

中国における日本製コンテンツ放映・上映・発売状況等データ
(2009 年度 第 4 四半期)

2010 年 7 月

日本貿易振興機構(ジェトロ)

本報告書に関する問合せ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外市場開拓課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL: 03-3582-5313

FAX: 03-5572-7044

E-mail: oma-contents@jetro.go.jp

【免責条項】

ジェトロは本レポートの記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については一切の責任を負いません。
これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

【ジェトロ/コンテンツビジネス関連情報】

①JETRO 上海コンテンツビジネスニュースレター配信登録(無料)

中国のコンテンツビジネス(漫画・アニメ、テレビ番組、映画、ゲーム、音楽)などの市場動向や法令情報を毎月お届けします。

<https://www.jetro.go.jp/mreg/subscribe?id=3609>

②コンテンツ関連の海外市場レポート

<http://www.jetro.go.jp/industry/contents/reports/>

③コンテンツビジネス関連情報(各国情報、サービス紹介等)

<http://www.jetro.go.jp/industry/contents>

アンケート返送先: <FAX> 03-5572-7044

ジェトロ 海外市場開拓課 宛(平成 22 年 7 月現在)

● ジェトロ海外マーケティング調査報告書のご利用アンケート ●
 ～「中国における日本製コンテンツの放映・上映・発売状況等データ」(2009 年度 第 4 四半期)～

本レポートをご利用頂き、誠にありがとうございました。

ジェトロの今後のサービス向上に向けて、皆様のご意見を伺いたく存じますので、アンケートにご記入下さいますようご協力お願い申し上げます。

- 質問 1: 本報告書は、中国における日本製コンテンツの市場状況をご紹介します、日本企業の皆様の参考資料になることを目的に作成いたしましたが、どの程度役立ちましたか？(○をひとつ)

4:役に立った 3:まあ役に立った 2:あまり役に立たなかった 1:役に立たなかった

- 質問 2: 上記のように判断された理由、またその他本報告書に関するご感想をご記入ください。

- 質問 3: その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

ふりがな お名前		会社・団体名	
部署		役職名	
住所			
TEL		FAX	
E-mail		H P	http://

★今後、お客様のご関心のありと思われるジェトロおよび関係機関の各種事業、調査等のご案内の可否につき、該当欄に✓をご記入願います

< 送付可 ☐ 送付不可 ☐ >

★ご記入頂いたお客様の情報は適切に管理し、ジェトロのサービス向上のために利用します。お客様の個人情報保護管理者: 海外市場開拓課長 TEL:03-3582-5313

★日本貿易振興機構(ジェトロ)海外市場開拓課 〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階 E メール: oma-contents@jetro.go.jp

目次

はじめに.....	5
1.中国における日本製コンテンツの放送・上映・発売状況.....	7
(1)ドラマの放送状況.....	7
(2)アニメの放送状況.....	7
(3)映画の上映・放送状況.....	8
(4)ゲームの発売状況.....	9
2.中国中央政府によるコンテンツ関連法制度公布状況.....	10
3.中国中央政府によるテレビ放送用日本製ドラマ・アニメ作品輸入許可状況.....	11
4.バイヤーインタビュー.....	12

はじめに

本レポートは、JETROの現地事務所が期間ごとに、中国における日本製コンテンツの放映・上映・発売状況や輸入状況などのデータを収集し、まとめたもので、本号では2010年1月～3月のデータを収録しています。

中国はテレビチャンネル数などメディア数が膨大であるため、コンテンツの露出状況を把握するのは容易ではありません。レポートの情報は、現地情報を基にJETROが作成したものであり、放送状況など必ずしも全てが網羅されているわけではないことをご了解ください。

本レポートが現地情報の一つとして皆様のご参考となれば幸いです。

JETROでは、中国の映画、テレビ、アニメ、漫画、ゲーム、音楽などのコンテンツ市場についての情報を収集し、分野ごとにまとめた調査レポート(参考:中国コンテンツ市場調査(6分野)2009年10月 <http://www.jetro.go.jp/world/asia/reports/07000133>)や、各分野に特化した調査レポート(参考:中国への各種コンテンツ輸出に関わる契約書フォームの作成/解説書(2008年3月) <http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/reports/05001561> など)を公開しています。

また、JETRO 上海 コンテンツビジネスニューズレター(<https://www.jetro.go.jp/mreq/subscribe?id=3609>)では、定期的(月2回程度)にメールマガジンでもご報告し、最新情報の収集に努めています。これらもあわせてご覧いただきますよう、ご案内申し上げます。

※ヒアリング内容や企業情報・個人情報については、公開をご了解いただいた部分のみ掲載しております。ヒアリングした情報の中には、個人により数字や解釈が異なっている可能性もありますので、あらかじめご承知おきください。また、ヒアリングを行った企業・団体等について、取引相手として最適な企業とJETROが判断したものとは限らず、判断は各社でお願いいたします。

2009 年度 第 4 四半期 （2010 年 1 月～3 月）

1.中国における日本製コンテンツの放送・上映・発売状況

(1)ドラマの放送状況

表 1-1 中国各テレビ局での日本産ドラマの放送状況(調査期間:2010 年 01 月 01 日～03 月 31 日)

	日本語名称	中国語名称	主演	導入機関	放送局・チャンネル	放送枠名称	第 1 話放送日	最終回放送日	放送時間
1	渡る世間は鬼ばかりⅤ	冷暖人間Ⅴ	宇津井健	中国中央テレビ局	CCTV-8(ドラマ)	海外劇場	2010/01/04	2010/01/30	22:10～
2	大奥 大奥～第一章～ 大奥～華之乱～	大奥	松下由樹 菅野美穂 内山理名	西寧 TV 石家荘 TV 広州 TV	湖北 TV-衛星 Ch	午夜劇場	2010/01/18	2010/02/03	23:00～
3	蒼穹の昴	蒼穹之昴	田中裕子 殷桃	(日中共同制作)	北京 TV-衛星 Ch	—	2010/03/14	2010/03/27	19:42～
							2010/03/15	2010/03/28	09:00～
							2010/03/30	—	14:40～
					四川 TV-影視文芸 Ch	流金劇苑	2010/03/28	—	08:20～
					山西 TV-影視 Ch	—	2010/01/12	2010/01/25	20:00～
					広東 TV-公共 Ch	—	2010/01/12	2010/01/25	09:00～
							2010/03/13	2010/03/26	21:30～

出典: 省及び市レベル以上のテレビ局における番組放送情報等を基にジェトロ作成

注: 1) 導入バイヤー欄記載の組織は、必ずしも本当のバイヤーとは限らない。実際のバイヤーはこれら輸入機構の名義を借りる形で、別に存在する可能性もある。以下同様。

(2)アニメの放送状況

表 1-2 中国各テレビ局での日本製アニメの放送状況(調査期間:2010 年 03 月 01 日～03 月 31 日)

	日本語名称	中国語名称	導入機関	放送局・チャンネル	放送枠名称	第 1 話放送日	最終回放送日	放送時間
1	ドラゴンボール	龍珠	北京迪美文化発展有限公司	広東 TV-嘉佳卡通 Ch	—	2009/11/29	—	08:00～
						2010/01/04	—	14:00～
2	デジタルモンスター	数碼寶貝	北京迪美文化発展有限公司	広東 TV-嘉佳卡通 Ch	—	2010/01/04	—	08:00～
3	三国演義	三国演義	(日中共同制作)	北京 TV-衛星 Ch	—	2010/03/23	—	15:40～
				内モンゴル TV-モンゴル語 Ch	児童樂園	2010/02/07	2010/03/30	18:00～

4	名探偵コナン	名偵探柯南	(不明)	広東 TV-嘉佳卡通 Ch	—	2010/01/04	—	10:55~
						2010/01/04	—	16:10~
5	ビーロボカブタック	鉄甲小宝	(不明)	広東 TV-嘉佳卡通 Ch	—	2010/03/15	2010/03/19	13:10~

出典：省及び市レベル以上のテレビ局における番組放送情報等を基にジェトロ作成

注：1)「不明」は、該当情報が見つからないことを意味する。以下同様。

2)「—」は、該当情報がないこと(ここでは、放送枠名称が特になく、現時点では最終回の放送が確認されていないこと)を意味する。

(3)映画の上映・放送状況

表 1-3 中国での日本製映画の上映状況(調査期間:2010 年 01 月 01 日～03 月 31 日)

	日本語名称	中国語名称	主演	導入機関	出品会社	上映開始日
1	名探偵コナン 漆黒の追跡者	名偵探柯南 2009: 漆黒的追迹者	—	中国電影集团公司	東宝株式会社	2010/01/14
2	昂ースバル	非常舞者	黒木メイサ	中国電影集团公司	東宝株式会社	2010/03/23
3	K-20 怪人二十面相・伝	変相黒侠 K-20	金城武 松たかこ	中国電影集团公司	東宝株式会社	2010/03/26

表 1-4 中国各テレビ局での日本製映画の放送状況(調査期間:2010 年 1 月 01 日～03 月 31 日)

	日本語名称	中国語名称	主演	導入機関	放送局・チャンネル	放送枠名称	放送日	放送時間
1	君よ、憤怒の河を渉れ	追捕	高倉健	(不明)	CCTV-6	—	2010/01/10	22:14~
2	HINOKIO	我愛奇諾奥	本郷奏多	(不明)	CCTV-6	—	2010/02/09	14:55~
3	フラガール	扶桑花女孩	松雪泰子	(不明)	CCTV-6	佳片有約	2010/02/14	09:10~
4	釣りバカ日誌 17	釣魚迷日記 17	西田敏行	(不明)	CCTV-6	—	2010/03/10	21:54~

出典：省及び市レベル以上のテレビ局における番組放送情報等を基にジェトロ作成

(4)ゲームの発売状況

表 1-5 中国での日本製ゲームの発売状況(調査期間:2010 年 01 月 01 日～03 月 31 日)
(今期内での日本製ゲームの発売情報はなし。)

2.中国中央政府によるコンテンツ関連法制度公布状況

	日本語訳名称	中国語名称	ランク	制定部門	公布日	分野	URL
1	文化市場の総合的法律執行制度の整備を強化することに関する通知	關於加強文化市場綜合執法制度建設的通知	通知公告	文化部	2010/01/12	コンテンツ全体	http://www.ccnt.gov.cn/xxfb/zwx/ggtz/201001/t20100112_76292.html
2	国家文化輸出重点企業とプロジェクトの目録関連作業をさらに推進することに関する指導意見	關於進一步推進国家文化出口重点企業和項目目録相關工作的指導意見	通知公告	・商務部 ・中共中央宣傳部 ・財政部 ・文化部 ・中国人民銀行 ・税関総署 ・国家税務総局 ・広電総局 ・新聞出版総署 ・国家外貨管理局	2010/02/20	コンテンツ全体	http://www.mofcom.gov.cn/aarticle/b/e/201002/20100206786845.html
3	新設文化企業の企業所得税の関連政策問題に関する通知	關於新弁文化企業企業所得税有關政策問題的通知	通知公告	国家税務総局	2010/03/02	コンテンツ全体	http://www.chinatax.gov.cn/n8136506/n8136593/n8137537/n8138502/9578714.html
4	ラジオ・テレビの広告審査と監督管理の更なる強化に関する通知	關於進一步加強廣播電視廣告審查和監管工作的通知	通知公告	広電総局	2010/02/20	ラジオ テレビ	http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2010/02/20/20100220111647570862.html
5	衛星テレビ局総合チャンネルのドラマの編集・放送管理をさらに規範化させることに関する通知	關於進一步規範衛視綜合頻道電視劇編播管理的通知	通知公告	広電総局	2010/03/22	テレビ	http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2010/03/22/20100319164511170967.html
6	映画脚本(梗概)の届け、映画の審査の改善と充実に関する通知	關於改進和完善電影劇本(梗概)備案、電影片審查工作的通知	通知公告	広電総局	2010/02/24	映画	http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2010/02/24/20100223090402520616.html
7	映画産業の発展促進に関する指導意見	關於促進電影産業繁榮發展的指導意見	通知公告	国務院	2010/01/25	映画	http://www.gov.cn/zwgk/2010-01/25/content_1518665.htm
8	アニメ企業の認定の関連事項に関する通知	關於動漫企業認定工作有關事項的通知	通知公告	文化部	2010/03/07	アニメ	http://www.cnci.gov.cn/content/201037/news_56577.shtml
9	『著作権法』の改正に関する決定	關於修改『著作権法』的決定	通知公告	全人大	2010/02/26	刊行物	http://www.gov.cn/flfg/2010-02/26/content_1544458.htm

10	新聞出版業の発展をさらに推進することに関する指導意見	關於進一步推動新聞出版產業發展的指導意見	通知公告	新聞出版総署	2010/01/06	出版関連	http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/508/201001/695926.html
11	新聞出版体制改革要点の印刷配布に関する通知	關於印發新聞出版体制改革工作要点的通知	通知公告	新聞出版総署	2010/03/22	出版関連	http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/367/201003/697517.html

出所：中央政府、公的団体による公開情報を基にジェトロ作成

3.中国中央政府によるテレビ放送用日本製ドラマ・アニメ作品輸入許可状況 (第4四半期 総計 21 部 310 話中、日本作品は 1 部 10 話)

	日本語名称	中国語名称	作品情報(主演、日本での製作・初回放送局、放送年)	輸入機関	具体的な放送状況(初回放送した放送局・チャンネル、放送枠名称、放送開始日、放送時間)	話数	許諾番号	許諾日
1	ハケンの品格	派遣女王 I	篠原涼子 日本テレビ 2007	(不明)	—	6	(2009)第 135 号	12/31
		派遣女王 II				4	(2009)第 138 号	12/31

出所：広電総局 HP を基にジェトロ作成 <http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2010/02/11/20100211163412880240.html>

注： 1) 中国中央テレビ局(CCTV)が放送する輸入ドラマ・アニメ番組については、広電総局の許可が不要な場合もあるため、上記の内容からは除外されていることに注意。

4. バイヤーインタビュー

*ジャンル : 海外映画の作品導入
*対象 : 中国映画グループ 映画輸出入会社 輸入処長 周柯梅 氏
*実施日 : 2010 年 3 月

1. 映画輸出入会社の概要、主要業務、特に海外作品の御社における位置づけを紹介下さい。

映画輸出入会社(以下「当社」と呼ぶ)は中国映画グループ傘下にある、映画作品の輸入と輸出を専門に取り扱う支社である。映画作品の導入に関して、当社は中国で唯一導入ができる企業である。

当社が、毎年約 1,000 本の映画やドキュメンタリーの海外作品からまず適切と見られる作品を選び、中国映画グループ内の作品選定委員会に推薦する。認可されれば、翻訳・アフレコ・字幕などの制作を経て、国家放送テレビ総局に輸入審査を申請する。許可された後、通関・輸送などの輸入手続を行う。

2. 作品を導入する際の選定基準を紹介下さい。

①当社が海外映画を導入する際に最も重視する要素は、中国市場で人気が出られそうか、一定の興行収入が見込まれるかというものである。映画配給会社にも意見などをよく聞いている。自国でいくらヒットした映画であっても、中国での興行収入があまり良く見込まれない映画は導入しない。

②その上で、「多ジャンル、多国別(色々な国で制作された作品を導入すること)、多様化」の原則もある。各年齢層とも鑑賞できるように、特定のジャンルや国に偏らず、なるべくバランスの取れた作品導入に心がけている。

③さらに、内容・芸術・制作水準とも優れた作品に限定する。当社が中国唯一の導入企業であるゆえ、国に代わってまず作品を審査する役割も果たしている。中国の映画にはレーティングシステムを採用していないので、子供にも見せられるような作品を選び、マフィア・覚せい剤・同性愛・他国内政への干渉などがテーマである作品を導入しない。もし作品は全体的に良いが、一部暴力・セックスのシーンがある場合は、カットを求める。

3. 御社の海外作品の導入実績を紹介ください。

当社が中国映画市場の上映能力を見て、海外映画の導入本数を決める。ここ数年映画の導入本数は毎年 50 本で、それ以上多く導入すると、中国市場では消化できない。内訳は、利益配分方式は 20 本、権利買い切り方式は 30 本である。作品はアメリカが 10 数本ほど最も多いが、ほかにフランス、イギリス、韓国、日本など多くの国から導入している。日本の映画は 2009 年に『僕の彼女はサイボーグ』(GAGA 配給)と『ドラえもののび太と緑の巨人伝』(東宝配給)を導入したが、2 本とも中国での興行成績はあまり芳しくなかった。たぶん公開するとき、ほかの作品公開も多く、時期的によくなかった背景もある。

4. 御社の海外作品の導入ルートを紹介ください。

①著作権側や仲介会社から作品を紹介される。日本の上記 2 本の作品もこのルートで紹介され、導入された。当社は既に多くの海外企業と安定した協力関係を結んでおり、彼らは当社の導入基準や好みも良く心得ている。

②当社がマスコミやインターネットから優秀な作品やヒットした作品、または制作中の作品に関する情報を収集し、著作権側に連絡を取る。

③アメリカンフィルムマーケットや、ベルリン、カンヌ、トロントなどの主要国際映画見本市に参加して、良い作品を選ぶ。

中国では2003年以降、ハリウッド映画をはじめ、海外の映画と同時公開する作品が増えている。現在、ハリウッド映画は制作の時から話を持ちかけてきて、当社が作品完成までに導入手続を済ませて、最後に海外と同時公開するという協同モデルが定着している。

5. 海外作品の導入に関して、御社が購入する権利を紹介下さい。

利益配分方式の作品は映画上映権だけを購入し、配分の比率は作品ごとに交渉して決める。

権利買い切り方式の作品は映画上映権のほか、AV製品化する権利を購入することもある。価格は作品ごとに交渉して決める。

以上の交渉は、作品の制作投資額、品質などを要素としている。

6. 御社が導入した作品は、どのように配給されますか。プロモートはどのようにしていますか。

当社が導入した映画は全て中国映画グループ会社、華夏映画発行会社によって配給される。映画が院線で上映されれば、当社が興行の利益配分を得られる。

映画のプロモートは映画配給会社が行い、当社は特にしない。映画配給会社は、通常2、3ヶ月早く当社の導入計画を把握し、早めにPRに着手をしている。

7. 御社が取扱う作品に関して、政府による内容審査の通過率および審査通過作品導入実現に向けた工夫等を紹介下さい。

当社が導入したい作品は100%で審査を通過できる。前述したように、当社自身が予め作品を真剣に審査しているからである。

8. 御社へのファーストコンタクトに必要な資料および海外作品売込みの担当窓口情報を紹介して欲しい。

当社に作品を紹介するに当たって、基本的には、中国語字幕をつけたオリジナルのDVD、作品の中国語説明書(あらまし、長さ、制作者、配給者、脚本者、監督、主要出演者、レーティングなどを明記)が望ましい。

中国語字幕をつけるのは大変なため、まずはつけないものを送ってきても、大体のイメージとジャンルが分かる。さらに作品を導入する価値があると判断した場合、はじめて字幕をつけたものを提供してもらっても良い。

ファーストコンタクトには、当社の作品審査の込み合いの度合いによって早ければ1週間、遅ければ1～2ヶ月で回答する。

先に作品の制作と配給の予告や、年間制作・配給計画を送ってきても歓迎する。

担当窓口の連絡先は以下の通りである。

担当者: 楊 偉傑

Tel: (+86)-10- 6225-4488

Fax: (+86)-10- 6225-1044

住所: 北京市新外大街 25 号

郵便番号: 100082

Email: yangwj@chinafilm.com

URL: <http://www.chinafilm.com>

9. その他、日本側へのコメント。

ここ数年、当社は日本の存在感がますます薄れ、日本が遠ざかっているように感じる。中国市場に導入できる日本の映画作品数が少なくなっているし、導入した作品も中国でばっとならないのはその具現化したものである。その原因は以下のものと考える。

【日本の映画作品は制作に当たって海外市場を視野に入れていない】

日本の映画作品は日本視聴者のことしか考慮しておらず、ほとんど他国の文化慣習や他国の要素を取り入れていない。そのため、日本で受けが良かった作品であっても、必ずしも他国で理解され、ヒットしたとは限らない。『ドラえもん』シリーズはまさにその代表的な事例で、日本人向けの作品である。また、社会性が強い作品は角度を変えて見れば結構ローカルなところがある。日本映画のテーマはなんとなくマイナーで、変わっているもの、そして理解されにくいものになりつつあるように感じる。

対して、ハリウッドの映画は、制作する時から各国の映画配給会社から意見を聞き、如何に海外市場をものにするかを最初から視野に入れている。また、なるべく各国の要素、例えば中国の歴史や物語、文化もところどころ取り入れて、各国の共感を得られるような作品に仕上げている。その努力があるからこそ、中国で人気を得たのである。『ムーラン』(1998年)、『カンフーパンダ』(2008年)はその絶好な例である。

中国の映画市場は近年ものすごい勢いで成長しており、アジアでは興行収入は1位に躍り出ている。3Dスクリーンは1,000に近づき、世界でアメリカに次ぐ市場規模を誇っている。10数年前は日本が世界2位の映画市場にあり、ハリウッドが日本市場を非常に重視していた。当時『タイタニック』(1997年)はアメリカより半年も早く先行公開された。今や中国は日本に取って代わり、例えば『ドラゴンボール・エボリューション』(2009年)はアメリカより5日早く中国で先行公開された。中国市場が今ハリウッドにどれほど重視されているかが分かる。

【日本の映画会社の海外アプローチの努力が足りない】

日本の映画業界は海外市場を開拓する意欲があまり強くない。当社に良い作品を紹介することは近年少ない。小学館が当社に売り込みに来るが、ほかは仲介会社しか売り込みに来ない。しかも、仲介会社の数も相対的に少ない。総じて、日本からの情報発信は少ない。当社としては、著作権をもつ映画会社からの紹介やコンタクトを歓迎している。

以上