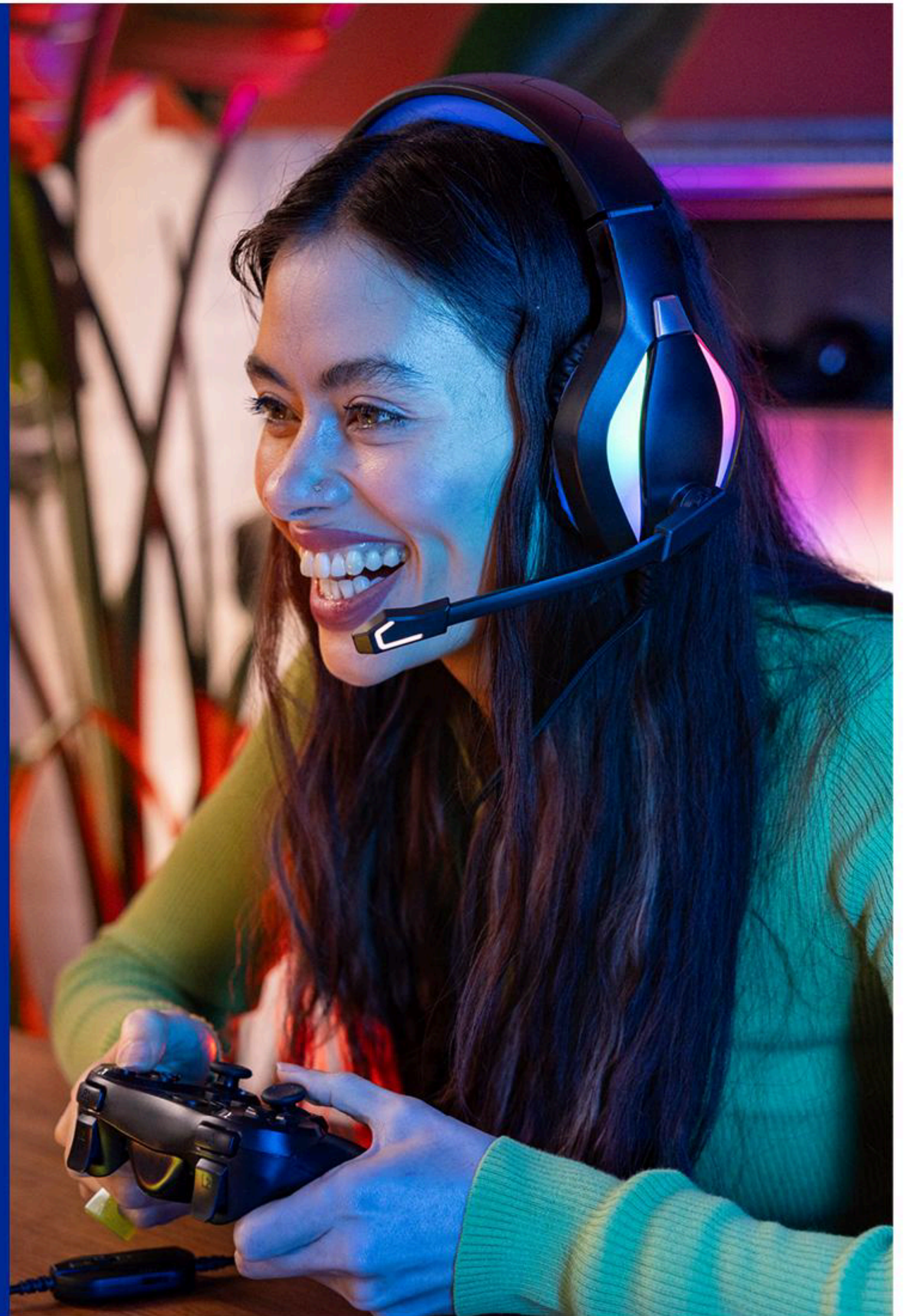


PayPal Open

世界市場 での 事業拡大を 成功に導く

コンバージョンを落とさずに
決済をスケールする方法



序

01

ゲーム業界の現状

02

地域別ゲーム市場概要

03

グローバルな成長への挑戦

04

決済体験をレベルアップする

05

新市場開拓のための心強い味方

ゲーム業界の現状

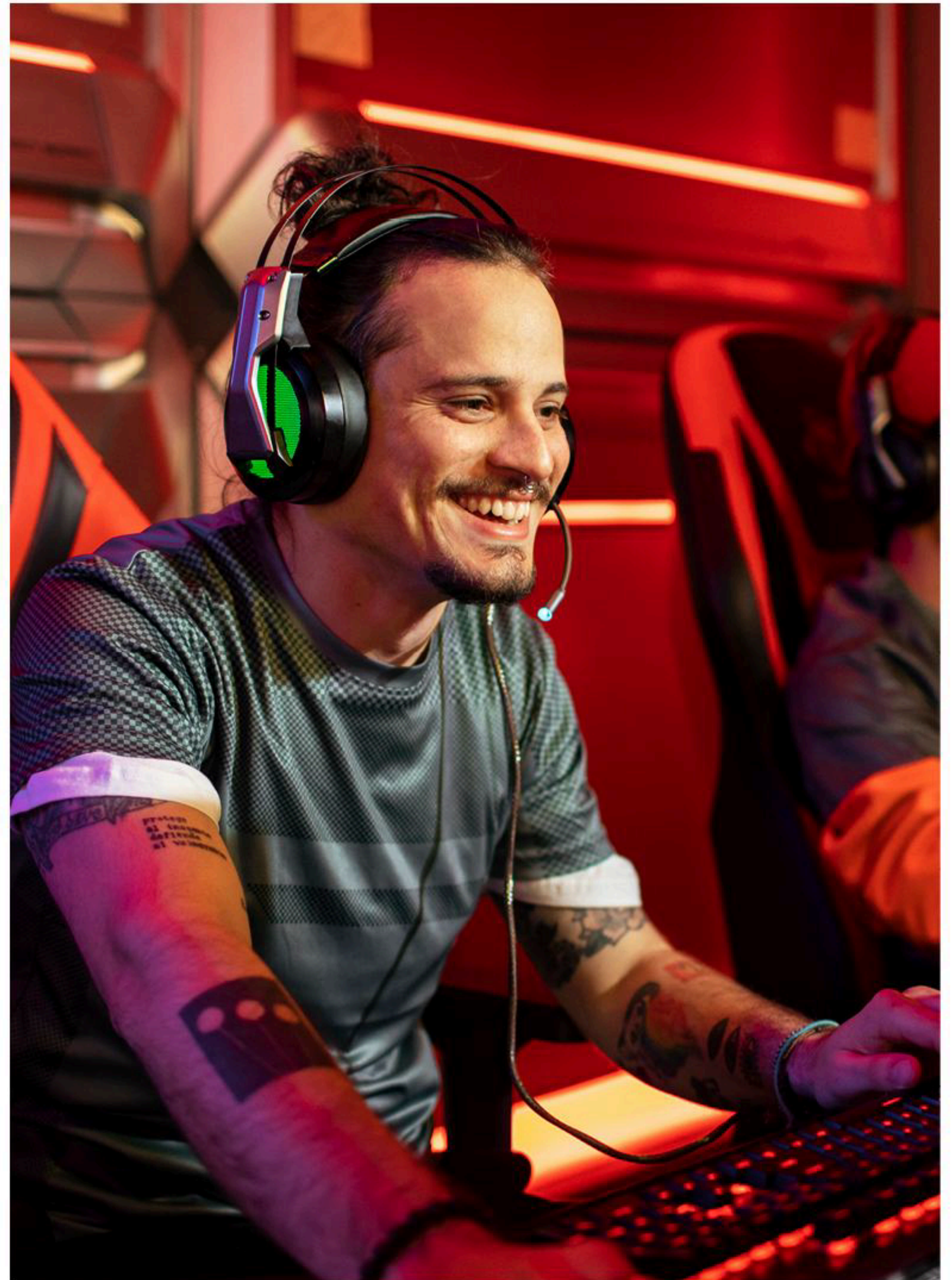
プレイヤーには、それぞれの勝ち筋があります。
ビジネスにも、世界で勝つための戦略が必要です。

ゲーム業界には、グローバルな成長機会が広がっています。バーチャルなプレイはますます国境を越え、ユーザー同士のやり取りはシームレスに、取引は瞬時に行われるようになっていきます。オンラインプレイ、ソーシャルメディアの影響力、国際的なバーチャル大会が増加するにつれ、各地域のゲーマーたちは世界の舞台を目指しています。

APACは世界のゲーム市場のエンジンであり続けており、グローバル市場シェアの約半分（46%）を占めています¹。しかし、日本の任天堂や国内の独立系スタジオ・パブリッシャーの著しい成長にもかかわらず、まだ成長の余地があります。世界市場で競争力を維持し、この成長の波を捉えるためには、世界中のプレイヤーにリーチし、新たな市場で収益機会を獲得していくことが重要です。



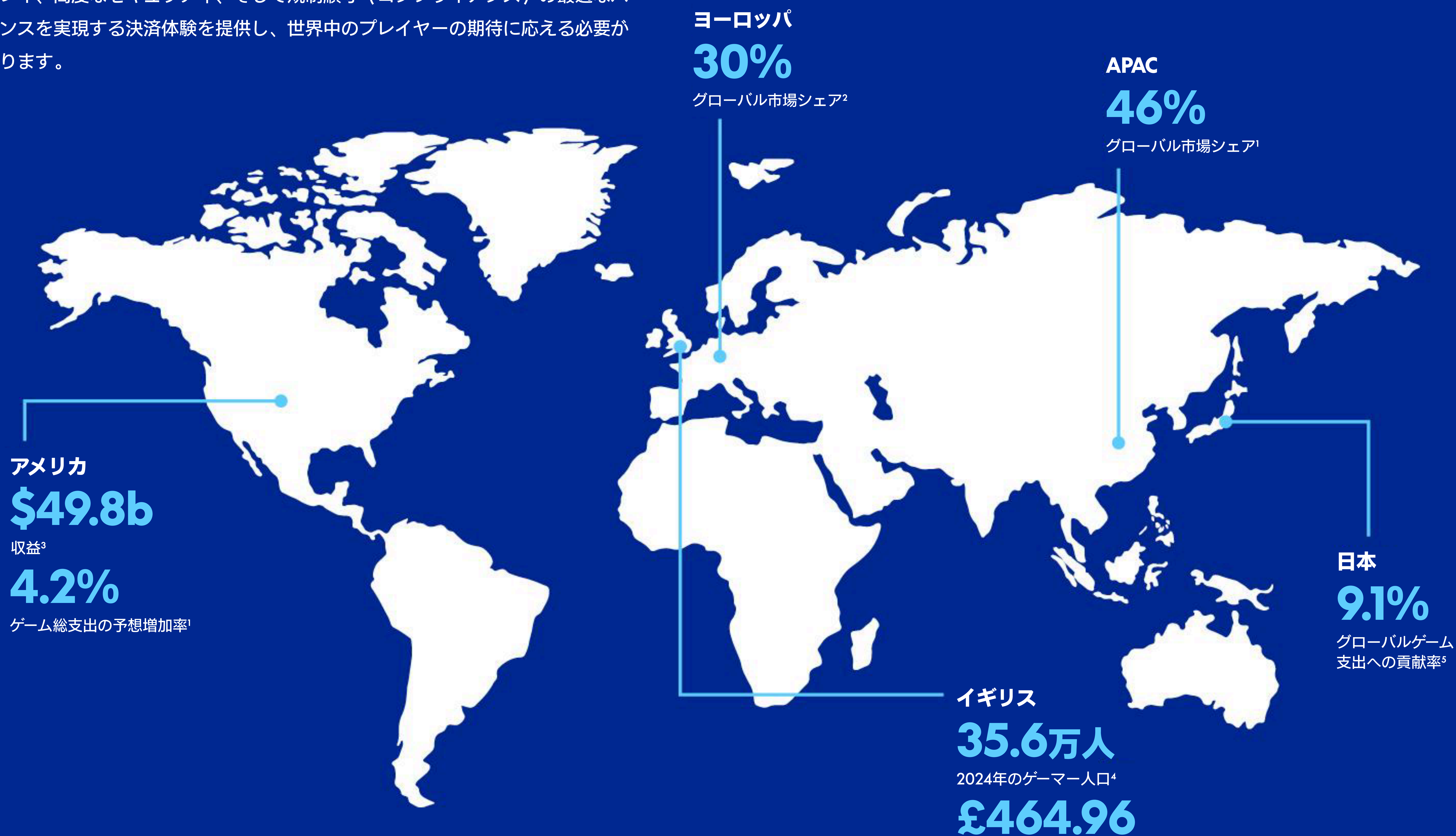
**ゲームの舞台は、
世界へと広がっています。**



¹ Newzoo, 「グローバルゲーム市場レポート」（2025年）

地域別ゲーム市場概要

世界的に見ても、APAC（アジア太平洋地域）のゲーム企業には、大きな成長ポテンシャルを活用できる好機が広がっています。そのためには、スムーズなゲームプレイ、高度なセキュリティ、そして規制順守（コンプライアンス）の最適なバランスを実現する決済体験を提供し、世界中のプレイヤーの期待に応える必要があります。



² Cognitive, 「ヨーロッパゲーム市場分析2026」 (2026年)

³ Newzoo, 「ゲーム収益上位国・市場」 (2025年)

⁴ Antom, 「英国ゲーム・決済トレンドレポート」 (2025年)

⁵ Statista, 「2024年9月時点の主要アプリストアの手数料率」 (2026年)

グローバルな成長への挑戦

ゲームが進化してきたように、プレイを支える決済も進化してきました。長年にわたり、消費者の支払い方法の好みゲームデザイン・ターゲット層・収益に影響を与えてきました。

しかし、それに伴いさまざまな課題も生まれています。

変化の激しい現在のゲーム市場において、事業者は高い手数料負担につながりやすい高頻度の少額決済を処理しなければなりません。さらに、サブスクリプションやバトルパスといったモデルも複雑で、常に安全かつシームレスな自動継続課金の仕組みが不可欠です。加えて、国境を越えた決済やアプリ外決済への対応も求められますが、これらは各国・地域の規制順守と、高まる不正リスクへの厳格な対策を同時に必要とします。

10-30%

人気アプリストアでの販売手数料⁵



規制という核心的課題

絶えず変化する規制環境は、ゲーム事業者のマネタイズ手法を制限することもあれば、逆に拡大させることもあります。世界中で、AppleのApp StoreやGoogle Playは売上に対して10～30%の厳格な手数料を課しています。⁵

APAC（アジア太平洋地域）においては、アプリベースのゲームに対する規制改定が、市場の動向やゲーム企業に重大な影響を与えると予想されています。インドの「オンラインゲーム促進・規制法（PROG法）」は、規制対象の金融機関や決済システムが禁止対象のオンライン資金決済ゲームに関連する取引を媒介することを禁じています。また、フィリッピンス（フィリピン）のライセンス保持事業者は、本人確認（eKYC）からマネーロンダリング防止（AML）管理に至るまで、より厳格なコンプライアンス義務への対応を迫られています。

法規制の改定は、地域的な政策整備に伴い体系化が進んでいます。しかし、規制強化は決して事業成長を抑圧するばかりではありません。日本の「スマホソフトウェア競争促進法」の施行により、モバイル環境においてサードパーティ製アプリストアや多様な決済機能の導入が可能になります。これは、決済事業者にとって代替アプリ内決済ソリューションを提供する絶好の新規ビジネスチャンスとなるでしょう。⁶

⁵ 日本公正取引委員会、「特定スマートフォンソフトウェアの競争促進に関する法律の概要」（2024年）

決済における現状

世界中の消費者はさまざまな決済手段を利用しています。



グローバル決済 オプション

Apple Pay、GooglePay、PayPalといったグローバルな決済選択肢は、世界中のユーザーから高い信頼を得ています。



ローカルデジタル決済

iDEAL、BLIK、Swish、Cartes Bancaires、Paytm、GCash、KakaoPayなど、それぞれ固有のAPIや規制基準、ローカル要件が存在します。これが、グローバル展開を阻む大きな課題となっています。



パブリッシャー 独自の決済

専用ウェブサイト上でユーザーが好む支払い方法を提供し、アプリ内課金にとらわれず、ユーザーが好む最適な支払い方法を提供できます。



QRコード決済

ウォレットや銀行アプリで完結しますが、リアルタイムの照合が必要で、匿名・半匿名ウォレットにより不正検知が難しくなります。



口座間送金（A2A）

Venmo、PayNow、PromptPay、UPIなど。カードと比べて決済手数料を抑えられる上、クレジットカードを持たない若年層等のゲーマー層を取り込めるメリットがあります。一方で、入金完了（清算）までに時間を要する場合があります。



専門プレイヤー

Xsolla、EBANX、dLocalなど、単一のAPIで多様な地域固有の決済手段をまとめて導入できる利点があります。しかし、世界規模で事業を拡大したい企業にとっては、グローバルな認知度やブランドの信頼性が不十分な場合が多く見られます。



グローバル展開を推進する事業者には、世界中のユーザーを獲得しながら、現地に最適化された決済環境を提供することが求められます。具体的には、現地通貨表示や各地域の主要な決済手段への対応、慣れ親しんだ購入・認証ステップの提供、さらには地域ごとの購買行動パターンの考慮が不可欠です。

APAC企業に求められるのは、安全・安心でスピーディーな決済体験の構築です。一見ハードルが高く思えるこの課題も、複数のシステムを組み合わせるか、信頼できる決済パートナーを採用することで解決できます。

決済手段の乱立・複雑化 が生む潜在的成本

統一感のあるゲーム決済ソリューションが存在しない場合、事業者が克服すべき課題はさらに増大します。

ユーザーは決済時、自らが信頼する決済ブランドを求めます。チェックアウト画面にそうしたブランドが見当たらない場合、購入率の悪化やブランドロイヤリティの低下を招きかねません。一方で、スムーズな決済体験を提供するために複数の決済基盤を無理につなぎ合わせようとするれば、国や地域ごとの規制の格差、決済承認率の違い、システム構造や機能、拡張性のばらつきといった複雑な課題がつきまといまます。

主なコスト：

- ✓ 現地の決済手段に対応できないことや、購入手続き時の不便さ・不統一さによる、買い手からの信頼低下
- ✓ 決済データの手動集約作業がもたらす、業務オペレーションと売上処理の停滞・非効率化
- ✓ 決済手段の乱立・複雑化によるコンバージョン低下とグローバル展開の遅れ



決済体験をレベルアップする

PayPalを活用すれば、グローバルな成長機会は着実かつ手が届く現実のものとなります。そのポテンシャルを最大限に引き出すために、業界をリードするゲーム企業が検討すべき5つの重要な注力分野があります

1 好みの決済手段へのアクセス

海外のゲームユーザーも、体験にはパーソナライズ感を求めています。使い慣れた決済手段の提供は極めて重要であり、特にアプリ内課金では必ずしも利用できないデジタルウォレットや現地の決済手段、代替決済の選択肢が鍵となります。市場規模68億ドルを誇り、オンライン人口の72%がゲームをプレイするドイツのゲーム市場において、最も好まれている決済手段はPayPalです。同市場への参入において、PayPalを提供することは非常に合理的で確実なアプローチとなります。⁷

72%

ドイツのオンライン人口で
ビデオゲームをプレイする
割合⁷

2 グローバルなリーチ、ローカルな関連性

グローバル展開を図るゲーム企業は、進出先のローカルな規制や消費者保護基準に引き続き適合させる必要があります。

PayPalを活用することで、企業は130以上の通貨での決済をスムーズに導入・受け入れできると同時に、グローバルで人気の高いApple PayやGoogle Payをはじめ、イギリスやアメリカで根強い人気を誇るデジタルウォレットのニーズを満たす決済手段を提供できます。また、分割払いオプションにも対応しており、グローバルユーザーのニーズに合わせた柔軟な決済体験を提供できます。⁸

PayPalは130以上の 通貨での決済に対応

⁷ Newzoo, PayPal, 「ゲーム市場レポートと予測」 (2024年)

⁸ PayPal, 'Get ahead of the game' (2026年). こちらよりご確認下さい: <https://www.paypalobjects.com/marketing/web/sg/getaheadofthegame.pdf>

3 プラットフォーム外マネタイズの実現

PayPalを活用した「ストア外決済（オフプラットフォームマネタイズ）」は、ゲームパブリッシャーに絶大な事業利益をもたらします。

アメリカでは、PayPalユーザーの74%が「見知らぬECサイトでも、決済にPayPalができれば購入を完了する」と回答しています。⁹ 自社サイトやアプリ外での販売を伸ばすには、世界中で確立されたブランドの信頼感が欠かせません。⁸ PayPalなら、高機能な自社ウェブショップ、H5画面遷移、D2C（直販）といったアプリストアに依存しない柔軟な決済環境を構築できます。魅力的な特典や独自のインセンティブを通じた顧客ロイヤルティの醸成・顧客データの直接保有はもちろん、ストア手数料を削減して事業の収益性を劇的に改善することが可能です。

74%

チェックアウト時に
PayPalが選択できる場合、
PayPalユーザーの
購入意向の向上率⁹

4 信頼できる安全な決済

市場をまたいでスケールすることは、ビジネスの脆弱性を露わにする可能性があります。規制・現地のデータセキュリティ要件・不正リスクが複雑さを増します。信頼を勝ち取るには、コンプライアンス・強固な保護・高いオーソリ率を確保する必要があります。

PayPalが提供するエンタープライズレベルのリスク管理および高度な不正検知ツールは、数百万のデータポイントを解析してリスクを早期発見し、正常なユーザーの決済が拒否される誤検知を大幅にカットします。さらに、入金・送金・不正対策を一元化し、オペレーションを大幅に効率化。PayPal Checkoutを経由するグローバルなカード決済の承認率は、市場平均を7%上回る実績を誇ります。¹⁰

グローバルカード 処理承認率

7%¹⁰

⁹ Nielsen調査（PayPal委託）、米国（2023年2月）

¹⁰ PayPal内部データおよび主要グローバル決済ネットワークとの比較分析（2022年10月～2023年9月）

2022年10月～2023年9月の12ヶ月間におけるオンライン取引データに基づく。国内決済スキーム（例：Cartes Bancaires、EFTPOS）の取引は含まない。大規模事業者（LE）のみが対象。AmazonおよびMetaの取引は除外。Braintreeとマーケットのオーソリ率の差（デルタ）は取引件数に基づく算術差。各国（米国・英国・ドイツ・オーストラリア・フランス・イタリア・スペイン・カナダ・ブラジル）の結果は、Euromonitorを出典とする2023年のデジタルコマース市場規模に基づいて加重平均。大規模事業者（LE）の定義：推定年間収益が米国では1億ドル以上、英国・ドイツでは2,500万ドル以上、オーストラリア・カナダでは2,000万ドル以上、フランス・イタリア・スペインでは1,250万ドル以上、ブラジルでは300万ドル以上の加盟店

5 成長に対応できるスケーラビリティ

PayPalを活用することで、国境を越えた販売展開、複数通貨での決済処理およびレポート生成、クリエイターやパートナーへの円滑な報酬支払いが可能になります。高頻度で継続的な少額決済（マイクロトランザクション）においても、高速な決済処理とシンプルなチェックアウト体験により、プレイの手を止めることなく購入ストレスを軽減します。

また、離脱を抑えるシームレスな画面内決済を実現し、ID/決済情報の保持機能を活かすことで、コンバージョン率を最大95%引き上げます。¹¹ 加えて、事業者側がプレイヤーへの支払い方法を柔軟に設定できるほか、ライト層・非会員ユーザー向けにも簡便な決済導線を設計できるため、自社のターゲット層にぴったりの最適体験を提供できます。

95%

**PayPalウォレット利用時の
コンバージョン向上率¹¹**



決済パフォーマンス を高める

成長に合わせてスケールしたいAPACの
ゲーム企業が注目すべきポイント：

- ダイナミック通貨換算：プレイヤーの信頼を築き摩擦を減らす親しみやすい決済体験を提供し、コンバージョンを促進
- レスポンスが早く、自社主導の画面設計が可能な決済システムにより、素早い決済承認とリダイレクトの最小化、そして最適な現地決済処理を実現します。これによりユーザー体験が向上し、プレイヤーのLTV（顧客生涯価値）最大化に貢献します。

¹¹ PayPal決算データ（2025年度）、PayPal内部データに基づく

成長する。スケールする。守る。

PayPalで、ゲームの世界を制覇しよう。



収益を成長させる

ウェブコンバージョン、
リピート購入の迅速化、
クロスボーダー対応



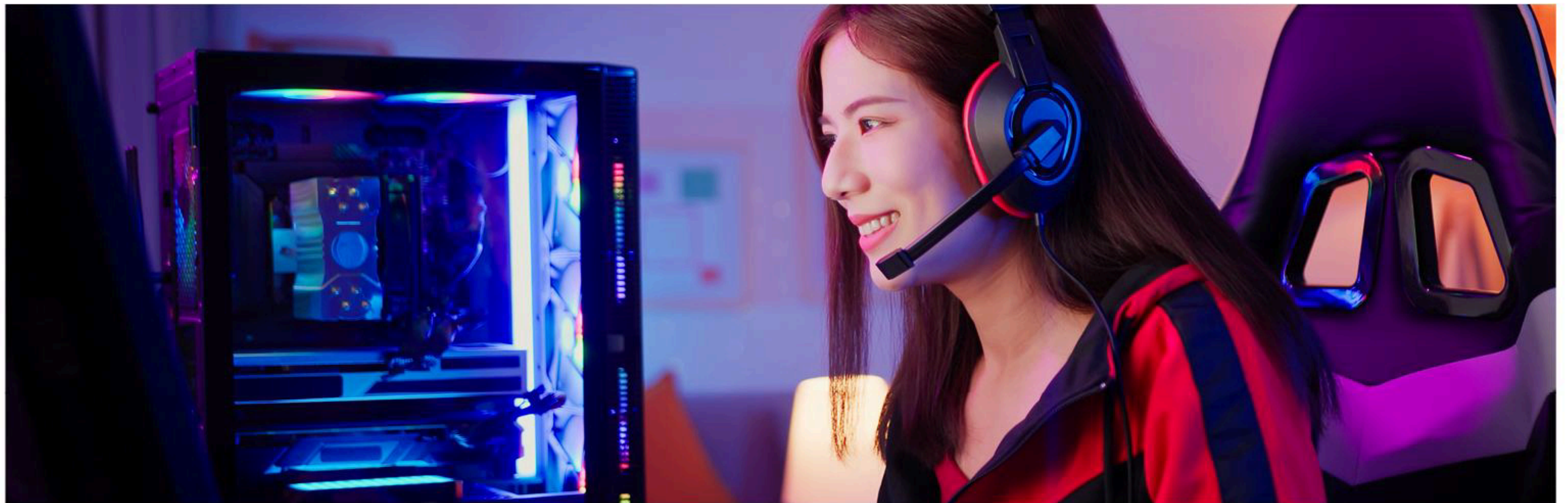
収益を守る

不正対策、紛争管理、
チャージバック削減



グローバルにスケールする

海外販売、多通貨決済、
クリエイターへの支払い



新市場開拓の ための心強い味方

ゲームを取り巻く環境は、世界規模へと発展を遂げました。そして今、APAC（アジア太平洋地域）のゲーム企業には、この波に乗って大きく成長する大きな好機が広がっています。インディーズの感動作から世界的なヒット作まで、PayPalはゲーマーにシンプルで安全かつスムーズな決済体験を提供します。これにより、企業は以下のメリットを享受できます。

- ✓ 収益を得る：世界で3,300万人以上のゲーマーに選ばれているPayPalのスムーズで信頼性の高い決済体験は、グローバルなゲームビジネス向けに設計されており、企業の決済パフォーマンス向上を支援します。¹²
- ✓ 成長する：PayPalのネットワークは、200の国や地域にわたる4億人以上の潜在的なプレイヤーにリーチします。
- ✓ 先を行く：決済の最適化と確実なチャージバック対策はもちろん、PayPalの先進的な不正検知ツールが膨大なデータをリアルタイム分析。早期のリスク排除と同時に、正常なユーザーの購入が拒否される「誤検知」を極限まで減らし、ストレスフリーな購入環境を守ります。

PayPalでゲーム決済をレベルアップする準備はできていますか？ お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ

PayPal Open

¹² PayPalクロスボーダー決済内部データ（2024年4月1日～2025年3月31日）

