

## 【調査レポート】CARTA ZEROとLighthouse Studio、共同でPCゲーム市場「Steamの日本市場に関する調査レポート」を実施

～一般市場におけるSteam認知率は13.3%、ユーザーの約4割が週1回以上プレイ。購入時は「実況・レビュー動画」「専門メディアサイト」「ライブ配信」を参考に～

---

株式会社CARTA HOLDINGSのグループ会社で、デジタルマーケティングを中心とした事業を展開する株式会社CARTA ZERO（本社：東京都港区、代表取締役CEO：宇佐美 進典、以下「CARTA ZERO」）と、国内最大級のゲーム総合情報サイト「神ゲー攻略」を運営する株式会社Lighthouse Studio（本社：東京都港区、代表取締役CEO：加藤 友幸、以下「Lighthouse Studio」）は共同で、PCゲーム市場の主要プラットフォーム「Steam」の日本市場に関する調査を実施いたしました。

本調査は、日本国内におけるSteamに関する利用実態を明らかにし、ユーザーの行動特性や消費動向を可視化することを目的に行い、「Steamの日本市場に関する調査レポート」を公開いたしました。



## 調査サマリー

本リリースでは、調査結果の一部をご紹介します。

※全データを収録したホワイトペーパーも、CARTA ZEROにて無料でご提供しております。ご希望の方は、下記までお問い合わせください。

※誠に恐縮ながら、当社競合企業様からのお申し込みはご遠慮いただいております。

ホワイトペーパーお問い合わせ先：株式会社CARTA ZERO

E-mail : [zero\\_contact\\_steam@cartahd.com](mailto:zero_contact_steam@cartahd.com)

## サマリー

- ゲームストアとしての Steamの認知率は13.3%、利用経験率は6.2%。  
利用経験率は性別では男性が10.3%、年代別では10-30代が7.6-8.1%と、全体と比較して相対的に高め。
- 直近3か月以内にSteamを利用したことがあるユーザーの約6割が「週1回以上」とコンスタントにプレイ。
- 特に男性の30-40代は、プレイ頻度が「ほぼ毎日」と回答する割合がほかの性別・年代よりも相対的に高く、平日・休日ともに長時間プレイする傾向がある。
- 直近3か月以内のSteam利用者において、購入または課金に年間3万円以上使うユーザーは12.5%。
- ゲームを購入する際の情報源としては、「実況・レビュー動画」「ゲーム専門メディアサイト」「ライブ配信」が上位に。  
ユーザーは公式の情報だけではなく、実際のゲームのプレイ内容を具体的かつ客観的に確認することで購入するかを判断していると考えられる。

## 調査概要

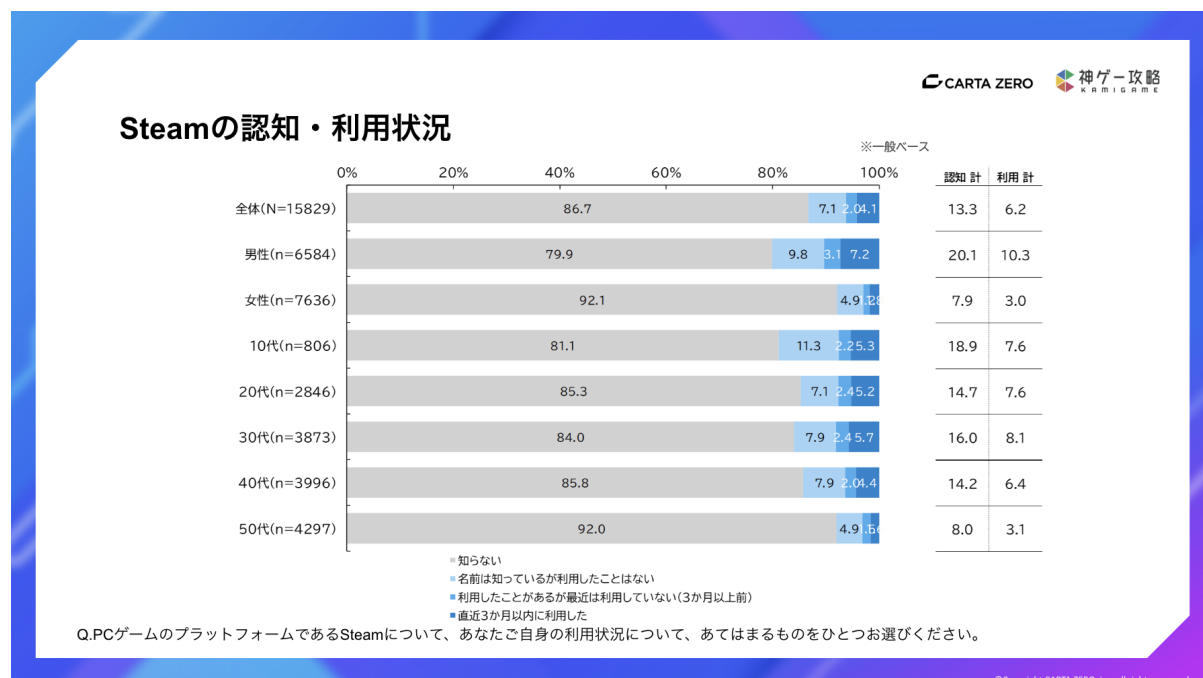
- 調査主体：CARTA ZERO、Lighthouse Studio
- 調査時期：2025年6月4日～2025年7月8日
- 調査手法：オンラインアンケート
- 調査エリア：全国47都道府県
- 調査対象者：
  - 事前調査：10-50代一般男女15,829人
  - 本調査：事前調査の中で直近3か月以内にSteamをプレイした人のうち、回答のあった10-40代男女248人
- サンプル数：事前調査 15,829サンプル、本調査 248サンプル

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの内容を引用・転載される場合は、必ずクレジット「株式会社CARTA ZERO」の明記をお願いいたします。

**一般層における、ゲームストアとしての Steamの認知率は13.3%**

一般層における、ゲームストアとしての Steamの認知率は13.3%、利用経験率は6.2%であることが明らかになった。利用経験率は、性別では男性が10.3%、年代別では10-30代が7.6-8.1%と、全体と比較して相対的に高めの結果になった。



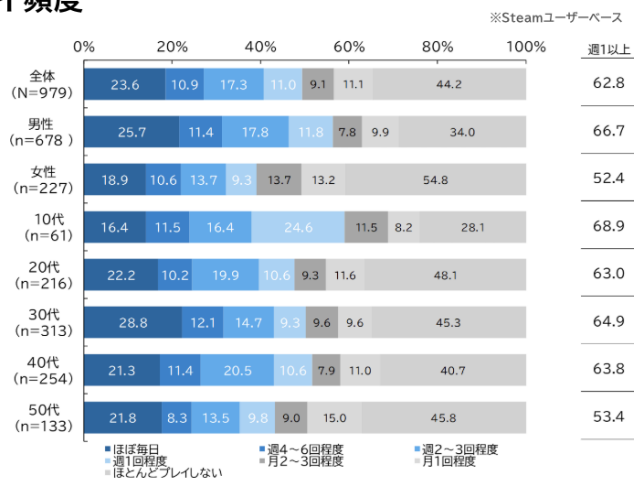
## Steam利用経験者は約6割が「週1回以上」でコンスタントにプレイ

直近3か月以内にSteamを利用したことがあるユーザーのプレイ頻度は「週1回以上」が全体の62.8%を占めた。性別では男性、年代別では10-40代で6割を超えた。

## Steamのプレイ頻度

CARTA ZERO

神ゲー攻略  
KAMIGAME



Q.Steamでゲームをプレイした頻度はどのくらいですか

©Copyright CARTA ZERO, Inc. all rights reserved

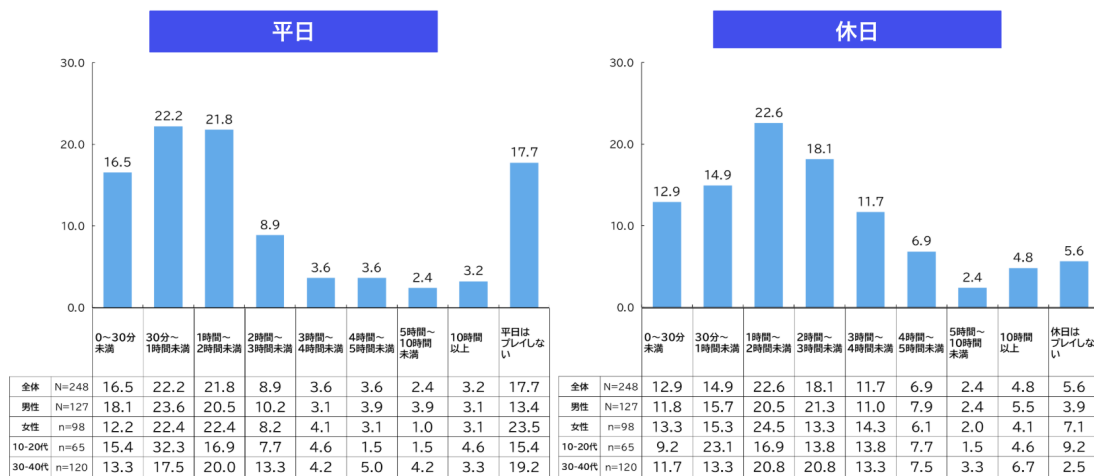
ここからは、本調査における、直近3か月以内のSteam利用者の結果です。

### 直近3か月以内のSteam利用者は平日も約8割がプレイ、男性30-40代で長時間プレイする傾向

平日は82.3%、休日は94.4%のユーザーがプレイしており、多くのユーザーが平日・休日を問わずプレイしていることが確認された。休日は平日と比較して、長時間プレイする傾向があり、「2時間以上」の割合も高かった。また、性別では男性、年代別では30-40代がより長時間プレイする傾向がみられた。

## Steamの平均プレイ時間

※Steam3か月以内利用者ベース



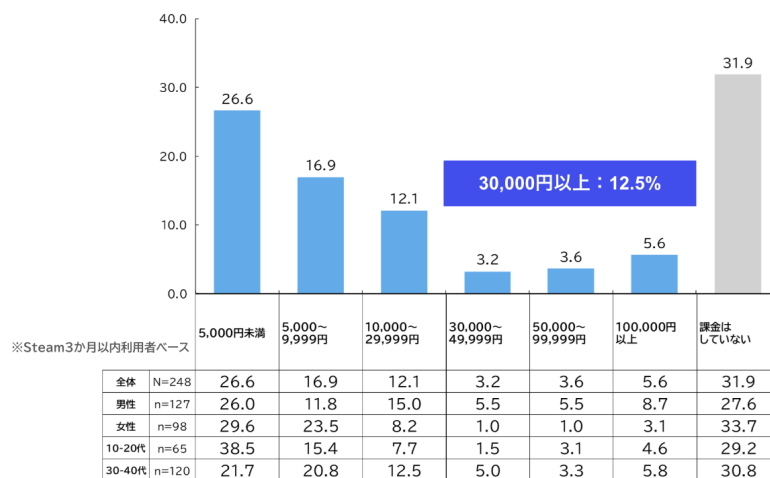
Q.平日（お仕事・学校がある日）／休日（お仕事・学校がない日）について、Steamでプレイする平均時間をお答えください

©Copyright CARTA ZERO, inc. all rights reserved

直近3か月以内のSteam利用者における、購入または課金に年間3万円以上を費やすユーザーは12.5%

Steamでの購入または課金に年間3万円以上を費やすユーザーは12.5%という結果に。性別では男性、年代別では30-40代がより高額な課金をする傾向にあった。

## Steamへの直近1年間 購入・課金総額

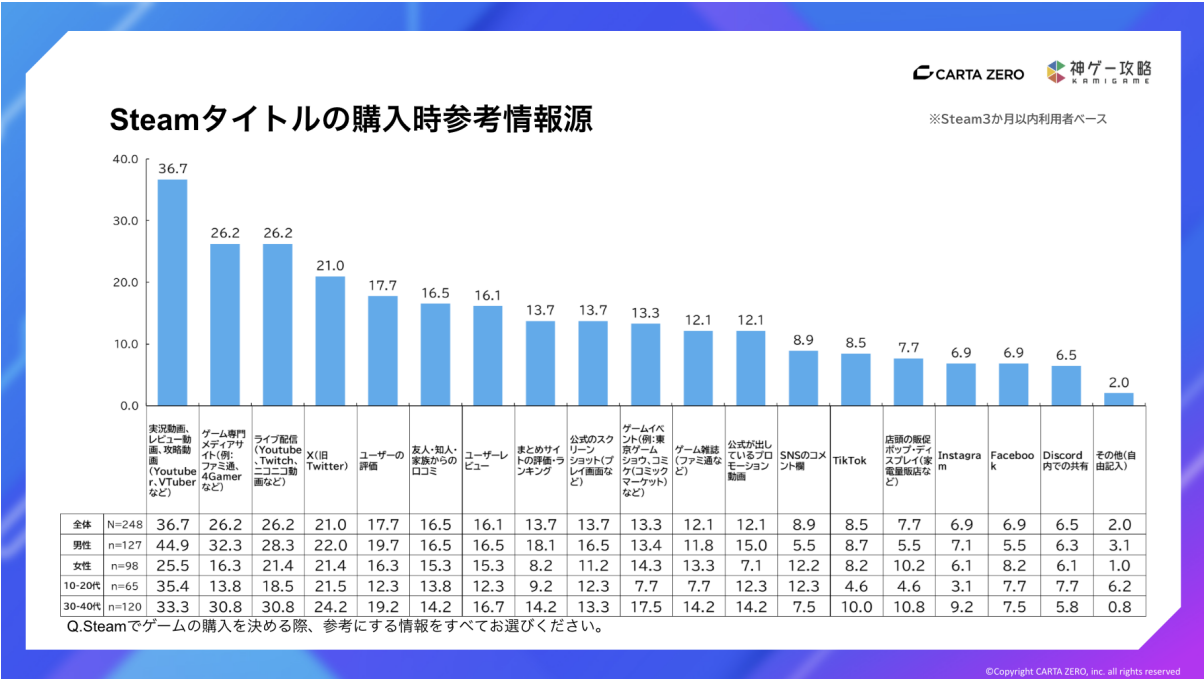


Q.直近1年間の購入・課金の【総額】はどのくらいですか。あてはまるもの一つお選びください。

©Copyright CARTA ZERO, inc. all rights reserved

直近3か月以内のSteam利用者が、タイトル購入時に参考にする情報源は「実況・レビュー動画」「ゲーム専門メディアサイト」「ライブ配信」が上位に

Steamタイトル購入時に参考にする情報源は「実況・レビュー動画（36.7%）」が最も高く、次いで「ゲーム専門メディアサイト（26.2%）」「ライブ配信（26.2%）」が挙げられた。年代別・性別による大きな差異は見られず、Steamユーザー全体としてこれらの情報源が重視されていることが明らかになった。



レポート項目一覧

- ☐ 調査結果サマリー
- ☐ 属性設問（性別/年齢/婚姻状況/子供の有無/職業）
- ▼Steam 認知・利用実態

☐ プレイゲームの種類

☐ Steamの認知・利用状況

☐ Steamのプレイ頻度

☐ Steam1か月に使えるお金

▼Steamプレイヤーの利用実態・意識

☐ Steamの利用開始時期

☐ Steamをプレイするときのデバイス

☐ Steamの平均プレイ時間

☐ Steamの利用理由

☐ Steamをプレイする相手

☐ Steamタイトルのプレイジャンル

☐ 現在プレイしているSteamタイトルの本数

▼Steamプレイヤーの購入課金実態

☐ Steamの直近1年間の購入本数

☐ Steamの購入価格帯

☐ Steamタイトルの購入時重視点

☐ Steamのゲーム内課金の対象

☐ Steamのゲーム内課金の1ヶ月あたり金額

☐ Steamへの直近1年間 購入・課金総額

▼Steamプレイヤーの認知経路・情報源

☐ Steam自体の認知きっかけ

☐ Steamタイトル認知のきっかけ

☐ Steamタイトルの購入時参考情報源

☐ Steamタイトルの購入時に参考にするストア内情報源

☐ Steamプレイヤーのゲームに関する情報源

■ 株式会社CARTA ZEROについて



日本でも数少ない「マーケティング」と「ゲームユーザー」双方の視点から、ゲーム関連事業を企画から運用まで一気通貫でご支援します。ゲームマーケティングに関することはぜひ

ご相談ください。

|      |                                                                                    |
|------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名  | 株式会社CARTA ZERO ( <a href="https://cartazero.co.jp/">https://cartazero.co.jp/</a> ) |
| 所在地  | 東京都港区虎ノ門2-6-1 虎ノ門ヒルズステーションタワー36F                                                   |
| 代表者  | 代表取締役CEO 宇佐美 進典                                                                    |
| 設立   | 2011年4月1日                                                                          |
| 資本金  | 20百万円                                                                              |
| 株主   | 株式会社CARTA HOLDINGS 100%                                                            |
| 事業内容 | デジタルマーケティング支援事業                                                                    |

## ■ 株式会社Lighthouse Studioについて

# Lighthouse Studio

by CARTA HOLDINGS

Lighthouse Studioは、月間1億PVを超えるゲーム攻略サイト「神ゲー攻略(<https://kamigame.jp/>)」をはじめ、ECメディア「Kaubel(<https://kaubel.com/>)」などのメディア事業と、インフルエンサーマーケティング事業「LIT LIVE(<https://lighthouse-studio.voyage/litlive.html>)」を展開しています。Lighthouse Studioは、ユーザー様や企業様の課題を解決するための事業やサービスを推進し、皆様の「灯台」となるべく、邁進してまいります。

|      |                                                                                                            |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名  | 株式会社Lighthouse Studio( <a href="https://lighthouse-studio.voyage/">https://lighthouse-studio.voyage/</a> ) |
| 所在地  | 東京都港区虎ノ門2-6-1 虎ノ門ヒルズステーションタワー36F                                                                           |
| 代表者  | 代表取締役 加藤 友幸                                                                                                |
| 設立   | 2017年11月1日                                                                                                 |
| 主要株主 | 株式会社 CARTA HOLDINGS (東証プライム、証券コード：3688)                                                                    |
| 事業内容 | ゲーム情報の提供を行うメディア事業、インフルエンサーマーケティング事業、ならびにゲームに関連する事業                                                         |

#### 報道関係者お問合せ先

株式会社CARTA ZERO 広報担当<https://cartazero.co.jp/contact/>

#### ホワイトペーパーお問合せ先

株式会社CARTA ZERO  
E-mail：zero\_contact\_steam@cartahd.com