

易観国際のデータで読み解く中国モバイルゲーム市場

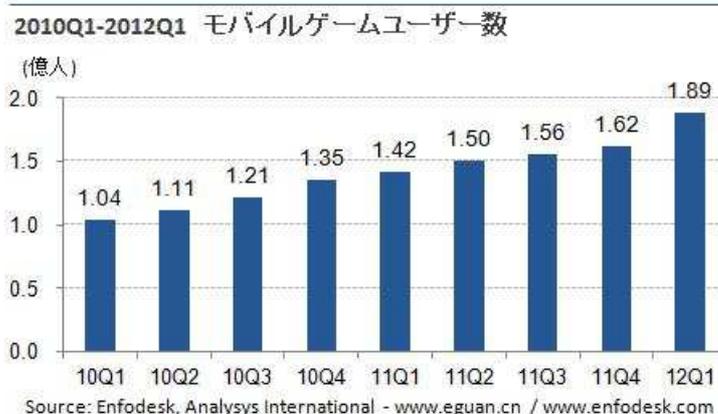
株式会社クララオンライン
コンサルティングサービスチーム

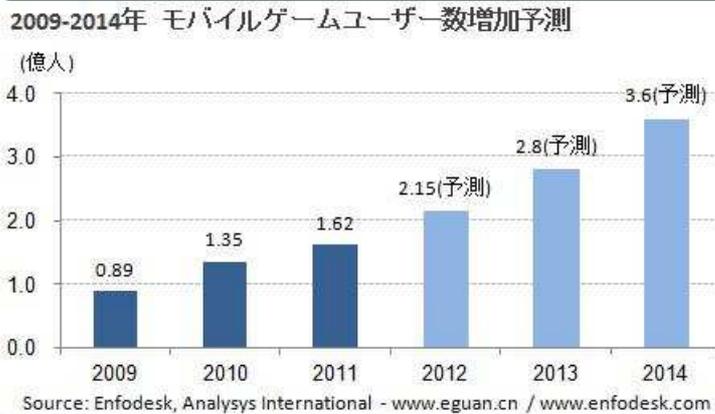
中国では安価なスマートフォンの普及に伴って、モバイルゲーム市場が急速な成長を遂げている。中国のインターネットユーザー総数 5 億 3760 万人に対して、携帯電話を中心とするモバイル機器を利用したインターネットユーザー数は 3 億 8825 万人と全体の 72.2%にも上る。

モバイルゲームはユーザー数の伸びと共に課金額も増加しているが、ユーザーは学生を中心とした、低年齢・低学歴・低収入の「3低」という特徴を持つ。最近ではオンラインで多人数プレイができるモバイルオンラインゲームの人気の高まっており、毎月の課金額が 50 円を超えるユーザーも約 30%にまで上昇。新規進出するゲーム会社も多く、市場は小規模のゲーム会社が乱立する状況が続いているが、2012 年 4 月にはゲーム会社、通信キャリア、携帯端末メーカーなど 30 社が加盟する「モバイルゲーム発展連盟」が設立され、今後も一層の発展が期待されている。

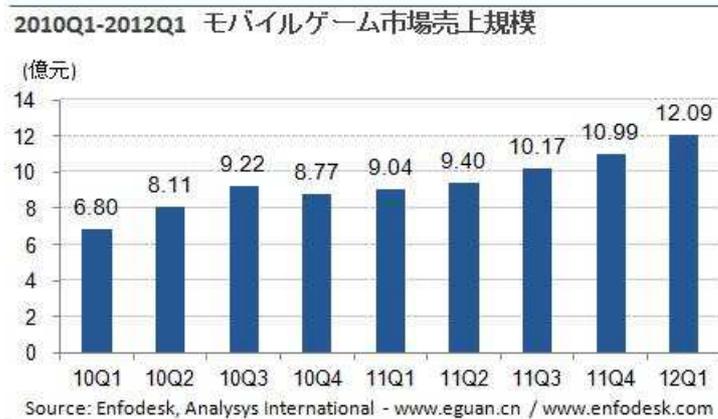
1. モバイルゲーム市場概要

中国の IT 調査会社、易観国際の調査によれば 2012 年 3 月末時点のモバイルゲームユーザー数は 1.89 億人で、12 年末には前年同期比 31.8%増の 2.15 億人となる見通しだ。その後も毎年 30%前後の成長が続き、13 年末に 2.8 億人、14 年末に 3.6 億人まで拡大すると期待される。





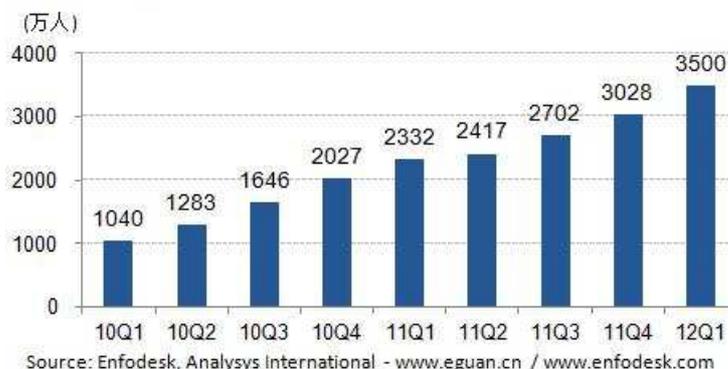
12年第1四半期(1-3月)のモバイルゲーム市場全体の売上は12.09億元で、前期に比べ10%増加している。



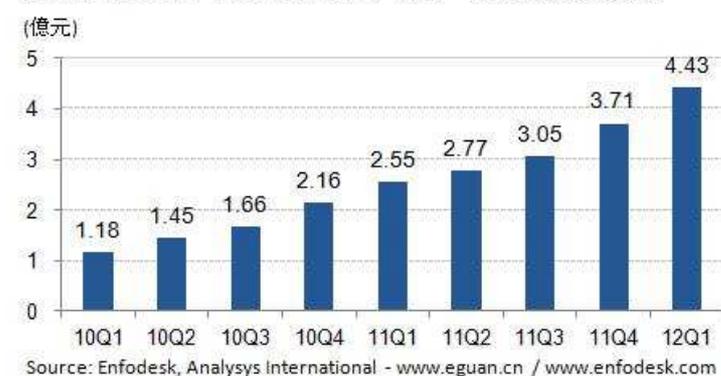
モバイルゲームは、ゲーム中に通信を伴わない“売り切り”型のアプリゲーム(単機遊戯)と、主にスマートフォン向けに提供されておりゲーム中に随時通信を行って、多人数でのプレイが可能なモバイルオンラインゲーム(手続ネットワーク遊戯)に分けられる。

特に成長著しいのはモバイルオンラインゲームで、ユーザー数は3500万人と前期に比べ15.59%増加。同市場の売上も同19.4%増の4.43億元と好調に推移している。スマートフォンの本格的な普及に加え、ワイヤレスネットワークの敷設エリア拡大、ゲームの品質向上、新作ゲームのリリースラッシュなどが市場の拡大を後押ししていると思われる。

2010Q1-2012Q1 モバイルオンラインゲームユーザー数



2010Q1-2012Q1 モバイルオンラインゲーム市場売上規模



2. ユーザーは“3低”に集中

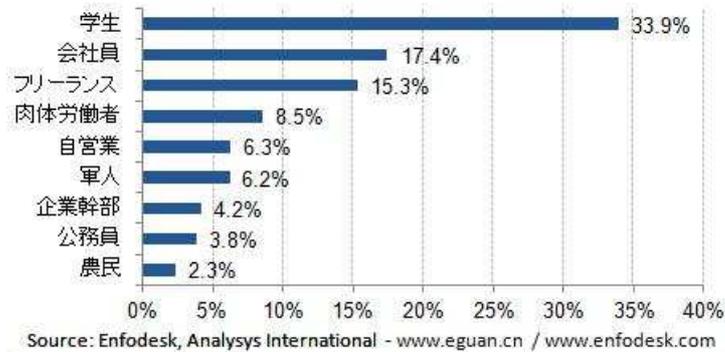
モバイルゲームユーザーの中心は、低年齢、低学歴、低収入の“3低”という特徴を持つ。モバイルゲームユーザーの約80%が25歳以下の若者で、学生が全体の33.9%を占める。

モバイルゲームユーザーの年齢構成(2010年)



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

モバイルゲームユーザーの職業(2010年)



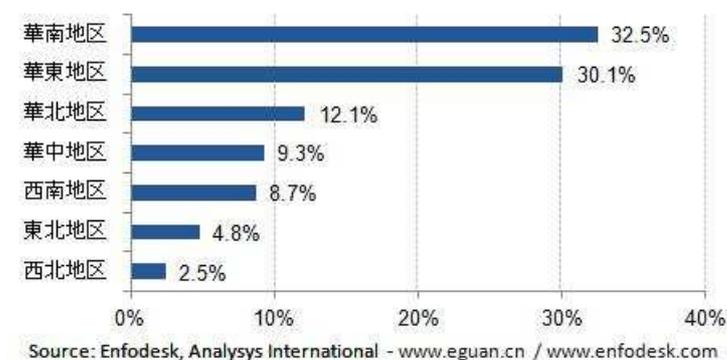
学歴別では、中学に在学または卒業が 14.5%、高校・中専に在学または卒業が 55.5% となっており、高校程度以下の若者が全体の約 70% を占める。

モバイルゲームユーザーの学歴構成(2010年)



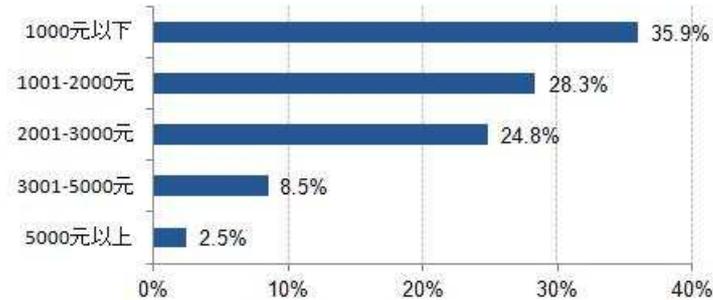
居住地別では広東省を含む華南地区および上海市周辺の華東地区が過半数を占めている。

モバイルゲームユーザーの居住地域 (2010年)



都市部の大卒初任給が 2000-3000 元と言われる一方で、月収 1000 元以下のユーザーが全体の 35.9%、2000 元以下では過半数を占める 64.2%に上っている。

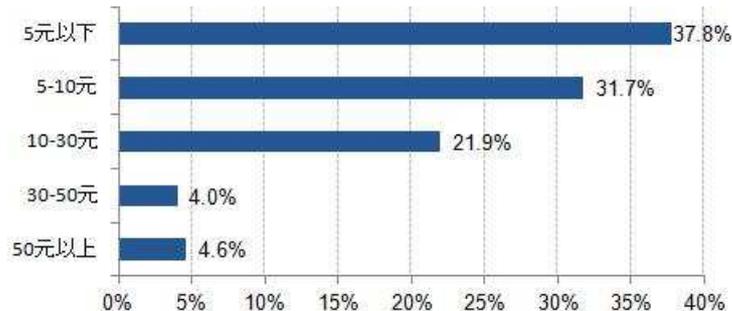
モバイルゲームユーザーの月収分布(2010年)



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

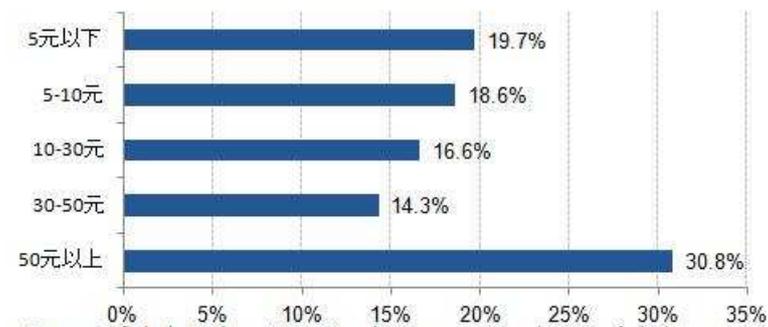
ユーザー1人当たりの月間課金売上額は、“売り切り”型のアプリゲームの場合、10元以下が全体の約70%を占める。一方モバイルオンラインゲームの場合、全体の約60%が10元以上を支払っており、50元以上も30.8%と突出している。

アプリゲームの1人当たり月間課金額(2010年)



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

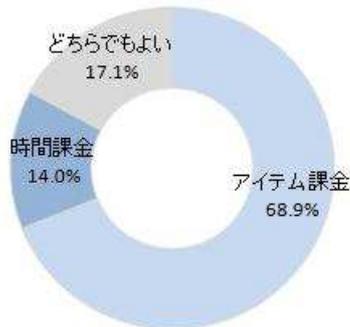
モバイルオンラインゲームの1人当たり月間課金額(2010年)



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

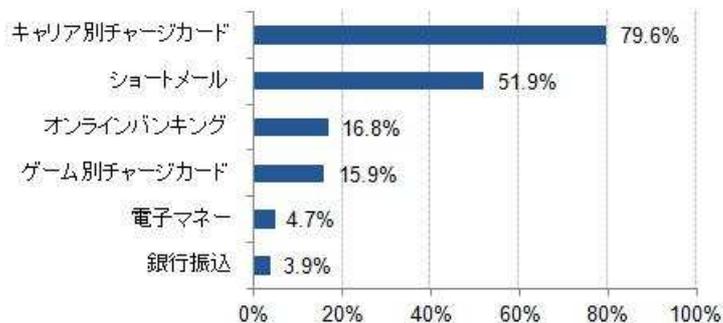
また課金方法では、アイテム課金が 68.9%の支持を集めており、支払額によってプレイ時間が決まる時間課金は 14.0%にとどまる。主な課金手段は、通信キャリア別のチャージカードとショートメール(SM)を使った方法がそれぞれ 79.6%と 51.9%の支持を集めており、インターネットカフェなどで手に入るゲーム別の専用チャージカードの利用は 15.9%にとどまっている。

モバイルオンラインゲームで支持する課金方法(2010年)



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

モバイルオンラインゲームの主な課金手段(2010年)



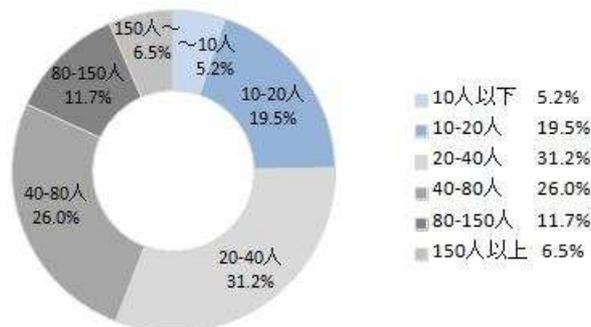
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

通信キャリア別のチャージカードは、本来は通話料金のチャージ用だが、ゲーム代金として別にチャージすることもできる（残金は通話料金として利用不可）。ショートメールによる課金は、特定の電話番号宛にメールを送るとチャージ済みの通話料金から指定した金額が自動的に引き落とされる。キャリア別チャージカードは手に入りやすく額面より安く販売されることが多いため、利用率が高いと考えられる。

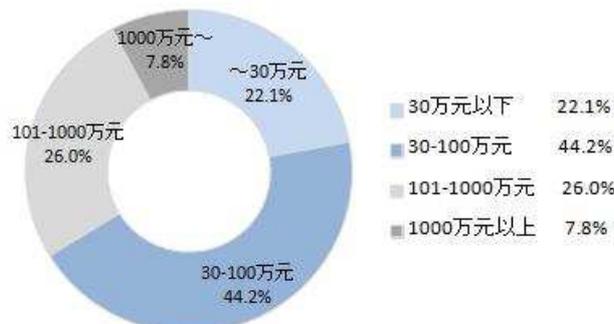
3. 小規模な開発会社が乱立

モバイルゲーム市場は小規模の開発会社が乱立している状態だ。2011 年発表のデータによれば、ゲーム会社の 80%以上が従業員数 80 人以下で、約 60%以上が資本金 100 万円以下となっている。

モバイルゲーム開発会社 従業員数

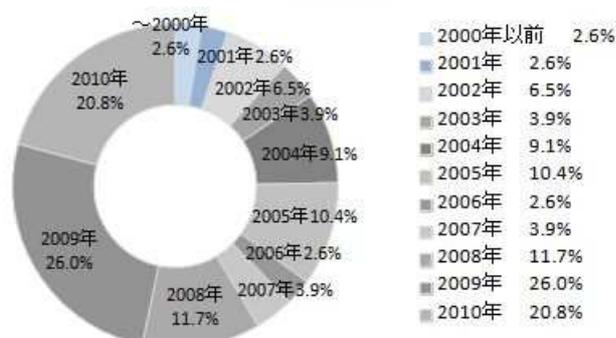
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.enfodesk.com

モバイルゲーム開発会社 資本金

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

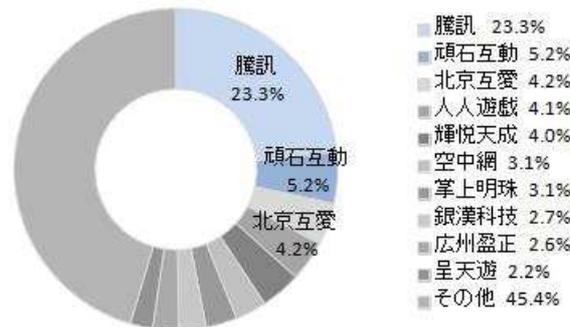
また企業の設立年別にみると、08年以降に設立されたゲーム会社が約60%を占める。一部のハイテクパークでは、起業から3年間で免税とする優遇政策などを設けてゲーム業界への進出支援を行っており、現在も次々と新たなゲーム会社が生まれている状況だ。

モバイルゲーム開発会社 設立年(2010年)

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

モバイルオンラインゲームに限れば、売上別の市場シェアトップは騰訊(テンセント)で全体の23.3%を占める。2位以降は頑石互動が5.2%、北京互愛が4.2%と僅差で続き、およそ半数がわずかなシェアしか持たない無数の小規模メーカーで占められている。

12Q2モバイルオンラインゲーム開発メーカー市場シェア



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

- 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。また本書の内容は2012年10月22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