

報道関係者各位

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム

2008年モバイルコンテンツ関連市場の合計は、1兆3,524億円

モバイルコンテンツ市場は、4,835億円

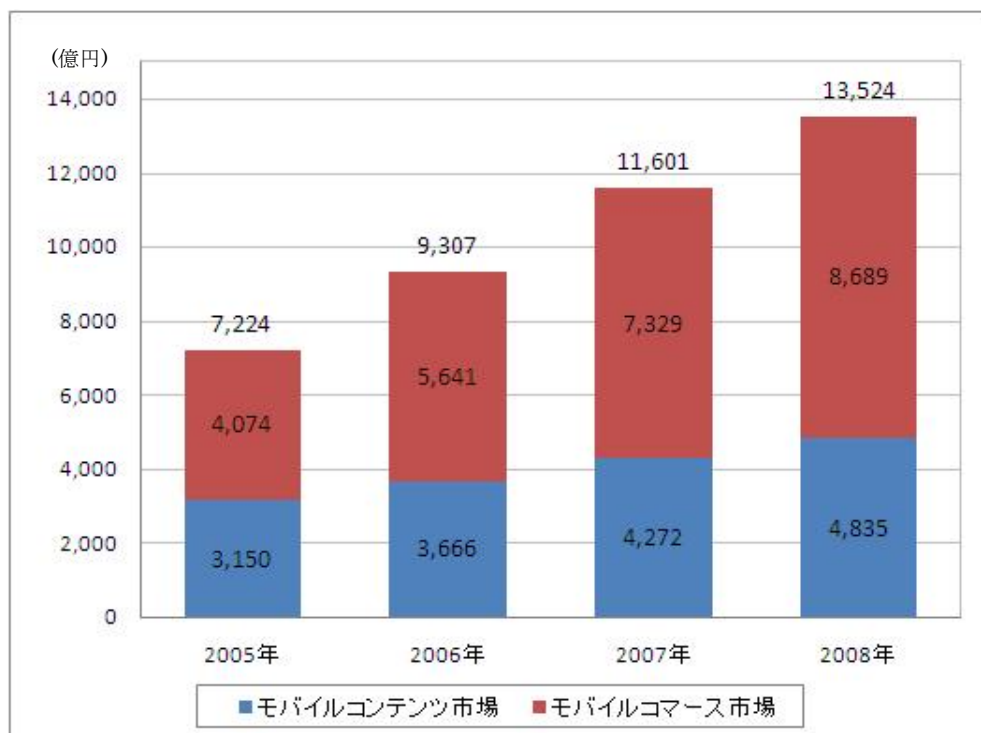
モバイルコマース市場は、8,689億円

(単位：億円)

市場カテゴリー	2005年	2006年	2007年	対前年比	2008年	対前年比
モバイルコンテンツ市場	3,150	3,666	4,272	117%	4,835	113%
モバイルコマース市場	4,074	5,641	7,329	130%	8,689	119%
モバイルコンテンツ関連市場	7,224	9,307	11,601	125%	13,524	117%

総務省発表資料 「2008年 モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

\*モバイル・コンテンツ・フォーラム調査



一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（MCF）では2008年（1月～12月）のモバイルコンテンツ関連市場について市場規模調査を実施しました。モバイルコンテンツ関連市場として、着信音系、ゲーム系をはじめとしたデジタルコンテンツを有料配信する「モバイルコンテンツ市場」と、物販系、サービス系、トランザクション系の3分野で構成された「モバイルコマース市場」について結果を公表いたします。2008年の両市場をあわせた「モバイルコンテンツ関連市場」の合計は対前年比117%の1兆3,524億円となりました。

社団法人電気通信事業者協会によると、携帯電話の契約数は2009年6月末で1億849万契約、そのうちコンテンツの利用が可能なインターネット対応の携帯電話は9,160万契約となっています。また、第3世代（3G）携帯は1億207万契約と契約数全体の94%を占めており、リッチコンテンツの利用がさらに高まる環境となってきました。

今回、市場規模には含まれておりませんが、この他のモバイルコンテンツ関連の市場分野としては、ピクチャー広告などの純広告と懸賞やノベルティでモバイルを利用した販促・キャンペーンなどを含んだ「モバイル広告・プロモーション市場」、モバイルコンテンツサイト構築、システム運営・管理を中心とした「モバイル・ソリューション市場」があります。

## 2008年モバイルコンテンツ市場は、4,835億円

「着うた市場」「着うたフル市場」を合わせた「着うた系市場」は1,190億円

「電子書籍市場」395億円 「アバター/アイテム販売」157億円

「天気/ニュース市場」78億円 「交通情報市場」206億円 「生活情報市場」77億円

(単位：億円)

	2005年	2006年*	2007年	対前年比	2008年	対前年比
着メロ系市場	1,048	843	559	66%	473	85%
着うた系市場	562	759	1,074	142%	1,190	111%
(内訳)着うた市場	(463)	(522)	(568)	109%	(483)	85%
(内訳)着うたフル市場	(99)	(237)	(506)	214%	(707)	140%
モバイルゲーム市場	589	748	848	113%	869	102%
装飾メール市場	14	55	116	211%	171	147%
電子書籍市場	16	69	221	320%	395	179%
リングバックトーン市場	13	29	87	300%	110	126%
占い市場	123	158	182	115%	200	110%
待受系市場	236	248	227	92%	229	101%
きせかえ市場	-	3	23	767%	64	278%
天気/ニュース市場*2	51	63	73	116%	78	107%
交通情報市場*3	74	125	164	131%	206	126%
生活情報市場*4	27	45	54	120%	77	143%
アバター/アイテム販売(SNS等)*5	-	5	60	1200%	157	262%
その他モバイルコンテンツ市場	397	516	584	113%	616	105%
モバイルコンテンツ市場合計	3,150	3,666*1	4,272*1	117%	4,835	113%

総務省発表資料 「2008年 モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

\*モバイル・コンテンツ・フォーラム調査

\*1 本年、調査対象が広がったのに応じて、2006年、2007年の市場規模も修正

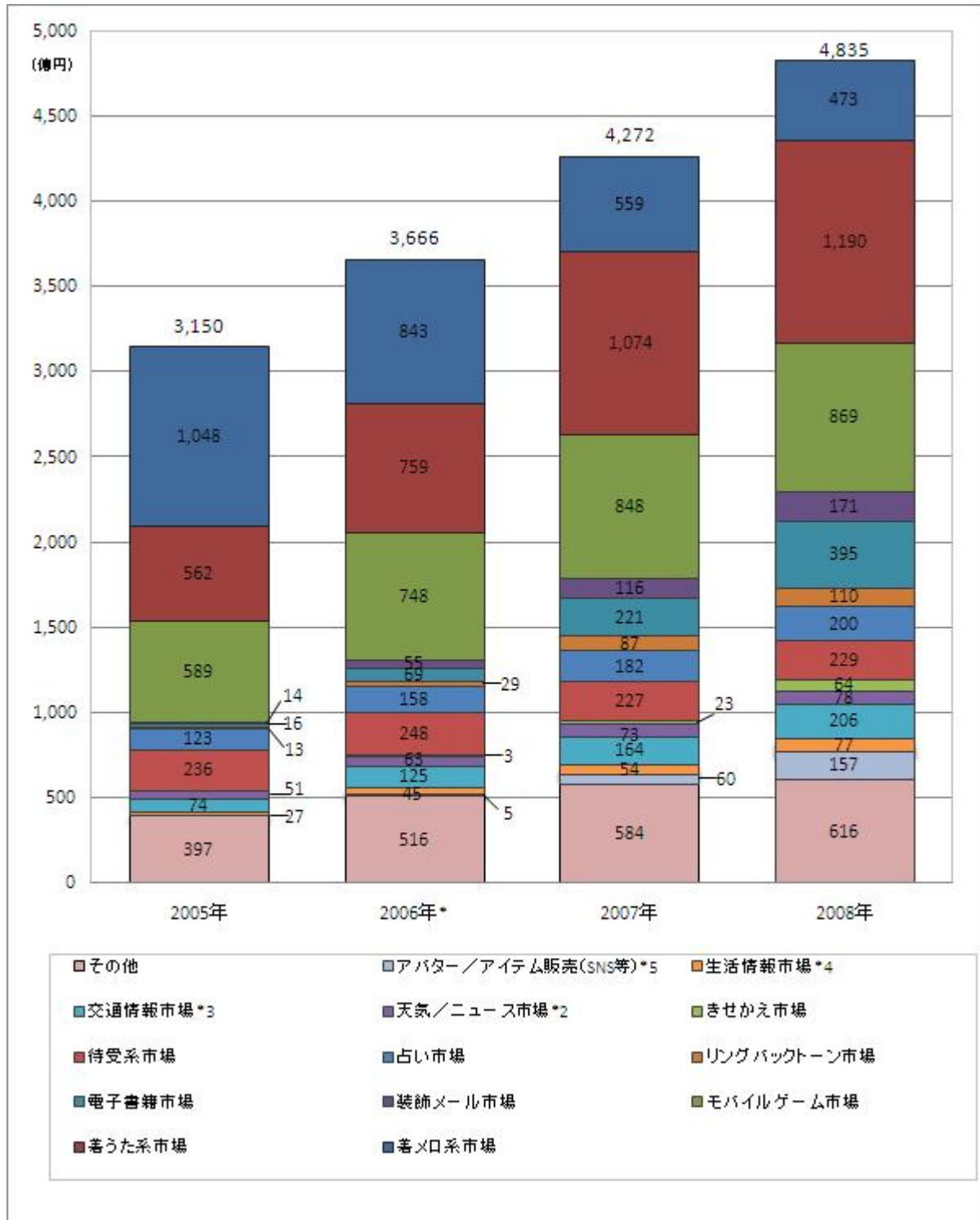
\*2 天気/ニュース市場=天気情報、時事、金融、芸能などのニュース情報

\*3 交通情報市場=ナビゲーション/地図情報、乗り換え駅の検索などの交通情報

\*4 生活情報市場=辞書、学習、健康情報等

\*5 アバター/アイテム販売(SNS等)=SNS等の課金。アバターは、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、アイテムはSNSのゲームサイト等で購入可能な道具類。

## 2008年モバイルコンテンツ市場



携帯電話でデジタルコンテンツを有料配信する「モバイルコンテンツ市場」の2008年の市場規模は、対前年比113%の4,835億円となっております。

2008年は「着うた市場」「着うたフル市場」を合わせた「着うた系市場」が1,190億円市場となり、モバイルコンテンツ市場の中では2007年に引き続き最大規模の市場となっております。また、2番目に大きい「モバイルゲーム市場」は、伸び率は落ち着いてきたものの、増加傾向にあります。「モバイルゲーム市場」では、「恋愛ゲーム」などの女性に特化したゲームやコミュニケーション機能を持たせたゲームなど従来とは違った形態のゲームが登場してきています。

その他、伸び率が大きい市場としては、「きせかえ市場」、コミックを中心に好調である「電子書籍市場」などがあります。「電子書籍市場」は395億円となり、着信音系、モバイルゲームに次ぐ市場に成長しました。この電子書籍市場が成立した背景には、3G携帯電話の契約数の増加とパケット定額制の普及により、データ量の多い電子書籍・コミックでも手軽な料金で楽しめるようになってきたことがあります。

今回は、新たに実用系の市場として「天気／ニュース市場」「交通情報市場」「生活情報市場」の3つの分野と、SNSを中心に利用されている「アバター／アイテム販売（SNS等）」を追加で調査いたしました。

モバイルコンテンツサービス開始当初から利用されていた実用系の情報コンテンツは順調に利用が進んでおり、特にナビゲーションや地図情報、乗り換え駅の検索などの「交通情報市場」は2008年には前年比126%の206億円となりました。また、天気情報、時事、金融、芸能ニュースなどの情報の「天気／ニュース市場」は2008年に78億円に、辞書、学習、健康情報などの「生活情報市場」は77億円となっております。

また、2006年から携帯で盛んに利用されるようになった、コミュニケーションサイトなどで用いられているキャラクターや、ゲームサイト等で購入可能な道具類の「アバター／アイテム販売（SNS等）」は利用が急増しており2008年には対前年比262%の157億円となっております。今後も、この市場については成長が見込まれております。これまでのモバイルコンテンツはコンテンツを端末にダウンロードする利用方法が一般的でしたが、「アバター／アイテム販売（SNS等）」では自分の分身であるアバターやアイテムを端末にダウンロードせず、該当サイトにアクセスして利用するといった新しいコンテンツの楽しみ方で人気を集めています。

この他、昨年好調だった「装飾メール市場」も昨年に引き続き増加しており、前年比147%の171億円、メニュー画面のアイコンなどがカスタマイズできる「きせかえ市場」も前年比278%の64億円と、コンテンツ市場のなかでは最大の伸び率となり、好調が続いています。また、「占い市場」も堅調に推移しており、対前年比110%の200億円となっております。

## 2008年モバイルコマース市場は、8,689億円

「物販系」は、3,770億円

「サービス系」は、3,497億円

「トランザクション系」は、1,422億円

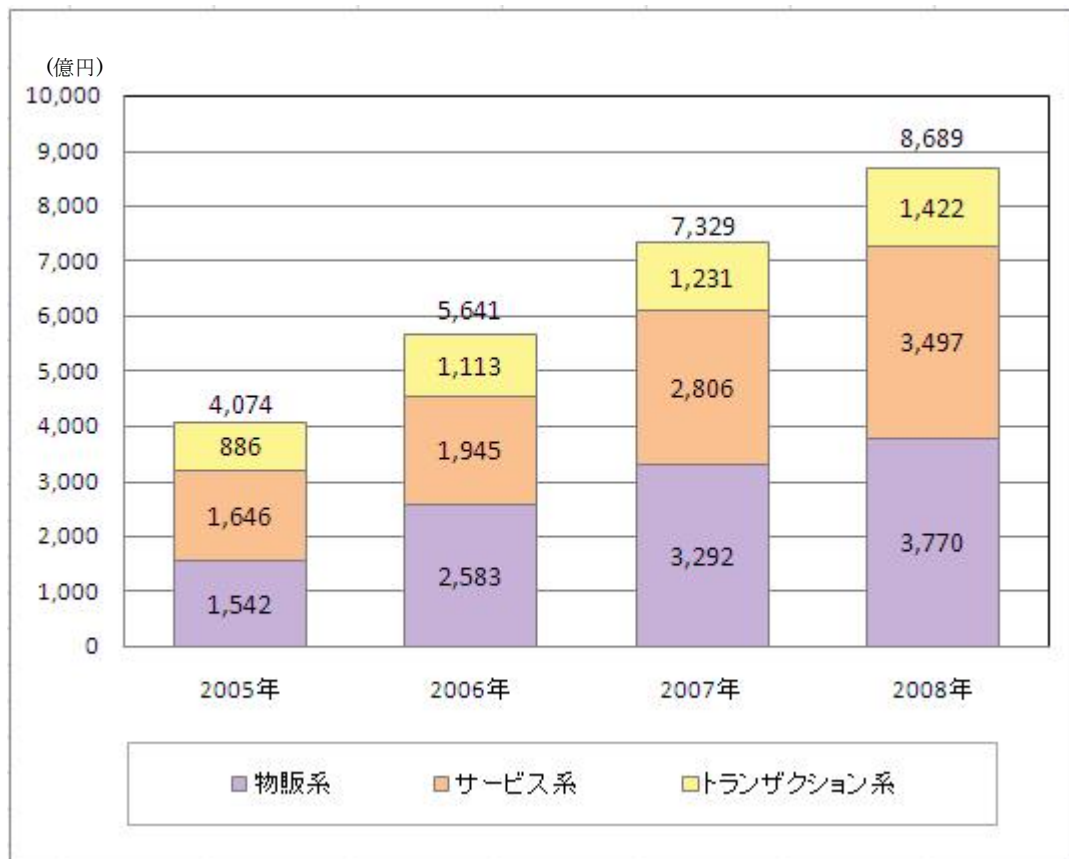
(単位：億円)

	2005年	2006年	2007年	対前年比	2008年	対前年比
物販系	1,542	2,583	3,292	127%	3,770	115%
サービス系*	1,646	1,945	2,806	144%	3,497	125%
トランザクション系	886	1,113	1,231	111%	1,422	116%
モバイルコマース市場合計	4,074	5,641	7,329	130%	8,689	119%

総務省発表資料 「2008年 モバイルコンテンツの産業構造実態に関する調査結果」

\*モバイル・コンテンツ・フォーラム調査

\*本年、調査対象が広がったのに応じて、2006年、2007年の市場規模も修正



「モバイルコマース市場」は、「物販系」（モバイル通販）、「サービス系」（興行チケット、旅行チケット、航空チケット、鉄道チケット）、「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、公営競技手数料）の3分野に分類しております。3分野あわせた「モバイルコマース市場」は、対前年比 119%の 8,689 億円となりました。

商品を携帯電話から購入する「物販系」は、対前年比 115%の 3,770 億円となりました。これまでと同じく消費者の中心は若者で、この世代においては、店舗やPCなどの購入手段と同様に選択肢の一つとして携帯電話も一般的な購入手段になってきています。人気を集めている商品ジャンルはファッション、美容系、健康食品など従来からの売れ筋に加え、低価格の家電なども人気を集め、リアル店舗を持つ家電やアパレルなど専門店も市場に参入し始めてきております。

携帯電話での興行チケットや交通チケットの購入を含んだ「サービス系」に関しては、前年比 125%の 3,497 億円となりました。予約購入、改札、チェックインができる方法として、特に交通系の市場が増加しているとみられます。

証券取引、公営競技、オークションなどの手数料を集計した「トランザクション系」は、業界全体の売上の伸び悩みに引きずられる形となった証券系が多少影響しているものの、全体でみた場合のモバイル比率は確実に増加傾向にあり、今後も利用は伸びていくものと考えられます。

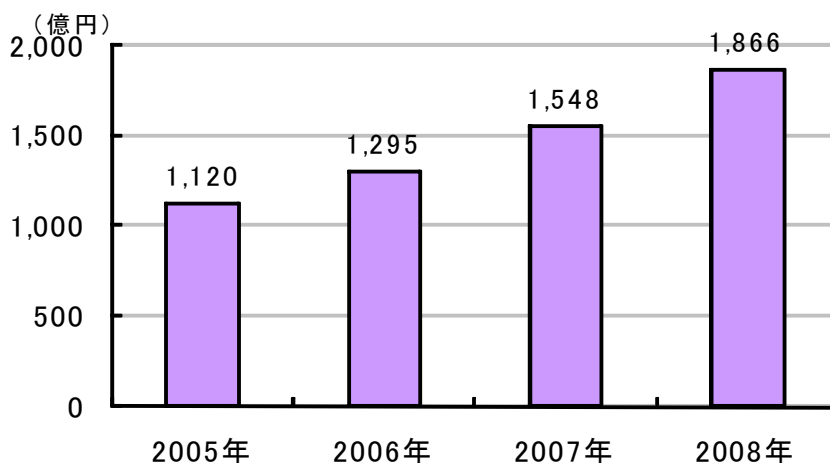
(参考) モバイルオークション流通総額

※モバイルコマース市場のうちトランザクション系として扱われている「オークション市場」は流通総額ではなく手数料を市場規模に採用している。

(単位：億円)

	2005年	2006年	2007年	2008年	対前年比(%)
<b>モバイルオークション流通総額</b>	<b>1,120</b>	<b>1,295</b>	<b>1,548</b>	<b>1,866</b>	<b>120.5</b>

総務省発表 (モバイル・コンテンツ・フォーラム調査)



## ■まとめ

モバイルコンテンツ分野では、書籍、音楽 CD など既存のパッケージであったものを携帯電話経由で楽しむことのできる「着うたフル市場」、「電子書籍市場」が引き続き拡大しています。また、アバターやアイテム購入など今まで見られなかったサービスも利用が拡大しています

また、これまでエンターテインメント系に注目が集まっていたモバイルコンテンツですが、サービス開始当初から需要のあった実用系のコンテンツも順調に成長しており、ナビゲーションや交通検索などの「交通情報市場」をはじめ、女性向けに特化した医療情報サービスの登場など、パーソナルな特徴を生かした実用的なサービスが広がりを見せています。常に持ち歩く携帯電話の、こうした実用的な利用シーンはこれからも継続していくものと思われま

す。その他、コンテンツ分野では今後期待されている分野のひとつには「動画」の普及が考えられています。国内だけでなく、海外での普及にも期待があり、市場はさらに活性化していくものと考えられます。

モバイルコマース市場では、物販を注文するネットワーク端末としての認識がすすみ、リアル、バーチャルを問わず、購入を検討する際の窓口の一つとして定着してきました。この理由として、2008年9月の金融ショック以降、「より安くお得に買い物をしたい」という消費者にとって、リアル店舗、PC、携帯電話などデバイスの違いへのこだわりがなくなっているのではと予測されます。

シチュエーションに合わせて決済手段、交通チケット等を利用するリアル行動端末への利用は、拡大を続けており、「サービス系市場」「トランザクション系市場」とともに違和感なく利用され市場も拡大傾向が続くものと思われま

す。今後は、これまでのような端末の普及拡大による市場規模の増大は落ち着いてくるものと思われま

す。しかし、LTE や WiMAX、XGP のような次世代高速通信と呼ばれるネットワークや iPhone に代表されるようなスマートフォンの登場によって、ネットワーク環境や端末の変化が生じることによって、新たな市場でのモバイルコンテンツが誕生してくるものと考えられます。

### ◆一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム（略称：MCF）

モバイルコンテンツ環境の活性化のため、キャリア、メーカー、コンテンツプロバイダー等の企業が参加して 1999 年に設立された業界団体である。2009 年 4 月に一般社団法人化し、現在の会員はコンテンツプロバイダーを中心に 280 社である。 <http://www.mcf.to/>

本リリースに関するお問い合わせ先

■一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム

■ご連絡担当者 岸原孝昌、越賀真紀

東京都渋谷区東 3-22-8 サワダビル4F 〒150-0011

Tel:03-5468-5091 Fax:03-5468-1237

E-mail:[info@mcf.to](mailto:info@mcf.to) URL:<http://www.mcf.to/>

■電話での連絡可能時間帯 10:00～19:00