

中国 IT 市場 ナビゲーター

(82) 中国移動の「ペーパーレス図書サービス」

野村総研(上海)咨询有限公司

中国移動(チャイナモバイル)は9月23日、地場10社のコンテンツプロバイダー(CP)とパートナー契約を結び、TD-SCDMA(TD)方式の第3世代(3G)携帯電話上で「ペーパーレス図書サービス」を展開する計画を杭州で発表した。携帯電話やデジタルブックリーダーなどチャイナモバイルの持つTD端末とソリューションで、CPが保有するコンテンツを消費者に提供するプロジェクトである。

◇すそ野広い市場

中国出版科学研究所が5月に公表した「第6次全国国民読書習慣調査」によると、「ペーパーレス読書」の習慣を持つ国民は24.5%存在する。インターネット(パソコン)で読書するとの回答が15.7%と最も多く、12.7%は携帯電話で読む習慣を持っている。約4.2%は携帯情報端末(PDA)やMP4、デジタルリーダーで読書し、約2.8%はデジタル読書が唯一の読書手段になっているのである。

この結果から推計すると、ペーパーレス読書習慣を持つ中国の消費者はおおよそ2.7億人となり、携帯電話で読書する消費者は約1.7億人いることになる。中国では現在まだコンテンツに料金を払う習慣に乏しいが、この2.7億人の10%が年間100元の料金を払うとしても、市場規模は27億元に達するのである。

◇成功モデルに脚光

知的所有権が保護されず、インターネットでどんなものでも見られるという中国の現状に対し、コンテンツに料金を払う消費者がいるのかと疑う声はある。チャイナモバイルCPのうち、中国インターネット大手企業「盛大グループ」傘下の「盛大文学」は有料化の代表的なビジネスモデルを持っている。

盛大文学傘下の「起点中文網」は中国最大の文学ポータルサイトで、オリジナル文学サイトである。独立系作家が自分の作品をアップロードすることにより、自動的に盛大と独占作家契約が結ばれ、盛大系以外のサイトでの掲載は禁じられる。登録作家は現在数万人おり、作品は百万以上に上っている。3000万を超える登録ユーザーのうち有料ユーザーは110万で、毎月のコンテンツ料収入は500万円に達している。

盛大の料金徴収モデルでは、一つの作品を二つの部分に分ける。最初の何章かは誰でも無料で読めるが、それ以降の部分は全て有料となり、有料読者しか読めない。料金は1000文字0.2円で、サイト経営側と作家側が半分ずつ分け合う。ユーザーは携帯電話・アリペイ(決済サービス)・プリペイドカードなどの手段でサイト内の自分の口座に入金できる。

別の文学サイト大手「榕樹下」が以前、有料サービスを展開しようと試みたことがある。当時のモデルは一部作品を有料にし、定額料金を払えば全作品が見られるというパターンだった。その際はほとんどのユーザーが無料の作品だけを読み、有料サービスの利用は少なかった。盛大は最初から「榕樹下」の経験を見習って、一部作品ではなく、一つの人気作品の一部に対して料金を徴収するパターンにしたのである。

◇課題あっても日系には有望

コンテンツがあり、有料で購入する習慣を持つ消費者がいたとしても、TDインフラが整わず、ユーザーの利用環境がよくなければ、消費者は携帯電話で読書せず、パソコンで購入してしまう。そうなると「3Gペーパーレス図書市場」はあくまでゼロである。コンテンツを整えると共に、インフラ整備も併せて進める必要がある。

CPにとっての課題はやはり海賊版である。人気作品がすぐに別のサイトに無料で公開されたりする。しかもその多くは一般読者の個人的な行為で、責任を追及する相手をなかなか捕まえられないのが現実である。

現状では市場規模がまだ小さく、課題も多数存在するが、技術の発展動向や日米の経験から見ると、この市場は必ず成長すると考えられる。特に日系CPにとっては、漫画や小説などが期待できるのではないだろうか。

(コンサルタント 管 小鶴)