



## 中国デジタルエコノミーの拡大に寄与する汎娯楽産業

一般財団法人マルチメディア振興センター（FMMC）

情報通信研究部 副主席研究員 裘 春暉

### 概要

中国では、固定及びモバイル・インターネットの普及に伴い、デジタルコンテンツ市場が活気を見せている。中では、ネット事業者最大手であるテンセント（Tencent）の提唱によって注目されるようになった汎娯楽（Pan-Entertainment）分野が、既に新興産業の一つとしてデジタルエコノミーの規模拡大に寄与し注目されている。本稿は、その一端を概説する。

### 1. はじめに

通信分野を所管する工業・情報化部の情報センターは 2018 年 3 月、「中国汎娯楽産業白書（2018）」を発表した。汎娯楽という表現は、中国ネット事業者最大手であるテンセントが 2012 年に発表した「汎娯楽戦略」で一般的に知られるようになった中国語である。電子書籍やオンライン・ゲームといったデジタル娯楽分野において、一つの人気作品が次々と他の媒体を介して、新たな経済価値を生み出していく現象を指す。近年は、特にモバイル・インターネットの普及もあり、汎娯楽市場が急速に拡大してきた。前述した白書のデータによれば、同市場規模は、2016 年の 4,155 億元から 2017 年の 5,484 億元に拡大し、デジタルエコノミーに占める割合も初めて 20%を超えた。背景には、ストレスのないデータ通信環境の存在があると考えられる。

本稿は、中国国内で確立されつつある汎娯楽市場の現状及び今後の見通しについて概説する。

### 2. デジタルエコノミーの成長を支える固定・モバイル通信の高速化

中国における FTTx 及び 4G 利用者規模はともに世界一で、巨大なデジタルエコノミーを作り出している。工業・情報化部の発表では、2018 年 3 月末現在、FTTx ユーザ数は 3 億を超えており、固定ブロードバンド・ユーザ全体に占める割合は 85.3%に達した。また、12 億を超える中国人がスマホ端末を介して、いつでもどこからでもインターネットにアクセスすることができる。2018 年 3 月における 1 人当たりのモバイルデータ通信利用量が、前年同期に比べて、

1.6 倍の 3.3GB/月に上昇した。

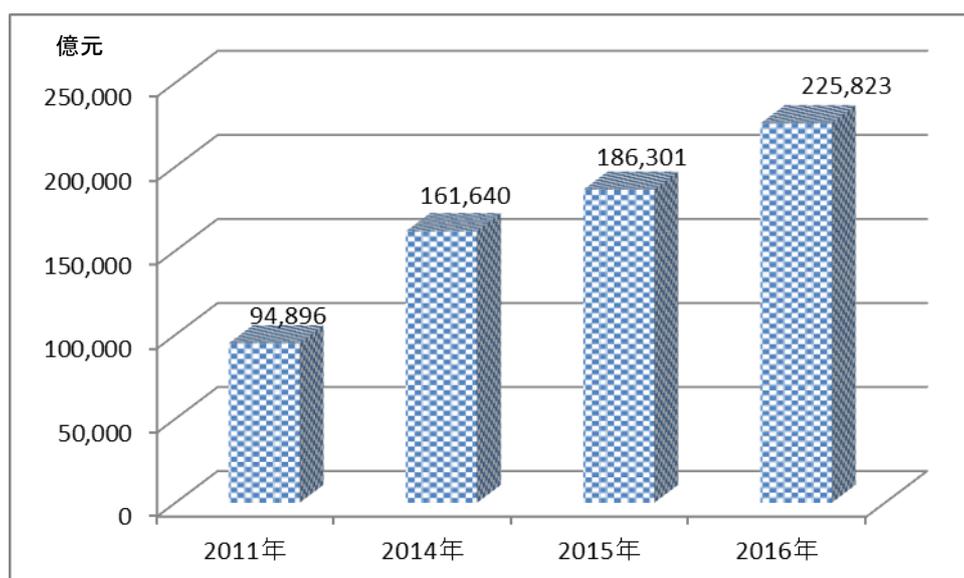
通信事業者各社がインターネットのトラフィック増の対応に迫られ、利用料金を上げることなくネットワークの高速化を進めている。ブロードバンド発展連盟の発表した「中国ブロードバンド速度状況報告」(2018 年第 1 四半期) データによれば、2018 年第 1 四半期における固定ブロードバンドの平均下り速度は前年同期比で 54.9%増の 20.15Mbps となり、20Mbps の大台を超えた(通信事業者別では、中国電信が 20.51Mbps、中国聯通が 20.16Mbps、中国移動が 20.00Mbps)。また、4G ネットワークの平均下り速度は同 54.3%増の 19.12Mbps に達した(通信事業者別では、中国聯通が 20.42Mbps、中国電信が 19.41Mbps、中国移動が 18.67Mbps)。

ネットワーク高速化の余地は依然大きいものの、現状では、概ねストレスなく各種ネットサービスが利用できるようになっている。このような通信環境の存在が、巨大デジタルエコノミーの進展を支えてきたとも言えよう。

### 3. 急拡大するデジタルエコノミー市場

前述したような通信環境下において、汎娯楽分野をはじめとする中国のデジタルエコノミー市場は急拡大してきた。図表 1 で示されているように、2016 年におけるデジタルエコノミー市場規模は前年比で 18.9%増の 22 億 6,000 万元に達し、GDP に占める比率は前年より 2.8 ポイント増の 30.3%となる。

図表 1 中国におけるデジタルエコノミー規模の推移



出所：CAICT「中国デジタルエコノミー発展白書(2017)」データを基に作成  
(1元≒17円(2018年5月現在))

ここでいうデジタルエコノミー市場規模には、情報通信産業の市場規模、及びその他産業におけるデジタル化の浸透によってもたらされた市場規模の二つ部分が含まれる。前者は電子機器の製造やインターネット・サービス業などを含む情報通信産業で、後者は農業、医療といった様々な産業活動において IoT などのデジタル技術の利活用でもたらされた部分を指す。ちなみに、デジタルエコノミーにおける前者及び後者の割合は、2005 年の 51 対 49 から 2016 年の 23 対 77 に変っている。この数値の変化は、ICT の他産業への寄与がいつそう顕著に現れてきたと見て取れる。

中国情報通信研究院 (CAICT) が発行した「中国デジタルエコノミー発展白書 (2017)」によれば、2008 年以降、中国情報通信産業における電子製造分野の比率が下がってきているのに対して、ソフトウェア及びインターネット分野の比率が上がってきている。具体的には、2016 年の同産業の市場規模が前年同期比で 11.5%増の 2 兆 1,000 億元を超えた。このうち、インターネット分野の売上高は同比 28.7%増の 1 兆 3,000 億元に達し、産業全体に占める割合が 2010 年 21%から 2016 年の 63%に上昇した。同レポートで取上げるような新しい市場の確立もこのような変化を後押しすると考えられる。

#### 4. デジタルエコノミーの更なる拡大に寄与する汎娯楽産業

---

冒頭で述べたように、汎娯楽はネットの広がりで見られるようになったオンライン動画やオンライン・ゲームといったオンライン・エンターテイメント分野において、優れたオリジナル・コンテンツが生み出した経済圏を指す。その市場規模はデジタルエコノミーの一部としてカウントされることから、同市場の拡大がデジタルエコノミー市場そのものの拡大に直結する。

インターネット事業者大手のテンセント、アリババ (Alibaba)、及び百度 (Baidu) が近年、相次いで汎娯楽産業の育成に注力しつつある。テンセントの場合は、「インターネット+多領域共生+人気アイドルのファン経済」戦略を構築している。具体的には、ゲームやオンライン書籍、アニメ、動画といった多領域において、共通したアイドルのファンを意図的に育成することで、異なる分野間の融合を図り、エコシステムの構築を通じた各分野の同時成長を目指し、収益の拡大につなげようとしている。例えば、ヒットした電子書籍があれば、それに基づいて脚本を起こし、その脚本をもとにドラマや動画も作成し、更には、主題曲、ゲームも編成するなど、マルチメディアの総動員で、ファン経済圏を形成させる。結果的には、電子書籍のダウンロードによる収入はもちろん、動画の視聴、他のメディア利用に伴う収入を得ることができる。その他、SNS によるネットアイドル及びファンの間のコミュニケーションも生まれ、関連製品の売上の増加にもつながるなど、一つの作品から派生する相互エンターテイメントによる

巨大な経済圏が作り出されることになる。

中国において、汎娯楽、つまり、一つの作品から大きな経済的波及効果が発揮されるようになった背景には、大手ネット事業者の取組みに加え、前述したような中国には日増しに良くなりつつある通信インフラ環境があるほか、近年の中国人ユーザの有料コンテンツに対する支払い意識の変化もあると指摘されている。デジタルエンターテインメントのシナジー効果の創出には、有料コンテンツの利用者層の拡大も不可欠である。ネット動画最大手優酷（Youku）の場合、2017 年末現在、ネット動画の有料コンテンツ利用者数がユーザ全体の 42.9%を占め、月額 40 元以上のプランを利用する会員割合も 2016 年の 20%から 26%に上昇したという。

## 5. 終わりに

---

汎娯楽市場は、新興分野であることもあり、定義が依然あいまいで、それに関する統計の範囲も明確に定められていない部分がある。とは言え、これまで見てきたように、かつてなく知的財産権（IP：Intellectual Property）に対する保護意識も高まってきた中国市場において、一つのヒットコンテンツが複数のデジタルメディアを通じて次々と新たな形で新しい価値を作り出し、デジタルエコノミーに寄与していることは事実である。

今後、VR/AR、ビッグデータ、AI といった新しい技術の普及により、今では実現できなかったコンテンツの楽しみ方ももっと多様な形で作り出されるようになり、より高い付加価値の創出にもつながると考えられる。更には 5G サービスも導入されれば、通信環境の整備がいつそう進み、汎娯楽をはじめとする中国のデジタルエコノミーの更なる成長の追い風になると期待される。