

2014年4月16日

致各位媒体朋友

株式会社 CyberZ

2013年智能手机游戏市场规模达5,468亿元 比上年增长178%
占据日本国内游戏市场份额半壁江山
 CyberZ、开展手机游戏市场动态调查，公布单机游戏App·网页游戏各自市场规模等数据

株式会社 CyberAgent（总部：东京都涉谷区，法人代表：藤田晋，东证创业板上市：证券代码 4751）旗下子公司株式会社 CyberZ（总部：东京都涉谷区，法人代表：山内隆裕）携手株式会社 Seed・Planning（总部：东京都文京区，法人代表：梅田佳夫），与一般社团法人日本网络游戏协会合作，开展智能手机游戏市场动向调查。

此次调查将智能手机游戏分为“单机游戏 App”及“网页游戏”两类（※1），根据用户在手机游戏上的年度支出花费来统计（时间范围：2013年1月~2013年12月），然后进行市场规模预测的推算（※2）。调查结果如下：

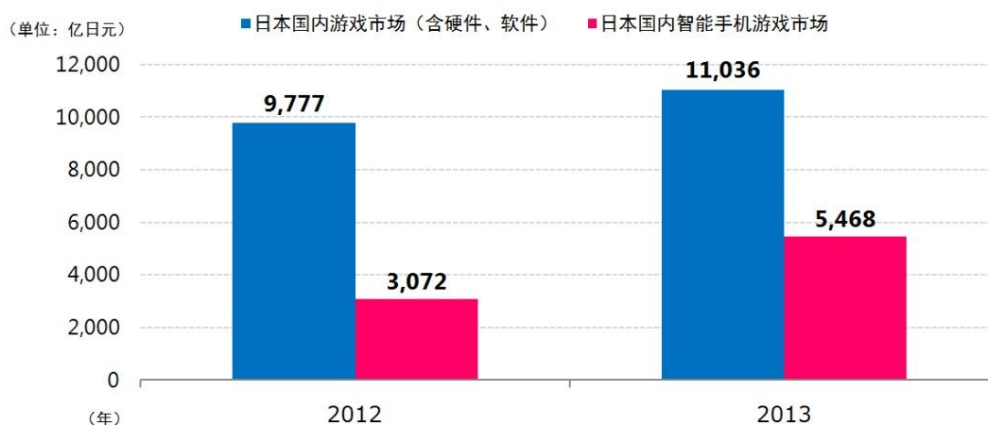
■ 2013年手机游戏市场规模统计

2013年手机游戏市场规模达5,468亿日元，比上年增长178.0%。

约为国内家庭用游戏软件市场规模的2.2倍，占据国内游戏市场份额的一半。

随着智能手机的迅速普及，智能手机游戏市场也急剧扩大。特别在 AppStore 及 GooglePlay 两大应用市场上，免费下载试玩后收费（后续收费）类型的智能手机游戏发展速度加快。从猜谜、智力游戏等休闲游戏到正式的角色扮演游戏，单机游戏 App 的形式种类大幅增加；除核心用户外，还受到女性及中老年用户的广泛支持，用户数量也有显著增加。另一方面，以卡类游戏为中心，网页游戏的核心用户由功能手机向智能手机转移，并继续得到强有力的支持。在这样的市场背景下，2013年智能手机游戏市场规模与去年相比增长178%，达到5,468亿日元。这占据同年国内游戏市场份额的一半，约为国内家庭用游戏软件2,537亿日元（※3）市场规模的2.2倍。

日本游戏市场规模·智能手机游戏市场规模



智能手机游戏市场规模 CyberZ / Seed Planning 共同调查
 备注：国内游戏市场规模相关数据引用自角川公司发布的《2013FAMI通白皮书》

※2013年的数据是截至2013年5月的预测数据

Copyright © 2014 CyberZ, Inc. All Rights Reserved.

■ 智能手机单机游戏 App 市场动向

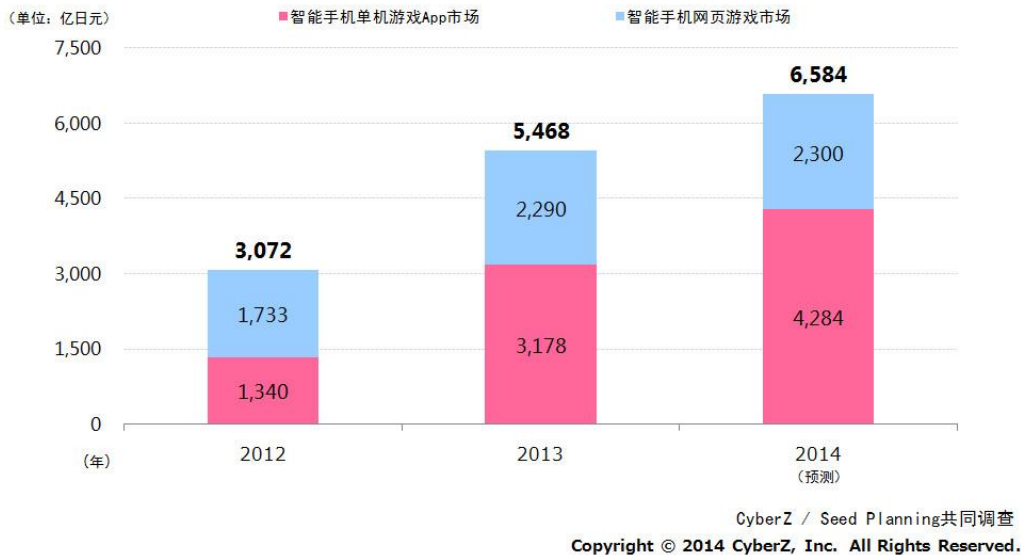
2013 年智能手机单机游戏 App 市场规模大幅增加，达 3,718 亿日元（同比增长 237.2%）。

智能手机单机游戏 App 市场，除富有人气游戏的游戏公司外，拥有丰富游戏运营推广经验的网络游戏公司以及 SAP（社交应用程序提供商）分别凭借其优势加入市场，提供了多种多样的游戏类型。其中，2012 年开发的“益智类 RPG”游戏得到普及，并在 2013 年引发全国热潮。

易玩的包含益智、猜谜元素的智能手机游戏，以三国志·战国时代等为主题的游戏，以及专门面向智能手机用户优化的人气游戏等，单机游戏 App 吸引了众多的玩家。此外，包括欧洲在内的海外开发商也提供了很多世界著名的游戏。这些游戏通过社交网站和社交媒体、电视 CM、智能手机广告等手段，面向用户进行了广泛传播。

在此背景下，智能手机单机游戏 App 比去年 1,340 亿日元的市场规模增长了 237.2%，达到 3,178 亿日元。2013 年，除了以往社交游戏内用户为得到稀少的游戏道具而支付的收费模式外，为提高游戏角色技能以及为继续玩游戏而支付的收费模式也有了广泛的普及。扩大用户能继续游戏的机制，中长期内固定使用用户，由于多数用户定额的支出，智能手机单机游戏 App 市场实现迅速发展。

智能手机游戏市场规模（分为单机游戏App/网页游戏）



■ 智能手机网页游戏市场动向

2013 年智能手机网页游戏市场规模达 2,290 亿日元（同比增长 132.2%）

作为社交游戏面向功能手机用户推广的网页游戏自 2009 年开始普及，市场规模迅速扩大。2013 年大部分功能手机用户转向智能手机。智能手机网页游戏方面，月平均消费比较高的用户比与单机游戏 App 用户多，且更多人会通过继续玩之前喜欢的游戏等方式继续支持网页游戏。

另一方面，智能手机用户主要通过 AppStore 及 GooglePlay 等应用程序商店来下载游戏。单机游戏 App 因游戏强大的表现力和操作性，且不易受通信环境的制约等因素，受到用户的广泛支持。受此影响，调查显示很多为智能手机浏览器提供游戏内容的游戏公司开发·发布单机游戏 App 的比重短期内有增加趋势。

长期来看，随着依托于 HTML5（※5）的高可用性游戏的上线，获得超过游戏 App 用户的支持可能性，在可联网的通信环境下，随着不受场所及设备影响随时可玩的云端游戏的普及，可以预见利用浏览器特性创造新的游戏环境的可能性。

■ 2014 年智能手机游戏市场规模预测

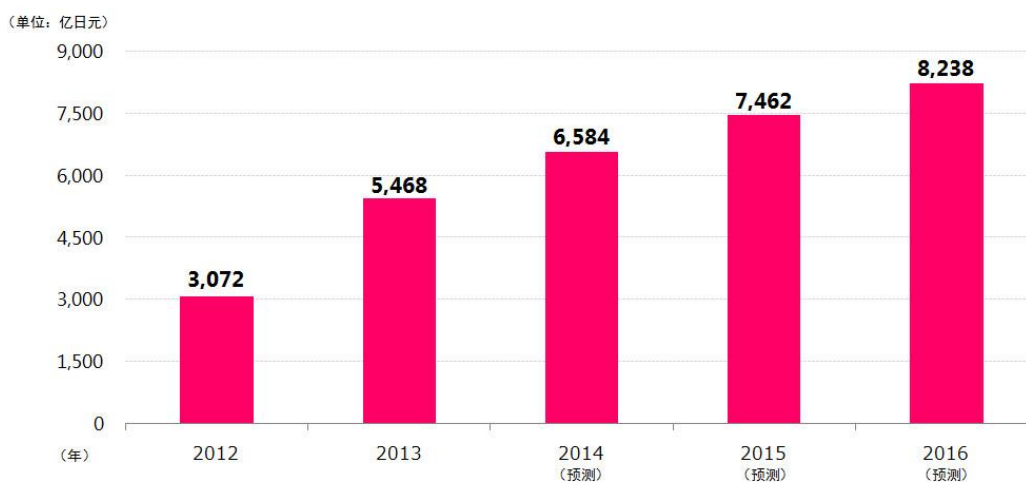
2014 年智能手机游戏市场规模预计为 6,584 亿日元，同比增长 120.4%。

随着智能手机的普及，预计智能手机游戏用户群将继续增加。

智能手机游戏市场，随着智能手机的普及，可预见将会继续高速发展。2014 年初以来，各家游戏公司通过电视 CM 等积极开展各类促销活动，预计将会广泛吸引用户关注。

2014 年，根据新的多用户即时在线等各类游戏的普及迹象，可预见智能手机单机游戏 App 市场将继续保持高速发展趋势。另外，智能手机网页游戏市场方面，虽然用户在由功能手机转向智能手机过程中会有一部分流失，通过抓牢核心用户的需求，预测也会实现稳定增长。

智能手机游戏市场规模（单机游戏App与网页游戏合计）



CyberZ / Seed Planning 共同调查

Copyright © 2014 CyberZ, Inc. All Rights Reserved.

■ 智能手机游戏的未来

2016 年，智能手机游戏市场规模预测达到 8,000 亿日元。

2015 年以后，预测会在智能手机终端普及的背景下，智能手机游戏的市场保持着高增长率。目前，日本国内的游戏公司不仅在国内市场，也在全球市场下展开并且推进着，智能手机游戏作为具有较高国际竞争力的日本文化产业还在继续不断发展着。

本公司今后也为智能手机游戏市场的发展做贡献，针对企业智能手机推广，努力解决问题，提高广告投放效果。

※第 1 项关于智能手机游戏的定义调查中，关于商品区分的定义如下所述。

- 智能手机游戏：指用户在智能手机终端上玩的游戏。在平板电脑上玩的游戏也包含在内。
- 智能手机单机游戏 App：指可以通过 AppStore 和 GooglePlay 等应用软件市场下载，作为游戏软件被提供的游戏。另外，网页应用软件也包括在内。
- 智能手机网页游戏：从游戏广场我的主页进入的游戏，可以通过智能手机端的网页浏览器进行游戏。再者，一般被称为“伪单机”，即 App 本身是单机 App，但从网络读取内容的游戏，如果它的收费是依存于网页游戏平台的话，其销售额将会被计入网页版游戏中。

※2 此次调查，参考来自智能手机游戏业内人士的意见及公开信息、调查主体及 Seed・Planning 所有的数据等信息进行开展。此次调查所提到的市场规模定义如下。

为了继续游戏智能手机用户支付给游戏公司的费用统计。包含结算手续费、及支付给应用商店、游戏平台等的手续费。另外，智能手机网页游戏市场规模，主要将通过大型游戏平台服务提供商披露的销售金额推算出的销售总额，乘以根据各家公司提供的虚拟货币流通金额构成比，所得金额作为智能手机游戏市场销售额进行统计。



※3 引用了游戏综合信息媒体「FAMI 通」2014 年 1 月发表的资料。

※4 引用了 2013 年 12 月本公司「智能手机游戏用户行为调查」中月度平均花费金额趋势值。

※5 网页记录等采用可以标记语言的 HTML5 版本。

■ 调查概要

调查主题：株式会社 CyberZ

调查时期：2013 年 1 月至 2014 年 3 月

调查方法：收集智能手机游戏市场相关人士意见、调查主体及调查机构持有数据、公开信息的收集。

调查对象：智能手机游戏市场

调查机构：株式会社 Seed・Planning

※转载和利用本调查内容的情况下，请刊登本公司的所有权标示 (Copyright©2014 CyberZ, Inc. All Rights Reserved.)

■ 公司概况

公司名 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 MarkCity16 楼
成立时间 2009 年 4 月 1 日
代表 董事长 山内隆裕
业务内容 智能手机广告业务

■ 此次新闻稿相关垂询

株式会社 CyberZ PR 担当：榎嶋 (kabashima)

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

Tel: +81-3-5459-6276 Fax: +81-3-5428-2318

■ 社交账号

Facebook <http://www.facebook.com/CyberZ.inc>

Blog <http://ameblo.jp/cyberz-pr/>

以上