

日本版

アプリストアに関する開発者の実態調査

2025年 10月

mtm

01. エグゼクティブ・サマリー:

開発者の現状

日本の開発者の大半が主要アプリストアに非常に満足しており、代替ストア利用に伴う実質的なリスクに慎重な姿勢を示している

1

Google Play (8.2/10) と **Apple App Store** (8.0/10) に対する満足度が非常に高く、日本の開発者の 5 人中4人がこれらのストアは投資に見合う価値を提供していると考えている。

開発者の97%が配信チャンネルとして複数のプラットフォームを利用しており、これは、**各種配信チャンネルにおける実体験に基づき、主要アプリストアに対する満足度が高い**ことを示している。

2

日本の開発者は最重要メリットとして、**ユーザーの獲得と維持**、開発者の知的財産とプライバシーを保護する**安全で信頼性の高いプラットフォームを提供する**能力をアプリストアに求めている。

Google Play は安全性の面で他をリードするストアだと認識されており、開発者の84%がユーザーと開発者に向けた安全対策において Google Playは他のAndroidアプリストアよりも優れていると評価している。

3

開発者の圧倒的多数 (80%超) がアプリストアのビジネスモデルを支持している。日本の開発者の大半が、アプリストアは**サービスへの投資に見合う収益**を得るべきであり、**ユーザーと開発者の安全を確保するためのセキュリティ対策の導入**にリソースを割くべきだと考えている。

4

代替課金サービスと外部購入オプションは重要視されている一方で、セキュリティリスク、ユーザーの混乱と不信感、機能の不足、運用の複雑さに対する懸念がそれらの**導入を妨げる大きな障壁**となっている。

開発者が既存の外部購入オプションを利用するのを妨げる主な障壁として**アプリ外購入システムを自社開発する複雑さとユーザーの混乱**が挙げられる。

調査目的

1

各種アプリストアや課金サービスに関する日本の開発者の現状の体験を探る。

2

主要アプリストアの満足度と提供価値を評価する。

3

アプリストアのビジネスモデルに対する日本の開発者の意識を理解する。

4

アプリストアの課金サービス、代替となる課金サービス、および外部購入オプションに対する認識を把握する。

5

日本国内の多様な開発者のタイプ、企業規模、収益化モデル、およびユーザーベースにわたるインサイトを収集する。

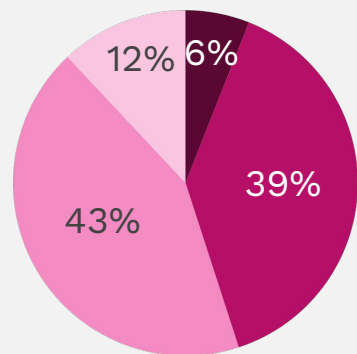
調査手法とサンプル構成

調査手法: オンライン調査 (2025年9-10月に実施)

サンプル構成: 日本在住の開発者 253名 (意思決定権限を持つ人物 189名と意思決定に影響力を持つ人物 64名を含む)

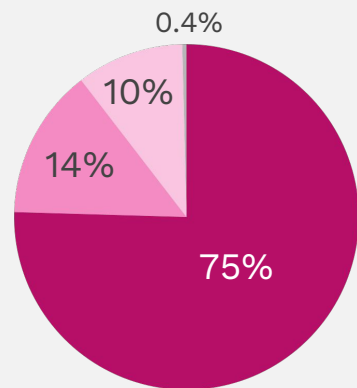
デモグラフィック属性:

企業規模
(従業員数)



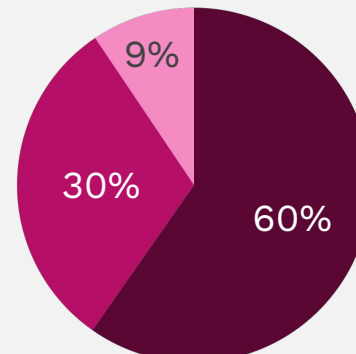
◆ 1人
◆ 2-50人
◆ 51-500人
◆ 501+ people

ユーザーベース
(最も規模の大きいプロダクトの
月間アクティブユーザー数)



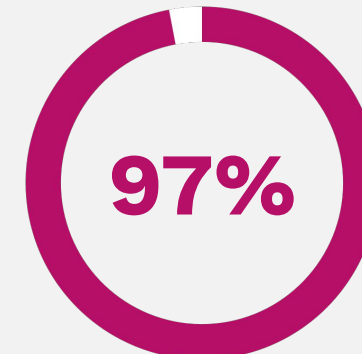
◆ 500万未満
◆ 500万以上、100万未満
◆ 100万以上
◆ わからない

開発区分



◆ アプリのみ
◆ ゲームのみ
◆ 両方 (アプリとゲーム)

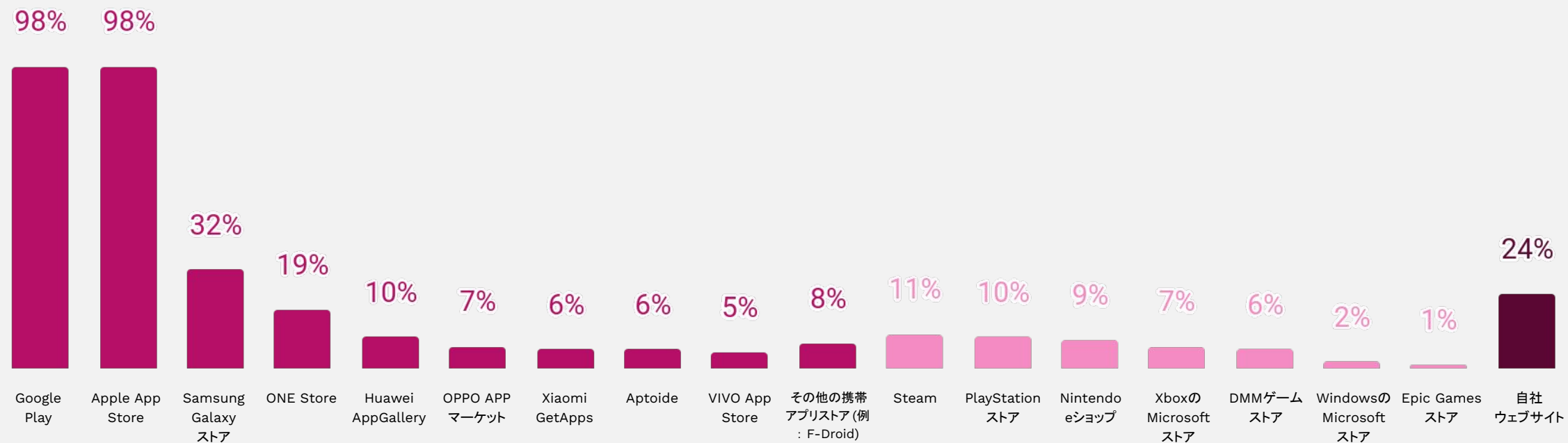
配信チャンネル



2種類以上のプラットフォームで
アプリ/ゲームを配信中の
開発者の割合

開発者プロフィール:配信チャンネル

配信チャンネル

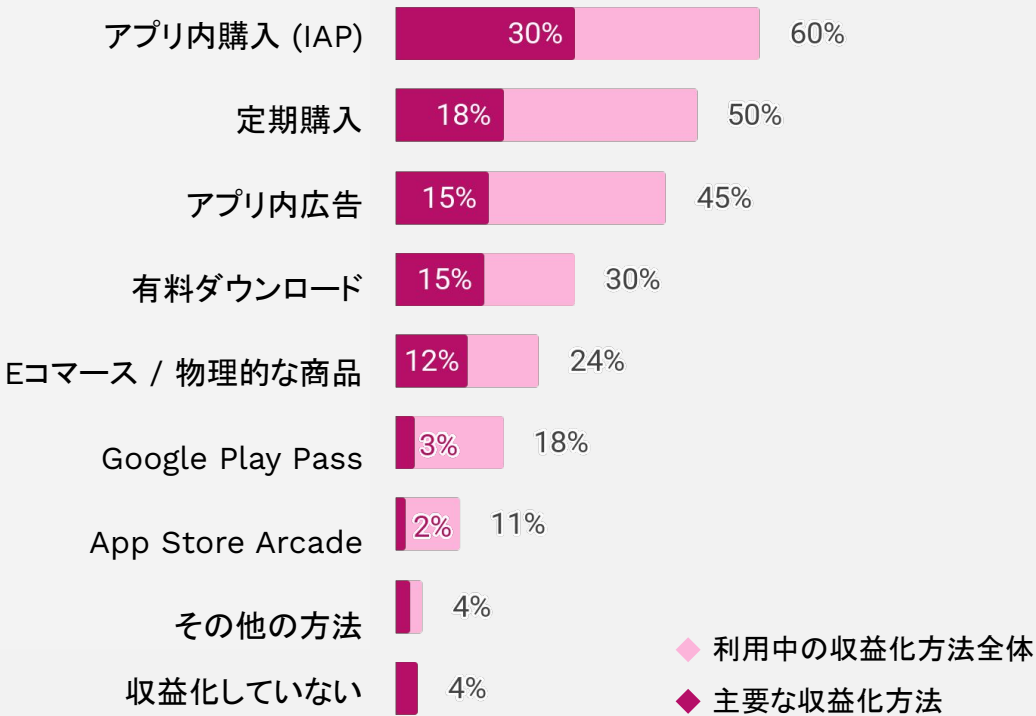


開発者は複数の配信プラットフォームを運用し 多様な収益化戦略を用いている

Android開発者の配信プラットフォーム利用状況



利用中の収益化方法



mtm

02. 主要アプリストア:

高い満足度と提供価値

日本の開発者の大半が
Google Play と
Apple App Storeに
非常に満足しており、主
要アプリストアの
中でGoogle Playの
満足度評価が最も高い

アプリストアの満足度 [平均値 (10点満点)]



アプリ / ゲームを配信するプラットフォームとして、[プラットフォーム] に
どの程度満足なさっていますか？

8.2

平均値 (10点満点)



Google Play

8.0

平均値 (10点満点)



Apple App Store

7.7

平均値 (10点満点)



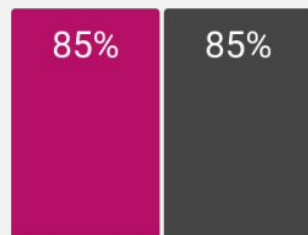
Samsung Galaxy Store

開発者は、主要なメリットにおいて、Google PlayとApple App Store それぞれに異なる強みを見出している

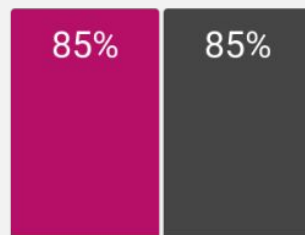
Google PlayとApple App Storeに対する認識 [同意する開発者の割合]¹

◆ Google Play

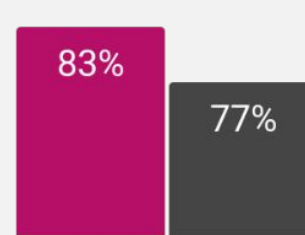
◆ Apple App Store



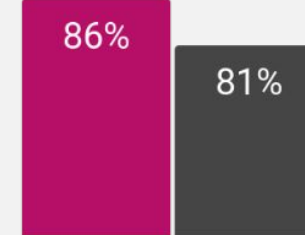
収益化
に対する認識



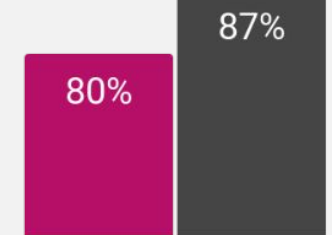
セキュリティ
に対する認識



新規市場で自社アプリ/ゲームを
リリースし、成長させることが簡単
にできる



成功するためのツール/分析手段
/インサイトを提供している



既存ユーザーの実態やニーズ
の理解に役立つ

収益化サポートやセキュリティと信頼性といった重要領域において、**両プラットフォームが**ほぼ同等のパフォーマンスを提供している。

新規市場でのリリースとパフォーマンスツール/分析手段/インサイトの提供においては、**Google Play**がやや優れていると認識されている。

既存ユーザーの実態やニーズの理解促進においては、**Apple App Store**がやや優れていると認識されている。



Google Playに対する 満足度は、開発者区 分、企業規模、および主 要な収益化手法を問わ ず、全体的に高い

開発者セグメント別の Google Playの満足度 [平均値 (10点満点)]

開発区分別

アプリのみ	8.2
ゲームのみ	8.2
アプリとゲーム 両方*	8.0

収益化方法別

E-コマース	8.2
アプリ内広告	8.3
有料ダウンロード	8.3
アプリ内購入	8.1
定期購入	8.0

企業規模別

零細企業 (1-50人)	8.2
中小企業 (51-500人)	8.2
大企業 (501人以上)	8.1

ユーザーベース別

MAU 50万未満	8.1
MAU 50万以上 100万未満	8.3
MAU 100万以上*	8.5
[MAU = 月間アクティブユーザー数]	

日本の開発者は、アプリストアのビジネスモデルの背景にある論理的根拠に強く同意している

ビジネスモデルに関する記述への同意 [同意する開発者の割合]¹

アプリストアは、ユーザーとデベロッパーの安全を確保するため、**セキュリティ対策の実施にリソースを割くべき**である

87%

アプリストアが**特定のアプリやゲームのカテゴリに対して異なる手数料を請求する**ことは妥当である

86%

事業者として、アプリストアは**そのサービス提供への投資を継続できるよう、収益を得ることができる**べきである

83%

事業者として、アプリストアは**そのサービスの利用に対し手数料を請求できる**べきである

82%

アプリストアのビジネスモデル に対する開発者の支持はすべての開発者セグメントにおいて共通して高く、その普遍的な重要性を裏付けている。

ソース: 2025 Japan Developers Study. C1: ビジネスモデルに対する考え方、C2: 変動型料金体系に対する考え方 (基準: 開発者 253名)

注記 1: 10段階評価で7-10点を「同意」とする (1=完全に反対する、10=完全に同意する)

mtm

03. 開発者のコアニーズ:

アプリストアの成功要因

日本の開発者は、
ユーザーのエンゲージ
メントと維持を可能に
し、知的財産と
プライバシーを保護
する安全なプラット
フォームを提供する
アプリストアを最も
重視している

アプリストアに求める3つの最重要メリット
[重要だと考える開発者の割合]¹

91%

重要だと考える開発者の割合

既存ユーザーのエンゲージメント、コミュニケーション、および維持を支援する

90%

重要だと考える開発者の割合

デベロッパーの知的財産を保護し、
著作権侵害や海賊版を防止する、安全で
信頼性の高いプラットフォームを確保する

86%

重要だと考える開発者の割合

ユーザーが自分のアプリ／ゲームを簡単に見
つけることができる

日本の開発者の 大半にとって セキュリティは Android アプリストアを評価する 上での 基本要件

開発者の大半が、Google Playはこれらの分野において他の Android アプリストアよりも優れていると考えている。

ユーザーと開発者の安全とセキュリティに対する Androidアプリストアの取り組みの
Android開発者にとっての重要性
[重要だと考える開発者の割合]¹

88%

ユーザーの安全とセキュリティに対するアプリストアの取り組み (例: ユーザーデータの保護、マルウェアの削除) が重要だと考える開発者の割合

86%

開発者の安全とセキュリティのニーズに対するアプリストアの取り組み (例: 知的財産の保護、海賊版防止) が重要だと考える開発者の割合



開発者の84%が、上記における Google Playの取り組みは他のアプリストアと比較して優れている²と認識している

開発者の84%が、上記における Google Playの取り組みは他のアプリストアと比較して優れている²と認識している

ソース: 2025 Japan Developers Study. A7: ユーザー保護とセキュリティ対策の重要性、A8: デベロッパーの安全性とセキュリティ要件の重要性、A9: Google Playのユーザー保護の評価、A10: Google Playのデベロッパー安全性の評価 (基準: "わからない" 未選択の Android開発者 250名)

注記 1: 10段階評価で7-10点を「重要」とする (1=全く重要ではない、10=非常に重要である)、注記 2: 7段階評価でやや改善、ある程度改善、および著しく改善を「(相対的に) 優れている」とする (1=著しく悪化、7=著しく改善)

日本の開発者の大半が統合された課金サービスの提供を期待し、GoogleとAppleが提供するソリューションに非常に満足している



Google Play の課金システムに関する満足度と提供されるメリット

[満足している開発者の割合² / Google Play の課金システムがそのメリットを提供していると考えられる開発者の割合³]

93%

Google Play の課金システムを利用中の開発者の93%がそのユーザー体験に満足しており、満足度はすべての開発区分と収益化方法において一貫して高い

89%

開発者の83%がGoogle Play の課金システムによって詐欺や不正行為のリスクを効果的に低減できると考えている

課金サービスの重要性

[重要だと考える開発者の割合]¹

85%

シームレスで安全なユーザー体験を提供する統合課金サービスの提供がアプリストアにとって重要だと考える開発者の割合

すべての企業規模とユーザーベースを含む開発者の大半が Google Play の課金システムに非常に満足しており、Google Play の課金システムによって、詐欺や不正行為の低減が実現できていると感じている



Google Play の課金システム
に満足している開発者
10人中 8.4人



Apple App Store Billing
に満足している開発者
10人中 8.2人

mtm

04. 代替手段に関する状況：

**潜在的な可能性と実質的な懸念の
バランス**

日本の開発者の 5人中4人が
Google PlayとApple App Store
以外の配信チャンネルにおける
セキュリティリスクを懸念して
おり、ユーザーは信頼できる
アプリストアの安全性を好むと
考えている

79%

日本の開発者の79%が、
Google PlayおよびApple App Store
以外のチャンネルを通じてアプリ内で
アクセス/消費可能なデジタル
コンテンツを配信することに伴う
セキュリティリスクを懸念している¹

この強い懸念は、すべての企業規模および小規模リーチ（例：月間
アクティブユーザー数100万未満）の開発者に共通して認められる。

85%

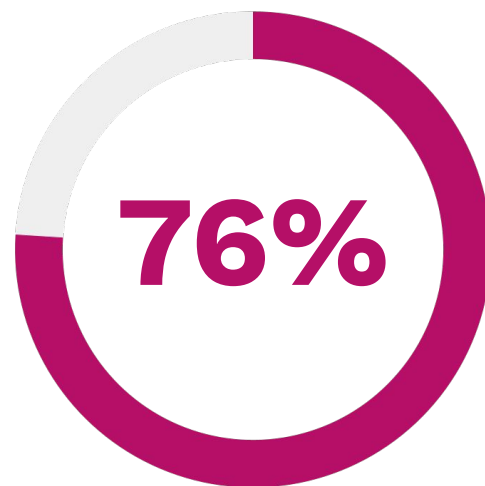
日本の開発者の85%が、
「信頼できるアプリストアを通じて
提供されるデジタルコンテンツを
アプリ内で消費できる場合、ユーザーがそ
れを購入する可能性は高くなる」という記
述に同意を示す²

日本の開発者の大半が
代替手段の存在を重要
だと考え、その中でも特
に代替となるアプリ内課
金サービスを重要視し
ている

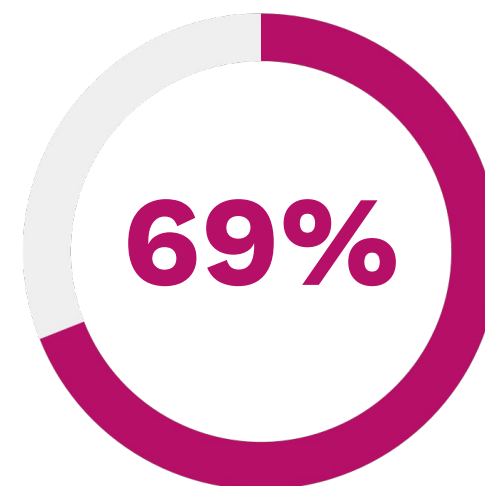
アプリ内課金サービス / 外部購入オプションの重要性 [重要だと考える開発者の割合]¹



AndroidとiOSに 代替となるアプリ内課金サービス / 外部購入オプション が
存在することは、あなたと貴社ビジネスにとってどれほど重要ですか？



代替となる
アプリ内課金サービス



外部購入オプション

開発者の大半が、代替となる
アプリ内課金サービスは競争と
イノベーションの促進を通じて
エコシステムを活性化させると
考えている

代替アプリ内課金サービスのメリット
[同意する開発者の割合]¹

80%

代替となるアプリ内課金
サービスは、**アプリ開発の
エコシステムの中で競争を
大幅に促進するだろう**

75%

代替となるアプリ内課金
サービスは、**アプリ開発の
エコシステムにおいて
大幅なイノベーションを
もたらすだろう**

日本の開発者の大半が、代替となる課金サービスはユーザーに明確な利点とデータ保護を提供すると考える一方で、それらが混乱、信頼低下、および機能の欠落したユーザー体験につながる可能性を懸念している

代替課金サービスに関する懸念
[同意する開発者の割合]¹

78%

課金処理が代替となるアプリ内課金サービスを通じて行われる場合、ユーザーにとって**定期購入の管理やサポートの利用に混乱をきたす**可能性がある

77%

代替となるアプリ内課金サービスには、統合型アプリストア課金が提供する**重要な機能が欠落している**ことが多い

72%

ユーザーは、自身の**支払い情報**に関して、代替となる課金サービスを**信頼しない**可能性が高いだろう

開発者の大半が、ビジネスモデル・価格設定・機能面での柔軟性向上、ユーザーライフサイクル全体にわたる価値、そして明白な投資対効果といったビジネス上の利点を認識する一方で、業務・サポート・セキュリティ面で膨大な負担を強いられることになっていると考えている

代替課金サービスに関する懸念
[同意する開発者の割合]¹

82%

代替となる課金サービスを利用する場合、統合型ソリューションと比較して、**当社が不正行為やセキュリティリスクを効果的に管理できるかどうか懸念がある**

81%

代替となるアプリ内課金サービスを利用する場合、**請求関連の問題のために、当社が処理せねばならない直接的なカスタマーサポートが大幅に増える**だろう

79%

代替となるアプリ内課金サービスの統合と維持には、**継続的な開発リソースが大幅に必要**となる

75%

代替となるアプリ内課金における**カスタマーサポート、返金処理、コンプライアンス対応の管理は、当社の業務負担を大幅に増加させる**であろう

外部購入オプションに日本の開発者が
関心を持つ主な動機は、多様な支払い
方法やプロモーションの提供に向けて
柔軟性を高めたいという願望だが、
開発者の大半がユーザー体験はシー
ムレスであるべきだと考えている

外部購入オプションに関する認識

[同意する開発者の割合]¹



開発者が（アプリやゲームの外の）外部購入オプションを利用してデジタルコンテンツを販売することについて、次の記述にどの程度同意されますか：

83%

開発者は、アプリ内課金と比較して、より多様な支払い方法やプロモーション等を提供できる柔軟性が欲しいので、外部購入オプションを望んでいる

79%

開発者は質の高いユーザーエクスペリエンスを確保するために、アプリと外部販売チャネル間のシームレスな移行を重視する

79%

開発者は、アプリ内およびアプリ外／外部購入オプションを通じて、ユーザーがアプリやゲームのデジタルコンテンツを購入できる選択肢を提供することに価値を見出している

日本の開発者の大半が、外部購入オプションには柔軟性、価値、そして明白な投資対効果を高める可能性があると考えている

外部購入オプションのメリット [同意する開発者の割合]¹

② 外部購入オプションについて、以下の各記述にどの程度同意または反対なさいますか：

80%

外部購入オプションを利用することで、
**価格設定と収益化モデルの柔軟性が
より高まる**

80%

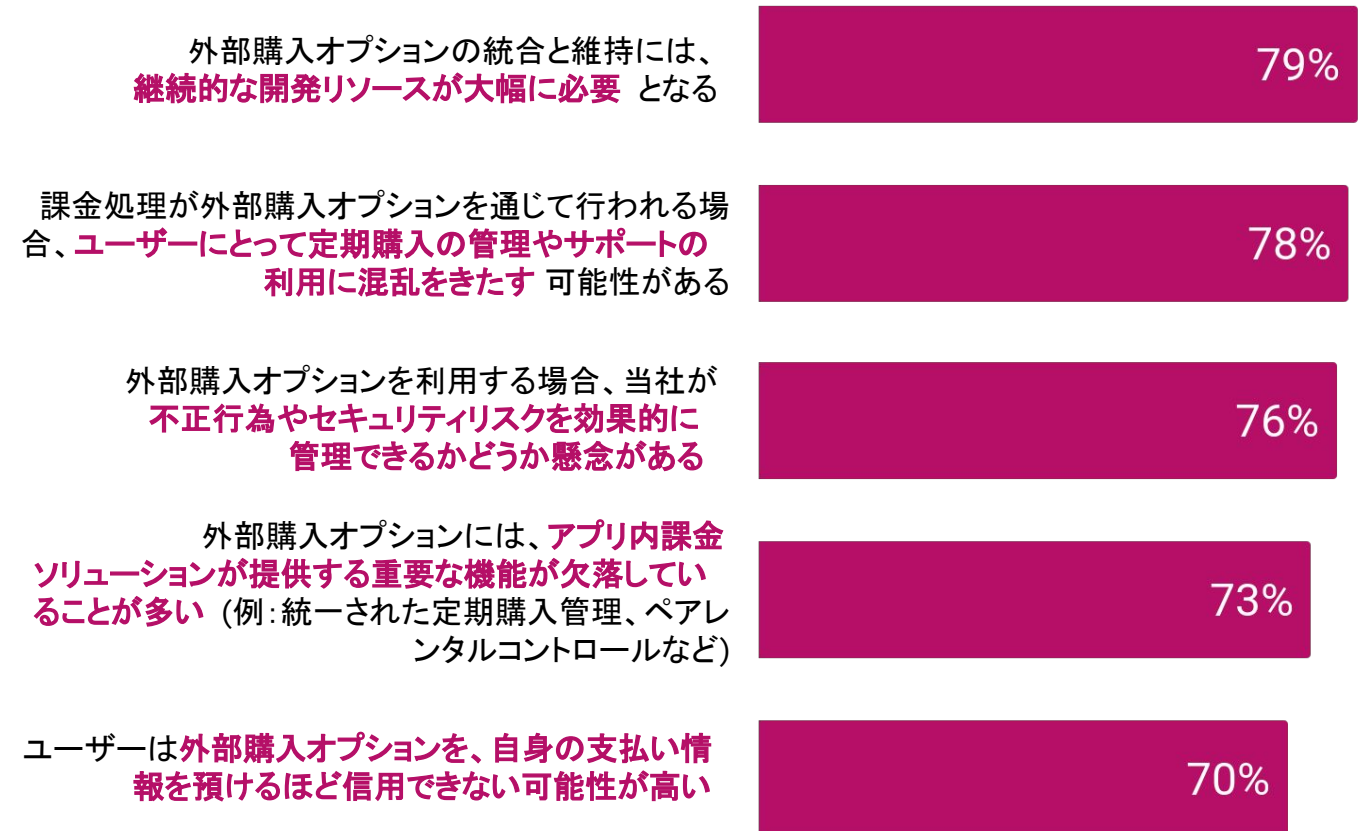
外部購入オプションは、アプリ開発から
インストール、アップデート、ユーザー
維持に至る **ユーザー・ライフサイクル全体に
おいて、当社に価値をもたらす**

76%

外部購入オプションを導入すれば、
当社にとって **明白で確かな
投資対効果がもたらされる**

その一方で、開発者は柔軟性の追及が混乱、信頼低下、そして機能の欠落したユーザー体験につながる可能性を懸念している

外部購入オプションに関する懸念 [同意する開発者の割合]¹



ソース: 2025 Japan Developers Study. E2: 外部購入オプションに対する考え方 (基準: Google Play BillingまたはApple App Store Billingを利用中の開発者 225名)

注記 1: 10段階評価で7-10点を「同意」とする (1=完全に反対する、10=完全に同意する)

日本の開発者の大半が、外部購入オプションの導入は運用、カスタマーサポート、およびセキュリティ面での大きな負担につながると考えている

外部購入オプションに関する懸念
[同意する開発者の割合]¹

79%

外部購入オプションの統合と維持には、
継続的な開発リソースが大幅に必要 となる

77%

外部購入オプションを利用する場合、
請求関連の問題のために、当社が処理せ
ねばならない直接的なカスタマーサポートが
大幅に増える だろう

76%

外部購入オプションを利用する場合、
当社が不正行為やセキュリティリスクを
効果的に管理できるかどうか懸念 がある

日本の開発者の大半が、代替となる
アプリ内課金サービスと外部購入
オプションの利点を認める一方で、そ
の導入に伴う実質的なリスクに
重大な懸念を抱いている

サマリー:

日本の開発者の大半が、代替アプリ内課金サービスと外部購入オプションを、ビジネスモデル・価格設定・機能面の柔軟性を向上させ、ユーザーライフサイクル全体にわたる価値を提供する重要な選択肢だと考えている。

その一方で、セキュリティリスク、ユーザーの混乱と不信感、機能不足、そして運用の複雑さに対して多大な懸念を抱いている。

外部購入オプションに関しては、開発者の大半がアプリと外部販売チャネル間のシームレスな移行、およびアプリ内とアプリ外の両方でデジタルコンテンツを購入できるユーザー選択肢の提供を重視している。

mtm

05. まとめ

日本の開発者は、**確立されたアプリストアの安定性・安全性・価値** を極めて強く重要視し、高く評価する一方で、代替手段に対しては総じて慎重な姿勢を崩していない

重要ポイント:

1. Google Play とApple App Store は、非常に高い満足度と価値を提供している。ユーザーと開発者の安全とセキュリティにおいて、Google Playは他のAndroid向け配信プラットフォームを明確にリードしていると認識されている。
2. 日本の開発者は、最重要メリットとして、ユーザーのエンゲージメントと維持、開発者の知的財産とプライバシーを保護する安全で信頼性の高いプラットフォームを確保する能力をアプリストアに求めている。
3. アプリストアの現行ビジネスモデルは強く支持されている。
4. 代替アプリ内課金サービスと外部購入オプションは、セキュリティリスク、ユーザーの混乱と不信感、機能不足、および運用の複雑さに関連した課題をもたらす。

mtm

付録資料:

アプリストアが提供するメリットの重要性

今回の調査では、大きく6つに分類される合計23種類の機能的メリットの重要性と実現度を検証した



ユーザーベース
の獲得 & 成長

- ユーザーに対して、自分のアプリ/ ゲームを簡単に見つけさせることができる
- 新規ユーザーを引き寄せられる
- 自社アプリ/ ゲームのマーケティングと宣伝が簡単にできる
- 新規市場での自社アプリ/ ゲームのリリースと成長が簡単に実現できる
- 国外マーケットのユーザーに簡単にアクセスし、引きつけることができる



ユーザー
リテンション

- 既存ユーザーに対し、自分のアプリ/ ゲームのアップデートを安全に提供できる
- 既存ユーザーの実態やニーズの理解に役立つ
- 既存ユーザーのエンゲージメント、コミュニケーション、維持



ツール &
テクノロジー

- 自身 / 自社 / 事業が成功するためのツール/ 分析手段 / インサイトを提供している
- 試験とパフォーマンスのモニター用ツールを提供している
- 他の開発者の商品とシームレスに統合できる
- 安定的で、リリース可能なテクノロジーを利用できる



収益化

- ビジネスを収益化できる
- シームレスで安全なユーザー体験を提供する統合課金サービスを提供している



ガイダンス & サ
ポート

- サンプルコードを含め、最新かつ正確な文書管理機能を利用できる
- 必要な時に簡単にテクニカルサポートを利用できる
- 必要な時に簡単にポリシーサポートを利用できる
- 必要な時に簡単にビジネスサポートを利用できる

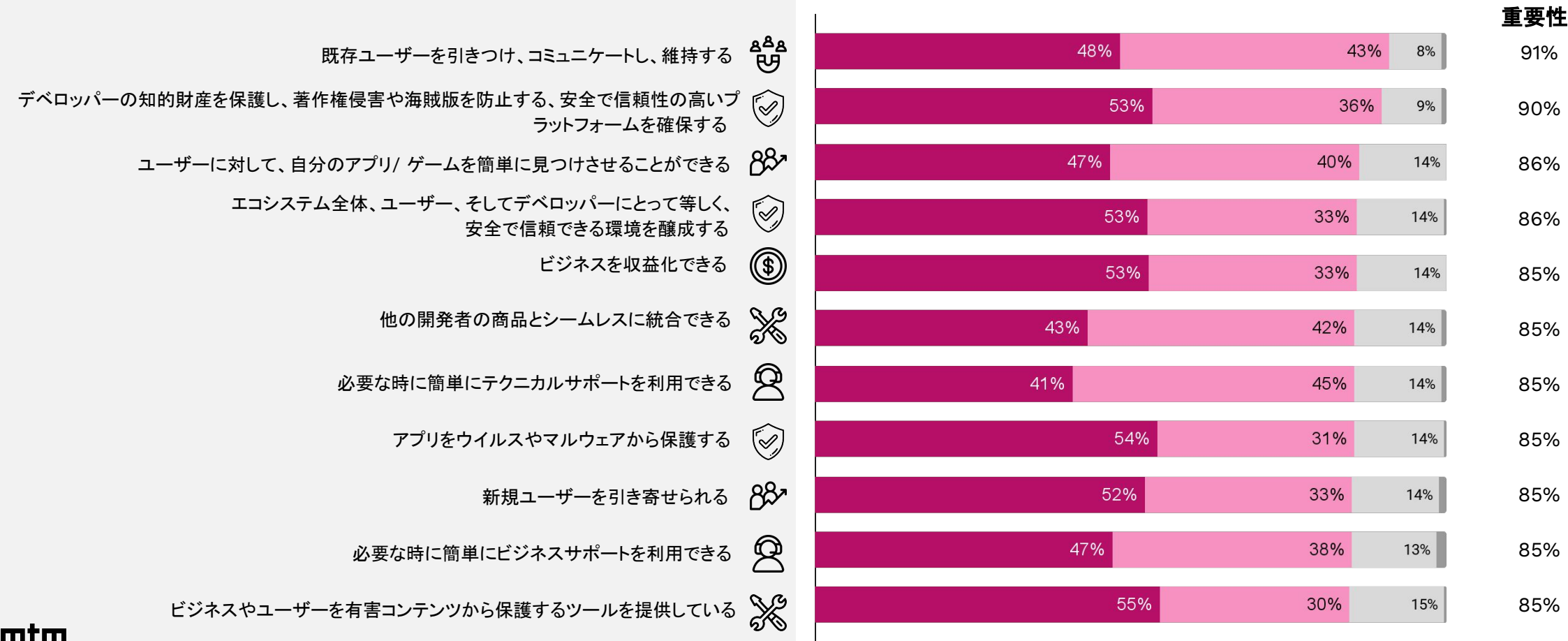
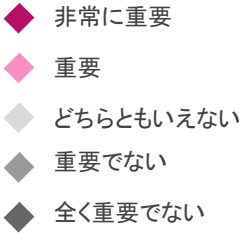


セキュリティ &
信頼性

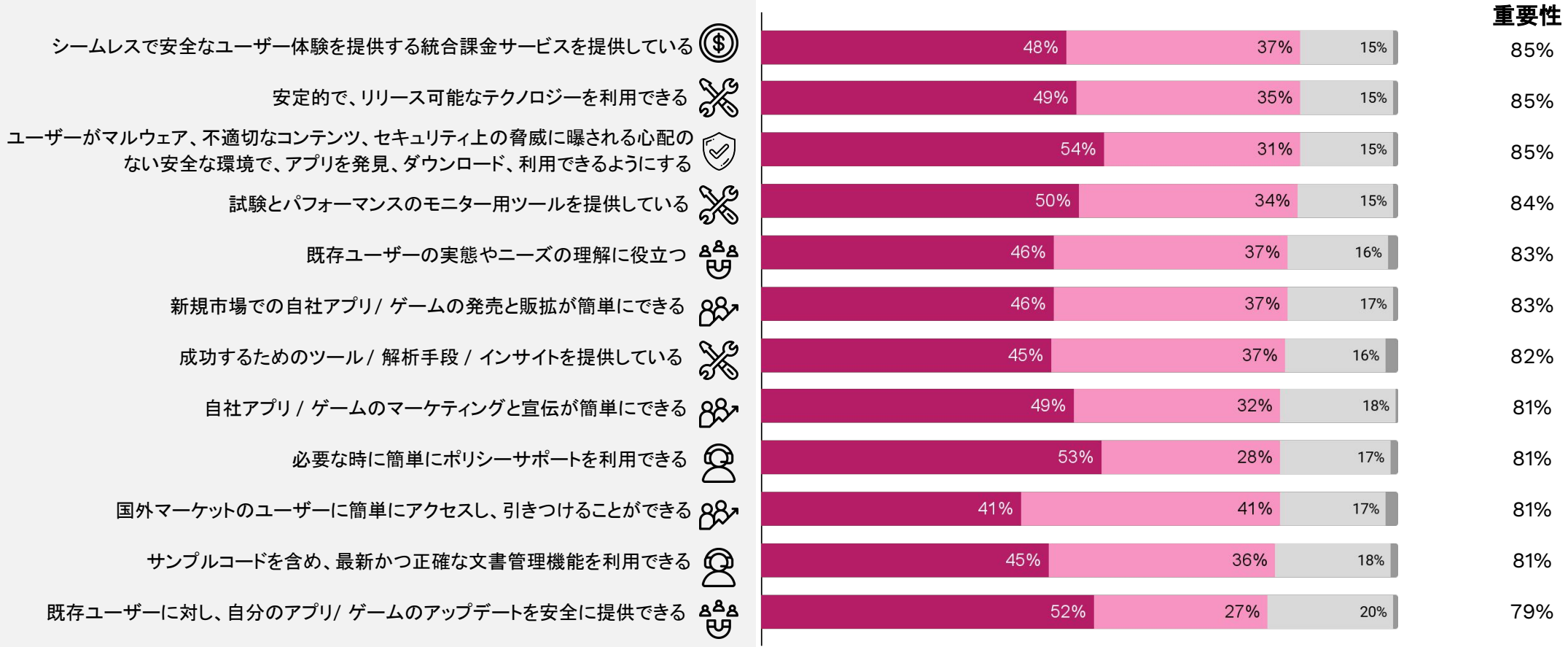
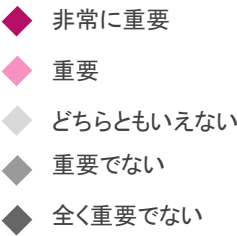
- 我が社のビジネスやユーザーを有害コンテンツ(例: マルウェア、データ漏洩、詐欺 から保護するツールを提供している
- エコシステム全体、ユーザー、そしてデベロッパーにとって等しく、安全で信頼できる環境を醸成する
- ユーザーがマルウェア、不適切なコンテンツ、セキュリティ上の脅威に曝される心配のない安全な環境で、アプリを発見、ダウンロード、利用できるようにする
- デベロッパーの知的財産を保護し、著作権侵害や海賊版を防止する、安全で信頼性の高いプラットフォームを確保する
- アプリをウイルスやマルウェアから保護する

アプリストアのメリットの実現度: 全般 (1-11位)

日本の開発者は、ユーザーをエンゲージして維持し、ユーザーと開発者双方の安全とセキュリティの確保をサポートするアプリストアを重要だと考えている



重要度は下がるが、統合課金サービス、安定したリリース可能なテクノロジー、自社アプリ / ゲームを発見してもらえる安全な環境も重要視されている



主要な開発者セグメント別のアプリストアの提供するメリットの重要性

アプリストアのメリットの重要性:1-11位

(メモ: 主要な開発者セグメント間に統計的に有意な差は認められなかった)

アプリストアの提供するメリットの重要性 (非常に重要～重要な割合*)	合計	開発区分			主要な収益化方法					企業規模			MAU (月間アクティブユーザー数)		
		アプリのみ	ゲームのみ	両方	E-コマース	アプリ内広告	有料アプリ	IAP	定期購入	1-50人	51-500人	501人以上	50万未満	50-99万	100万以上
既存ユーザーを引きつけ、コミュニケーションし、維持する	91%	89%	96%	88%	97%	92%	95%	89%	87%	95%	85%	97%	91%	94%	84%
デベロッパーの知的財産を保護し、著作権侵害や海賊版を防止する、安全で信頼性の高いプラットフォームを確保する	90%	89%	91%	88%	90%	95%	86%	87%	91%	91%	89%	87%	90%	89%	88%
ユーザーに対して、自分のアプリ / ゲームを簡単に見つけさせることができる	86%	86%	87%	83%	93%	87%	89%	83%	89%	85%	87%	87%	85%	92%	88%
エコシステム全体、ユーザー、そしてデベロッパーにとって等しく、安全で信頼できる環境を醸成する	86%	88%	82%	83%	90%	87%	76%	88%	80%	91%	80%	87%	86%	83%	88%
ビジネスを収益化できる	85%	84%	87%	88%	93%	90%	86%	85%	78%	87%	83%	87%	85%	94%	76%
他の開発者の商品とシームレスに統合できる	85%	84%	88%	83%	87%	90%	84%	85%	84%	87%	84%	84%	85%	94%	76%
必要な時に簡単にテクニカルサポートを利用できる	85%	83%	91%	83%	90%	92%	86%	84%	80%	89%	83%	81%	85%	92%	76%
アプリをウイルスやマルウェアから保護する	85%	85%	87%	83%	77%	82%	78%	92%	87%	85%	87%	81%	88%	75%	80%
新規ユーザーを引き寄せられる	85%	87%	83%	79%	93%	90%	81%	81%	82%	86%	83%	87%	84%	92%	84%
必要な時に簡単にビジネスサポートを利用できる	85%	85%	86%	83%	83%	90%	86%	85%	76%	88%	83%	77%	87%	78%	80%
ビジネスやユーザーを有害コンテンツから保護するツールを提供している	85%	79%	95%	88%	90%	82%	89%	84%	80%	83%	84%	90%	83%	86%	96%

主要な開発者セグメント別のアプリストアの提供するメリットの重要性

アプリストアのメリットの重要性:12-23位

(メモ: 主要な開発者セグメント間に統計的に有意な差は認められなかった)

アプリストアの提供するメリットの重要性 (非常に重要～重要な割合*)		開発区分			主要な収益化方法					企業規模			MAU (月間アクティブユーザー数)			
		アプリのみ	ゲームのみ	両方	E-コマース	アプリ内広告	有料アプリ	IAP	定期購入	1-50人	51-500人	501人以上	50万未満	50-99万	100万以上	
合計																
シームレスで安全なユーザー体験を提供する 統合課金サービスを提供している		85%	84%	86%	83%	87%	87%	78%	88%	76%	88%	80%	87%	84%	92%	80%
安定的で、リリース可能なテクノロジーを利用できる		85%	85%	84%	83%	93%	85%	78%	87%	80%	86%	83%	84%	83%	94%	80%
ユーザーがマルウェア、不適切なコンテンツ、セキュリティ上の脅威に曝される心配のない安全な環境で、アプリを発見、ダウンロード、利用できるようにする		85%	82%	86%	96%	87%	90%	81%	91%	78%	87%	83%	84%	86%	81%	76%
試験とパフォーマンスのモニター用ツールを提供している		84%	82%	90%	83%	87%	74%	92%	84%	84%	84%	87%	74%	83%	89%	84%
既存ユーザーの実態やニーズの理解に役立つ		83%	86%	77%	79%	93%	85%	70%	81%	89%	85%	81%	81%	82%	86%	80%
新規市場での自社アプリ / ゲームの発売と販拡が簡単にできる		83%	84%	79%	88%	87%	85%	84%	81%	78%	84%	82%	81%	82%	89%	76%
成功するためのツール / 解析手段 / インサイトを 提供している		82%	84%	81%	75%	83%	82%	81%	83%	80%	81%	82%	87%	83%	86%	76%
自社アプリ / ゲームのマーケティングと宣伝が簡単にできる		81%	82%	81%	83%	87%	87%	81%	77%	80%	86%	76%	84%	82%	78%	84%
必要な時に簡単にポリシーサポートを利用できる		81%	82%	79%	83%	87%	79%	68%	81%	84%	82%	82%	77%	81%	78%	92%
国外マーケットのユーザーに簡単にアクセスし、 引きつけることができる		81%	80%	86%	75%	77%	82%	89%	83%	71%	82%	79%	87%	80%	86%	88%
サンプルコードを含め、最新かつ正確な文書管理機能を利用できる		81%	80%	84%	71%	83%	72%	86%	77%	87%	81%	82%	77%	79%	86%	88%
既存ユーザーに対し、自分のアプリ / ゲームのアップデートを安全に提供できる		79%	78%	82%	79%	90%	85%	76%	79%	71%	79%	79%	84%	78%	83%	84%

ソース: 2025 Japan Developers Study. A1: ベネフィットの重要性(基準: Google Play や/または Apple App Store で1種類以上のアプリ/ゲームタイトルを配信中の開発者253名 (開発区分の内訳: アプリのみ152名、ゲームのみ77名、アプリとゲーム両方 24名 (低基準)) (主要な収益化方法の内訳E-コマース/物理的な商品 30名、アプリ内広告 39名、有料ダウンロード/有料アプリ 37名、アプリ内購入 75名、定期購入 45名) (企業規模の内訳: 零細企業110名、中小企業108名、大企業 31名) (最大MAU別の内訳: 50万未満 187名、50万以上100万未満 36名、100万以上 25名 (低基準))

メモ: n<30 を低基準とする(*) 1=全く重要でない、10=非常に重要とする0段階スケールで7-10点と評価した対象者の割合