

報道関係者各位

2026 年 1 月 27 日
株式会社オーケーウェブ

【クレーンゲーム利用実態調査】「欲しいけど諦める」が 41.4%。クレーンゲームの最大の障壁は“取れないこと”ではなく“持ち帰ること”だった？【500 人意識調査】

「世界中のありがとうの物語を蓄積し可視化する」をパーパスとし、法人・個人向けコミュニティサービスを展開する株式会社オーケーウェブ（東京都港区、代表取締役：杉浦 元、以下「オーケーウェブ」）は、クレーンゲーム市場が拡大を続ける中、なぜ多くのユーザーが目の前の景品を「欲しくても諦めて」しまうのか？その背後に潜む「物理的・心理的負担」による巨大な機会損失を、500 名の最新意識調査データから徹底分析しました。

昨今、スマートフォンで遊べる「オンラインクレーンゲーム（以下、オンクレ）」の利用者が急増していますが、その背景には何があるのでしょうか。本調査では、リアル店舗ユーザーの 6 割以上が景品の持ち帰りに「苦労」や「羞恥心」を感じており、それによって 4 割以上のユーザーがプレイ自体を断念している実態が判明しました。

獲得難易度以前の課題として「持ち帰り」が大きな参入障壁となっている現状を分析し、配送機能を標準とするオンクレがなぜ現代のユーザーに支持されるのか、その合理的理由を紐解きます。

[調査結果を詳しく見る](#)



■調査サマリー

1. 【物理・心理の二重苦】

獲得した大きな景品の持ち帰りに 63.0%が「苦労した」と回答。また、60.2%が電車や人混みでの持ち運びに「恥ずかしさ」を感じている。

2. 【無視できない機会損失】

持ち帰りの大変さ・恥ずかしさを理由に、欲しい景品のプレイを諦めた経験がある人は41.4%に達する。

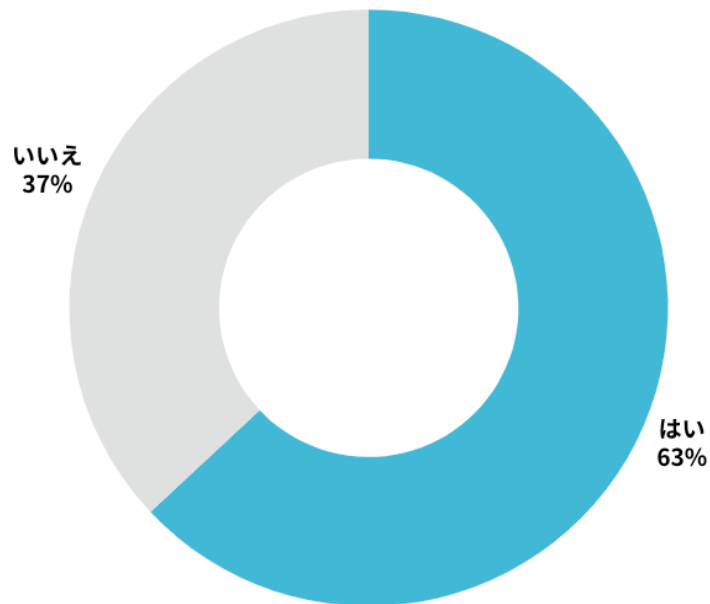
3. 【圧倒的な潜在需要】

88.4%が「手ぶらで帰りたい」と切望。「オンクレ」の利用意向は 84.4%に達し、オンクレのビジネスモデルと市場ニーズが合致していることが裏付けられた。

■調査結果詳細

1. 歓喜の後の「罰ゲーム」？ 6割以上が感じる持ち帰りの物理的・精神的負荷

ゲームセンターで獲得した大きな景品（ぬいぐるみ等）を持って帰る際、苦勞した経験はありますか？



オーケーウェブ調べ (n=500)

【データで見る「持ち帰りの苦悩」】

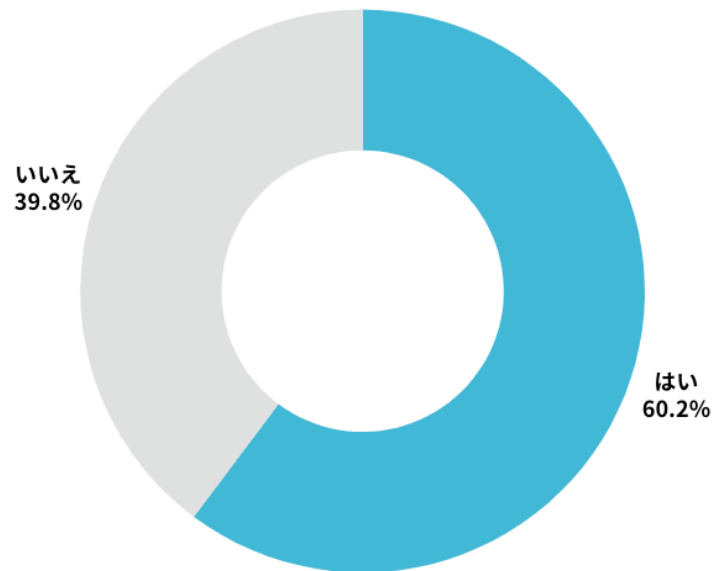
ゲームセンターで獲得した大きな景品（ぬいぐるみ等）を持って帰る際の経験について聞いたところ、63.0%の人が「苦勞した経験がある」と回答しました。

さらに、「電車やバス、人混みの中で景品の袋を持っている時に『恥ずかしい』『人目が気になる』と感じたことはありますか？」という質問に対し、60.2%が「ある」と回答しています。

「押し」のグッズを獲得した高揚感の一方で、帰路においては大きな景品袋が物理的な邪魔になるだけでなく、「周囲の視線」という心理的なストレス要因となっていることが浮き彫りになりました。

この「帰宅時の羞恥心」は、特に都市部の電車移動などを利用する層にとって切実な問題となっています。

電車やバス、人混みの中で、景品の袋を持っている時に「恥ずかしい」「人目が気になる」と感じたことはありますか？

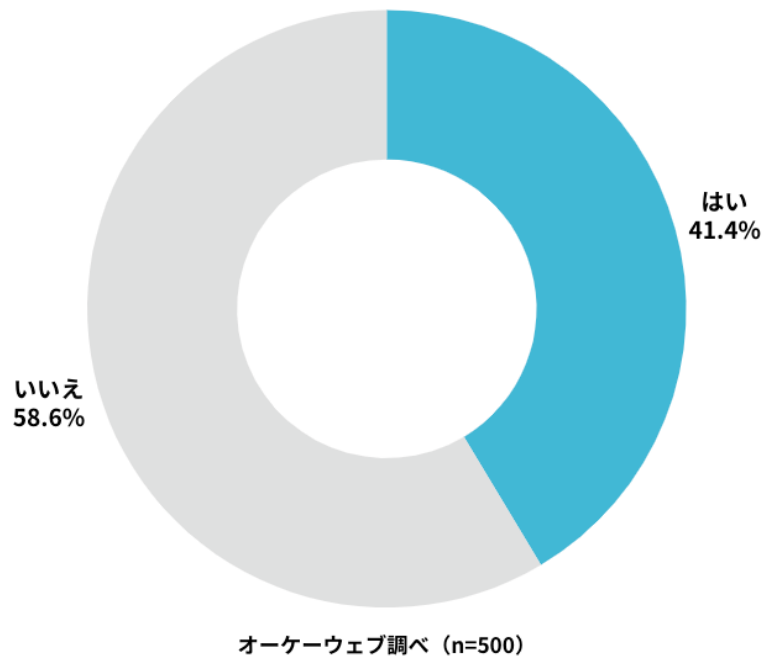


オーケーウェブ調べ (n=500)

【「恥ずかしい」「人目が気になる」と感じたこと】

2. 「取れないから」ではない。「持って帰れないからやらない」が4割超

**持ち帰るのが大変だからという理由
で、欲しい景品を諦めた（プレイし
なかった）経験はありますか？**



【持ち帰りが面倒でプレイしなかった経験】

本調査で最も注目すべきは、この負担が直接的な「購買機会の損失」に繋がっている点です。

「持ち帰るのが大変だからという理由で、欲しい景品を諦めた（プレイしなかった）経験」について聞いたところ、41.4%が「ある」と回答しました。

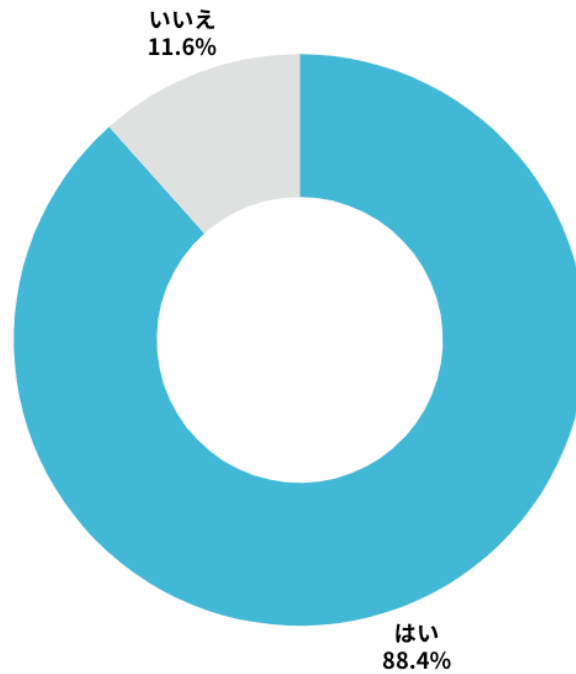
これは、店舗側が魅力的な景品を用意し、ユーザーが「欲しい」と感じているにも関わらず、「物流（持ち帰り）」の課題がボトルネックとなり、約4割もの見込み客を逃していることを示唆しています。

クレーンゲーム市場において、獲得難易度の調整だけでなく、「獲得後の体験設計」がいかに重要であるかを裏付ける衝撃的なデータと言えます。

「取れないからやめる」のではなく、「取れても困るからやめる」。これは、ゲーム設定や景品の質以前の、物流と心理の課題によって、巨大な潜在市場が失われていることを示唆しています。

3. ユーザーの悲願「手ぶら帰宅」。配送サービスは88.4%以上が支持する最適解？

「手ぶらで帰れたらいいのに」と思ったことはありますか？



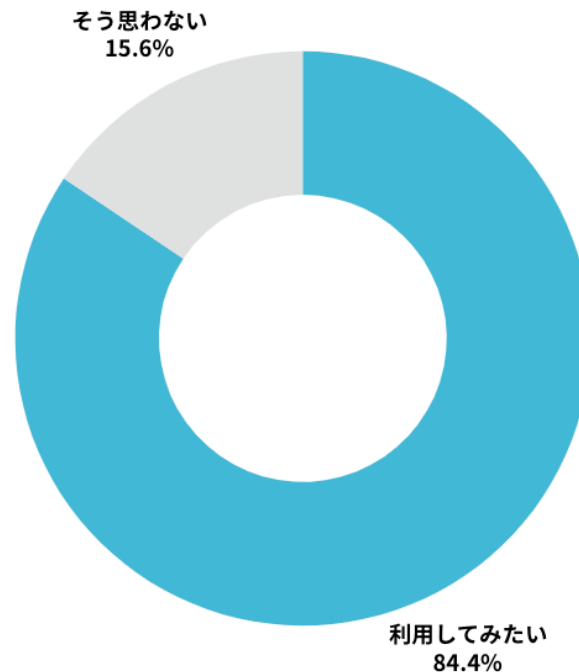
オーケーウェブ調べ (n=500)

【「手ぶらで帰れたらいいのに」と思った経験】

こうした課題に対する解決策として、ユーザーのニーズは明確です。

「雨の日や荷物が多い日に、『手ぶらで帰れたらいいのに』と思ったことはありますか？」という質問には、88.4%と圧倒的多数が同意しました。

獲得した景品が後日自宅に届くサービスの利用意向について



オーケーウェブ調べ (n=500)

【「景品が自宅に届くサービス」への利用意向】

さらに、「獲得した景品をその場で発送手続き（送料無料）でき、後日自宅に届くサービス」への利用意向を尋ねたところ、84.4%が「利用してみたい」と回答しました。

この結果は、オンラインクレーンゲーム（オンクレ）が持つ「配送機能」の利便性が、リアル店舗のユーザーにとっても極めて魅力的な付加価値であることを証明しています。

この「獲得のみ楽しみ、配送は任せる」というスタイルは、まさにオンラインクレーンゲームが提供している標準的な価値そのものです。

今回の結果は、オンクレの利用拡大が単なる「巣ごもり需要」の一過性のものではなく、ユーザーが抱える潜在的な不満を根本から解決するソリューションとして選ばれていることを証明しています。

また、店舗においても「配送代行サービス」や「ロッカー受取」などのオプションを用意することで、前述の4割の機会損失層を取り込める可能性が高いことを示しています。

■考察：クレーンゲームにおけるユーザー体験（UX）は「自宅に持ち帰るまで」が重要なプロセス



今回の調査により、クレーンゲームにおけるユーザー体験（UX）は、景品を獲得した瞬間で終わるのではなく、「自宅に持ち帰るまで」が重要なプロセスであることが再確認されました。

41.4%という高い機会損失率は、裏を返せば、「配送機能」を持つオンクレや配送サービスの導入によって獲得可能な市場の「伸びしろ」でもあります。

「重い・恥ずかしい」というネガティブ要素を排除し、純粋にゲームと獲得の喜びだけを提供するオンクレのモデルは、現代のライフスタイルや推し活事情に最も適した形態であると言えるでしょう。

今後、リアル店舗とデジタルの融合が進む中で、「物理的ストレスからの解放」が業界全体の成長を加速させる鍵となりそうです。

■調査概要

調査対象：全国のクレーンゲーム利用経験者

回答者数：500 名

調査期間：2025 年 12 月～2026 年 1 月

調査方法：インターネット調査

今回は、Q&A コミュニティ [「OKWAVE」](#) において近年増加傾向にある「クレーンゲーム」をテーマに調査いたしました。株式会社オーケーウェブは、今後も人々の疑問や不安に寄り

添い、より実態に即した情報提供に努めてまいります。

本調査リリースの内容に加え、さらなる詳細については、弊社運営メディア『[OKWAVE セレクト](#)』内にて詳しくご紹介しています。

[クレーンゲームに関する詳細はこちら](#)

・クレーンゲームに関する記事はこちらから

[オンラインクレーンゲームのおすすめ 4 選](#)

[オンラインクレーンゲームとは？](#)

[オンラインクレーンゲームの仕組みとは？](#)

[オンラインクレーンゲームアプリの選び方](#)

[オンラインクレーンゲームは本当に取れる？](#)

[オンラインクレーンゲームの口コミ・評判](#)

株式会社オーケーウェブの取り組みと今後の展望

株式会社オーケーウェブは、「互い助け合う社会の実現」を理念に掲げ、世界を『ありがとう』で満たすことを目指しています。

現代社会は、分断や対立といった課題が語られることが多くあります。しかし、その一方で、私たちの日常には数えきれないほどの『ありがとう』が存在しています。オフィスや学校、家庭、街中や旅先など、日々のあらゆる場面で人と人とが支え合い、小さな『ありがとう』が自然に生まれています。

オーケーウェブは、こうした日常の『ありがとう』に光を当て、その背景にある物語を可視化することを通じて、人々がより優しさや温かさを実感できる社会をつくりたいと考えています。

一人ひとりがこの一か月に交わした『ありがとう』

組織やコミュニティの中で積み重なった『ありがとう』

世界中で今この瞬間に生まれている無数の『ありがとう』

これらを共有・循環させることで、世界はよりやさしく、温かく、そして豊かな場所になっていくはずです。

今後も株式会社オーケーウェブは、「ありがとう」を核とした事業やサービスを進化させ、利用者や社会全体の信頼と共感を育む取り組みを展開してまいります。そして、世界中の『ありがとう』をつなぎ、その可能性を最大化するプラットフォームとして、新たな価値を創造し続けてまいります。

【記事等へのデータ引用・転載時のお願い】

本リリースの調査結果・画像をご利用いただく際は、必ず株式会社オーケーウェブ公式サイト（<https://okwave.co.jp/>）へのリンク設置をお願い致します。

■株式会社オーケーウェブについて

株式会社オーケーウェブ（証券コード：3808）は、「世界中のありがとうの物語を蓄積し可視化する」ことをパーパスに掲げ、お互いを助け合う（互助）プラットフォームの運営と、互助の絆や関係性を作るサービスを提供。

Q&A 形式のコミュニティサイト『[OKWAVE](#)』の運営を軸に、ユーザー参加型のサポートコミュニティ『[OKWAVE Plus](#)』を企業や地方自治体向けに提供するほか、700 社以上の導入実績のあるクラウドサンクスカード『[GRATICA](#)』を展開しています。

また、メディアサービスでは『[OKWAVE media](#)』を中心に、強いドメインパワーを活かした記事制作・配信を展開し、企業や団体の広報・PR 活動を支援しています。

代表者：代表取締役社長 杉浦 元

本社所在地：東京都港区新橋 3 丁目 11-8 オーイズミ新橋第 2 ビル 702

URL：<https://www.okwave.co.jp/>

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社オーケーウェブ

事業推進グループ

E-mail：sales_okwaveplus@ml.okwave.co.jp

当社は、今後も互い助け合いをベースとしたコミュニティの DX 化を通じて、様々な社会課題の解決や地域の発展に寄与するサービスを提供してまいります。

※記載された商品名、製品名は各社の登録商標または商標です。

※ここに掲載されている情報は、発表日現在の情報です。最新の情報と異なる場合がありますので、あらかじめご了承ください。