

中国 IT 市場 ナビゲーター

(7) 屋外広告メディアの最新動向

野村综研(上海)咨询有限公司

◇日本で駄目、中国で成功

上海に出張に来た方が最初に驚くものの一つに、屋外液晶TVメディアがある。オフィスビルのエレベーターホールやエレベーターの中、スーパーマーケットや百貨店の中、地下鉄のホームや地下鉄の中、タクシーやバスの中など至る所に液晶テレビが設置され、四六時中広告が流れている。2005年末で、中国全土に設置されている液晶パネルは12万枚を突破し、関連広告市場が10億元(約150億円)を超えているという情報もある。



日本でも、コンビニや地下歩行道路などに設置されていたが、大きく花開くことがなかった。中国では、(1)次々と高層ビルができるインフラ整備時期に登場した(2)将来への成長モデルにベンチャーキャピタルから資金が流れ込んだ(3)短期間の中に、極めて多量の液晶テレビをまとめて購入することでコストを下げ、メディアとして必要な一定量を超えることができた一の要因で成功した。日本発ではアイデアで終わったビジネスが、中国で花開く典型的なビジネスモデルの一つである。

◇オフィスビル内広告市場の90%占有

この事業領域で現在、独走する企業ある。2005年11月、米ナスダックでの新規株式公開(IPO)に成功した「フォーカス・メディア(分衆:Focus Media)」である。02年後半に設立され、上海のオフィスビルを基点に成長してきたが、上場によって資金を得ると、06年1月には、北京を中心に成長していた「ターゲット・メディア(聚衆Target Media)」を買収し、オフィスビルに設置した液晶パネルでは市場の90%近くを占めるようになった。その後もエレベーター内に強い「フレーム・メディア(Frame Media)」を買収して、その規模を拡張している。また、最近では、屋外メディアとのシナジーを得るために、インターネット広告やモバイル広告にも事業領域を広げている。インターネット広告では「オール・イエス(All Yes)」を買収し、モバイル広告では「北京凱威点告」社を手中に収めている。

◇「放送・通信」系の追走

フォーカス・メディアを追い掛ける新興勢力の一つが、地上波デジタルテレビを利用した交通系メディアである。上海で2002年から事業を行っている「東方明珠移動TV(東方公衆メディア)」は路線バス、タクシーに設置した液晶パネルに、広告を配信している。国家広播電影電視總局をバックに持つ"放送"サイドからの拡大勢力である。上海以外にも、アモイや北京のバスで既に展開されており、今後、この3都市のモデルが地方都市に広がっていくと思われる。無線LANなどを利用して、地下鉄などの屋内メディアを狙う事業者もいる。いわば通信系からの新興勢力である。2003年に設立されたDMG上海地鉄信息運管有限公司は、上海や重慶の地下鉄で事業を展開中である。

新興勢力は、放送や通信のメリットを生かして、単なる広告の繰り返し放送ではなく、目をうまく引き付けるような最新ニュースなども流しており、コンテンツがより魅力的なものになってきている。

広告営業においては、先行するメディアパワーが重要視されるため、しばらくの間、フォーカス・メディアの独走体制は崩せそうにないように思える。ただし、屋外メディアはまだまだ成長中であり、新しい技術が登場するマーケットだけに、今後の展開から目が離せない。(総経理 中島久雄/主任コンサルタント 唐栄)