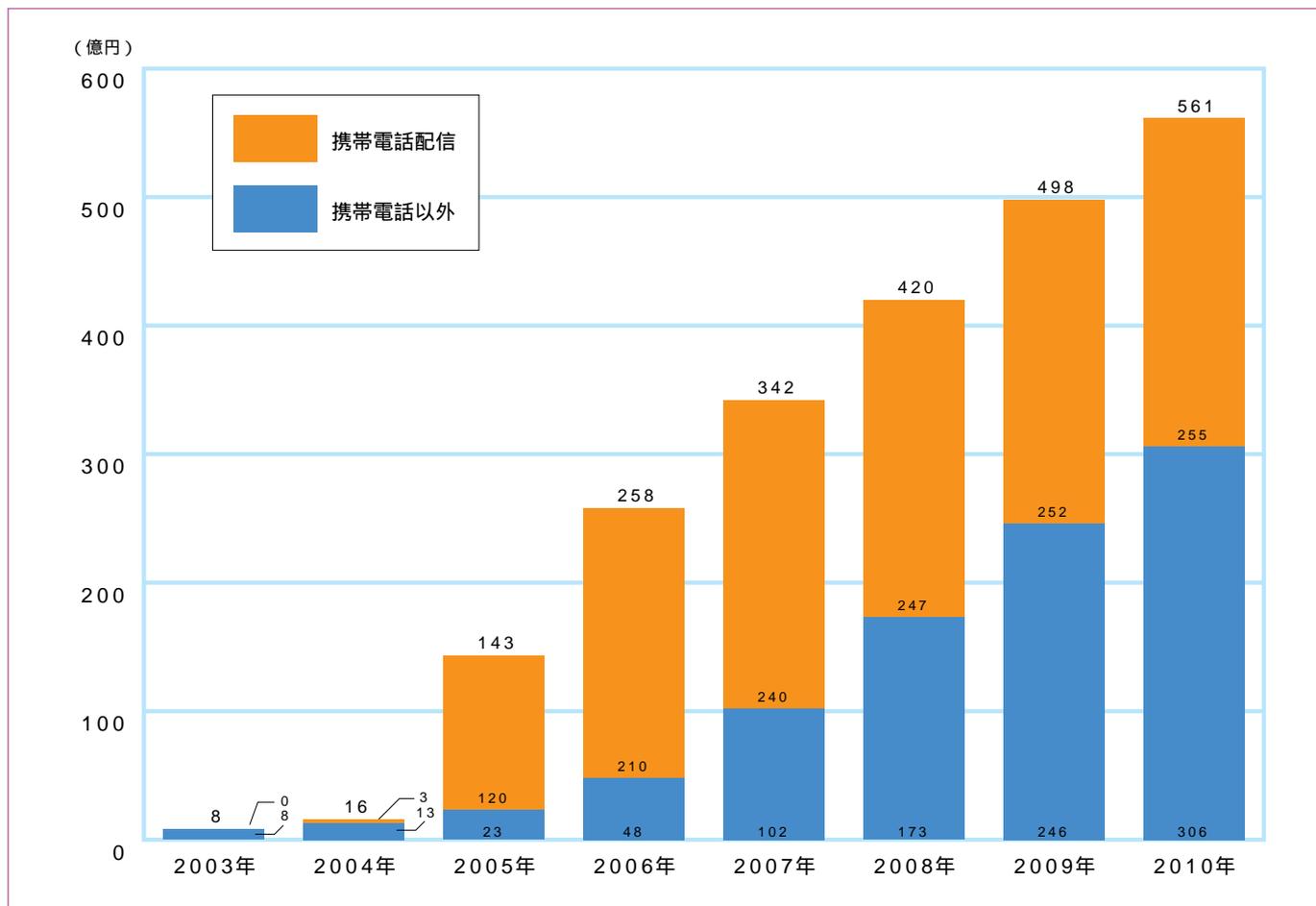


音楽配信コンテンツ市場は2010年には561億円に 携帯電話向けサービスが市場を牽引

図1 音楽配信コンテンツ市場予測(国内)



インターネットを介して24時間、いつでも聴きたい時に好きな楽曲を購入できる音楽配信。音楽配信ビジネスがスタートしたのは1999年12月。しかし、普及のスピードはゆるやかで、音楽配信コンテンツの売り上げが具体的なものとなり始めたのは、アップルのiTunes Music Storeが開始された2003年からである。

シード・プランニングの調べによると、国内の音楽配信市場は、2003年は8億円、2004年が16億円と、市場としてはかなり厳しい状況が続いていた。そして

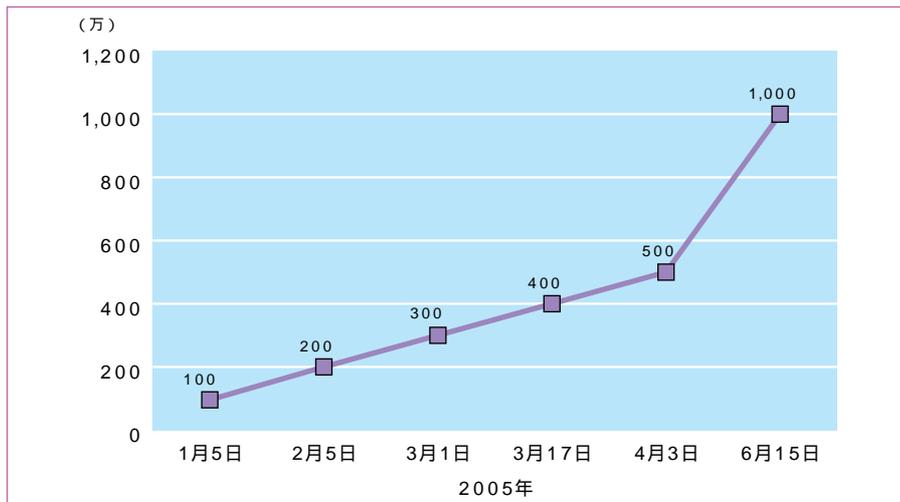
2005年には2004年の約9倍、143億円の市場になると予測。さらに、2005年以降急拡大し、2010年には561億円に達すると見込んでいる。

順調に市場が拡大するよう見受けられるが、同社は2006年以降の拡大には次の3点がポイントになると分析している。

1つ目は、レコード各社がMora以外の音楽配信サービスに楽曲を提供すること。2つ目は、配信楽曲の幅を広げることである。しかし、日本においては権利関係が複雑なことから、一挙に配信楽曲

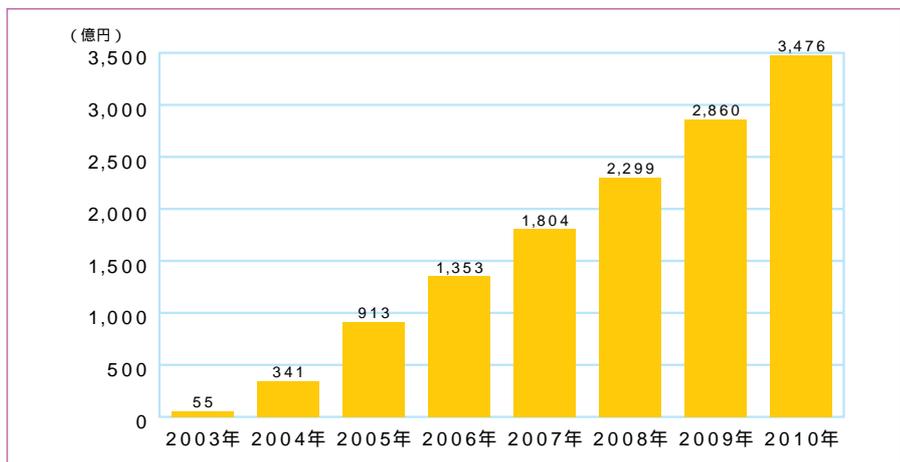
を増やすことは難しいと考えられる。主要なレコード会社から各音楽配信サービスへの楽曲提供が進むことで、インターネット音楽配信は急速に市場を拡大するだろう。そして3つ目は、NTTドコモの「着うたフル」への参入時期である。同社では、2006年に参入すると仮定して予測した。実際、NTTドコモが「着うたフル」に参入すれば、携帯電話音楽配信の市場は急激に拡大するだろう。市場の拡大は、当面は携帯電話向けの音楽配信サービスが担うものと考えられる。

図2 着うたフル1,000万ダウンロード突破までの経緯



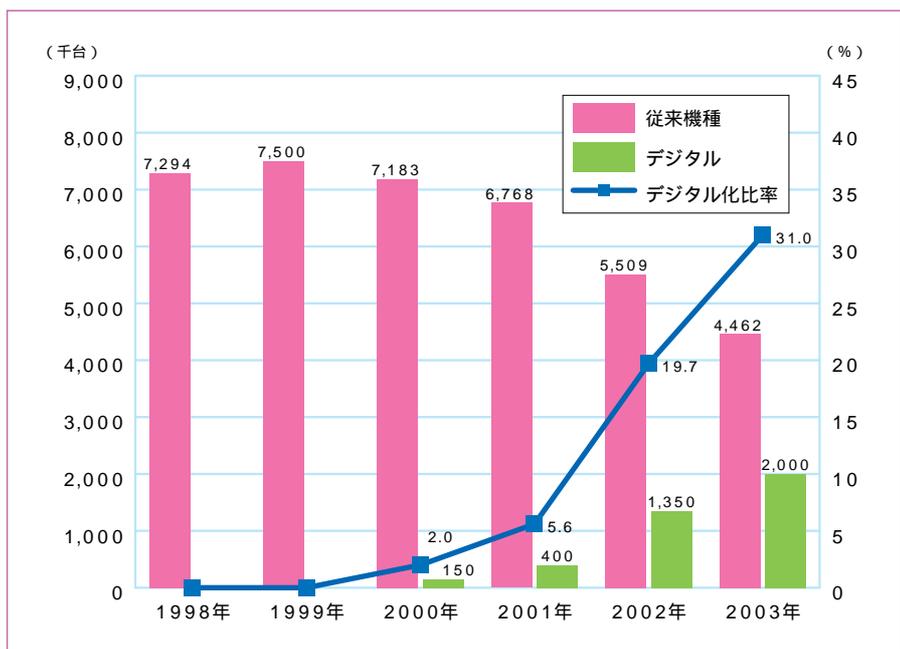
アーティストの楽曲を1曲まるごと携帯電話に直接ダウンロードできるEZ「着うたフル」サービスが開始されたのは2004年11月19日。7か月間で、累計ダウンロード数が1,000万曲を突破した。

図3 音楽配信コンテンツ市場予測(世界)



2003年から2004年の1年間で6倍以上に成長。「MSN Music」や「iTunes Music Store」のサービスが欧州でもスタートしたことから、2005年も順調に売り上げを伸ばすだろう。2010年には2004年の約10倍に当たる3,476億円に達する見込みである。

図4 携帯オーディオプレーヤー市場規模(日本)



1999年をピークに減少傾向にある。しかし、1999年と比較すると2003年でも従来機種が59%もあり、非デジタル機種の人気はまだまだ根強い。日本のMD型は世界市場の3分の2を占め、現在も微増で推移しているが、逆にそのことが日本のデジタル化を鈍化させているとも言える。

出所 図1、3、4 - (株)シード・プランニング/「2005年版 音楽配信の世界及び国内の最新市場動向」より 図2 - KDDI(株)、沖縄セルラー電話(株)2005.6.17 ニュースリリースより



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp