		東京ゲームショウ2013・全体 (n=865人)	
			人数(人)	順位	人数(人)	順位
1	カブコン	159	218	(1)	80	(5)
2	セガゲームス	138	169	(2)	162	(1)
3	ソニー・コンピュータエンタテインメント	125	101	(6)	139	(2)
4	スクウェア・エニックス	115	156	(3)	113	(3)
5	バンダイナムコエンターテインメント	106	113	(4)	104	(4)
6	DMM. com	77	18	(13)	0	-
7	Cygames	73	0	-	0	-
8	コナミデジタルエンタテインメント	69	110	(5)	21	(10)
9	エレクトロニック・アーツ	60	15	(15)	24	(9)
10	コーエーテクモゲームス	35	26	(8)	10	(14)
11	ブシロード	28	19	(11)	14	(12)
12	WARGAMING JAPAN	21	20	(10)	2	(22)
13	Supercell	20	0	-	0	-
14	日本ファルコム (コナミデジタルエンタテインメントブース内)	16	24	(9)	17	(11)
15	グリー	13	42	(7)	28	(8)
	ATLUS (セガゲームスブース内)	13	2	(25)	1	(29)
17	Oculus	6	12	(16)	0	-
18	楽天アプリ市場	5	0	-	0	-
	ボルテージ	5	7	(18)	0	-
20	ガンホー・オンライン・エンターテイメント (開会議ブース内)	3	0	-	47	(6)
	YouTube	3	0	-	0	-
	Xperia (Smartphone Special Area内)	3	0	-	0	-
	MSI	3	0	-	0	-
24	明星大学 情報学部	2	0	-	0	-
	マッドキャッツ	2	2	(25)	2	(22)
	フロム・ソフトウェア (ソニー・コンピュータエンタテインメントブース内)	2	3	(22)	0	-
	プロダクション・アイジー	2	0	-	0	-
	アソビモ	2	2	(25)	0	-

※1 ゲームメーカーブース名ではなく製品名を記入してある場合も、当該製品の発売元メーカーのブース名としてカウントしている。

例：「モンハン」→「カブコン」、「PS4」→「ソニー・コンピュータエンタテインメント」など

※2 2票以上獲得したものを掲載している。

## ■性年齢別 順位表

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：人)

	1位	2位	3位	4位	5位
東京ゲームショウ 2015・全体	カブコン	セガゲームス	ソニー・コンピュータエンタテインメント	スクウェア・エニックス	バンダイナムコエンターテインメント
n数(1,106人)	159	138	125	115	106
男 性	カブコン	セガゲームス	ソニー・コンピュータエンタテインメント	スクウェア・エニックス	バンダイナムコエンターテインメント
888	120	116	110	86	74
3～9才	カブコン	ソニー・コンピュータエンタテインメント	スクウェア・エニックス	明星大学 情報学部	
4	1				
10～14才	カブコン	バンダイナムコエンターテインメント	スクウェア・エニックス	エレクトロニック・アーツ	WARGAMING JAPAN
44	14	9	4		
15～19才	セガゲームス	ソニー・コンピュータエンタテインメント	カブコン	バンダイナムコエンターテインメント	DMM. com
162	20	19	17	16	15
20～24才	ソニー・コンピュータエンタテインメント	セガゲームス	エレクトロニック・アーツ	バンダイナムコエンターテインメント	スクウェア・エニックス
208	29	25	23	22	19
25～29才	カブコン	セガゲームス	ソニー・コンピュータエンタテインメント	Cy games	コナミデジタルエンタテインメント
150	24	18	17	16	
30～39才	セガゲームス	ソニー・コンピュータエンタテインメント	カブコン	スクウェア・エニックス	Cy games
224	41	32	28		18
40～49才	カブコン	スクウェア・エニックス	セガゲームス	ソニー・コンピュータエンタテインメント	バンダイナムコエンターテインメント
80	20	13	7		
50才以上	ソニー・コンピュータエンタテインメント	セガゲームス	カブコン	バンダイナムコエンターテインメント	コナミデジタルエンタテインメント
16	4	3	2		
女 性	カブコン	バンダイナムコエンターテインメント	スクウェア・エニックス	DMM. com	セガゲームス
218	39	32	29	27	22
3～9才	カブコン	バンダイナムコエンターテインメント			
2	1				
10～14才	バンダイナムコエンターテインメント	※1			
9	3	1			
15～19才	カブコン	バンダイナムコエンターテインメント	スクウェア・エニックス	DMM. com	※2
21	4		3		2
20～24才	カブコン	セガゲームス	バンダイナムコエンターテインメント	スクウェア・エニックス	DMM. com
49	10	8		5	
25～29才	カブコン	スクウェア・エニックス	Cy games	DMM. com	※3
43	8		6	5	4
30～39才	カブコン	DMM. com	スクウェア・エニックス	バンダイナムコエンターテインメント	セガゲームス
53	10		6		4
40～49才	カブコン	スクウェア・エニックス	バンダイナムコエンターテインメント	DMM. com	セガゲームス
33	5			4	3
50才以上	ソニー・コンピュータエンタテインメント	※4			
8	3	1			

※1 2位に同率で「カブコン」、「セガゲームス」、「ソニー・コンピュータエンタテインメント」、「スクウェア・エニックス」、「Cy games」、「コナミデジタルエンタテインメント」

※2 5位に同率で「セガゲームス」、「Cy games」、「ポルテージ」

※3 5位に同率で「セガゲームス」、「バンダイナムコエンターテインメント」

※4 2位に同率で「スクウェア・エニックス」、「バンダイナムコエンターテインメント」、「エレクトロニック・アーツ」、「ポルテージ」、「明星大学 情報学部」

●一番良かったメーカーは1位「カブコン」(159人/前回1位)、2位「セガゲームス」(138人/前回2位)、3位「ソニー・コンピュータエンタテインメント」(125人/前回6位)、4位「スクウェア・エニックス」(115人/前回3位)、5位「バンダイナムコエンターテインメント」(106人/前回4位)の順。

●男女ともに1位は「カブコン」であるが、男性は2位が「セガゲームス」、3位が「ソニー・コンピュータエンタテインメント」であるのに対し、女性の2位は「バンダイナムコエンターテインメント」、3位は「スクウェア・エニックス」となっている。

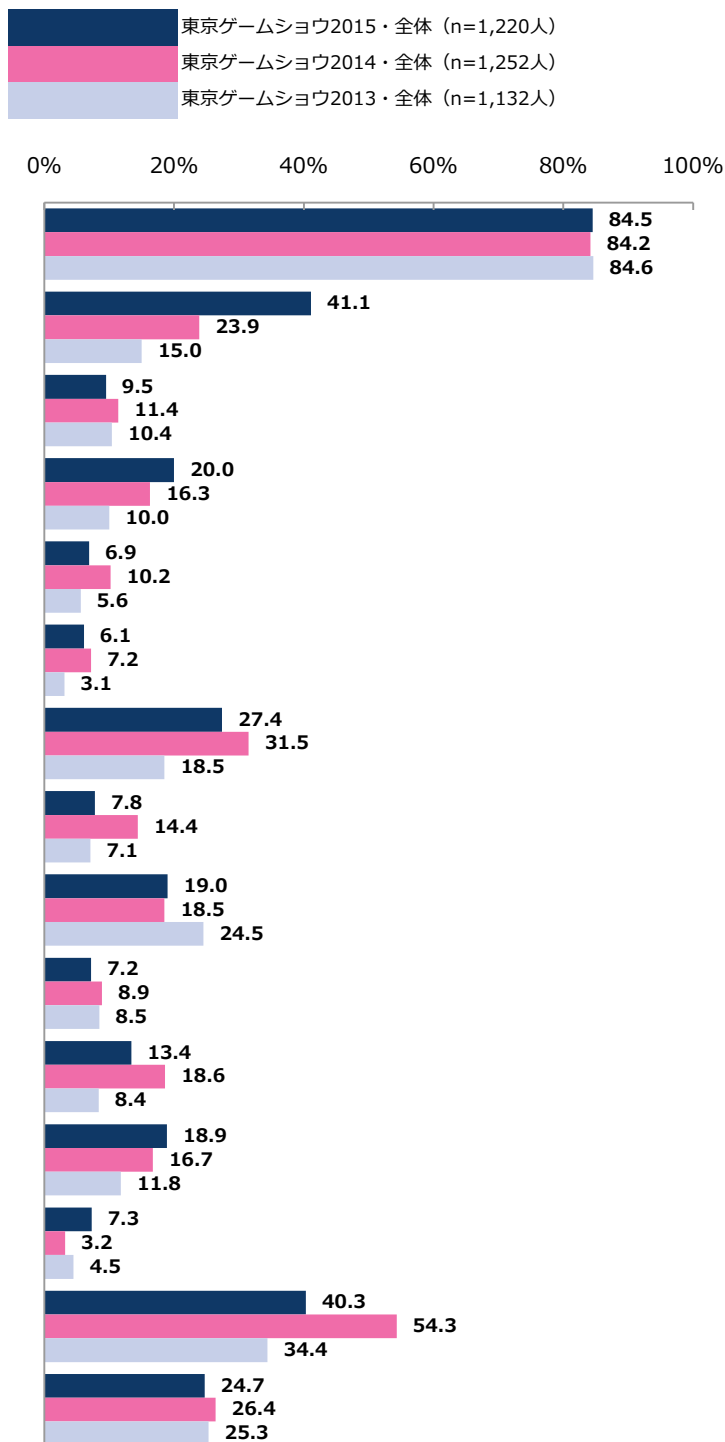
## 6.訪問（予定）コーナー

質問文

「東京ゲームショウ2015」のブースは、大きく以下のコーナーに分けられます。これらのうち、今回、あなたが実際に  
行ったコーナーおよび、必ず行こうと思っているコーナーをすべて教えてください。【複数回答】

### ■時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



※1 ロマンスゲームコーナーは、東京ゲームショウ2013は乙女ゲームコーナーの値。

※2 サイバーゲームスアジアコーナー (eスポーツゲーム競技会) は、東京ゲームショウ2014は、  
eスポーツゲーム競技会「Cyber Games Asia」の値。

※3 フードコートは、東京ゲームショウ2014・2013は飲食コーナーの値。

## ■ 性年齢別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

n数(人)	東京 ゲ ー ム シ ョ ウ 2 0 1 5 ・ 全 体	性年齢別																	
		男 性									女 性								
		3 5 9 才	1 0 5 才	1 5 9 才	1 5 4 才	2 0 2 才	2 5 9 才	3 0 3 才	4 0 4 才	5 0 9 以上	3 5 9 才	1 0 4 才	1 5 1 才	2 0 2 才	2 5 9 才	3 0 3 才	4 0 4 才	5 0 9 以上	
1,220	968	5	50	180	217	163	246	90	17	252	3	14	21	57	48	60	41	8	
一般展示(各ゲームメーカー) (展示ホール2~8)	84.5	85.4	20.0	82.0	86.7	86.6	89.0	86.2	78.9	76.5	81.0	0.0	71.4	85.7	89.5	89.6	76.7	75.6	62.5
イベントステージ (展示ホール1)	41.1	43.8	20.0	54.0	40.6	43.8	49.7	43.1	37.8	41.2	31.0	33.3	21.4	38.1	35.1	33.3	30.0	22.0	37.5
ファミリーコーナー (展示ホール1)	9.5	9.5	40.0	36.0	7.8	6.0	6.1	5.7	21.1	11.8	9.5	66.7	14.3	4.8	5.3	0.0	11.7	17.1	25.0
ゲームスクールコーナー (展示ホール2・3)	20.0	22.2	20.0	36.0	27.8	26.3	16.6	18.3	14.4	23.5	11.5	33.3	7.1	23.8	14.0	6.3	11.7	9.8	0.0
クラウド/データセンターパビリオン (展示ホール3)	6.9	7.7	0.0	6.0	6.1	9.7	6.1	9.3	5.6	11.8	3.6	33.3	0.0	0.0	5.3	0.0	3.3	4.9	12.5
ビジネスソリューションコーナー (展示ホール3)	6.1	6.8	0.0	6.0	3.9	7.4	6.7	8.9	5.6	11.8	3.2	33.3	0.0	0.0	3.5	2.1	1.7	4.9	12.5
スマートフォンゲームコーナー/ ソーシャルゲームコーナー (展示ホール4・5)	27.4	28.3	20.0	26.0	30.6	23.0	30.1	30.9	30.0	17.6	23.8	0.0	14.3	23.8	36.8	25.0	25.0	9.8	12.5
海外パビリオン1,2/ アジアニュースターズコーナー (展示ホール4・5・7)	7.8	8.5	0.0	10.0	6.1	7.8	8.6	9.8	11.1	5.9	5.2	33.3	0.0	0.0	8.8	4.2	1.7	4.9	25.0
ゲームデバイスコーナー (展示ホール6)	19.0	21.0	0.0	24.0	25.6	23.5	17.2	20.3	15.6	11.8	11.5	0.0	14.3	38.1	15.8	12.5	3.3	0.0	25.0
ロマンスゲームコーナー (展示ホール6)	7.2	5.0	0.0	8.0	3.9	6.0	3.1	5.7	4.4	5.9	15.9	0.0	14.3	19.0	17.5	20.8	11.7	9.8	37.5
インディーゲームコーナー (展示ホール9)	13.4	14.5	20.0	14.0	11.7	21.2	11.0	16.3	5.6	11.8	9.1	0.0	7.1	14.3	15.8	12.5	1.7	4.9	12.5
コスプレエリア (展示ホール9)	18.9	21.0	0.0	14.0	14.4	24.4	24.5	22.0	22.2	17.6	11.1	0.0	7.1	14.3	19.3	12.5	10.0	0.0	12.5
サイバーゲームアジアコーナー (eスポーツゲーム競技会) (展示ホール9)	7.3	8.1	0.0	16.0	6.1	6.9	5.5	10.6	7.8	11.8	4.4	0.0	0.0	14.3	7.0	2.1	3.3	0.0	12.5
物販コーナー (展示ホール9・10)	40.3	40.0	20.0	36.0	35.0	39.6	40.5	46.7	35.6	35.3	41.7	0.0	21.4	47.6	45.6	56.3	36.7	31.7	50.0
フードコート (展示ホール11)	24.7	26.1	40.0	34.0	18.9	22.1	22.7	35.4	30.0	5.9	19.0	0.0	14.3	9.5	19.3	29.2	21.7	7.3	37.5

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 訪問予定コーナーは、「一般展示(各ゲームメーカー)」が84.5%で突出して高く、「イベントステージ」が41.1%、「物販コーナー」が40.3%、「スマートフォンゲームコーナー/ソーシャルゲームコーナー」が27.4%で続く。
- 時系列で見ると、「イベントステージ」(41.1%)が前回よりも17.2ポイント増加する一方で、「物販コーナー」は前回よりも14.0ポイント減少している。
- 男女ともに「一般展示(各ゲームメーカー)」が8割台で最も高いほか、男性は女性よりも「イベントステージ」、「ゲームスクールコーナー」、「コスプレエリア」、「ゲームデバイスコーナー」で約10ポイント上回り、女性は男性よりも「ロマンスゲームコーナー」が10.9ポイント上回る。

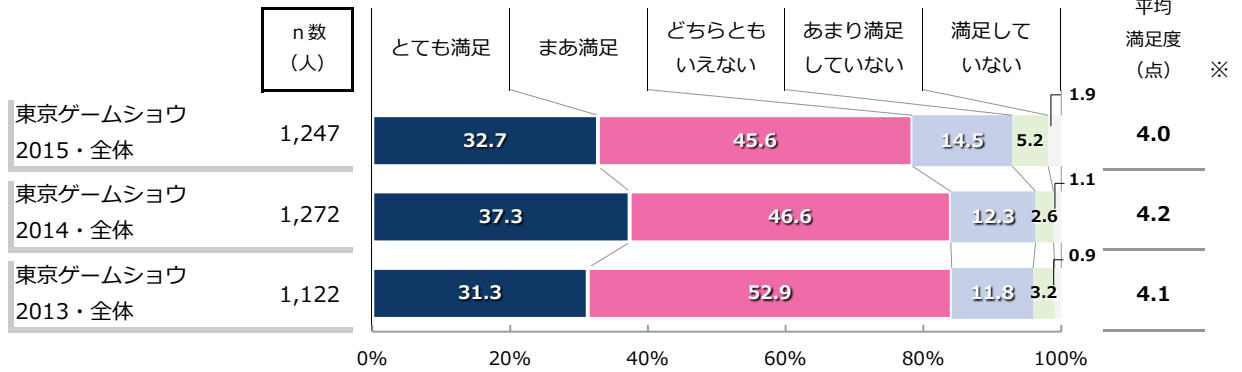
## 7.満足度

質問文

「東京ゲームショウ2015」の内容にどの程度満足していますか。【単数回答】

### ■時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



### ■性年齢・IPS別

【東京ゲームショウ2015・全体】

		(単位：%)					平均満足度 (点)	
		n数 (人)	とても満足	まあ満足	どちらともいえない	あまり満足していない	満足していない	
東京ゲームショウ 2015・全体		1,247	32.7	45.6	14.5	5.2	1.9	4.0
性 年 齢 別	男 性	984	34.7	44.5	13.7	5.1	2.0	4.0
	3～9才	4	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	4.3
	10～14才	52	57.7	26.9	13.5	0.0	1.9	4.4
	15～19才	181	54.1	35.4	6.6	2.2	1.7	4.4
	20～24才	218	35.3	50.0	7.8	6.0	0.9	4.1
	25～29才	164	30.5	47.6	14.0	5.5	2.4	4.0
	30～39才	250	25.6	50.8	16.0	5.2	2.4	3.9
	40～49才	97	18.6	38.1	30.9	8.2	4.1	3.6
	50才以上	18	11.1	44.4	27.8	16.7	0.0	3.5
	女 性	263	25.5	49.8	17.5	5.7	1.5	3.9
3～9才	3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	4.3	
10～14才	14	57.1	35.7	7.1	0.0	0.0	4.5	
15～19才	21	42.9	38.1	9.5	4.8	4.8	4.1	
20～24才	60	31.7	53.3	10.0	5.0	0.0	4.1	
25～29才	49	22.4	51.0	18.4	6.1	2.0	3.9	
30～39才	62	19.4	61.3	14.5	4.8	0.0	4.0	
40～49才	44	9.1	40.9	34.1	11.4	4.5	3.4	
50才以上	10	30.0	30.0	40.0	0.0	0.0	3.9	
I P S 別	イノベータ	541	39.2	43.4	10.9	4.4	2.0	4.1
	アーリーアダプタ	281	30.6	50.9	13.5	3.2	1.8	4.1
	ブリッジピープル	253	30.0	46.2	15.8	6.7	1.2	4.0
	マジョリティ	108	16.7	39.8	28.7	10.2	4.6	3.5
	ラガード	57	22.8	49.1	21.1	7.0	0.0	3.9

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

※平均満足度は、「とても満足」を5点、「まあ満足」を4点、「どちらともいえない」を3点、「あまり満足していない」を2点、「満足していない」を1点として算出。



## ■ 来場回数・滞在時間・試遊タイトル別 満足度

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

		n数(人)	とても満足	まあ満足	どちらでもない	あまり満足していない	満足していない	平均満足度(点)
東京ゲームショウ 2015・全体		1,247	32.7	45.6	14.5	5.2	1.9	4.0
来場回数別	過去に7回以上来た	126	19.8	48.4	19.0	8.7	4.0	3.7
	過去に4～6回来た	134	25.4	48.5	16.4	7.5	2.2	3.9
	過去に1～3回来た	406	31.8	47.8	13.1	5.9	1.5	4.0
	今年がはじめて	568	38.0	43.3	13.9	3.3	1.4	4.1
滞在時間別	7時間	296	40.9	47.6	7.4	2.7	1.4	4.2
	6時間	209	38.3	48.3	9.1	2.9	1.4	4.2
	5時間	295	32.5	47.1	13.6	4.4	2.4	4.0
	4時間	171	28.7	42.1	21.1	7.0	1.2	3.9
	3時間以下	251	21.9	42.6	22.7	9.6	3.2	3.7
試遊タイトル別	6本以上	52	46.2	42.3	7.7	0.0	3.8	4.3
	3～5本	305	39.7	46.6	10.8	1.3	1.6	4.2
	1～2本	441	32.4	47.4	12.7	5.0	2.5	4.0
	0本	427	26.7	44.5	18.5	8.9	1.4	3.9

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

## ■ 訪問コーナー別 満足度

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

		(単位：%)					平均満足度(点)	
		とても満足	まあ満足	どちらでもない	あまり満足していない	満足していない		
		n数(人)						
東京ゲームショウ2015・全体		1,247	32.7	45.6	14.5	5.2	1.9	4.0
訪問コーナー別	一般展示(各ゲームメーカー) (展示ホール2~8)	1,029	32.8	46.6	13.3	5.3	1.9	4.0
	イベントステージ (展示ホール1)	501	37.9	46.5	11.4	3.0	1.2	4.2
	ファミリーコーナー (展示ホール1)	115	38.3	34.8	20.0	3.5	3.5	4.0
	ゲームスクールコーナー (展示ホール2・3)	244	41.4	42.2	11.1	3.7	1.6	4.2
	クラウド/データセンターパビリオン (展示ホール3)	84	32.1	47.6	13.1	2.4	4.8	4.0
	ビジネスソリューションコーナー (展示ホール3)	74	37.8	40.5	13.5	2.7	5.4	4.0
	スマートフォンゲームコーナー/ソーシャル ゲームコーナー(展示ホール4・5)	333	39.6	44.7	11.4	3.0	1.2	4.2
	海外パビリオン1,2/アジアニュースターズ コーナー(展示ホール4・5・7)	95	28.4	52.6	9.5	6.3	3.2	4.0
	ゲームデバイスコーナー (展示ホール6)	232	37.1	45.7	11.2	4.3	1.7	4.1
	ロマンスゲームコーナー (展示ホール6)	88	34.1	50.0	8.0	5.7	2.3	4.1
	インディーゲームコーナー (展示ホール9)	163	35.0	49.1	9.8	4.9	1.2	4.1
	コスプレエリア (展示ホール9)	231	39.4	45.9	10.8	2.2	1.7	4.2
	サイバーゲームスアジアコーナー (eスポーツゲーム競技会)(展示ホール9)	89	44.9	43.8	6.7	2.2	2.2	4.3
	物販コーナー (展示ホール9・10)	492	34.1	47.8	12.2	4.7	1.2	4.1
	フードコート (展示ホール11)	300	36.0	42.7	16.7	3.0	1.7	4.1

※ 訪問コーナー別は複数回答のため、参考値。

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 東京ゲームショウ2015の満足度は、「とても満足」が32.7%、「まあ満足」が45.6%で、合わせて78.3%となっている。平均満足度は4.0点。
- 男性「10~19才」は「とても満足」が5割台で、他の層よりも高い。
- IPS別に見ると、インベータの「とても満足」が39.2%を占め、平均で4.1点。
- 滞在時間別に見ると、滞在時間が長いほど、満足度は高い傾向にあり、「6時間以上」の滞在者は平均4.2点。
- 試遊タイトル別に見ると、試遊タイトル数が多いほど、満足度は高い傾向にあり、6本以上試遊者で平均4.3点。

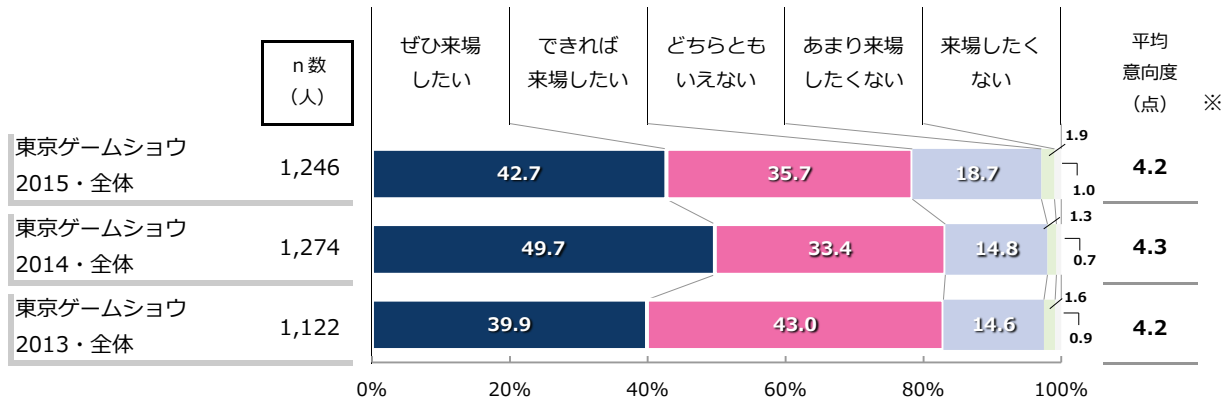
## 8. 次回来場意向

質問文

次回の東京ゲームショウにも来場したいと思いますか。【単数回答】

### ■ 時系列比較

【東京ゲームショウ・全体】



### ■ 性年齢・IPS別

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

		n数 (人)	ぜひ来場したい	できれば来場したい	どちらともいえない	あまり来場したくない	来場したくない	平均意向度 (点)
東京ゲームショウ 2015・全体		1,246	42.7	35.7	18.7	1.9	1.0	4.2
性 年 齢 別	男 性	983	45.6	34.3	17.2	2.0	0.9	4.2
	3～9才	4	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0	3.8
	10～14才	53	56.6	28.3	11.3	1.9	1.9	4.4
	15～19才	181	58.0	32.0	9.4	0.0	0.6	4.5
	20～24才	218	43.1	37.2	17.0	2.8	0.0	4.2
	25～29才	163	38.7	39.9	17.2	2.5	1.8	4.1
	30～39才	250	46.8	32.0	18.0	2.8	0.4	4.2
	40～49才	96	36.5	31.3	28.1	1.0	3.1	4.0
	50才以上	18	16.7	33.3	50.0	0.0	0.0	3.7
	女 性	263	31.9	41.1	24.3	1.5	1.1	4.0
3～9才	3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	4.0	
10～14才	14	57.1	35.7	7.1	0.0	0.0	4.5	
15～19才	21	47.6	23.8	19.0	9.5	0.0	4.1	
20～24才	60	43.3	36.7	20.0	0.0	0.0	4.2	
25～29才	49	30.6	42.9	20.4	2.0	4.1	3.9	
30～39才	62	21.0	58.1	17.7	1.6	1.6	4.0	
40～49才	44	18.2	34.1	47.7	0.0	0.0	3.7	
50才以上	10	30.0	30.0	40.0	0.0	0.0	3.9	
I P S 別	イノベータ	539	58.1	29.3	10.9	0.9	0.7	4.4
	アーリーアダプタ	282	34.8	47.2	15.2	1.4	1.4	4.1
	ブリッジピープル	253	33.2	36.4	27.3	2.8	0.4	4.0
	マジョリティ	108	19.4	37.0	36.1	5.6	1.9	3.7
	ラグード	57	24.6	33.3	38.6	1.8	1.8	3.8

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

※ 平均意向度は、「ぜひ来場したい」を5点、「できれば来場したい」を4点、「どちらともいえない」を3点、「あまり来場したくない」を2点、「来場したくない」を1点として算出。

■ 来場回数・滞在時間・試遊タイトル・来場満足度別 次回来場意向

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

		n数(人)	ぜひ来場したい	来場したい	どちらでもない	あまり来場したくない	来場したくない	平均意向度(点)
東京ゲームショウ2015・全体		1,246	42.7	35.7	18.7	1.9	1.0	4.2
来場回数別	過去に7回以上来た	126	61.1	27.8	10.3	0.0	0.8	4.5
	過去に4～6回来た	135	51.9	33.3	13.3	1.5	0.0	4.4
	過去に1～3回来た	404	44.6	34.9	17.6	1.7	1.2	4.2
	今年がはじめて	568	35.4	38.7	22.7	2.5	0.7	4.1
滞在時間別	7時間	295	61.4	29.8	7.8	1.0	0.0	4.5
	6時間	209	45.9	38.3	15.3	0.0	0.5	4.3
	5時間	296	41.9	39.5	16.2	1.4	1.0	4.2
	4時間	170	40.0	33.5	22.9	3.5	0.0	4.1
	3時間以下	251	22.3	37.5	33.1	4.4	2.8	3.7
試遊タイトル別	6本以上	52	61.5	28.8	9.6	0.0	0.0	4.5
	3～5本	306	58.5	29.1	10.5	1.3	0.7	4.4
	1～2本	440	43.4	35.0	20.2	0.7	0.7	4.2
	0本	426	29.6	42.0	23.0	4.0	1.4	3.9
来場満足度別	とても満足	408	79.2	18.4	2.5	0.0	0.0	4.8
	まあ満足	568	30.8	53.0	15.3	0.9	0.0	4.1
	どちらともいえない	180	12.2	26.7	55.6	5.6	0.0	3.5
	あまり満足していない	65	10.8	27.7	44.6	12.3	4.6	3.3
	満足していない	24	16.7	12.5	29.2	4.2	37.5	2.7

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

## ■ 訪問コーナー別 次回来場意向

【東京ゲームショウ2015・全体】

(単位：%)

		n数(人)	ぜひ来場したい	できれば来場したい	どちらでもない	あまり来場したくない	来場したくない	平均意向度(点)
東京ゲームショウ2015・全体		1,246	42.7	35.7	18.7	1.9	1.0	4.2
訪問コーナー別	一般展示(各ゲームメーカー) (展示ホール2~8)	1,028	44.5	35.3	17.5	2.0	0.7	4.2
	イベントステージ (展示ホール1)	499	48.3	35.9	14.2	1.2	0.4	4.3
	ファミリーコーナー (展示ホール1)	116	48.3	27.6	19.8	4.3	0.0	4.2
	ゲームスクールコーナー (展示ホール2・3)	243	54.7	29.6	14.8	0.8	0.0	4.4
	クラウド/データセンターパビリオン (展示ホール3)	84	51.2	27.4	17.9	1.2	2.4	4.2
	ビジネスソリューションコーナー (展示ホール3)	74	51.4	27.0	18.9	1.4	1.4	4.3
	スマートフォンゲームコーナー/ソーシャル ゲームコーナー(展示ホール4・5)	333	49.8	36.6	12.0	1.2	0.3	4.3
	海外パビリオン1,2/アジアニュースターズ コーナー(展示ホール4・5・7)	94	44.7	38.3	16.0	1.1	0.0	4.3
	ゲームデバイスコーナー (展示ホール6)	231	53.7	28.1	16.0	1.3	0.9	4.3
	ロマンスゲームコーナー (展示ホール6)	88	46.6	34.1	18.2	1.1	0.0	4.3
	インディーゲームコーナー (展示ホール9)	162	56.2	28.4	15.4	0.0	0.0	4.4
	コスプレエリア (展示ホール9)	230	53.0	30.4	13.5	2.6	0.4	4.3
	サイバーゲームスアジアコーナー (eスポーツゲーム競技会)(展示ホール9)	89	55.1	32.6	10.1	2.2	0.0	4.4
	物販コーナー (展示ホール9・10)	492	49.6	36.2	12.0	2.0	0.2	4.3
	フードコート (展示ホール11)	301	47.8	32.9	15.6	3.0	0.7	4.2

※ 訪問コーナー別は複数回答のため、参考値。

※ セルの色が濃いほど数値が高いことを示す。

- 東京ゲームショウ2015の次回来場意向は「ぜひ来場したい」が42.7%を占め、「できれば来場したい」(35.7%)を合わせると、78.4%となった。平均来場意向度は4.2点。
- 男性10~19才は「ぜひ来場したい」が5割台で、他の層よりも高い。
- IPS別に見ると、インベータの「ぜひ来場したい」が58.1%を占め、平均で4.4点。
- 滞在時間別に見ると、滞在時間が長いほど、来場意向は高い傾向にあり、7時間滞在者で平均4.5点。
- 試遊タイトル別に見ると、試遊タイトル数が多いほど、来場意向は高い傾向にあり、「6本以上」試遊者で平均4.5点。
- 来場満足度別に見ると、満足度が高いほど、来場意向は高い傾向にあり、とても満足回答者で平均4.8点。

管理欄 A	管理欄 B	4.13 時台
1.ホール 1	1.10 時台	5.14 時台
2.ホール 3	2.11 時台	6.15 時台
3.ホール 6	3.12 時台	7.16 時台

巻末資料：調査票見本

「東京ゲームショウ 2015」ご来場者アンケート

【すべての方に】

問1 あなたの(1)性別、(2)年齢、(3)お住まいの都道府県をお知らせください。

(1)性別 (○は1つだけ)	(2)年齢	(3)お住まいの都道府県 (○は1つだけ)
1 男性 2 女性	才	1 東京都 3 埼玉県 5 その他 2 千葉県 4 神奈川県 ( ) *

【すべての方に】

問2 あなたのご職業もしくは、学生の方は現在通っている学校をお知らせください。(○は1つだけ)

1 幼児	4 大学生	7 会社役員	10 専業主婦・主夫
2 小・中学生	5 その他学生	8 自営業・自由業・専門職	11 無職
3 高校生	6 会社員・公務員	9 パート・アルバイト・派遣社員	12 その他

■「家庭用ゲーム」についてお伺いします

ご注意:ここでいう「家庭用ゲーム」とは、以下の[問3]にあるような、ゲーム専用の機器を使ってプレイするゲームのことをさします。

【すべての方に】

問3(a) 家庭用ゲーム機について、あなたのご家庭にあるものをすべてお選びください。(○はいくつでも)

1 Wii	5 プレイステーション 3	9 Xbox 360
2 Wii U	6 プレイステーション 4	10 Xbox One
3 ニンテンドーDS (Lite/DSi/LL含む)	7 PSP「プレイステーション・ポータブル」 (PSP go 含む)	11 この中に家庭内に あるものはない → 問3(c)へ
4 ニンテンドー3DS/ Newニンテンドー3DS(LL含む)	8 プレイステーション ヴィータ (ヴィータ TV含む)	

【問3(a)で「1～10」(ご家庭に家庭用ゲームがある)とお答えの方に】

問3(b) あなたのご家庭でお持ちの家庭用ゲーム機の中で、あなたご自身がお持ちのものをすべてお選びください。(○はいくつでも)

1 Wii	5 プレイステーション 3	9 Xbox 360
2 Wii U	6 プレイステーション 4	10 Xbox One
3 ニンテンドーDS (Lite/DSi/LL含む)	7 PSP「プレイステーション・ポータブル」 (PSP go 含む)	11 この中に自身で 持っているものはない
4 ニンテンドー3DS/ Newニンテンドー3DS(LL含む)	8 プレイステーション ヴィータ (ヴィータ TV含む)	

【すべての方に】

問3(c) あなたご自身がゲームをプレイすることがあるものをすべてお選びください。(○はいくつでも)

1 Wii	5 プレイステーション 3	9 Xbox 360
2 Wii U	6 プレイステーション 4	10 Xbox One
3 ニンテンドーDS (Lite/DSi/LL含む)	7 PSP「プレイステーション・ポータブル」 (PSP go 含む)	11 この中に自身で プレイするものはない
4 ニンテンドー3DS/ Newニンテンドー3DS(LL含む)	8 プレイステーション ヴィータ (ヴィータ TV含む)	

【すべての方に】

問3(d) あなたのご家庭で購入予定(買い替え・買い増し含む)のあるものをすべてお選びください。(○はいくつでも)

1 Wii	5 プレイステーション 3	9 Xbox 360
2 Wii U	6 プレイステーション 4	10 Xbox One
3 ニンテンドーDS (Lite/DSi/LL含む)	7 PSP「プレイステーション・ポータブル」 (PSP go 含む)	11 この中に家庭内で 購入予定のあるものはない
4 ニンテンドー3DS/ Newニンテンドー3DS(LL含む)	8 プレイステーション ヴィータ (ヴィータ TV含む)	

【すべての方に】

問4 あなたは、問3に挙げたような家庭用ゲーム機を使ってゲームをしたことがありますか。(○は1つだけ)

1 現在も継続的にしている	
2 以前はよくしていたが、今はほとんどしない	
3 1～2度試したことがある程度	→ 3ページ 問10へ
4 今まで1度もしたことがない	

【問4で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に】

問5 あなたの「家庭用ゲーム」のプレイ状況に最も近いものをお選びください。(○は1つだけ)

1 (1年以上前から)継続的にプレイしている
2 (1年以上プレイしていなかったが)再びプレイし始めた
3 (ゲームをプレイしたことはなかったが)ここ1年でプレイするようになった

**【問4で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に】**

問6 あなたは、家庭用ゲームを週(または月)に何日くらいしていますか。(○は1つだけ)

1	ほとんど毎日	3	週に2~3日	5	月に2~3日
2	週に4~5日	4	週に1日	6	月に1日以下

**【問4で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に】**

問7 あなたは、この1年間に、家庭用ゲーム機用のゲームソフトを購入しましたか。

以下のそれぞれのソフトに分けてお答えください。(それぞれ○は1つずつ)

※パッケージソフトとは、店頭や通販などで購入したゲームソフトをさします。

※ダウンロードソフトとは、ゲーム機でダウンロード購入したゲームソフトをさします。

店頭でダウンロードカード/コードを購入したものも含みます。

(それぞれ○は1つずつ)		購入して いない												
		1 本	2 本	3 本	4 本	5 本	6 本	7 本	8 本	9 本	10 本	11 本	12 本 以上	
<b>新品パッケージソフトのこの1年の購入本数</b>														
a)	Wii 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
b)	Wii U 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
c)	ニンテンドーDS 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
d)	ニンテンドー3DS 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
e)	プレイステーション 3 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
f)	プレイステーション 4 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
g)	PSP「プレイステーション・ポータブル」用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
h)	プレイステーション ヴィータ 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
i)	Xbox 360 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
j)	Xbox One 用 →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

有料ダウンロードソフトのこの1年の購入本数														
k)	ニンテンドーe ショップなど 任天堂のゲーム機での購入 (Wii/Wii U/DS/3DS) →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
l)	プレイステーション ストア での購入 (PS3/PS4/PSP/PS Vita) →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
m)	Xbox Live マーケットプレイス での購入 (Xbox 360/Xbox One) →	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

**【問4で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に】**

問8 あなたは、この1年間に、有料の追加ダウンロードコンテンツを、家庭用ゲーム機専用のダウンロード販売サービスで購入しましたか。(○は1つだけ)

※追加ダウンロードコンテンツとは、既存の家庭用ゲームに追加する、アイテム、ステージ、シナリオ、音楽などをさします。

※ダウンロード販売サービスとは、ニンテンドーe ショップ、Wii ショッピングチャンネル、プレイステーション ストア、Xbox Live マーケットプレイスなどをさします。

1	ダウンロード購入した	2	ダウンロード購入しなかった
---	------------	---	---------------

**【問4で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に】**

問9 以下のうち、あなたの好きな家庭用ゲームのジャンルをいくつかもお教えてください。(○はいくつでも)

1	ロールプレイング	12	FPS(一人称視点のシューティング)	21	実機シミュレーター (パチンコ・パチスロなど)
2	育成・目標達成型シミュレーション	13	スポーツ	22	MMORPG(多人数参加型 オンラインロールプレイング)
3	戦略シミュレーション・ストラテジー	14	レース	23	対戦型ネットワークゲーム
4	恋愛シミュレーション	15	パズル・クイズ	24	勉強・学習・トレーニング
5	アドベンチャー	16	カードバトルゲーム	25	コミュニケーション
6	アクション	17	ボードゲーム(すごろくなど)	26	占い
7	サバイバルホラー	18	バラエティ・パーティゲーム	27	この中に 好きなゲームジャンルはない
8	リズムアクション(音楽・ダンスなど)	19	戦略型テーブルゲーム (囲碁・将棋・チェスなど)		
9	サウンドノベル(音付きの小説形式ゲーム)	20	ギャンブル型テーブルゲーム (花札・麻雀・トランプなど)		
10	対戦格闘				
11	シューティング				

## ■「パソコンのゲーム」についてお伺いします

### 【すべての方に】

問10 あなたはパソコンでゲームをしたことがありますか。(○は1つだけ)

- |                        |  |
|------------------------|--|
| 1 現在も継続的にしている          |  |
| 2 以前はよくしていたが、今はほとんどしない |  |
| 3 1～2度試したことがある程度       |  |
| 4 今まで1度もしたことがない        |  |
- 問13へ

### 【問10で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に(パソコンのゲームを継続的にしている方)】

問11 あなたがこの1年間に遊んだ、パソコンのゲームをお選びください。(○はいくつでも)

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| 1 有料のパッケージソフトをお店や通販で購入して遊ぶゲーム |  |
| 2 有料のダウンロードソフトを購入して遊ぶゲーム      |  |
| 3 月額課金制のゲーム                   |  |
| 4 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム         |  |
| 5 完全無料のゲーム                    |  |
| 6 その他のゲーム(具体的に )              |  |
| 7 わからない/覚えていない                |  |

### 【問11で「4 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」とお答えの方に】

問12 あなたはこの1年間に、パソコンの「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」で、アイテム課金をしましたか。

(○は1つだけ)

- |        |           |
|--------|-----------|
| 1 課金した | 2 課金していない |
|--------|-----------|

## ■「スマートフォン/タブレットのゲーム」についてお伺いします

### 【すべての方に】

問13 あなたはスマートフォン/タブレットでゲームをしたことがありますか。(○は1つだけ)

- |                        |  |
|------------------------|--|
| 1 現在も継続的にしている          |  |
| 2 以前はよくしていたが、今はほとんどしない |  |
| 3 1～2度試したことがある程度       |  |
| 4 今まで1度もしたことがない        |  |
- 次ページ問16へ

### 【問13で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に(スマートフォン/タブレットのゲームを継続的にしている方)】

問14 あなたがこの1年間に遊んだ、スマートフォン/タブレットのゲームをお選びください。(○はいくつでも)

[アプリをダウンロードするタイプ]

- |   |  |
|---|--|
| 1 アプリをダウンロードするタイプの <u>有料のゲーム</u>              |  |
| 2 アプリをダウンロードするタイプの <u>月額課金制のゲーム</u>           |  |
| 3 アプリをダウンロードするタイプの <u>基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム</u> |  |
| 4 アプリをダウンロードするタイプの <u>完全無料のゲーム</u>            |  |

[ブラウザで表示するタイプ(※)]

- |  |  |
|--|--|
| 5 ブラウザで表示するタイプの <u>有料のゲーム</u>              |  |
| 6 ブラウザで表示するタイプの <u>月額課金制のゲーム</u>           |  |
| 7 ブラウザで表示するタイプの <u>基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム</u> |  |
| 8 ブラウザで表示するタイプの <u>完全無料のゲーム</u>            |  |

※Web サイトにアクセスするだけで遊ぶことができ、専用のソフトウェアのインストールなどを必要としないゲーム。

- |                  |  |
|------------------|--|
| 9 その他のゲーム(具体的に ) |  |
| 10 わからない/覚えていない  |  |

### 【問14で「3」または「7」(基本プレイ無料+アイテム課金制のゲームを遊んだ)とお答えの方に】

問15 あなたはこの1年間に、スマートフォン/タブレットの「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」で、アイテム課金をしましたか。(○は1つだけ)

- |        |           |
|--------|-----------|
| 1 課金した | 2 課金していない |
|--------|-----------|



■「携帯電話のゲーム」についてお伺いします

【すべての方に】

問16 あなたは携帯電話でゲームをしたことがありますか。(○は1つだけ)

1 現在も継続的にしている	→ 問19へ
2 以前はよくしていたが、今はほとんどしない	
3 1～2度試したことがある程度	
4 今まで1度もしたことがない	

【問16で「1 現在も継続的にしている」とお答えの方に(携帯電話のゲームを継続的にしている方)】

問17 あなたがこの1年間に遊んだ、携帯電話のゲームをお選びください。(○はいくつでも)

1 有料のゲーム	
2 月額課金制のゲーム	
3 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム	
4 完全無料のゲーム	
5 その他のゲーム(具体的に )	
6 わからない/覚えていない	

【問17で「3 基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」とお答えの方に】

問18 あなたはこの1年間に、携帯電話の「基本プレイ無料+アイテム課金制のゲーム」で、アイテム課金をしましたか。

(○は1つだけ)

1 課金した	2 課金していない
--------	-----------

■「ゲームセンター/ゲームコーナーのゲーム」についてお伺いします

【すべての方に】

問19 あなたはゲームセンター/ゲームコーナーでゲームをしたことがありますか。(○は1つだけ)

1 現在も継続的にしている
2 以前はよくしていたが、今はほとんどしない
3 1～2度試したことがある程度
4 今まで1度もしたことがない

■「ゲーム全般」についてお伺いします

【すべての方に】

問20 あなたは、今後、以下のそれぞれの機器や場所でゲームをしたいと思いませんか。(それぞれ○は1つずつ)

(それぞれ○は1つずつ)	いきなり 楽しんで 積極的に 積極的に	面白いゲームが あればしたい	自分にとって 面白いゲームが あればしたい	思わない あまりしたいとは 思わない	全く するつもりは ない
a) 家庭用ゲーム機 →	1	2	3	4	
b) パソコン(ノート型・デスクトップ型) →	1	2	3	4	
c) スマートフォン/タブレット →	1	2	3	4	
d) 携帯電話 →	1	2	3	4	
e) ゲームセンター/ゲームコーナー →	1	2	3	4	

【すべての方に】

問21 次のそれぞれの項目に対して、あなたご自身にもっともあてはまるものをお選びください。(それぞれ○は1つずつ)

(それぞれ○は1つずつ)	まったく そう思う	まあそう思う	あまり そう思わない	まったく そう思わない
a) 自分が目を付けたゲームは後になって流行ることが多い →	1	2	3	4
b) ゲーム系の最新情報を積極的に調べている →	1	2	3	4
c) ゲームソフト選びにはこだわりを持っている →	1	2	3	4
d) 自由な時間は大体テレビゲームをしている →	1	2	3	4
e) 自分はテレビゲームが大好きだ →	1	2	3	4
f) ゲームの情報や話題を積極的に他の人に伝えている →	1	2	3	4

## ■東京ゲームショウについてお聞きします

### 【すべての方に】

問22 (1)「東京ゲームショウ 2015」は何でお知りになりましたか。以下の中からいくつでもお教えてください。

(○はいくつでも)

1 テレビ	7 駅のポスター	13 ゲーム内のお知らせ
2 ラジオ	8 友人・知人・家族	14 学校
3 新聞	9 CESA の公式サイト/SNS	15 招待券もらったので
4 ゲーム専門誌	10 東京ゲームショウ出展メーカーのサイト/SNS	16 毎年恒例なので
5 一般雑誌	11 ニュースサイト/SNS	17 その他
6 お店のポスター・チラシ	12 その他のインターネットサイト/SNS	(具体的に )

(2) 東京ゲームショウは、'96年夏、'97～2001年の各年春・秋、2002～2014年の各年秋の過去24回開催されました。あなたはそのうち何回来られましたか。(○は1つだけ)

1 過去に( )回来た	2 今年がはじめて
-------------	-----------

(3) 本日の「東京ゲームショウ 2015」には、  
合計で何時間くらい滞在する予定ですか。

※入場までの時間を含めずに、「1～7」の数字をご記入ください。

→ 約

時間

(4) 本日の「東京ゲームショウ 2015」で、  
合計で何本くらいのタイトルを試遊する予定ですか。

※試遊の予定がない場合は「0」とご記入ください。

→ 約

本

(5) 今回の「東京ゲームショウ 2015」のゲームメーカー出展  
ブースのうち、あなたが一番良かったと思うのはどのゲーム  
メーカーのブースですか。具体的なゲームメーカー名を  
1つだけお書きください。

→

ゲームメーカー名(1つだけ)

※お越しになったばかりの方は、一番行きたいと思うゲームメーカーのブースをお答えください。

(6) 「東京ゲームショウ 2015」のブースは、大きく以下のコーナーに分けられます。これらのうち、今回、あなたが実際に行ったコーナーおよび、必ず行こうと思っているコーナーをすべてお教えてください。(○はいくつでも)

1 一般展示(各ゲームメーカー)	(展示ホール 2～8)
2 イベントステージ	(展示ホール 1)
3 ファミリーコーナー	(展示ホール 1)
4 ゲームスクールコーナー	(展示ホール 2・3)
5 クラウド/データセンターパビリオン	(展示ホール 3)
6 ビジネスソリューションコーナー	(展示ホール 3)
7 スマートフォンゲームコーナー/ソーシャルゲームコーナー	(展示ホール 4・5)
8 海外パビリオン 1、2/アジアニュースターズコーナー	(展示ホール 4・5・7)
9 ゲームデバイスコーナー	(展示ホール 6)
10 ロマンゲームコーナー	(展示ホール 6)
11 インディーゲームコーナー	(展示ホール 9)
12 コスプレエリア	(展示ホール 9)
13 サイバーゲームスアジアコーナー(eスポーツゲーム競技会)	(展示ホール 9)
14 物販コーナー	(展示ホール 9・10)
15 フードコート	(展示ホール 11)

(7) 「東京ゲームショウ 2015」の内容にどの程度満足していますか。(○は1つだけ)

1 とても満足	3 どちらともいえない	4 あまり満足していない
2 まあ満足		5 満足していない

(8) 次回の東京ゲームショウにも来場したいと思いますか。(○は1つだけ)

1 ぜひ来場したい	3 どちらともいえない	4 あまり来場したくない
2 できれば来場したい		5 来場したくない

**【すべての方に】**

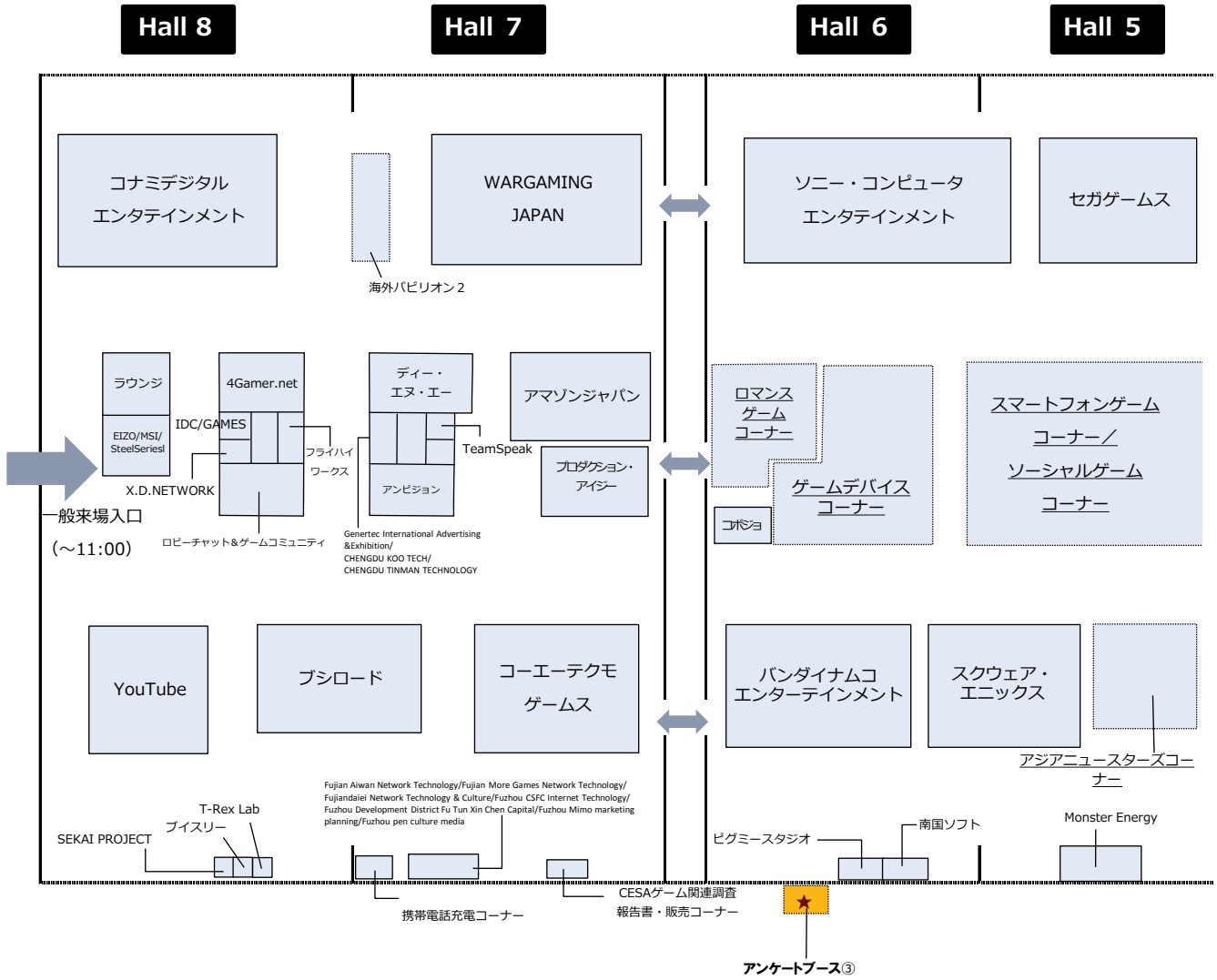
問23 **東京ゲームショウ以外**で、あなたがこれまで行ったことのある会場イベントをすべてお教えてください。

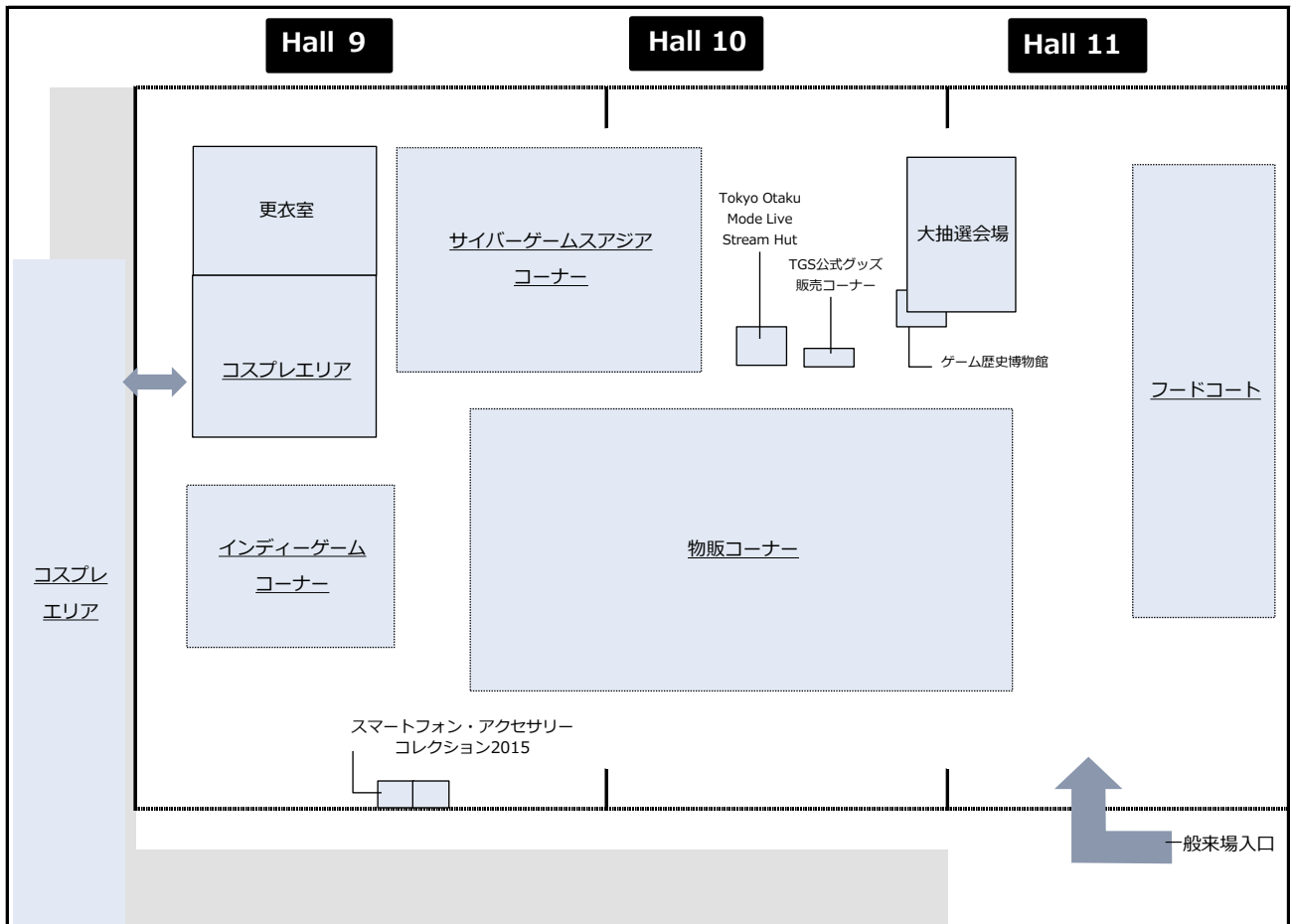
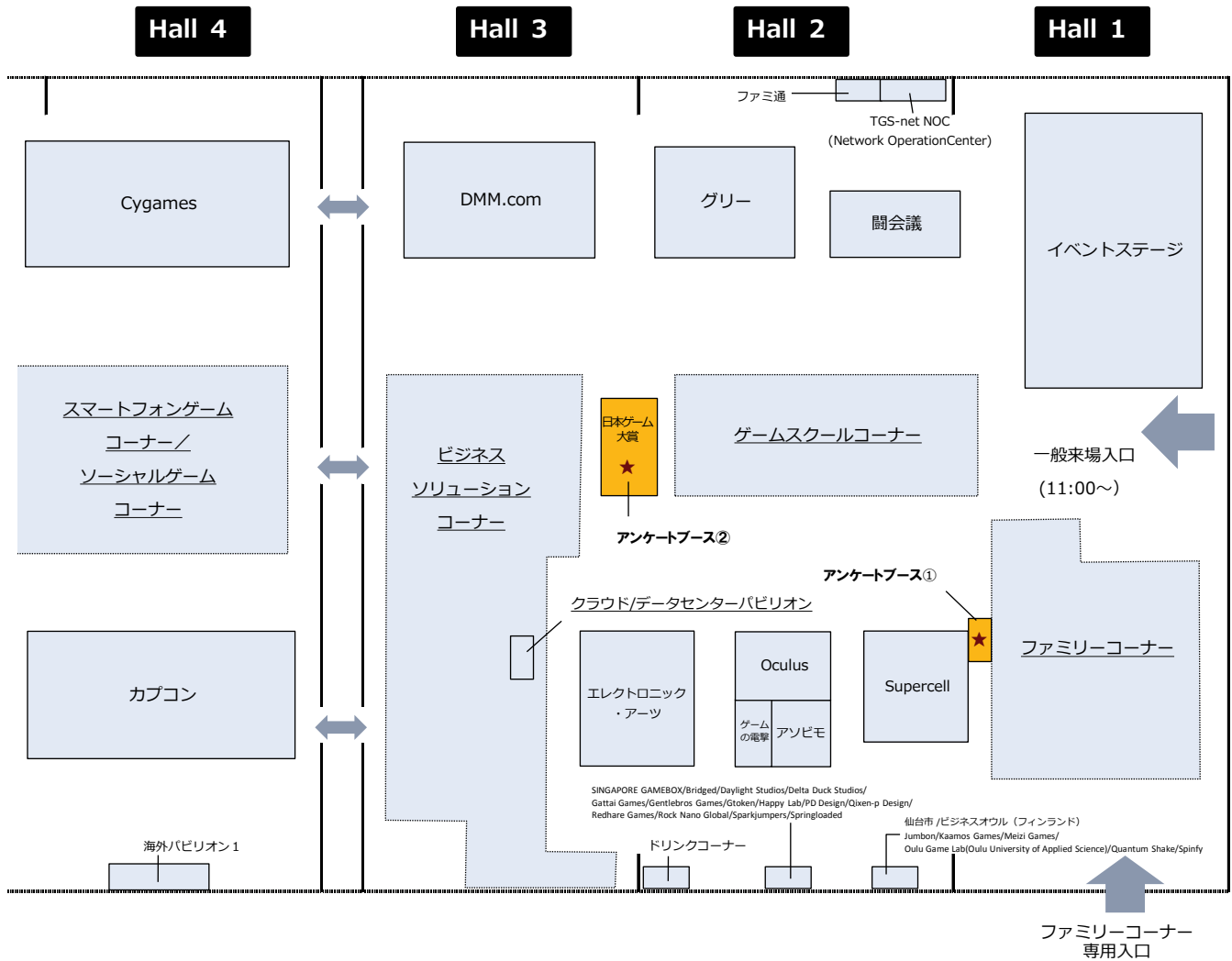
※インターネット上のみの参加を除いてお答えください。(〇はいくつでも)

1	コミックマーケット(コミケ)	6	ワンダーフェスティバル(ワンフェス)
2	ジャンプフェスタ	7	ジャパン アミューズメント エキスポ
3	ニコニコ超会議／闘会議	8	AnimeJapan
4	次世代ワールドホビーフェア	9	その他(具体的に )
5	キャラホビ C3×HOBBY	10	このような会場イベントに行ったことはない

ご協力誠にありがとうございました。

巻末資料：アンケートブース設置ポイント







禁無断転載

## 東京ゲームショウ2015 来場者調査報告書

---

発行 平成27年11月

発行 者 一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）  
〒163-0718 東京都新宿区西新宿2-7-1 小田急第一生命ビル18F

発行責任者 岡村 秀樹

資料お問い合わせ先

一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会（CESA）  
TEL:03-6302-0231 FAX:03-6302-0362  
<http://www.cesa.or.jp/>

「CESAのゲーム関連調査報告書」専門ページ  
<http://report.cesa.or.jp/>

Eメール質問窓口  
[report@cesa.or.jp](mailto:report@cesa.or.jp)

---

ご質問の際には

- (1) お客様のお名前（勤務先、学校名を併記）
  - (2) ご質問に対する回答の返信先メールアドレスを明記していただき、ご連絡ください。
-