

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24年)

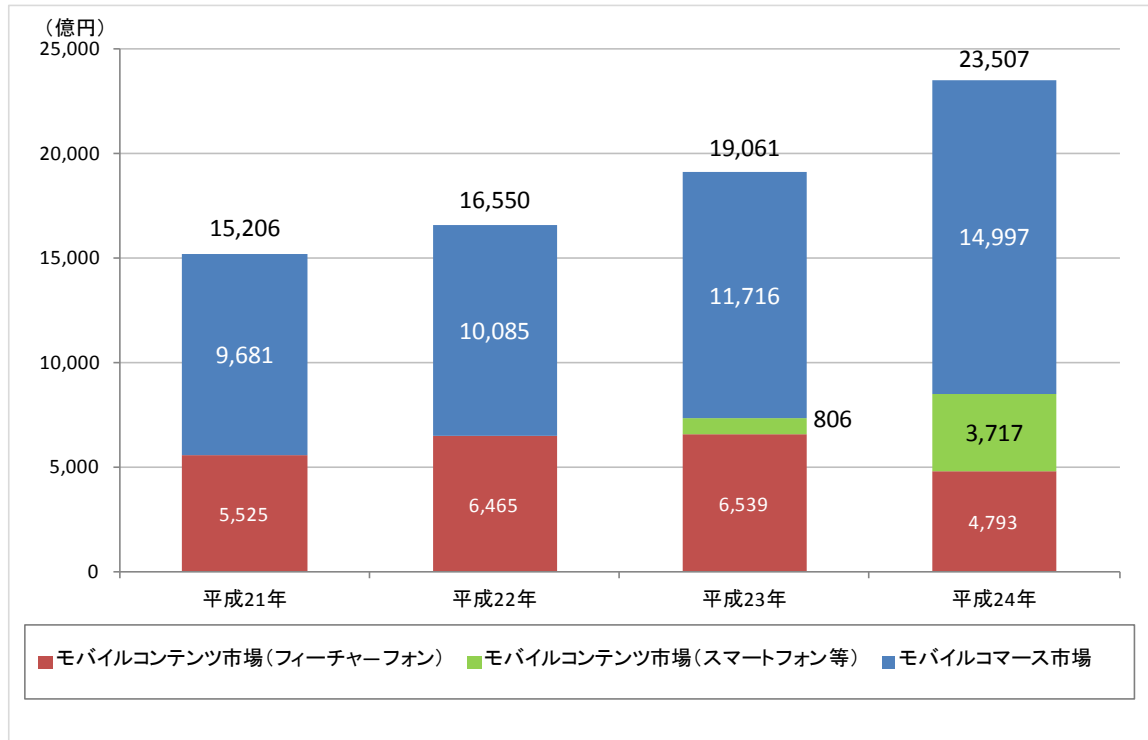
平成25年7月
総務省情報流通振興課

1. 今回調査結果のポイント

- 平成24年のモバイルコンテンツ関連市場は、スマートフォンの普及によって市場に大きな変化が起こっていることが顕在化した年となった。モバイルコンテンツ市場においては、フィーチャーフォン時代のキャリア公式サイトにおける月額課金モデルからスマートフォンのiOSとAndroidに代表されるグローバルOS上での多様なプラットフォームモデルへの転換が進んでいる。
- モバイルコンテンツ（フィーチャーフォン市場、スマートフォン等市場）市場規模は8,510億円となり、前年比15.9%の増加となった。
- モバイルコンテンツ市場規模のうち、フィーチャーフォン市場は4,793億円と前年比-26.7%となったが、スマートフォン等市場は3,717億円と361.2%増となった。
- 平成24年のモバイルコマース市場規模は、14,997億円となり、前年比28.0%の増加となった。内訳をみると、サービス系市場の拡大が大きく寄与した。

2. モバイルコンテンツ及びモバイルコマース市場規模の推移

スマートフォンへの移行を背景として、平成24年のフィーチャーフォン市場は4,793億円となり、前年比で26.7%減となった。スマートフォン等市場は3,717億円の361.2%増となった。モバイルコマース市場は14,997億円となり、前年比で28.0%増加した。



	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	(平成23年比)
モバイルコンテンツ市場 (フィーチャーフォン市場)	5,525	6,465	6,539	4,793	(-26.7%)
モバイルコンテンツ市場 (スマートフォン等市場)	-	-	806	3,717	(361.2%)
モバイルコンテンツ市場	5,525	6,465	7,345	8,510	(15.9%)
モバイルコマース市場	9,681	10,085	11,716	14,997	(28.0%)

3. モバイルコンテンツ(フィーチャーフォン)市場の内訳

モバイルコンテンツのうちフィーチャーフォン市場の内訳をみると、全ての分野で市場の縮小が続いている。フィーチャーフォン利用者の縮小により、キャリア公式サイトにおける月額課金モデルは縮小している。

(単位: 億円)

	平成20年	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	(平成23年比)
着メロ系市場	473	402	335	287	200	(-30.3%)
着うた系市場	1,190	1,201	1,133	942	554	(-41.2%)
(内訳)着うた市場	483	433	369	300	176	(-41.3%)
(内訳)着うたフル市場	707	769	764	642	378	(-41.1%)
モバイルゲーム市場	869	884	822	570	398	(-30.2%)
装飾メール系市場	171	228	243	213	128	(-39.9%)
電子書籍市場	395	500	516	489	320	(-34.6%)
リングバクトーン市場	110	115	130	118	94	(-20.3%)
占い市場	200	191	185	180	122	(-32.2%)
待受系市場	229	226	214	172	108	(-37.2%)
きせかえ市場	64	99	117	103	54	(-47.6%)
天気/ニュース市場	78	97	127	140	120	(-14.3%)
交通情報市場	206	241	267	217	160	(-26.3%)
生活情報市場	77	121	170	168	159	(-5.4%)
ソーシャルゲーム等市場*	157	447	1,389	2,078	1,888	(-9.1%)
動画専門市場	62	112	162	176	93	(-47.2%)
芸能・エンタテインメント系市場	201	241	242	242	103	(-57.4%)
メディア・情報系市場	66	66	62	54	37	(-31.5%)
その他	287	354	351	390	255	(-34.6%)
モバイルコンテンツ(フィーチャーフォン)市場合計	4,835	5,525	6,465	6,539	4,793	(-26.7%)

*平成23年に「アバター/アイテム販売(SNS等)」から「ソーシャルゲーム等市場」へ名称変更

3. モバイルコンテンツ(フィーチャーフォン)市場の内訳

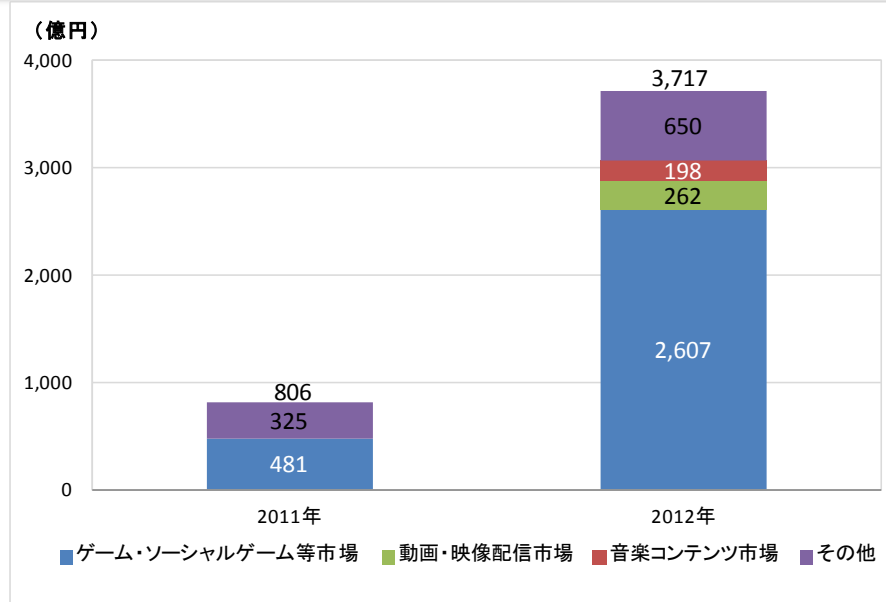
※用語の説明

	説明
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。
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。
ソーシャルゲーム等市場*	SNS等の課金コンテンツ。アバター、アイテム等購入可能な道具類を含む。
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。

*平成23年に「アバター／アイテム販売(SNS等)」から「ソーシャルゲーム等市場」へ名称変更

4. モバイルコンテンツ(スマートフォン等)市場の内訳

モバイルコンテンツ市場のうち、スマートフォン等市場規模は、3,717億円となり、前年比361.2%の増加となった。ゲーム・ソーシャルゲーム等市場の隆盛が、スマートフォン等市場の拡大に大きく寄与している。



(単位:億円)

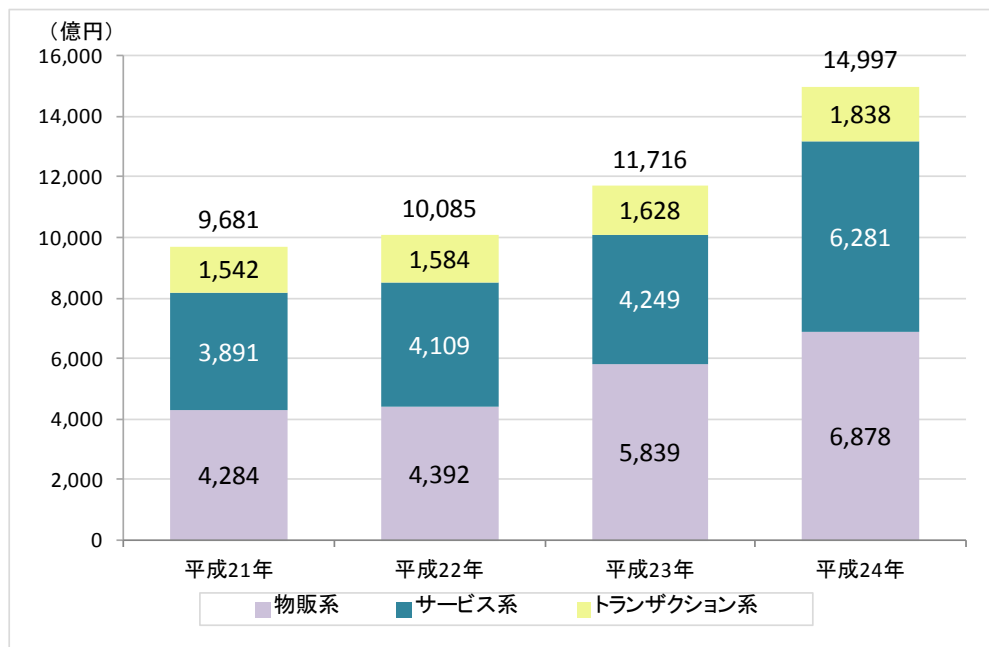
	平成23年	平成24年	(平成23年比)
ゲーム・ソーシャルゲーム等市場	481	2,607	(442.9%)
動画・映像配信市場	-	262	-
音楽コンテンツ市場	-	198	-
その他	325	650	-
モバイルコンテンツ(スマートフォン等)市場の合計	806	3,717	(361.2%)

	説明
ゲーム・ソーシャルゲーム等市場	オンラインゲーム、SNS等での課金コンテンツ。アバター、アイテム等購入可能な道具類を含む。
動画・映像配信市場	スマートフォン等で利用可能な動画、映像配信コンテンツ。
音楽コンテンツ市場	スマートフォン等で利用可能な配信された音楽コンテンツ

*本年から「ソーシャルゲーム等市場」から「ゲーム・ソーシャルゲーム等市場」へ名称変更

5. モバイルコマース市場の内訳

平成24年のモバイルコマース市場規模は、14,997億円となり、前年比28.0%の増加となった。PCと同等の表現力を持ち、携帯電話と同様に時と場所を選ばず簡単に利用できるスマートフォンの増加により、ユーザー層、利用シーンともに広がり順調に拡大している。



(単位: 億円)

	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成23年比
物販系市場	4,248	4,392	5,839	6,878	(17.8%)
サービス系市場	3,891	4,109	4,249	6,281	(47.8%)
トランザクション系市場	1,542	1,584	1,628	1,838	(12.9%)
モバイルコマース市場計	9,681	10,085	11,716	14,997	(28.0%)

	説明
物販系市場	一般的な通販を対象とした市場。
サービス系市場	興行チケット、旅行チケット、航空チケット、鉄道チケット等を対象とした市場。
トランザクション系市場	証券取引手数料、オークション手数料、公営競技手数料等を対象とした市場。

6. 各市場における調査方法

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。

(1) モバイルコンテンツ市場

■フィーチャーフォン市場

携帯電話各社にヒアリングを実施し市場を推計。その他、参考としてコンテンツ提供事業者に対してヒアリング及びアンケートを実施。

■スマートフォン等市場

携帯電話各社、SNS運営事業者、アプリ開発事業者等へのヒアリング、アンケート調査等を実施。

(2) モバイルコマース市場

モバイルコンテンツビジネス関連企業の財務データの収集等、デスクリサーチを実施。その他、コンテンツ提供事業者及び関連団体等に対してヒアリング及びアンケートを実施。

7. 各市場の定義及び市場算出範囲

(1) モバイルコンテンツ市場

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デジタルコンテンツを販売する市場と定義する。当市場ではビジネスモデルの違いからフィーチャーフォン市場とスマートフォン等市場にわけて算出をした。

■フィーチャーフォン市場

従来型の携帯電話であり、iモード等の携帯電話向けIPサービスが利用できる端末をフィーチャーフォンと定義して、フィーチャーフォンに係る公式サイトにおける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をフィーチャーフォン市場と定義する。

■スマートフォン等市場

インターネット接続可能なオープンOS上でアプリ、ブラウザ等を用いて汎用的な利用ができる端末をスマートフォン等(タブレットも含む)と定義して、スマートフォン等に係るコンテンツ等(アプリ含む)のデジタルコンテンツを販売する市場をスマートフォン等市場と定義する。なお、インターネット接続は可能であるがゲームタイトルのみをダウンロードするゲーム専用端末や、ノートPCの市場は含まない。

(2) モバイルコマース市場

モバイルインターネット上で展開される物販、サービス等に関する市場と定義する。当市場では、フィーチャーフォンとスマートフォン等両方の経由の取引が含まれ、以下3類型にわけて算出をした。

3類型とは、一般的な通販を対象とした物販系市場、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、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市場である。物販系市場とサービス系市場は流通額であるが、トランザクション系市場は流通額ではなく手数料収入を採用している。なお、携帯電話を用いた取引であっても音声通話を通じて予約または購入した市場は含まない。