

「モバイル・コンテンツ市場要覧 2005 年度版」発刊のお知らせ

～ 転換期のモバイル・コンテンツ市場における各 CP の戦略分析と市場分析～

移動体通信・IT 専門の調査会社である株式会社エムシーエイ (<http://www.mca.co.jp/>) は、1 月 23 日に調査レポート「モバイル・コンテンツ市場要覧 2005 年度版～ 転換期のモバイル・コンテンツ市場における各 CP の戦略分析と市場分析」(価格:50,400 円/税込)を発刊しました。

1999 年 2 月ドコモの i モードの登場以来、モバイル・コンテンツ市場は急成長を遂げ、2004 年度にはついに 2,500 億円を超えました。この段階で有料会員数の伸び悩みなど、明らかに市場は成熟期に入りました。携帯電話が 3G への移行やパケット定額制サービスの登場、さらに今後予定されている MNP (モバイル・ナンバー・ポータビリティ) やワンセグなど、モバイル・コンテンツを取り巻く市場環境は大きく変化しています。そのなかで、これまでこの急成長を支えてきた着メロや待受け画面に代わって、ケータイゲーム、「着うた」、「着うたフル」、さらに動画などのリッチコンテンツが主役になってきています。それに伴い、コンテンツ・プロバイダ (CP) はこれまでの戦略を見直さなければならぬ転換期にあると言えます。

本レポートでは、モバイル・ゲームの代表的なコンテンツ・プロバイダを 15 社選定し、その事業内容や戦略を比較分析し、市場でのポジショニングを明らかにしました。さらに、モバイル・コンテンツ市場構造や特徴を分析して、3G・パケット定額制時代のモバイル・コンテンツ市場を展望しました。

調査対象先

<携帯電話キャリア>

NTTドコモ

KDDI

ボーダフォン

<モバイル・コンテンツ・プロバイダ>

インデックス

エクシング

スクウェア・エニックス

サイバード

ジー・モード

タイトー

ドワンゴ

ナムコ

ハドソン

バンダイネットワークス

フォーサイド・ドット・コム

ヤマハ

MTI

日本エンタープライズ
ジグノシステムジャパン

調査結果抄録

- 公式サイトによるモバイル・コンテンツの市場規模は、2004年度には「着うた」効果で、前年比16.4%増2,500億円を越えた。2005年度は「着うたフル」、「電子ブック」などの成長要因が加わり、前年比20%近い成長が見込まれる。
- 「着うた」は2004年度には235億円と、前年の50億円から大きく成長した。そして、2005年度では倍増の600億円に達する見込だ。「着うたフル」も「着うた」の後を追うように市場が拡大している。
- キャリア別モバイル・コンテンツの市場規模では、ドコモが57%とトップシェアを占めているが、KDDIが「着うた」でシェアを大幅に伸ばした。
- 有料会員数の全体的な傾向としては頭打ち。ただ、着メロサイトの会員数が減少する一方、着うた、RPGのようなゲームサイトの会員数は増加といったように、サイトによって明暗がはっきりしている。
- 2004年度は有料会員数が横ばい状態にもかかわらず、コンテンツ事業の売上高15社合計で前年比10%強の伸びである。これは、「着うた」、「着うたフル」、ゲーム等のリッチコンテンツ化が進み、コンテンツの単価が上昇した影響と推定される。
- しかし、リッチコンテンツ化がコンテンツ事業の利益率を低下させる要因になっている。
- リッチコンテンツの増加による開発費が膨張する上に、「着うた」では、レーベルの原盤権を使用する費用が大きく、原盤を持たないコンテンツ・プロバイダにとってはコスト増傾向が顕著だ。
- インデックスとフォーサイド・ドット・コムなど、一部のCPは、海外事業でのM&Aによってコンテンツ事業の売上高が急伸した。
- 海外有力コンテンツ・プロバイダの買収によって、売上高が大幅に拡大しても、営業利益率は逆に減少している。海外市場では、キャリアへ支払う料金回収代行手数料が日本に比べ高額であり、さらに急激な3Gに伴うコスト増が、コンテンツ・プロバイダの利益を圧迫している。
- 国内のモバイル・コンテンツ市場が成熟し、しかも、利益がでにくい事業構造になっていることから、一部のコンテンツ・プロバイダは、もはやコンテンツ事業を強化するだけではさらなる成長が期待できないとして、モバイル・ソリューション、モバイルコマース、広告、ネット決済といったモバイル関連事業の強化に向かっている。

表 1 モバイル・コンテンツ市場規模推移 (単位: 億円)

	2001 年度 (実績)	2002 年度 (実績)	2003 年度 (実績)	2004 年度 (実績)	2005 年度 (予想)
全体	1,340	1,950	2,200	2,560	3,050
対前年比	-	45.5%	12.8%	16.4%	19.1%
着メロ	700	980	1,130	1,100	900
対前年比	-	40.0%	20.4%	-2.7%	-18.2%
着うた	-	-	50	235	600
対前年比	-	-	-	370.0%	155.3%
着うたフル	-	-	-	15	120
対前年比	-	-	-	-	700.0%
待受け画面	340	430	350	300	230
対前年比	-	26.5%	-18.6%	-14.3%	-23.3%
ゲーム	120	240	300	420	540
対前年比	-	100.0%	25.0%	40.0%	28.6%
電子ブック	-	-	-	12	60
対前年比	-	-	-	-	400.0%
その他	180	300	370	478	600
対前年比	-	66.7%	23.3%	29.2%	25.5%

注 1) 上記の市場は各キャリアの公式サイトが提供するモバイル・コンテンツに限定。(出典:MCA 推定)

注 2) 「着うた」には、着ムービーを含む。

注 3) : 微量

図 1 モバイル・コンテンツ市場規模の推移

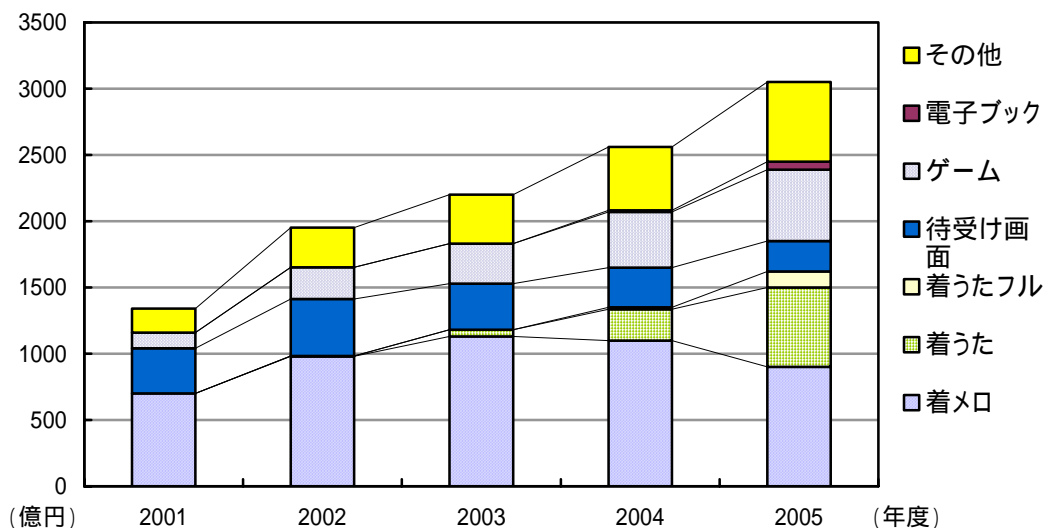


図 2 各キャリア別コンテンツ市場規模推移

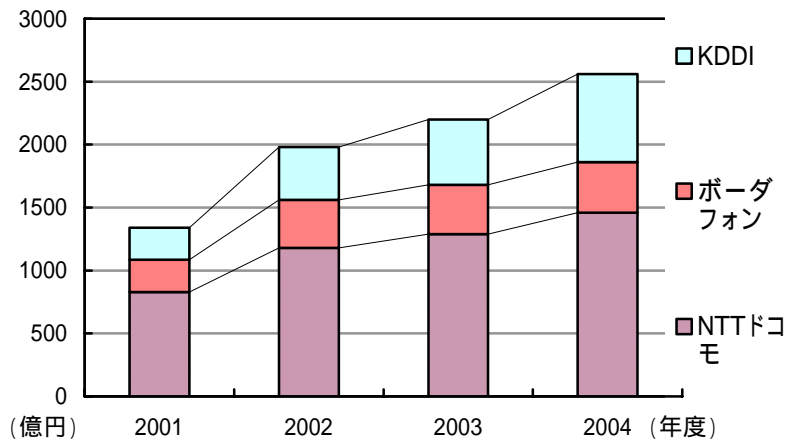


図 3 主要コンテンツ・プロバイダの有料会員数の推移

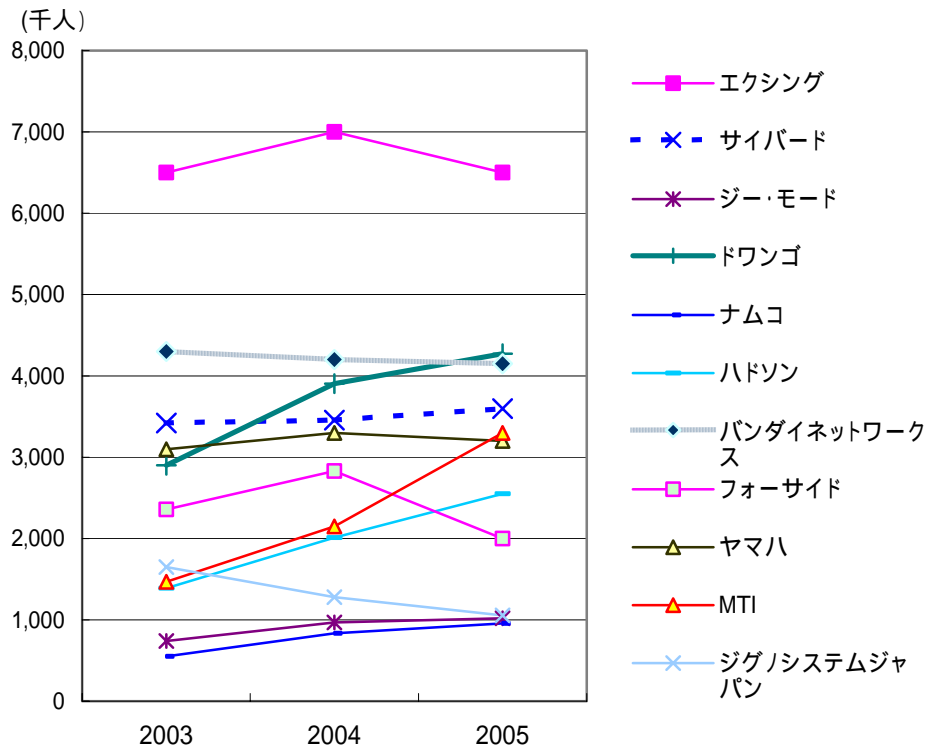
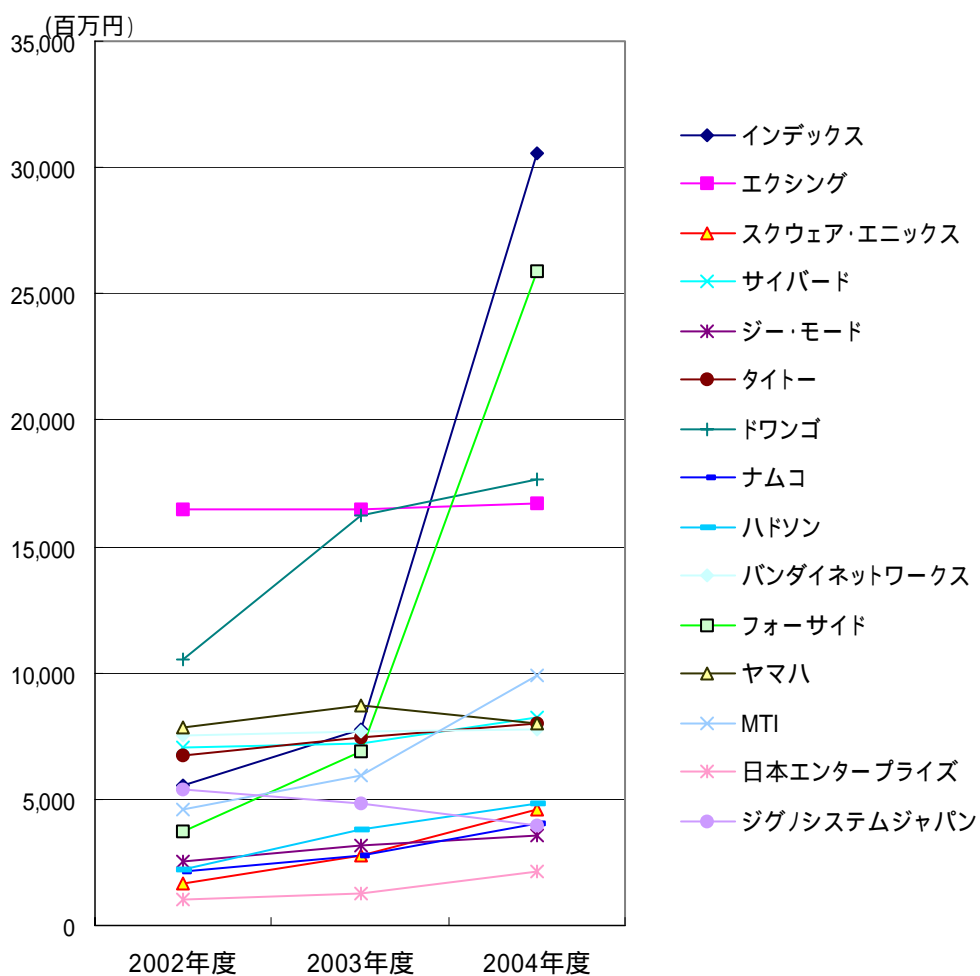


図 4 主要コンテンツ・プロバイダのコンテンツ事業の売上高推移



調査資料の詳細

発行日: 2006年1月

判型: A4 コピー刷り製本・215頁

発行・販売: 株式会社エムシーエイ

〒106-6138 埼玉県さいたま市南区南浦和 2-3-2 日栄ビル

TEL: 048-813-7395 FAX: 048-813-7399

URL: <http://www.mca.co.jp> E-mail: info@mca.co.jp

頒価: 50,400円(税込)

調査期間: 2005年9月~12月

資料の問い合わせ先

株式会社MCA(<http://www.mca.co.jp/>)

齋藤(saito@mca.co.jp)

Tel:048-813-7395 Fax:048-813-7399