

「モバイル・コンテンツ市場要覧 2004 年度版」

～ 曲がり角にきたモバイル・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MCA(<http://www.mca.co.jp/>)では、8月3日調査レポート「モバイル・コンテンツ市場要覧 2004 年度版～曲がり角にきたモバイル・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:48,000 円/税別)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たが、ここに来て有料会員数の伸び悩みなど、明らかにその高成長にはかけり見え始めました。同時に携帯電話が3Gに移行する中で、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、ゲーム・コンテンツ、着うた、さらに動画などのリッチコンテンツが主役になりつつあります。

このような状況のなかで、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明らかにし、3G時代の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

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、市場成立から3年で1300億円に成長し、2002年度1900億円、2003年度にはついに2000億円を超えた。

- KDDIが着うたで有料コンテンツ市場でのシェアを大幅に伸ばした。
- 今回調査対象にしたコンテンツ・プロバイダ 12 社のコンテンツ部門の売上高合計が 977 億円 (2004 年 3 月期) に達した。この 12 社でモバイル・コンテンツ市場の 44% ものシェアを占める。
- これまで急激な勢いで伸びてきた有料会員数は頭打ち傾向が顕著になった。
- その結果、各社のモバイル・コンテンツ事業の利益率も減少傾向に転じた。
- さらに、端末機種数や動画等のリッチコンテンツの増加による開発費の膨張が追い打ちをかける。
- 期待の海外市場はようやく立ち上がってきた段階で、収益にはむすびついていない。
- しかも、海外展開しているプロバイダでは、移植費や翻訳費等の経費、さらにキャリアへ支払う割高な回収代行手数料が逆に収益を圧迫している。
- 3G時代のリッチコンテンツ化はコンテンツ・プロバイダの選別と競争激化につながる。

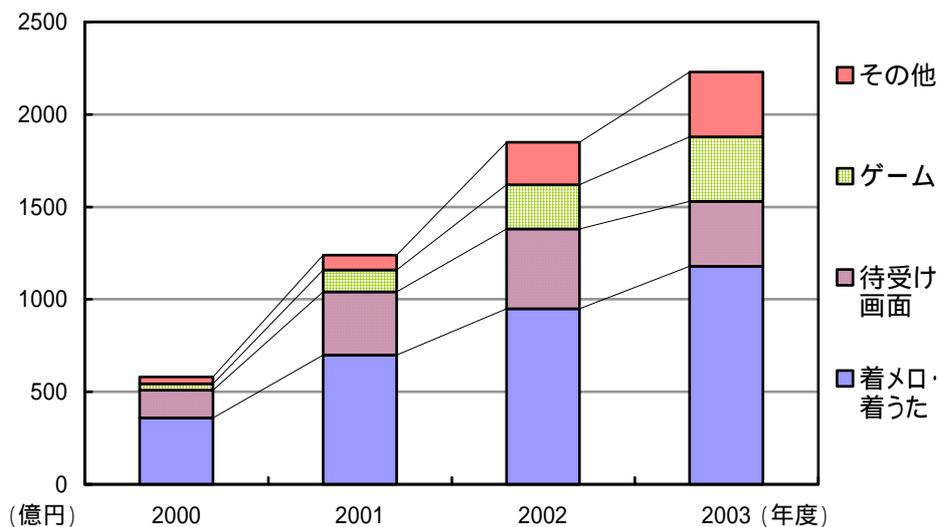
モバイル・コンテンツ市場規模推移

単位: 億円

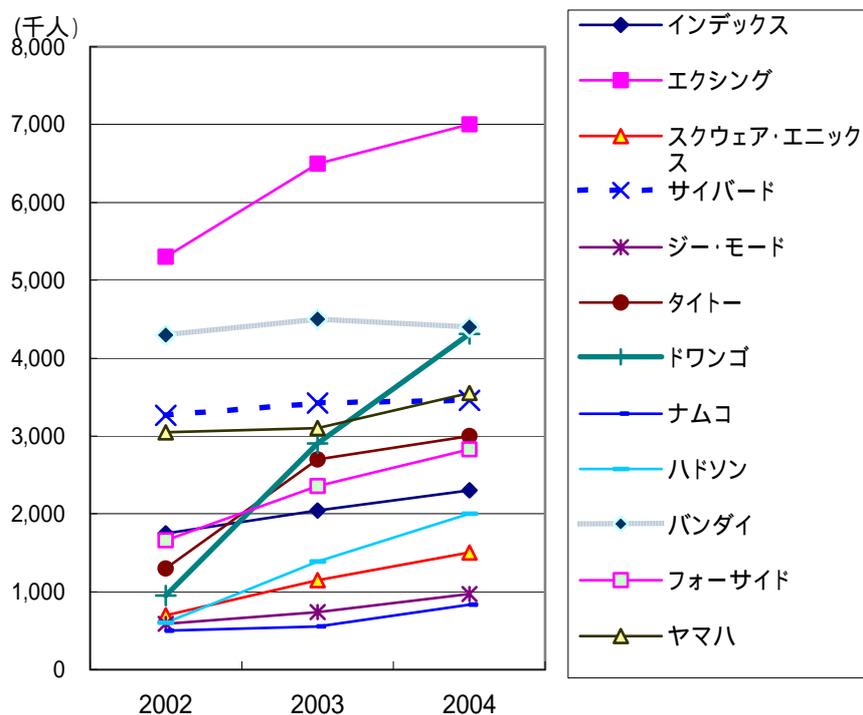
	2000 年度	2001 年度	2002 年度	2003 年度
モバイル・コンテンツ全体	580	1,340	1,950	2,200
対前年比 (%)	-	131.0%	45.5%	12.8%
着メロ・着うた	360	700	980	1,180
対前年比 (%)	-	94.4%	40.0%	20.4%
待受け画面	150	340	430	350
対前年比 (%)	-	126.7%	26.5%	-18.6%
ゲーム	35	120	240	340
対前年比 (%)	-	242.9%	100.0%	41.7%

注) 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。

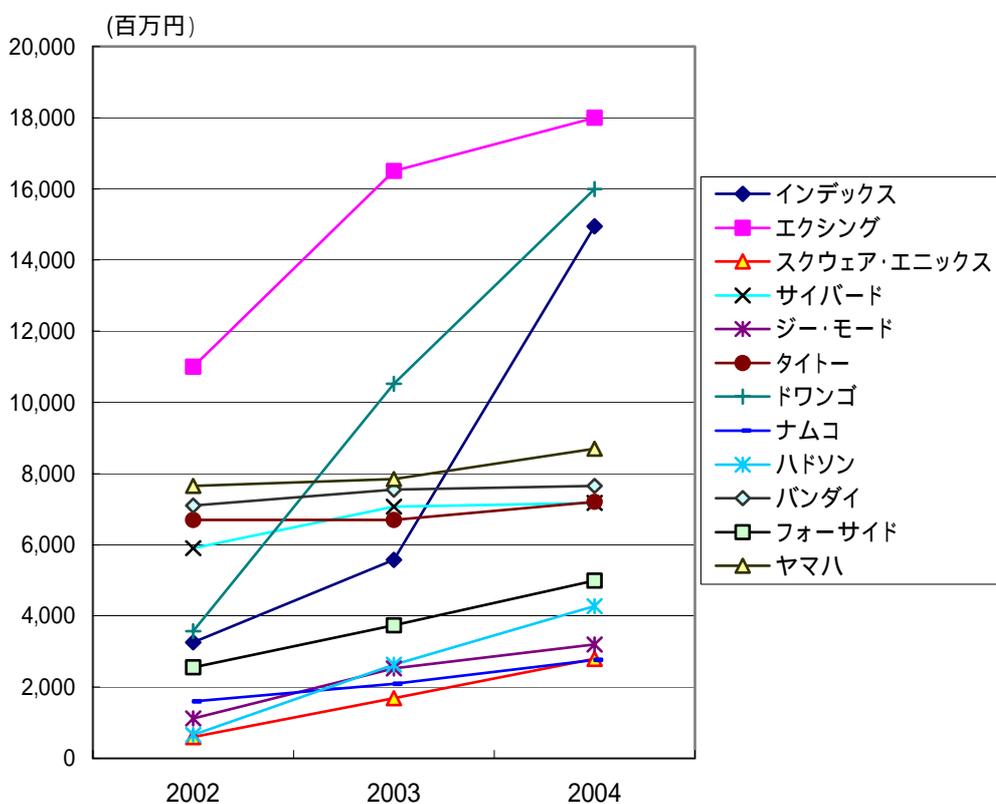
モバイル・コンテンツ市場規模の推移



主要コンテンツ・プロバイダ 12 社の有料会員数の推移



主要コンテンツ・プロバイダ 12 社のコンテンツ事業の売上高推移



調査資料の詳細

発行日:2004年8月

判型:A4コピー刷り製本・744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:48,000円(別途消費税および別途送料)

調査期間:2004年5月~7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