

# 中国コンテンツビジネスレポート

## 2011 年度(3)

2011 年 11 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)  
コンテンツ産業課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL: 03-3582-1671

FAX: 03-5572-7044

E-mail: CID@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

ジェトロコンテンツ産業課 宛（平成 23 年 11 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 2011 年度(3)」～

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、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<br>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および関連情報提供のために利用します。

## 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. 中国のコンテンツマーケット関連最新数値（ゲーム業界を中心とする） | 6  |
| 2-2. 中国のモバイルゲーム市場規模 .....             | 10 |
| 2-3・その他中国のコンテンツマーケット状況 .....          | 17 |

## 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 2011 年 8 月～2011 年 9 月に調査した「中国ビジネスレポート 2011 年度(3)」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。

※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>

### <ニューズレター>

- ・「JETRO 上海 コンテンツ Biz ニューズレター」配信登録（無料）

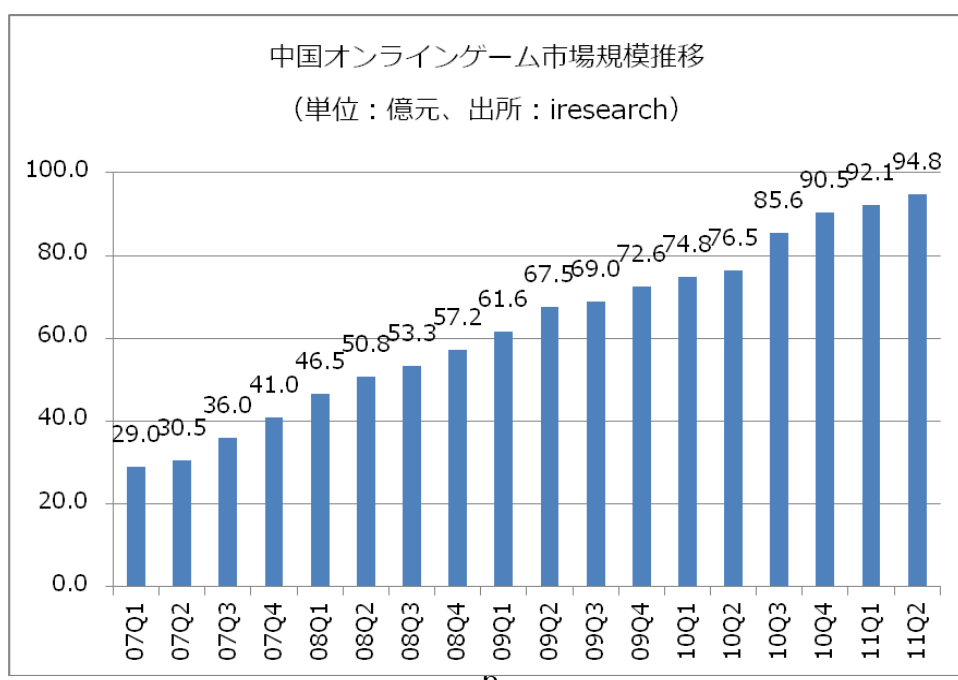
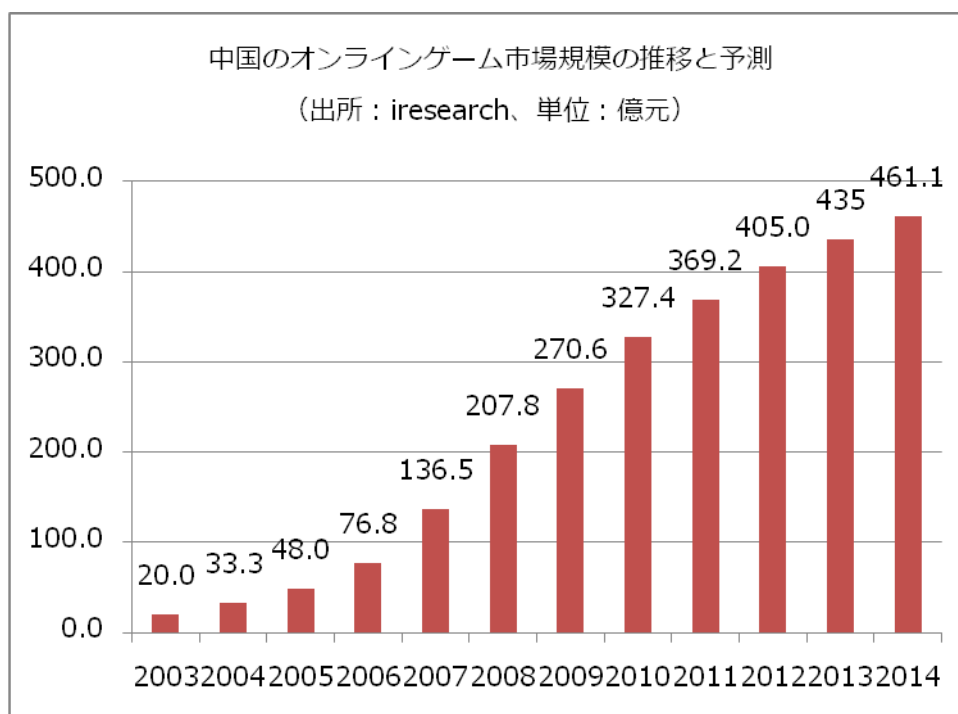
<https://www.jetro.go.jp/mreg/subscribe?id=3609>

## 2. 中国のコンテンツマーケット状況

### 2-1. 中国のコンテンツマーケット関連最新数値（ゲーム業界を中心とする）

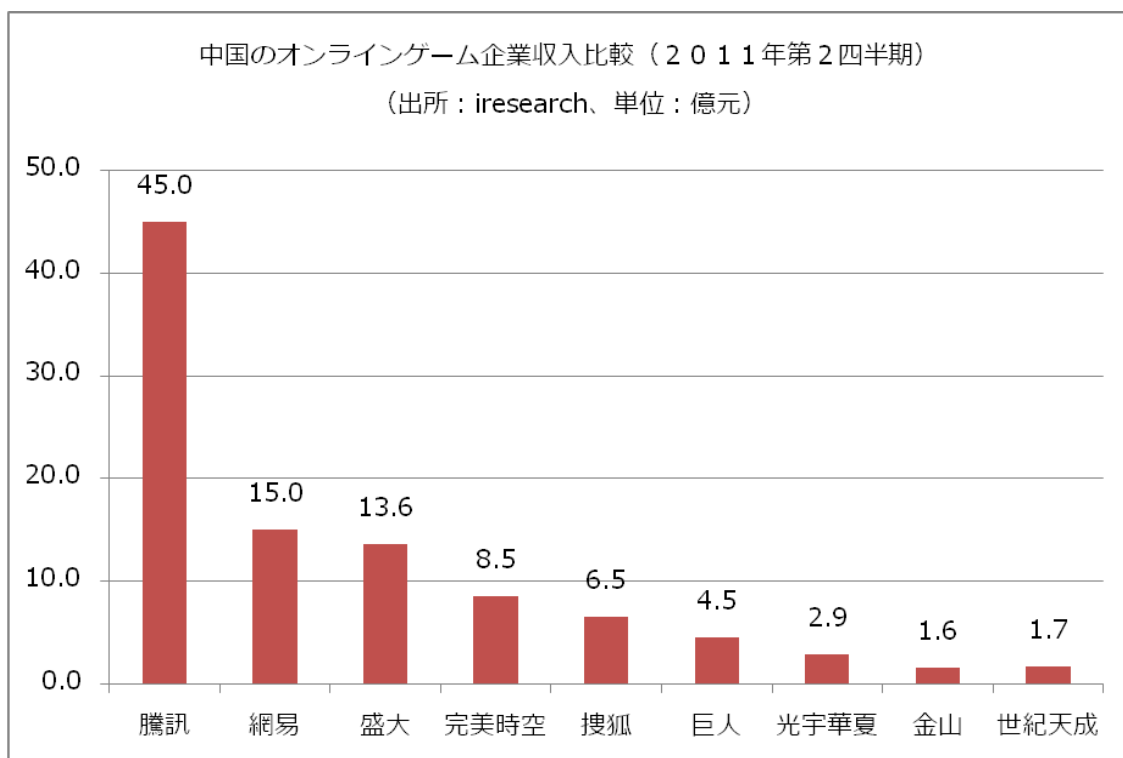
#### □ 中国のオンラインゲーム市場規模

オンラインゲームは、中国の若者にとっての一番の娯楽とも言える状況であり、マーケット規模は極めて順調に成長を続けている。2010年の市場規模で約4000億円マーケットとなっており、今後も成長が見込まれる。



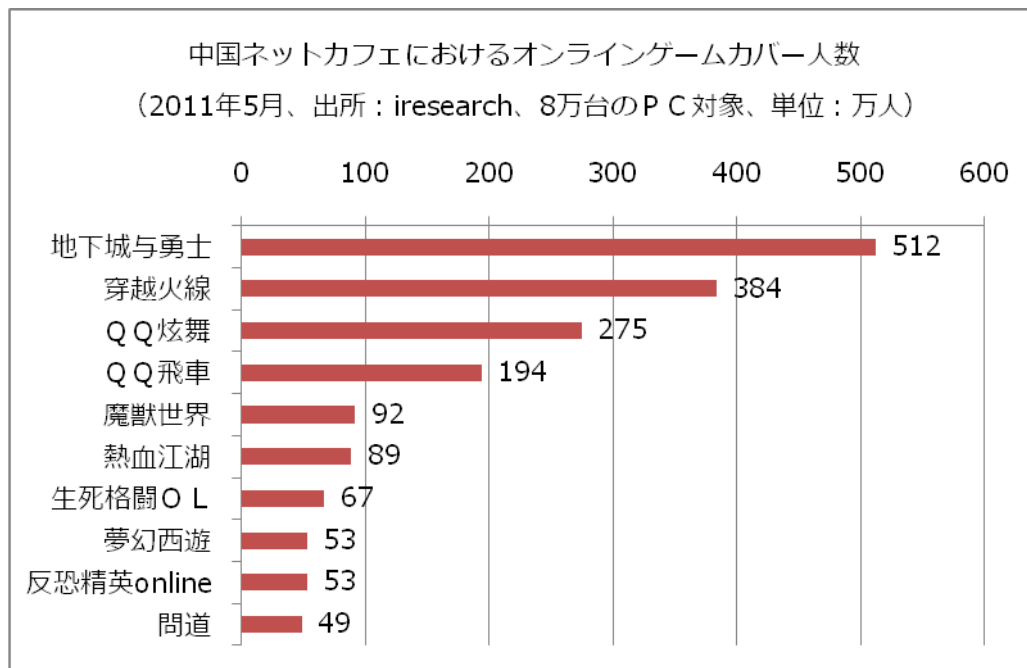
## □ 中国のオンラインゲーム会社売上比較

騰訊（テンセント）のシェアが益々高まってきている。2010 年全体での騰訊のシェアは約 30%、2011 年の第 2 四半期においては、実に 5 割近いシェアとなっている。中国の若者の多くが毎日接続している同社チャットアプリケーション QQ のプラットフォームの影響力が大きいことも背景にある。



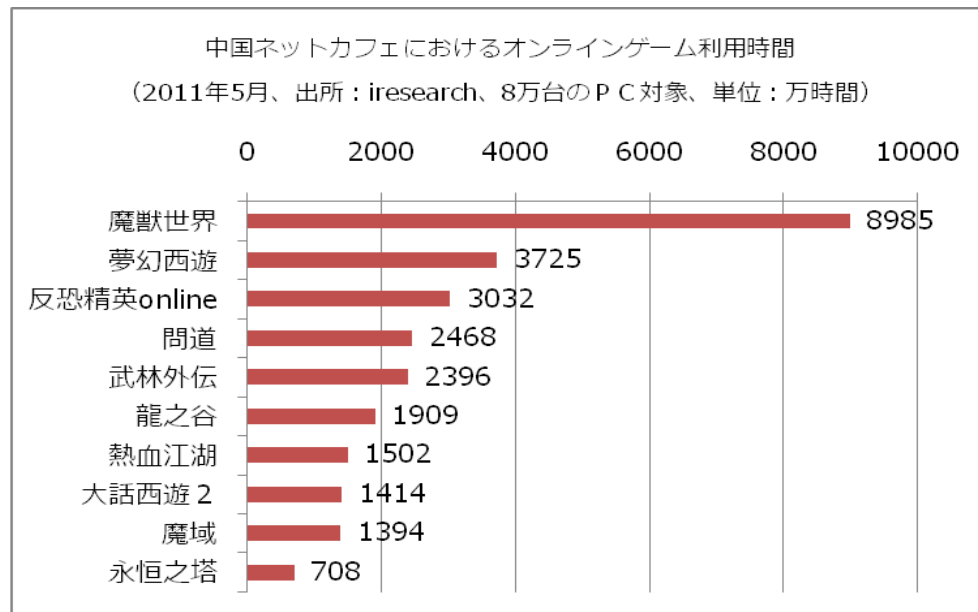
□ 中国のネットカフェにおけるオンラインゲーム利用状況（人数）

利用人数としては、「地下城与勇士」（運営：騰訊）、「穿越火線」（運営：騰訊）、「QQ炫舞」（運営：騰訊）、「QQ飛車」（運営：騰訊）と、騰訊のゲームが上位をほぼ独占している。これも数億名のユーザーを有するチャットアプリケーションQQの影響力が大きいためと推測される。



□ 中国のネットカフェにおけるオンラインゲーム利用状況（時間）

「魔獣世界」（＝World of Warcraft）の利用時間が格段に長く、このゲームに対する利用者の粘性が高いことが想定出来る。「魔獣世界」「梦幻西游」共に、網易（ネットイース）によって運営されるオンラインゲームである。MMORPG系のゲームの利用時間が長い。



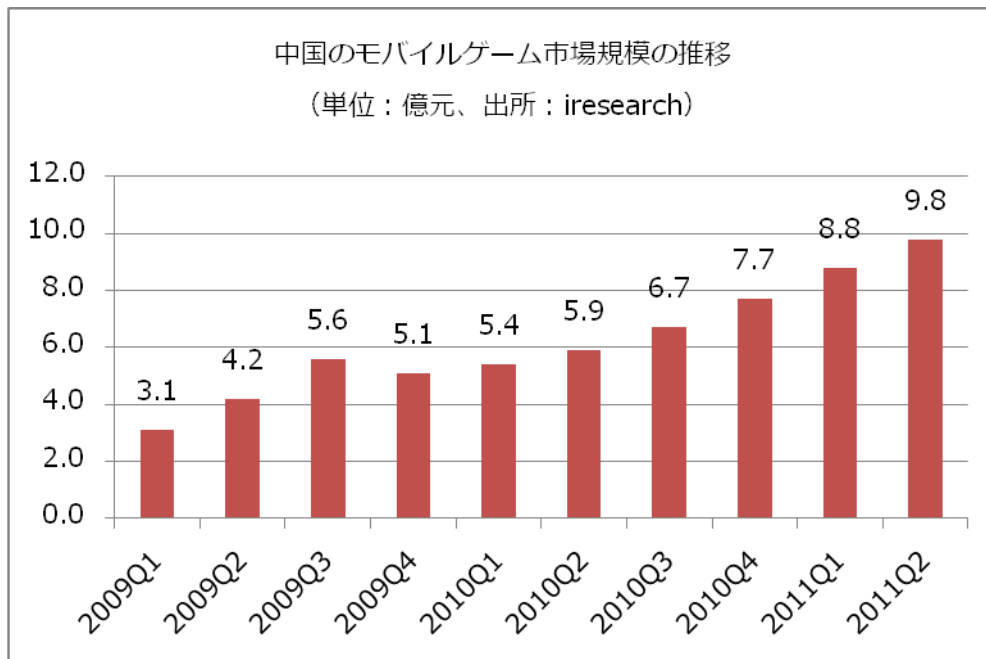
□ 中国のゲーム情報サイト（2011年5月、出所：iresearch）

中国のゲームの情報を得るサイトとして人気があるサイトとして、主に以下のようなサイトがある。

- 搜狐 17173 : <http://www.17173.com/>
- 多玩遊戲 : <http://www.duowan.com/>
- 騰訊 (QQ) : <http://game.qq.com/>
- 電玩巴士 : <http://www.tgbus.com/>
- 遊久網 : <http://www.uuu9.com/>
- 太平洋遊戲網 : <http://www.pcgames.com.cn/>
- 遊民星空遊戲網 : <http://www.gamersky.com/>
- 52pk : <http://www.52pk.com/>
- 新浪 : <http://games.sina.com.cn/>
- 178 遊戲網 : [www.178.com](http://www.178.com)

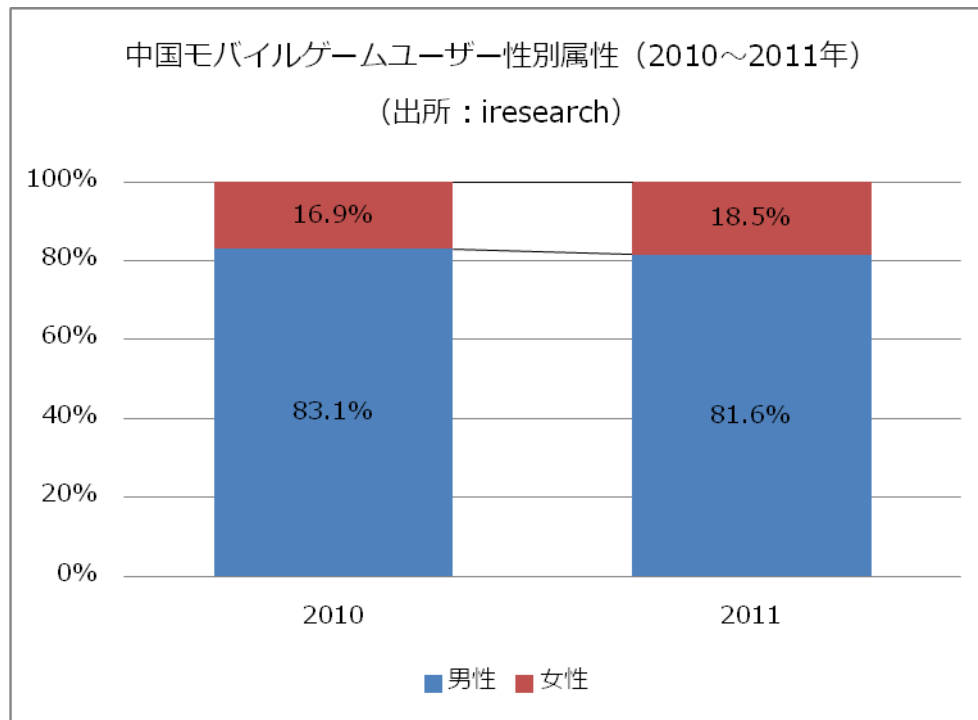
## 2-2. 中国のモバイルゲーム市場規模

2011 年第 2 四半期のモバイルゲーム市場規模は 9.8 億元。中国のオンラインゲームマーケットの約 10 分の 1 の規模となっている。今後、スマートフォンの更なる普及により、成長するマーケットと予想される。



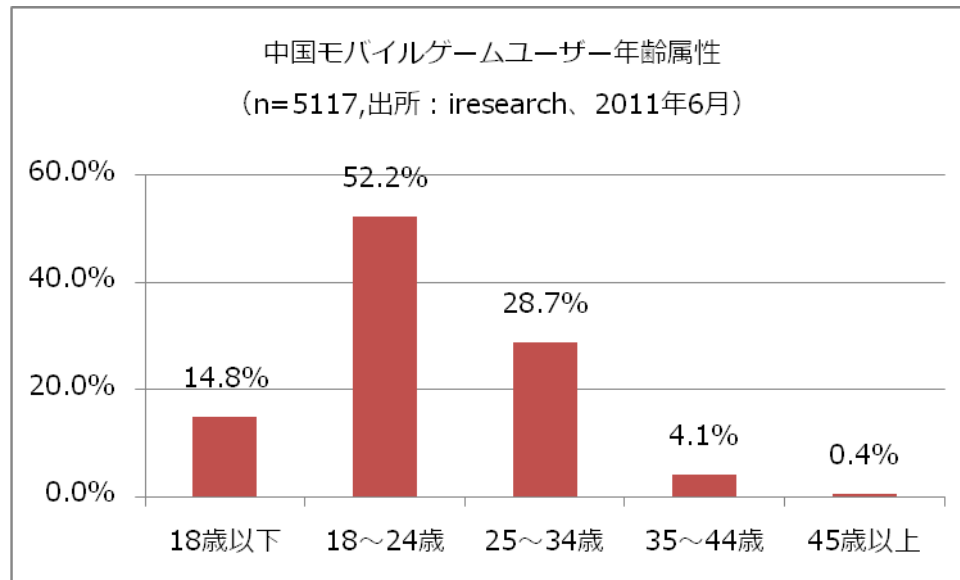
□ 中国のモバイルゲームユーザー性別属性

中国のモバイルゲームのユーザーの性別としては、男性が8割以上を占める状況である。  
但し、女性の比率も徐々に高まってきている。(n=5117、出所：iresearch、2011年6月)



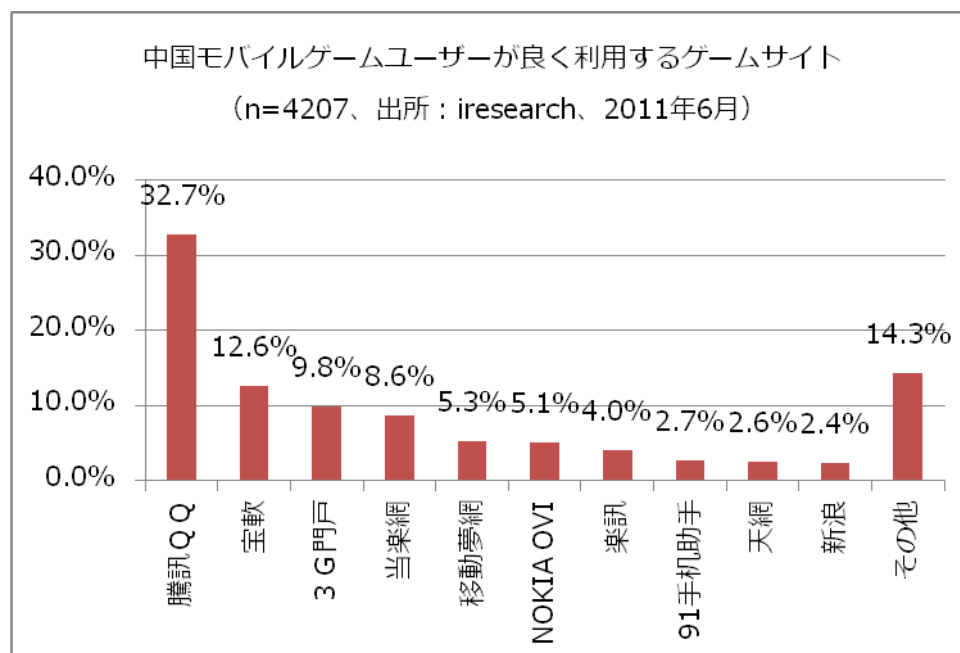
# □ 中国のモバイルゲームユーザー年齢属性

モバイルゲームユーザーの年齢層としては、約 3 分の 2 を 24 歳以下が占めており、34 歳以下で約 95% を占める状況。若者中心の娯楽となっている。



# □ 中国のモバイルユーザーが良く利用するゲームサイト

モバイルゲームでも騰訊（QQ）の影響力が強い。チャイナモバイルのオフィシャルプラットフォーム「移動夢網」のみではなく、その他多数の独立系サイトでのモバイルゲームの利用も見られることが特徴。



□ 中国の携帯電話ユーザー数

(各通信キャリアの香港上場会社のホームページより抜粋)

○ チャイナモバイル (中国移动) ユーザー数 :

6 億 2,763 万ユーザー (2011 年 8 月末)

(参考 : 5 億 8,402 万ユーザー (2010 年 12 月末))

○ チャイナユニコム (中国联通) ユーザー数 :

1 億 5,823 万ユーザー (2011 年 8 月末)

(参考 : 1 億 5,337 万ユーザー (2010 年 12 月末))

○ チャイナテレコム (中国电信) ユーザー数 :

1 億 1353 万ユーザー (2011 年 8 月末)

(参考 : 9,052 万ユーザー (2010 年 12 月末))

○ 3G 携帯ユーザー数

・ チャイナモバイル (中国移动)

4,032 万ユーザー (2011 年 8 月末)

(参考 : 2,070 万ユーザー (2010 年 12 月末))

・ チャイナユニコム (中国联通)

2,787 万ユーザー (2011 年 8 月末)

(参考 : 1,406 万ユーザー (2010 年 12 月末))

・ チャイナテレコム (中国电信)

2,561 万ユーザー (2011 年 8 月末)

(参考 : 1,229 万ユーザー (2010 年 12 月末))

□ 中国のコンテンツ関係上場企業の 2011 年の第 2 四半期決算数

([http://tech.sina.com.cn/focus/finance\\_report/index.html](http://tech.sina.com.cn/focus/finance_report/index.html) より)

引き続き、オンラインゲームやサーチエンジン、ポータルサイト各社の業績は好調であり、継続して売上も増加。利益率も極めて高い。

映像配信サイト (動画共有サイト) の中では、酷 6 網の売上が減少し、純損失が前期よりも増加している点に注目。一方、優酷網は、この四半期において黒字化を達成しており、優酷網と土豆網の中国の 2 大映像配信サイトの差が開いていることが明確にあらわれている。今後数年で中国の映像配信サイトの競争と淘汰が進むと考えられる。

- 酷6網（映像配信サイト）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 400 万米ドル（2010 年同期 320 万米ドル）  
→第 1 四半期の 660 万米ドルから減少。
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : ▲2,160 万米ドル（2010 年同期▲1,550 万米ドル）
  - 2010 年売上 : 1,660 万米ドル（2009 年 100 万米ドル）
  - 2010 年純損益 : ▲5,150 万米ドル（2009 年▲2,340 万米ドル）
- 優酷網（映像配信サイト）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 3,060 万米ドル（2010 年同期比 178%増）
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 435 万米ドル
  - 2010 年売上 : 5,870 万米ドル（2009 年比 152%増）
  - 2010 年純損益 : ▲3,100 万米ドル（2009 年比 12%減）
- 空中網（携帯 S P）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 4,160 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 439 万米ドル
  - 2010 年売上 : 15,000 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 1,192 万米ドル
- 完美時空（オンラインゲーム）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 12,060 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 4,900 万米ドル
  - 2010 年売上 : 37,430 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 13,320 万米ドル
- 巨人網絡（オンラインゲーム）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 6,750 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 160 万米ドル
  - 2010 年売上 : 20,190 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 12,290 万米ドル
- 暢遊（オンラインゲーム）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 10,500 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 5,420 万米ドル
  - 2010 年売上 : 32,710 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 17,490 万米ドル

- 盛大遊戯（オンラインゲーム）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 20,400 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 4,720 万米ドル
  - 2010 年売上 : 68,000 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 19,500 万米ドル
- 百度（サーチエンジン）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 52,840 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 25,260 万米ドル
  - 2010 年売上 : 119,900 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 53,410 万米ドル
- 新浪（ポータルサイトなど）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 11,430 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 1,330 万米ドル
  - 2010 年売上 : 40,260 万米ドル
  - 2010 年純損益 : ▲1,910 万米ドル
- 搜狐（ポータルサイトなど）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 19,870 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 4,270 万米ドル
  - 2010 年売上 : 61,280 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 13,930 万米ドル
- 網易（ポータルサイト、オンラインゲームなど）
  - 2011 年第 2 四半期売上 : 27,500 万米ドル
  - 2011 年第 2 四半期純損益 : 12,000 万米ドル
  - 2010 年売上 : 85,800 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 33,900 万米ドル
- 騰訊QQ（ポータルサイト、オンラインゲーム、チャットソフト等）
  - 2011 年第 1 四半期売上 : 104,130 万米ドル
  - 2011 年第 1 四半期純損益 : 43,020 万米ドル
  - 2010 年売上 : 296,650 万米ドル
  - 2010 年純損益 : 121,610 万米ドル

□ 90 后世代の若者の定性インタビュー（どんなゲームで遊んでいるか？）

上海の 90 后世代（1990 年～1999 年生まれ）の若者たちに対して、実施した定性インタビュー（2011 年上半期実施、約 20 名程度の若者にデプスインタビュー）の結果を見ると、オンラインゲームの人気もさることながら、男子の間における「DOTA」の人気の高さが目立った。また、P S 3 の利用者も多く見られた。

<90 后世代の若者から名前が挙がったゲームタイトル>

- 「魔獣世界 (World of Warcraft)」(寮で友人と遊ぶ) (男子大学生)
- 「DOTA」「SDガンダム」「天龍八部」(男子大学生)
- 「泡泡卡丁車」(女子大学生)
- オンラインゲームはしない。P S 3 などコンソールゲーム。(男性社会人)
- 「三国殺」「街頭籃球 (ストリートバスケットボール)」「泡泡糖」(女性社会人)
- 「DOTA」(最近はこれが多い。週末に 4 ～ 5 時間、夜に遊ぶ。夜 3 時まで。C S (Counter-Strike) は中学のときに遊んだ) (男子高校生)
- 「植物大戦僵 (Plants vs. Zombies)」「マインスイーパ」「数独」大型ゲームや QQ ゲームには興味がなく、自分自身に挑戦できるようなゲームに興味がある。(女子大学生)
- オンラインゲームでは遊ばない。P S 3 で遊ぶ。「戦国無双 3」「ブレイブル」(男性社会人)
- 「魔力寶貝」(初めて遊んだオンラインゲームです)「仙境伝説 (Ragnarok Online)」(1 か月に 2、3 回遊ぶ) (女性社会人)
- 「QQ 炫舞」「QQ 飛車」(最近は仕事が忙しく、あまり遊んでいない) (男性社会人)
- 「QQ 飛車」「510K」「斗地主」(大富豪) (女性社会人)
- オンラインゲームではなく P C ゲーム「魔獣争覇 (Warcraft)」。(週 2 ～ 3 回。友人では「魔獣世界」で遊ぶ人が多い) (男子高校生)
- 「CF」(C S のオンラインバージョン。8 対 8 まで遊べる。 ) 「DN」(盛大のゲーム)。(QQ のゲームは幼稚過ぎてあまり遊ばない。P S P や N D S もあるが、オンラインゲームで遊ぶことが多い) (男子高校生)
- 「QQ 炫舞」(2 日に 1 回程度。ゲーム内で友達と知り合う) (女子高校生)

## 2-3・その他中国のコンテンツマーケット状況

## □ 奇芸における日本コンテンツ

百度グループの動画配信サイト・奇芸網において、日本のコンテンツが充実し始めていることに注目したい。これらは正規にライセンスを受けているものとされる。一部タイトルと、その視聴回数を下記する。

| ＜映画＞ | タイトル                | 視聴回数（2011年10月19日現在） |
|------|---------------------|---------------------|
|      | ・ 「母べえ」             | 52,392 回            |
|      | ・ 「I C H I」         | 1,296,779 回         |
|      | ・ 「その男、凶暴につき」       | 368,375 回           |
|      | ・ 「ソナチネ」            | 109,856 回           |
|      | ・ 「ゲゲゲの鬼太郎」         | 311,037 回           |
|      | ・ 「天国の本屋」           | 321,350 回           |
|      | ・ 「クイール」            | 782,690 回           |
|      | ・ 「C A S S H E R N」 | 640,487 回           |
|      | ・ 「MOON C H I L D」  | 390,505 回           |
|      | ・ 「たそがれ清兵衛」         | 109,916 回           |

## ＜アニメ＞

|               |               |
|---------------|---------------|
| ・ 「ドラえもん」     | 60,942,885 回  |
| ・ 「クレヨンしんちゃん」 | 128,809,942 回 |
| ・ 「スラムダンク」    | 116,404,291 回 |
| ・ 「鉄腕アトム」     | 11,564,038 回  |
| ・ 「ウルトラマンティガ」 | 179,846,770 回 |
| ・ 「ちびまる子ちゃん」  | 40,561,336 回  |
| ・ 「キテレツ大百科」   | 3,605,720 回   |

具体的な契約内容については不明であるが、中国のインターネット上において、こういった正規版ライセンスが増加していくことは、皆にとって望ましい動きである。

以上