

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23年 7月15日

総務省

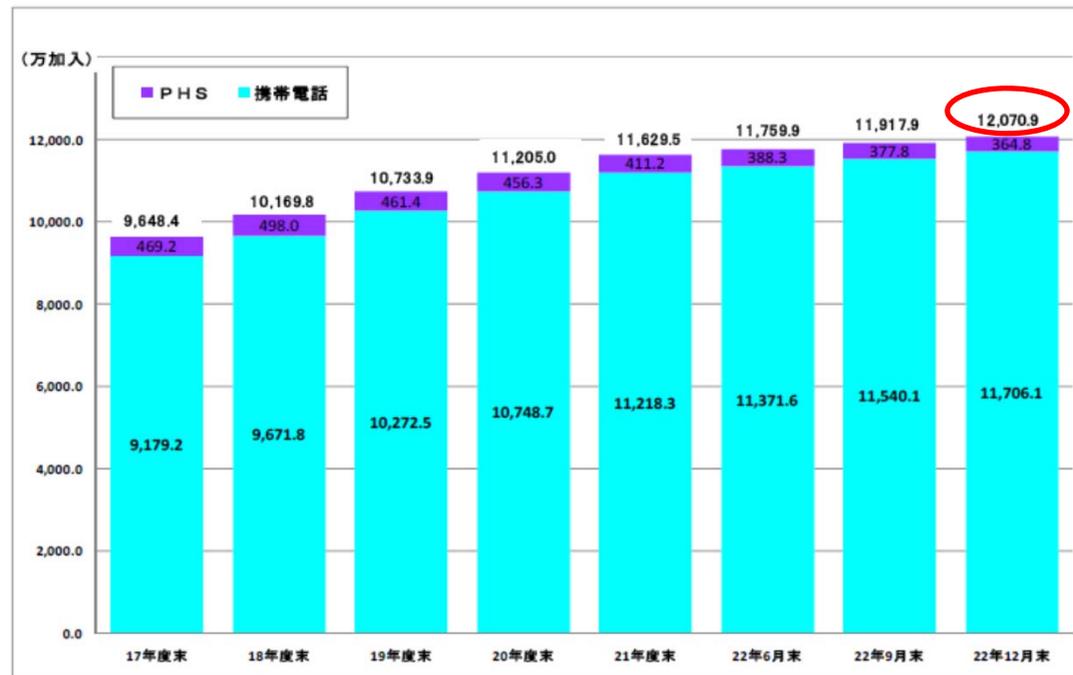
情報流通行政局 情報通信作品振興課

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。放送コンテンツをはじめとするコンテンツ産業が、人口減少や国内市場の飽和に伴い市場規模を縮小する中、モバイルコンテンツ産業の成長力は一際力強いものとなっている。
- 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、携帯用動画コンテンツの流通等、国民生活に密接に関連した各種サービスを携帯電話端末によって実現している。さらに、近年では、多様化を見せるモバイルコンテンツ市場における新たな動きとして、「スマートフォン」と呼ばれる高性能携帯が市場に投入されるなど、携帯電話の利便性、可能性はさらに拡大している。かつては、「一人一台」であった携帯電話も、ビジネス用とプライベート用の携帯端末を使い分けるなど、その用途によって、「一人複数台」所有の時代を迎えている。このように、携帯電話サービスの多様化・高度化の進展は、急速に進んでおり、これに伴って、モバイルコンテンツ産業自体も大きく変化してきている。一方、著しい成長を続ける国内市場とは対照的にモバイルコンテンツの海外展開は、様々な問題に直面して進んでおらず、魅力ある我が国のモバイルコンテンツの海外展開は大きな課題となっている。
- 本調査研究では、モバイルコンテンツ産業における最新の現状と課題等を把握することにより、これからのモバイルコンテンツ産業の発展に向けた政策立案に資することを目的とする。



平成23年総務省発表資料
「電気通信サービスの加入契約数等の状況
(平成22年12月末)」より抜粋

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に係わるコンテンツ」と定義する。本調査ではフィーチャーフォンにおける公式サイト(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。

今回参考として発表したオープンプラットフォーム市場はPCインターネット環境に接続可能なスマートフォン上で取引が行われる市場と定義。なお携帯インターネット回線での接続をその対象とする。

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、市場規模には含めない。

(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。一つ目は一般的な通販を対象とした物販系市場、二つ目は興行チケット、旅行チケット、航空チケット、鉄道チケットなどを対象としたサービス系市場、三つ目は証券取引手数料、オークション手数料、公営競技手数料などを対象とした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。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。

また市場規模の定義から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。

※フィーチャーフォンとは、従来型の携帯電話であり、iモード等携帯電話向けIPサービスの携帯電話特有のサービスやコンテンツが利用できる端末

※スマートフォンとは、日本では主にiPhoneやAndroid OSを搭載した携帯電話であり、PCやPDAの機能が実装されておりPCのWebの閲覧ができる端末。主に、タッチパネル式の端末が多く、アプリなどをダウンロードする事でユーザーが機能の追加をすることができる。

3. モバイルコンテンツ市場算出根拠

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。

<フィーチャーフォン市場>

※フィーチャーフォンとは、従来型の携帯電話であり、iモード等携帯電話向けIPサービスの携帯電話特有のサービスやコンテンツが利用できる端末

ステップ1

- ・キャリア、主要CP、決済代行企業等に、コンテンツ市場に関するヒアリングを実施。

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。

<オープンプラットフォーム(スマートフォン)市場>

※スマートフォンとは、日本では主にiPhoneやAndroid OSを搭載した携帯電話であり、PCやPDAの機能が実装されておりPCのWebの閲覧ができる端末。主に、タッチパネル式の端末が多く、アプリなどをダウンロードする事でユーザーが機能の追加をすることができる。

ステップ1

- ・キャリア、主要CP、課金事業者、SNS事業者、レビューサイト、マーケット事業者等に市場に関するヒアリングを実施。

ステップ2

- ・スマートフォン利用台数データ、ユーザーアンケート調査などのデータを収集。

3. モバイルコマース市場算出根拠

● 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CPI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、モバイルコンテンツ市場に関する部分の市場規模、比率等を聞いた。

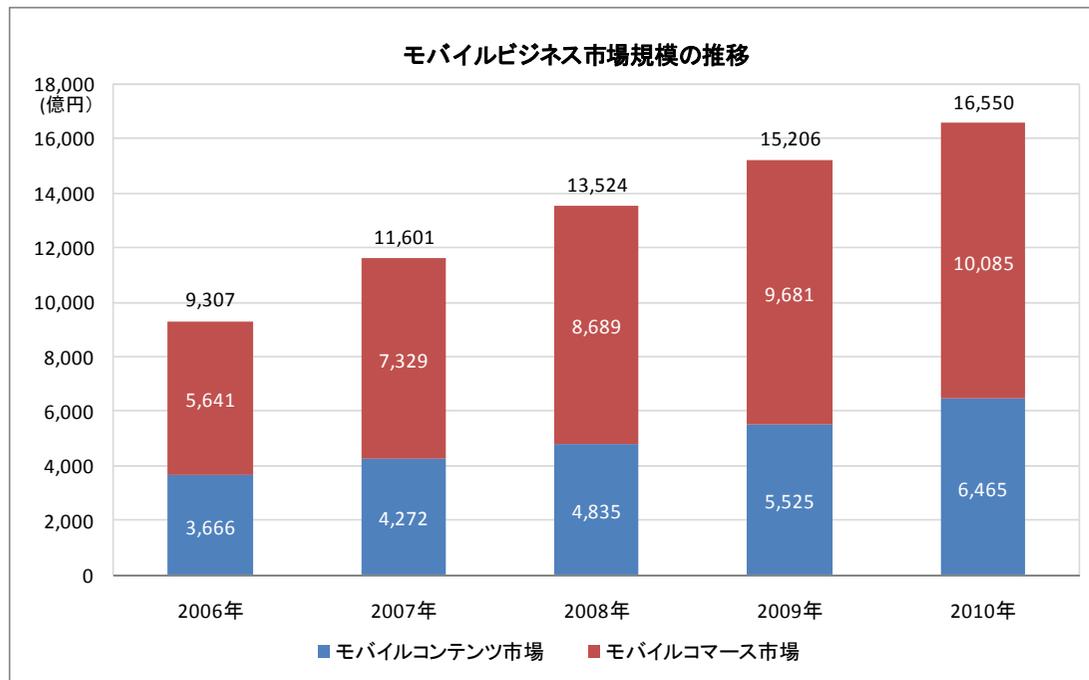
参考

・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。

4. モバイルビジネス市場の現状

●4-1. モバイルビジネス市場(モバイルコンテンツ+モバイルコマース市場)

2010年のモバイルビジネス市場(モバイルコンテンツ+モバイルコマース市場)は、1兆6,550億円(前年比8.8%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6,465億円(前年比17%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1兆85億円(前年比4.2%増)となり、2010年も市場は拡大した。



(億円)

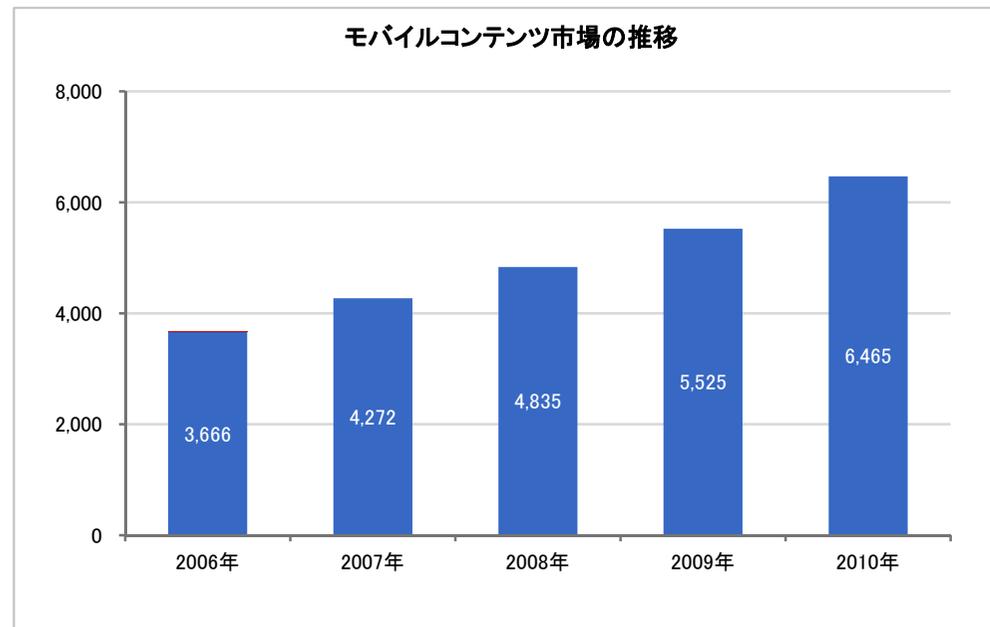
	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	09年比
モバイルコンテンツ市場	3,666	4,272	4,835	5,525	6,465	17.0%
モバイルコマース市場	5,641	7,329	8,689	9,681	10,085	4.2%
モバイルビジネス市場	9,307	11,601	13,524	15,206	16,550	8.8%

4. モバイルコンテンツ市場の現状

●4-2. モバイルコンテンツ市場

2010年のモバイルコンテンツ(フィーチャーフォン)市場は、6,465億円(前年比17%増)となった。

今回、参考として、現在急成長しているオープンプラットフォーム(スマートフォン)市場についても調査を行い市場規模を123億円と算出した。



(億円)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	09年比
モバイルコンテンツ市場	3,666	4,272	4,835	5,525	6,465	17%

(参考:オープンプラットフォーム(スマートフォン)市場)

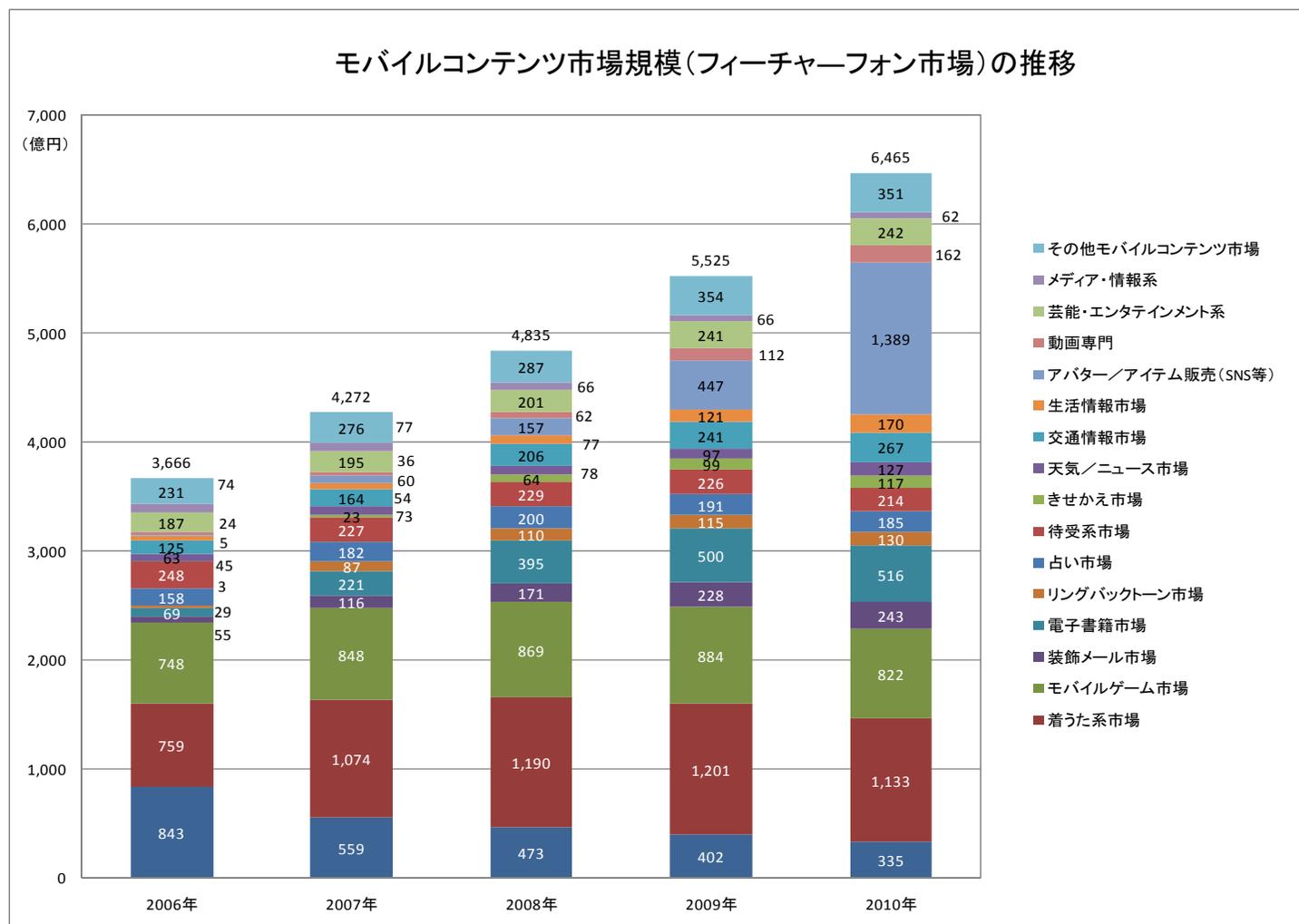
(億円)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	09年比
オープンプラットフォーム(スマートフォン)市場	-	-	-	-	123	-

4. モバイルコンテンツ産業の現状

●4-2-1. モバイルコンテンツ市場

2010年のモバイルコンテンツ(フィーチャーフォン)市場は、6,465億円(前年比17.0%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ている。



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(フィーチャーフォン)市場の内訳

(億円)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	09年比
着メロ系市場	843	559	473	402	335	-16.7%
着うた系市場	759	1,074	1,190	1,201	1,133	-5.7%
(内訳)着うた市場	522	568	483	432	369	-14.6%
(内訳)着うたフル市場	237	506	707	769	764	-0.1%
モバイルゲーム市場	748	848	869	884	822	-7.0%
装飾メール系	55	116	171	228	243	6.6%
電子書籍市場	69	221	395	500	516	3.2%
リングバックトーン市場	29	87	110	115	130	13.0%
占い市場	158	182	200	191	185	-3.1%
待受系市場	248	227	229	226	214	-5.3%
きせかえ市場	3	23	64	99	117	18.2%
天気／ニュース市場	63	73	78	97	127	30.9%
交通情報市場	125	164	206	241	267	10.8%
生活情報市場	45	54	77	121	170	40.5%
アバター／アイテム販売(SNS等)	5	60	157	447	1,389	210.7%
動画専門	24	36	62	112	162	44.6%
芸能・エンタテインメント系	187	195	201	241	242	0.4%
メディア・情報系	74	77	66	66	62	-6.1%
その他	231	276	287	354	351	-0.8%
フィーチャーフォン市場合計	3,666	4,272	4,835	5,525	6,465	17.0%

4. モバイルコンテンツ産業の現状

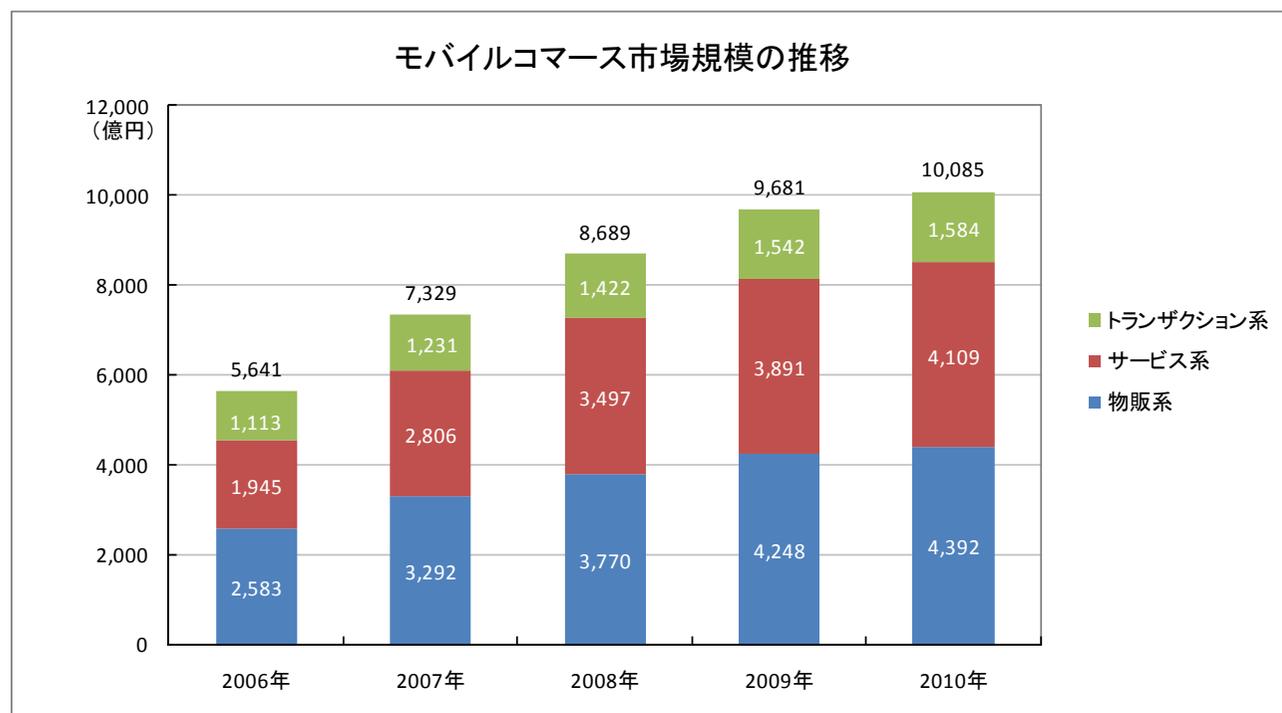
●表2. モバイルコンテンツ(フィーチャーフォン)市場の概要

	市場の概要
着メロ系市場	電話やメールなどを着信した際に知らせる着信音を、MIDIデータにより端末に内蔵された音源を鳴らし、メロディに変換するサービス。
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	携帯電話端末専用のフォーマットに変換した歌声入りの30秒程度のファイルにして提供しているサービス。
(内訳)着うたフル市場	楽曲1曲をそのままダウンロード可能な音楽配信サービス。
モバイルゲーム市場	携帯電話上でWebにアクセスまたは、アプリをダウンロードし、有料でゲームコンテンツを提供しているサービス。
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、絵文字メールが含まれている。
電子書籍市場	携帯電話端末上で書籍やマンガをダウンロードし、画面上で読むことのできるサービス。
リングバックトーン市場	音楽や音声を呼び出し音として設定できるサービス。
占い市場	占いや診断、人生相談などが含まれる市場(音声通話によるものは含まれていない。)
待受系市場	携帯電話の画面に表示される画像サービスで、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いるコンテンツ。
アバター／ アイテム販売(SNS等)	アバターはSNS、コミュニケーションサイトなどで用いられるキャラクター。アイテム販売はSNSのゲームサイト等で購入可能な道具類。
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ている。
芸能・エンタテインメント系市場	芸能プロダクションなどが提供するタレントのファンクラブサイトやお笑い、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。番組独自の着メロ、着うたやアナウンサー情報などが得られる。
その他	上記以外のコンテンツが含まれる市場。代表的なものにアウトドアや釣りなどのコンテンツがある。

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

2010年のモバイルコマース市場は1兆85億円(前年比4.2%増)となった。株取引等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を見せている。



(億円)

	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	09年比
物販系	2,583	3,292	3,770	4,248	4,392	3.4%
サービス系	1,945	2,806	3,497	3,891	4,109	5.6%
トランザクション系	1,113	1,231	1,422	1,542	1,584	2.7%
合計	5,641	7,329	8,689	9,681	10,085	4.2%