

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

**2012年モバイルコンテンツ関連市場の合計は2兆3,507億円**

**モバイルコンテンツ市場は8,510億円**

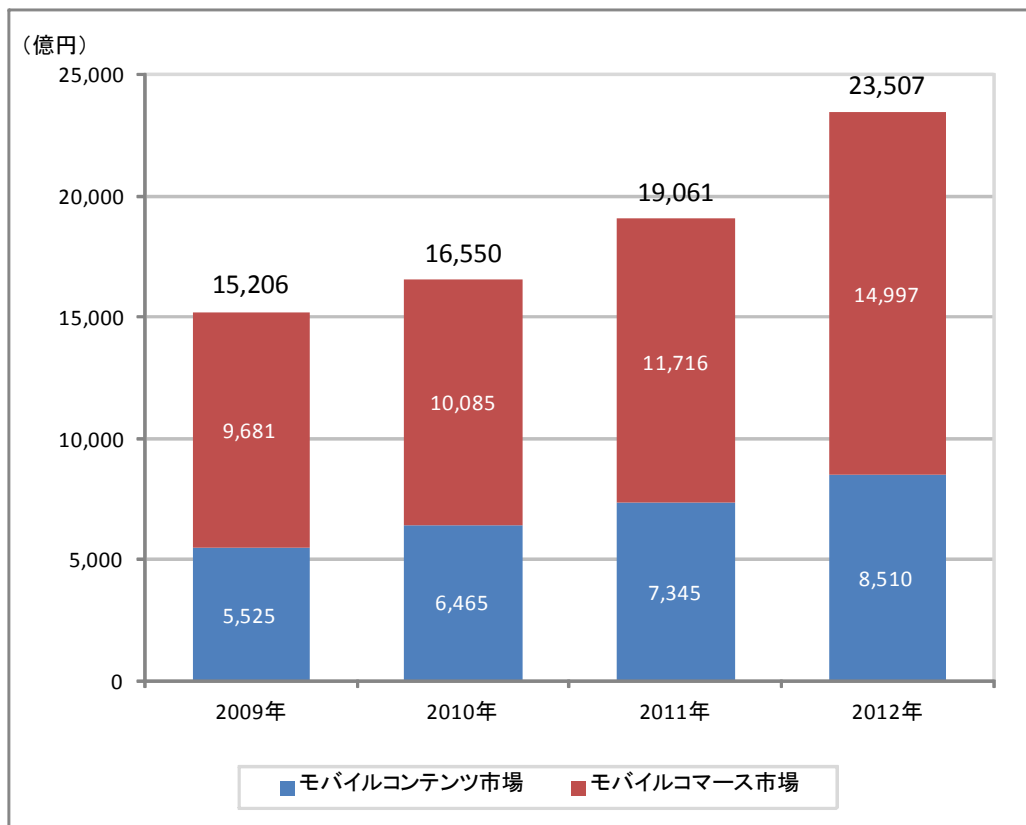
**モバイルコマース市場は1兆4,997億円**

(単位：億円)

市場カテゴリー	2009年	2010年	2011年	対前年比	2012年	対前年比
モバイルコンテンツ市場	5,525	6,465	7,345	114%	8,510	116%
モバイルコマース市場	9,681	10,085	11,716	116%	14,997	128%
モバイルコンテンツ関連市場	15,206	16,550	19,061	115%	23,507	123%

総務省発表資料 「2012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2012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、ゲーム系、音楽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。2012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123%の2兆3,507億円となりました。尚なお、「モバイルコンテンツ市場」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しています。

一般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12月末で1億2,913万契約となっています。このうち、スマートフォンに関してはコムスコア社「モビレンズ」データによると2011年12月時点で、iPhoneが674万ユーザー、Androidが1,147万ユーザーであったのに対し、2012年12月時点ではiPhoneが1,017万ユーザーで約1.5倍、Androidが1,949万ユーザーで約1.7倍とスマートフォンユーザーが引き続き拡大しております。

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。

## 2012年モバイルコンテンツ市場は8,510億円

フィーチャーフォン市場は4,793億円、スマートフォン等市場は3,717億円

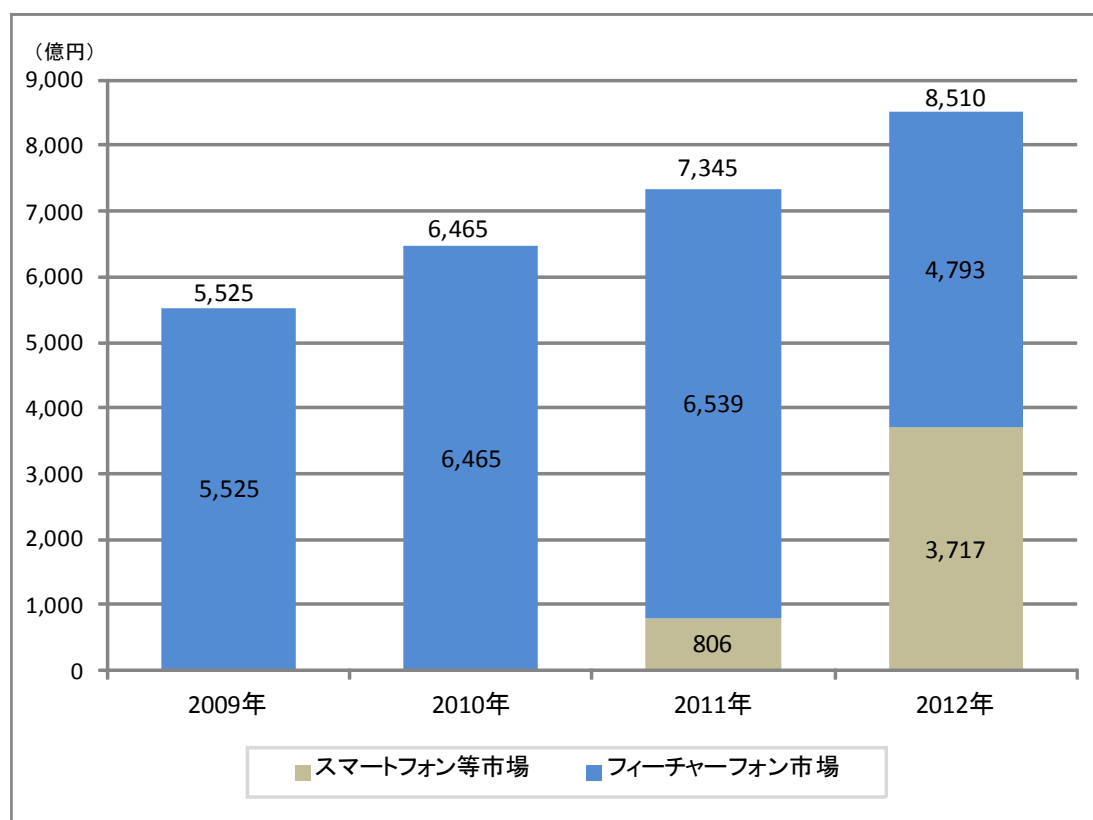
(単位：億円)

	2009年	2010年	2011年	対前年比	2012年	対前年比
フィーチャーフォン市場 *1	5,525	6,465	6,539	101%	4,793	73%
スマートフォン等市場 *2	(35)	(123)	806	(655%)	3,717	461%
モバイルコンテンツ市場	5,525	6,465	7,345	114%	8,510	116%

注：スマートフォン等市場の2010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 「2012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 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。

\*2 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。

## 2012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1,888億円  
 「着メロ系市場」200億円、「着うた系市場」554億円、  
 「動画専門市場」93億円、「電子書籍市場」320億円、  
 「天気/ニュース市場」120億円

(単位：億円)

	2009年	2010年	2011年	対前年比	2012年	対前年比
着メロ系市場	402	335	287	86%	200	70%
着うた系市場	1,201	1,133	942	83%	554	59%
（内訳）着うた市場	433	369	300	81%	176	59%
（内訳）着うたフル市場	769	764	642	84%	378	59%
モバイルゲーム市場	884	822	570	69%	398	70%
装飾メール系市場	228	243	213	88%	128	60%
電子書籍市場	500	516	489	95%	320	65%
リングバクトーン市場	115	130	118	91%	94	80%
占い市場	191	185	180	97%	122	68%
待受系市場	226	214	172	80%	108	63%
きせかえ市場	99	117	103	88%	54	52%
天気/ニュース市場 *1	97	127	140	110%	120	86%
交通情報市場 *2	241	267	217	81%	160	74%
生活情報市場 *3	121	170	168	99%	159	95%
ソーシャルゲーム等市場 *4	447	1,389	2,078	150%	1,888	91%
動画専門市場 *5	112	162	176	109%	93	53%
芸能・エンタテインメント系市場 *6	241	242	242	100%	103	43%
メディア・情報系市場 *7	66	62	54	87%	37	69%
その他	354	351	390	111%	255	65%
フィーチャーフォン市場合計	5,525	6,465	6,593	102%	4,793	73%

総務省発表資料 「2012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

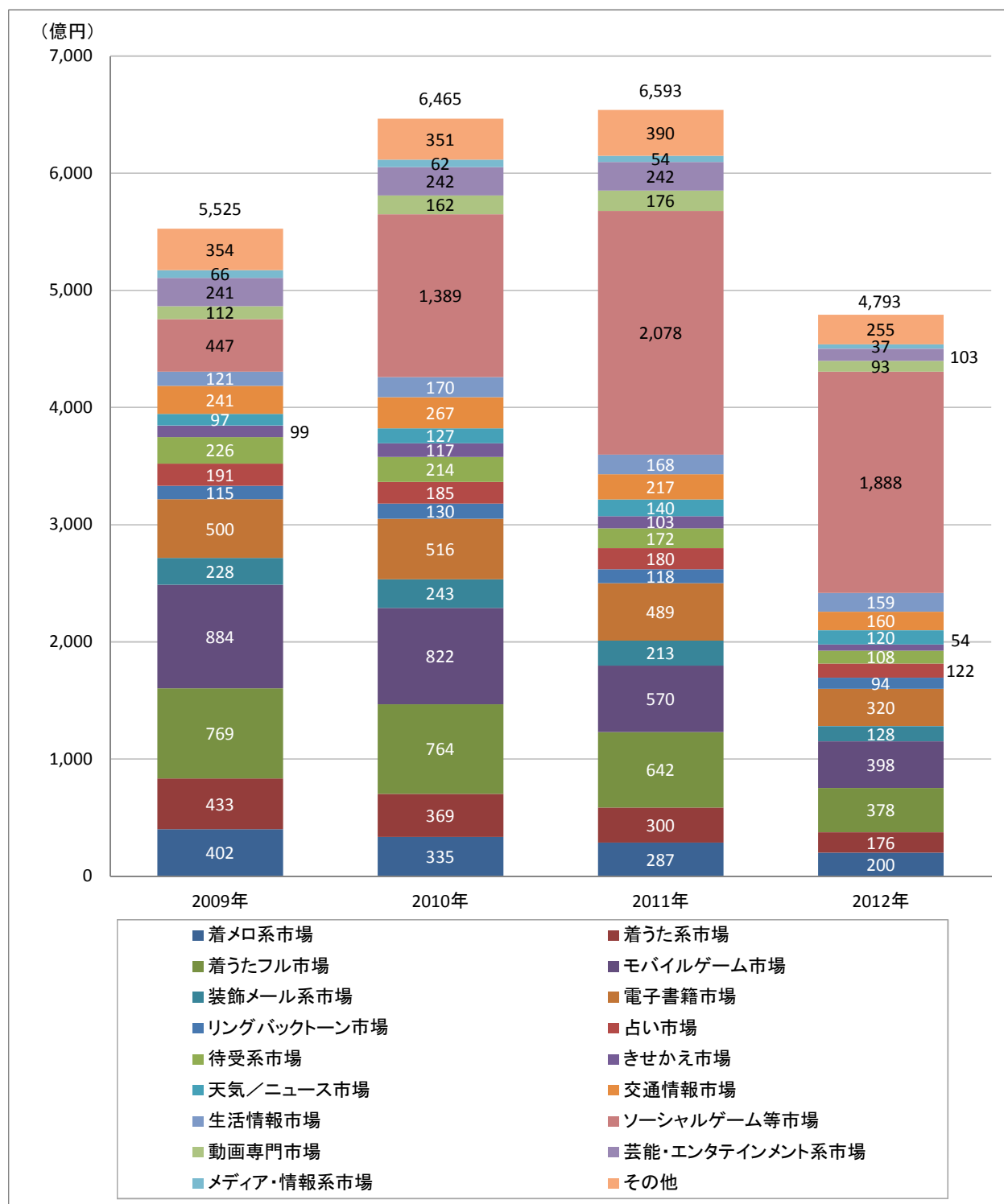
\*4 ソーシャルゲーム等市場＝2011年に「アバター/アイテム販売（SNS等）」から「ソーシャルゲーム等市場」へ名称変更。SNS等の課金、アバター、アイテム等購入可能な道具類を含む。

\*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

## フィーチャーフォン市場



## 2012年スマートフォン等市場の内訳

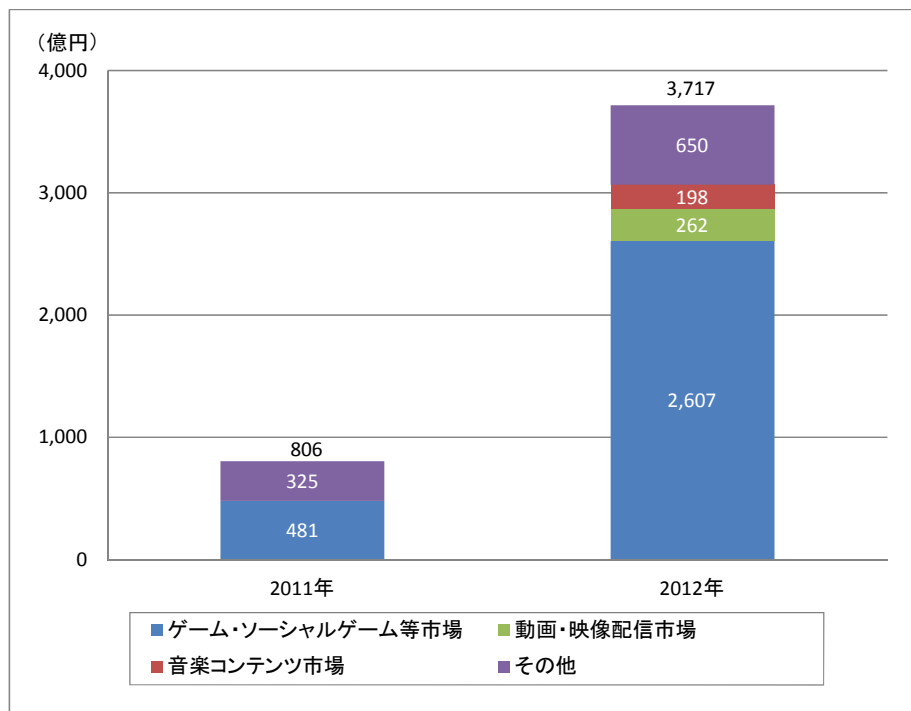
「ゲーム・ソーシャルゲーム等市場」は2,607億円  
 「動画・映像配信市場」262億円、「音楽コンテンツ市場」198億円

(単位：億円)

	2011年	2012年	対前年比
ゲーム・ソーシャルゲーム等市場 *1	481	2,607	542%
動画・映像配信市場 *2	-	262	-
音楽コンテンツ市場 *3	-	198	-
その他	325	650	-
スマートフォン等市場合計	806	3,717	461%

総務省発表資料 「2012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 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。

\*2 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。

\*3 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

2012年の「モバイルコンテンツ市場」の市場規模は対前年比116%の8,510億円となっております。市場規模としては、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である「フィーチャーフォン市場」と、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である「スマートフォン等市場」にわけて算出しております。

このうち、「フィーチャーフォン市場」は対前年比73%の4,793億円と急激に市場が縮小しています。一方で、「スマートフォン等市場」は対前年比461%の3,717億円と急成長しております。

コンテンツの内訳をみると、「フィーチャーフォン市場」では全てのジャンルで減少傾向を示しています。2011年に前年比150%と成長していた「ソーシャルゲーム等市場」も2012年に入り、対前年比91%と縮小に転じております。一方で、「スマートフォン等市場」では、「ゲーム・ソーシャルゲーム等市場」が市場の70%を占めており、対前年比542%の2,607億円となっております。また、今年から新たに追加したカテゴリーの市場規模としては、「動画・映像配信市場」が262億円、「音楽コンテンツ市場」が198億円となっております。

## 2012年モバイルコマース市場は1兆4,997億円

「物販系」6,878億円

「サービス系」6,281億円

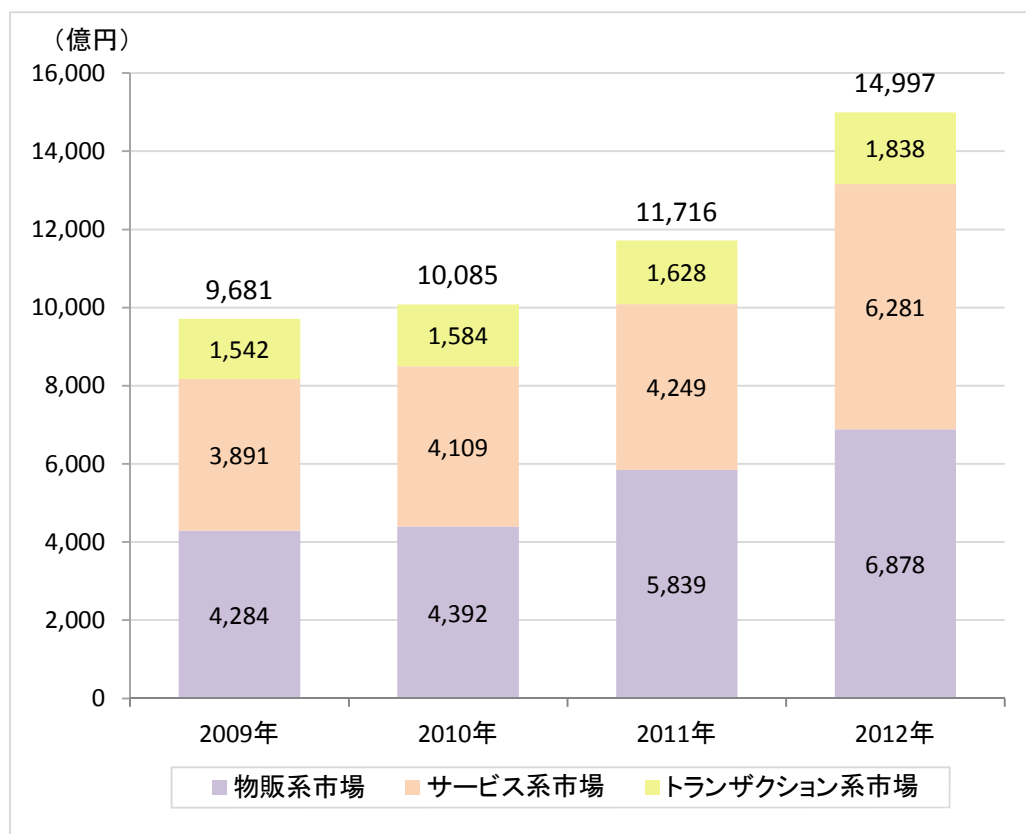
「トランザクション系」1,838億円

(単位：億円)

	2009年	2010年	2011年	対前年比	2012年	対前年比
物販系	4,284	4,392	5,839	133%	6,878	118%
サービス系	3,891	4,109	4,249	103%	6,281	148%
トランザクション系	1,542	1,584	1,628	103%	1,838	113%
モバイルコマース市場合計	9,681	10,085	11,716	116%	14,997	128%

総務省発表資料 「2012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)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128%の1兆4,997億円となりました。



商品を購入する「物販系市場」は、対前年比 118%の 6,878 億円となりました。「サービス系市場」に関しては、対前年比 148%の 6,281 億円となりました。「トランザクション系市場」は、対前年比 113%の 1,838 億円となりました。

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

2012 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りました。

モバイルコンテンツ市場は、プラットフォームがビジネスモデルに直接的な影響をあたえるため、スマートフォンの普及は市場にドラスティックな変化をもたらしています。これまでの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な OS 上での、多様なプラットフォームモデルへの転換が見られます。新たなプラットフォームモデルとして、以下の 4 つのモデルが市場規模に大きな影響を与えていると考えられます。

### ①OS 事業者等のマーケットをプラットフォームとするアプリモデル

このモデルでは、アプリを配信するマーケット運営事業者が、ビジネスモデルを規定しており、マーケット運営事業者が提供する課金システム（課金手数料は 30%）を利用する必要があります。アプリマーケットでの売上の大半がゲーム・ソーシャルゲームで占められています。<sup>1</sup>フィーチャーフォン時代から提供されている mobage や GREE 等のソーシャルゲームの他に、スマートフォン特有のコンテンツとして、パズドラ<sup>2</sup>を代表とするゲームアプリや LINE を代表とするコミュニケーションアプリが市場を拡大しています。

パズドラは、2012 年 2 月に iOS でリリースされた当初はほとんどプロモーションを行わず口コミでユーザーを獲得し、その後 9 月に Android 版をリリースした後、さらにテレビ CM への露出も 10 月から行ったことで、爆発的にユーザー数が拡大しました。また、コミュニケーションアプリの LINE は無料という事と、スタンプという絵文字よりも大きく意思疎通がはかりやすいコンテンツによって人気を集めています。スマートフォンに保存されている電話帳データを利用した ID マッチング機能も爆発的にユーザー数を拡大することに寄与しました。

コンテンツプロバイダーにとって、グローバルに普及している OS 事業者の提供するマーケットは、海外マーケットに事業を拡大していく上では、非常に成長性の高いプラットフォームであり、より重要性が高まってくると考えられます。

### ②キャリアがプラットフォームを提供するコンテンツ取り放題モデル

KDDI が提供する au スマートパスが開拓したモデルで、ユーザーにとっては人気アプリが月額定額で使い放題で利用することができ、あまりアプリを利用しないライトユーザーにも人気があります。コンテンツプロバイダーへはコンテンツの利用状況に応じて収益が分配され、立上げ時に KDDI が

<sup>1</sup> Distimo 社推計によると、アプリマーケットでの売上の約 87%はゲーム・ソーシャルゲームで占められている。

<sup>2</sup>ガンホー・オンライン・エンターテイメント株式会社が提供するゲームアプリ、正式名称はパズル & ドラゴンズ。

先行して収益を分配したこともあり人気アプリが多く提供されています。現在 Web コンテンツも対象として拡がっており、他のキャリアにも同様のサービスが拡大していくことで、モバイルコンテンツ市場を拡大していく事に寄与すると考えられます。但し提供されている人気アプリ全部が月額定額で利用できるため、ユーザーが取り放題モデルだけで満足すると、将来的には市場の成長を阻害することも考えられるため、付加価値のある追加サービスを従量課金で提供する等の新たな施策が期待されます。

#### ③ブラウザをプラットフォームとする Web コンテンツモデル

この分野では、SNS のソーシャルゲームが大きな市場を占めています。アプリによる展開に比べて共通ポイントによる課金やソーシャルゲーム間の高い連携性等、ソーシャル性を活かした展開に最適であり市場を拡大しています。またアプリに比べて課金手段等の自由度が高く、収益性の高いビジネスモデルを構築していくためには最適なモデルであると考えられます。但しブラウザではネイティブアプリに比べて表現力等が劣っているため、ユーザーニーズがリッチコンテンツにシフトしていくと市場拡大に大きな影響を受けることが考えられます。この分野で市場を拡大していくためには、ブラウザの機能を拡張する HTML 5 の更なる高機能化等が期待されます。

#### ④キャリア販売店を起点とした月額課金モデル

この分野の成功モデルとしては、ドコモの d ビデオとソフトバンクモバイルの UULA があげられます。いずれもエイベックスが提供している映像と音楽のコンテンツが月額定額で利用できるモデルですが、入会の多くはキャリア販売店を通しての契約であり、キャリアの課金システムと販売店というリソースを最大限に活かしたモデルとなっています。キャリアと提携できる少数の事業者が市場を独占する傾向が高く、コンテンツプロバイダーによっては優勝劣敗が明確に別れるモデルでもありません。

今後スマートフォンの普及が急速に拡大していくことが想定される中で、コンテンツプロバイダーにとっては、どのようなプラットフォームを前提として事業モデルを構築していくのか戦略的な判断が必要とされると考えられます。また中長期的な視点に立てば、第三の OS といわれる TIZEN や Firefox OS 等の HTML 5 を利用した Web アプリ環境の動向もビジネスモデルに大きな影響を与えるため、今後注視していく必要があると考えられます。

モバイルコマース市場においても前年に続き 1 兆 4,997 億円（前年比 128%）とスマートフォンの普及が市場を拡大させました。物販等の利用において、スマートフォンはフィーチャーフォンより画面が大きく PC と同等の表現力をもっている上に、携帯電話の特徴である場所を選ばず簡単に利用できることから、ユーザー層とともに利用シーンが拡がることで市場が順調に拡大しています。ユーザーからは、配送のきめ細やかさ、ポイント付与、多様な商品、低価格等の総合的なサービスが求められるようになっており、大手事業者への寡占化が進んでいます。サービス系市場、トランザクション系市場では、もともとターゲットとしていたビジネスマンがスマートフォンのコアユーザーであることと重なっているため事業者のスマートフォン対応も進んでおり、市場の拡大を後押ししています。

◆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 191 社（2013 年 6 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.or.jp](mailto:info@mcf.or.jp) URL:<http://www.mcf.or.jp/>

■電話での連絡可能時間帯 10:00～19:00