

## 中国国際動漫遊戯博覧会(CCG EXPO2014)現地レポート

2014年7月10~14日 上海・世博展覽館

株式会社クララオンライン  
コンサルティングチーム

2014年7月10日から5日間にわたって、上海最大規模のアニメ・漫画・ゲームの展示会「第10回中国国際動漫遊戯博覧会(CCG EXPO2014)」が開かれた。このイベントは中国文化部と上海市政府が共同で主催するもので、一般向けのB2C会場のほか商談をメインとしたB2B会場が用意され、分野別カンファレンスも開催された。すでに学生が夏休みに入っているということもあり、来場者数は5日間で延べ22.3万人、物販の総売上額は20億元(約327億円)を突破(主催者発表)。日系ではソニー、集英社、天聞角川、バンダイ、コトブキヤ、アニメイトが大きなブースを構えていた。各社ともオフィシャルグッズの販売に力を入れている様子で、会場内は嬉しそうに大量の“戦利品”を抱えて歩く若者であふれていた。初日の会場の様子を写真でレポートする。

### 1. 初日の出足はまずまず 混雑するもスムーズに入場



開場から30分後に訪れたが、それほど待たずに入場できた。入口ではX線による安全検査が行われる。エントランスホールでは中国版ニコニコ動画「ビリビリ動画」の生中継に人だかりが。エヴァンゲリオンの写真撮影には終日長蛇の列ができており、人気のほどがうかがえた。

-1-

本レポートは、業界・企業に関する情報の提供を目的としたものであり、お客様の経営判断や購買、契約行為にあたってはお客様のご判断のもとに行っていただくようお願いいたします。本レポートは、クララオンラインが直接ご提供するという方法でのみ配布しておりますので、お問い合わせにつきましてはクララオンラインまでご連絡ください。本レポートのいかなる部分も、一切の権利は株式会社クララオンラインに帰属しており、電子的または機械的な方法を問わず、いかなる目的であれ、無断で複製または転送等を行うことを禁止いたします。なお本レポートに掲載されている第三者の企業名や商標、ロゴマークは個々の権利所有者に帰属します。また本レポートを日本国外で配布することは禁止いたします。

## 2. B2C メイン会場の様子

### ●百視通（上海メディアグループ）



入口すぐはとにかくドラえもん推しの百視通ブース。当日はドラえもんの中文版フルカラーデジタル放送を行うことが発表された。アニメチャンネルの体験コーナーが人気で、親子連れの姿が目立った。

### ●ソニー



PS4 と PSVITA の試遊機を用意したソニーブース。発売予定とみられる中文版の「in FAMOUS SECOND SON」と「LEGO MARVEL スーパーヒーローズ」がプレイできるとあって長蛇の列だった。

### ●盛大遊戯



上海ゲームショウの延長的な位置付けなのか、唯一試遊よりもステージイベントに力を入れていた。

### ●完美世界



オンラインPCゲームとタブレット向けゲームの試遊機があるだけで、説明するスタッフも見当たらず。

### ●FUNBOX(中興九城)



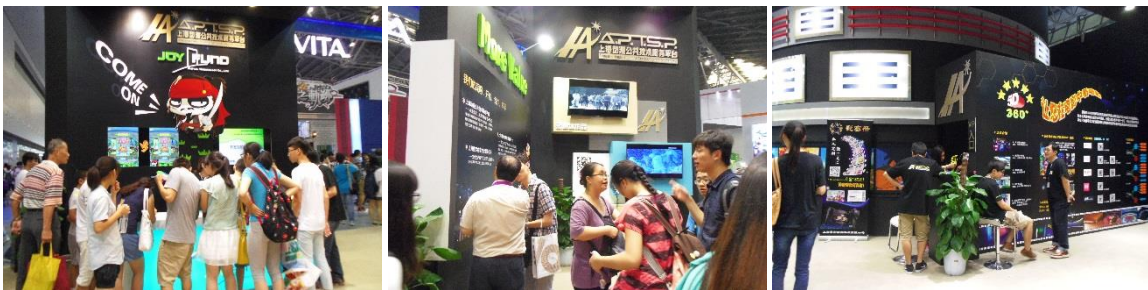
4月に発売されたゲームに強いセットトップボックス「FUNBOX」は、ゲーム大手の第九都市が手掛けたもの。ソファやベッドを用意したブースで“FUNBOXのある生活”を想像させることに成功。

### ●中国移動(チャイナモバイル)



モバイル向けアニメ配信を紹介。日本アニメの取り扱いが多く、ナルトに扮したスタッフが人気だった。

### ●上海動漫公共技術服務平台(A.P.T.S.P)



プラットフォームとしては大きなブースを構えていた。国産アニメの視聴コーナーは子供連ればかり。

### ●各省のアニメ産業基地やローカルアニメ会社



左から浙江、四川、河南のブース。自社制作作品の宣伝と産業基地への誘致活動を熱心に行っていた。



左から河馬動画、易元文化、中国最大規模のアニメ専門制作会社である上海美術電影製片廠



国家文化産業モデル基地の上海宝山科技园は、自主制作アニメの原画展示やグッズの販売が中心。

### ●バンダイ&魂ネイションズ



バンダイのブースは、公式ガンブラ作品コンテストの入賞作品を展示した「ガンブラ EXPO」。ガンブラの作り方を紹介するビデオはもちろん、ガンダムの公式サイトや天猫(Tmall)の旗艦店を紹介するパネルもあり、動画サイトでガンダムシリーズの何が放送されているかもわかりやすく示されていた。

すぐ隣ではバンダイのフィギュアを扱う魂ネイションズが ONE PIECE、ウルトラマン、ガンダムなどのフィギュアやジオラマを展示しており、写真を撮る人でごった返した。すぐ横の物販コーナーで購入できるものもあり、会場限定商品は昼には売り切れになるほどだった。

## ●JUMP SHOP



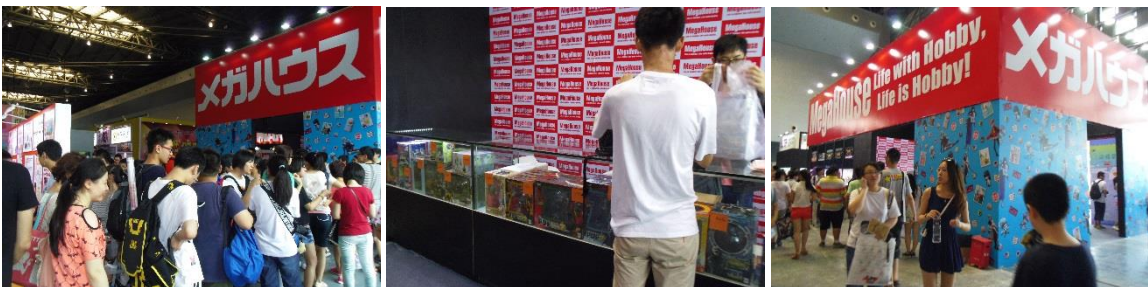
ものすごい行列で入場規制をしていたJUMP SHOP。日本で売られているグッズをそのまま販売しており、値札やタグも日本のまま。価格は1.5倍といったところで、小物や生活雑貨が多かった。

## ●アニメイト&コトブキヤ



JUMP SHOP に劣らず行列ができていたアニメイトとコトブキヤ。アニメイトではフィギュア、各種小物、書籍などを販売。会場内ではコトブキヤの大きな紙袋をいくつも提げて歩く男性を多く見かけた。持ち切れないほど買っていた学生グループに聞くと「大好きだから」とのこと。転売目的ではないようだ。

## ●メガハウス



日系なのに売り方が中国っぽいメガハウス。午前中には長蛇の列ができていた。

## ●欧米からも出展 STAR WARS & MARVEL



物販よりも展示に力を入れていた両者。ストームトルーパーやアイアンマンと一緒に写真が撮れる。

## ●根強い人気のカードゲーム



「マジック:ザ・ギャザリング」は恒例の対戦イベントを実施。中国生まれの三国志カードバトルも。

## ●台湾からの出展も



木棉花は台湾の有名アニメショップ。日本アニメの台湾公式グッズを中国で買うというやこしい事に。

CLARA ONLINE China Internet Report  
2014.7.18

### ●動画配信サイトや漫画雑誌も



左から人気動画配信サイトの愛奇芸と搜狐視頻、隣には講談社が出資する漫画雑誌「勁漫画」のブース



子供向けアニメを配信する淘米(TaoMee)のブースは子供連れがいっぱい。

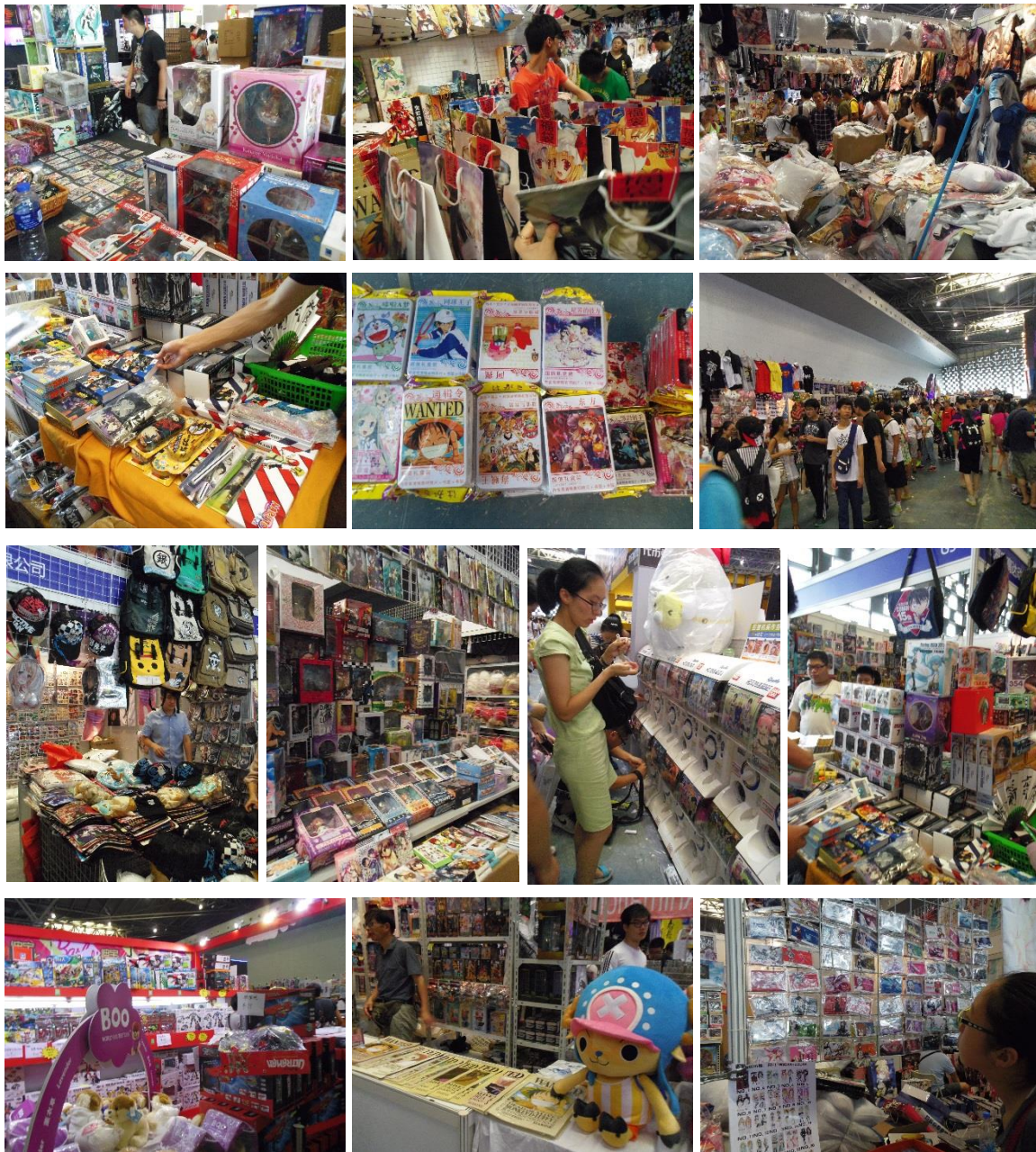
### ●日本版コミックスが豊富な書店が複数出展



漫画単行本はもちろん、ライトノベル、画集、声優写真集、アニメ専門誌、映画の原作小説などがあり、日本版、台湾版、大陸版、米国版が揃っている。日本版の価格は日本での定価の1.5倍ほどだが、一人で4-5冊を手にしてレジに並ぶ人を多く見かけた。



## ●地元のアニメグッズショップ

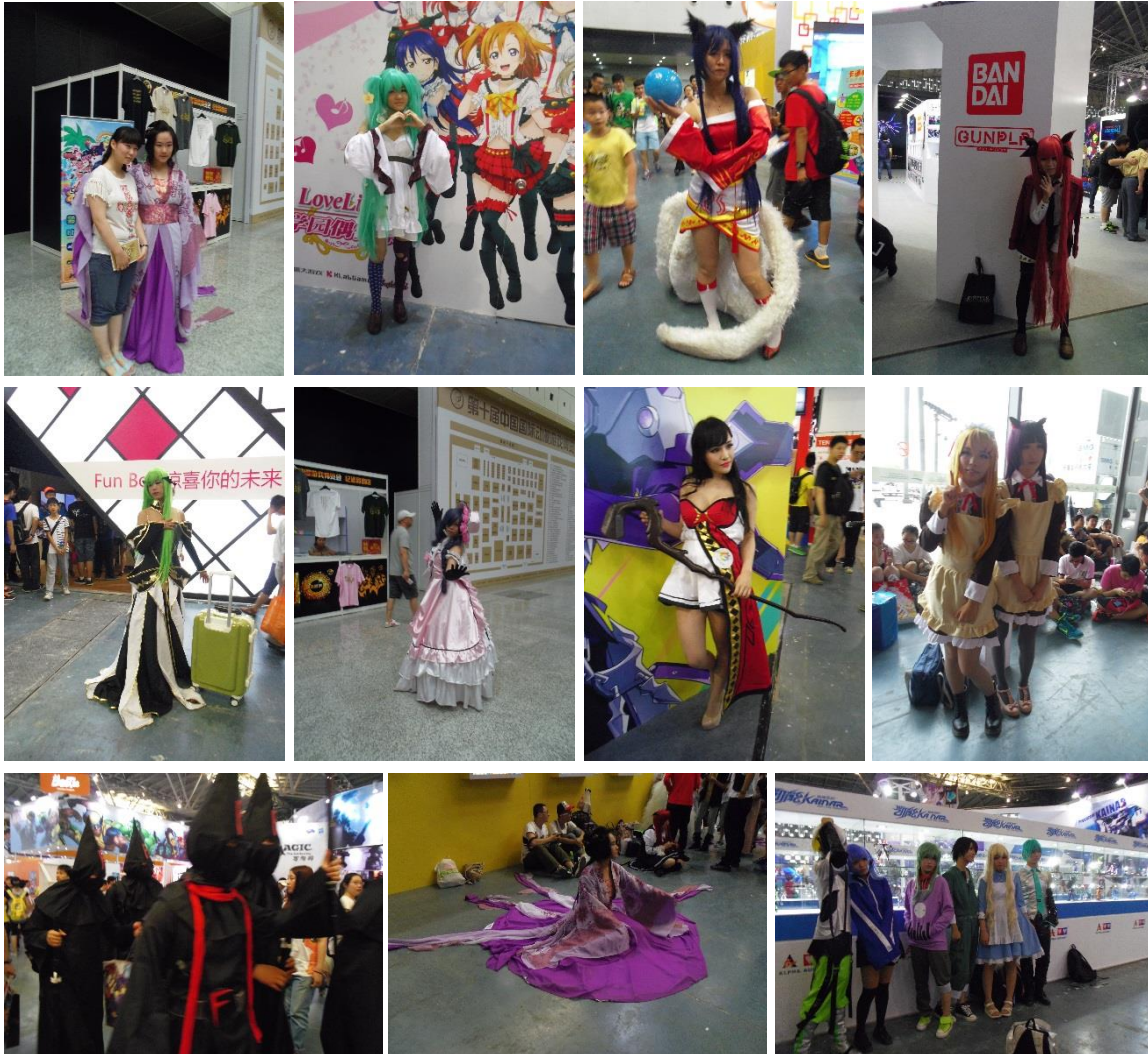


ローカルのアニメグッズショップがたくさん集まる一角は終日大賑わい。フィギュア、バッグ、クッション、ポスター、文具に生活雑貨、キャラクターのなりきりグッズからガチャガチャやアニメとは関係のない子供向けのおもちゃまで何でもある。日本からの直輸入をアピールする店がある一方で、明らかなコピー商品や一目でわかる海賊版 DVD を並べる店も。福袋は去年の上海ゲームショウ(ChinaJoy)あたりから見かけるようになったが、今回も多くのお店が扱っており“福袋”という新しい販売方法が根付いた感も。マグカップや文具といった小物が入っており、会場の隅ではさっそく福袋を開けて商品を交換するグループの姿も見かけた。



アニメ・漫画ファンにとって CCG EXPO はもっぱら買い物の場。誰もが持ち切れないほど買い物をしてしたが、一番人気はやはりフィギュアのような。中国のプラモデルメーカーALPHA・AULDEYのブースには買ったばかりのプラモデルを組み立てている人もいた。

### 3. コスプレ大集合



CCG EXPO には、上海ゲームショウ(ChinaJoy)のようなコンパニオンがほとんどいない。その代わりにたくさんの方がコスプレで来場し、会場をにぎわしていた。

本格的なコスプレを楽しんでいるのは女の子ばかりで、たまに見かける若い男性のコスプレといえば軍事系ばかり。会場で買ったアニメキャラクターの帽子をかぶっているのも男性が多かった。ちなみに、コスプレの衣装は繊維関係の間屋街にあるオーダーメイドのお店で作ってもらったり、インターネットで買ったりするようだ。このまま地下鉄で来たの！というツワモノも。

### 4. ステージイベントも盛況

ホールには 2 カ所のステージが用意され、一つでは終日オンライン PC ゲームの対戦イベントが行われて

いた。中国ではEスポーツの人気の高く、男性ファンからは時折声援も飛ぶほどだった。



大勢の人が見守るプロのゲーム対戦。会場の隅に設置されたディスプレイで観戦する人も



またもう一つのステージでは、コスプレ大会やなりきりカラオケコンテストなどのイベントを開催。AKBやSNHの楽曲に合わせて踊ったり、日本語でアニメソングを歌ったりしていた。



疲れるよね～

- 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。本書の内容は2014年7月18日時点で編集されたものであり、その時点の法律及び情報、為替レートに基づいています。

本書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作成されたものです。クララオンラインの中国、台湾、韓国、シンガポール、香港などアジア各国の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)6704-0776