



## (62) 市場は冬の時代に 動画配信サイトの行方 - 2

野村総研(上海)咨询有限公司

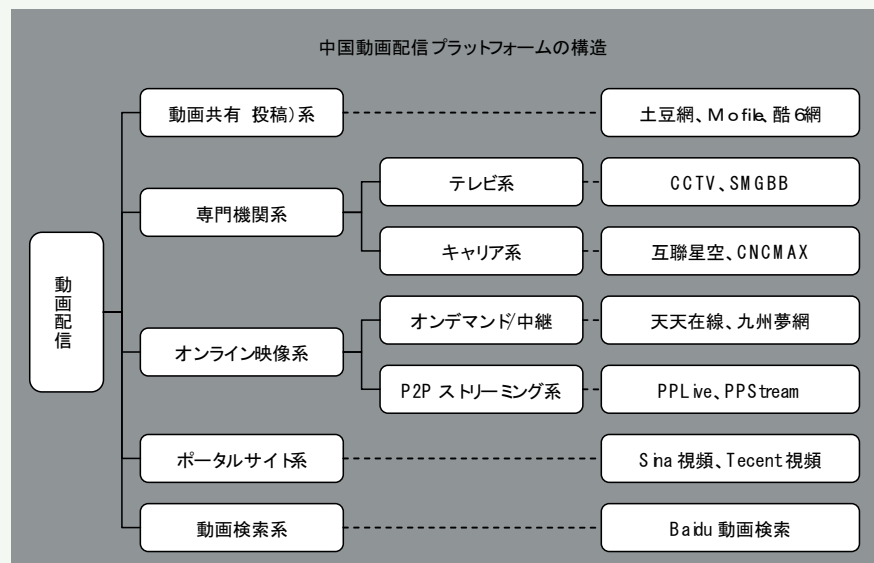
中国の動画配信サービス市場が抱えている著作権問題や不健全な配信内容の問題を前回紹介した。引き続き同市場の動きを紹介する。

### ◇参入相次ぐも、ビジネスモデル不在

著しく成長する中国のインターネット市場、特に動画配信サービス市場にベンチャーキャピタルなどが世界各地から群がったことをきっかけに、2004年から06年にかけて中国国内の動画配信サービス市場に参入した事業者は300社以上にも及んだ。

多くの事業者が参入して競争は白熱しているが、ビジネスモデルが成り立っている事業者はいないのが現実である。多くの動画配信サイトはベンチャーキャピタルからの投資で運営資金を得たものの、収益モデルは依然としてサイト上でのインターネット広告に依存しており、アクセス数に応じた広告料以外の有効なビジネスモデルを構築できていないため、いまだに利益を出していない。

また動画配信サービス事業者はサイト上にある大量の動画コンテンツを管理・配信するためサーバーなどのシステムインフラに多大な資金を投入する必要がある。加えて市場参入資格や配信内容の厳格化、著作権の獲得による運営コスト上昇に圧迫されている。



### ◇相次ぐリストラ

最近の経済環境低迷の影響を受け、動画配信サイトの中には人員削減を始める事業者も出て来ている。資金不足に陥りつつあるサイトでは、広告の出稿単価を上げるなどの売り上げ拡大を行うだけでなく、経営規模の縮小や経費削減が急務となっている。例えば「六間房」は従業員を200人から70人にまで約70%の人員削減計画を明らかにした。P2Pストリーミング系の動画を配信している「PPLive」や08年第2・四半期利用者数が業界1位となった動画共有(投稿)系の「土豆網」も、それぞれ10%と20%のリストラを行う予定があるそうだ。もはや業界は真冬の季節に入ったとも言える。

確かに人員削減はある程度の運営コストを低減することができるが、問題の本質である収益の上がるビジネスモデルを見付けることができなければ、中国の動画配信サービス市場はいっときの花のように消えてしまうかもしれない。



主任コンサルタント 許文