

モバイルコンテンツの産業構造実態に 関する調査結果

平成22年 7月6日

総務省

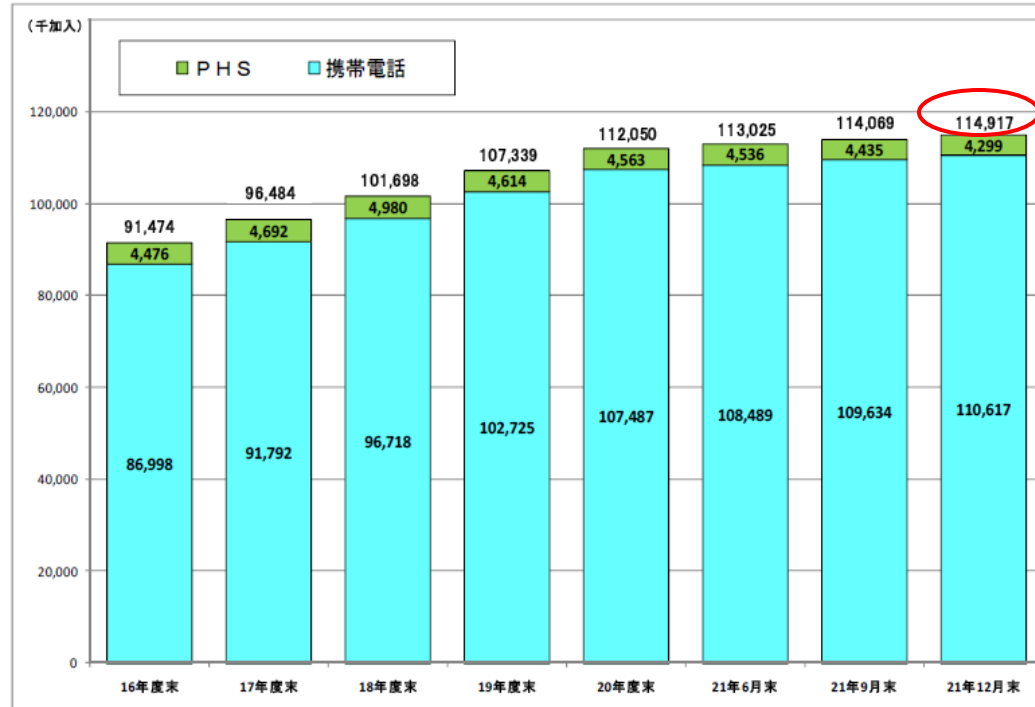
情報流通行政局 コンテンツ振興課

目次

- 1. 目的
- 2. 調査方法と各市場の定義
- 3. 算出根拠
 - 3-1. 算出根拠(コンテンツ市場)
 - 3-2. 算出根拠(コマース市場)
- 4. モバイルコンテンツ産業の現状
 - 4-1. モバイルビジネス市場(コンテンツ+コマース市場)
 - 4-2. モバイルコンテンツ市場
 - 4-3. モバイルコマース市場

1. 目的

- PHSを含む携帯電話の契約数が1億件を超え、国民1人1台に近い水準まで普及してきている中で、携帯電話を利用したインターネットサービス(「モバイルインターネット」)の拡大を背景に、様々なモバイルコンテンツビジネスが登場し、国民生活に深く浸透してきている。
- また、携帯電話は音声サービスに加え、データ通信の高速化が顕著であり、インターネット接続サービスをはじめとして、音楽・アプリケーションのダウンロード、小額決済、GPS機能を活用した新サービスの提供等、国民生活に密接に関連した各種サービスを携帯端末によって実現しており、このようなサービスの多様化・高度化の進展によって、モバイルコンテンツ産業自体にも変化の兆しが現れている。
- 本調査では、こうしたモバイルコンテンツ産業の実態を客観的なデータに基づき、把握することを目的とする。



2. 調査方法と各市場の定義

モバイルコンテンツ産業の現状と課題等に関する調査・分析方法

書籍、雑誌、論文等各種文献及びインターネット情報、商用データベース等を活用し、またコンテンツプロバイダー・携帯電話事業者等に対してヒアリング等を実施することで、モバイルコンテンツビジネスの最新動向に関する調査・分析を行った。

各市場の定義と市場算出範囲

(1)コンテンツ部門(情報料収入)

モバイルコンテンツは「モバイルインターネット上で展開されるビジネス」と定義し、対象デバイスを携帯電話端末と限定する。市場は、公式サイト(キャリア公式)のキャリア課金代行を主モデルとする音楽、ゲームなどのデジタルコンテンツを販売する市場と定義し、一般サイトにおけるアバター収入も範囲に含まれる。

最近ではiPodやPSPなど携帯型デジタルオーディオ機器や携帯型ゲーム機でのコンテンツのダウンロードが行われている。これらも広義にはモバイルコンテンツ産業の範疇に入るが、携帯電話をデバイスとすることで、この部分は今年は市場規模には含めていない。

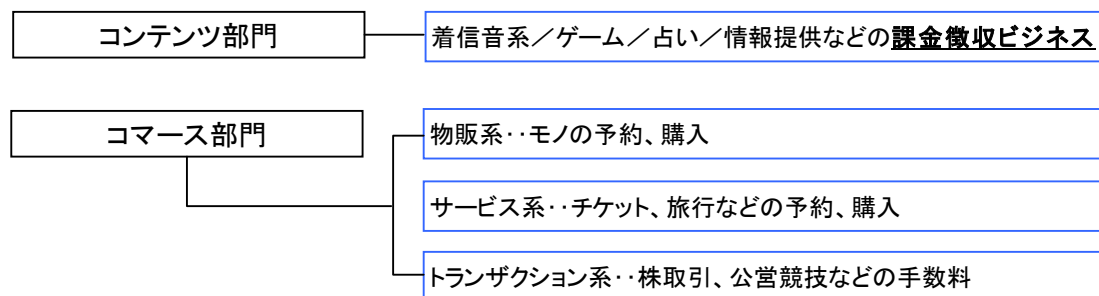
(2)コマース部門

モバイルサイトを利用した通信販売市場。ここで取り扱う市場は以下の3分野。一つ目は純粋な物販系市場、二つ目は航空チケット、映画チケットなど予約型といわれるサービス系市場、三つ目は株取引などを行う場合の手数料収入のトランザクション系で構成する。またモバイル上でのオークションは個人間取引であるが、その手数料収入をトランザクション系として扱う。

本調査では携帯電話の音声通話で予約したり、購入したりするものは対象範囲外としている。

本調査では3つの分野は、あくまでもモバイルサイト上で取引された売上が対象となる。例外としてオークションなどは参考として取扱金額を明示するが、市場規模には手数料のみを加算している。広告・プロモーション部門における制作費も媒体費との切り分けが困難なため便宜上、市場規模に含む。

(算出範囲)



3. 算出根拠

3-1. 算出根拠(コンテンツ市場)

市場規模算出には2つのステップによる検証を行い、最終的に収集したデータを係数処理し、ジャンル別に市場規模を算出した。

ステップ1

- ・キャリア、主要CP、決済代行企業等に、コンテンツ市場についてのヒアリング

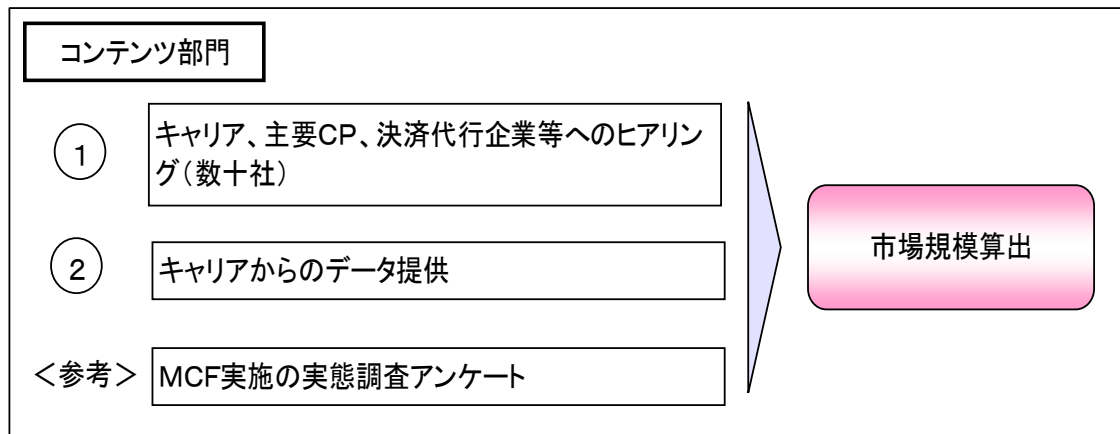
ステップ2

- ・携帯電話事業者へのデータ提供の要請を行い、各種調整の結果、共通フォーマットでの情報提供を得る。

参考

- ・CPの業界団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)の会員に向けたアンケート(実態調査)を実施

(算出根拠)



3. 算出根拠

3-2. 算出根拠(コマース市場)

市場規模算出には2つのステップによる検証を行い、最終的に収集したデータを係数処理し、ジャンル別に市場規模を算出した。

ステップ1

・関連企業の財務データの収集、関連業界の専門紙・誌の記事検索による情報収集のデスクリサーチを実施

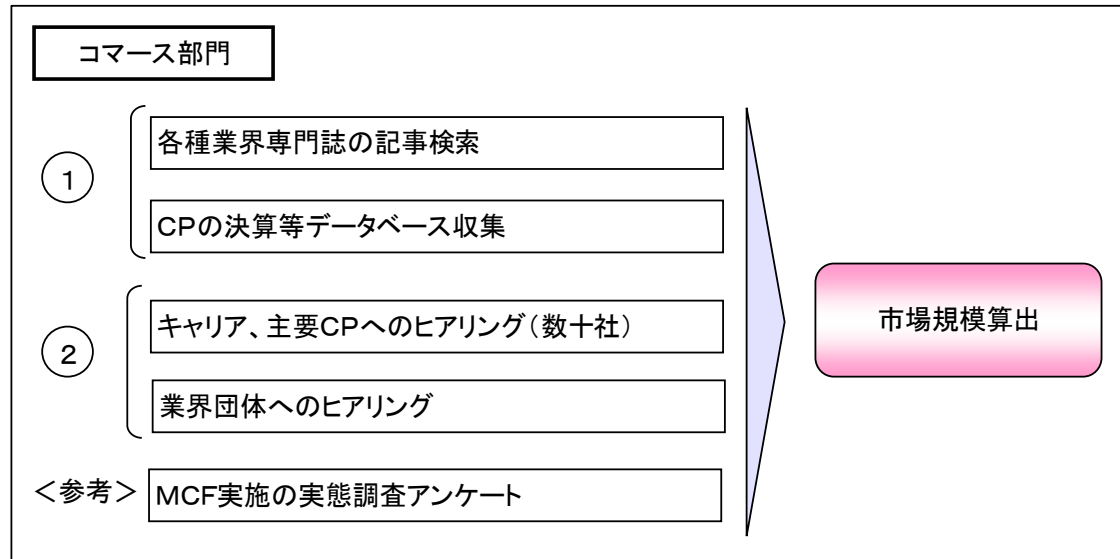
ステップ2

・キャリア、主要CPに、コマース市場に関してのヒアリングを行った。またコマース部門に関係する業界団体に対してもヒアリングを行い、モバイルに関する部分の市場規模、比率等を聞いた

参考

・CPの業界団体であるモバイル・コンテンツ・フォーラム(MCF)の会員に向けたアンケート(実態調査)を実施

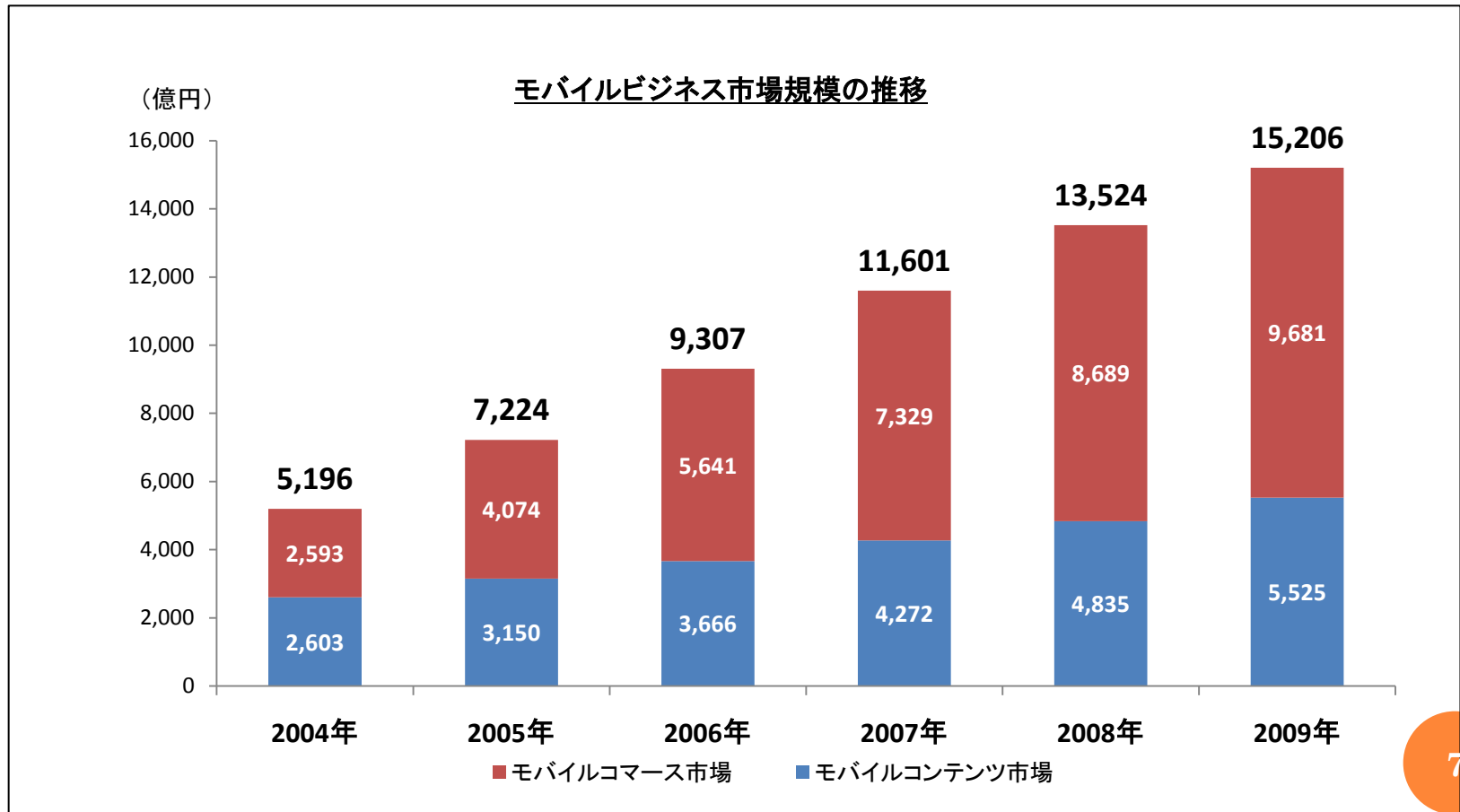
(算出根拠)



4. モバイルコンテンツ産業の現状

4-1. モバイルビジネス市場(コンテンツ+コマース市場)

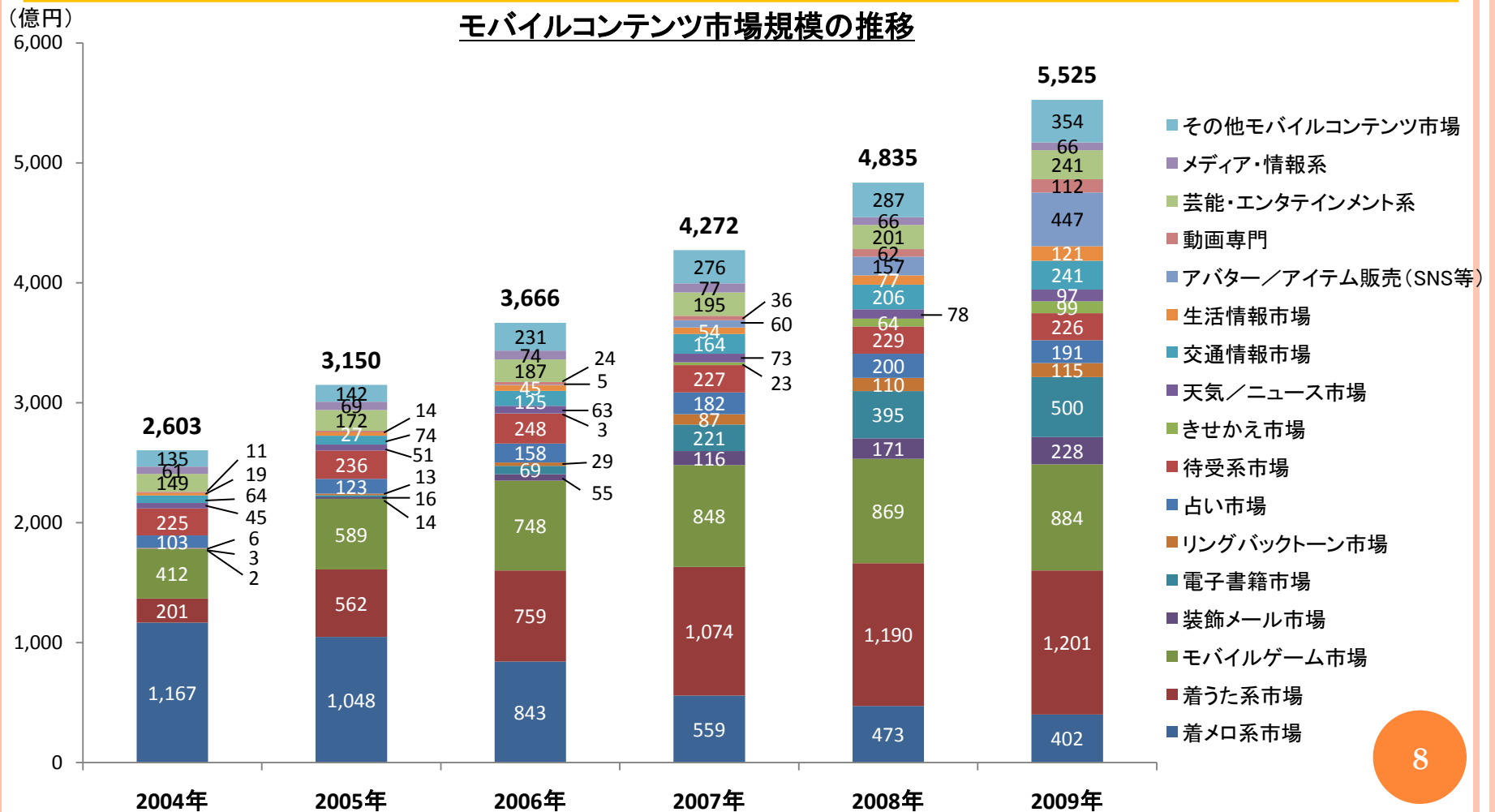
2009年のモバイルビジネス市場(コンテンツ+コマース市場)は、1兆5,206億円(前年比12%増)となった。個別の市場をみると、着うた、電子書籍の売上などからなるモバイルコンテンツ市場は5,525億円(前年比14%増)、通信販売の売上やオークションの利用料からなるモバイルコマース市場は9,681億円(前年比11%増)となり、2009年も市場は拡大した。



4. モバイルコンテンツ産業の現状

4-2. モバイルコンテンツ市場

2009年のモバイルコンテンツ市場は5,525億円（前年比14%増）となった。アバター／アイテム販売（SNS等）の市場の伸びが、市場の拡大を牽引した。また、2009年より従来の調査項目に加えて、新たに「動画専門」、「芸能・エンタテインメント系」、「メディア・情報系」の区分を追加した。



4. モバイルコンテンツ産業の現状

●表1. モバイルコンテンツ市場の内訳

(億円)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	08年比
着メロ系市場	1,167	1,048	843	559	473	402	-15.0%
着うた系市場	201	562	759	1,074	1,190	1,201	0.9%
(内訳)着うた市場	199	463	522	568	483	432	-10.6%
(内訳)着うたフル市場	2	99	237	506	707	769	8.8%
モバイルゲーム市場	412	589	748	848	869	884	1.7%
装飾メール市場	2	14	55	116	171	228	33.3%
電子書籍市場	3	16	69	221	395	500	26.6%
リングバクトーン市場	6	13	29	87	110	115	4.5%
占い市場	103	123	158	182	200	191	-4.5%
待受系市場	225	236	248	227	229	226	-1.3%
きせかえ市場	-	-	3	23	64	99	54.7%
天気／ニュース市場	45	51	63	73	78	97	24.4%
交通情報市場	64	74	125	164	206	241	17.0%
生活情報市場	19	27	45	54	77	121	57.1%
アバター／ アイテム販売(SNS等)	-	-	5	60	157	447	184.7%
動画専門市場	11	14	24	36	62	112	80.6%
芸能・エンタテインメント系市場	149	172	187	195	201	241	19.9%
メディア・情報系市場	61	69	74	77	66	66	0%
その他	135	142	231	276	287	354	23.3%
合計	2,603	3,150	3,666	4,272	4,835	5,525	14.3%

4. モバイルコンテンツ産業の現状

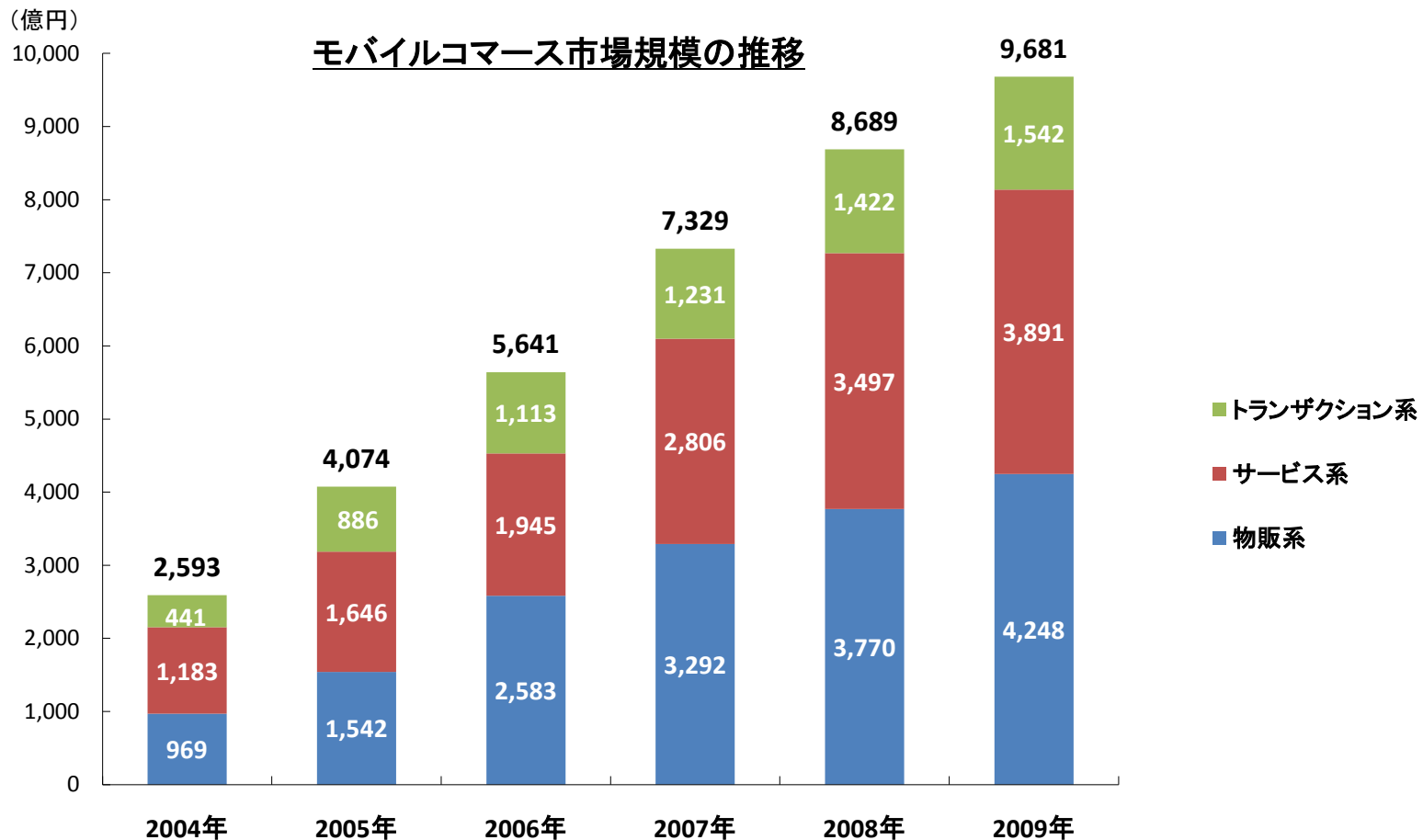
表2. モバイルコンテンツ市場の範囲

市場名	各市場の説明
着メロ系市場	MIDIデータ等(端末に内蔵された機能を使って音源を鳴らすフォーマット)を利用して電話やメールなどが着信した際にしらせる着信音コンテンツ。
着うた系市場	着うた市場と着うたフル市場を合計した市場。
(内訳)着うた市場	CD等の音源を利用して着信音の設定ができるフォーマットで提供している45秒以内のコンテンツ。
(内訳)着うたフル市場	着うたと同様CD等の音源を利用して楽曲1曲をそのまま提供しているコンテンツ。
モバイルゲーム市場	Webにアクセスしたりアプリをダウンロードしたりして利用する有料のゲームコンテンツ。
装飾メール市場	デコレーションメール(HTMLメール)、グリーティングカード、絵文字メール等のメールコンテンツ。
電子書籍市場	有料で販売されている書籍やマンガ等の電子書籍コンテンツ。
リングバックトーン市場	電話をかけてきた相手に呼び出し音として音楽等を設定できるサービス。
占い市場	占いや診断、人生相談などの占いコンテンツ。
待受系市場	携帯電話の画面に表示される画像コンテンツ、FLASHを用いた動きのあるものもある。
きせかえ市場	待受画面に加え、メニュー、電池残量、電波感度などのアイコン・文字フォント等の設定が一体としてカスタマイズできるコンテンツ。
天気／ニュース市場	天気情報、時事、金融などのニュース情報コンテンツ。
交通情報市場	ナビゲーション／地図情報、乗換案内の検索等の交通情報を提供しているコンテンツ。
生活情報市場	辞書、学習、健康情報等の生活において実用に即して提供されているコンテンツ。
アバター／ アイテム販売(SNS等)	SNS等のコミュニケーションサイトで販売されている有料コンテンツ。アバターはサイト内コミュニケーションにおいて提供されるキャラクター。アイテムはサイトのゲーム内で購入可能な道具類コンテンツ。
動画専門市場	動画コンテンツを専門に提供するサイトを対象とした市場
芸能・エンタテインメント系市場	芸能プロダクション等が提供するアーティスト情報や芸能ニュース、映画などの情報コンテンツ。
メディア・情報系市場	テレビ局やラジオ局、出版社などメディア企業が運営している番組情報、雑誌情報コンテンツ。

4. モバイルコンテンツ産業の現状

4-3. モバイルコマース市場

2009年のモバイルコマース市場は9,681億円（前年比11%増）となった。株取引などのトランザクション系市場、交通チケット購入、旅行予約などのサービス系市場、通信販売などの物販系市場のいずれも堅調な伸びとなった。



4. モバイルコンテンツ産業の現状

●表3. モバイルコマース市場の内訳

(億円)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	08年比
物販系	969	1,542	2,583	3,292	3,770	4,248	12.7%
サービス系	1,183	1,646	1,945	2,806	3,497	3,891	11.3%
トランザクション系	441	886	1,113	1,231	1,422	1,542	8.4%
合計	2,593	4,074	5,641	7,329	8,689	9,681	11.4%

4. モバイルコンテンツ産業の現状

●表4. モバイルコマース市場の範囲

	市場の概要
物販系	衣料品、本、CD、DVD、香水、雑貨、食品、家電などの物品を携帯電話上で販売した売上が含まれる。
サービス系	携帯電話上で販売した興行チケット、旅行チケット、航空/鉄道チケットの売上げが含まれる。
トランザクション系	証券取引手数料、オークション手数料、公営競技(競馬、競輪、競艇、オートレース)手数料売上が含まれる。

<参考> モバイルビジネス市場規模の全体像

