



中国の e スポーツ市場

株式会社クララオンライン
コンサルティングチーム

<要約と結論>

中国は e スポーツが盛んで、アジアでは韓国と並ぶ e スポーツ強国だ。2018 年のアジア大会では、中国は e スポーツで金メダル 2 個、銀メダル 1 個を獲得した。メダル獲得数は出場 9 カ国中最多だった。

中国政府がオンラインゲームに対して厳しい規制を行っていることは知られるが、e スポーツに対しては意外にも積極的な支援を行っている。国家体育总局は 2003 年に e スポーツを正式なスポーツ種目と認定しており、全国大会も主催している。また直近では文化部が 5 カ年計画に e スポーツ産業の振興を盛り込んでいる。

中国の e スポーツ市場規模は 2018 年に 1,000 億元を越える見通しで、伸び幅は前年比 23%増が見込まれている。e スポーツ市場のベースとなるオンラインゲーム市場も好調で、2018 年はついに 2,500 億元を上回ると期待される。

一方で e スポーツにまつわる産業チェーンはまだ発展の初期段階にある。特に e スポーツ自体をエンターテインメントとしてコンテンツに仕立てあげ、インターネット等で配信する川下領域では、ビジネスモデルが固まっておらず、競争も激しくなっている。

中国の e スポーツ大会では、国内で幅広いユーザー層に人気のあるゲームが採用されている。近年、子供を中心に圧倒的人気を持つモバイルゲーム「王者荣耀」等がそうだ。PC ゲームだけでなく、モバイルゲームの大会も開かれている。

インターネットの動画配信サービスでは、e スポーツ大会のライブ配信のほか、有名人によるゲーム実況動画やプレイ動画、ゲームに関連したオリジナル番組等が楽しめる。市場は急速に拡大しており、視聴者数は 3 億人を突破する勢いがある。大手動画配信サービスでは、ユーザー 1 人あたり 1 日平均 2 時間を越える視聴時間になっており、人気の高さが伺える。

中国では 2000 年代半ば以降、e スポーツのプロチームが数多く誕生しており、女性のみが所属するプロチームもある。また近年はモバイルゲーム専門のプロチームも結成されており、巨額の投資を獲得するケースが目立っている。

1. 中国のeスポーツ市場概況

2018年のアジア大会ではデモンストレーション競技として採用された「eスポーツ」。国内外で人気の6タイトルで個人種目とチーム種目が実施され、日本チームは「ウイニングイレブン2018」で金メダルを獲得している。

一方の中国は「英雄聯盟 (League of Legends)」と「王者荣耀 (Arena of Valor)」で金メダル、「皇室戦争(Clash Royale)」で銀メダルをそれぞれ獲得しており、メダル獲得数は出場9カ国中最多だった。

Rank	Country	Gold	Silver	Bronze	Total
1	 People's Republic of China	2	1	0	3
2	 Indonesia	1	1	0	2
3	 Korea, Republic of	1	1	0	2
4	 Hong Kong, China	1	0	0	1
5	 Japan	1	0	0	1
6	 Chinese Taipei	0	2	1	3
7	 Iran, Islamic Republic of	0	1	0	1
8	 Vietnam	0	0	4	4
9	 India	0	0	1	1

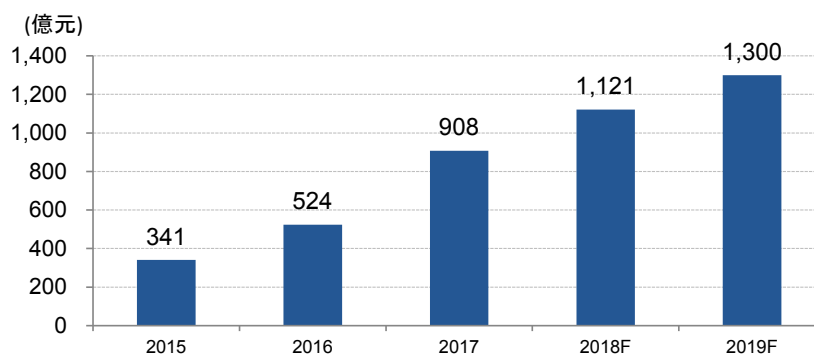
Source: Asian Electronic Sports Federation <https://www.aesf.com/Road-To-Asian-Games-2018/index.html>

中国政府はモバイルゲームを含むオンラインゲームに対して厳しい態度をとっているが、意外にもeスポーツについてはかねてより積極的な支援を行っている。国家体育総局は、今から15年も前の2003年にeスポーツを第99番目のスポーツ種目として正式に認定しており、翌2004年には同局が主導する形で初の全国大会が開催されている。

直近では、文化部の十三五(第13次5カ年計画、2016-20年)にeスポーツ産業の発展目標が盛り込まれた。また2018年12月には国家体育総局が主催するeスポーツの全国大会(NESO)が成都で開かれ、現在は地方予選が進められている。アジア大会での実力が示す通り、中国はeスポーツの選手層が厚く、アジアでは韓国と並ぶeスポーツ強国だ。

中国のIT調査会社、易観(Analysys)によれば、2018年の中国のeスポーツ市場規模は1,000億元を越え、前年比23%増の1,121億元に達する見通しとなっている。2019年も右肩上がりの傾向は続き、同16%増の1,300億元になると予測する。

2015-2019年 中国eスポーツ市場規模の推移



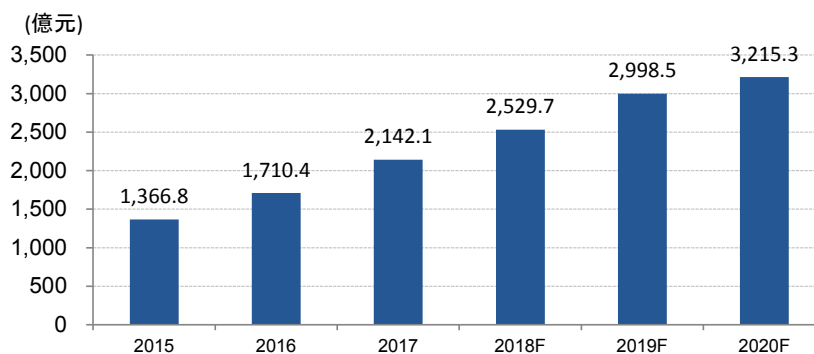
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

これにはゲームに由来する収入、大会の収入、関連グッズ等の収入が含まれているが、全体の80%以上がゲームに由来する収入で占められている。市場を支えるのは騰訊(テンセント)や網易(NetEase)といった巨大ゲーム会社だが、これらを支えるのはゲームと共に育った若い世代だ。

高額な賞金を得るプロゲーマーは子供たちの憧れの存在となっており、プロチームの“ホームアリーナ”に足繁く通って試合を観戦する熱狂的なファンは増えている。さらに試合やゲーム実況をインターネットの動画配信で楽しむライトなファン層のすそ野は広い。

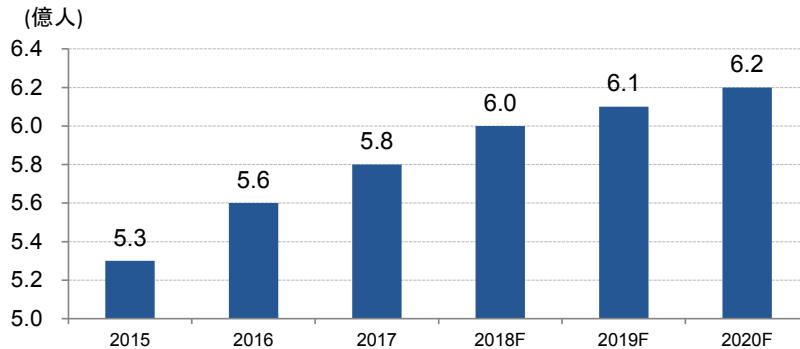
eスポーツ産業のベースとなるオンラインゲーム市場ももちろん好調だ。今春から新規タイトルの審査が凍結されているものの、2018年の市場規模はついに2,500億元を突破して2529.7億元に達し、ユーザー数も6億人を越える見通しとなっている。

2015-2020年 中国オンラインゲーム市場規模の推移



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

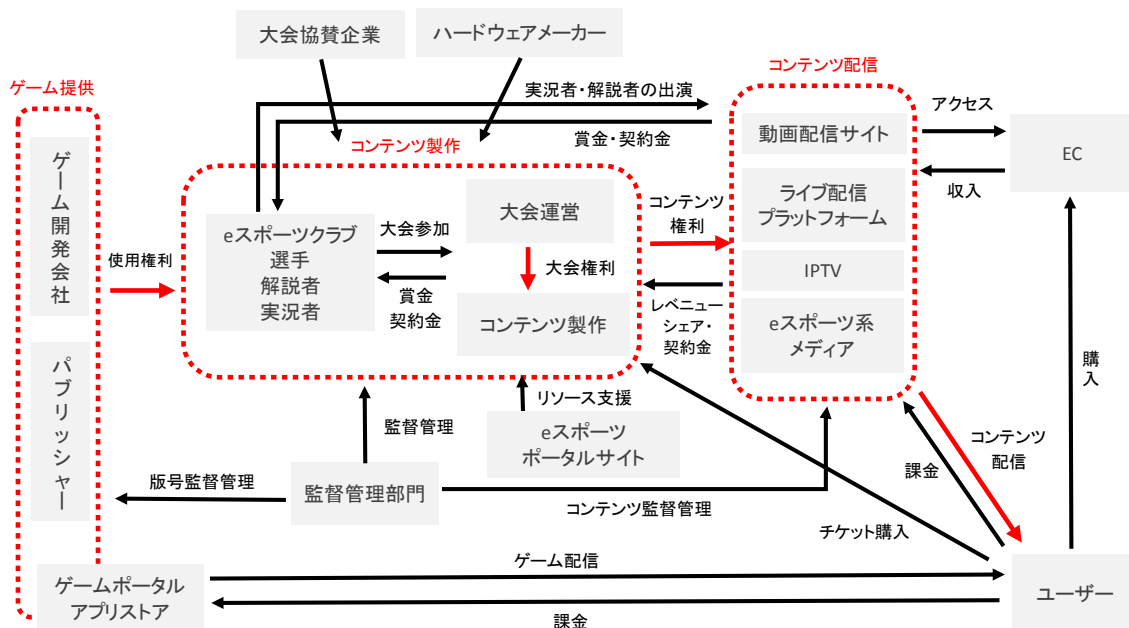
2015-2020年 中国オンラインゲーム市場ユーザー総数



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

2. 中国 e スポーツの産業体系

e スポーツにまつわる産業チェーンはまだ発展の初期段階にあるとされ、ビジネスモデルの模索が続いている。現時点ではおおむね次の図のように、ゲーム自体を開発する川上、大会を運営しエンターテインメントとしてのコンテンツを製作する川中、そのコンテンツを配信する川下の3つに大きく分けることができる。



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

このうちゲーム開発会社やパブリッシャーは大手数社の力が強く、新規参入も難しい状況で、当局の管理もしっかりと行われている。他方、コンテンツ製作とコンテンツ配信の領域はビジネスモデルが固まっておらず、特に配信領域では競争が激しくなっている。単純な動画配信にとどまらず、有料会員専用サービスの提供や EC との連携を模索する動きもでてきているが、その人気につられて他社のコンテンツを無断で配信する海賊サイトも登場している状況だ。

なお各分野の主な顔触れは次のようになっている。

ゲーム提供



タイトル



大会運営



コンテンツ製作



管理監督

国家体育总局 教育部
工業情報化部 国家広播電視局

大会協賛企業



ハードウェアメーカー



eスポーツクラブ



選手



動画配信サービス



テレビ配信サービス



ポータルサイト



EC



Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn
クララオンラインが一部加筆・修正

3. 主な e スポーツのゲームタイトル

e スポーツ大会と聞くと、いわゆるプロゲーマーたちが難易度の高いゲームを戦っているようなイメージがあるが、実際には中国で幅広いユーザーに人気のあるゲームが中心となっている。例えば、数年前から大ヒットしている騰訊のモバイルゲーム「王者荣耀」や 2013 年のリリース以来ファンの多いモバイルゲーム「天天酷跑」は子供にも人気のタイトルだ。近年、国内で行われた e スポーツ大会で採用されたタイトルには次のようなものがある。



上海ゲームショーでも大会は人気イベント

(タイトル — 運営会社 — 競技端末)

MOBA			FPS			RTS		
英雄聯盟	騰訊	PC	穿越火線	騰訊	PC	星際爭霸2	網易	PC
Dota2	完美世界	PC	全民槍戰2	英雄互娛	モバイル	巔峰戰艦2	英雄互娛	モバイル
王者荣耀	騰訊	モバイル	逆戰	騰訊	PC	皇室戰爭	supercell	モバイル
夢三国2	電魂網絡	PC	CS:GO	完美世界	PC	紅色警戒	芸電遊戲	PC
天尽爭霸	英雄互娛	モバイル	使命召喚	騰訊	PC	魔獸爭霸	Blizzard	PC
TCG			将棋・トランプ類			ダンス		
炉石伝説	網易	PC/モバイル	三国殺	杭州辺鋒	PC/モバイル	QQ街舞	騰訊	PC
混沌与秩序2	gameoft	モバイル	歡樂斗地主	騰訊	PC/モバイル	舞創天团	英雄互娛	モバイル
HEX	完美世界	PC/モバイル	英雄殺	騰訊	PC/モバイル	節奏大師	騰訊	モバイル
レース			アクション					
天天酷跑	騰訊	モバイル	影之刃2	英雄互娛	モバイル			
QQ飛車	騰訊	PC	天天街斗	騰訊	モバイル			
跑跑卡丁車	世紀天成	PC	地下城与勇士	騰訊	PC			

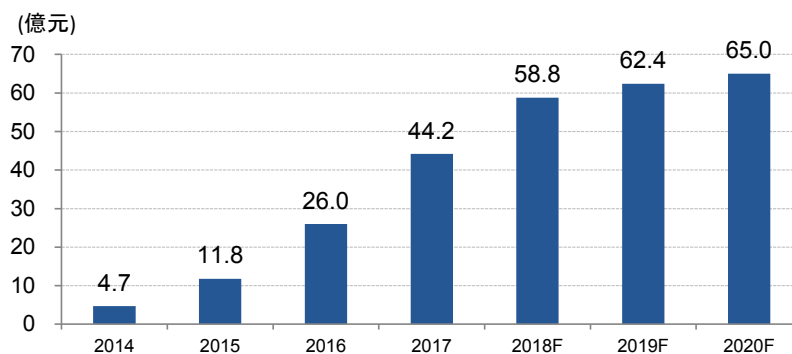
Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn
クララオンラインが一部加筆・修正

ちなみに今年の国家体育総局主催の全国大会(NESO)では、「英雄聯盟(League of Legends)」(5対5)、「絶地求生(PUBG)」(デモンストレーション試合)、「星際争覇2」(1対1)、「炉石伝説」(1対1)の4タイトルが選ばれている。

4. ゲームの動画配信サービス

動画配信サービスでは、eスポーツ大会のライブ配信のほか、「網紅(ワンホン)」と呼ばれるネット上の有名人によるゲーム実況動画や一般ユーザーのプレイ動画、ゲームに関するオリジナル番組等が配信されている。その市場規模は年々拡大しており、2018年は60億元に迫ると予想される。

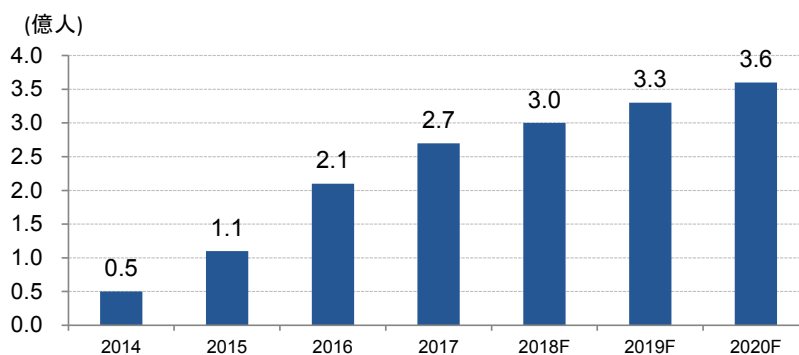
2014-2020年 ゲームのライブ配信市場規模の推移



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

また e スポーツ大会を含むゲームのライブ配信サービスのユーザー数も増加の一途をたどっており、2014 年に 0.5 億人だったところ 2018 年は 3 億人を突破すると見込まれている。

2014-2020年 ゲームのライブ配信ユーザー数の推移

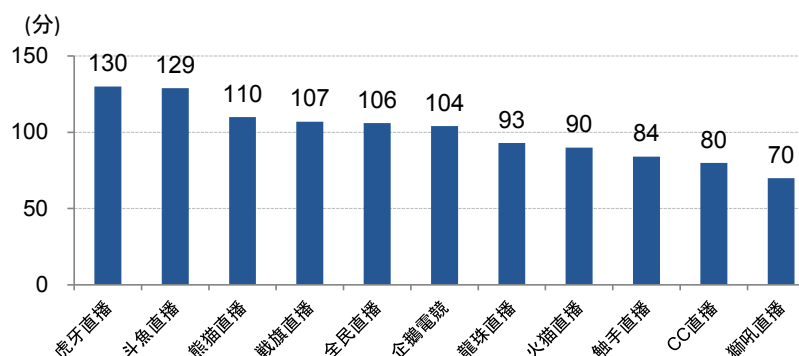


Source: Enfodesk, Analysys International - www.eguan.cn / www.analysys.cn

ただし市場規模の伸びはユーザー数の伸びに比べて小さくなるとみられ、市場規模が2019年に前年比6.12%増、2020年に同4.17%増とされるのに対し、ユーザー数は2019年が10%増、2020年が9.09%増と予想されている。

動画配信サービス市場では、2015年頃から始まった急成長期に法令が整備され、トッププレイヤーも固定された感がある。ゲームのライブ配信に限ると、虎牙直播と斗魚直播が一軍の二大サービスで、二軍が熊猫直播、戦旗直播、全民直播、企鵝電競、その下に龍珠直播、触手直播などが迫っており、ユーザーの平均視聴時間にもこの構図が表れている。

2017年 ゲームライブ配信の1日あたりの平均視聴時間



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

5. 中国のプロチーム

国内には多くのプロチームがあり、特定のゲームの大会にのみ参加するプロチームもあれば、複数のゲームの大会に出るためゲームごとに選手グループを抱える比較的規模の大きなチームもある。

上海に拠点を置く「WE 電子競技倶楽部」は 2005 年に設立された中国初のプロチームだ。PC ゲーム「魔獸争覇」、「星際争覇」、「英雄聯盟」等の大会に参加しており、国際的な e スポーツ大会で数多く優勝している。このほか国内には Invictus Gaming、EDward Gaming、LGD、皇族、QG、OMG、AG、VG、EHOME 等のチームがあり、EHOME には女子選手だけのグループも所属している。



WE 電子競技倶楽部のメンバー



AS 仙閣のメンバー

モバイルゲームのプロチームは、ほとんどが PC ゲームのプロチーム内のグループとして誕生しているが、AS 仙閣のようにモバイルゲーム「王者荣耀」の大会に参加する目的で設立されたプロチームもある。AS 仙閣も過去に優勝経験がある「王者荣耀」の 2018 年春季リーグ(KPL)には国内の 12 チーム

(AG 超玩会、GK、Hero 久競、JC、XQ、YTG、BA 黒鳳梨、EDG.M、eStarPro、QGhappy、RNG.M、WF.D)が参加した。ちなみに賞金総額は 1,200 万元(約 2 億円)で、優勝は 500 万元(約 8,200 万円)、準優勝は 300 万元(約 5,000 万円)となっており、賞金総額は高額化する傾向にある。

- 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 2018 年 11 月 9 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