

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

2011年モバイルコンテンツ関連市場の合計は、1兆9,061億円

モバイルコンテンツ市場は、7,345億円

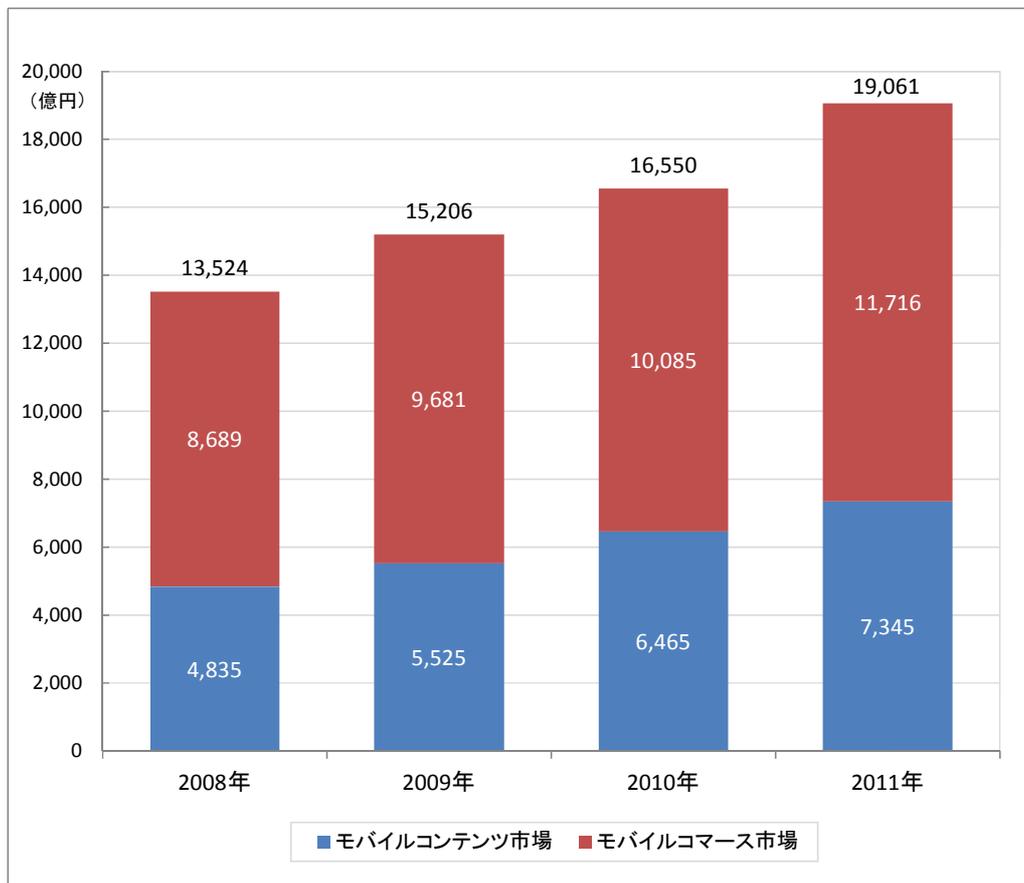
モバイルコマース市場は、1兆1,716億円

(単位：億円)

市場カテゴリー	2008年	2009年	2010年	対前年比	2011年	対前年比
モバイルコンテンツ市場	4,835	5,525	6,465	117%	7,345	114%
モバイルコマース市場	8,689	9,681	10,085	104%	11,716	116%
モバイルコンテンツ関連市場	13,524	15,206	16,550	109%	19,061	115%

総務省発表資料 「2011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」

一般社団法人モバイル・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2011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。2011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115%の1兆9,061億円となりました。また、今回の調査から「モバイルコンテンツ市場」に関連して、スマートフォン市場についても調査しております。

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2012年6月末で1億2,577万契約、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1億345万契約、第3世代(3G)携帯は1億2,577万契約となっています。コムスコア社「モビレンズ」データによるとOSごとのユーザー数は2010年12月時点ではiPhoneが378万ユーザー、Androidが217万ユーザーだったのに対し、2011年12月時点で、iPhoneが674万ユーザーで約1.8倍、Androidが1,146万ユーザーで約5.3倍と、スマートフォンユーザーが急拡大しており、特にAndroidユーザーが増加しております。

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。

2011年モバイルコンテンツ市場は、7,345億円

フィーチャーフォン市場は6,539億円、スマートフォン市場は806億円

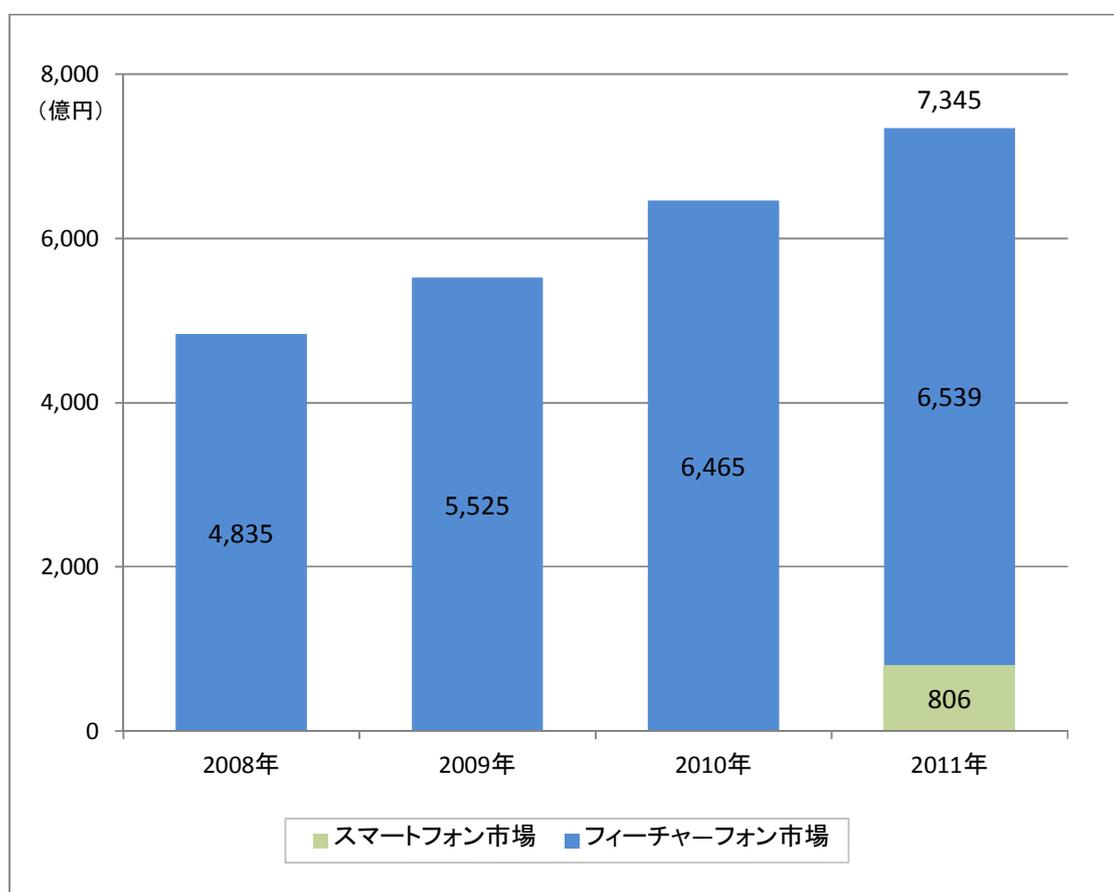
(単位：億円)

	2008年	2009年	2010年	対前年比	2011年	対前年比
フィーチャーフォン市場 *1	4,835	5,525	6,465	117%	6,539	101%
スマートフォン市場 *2*3	(12)	(35)	(123)	(351%)	806	(655%)
モバイルコンテンツ市場	4,835	5,525	6,465	117%	7,345	114%

注：スマートフォン市場の2011年以前の数値は参考値なので、市場規模には含まれない。

総務省発表資料 「2011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」

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調査



*1 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

*2 スマートフォン市場はインターネット接続可能な端末であり、オープン環境下でのOSを搭載し、ブラウザ機能等を用いて汎用的な利用ができる端末上でのアプリ利用、取引を行った市場。汎用的利用には、ゲーム機などインターネット接続は可能ではあるが、ゲームタイトルのみをダウンロードする専用端末の市場は含まれない。また、持ち運び可能なモバイル利用を前提としたものに限定する（ノートPCは含めない）。

*3 スマートフォンとはオープンな環境下で利用されるiOS、Android、Windows等の端末。

2011年フィーチャーフォン市場の内訳

「ソーシャルゲーム等市場」は2,078億円

「着メロ系市場」287億円、「着うた系市場」942億円、「リングバックトーン市場」118億円

「動画専門市場」176億円、「生活情報市場」168億円「天気/ニュース市場」140億円

(単位：億円)

	2008年	2009年	2010年	対前年比	2011年	対前年比
着メロ系市場	473	402	335	83%	287	86%
着うた系市場	1,190	1,201	1,133	94%	942	83%
(内訳)着うた市場	483	432	369	85%	300	81%
(内訳)着うたフル市場	707	769	764	99%	642	84%
モバイルゲーム市場	869	884	822	93%	570	69%
装飾メール系	171	228	243	107%	213	88%
電子書籍市場	395	500	516	103%	489	95%
リングバックトーン市場	110	115	130	113%	118	91%
占い市場	200	191	185	97%	180	97%
待受系市場	229	226	214	95%	172	80%
きせかえ市場	64	99	117	118%	103	88%
天気/ニュース市場 *1	78	97	127	131%	140	110%
交通情報市場 *2	206	241	267	111%	217	81%
生活情報市場 *3	77	121	170	140%	168	99%
ソーシャルゲーム等市場 *4	157	447	1,389	311%	2,078	150%
動画専門市場 *5	62	112	162	145%	176	109%
芸能・エンタテインメント系市場 *6	201	241	242	100%	242	100%
メディア・情報系市場 *7	66	66	62	94%	54	87%
その他	287	354	351	99%	390	111%
フィーチャーフォン市場合計	4,835	5,525	6,465	117%	6,539	101%

総務省発表資料 「2011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」

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調査

*1 天気/ニュース市場＝天気情報、時事、金融などのニュース

*2 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

*3 生活情報市場＝辞書、学習、健康情報等

*4 ソーシャルゲーム等市場＝2011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。SNS等の課金、アバター、アイテム等購入可能な道具類を含む。

*5 動画専門市場＝動画コンテンツを専門に提供するサイト

*6 芸能・エンタテインメント系市場＝芸能プロダクション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

*7 メディア・情報系市場＝テレビ局やラジオ局、出版社などが運営している番組情報、雑誌情報など

2011年の「モバイルコンテンツ市場」の市場規模は対前年比114%の7,345億円となっております。調査対象としてはフィーチャーフォン（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）の売上と、今年からスマートフォンの売り上げも対象としております。スマートフォン市場をインターネット接続可能な端末であり、オープン環境下でのOSを搭載し、ブラウザ機能等を用いて汎用的な利用ができる端末上でのアプリ利用、取引を行った市場として位置づけております。そのうち、「フィーチャーフォン市場」は対前年比101%の6,539億円、「スマートフォン市場」*は806億円となりました。参考値ですが、昨年の123億円と比べて対前年比655%と急拡大しております。

コンテンツの内訳をみると、これまで「フィーチャーフォン市場」では「ソーシャルゲーム等市場」**以外のジャンルでは、概ね減少に転じており、最大の市場だった「着うた市場」「着うたフル市場」を合わせた着信音系市場は942億円（前年比83%）と、昨年に続いて減少を続けています。「天気・ニュース市場」「動画専門市場」「芸能・エンタテインメント系市場」のみ横ばいとなっております。

一方、2011年も「ソーシャルゲーム等市場」**は拡大を続けており、フィーチャーフォンとスマートフォンあわせた「ソーシャルゲーム等市場」は、2,559億円と最大の市場となっております。

*ゲーム機などのインターネット接続は可能ではあるが、ゲームタイトルのみをダウンロードする専用端末の市場は含めない。

また、持ち運び可能なモバイル利用を前提としたものに限定（ノートPCは含めない）。

**2012年に「アバター／アイテム販売（SNS等）」から名称を変更

2011年スマートフォン市場の内訳

スマートフォン市場規模 806 億円

●課金方法による内訳



●コンテンツ分野による内訳



総務省発表資料 「2011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」

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調査

*1 月額課金：月単位の定額課金によって、契約範囲内のアプリ／サービスが利用できる課金手法

*2 追加課金：アプリ等のダウンロード等は無料で、アイテムなどを追加で課金する手法

*3 ダウンロード課金：アプリ等のコンテンツをダウンロードする際に料金を徴収する課金手法

今回からスマートフォンにおけるモバイルコンテンツ市場の算出を行い市場規模は806億円となりました。このうち課金方法による内訳としては、月額課金が206億円（構成比25.6%）、追加課金が470億円（同比58.3%）、ダウンロード課金130億円（同比16.1%）となっています。

市場の半数以上を占めるのは追加課金ですが、この市場の多くはSNS等でのソーシャルゲームとなります。フィーチャーフォンにおいてソーシャルゲーム等市場は2,078億円、市場全体の31.8%でしたが、スマートフォンでは481億円、市場全体の59.7%となっており、モバイルコンテンツ市場としてはスマートフォンへの移行によりソーシャルゲームへの依存が益々高まっております。

モバイルコンテンツ市場 (スマートフォン+フィーチャーフォン)
におけるソーシャルゲーム等市場の推移

2011年「ソーシャルゲーム等市場 (スマートフォン+フィーチャーフォン)」

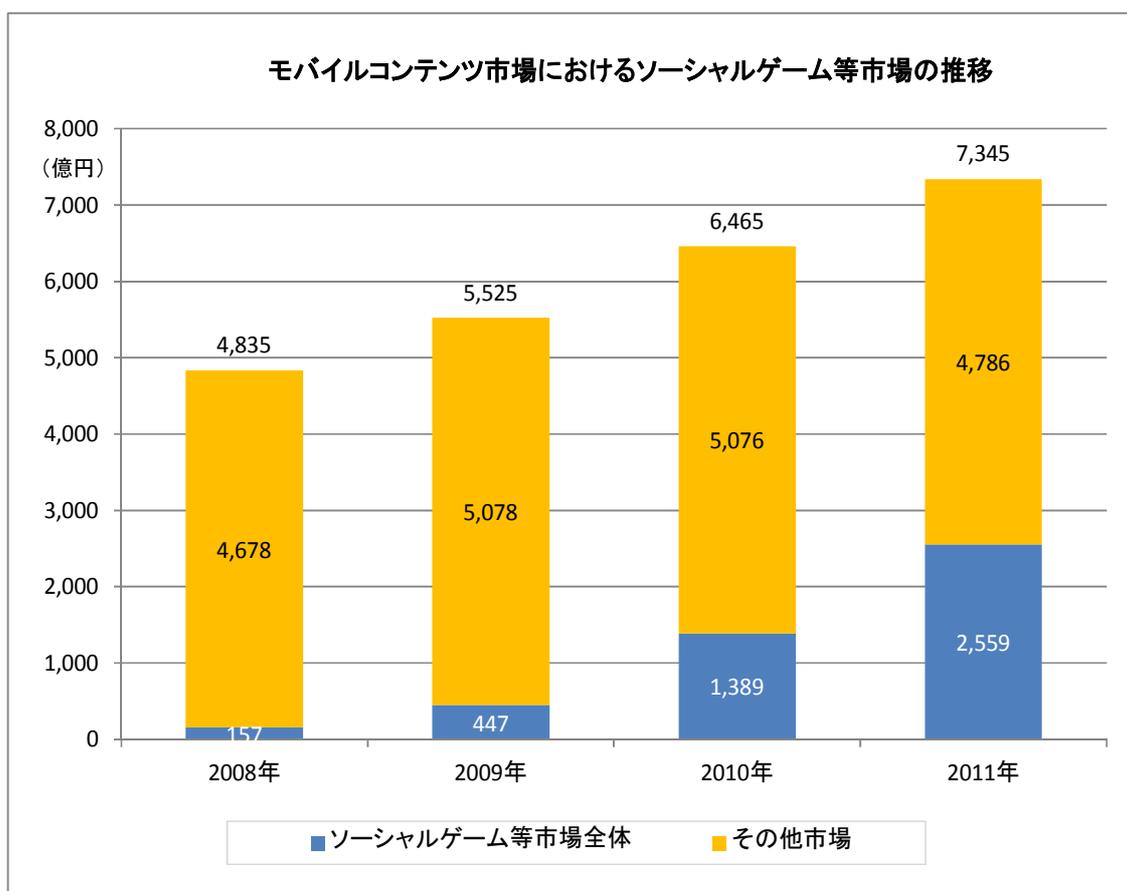
は 2,559 億円

(単位：億円)

	2008年	2009年	2010年	対前年比	2011年	対前年比
ソーシャルゲーム等市場	157	447	1,389	311%	2,559	184%
その他	4,678	5,078	5,076	100%	4,786	94%
モバイルコンテンツ市場	4,835	5,525	6,465	117%	7,345	114%

総務省発表資料 「2011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」

一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調査



2011年モバイルコマース市場は、1兆1,716億円

「物販系」は、5,839億円

「サービス系」は、4,249億円

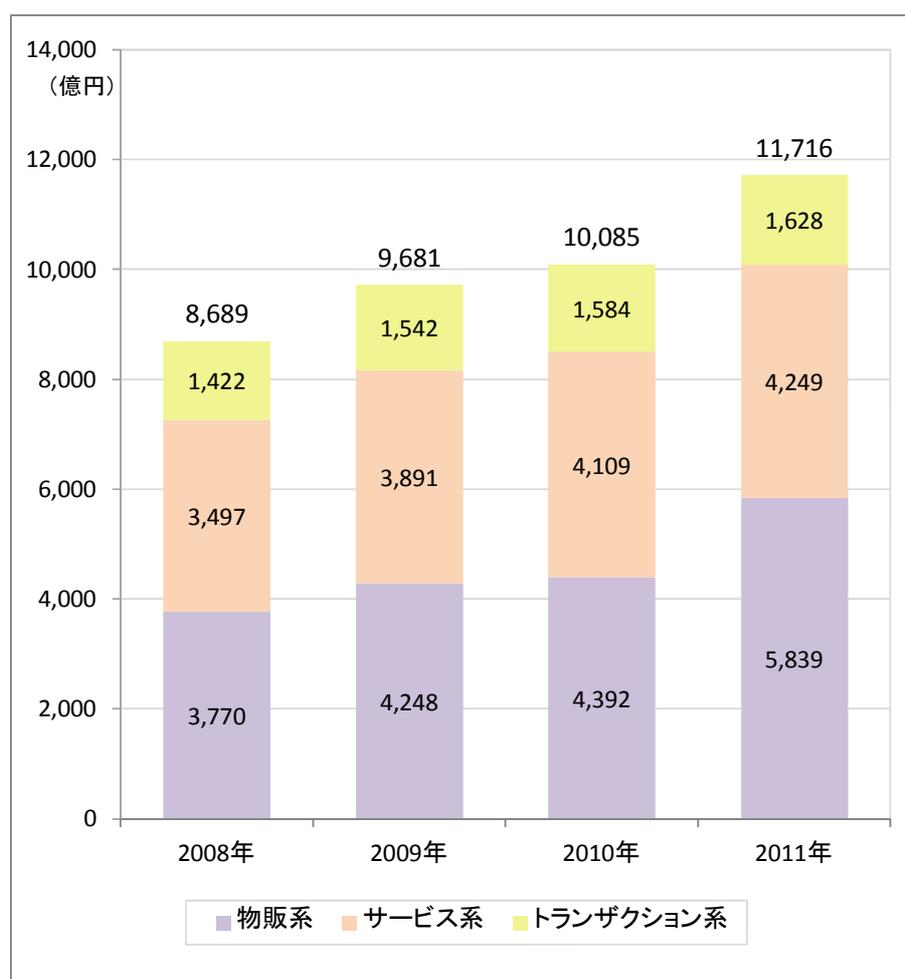
「トランザクション系」は、1,628億円

(単位：億円)

	2008年	2009年	2010年	前年比	2011年	前年比
物販系	3,770	4,248	4,392	103%	5,839	133%
サービス系	3,497	3,891	4,109	106%	4,249	103%
トランザクション系	1,422	1,542	1,584	103%	1,628	103%
モバイルコマース市場合計	8,689	9,681	10,085	104%	11,716	116%

総務省発表資料 「2011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」

*一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調査



「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 116%の 1 兆 1,716 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、前年比 133%の 5,839 億円となりました。スマートフォンやタブレットというこれまでの携帯電話の利便性と画面が大きく、商品を比較検討しやすいという特性をもった端末の普及で、通販市場の活性化が進んでおります。

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 103%の 4,249 億円となりました。2011 年、伸び率は鈍化傾向にあるものの、今後「おサイフケータイ」として普及している NFC 等の非接触 IC が搭載されるスマートフォン端末が増えることで、サービス系市場は拡大していくと予想されます。

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、前年比 103%の 1,628 億円となりました。証券市場では、手数料の低価格化が進んでおり、市場としては昨年からはほぼ横ばい傾向にあります。また、公営競技市場においては、モバイル経由の取引が定着し、伸び率は落ち着きを見せ始めております。

モバイルコマース市場では、フィーチャーフォンとスマートフォンを合計した市場となっております。

■まとめ

2011 年のモバイルコンテンツ市場は、スマートフォン普及の影響を大きく受けております。フィーチャーフォンでは、多くのコンテンツカテゴリーで市場が縮小しており、スマートフォンでも利用者増による拡大が思うように進んでおりません。一方で、ソーシャルゲーム等市場は、フィーチャーフォン及びスマートフォン両方で市場規模を拡大しており、特にスマートフォンでは市場の過半数を超えるという顕著な傾向を示しております。

これらの市場に変化をもたらした要因としては次のようなことが考えられます。

①スマートフォン移行での月額課金での会員の減少

これまでフィーチャーフォンでは月額課金による会員制が主なビジネスモデルでした。

フィーチャーフォンでは、機種変更されてもサイトの会員は引き継がれましたが、スマートフォンへの移行では、サイトの会員は引き継ぐことができないため多くが自動解約となり、会員の減少によって市場が縮小することとなりました。

しかしながら 2011 年後半から携帯電話会社によって、フィーチャーフォンからスマートフォン（Android 端末）へコンテンツの会員を引き継ぐ対応策が提供されつつあり市場の急低下に多少なりとも歯止めがかかるものと考えられます。

②無料コンテンツ利用の増加

スマートフォンは PC ライクな利用環境が用意されており、無料で利用できるコンテンツが多く存在しており、PC と同様の使い方としてコンテンツは無料で利用するといった感覚を持つユーザーが多くなっています。

そういった環境でも無料を前提としたフリーミアムモデルでの課金手法は相性が良くスマートフォンにおいても売り上げが伸びている理由となっております。

③ポータルからコンテンツへの導線の複雑化

これまでのフィーチャーフォンにおいては、携帯電話会社のポータルから公式サイトコンテンツへの誘導が行われ、ユーザー側は簡便にコンテンツを利用していました。しかし、スマートフォン上では、OS ベンダー、レビューサイト、携帯電話会社等、多数の導線が存在し、操作方法も差異が大きいためリテラシーの低いユーザーにとっては、コンテンツ利用への阻害要因となっています。

④スマートフォンでのコンテンツ配信における阻害要因

スマートフォン環境、主に Android 端末では、OS 及び各事業者から発売された端末間のフラグメンテーションが大きく、アプリ配信事業者にとって、制作負担の増加と不具合によるユーザーからのクレーム増加によって市場拡大の阻害要因の一つとなっています。

また、フィーチャーフォンと比較して DRM が未整備な部分もあり、権利者からの許諾が進まず、これまでのフィーチャーフォンのようにキャラクターや他のコンテンツ分野で人気を誇ったゲームなどを十分に提供することができていない現状があります。

一方で、スマートフォン環境でもフリーミアム型のモデルによって成長しているソーシャルゲーム等市場は対前年比 184%と急成長を維持しております。新たなモデルが直面する日本社会特有の軋轢等も発生しておりますが、今後社会的な環境整備が進むことによって、急速に進化しているデータマイニング等のマーケティング手法、効率性と多様性を実現するゲーム配信テクノロジーなどの世界最先端の開発能力が更なる成長要因となり市場を牽引していくことになると考えられます。

一方、モバイルコマース市場では、オープン環境によるスマートフォン普及が市場拡大要因となっております。画面がフィーチャーフォンより大きく PC ライクな表現力を持っているにも関わらず、場所を選ばずにアクセスできる利便性をもったスマートフォンの普及はモバイルコマース市場に新たな活力をもたらしているようです。さらに今後、海外で普及が進むタブレット型端末の普及如何によっては、更に利用が進むものと思われれます。

これまで、当調査では日本市場での市場規模を調査してきておりますが、グローバルなオープン OS であるスマートフォンの普及によって、海外市場の急拡大が想定されており、日本のコンテンツ配信事業者も海外での配信を強化しつつあります。今後は、海外での成功の可否がモバイルコンテンツ関連市場に大きな影響を与えることが想定されます。

◆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活性化のため、モバイルコンテンツ配信事業に関連する企業が参加する業界団体です。モバイルコンテンツ関連産業の健全な発展のため、消費者や関係団体等と円滑な関係を構築し社会との共存共栄を目指して、業界及び会員の活動をサポートしていくことをミッションとして活動しております。会員数はコンテンツプロバイダーを中心に 212 社（2012 年 7 月現在）

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

■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 URL:<http://www.mcf.to/>

■電話での連絡可能時間帯 10:00~19:00