

※本日、ニフティ株式会社からも同内容の報道発表が実施されています。

2008年3月10日

ニフティ株式会社

株式会社スクウェア・エニックス

ニフティとスクウェア・エニックス

「無料カジュアルゲーム利用者の実態」に関する自主調査結果を発表
～ 主婦層を中心に、自宅で1回1時間以上利用するユーザー像が鮮明に ～

ニフティ株式会社（代表取締役社長：和田一也、東京都品川区）と株式会社スクウェア・エニックス（代表取締役社長：和田洋一、東京都渋谷区）は、ゲームポータルサイト「@nifty ゲーム (<http://game.nifty.com/>)」にて、無料カジュアルゲーム利用者を対象に、「インステージ広告™」(注1)の仕組みを応用し、その利用実態に関する自主調査を実施しました。

本調査は、@nifty ゲーム内の「無料ゲーム PLUS」(http://game.nifty.com/free_top.htm)の利用者を対象として、2007年11月15日から2008年2月14日にかけて実施し、調査の有効回答数は2,575名でした。

カジュアルゲームはパズル、アクション、カードゲームなど、ルールがシンプルでだれでも簡単に遊ぶことができ、ちょっとした時間でも気軽に楽しめるものです。海外でのカジュアルゲームの利用者は、男性以上に女性が多く、今後日本でも同様の拡大が期待されています。

今回の調査では、無料カジュアルゲームの利用者は女性 66.0%、男性 34.0%、年齢は 35歳から 49歳が全体の 52.7%をしめ、F2層が中心であることがわかりました。また、利用する場所は自宅が 93.7%、1回のプレイ時間が1時間以上のユーザーが 44.2%となり、主婦を中心に自宅のPCでカジュアルゲームを楽しむユーザー像が明らかになりました。

【調査概要】

- ・実施期間：2007年11月15日から2008年2月14日
- ・対象：@nifty ゲーム「無料ゲーム PLUS」利用者
- ・実施方法：公開型インターネットアンケート
- ・有効回答数：2,575名

【調査データ】

- ・無料カジュアルゲーム利用者の実態調査

http://www.nifty.com/ad/pdf/game_research_0803.pdf

【調査結果のポイント】

- ・利用者のボリュームゾーンは 35-49 歳女性

女性の割合が全体の 66.0%、その中でも 35-49 歳の割合が 49.0%となり、この層がボリュームゾーンであることが明らかになりました。

- ・自宅での利用者が 93.7%を占める

「ゲームを遊んでいる場所」に対する回答の 93.7%が自宅という結果になり、ゲームの利用シーンが自宅であることが明らかになりました。

- ・1回のプレイ時間は1時間以上が 44.2%

「1時間くらい」が 32.7%、「1時間以上」が 11.5%となり、1時間以上ゲームを利用するユーザーが半数近くいることが明らかになりました。

- ・好きなゲームのジャンルは「パズル」

「いつも遊んでいるゲームのジャンル」および「今後増やしてほしいゲームのジャンル」に対する回答で「パズル」が圧倒的な人気となりました。

なお、2008年4月より「インステージ広告™」は、NTT レゾナント株式会社が提供する「goo ゲーム」、および NTT コミュニケーションズ株式会社が提供する「OCN ゲーム」内での配信を開始します。これらにより総広告表示回数が従来の約 4 倍に拡大することをうけて、2008年5月5日から掲載する広告商品（注3）より、月単位から週単位へ販売方式を変更するなど、商品仕様を大幅に強化します。

（注1）「インステージ広告™」

無料カジュアルゲームのステージ間で広告を配信する広告配信手法で、ニフティとスクウェア・エニックスが共同で開発し、2007年10月からニフティが販売を行っています。インステージ広告™の平均クリックスルーレート（CTR・注2）は3%以上となっており、これまで大手広告主を中心に計10社より出稿いただいています。

(注2) クリックスルーレート (CTR)

広告のクリック回数を表示回数 (インプレッション数) で割ったもの。インターネット広告の標準的な効果指標として利用されています。

(注3) インステージ広告TM媒体資料 (2008年4-6月版 ver2) ※2008年5月5日以降掲載分
http://www.nifty.com/ad/pdf/instage_ad_0804_06_ver2.pdf

以上

※製品名などは一般に各社の商標または登録商標です。