



(5) モバイルメディアが「漫画雑誌」アニメゲーム関連市場の最新動向(1)

野村総研(上海)咨询有限公司

◇2005年に1000億元超

中国のアニメゲーム関連市場(アニメゲーム作品にかかわる収入とキャラクター商品や授権にかかわる収入の合計)は、2004年には800億元であったのが、05年には1000億元(約1兆5000億円)を突破し、06年には、さらに25%ほどの成長が予測され1250億元(約1兆8750億円)(出所「計算機世界」2006.2)に。現在のところ主力コンテンツはまだ外国作品(主に日本・韓国)の輸入に頼っているのが実情である。海外で既にはやった作品の方が、テレビなどのマスメディアなども安心して投資できるからである。このような中、国家広播電影電視総局(広電局)は、国産オリジナル作品育成のために、海外作品に対する規制を強化している。具体的には-

(1) 以前より、ゴールデンタイム(17:00~21:00)の間に海外作品の放送を禁止。

(2) 昨年9月からは、海外優秀アニメ作品の情報を紹介するような番組も、この時間帯での放送を禁止し始めた。

ただし、中国のテレビメディア業界は、かなりの買い手市場となっており、国内のアニメ制作会社がテレビ放映をしてもらおうとしても、52話以上のボリュームが出来上がらないと放送についての相談に乗ってくれないのが実情である。アニメ生産の場合、1分間1万円のコストがかかるから、膨大な先行投資をしても最後にテレビ局に却下されるリスクは非常に大きい。また、アニメ制作会社を始める前に、広電局に「制作経営許可証」をもらったり、ストーリー内容の承認を得たりと、小さなハードルも多い。

日本のように、新鋭の漫画家が、筆1本で漫画雑誌の世界で読者の支持を得、その後、テレビ局の目に留まるというような流れがない。このことが中国国産オリジナルコンテンツの成長を妨げてきたと言ってもよい。

◇サクセスストーリー

そこで、コンテンツ制作者が注目しているのが、携帯・インターネット、インターネット・プロトコル・テレビ(IPTV)である。低コストであるハードルが低くだけでなく、広電局もいろいろな制限をしにくい場となっている。

制作者が、インターネットでアニメを流しても、収入にならないことが多いが、いったんそこで名前を売ることができると、キャラクターなどを携帯コンテンツとしてダウンロード販売することができ、収入が得られる。軌道に乗ると、テレビ局が声を掛けてくれて本格的にアニメが作られるという流れである。いわば動画版の「漫画雑誌」を現代のIT(情報技術)メディア上で実現していることになる。

例えば、キャラクター「POBABY」は最初インターネットで公開され、その後高人気を博して、04年からは携帯の有料ダウンロードを開始した。今は欧州でもダウンロードできるようになっている。作者「拾荒」はもともと上海アニメスタジオ出身で独立したが、「POBABY」の一作で有名になって、最近大手メディアグループの「SMG」と共同出資で本格アニメ映画制作に走り出している。彼のサクセスストーリーはまさに新メディアからスタートし、最後に伝統媒体にという段階を踏む。

中国のアニメコンテンツ業界は、日本のような漫画の流通インフラを、お金をかけて作らずとも、これらのITメディアを武器にして、今後成長してくるかもしれない。今回は現在先行する日本企業が、中国市場で打つべき施策について述べる。(主任コンサルタント 唐榮 / 総経理 中島久雄)

「POBABYの携帯コンテンツ」
(出所: <http://www.pobaby.net/>)

