

易観国際 中国 IT マンスリーニュース

2016年9・10月



目次

クライアントゲーム市場で数年ぶりに大きな伸び	2
モバイルゲーム市場の足踏み続く	2
第2四半期の B2C 市場 40%増と好調	3
書籍のネット販売、3 四半期ぶりに伸び幅改善	4
ネットバンキングの取引高 600 兆元突破	5
モバイル向けセキュリティ、二大製品が市場席卷	6
映画入場券の売上、初めて前期下回る	7
オンライン旅行予約のモバイル化進む	8

易観国際 中国 IT マンスリーニュースは易観国際のアナリストによる中国の IT 業界に関するレポートを日本語化して配信しています。易観国際は中国における IT 業界の最大規模の専門家チームとして、多くの中国企業・外資企業のコンサルティングや調査プロジェクトに携わっており、中国の IT 動向について幅広く研究・分析を続けています。クララオンラインは日本における易観国際の独占的なパートナーとして、日本語での最新の中国の情報をご提供し、皆様の中国における活動をサポートします。

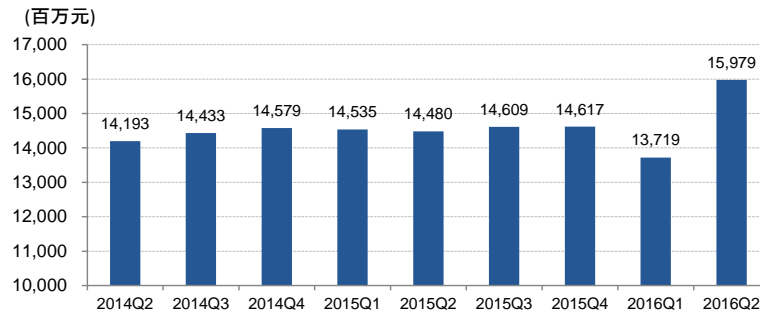
- 本レポートは、易観国際及び易観国際グループ各社(以下「易観国際」といいます)発行のニュースを、易観国際からの許諾に基づき、易観国際の日本における独占的な総代理店である株式会社クララオンライン(以下「クララオンライン」といいます)が日本語に翻訳したものです。本レポートに掲載された内容は発行時における易観国際の見解や予測を紹介するもので、予告なしに変更することがあります。易観国際及びクララオンラインはここに記載された情報が十分信頼に足るものと考えていますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。
- 日本語版の本レポートのいかなる部分について、クララオンラインの書面による事前の了解なく複製、再生、再発行、販売、配布、送信、回付、修正、表示したり、またいかなる目的でも使用したりすることはできません。これには二次的著作物を作成する際に本レポートを利用する場合も含まれますが、これに限定されるものではありません。クララオンラインの許可を事前に申請する際には <https://www.eguan.jp/contact> からご連絡ください。
- 本レポートでは中国とは中華人民共和国を指しており、台湾、香港特別行政区、マカオ特別行政区は含んでいません。
- 本レポートに含まれる情報は一般的なご案内であり、包括的な内容であることを目的としておりません。また法律・条令の適用と影響は、具体的な状況によって大きく変化いたします。具体的な事業展開にあたってはクララオンラインコンサルティングサービスチームより御社の状況に特化したアドバイスをお求めになることをおすすめいたします

本レポートはクララオンラインコンサルティングサービスチームにより翻訳されたものです。クララオンラインの中国インターネットコンサルティングサービスに関するお問い合わせは以下の連絡先までお気軽にご連絡ください。
asia@clara.ad.jp または +81(3)6704-0777

クライアントゲーム市場で数年ぶりに大きな伸び

易観智库のまとめによれば、2016年第2四半期(4-6月)の中国のクライアントゲーム市場の規模は159.79億元で、前期に比べ16.5%増加した。

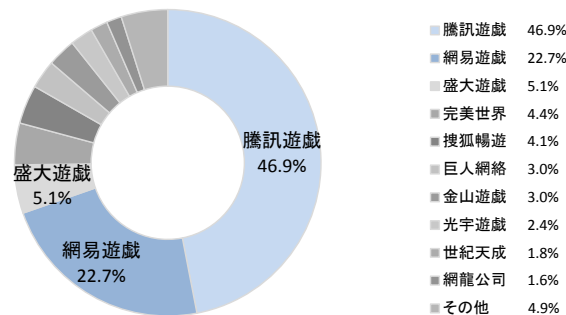
2014Q2-2016Q2 中国クライアントゲーム市場規模



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

ゲーム会社別では、トップの騰訊遊戯が市場の46.9%のシェアを握る。近年はEスポーツに大きな投資を行っており、騰訊遊戯が運営する「英雄連盟」は世界で最も稼ぎの良いクライアントゲームとして知られる。

2016Q2 中国クライアントゲーム市場シェア



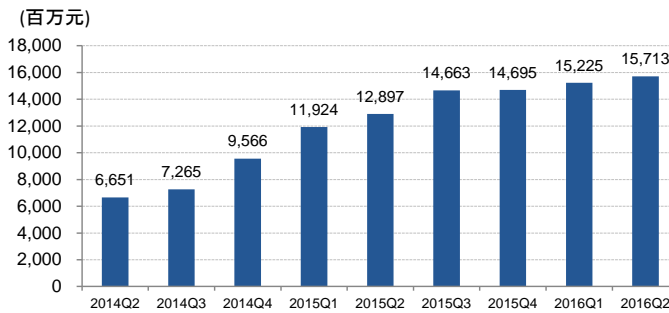
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

クライアントゲーム市場はこの2年ほど伸び悩んでおり、マイナス成長となることも度々だった。今期は多くのクライアントゲームが売上を伸ばしたことや、夏休みと重なったことでアクティブユーザーが一時的に増加したことが成長を後押しした。大手ゲーム会社が市場をコントロールする構図に当面変化はなさそうだが、ゲーム市場全体ではモバイルゲームへのシフトが続いている。

モバイルゲーム市場の足踏み続く

易観智库がこのほど発表した「2016年第2四半期(4-6月)中国モバイルゲーム市場季度監測」によれば、同期間中の市場規模は157.13億元だった。前期に比べ3.2%、前年同期に比べ21.83%それぞれ増加した。

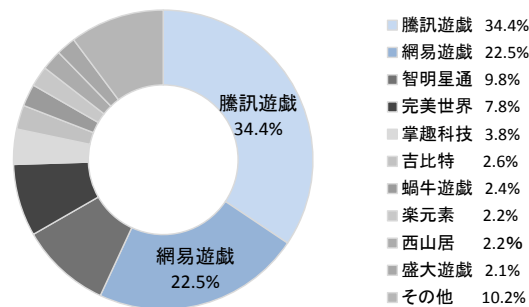
2014Q2-2016Q2 中国モバイルゲーム市場規模



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

市場シェアは騰訊遊戲が 34.4%、網易遊戲が 22.5%で、依然として 2 社で過半数を占めた。一方、完美世界や西山居はそれぞれ 7.8%、2.6%とシェアを伸ばした。

2016Q2 モバイルゲーム開発会社の市場シェア(売上ベース)



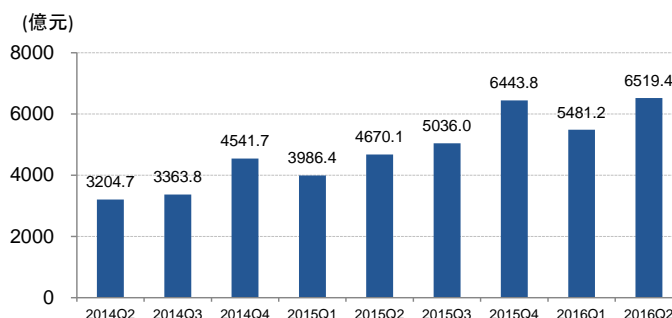
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

今季は市場の成長スピードが引き続き落ち込み、市場は勝ち組となった騰訊と網易の 2 社がけん引する状況が続いている。しかし中小規模の開発会社を中心に多くの IP タイトルがリリースされており、ゲームファンからの注目は高い。また PC 向けゲームからの移植タイトルはモバイル版でも人気となっており、今後さらに多くの移植タイトルが登場すると予想される。

第 2 四半期の B2C 市場 40%増と好調

易観智库がこのほど発表した「2016 年第 2 四半期(4-6 月)中国 B2C 市場季度監測」によると、同期中の B2C 市場の売上は 6519.4 億元で、前年同期に比べ 39.6%増加した。

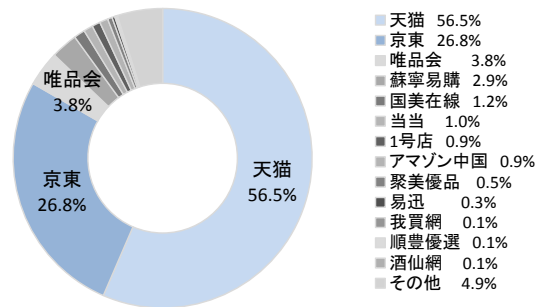
2014Q2-2016Q2中国B2C市場規模



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

サイト別では天猫が市場の 56.5% のシェアを握っており、京東が 26.8%、唯品会が 3.8% と続いた。

2016Q2 中国B2C市場シェア(取引高)



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

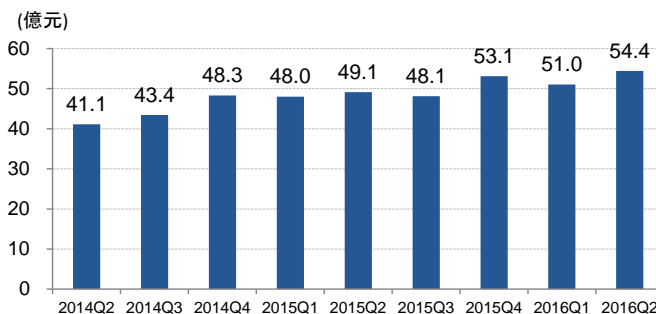
第 2 四半期はアパレル製品や 3C 家電製品の販売が好調で、大型セールが開催された 4.18、4.23、5.20、6.18 の当日の売上はいずれも好調だった。京東は 6.18 のセールが追い風となり、シェアは前年同期の 24.8% から 26.8% へと 2 ポイント上昇した。

易観智库の分析では、B2C 市場はすでに成熟期を迎え、成長幅は徐々に縮小している。しかし大手 B2C サイトが実店舗を持つ小売り業者と提携する動きを見せており、ネットショッピングと実店舗を組み合わせた新たなショッピング体験に注目が集まっている。

書籍のネット販売、3 四半期ぶりに伸び幅改善

易観智库がこのほど発表した「2016 年第 2 四半期(4-6 月)中国 B2C 市場季度監測報告」によれば、同期間中の B2C 市場における出版物の売上は前年同期比 10.8% 増の 54.4 億元だった。成長率は前期まで 3 四半期連続で落ち込んでいたが、ようやく持ち直した形だ。

2014Q2-2016Q2 中国B2C市場出版物売上高

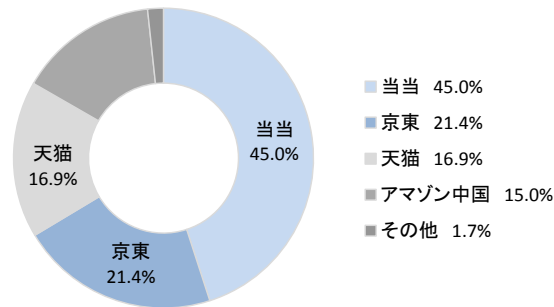


Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

サイト別では当当が 45.0% のシェアでトップを維持した。京東は 21.4%、天猫は 16.9% で、上位 3 社で市場の 83% を占めている。

易観智库の分析では、4 月 23 日の世界図書・著作権デーにあわせたセールが今期の売上をけん引した。なかでも当当は、世界図書・著作権デーにあわせて開催した 2 日間のセール期間中に、2015 年の「双十一」の 3 日間のセールでの販売量を上回る 5000 万冊を売上げた。

2016Q2 中国B2C出版物市場シェア(売上高)



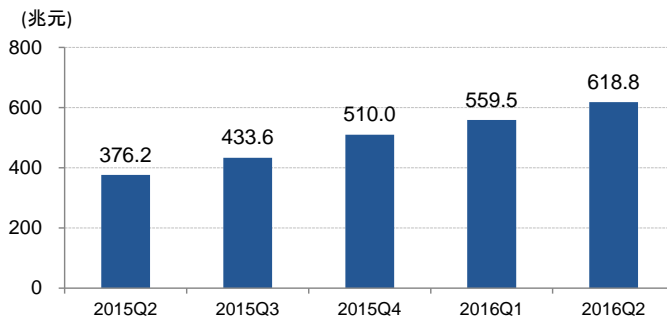
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

中国では経済成長と共に読書の習慣が広まっており、文化消費へのニーズが高まっている。都市部を中心に子供の読書習慣を重視する親が増えており、今後は子供向けの各種学習書籍や社会・科学分野の書籍の販売が伸びることが期待される。

ネットバンキングの取引高 600 兆元突破

易観智库がこのほど発表した「2016年第2四半期(4-6月)中国インターネットバンキング市場季度観測報告」によると、同期間中の取引高は618.8兆円で、前期に比べ10.6%増加した。

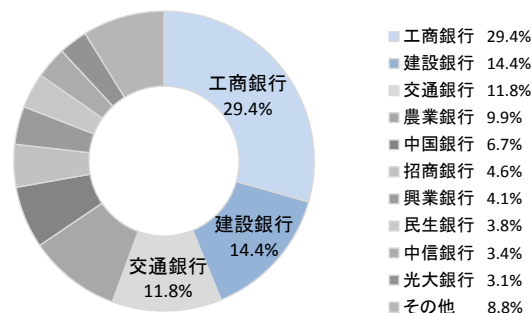
2015Q2-2016Q2 中国ネットバンキング取引高



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

金融機関別の市場シェアは、工商銀行が29.4%で最も多く、建設銀行、交通銀行、農業銀行、中国銀行の五大銀行が全体の71%を占めた。

2016Q2 中国ネットバンキング市場シェア(取引高)



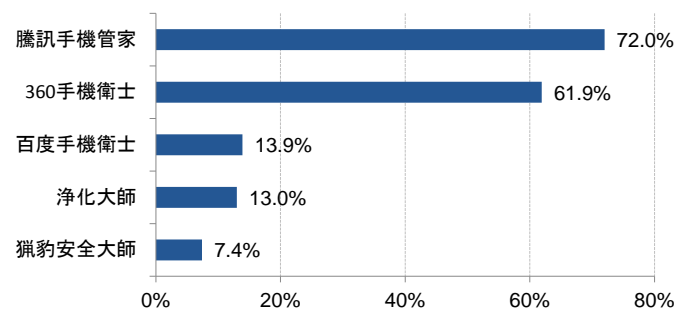
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

易観智库の分析では、2016年に入り商業銀行のネットバンキングサービスがよりスマートに進化しており、各行とも新たな金融ポータルによるワンストップの総合金融サービスの提供を始めている。さらに資金移動の手数料を無料にしたり、他行への振り込み手数料を優遇したりする動きが出ており、光大銀行は支店間の振り込み手数料について金額や時間を問わず無料にすると発表して注目を集めた。

モバイル向けセキュリティ、二大製品が市場席卷

易観智库がこのほど発表した「2016年第2四半期（4-6月）中国モバイルセキュリティ市場季度監測報告」によれば、同期間中のモバイル端末向けセキュリティ製品のユーザー利用率は、騰訊手機管家が72.0%で最も多かった。2位は360手機衛士で61.9%、3位は百度手機衛士で13.9%だった。

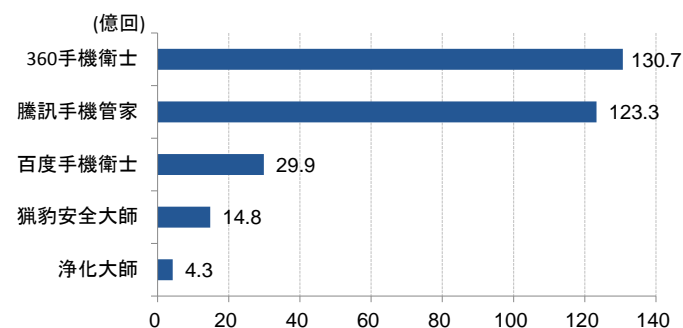
2016Q2 モバイルセキュリティ製品のユーザー利用率



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

また今季の製品別アプリ起動回数は、360手機衛士が130.7億回で最も多く、2位の騰訊手機管家も123.3億回と迫った。しかし3位の百度手機衛士は29.9億回しかなかった。

2016Q2 モバイルセキュリティ製品の起動回数



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

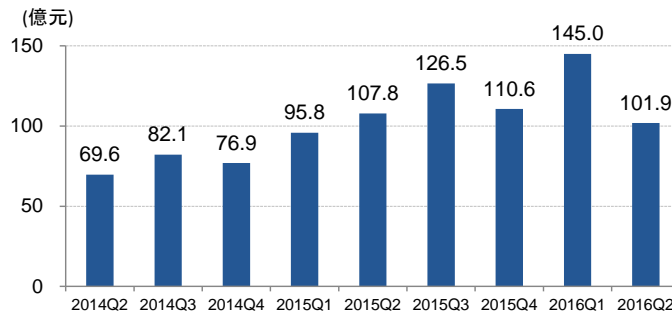
易観智库の分析では、スマートフォンをはじめとするモバイル端末はすでに生活に取り入れられており、第三者決済サービスや資金運用といった金融系サービスで個人情報を入力する機会も増えている。そのためスマートフォンを狙った犯罪が増えており、いかにセキュリティを確保するかが市場の課題となっている。

今季は各セキュリティ製品ともウイルス対策の機能向上に努めたほか、決済サービスの安全性確保に重点を置いたバージョンアップに取り組んでいる。

映画入場券の売上、初めて前期下回る

易観智库がこのほど発表した「2016年第2四半期（4-6月）中国映画入場券オンライン販売市場季度監測」によれば、同期間中の映画入場券の売上は101.9億元で、前期に比べ5.46%減少した。2010年以降、伸び幅が前期を下回るのは初めて。

2014Q2-2016Q2 中国国内映画入場券売上額



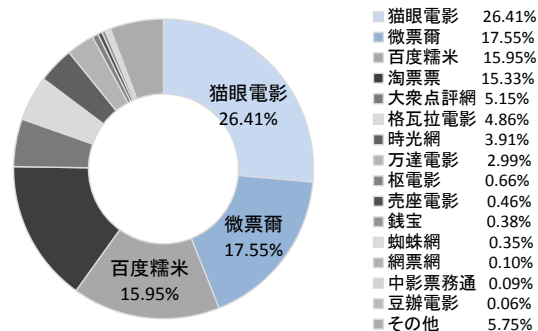
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

今年上半年（1-6月）の累計売上は246.86億元で、前年同期の202.59億元から21.9%増加したが、過去5年で最低の伸び幅だった。このうち国産映画の入場券売上は前年同期比38.9%増の131.1億元で、全体の53.1%を占めた。

また今季はインターネットでの売上が全体の78.51%を占めた。内訳は通常のオンライン購入が71.33%、共同購入が7.18%だった。映画館での購入を含むオフラインでの売上は21.49%だった。

販売サイトのシェアは、前期に続いて猫眼電影が26.41%でトップを維持した。2位の微票爾は17.55%、3位の百度糯米は15.95%で、いずれもすでに会員向けの割引サービスを取りやめているものの人気に変わりはないようだ。

2016Q2 中国映画入場券オンライン販売市場シェア(売上高)



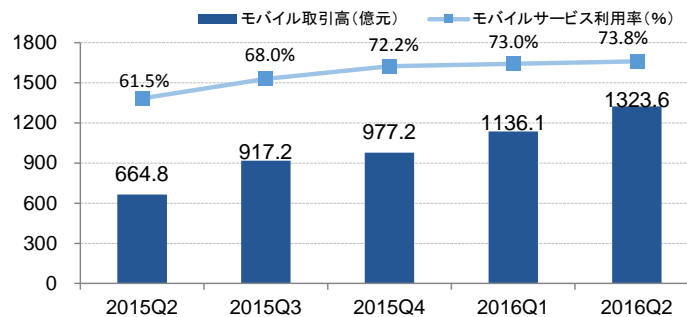
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

今季は上位10作品のうち海外映画が8作品を占めており、国内映画の入場券売上が大きく落ち込んだ。また映画館が会員向けに独自の割引サービスを始めており、共同購入の価格メリットはもはや無いといえる。来季以降も共同購入での購入比率は下がる見通した。

オンライン旅行予約のモバイル化進む

易観智库がこのほど発表した「2016年第2四半期（4-6月）中国モバイル旅行予約市場季度監測報告」によれば、同期間中の市場規模は1323.6億元で、モバイルインターネットユーザーに占める利用者の割合は73.8%に上った。

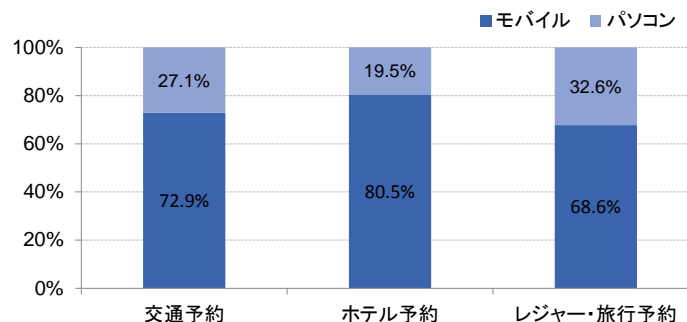
2015Q2-2016Q2 モバイル旅行予約取引高



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

また予約内容別のモバイルサービス利用率は、交通予約が72.9%、ホテル予約が80.5%、レジャー・旅行予約が68.6%となっている。

2016Q2 旅行予約サービス別利用端末



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

レジャー・旅行予約は、交通、ホテル、観光、ショッピング、娯楽など複数の要素を検討して決めることが多いため、自宅のパソコンでじっくり選びたいというユーザーが多いようだ。一方でホテル予約は、特定の地域である程度の上限金額に収まるホテルを選ぶだけでよいため、モバイルサービスに向いていると言えそうだ。

オンライン旅行予約サービスは2014年ごろからモバイル向けのサービス提供を始めている。易観智库の分析では、オンライン旅行予約市場はオンラインとオフラインが一体化する方向で成長しており、いつでもどこでも予約できるスマートフォンによる利用が今後のサービスのベースになると予想している。