

中国コンテンツビジネスレポート

2010 年度(4)

2011 月 1 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】

① JETRO 上海コンテンツビジネスニューズレター配信登録（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 23 年 1 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 ●
～「中国コンテンツビジネスレポート 2010 年度(4)」～

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、中国における日本産コンテンツの市場状況をご紹介し、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。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る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：ジェトロ 海外市場開拓課長 TEL:03-3582-5313

目次

1. はじめに.....	5
2. 中国のコンテンツマーケット状況	6
2-1. 中国の IT 関連 2010 年第 3 四半期データ（出所：アイリサーチ）	6
2-2. 中国のキャラクター関連定量調査ご紹介	9

1. はじめに

ジェトロでは、現地の市場情報をよりリアルにお伝えすべく、「中国コンテンツビジネスレポート」として、コンテンツ業界に詳しいコーディネーターが、現地でのコンテンツ関連の最新動向、流行情報・消費者動向を紹介しております。

今回は2010年10月～11月に調査した「中国ビジネスレポート2010年度(4)」をお届けいたします。本レポートが、現場の市場動向や変化を捉えていただく一助となれば幸いです。

なお、一部ヒアリングから得た情報やデータ分析を掲載していますが、これらはあくまで一意見であることをご承知おきください。

※ジェトロでは、本レポート以外にも、映画、テレビ、アニメ、漫画、ゲーム、音楽のコンテンツ分野ごとに市場情報を収集しまとめた調査レポート（『中国コンテンツ市場調査(6分野)』）や、各分野に特化した調査レポート（『中国携帯電話コンテンツ市場調査』など）を公開しています。

また、ジェトロ上海センターから定期的（月2回程度）にメールマガジンを配信し、最新情報の収集・報告に努めています。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。

< 調査レポート >

- ・中国コンテンツ市場調査（6分野）2009年版（2009年10月）

<http://www.jetro.go.jp/industry/contents/reports/07000133>

- ・中国携帯電話コンテンツ市場調査 2009年版（2009年8月）

<http://www.jetro.go.jp/industry/contents/reports/07000107>

< ニュースレター >

- ・「JETRO上海 コンテンツBizニュースレター」配信登録（無料）

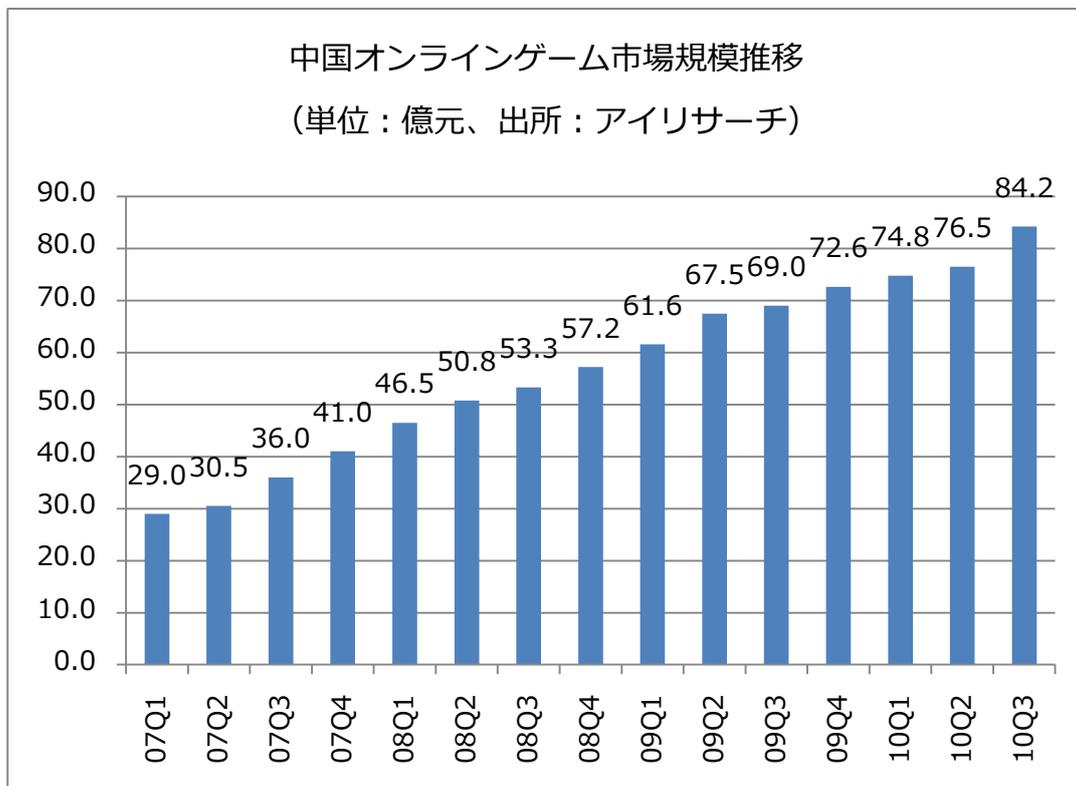
<https://www.jetro.go.jp/mreg/subscribe?id=3609>

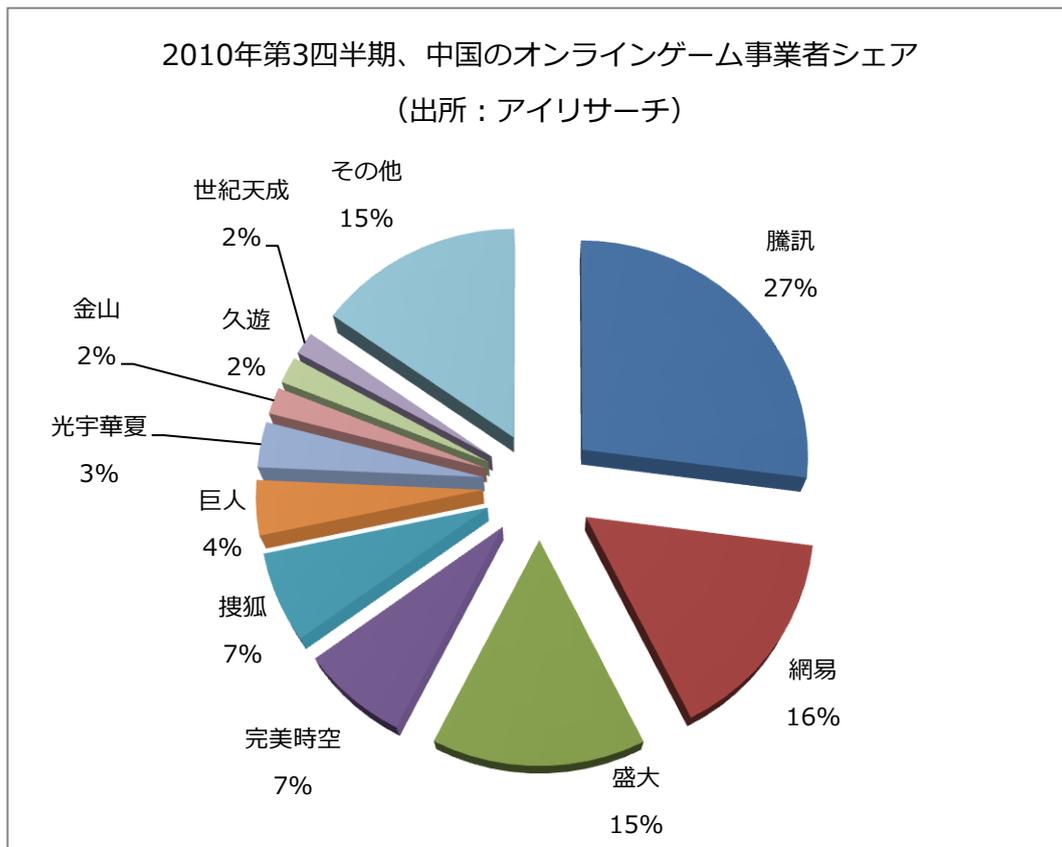
2. 中国のコンテンツマーケット状況

2-1. 中国の IT 関連 2010 年第 3 四半期データ（出所：アイリサーチ）

□ オンラインゲーム

- 2010 年第 3 四半期の中国のオンラインゲームの売上規模は 84.2 億元と、順調に市場規模が拡大している。
- 特に、2010 年夏から、網易（Net Ease）が人気ゲーム「魔獣世界」（『World of Warcraft』）の運営を開始したこともあり、シェアでは盛大（SHANDA）が 3 位に陥落し、網易は 2 位へと上昇している。
- 上位 3 社で、57.5% のシェアを占めている。
- 2010 年第 3 四半期のオンラインゲームの広告売上規模は、1.63 億元。同期の「魔獣世界」の広告売上金額は、約 714 万元となっている。

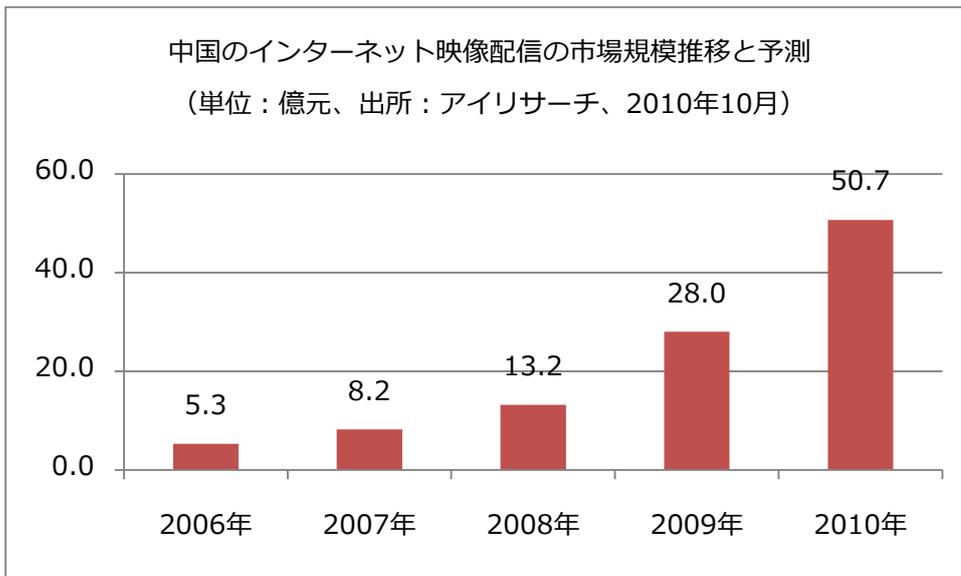




□ インターネット映像配信

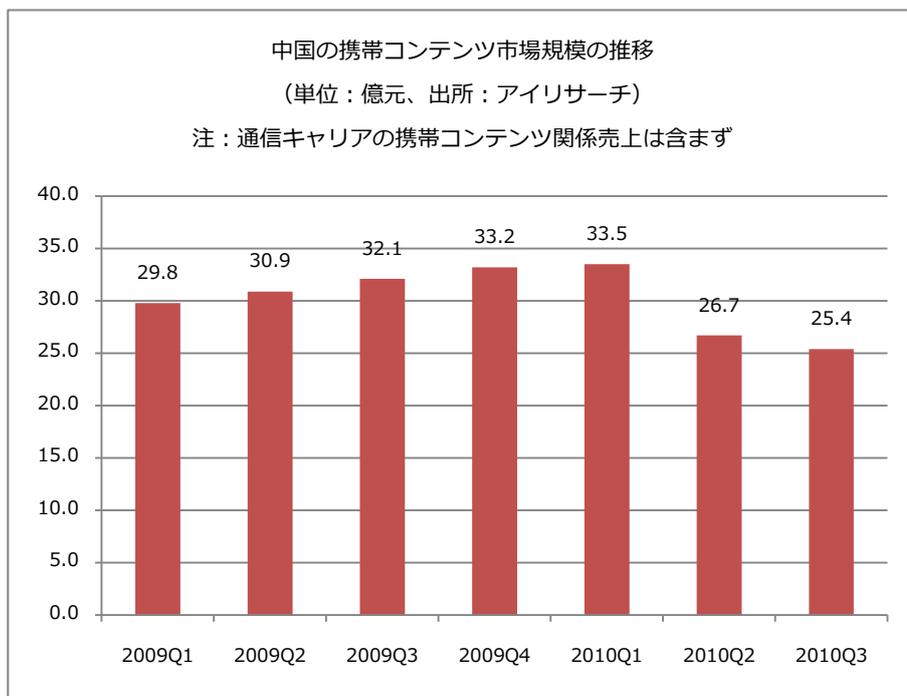
- 2010年の中国のインターネット映像配信の市場規模は、50.7億元になると予想されている。アイリサーチ（iResearch）社による当初予測（45億元）よりも増加する見込みで、映像配信サイトへの広告出稿など増加がこの要因。
- インターネット映像配信業界の動向としては、上場の動きが挙げられる。2010年8月には、酷6網（華友世紀名義）や樂视网（LeTV）が上場を果たし、優酷網（Youku）も2010年12月に上場が発表された。土豆網（Tudou）も来年の上場を予測する報道が見られる。
- 2010年12月22日には、上海にて「三網融合」をテーマとしたシンポジウムが開催される予定。広電総局関係者ほか、CNTV、チャイナモバイル、マイクロソフト、盛大、BESTV、鳳凰網、優酷網、土豆網、SINAなどの各企業トップなどの参加が予定されている。

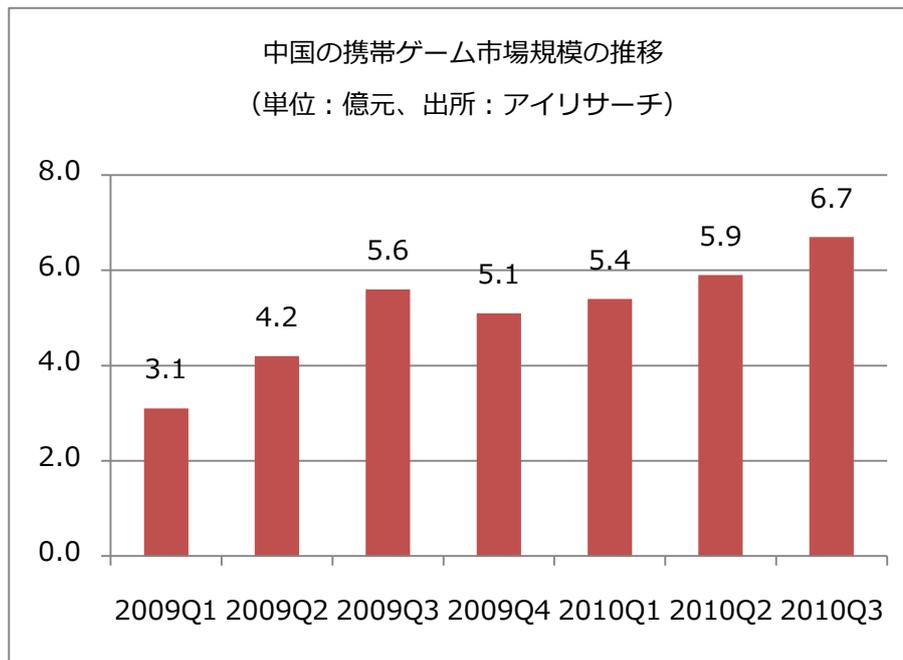
(<http://meeting.iresearch.cn/events/50/>)



□ 携帯コンテンツ配信マーケット

- これまでのレポートでもご紹介してきたように、携帯コンテンツ配信については、キャリアによって、SP（サービスプロバイダ）による WAP 課金サービスが停止されているため、引き続きマーケット規模は減少している。
- 一方で、モバイルゲーム市場については、徐々にマーケットが拡大してきている。WAP ゲームについては、上記理由により停滞気味であるが、アンドロイド向けゲームの開発が増えてきているようである。

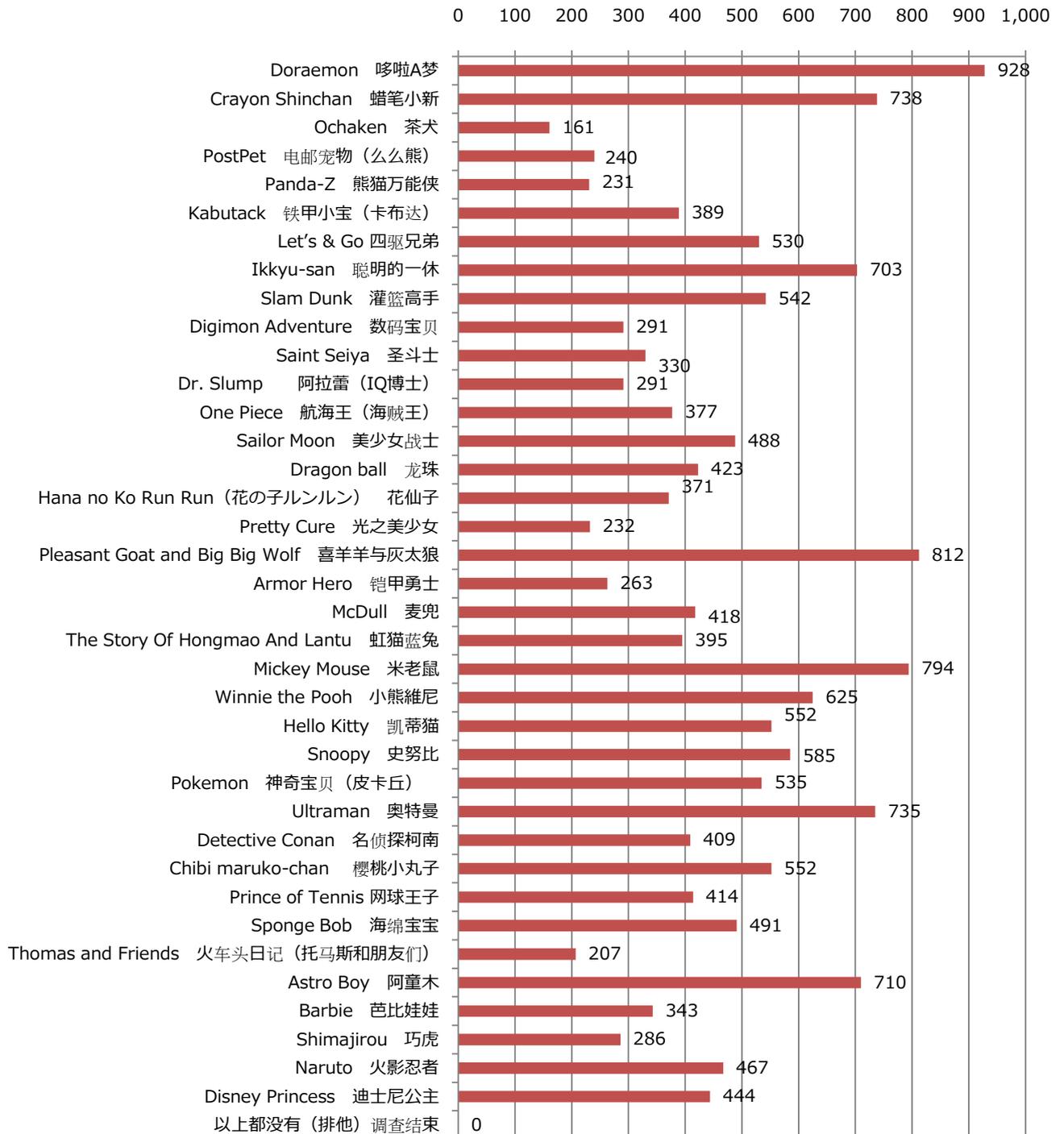




2-2. 中国のキャラクター関連定量調査ご紹介

- 香港のキャラクターライセンス大手企業であるアニメーションインターナショナル社 (Animation International/艾影商貿 (上海) 有限公司) が、サーチナ総合研究所 (上海サーチナ) のインターネット調査パネル (<http://jp.searchina.com.cn/>) を活用し実施した、中国のアニメキャラクター調査の一部をご紹介する。
- 本調査は、中国の北京市、上海市、広州市、浙江省、四川省の5エリアにおいて、各200名ずつ計1000名の対象者にインターネット定量調査を行ったもの。
- 2010年10月～11月実施。本稿では、アニメーションインターナショナル社、及びサーチナ総合研究所のご厚意により一部データをご紹介する。

どのアニメキャラクターをご存じですか？（複数回答可。写真を提示）
 出所：アニメーションインターナショナル社（艾影商貿（上海）有限公司）／
 サーチナ総合研究所（上海サーチナ）

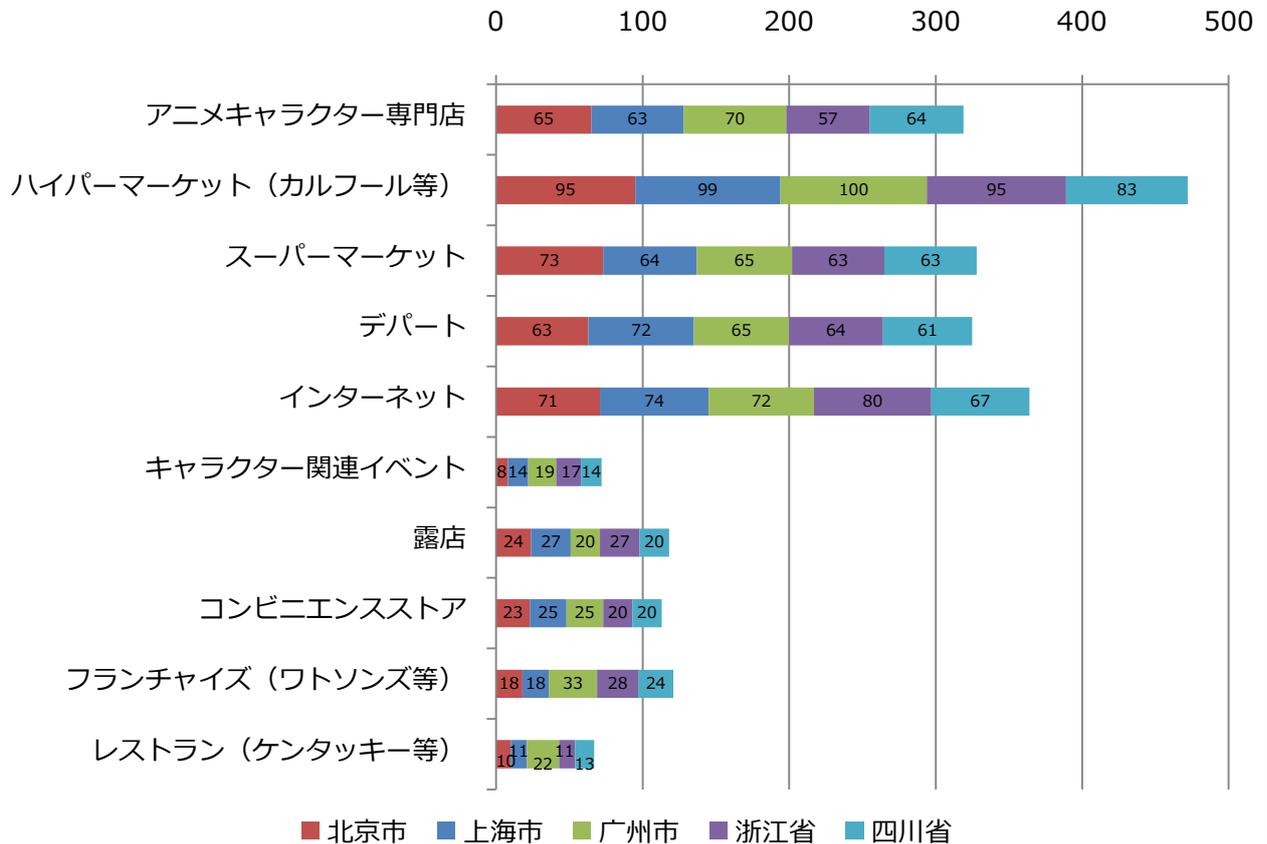


- キャラクターの写真画像を見せながら、認知度を調査したもの。この表だけでも様々な中国の消費者のキャラクター認知度の現状が浮かび上がってくる。
- 1位となった「ドラえもん」の認知度の高さは、中国でのテレビや映画放映の歴史などからみても、事前から予想出来たが、実に9割以上の認知度を誇る。
- 2位には、中国国産の大ヒットアニメ「喜羊羊与灰太狼」が入った。これも中国での人気の高さから予想出来たことだが、テレビ放映の頻度の高さや映画の大ヒットもあり、ここ数年で完全に中国の消費者の間で定着していると言ってよい状況が伺える。
- 以下、「ミッキーマウス」、「クレヨンしんちゃん」、「ウルトラマン」「鉄腕アトム」と続く。このあたりも中国でライセンスされているものであり、予想可能なタイトル。
- 「一休さん」の認知度が高いのは、以前にテレビ放映され、人気を得ていた中国ならではの事象。
- 今回は大学生以下、4歳以上の幼稚園世代にも対象者として回答してもらったため、中国の80后（80年代生まれ）世代に大きな人気と影響力がある「ワンピース」、「NARUTO」は中程度の認知度にとどまっている。
- 「お茶犬」や「爆走兄弟レッツ&ゴー」なども、数値は低めとはいえ、中国で一定の認知度があることにも注目に値する。「お茶犬」は、中国の「肯得基」（ケンタッキーフライドチキン）とのプレミアムグッズ展開など、アニメーションインターナショナル社によるマーチャンダイジング展開も効果をあげていると言える。

これまで購入したキャラクター商品は、普段どこで購入されていますか？

(複数回答可)

出所：アニメーションインターナショナル社（艾影商貿（上海）有限公司）／
サーチナ総合研究所（上海サーチナ）

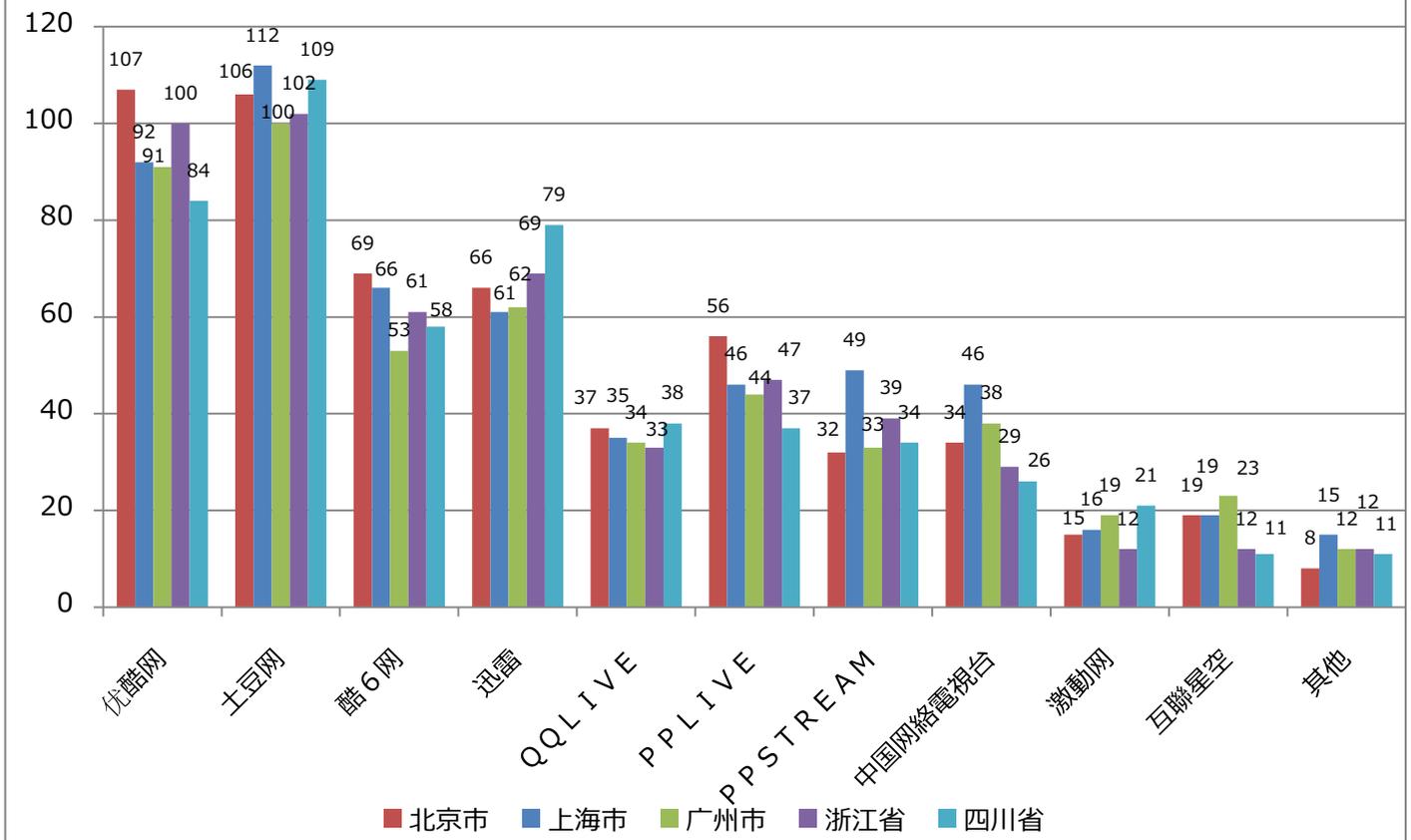


- 中国の消費者が、どこでキャラクターグッズを購入しているかを調査したもの。
- ハイパーマーケットにおける購入が一番多くなっている。確かに筆者が普段ハイパーマーケットに行っても、日に日にキャラクターグッズを目にする頻度が高くなってきている。既にカルフルは中国全土 44 都市で展開されており（上海では 19 店舗）、ライセンシーの選定においては、これらハイパーマーケット・チャネルとの関係は、最重要ポイントといえる。
- 2 番目には、インターネットが挙げられている。以前にもご紹介したが、「淘宝网」などのサイトでのインターネットショッピングは、中国の多くの消費者の生活に浸透している。今後、中国での商品展開を検討するのであれば、見逃せないチャネルといえる。

- 想像にすぎないが、「露店」という回答は以前よりも少なくなっていると思われる。数年前とは違い、全ての商品やブランドにおいて、「本物」志向、「本物」の所有という意識が中国でも高くなってきている。今後は、「アニメキャラクター専門店」で購入するという選択肢も一般的になってくるかもしれない。

普段どのサイトでアニメを視聴しますか？（複数回答可）

出所：アニメーションインターナショナル社（艾影商貿（上海）有限公司）／
サーチナ総合研究所（上海サーチナ）



- どのインターネット映像配信サイトで、アニメを視聴しているかを調査したもの。
- ちなみに、他の質問において、どの媒体でアニメやキャラクター情報を入力しているか聞いたところ、実に「インターネット」との回答が、「テレビアニメ」、「アニメ映画」、「漫画雑誌」を抑え、トップであった。よって、

今やインターネットが中国におけるアニメキャラクター情報入手の最重要メディアになっているといえる。海賊版や違法配信情報もネットに氾濫しているが、海外アニメがテレビや映画などでは放映規制されている影響も出ていると思われる。

- ユーチューブ同様、海賊版・違法配信が多いサイトだが、中国版の動画共有サイトである「優酷網」、「土豆網」の利用が高い。
- エリア毎の特徴も見られる。「優酷網」は本社がある北京で強く、「土豆網」は同じく本社がある上海で強い。「迅雷」は四川省で強い。内陸部では「迅雷」が強いのもかもしれない。
- また、「PPLIVE」は北京で強く、「PPStream」は上海で強い。

以上