

Digital Cinema NOW

133

中国映画市場の動向

川上 一郎

2018年1月2日付け人民日報日本語版は“2017年の映画興行収入が9,500億円超となった”と報道した。中国共産党政権下でマスメディアを統括する中国国家新聞出版広播電影電視（ラジオ・映画・テ

レビ）総局の統計によると、2017年、中国全土の映画興行収入が559億1100万元（日本円換算で約9504億円）と前年度比13.45%増となり、観客動員数は延べ16億2000万人（前年度比18.08%増

であった。また、3月3日付けの報道では映画館数が9,914館、映画スクリーン数は5万3,824スクリーンにまで増加しており、2016年度米国・カナダの映画スクリーン総数4万3,531を越えて世界最大のスクリーン数となっている。



写真1 2018年春節に公開された”紅海行動 Operation Red Sea”

さらに、本年3月6日付け人民日報日本語版では、2018年2月の映画興行収入も初の100億元（円換算で1680億円）の大台を突破し、これまでの中国の興行収入記録73億元を更新すると共に、北米市場で2011年7月に作られた13億9,500万ドル（円換算で1,479億円）の記録も塗り替えたと報じられている。

中国の映画興行市場で特異的なのは春節（日本の旧正月に相当）期間中の興行売上が年間で最高を記録しており、3月に控えた全国人民代表大会会議を控えて、国威発揚と称するのがもっとも妥当な2015年に中国人民軍がイエメンで実施した自国民救出作戦を映画化した“紅海行動：Red Sea”が大ヒットとなった事が報じられている。主席の任期を無制限とするなどの専制独裁体制を強めている習近平主席の権力基盤でもある人民軍を主役とし、かつ若年層からの支持も得られやすい全編3Dのアクションシーンも好評だったようである。

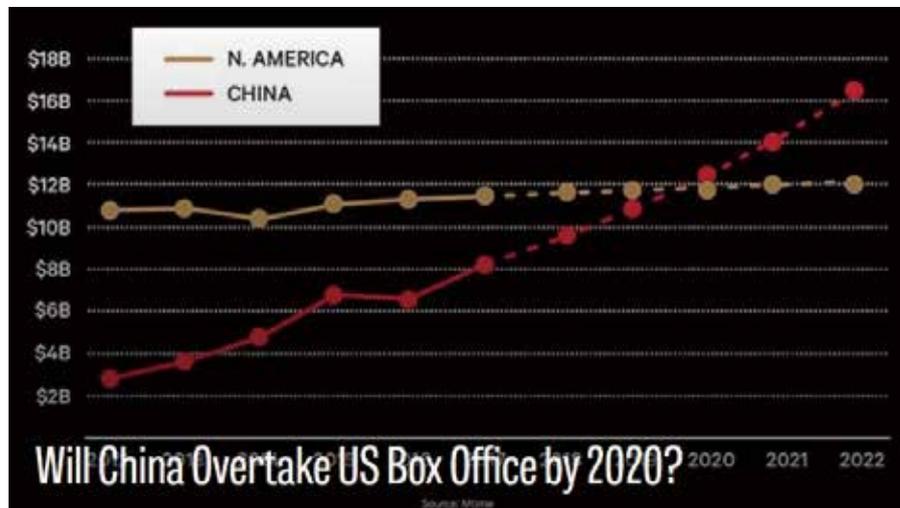


図1 中国映画興行市場の成長予測 (<https://celluloidjunkie.com/>)

さて、図1に示しているのは2020年に中国の映画興行収入が米国・カナダ地域を追い越すのではとの観測記事である。2018年3月19日付“Will China Overtakes US Box Office by 2020?”,

by Patrick von Sychowski, <https://celluoidjunkie.com/>によると、中国の春節期間中は中国で制作された映画のみ上映されるブラックアウト（海外映画にとって）の期間にもかかわらず冒頭でも紹介したように米国・カナダでの月間興行記録を上回ったことから、2020年には中国が米国・カナダを上回るのではとの観測について詳細に解説している。これまでの連載記事でもたびたび紹介しているが米国・カナダの映画興行市場は飽和状態が続かなかで、はたして中国の映画興行市場が一部メディアによる予測のように成長を続けていくのかを詳細に解説していく。

表1は、中国の映画興行デジタル化が始まりだした2004年以降の興行収入、国内政策映画シェア、チケット売上枚数、スクリーン数を示している。中国では、映画・テレビ・ラジオ・出版そしてネット（モバイル含む）が全て規制されており、映画興行においても海外作品はおおむね40作品程度、合併作品が10作品程度しか国内に配給されていない。2010年前後ではハリウッド作品が20作品程度しか配給されていないにもかかわらず、国内作品のシェアは50%前後で推移しており、年間800本を超える映画が国内で制作されているにもかかわらずヒット作品がでていない現状がある。毎月の興行収入トップ作品のリストで、実に10作品がハリウッド映画であることもしばしばであり、春節や国慶節などの主要行事期間に外国映画の興行を閉め出す政策を今後も続けていくようであればWTOへの提訴などの貿易障壁問題に発展する可能性すら語られ出している。

表3に示しているように、国内作品の十分の1の本数も配給されていないのに興行収入シェアが50%台で推移しているのは、2002年に映画制作が自由化されるまでは、北京電影学院卒業生しか映画制作が認められておらず、勝手に映画制作を行う事自体が違法行為であった現状がある。中国の情報集計サイトである博思数拠中心2014によると2003年には140本であった映画制作本数が2007年には402本と増加し、2012年が745本、2013年638本、2014年616本となり、

2017年では800本を超える映画作品が制作されている。

2002年の全人代で映画制作等自由化が認められて以降、中国全土にメディア関連の学部新設や大学の新設が相次いだが、当然のことながら全ての作品に検閲と規制が入っている現状には、何の変化も無い。映画作品の企画段階から、共産党指導部の所轄部署に伺いを上げながら、慎重に企画案を煮詰めていく作業が延々と続くことから、年間800本を超える作品が制作されだした現状でも、中国以外の国における映画制作とは乖離が激しすぎる状態である。また、編集関連業界の技術水準が低いとか、制作過程のセキュリティ対策、等々の問題、そして制作に関わるネット利用の帯域や、安全性確保の為にプライベートネットワーク構築が規制されるなどの問題を抱えており、各地に巨大オープンセットを主体とした映画村はできるものの、インフラ整備や人材確保には多くの問題を抱えている。

表2には、2017年度の映画興行チェーン上位10社を上げているが、Dadi、China Filmグループがスクリーン数を増やしており、米国のAMC買収などを行っていたWandaグループについては映画興行や映画制作・配給などのメディア関連部門をアリババが買収する動きが報道されており、Wandaはショッピングセンター等の不動産部門のみを運営する企業グループに方向転換を図ろうとしている。したがって、米国のAMCや欧州のオデオン・UCI等のWandaが買収した映画興行チェーンについてはアリババが支配権を握るのか、はたまた新たな投資ファンドグループがマネーゲームを繰り広げるのかは興味深いところである。

原稿執筆中にも、トランプ政権による中国への制裁関税発動と、中国資本による対米投資の規制強化のニュースが飛び込んできたが、メディア関連企業を中国資本が買収することについては、米国の上下両院の議員が懸念の声を上げだしており、AMCを買収したWandaグループの金融不安が流れるとAMCの株価が急落し、AMC経営者が“米国の銀行団から融資を受けているので、直接中国から融資を受けているの

表1 中国映画興行市場の推移

年度	興行売上 億元	国内映画 シェア	チケット 販売枚数 百万枚	スクリーン数
2004	1.50			
2005	2.00	60	157	4,425
2006	2.67		176	4,753
2007	3.33	55	196	5,630
2008	4.34	61	210	5,722
2009	6.21	56	264	5,323
2010	10.17	56	290	7,831
2011	13.12	54	370	9,286
2012	17.07	48.5	462	
2013	21.77	59	612	18,195
2014	29.60	55	830	23,600
2015	44.00	61.6	1,260	31,627
2016	45.71	58.33	1,370	41,179
2017	55.91	53.84	1,620	50,776

Cinema of China-Wikipedia (2018/03/20)

2017年データは人民日報日本語版2018/01/02記事より

表2 中国のTop10興行チェーン

名称	スクリーン数
Dadi Theater Circuit	4,319
China Film Digifilm Cinemas	4,039
China Film South	3,509
Wanda Film Holding	3,188
China Film Stellar	2,954
Shanghai United Circuit	2,770
Hendian Cinemas	2,163
Jinyi Cinemas	2,116
Beiging Huaxia United Cinemas	1,742
Zhejiang Time Cinemas	1,538

ChinaFilmInsider:April 2017

では無い”と火消しを計ったものの、AMC買収のシンジケートに参加した米国の銀行団がWandaの含み資産を担保にして融資したことに変わりはない。また、数年前から制作資金の調達を中国に頼っているパラマウントやライオンズゲート等についても、米国政府の対中政策転換に伴って金融不安となることが想定されている。

また、映画配給会社の上位2社は国営会社であり、両社で55%の映画興行シェアを上げている現状が、全てに規制の入るメディア規制を物語っている。さらに、海外作品については冒頭でも紹介しているように、春節や国慶節などの稼ぎ時には中国で制作された当局お墨付き作品の公開時期とかぶらないように閉め出しをくろうか、完全に時期をずらされる事が常態化している。

中華人民共和国映画産業促進法の実施

表3 中国映画の興行売上比率

年度	中国映画 興行売上	外国映画 興行売上	中国映画 シェア	外国映画 シェア
2009	6	4	56	44
2010	9	7	56	44
2011	11	10	54	46
2012	13	14	48	52
2013	21	14	59	41
2014	26	22	55	49

EntGroup BoxOffice Tracker(EBOT)
Boxoffice: USD 100million

が始まったことから、中国の映画興行市場はさらに成長を加速していくとの観測は、2012年11月にThe Guardian International Edition (<https://www.theguardian.com/film/2012/nov/29/china-biggest-film-market-2020>)にBen Child氏がコンサルティング会社Ernest & Youngによる予測だとして紹介している。2012年の時点ですでに世界第2位の映画興行収入を上げていた中国市場は年率17%の成長を続け、今後5年間で25,000スクリーンを増加させ2020年には米国・カナダの興行収入を超えるとの予測であり、2012年の時点では20作品程度であった海外映画配給枠についても、暫時規制が緩和されていくとの楽観的な予測であった。このレポートを受け、ハリウッドのスタジオ各社が中国詣でを始めた事は事実であり、その後もロサンゼルスタイムスやフィナンシャルタイムス、フォーブス等の経済関連記事でも中国市場の成長加速が伝えられていった。

さてセルロイドジャンキーの記事で、中国の映画市場を考えるべき項目として6つの事項を上げている。

まず、米国映画市場の成長は本当に停滞したままで推移するのかについて考えてみると、2018年の米国映画興行市場は過去最高となることが予測されており、MoviePassによる定額見放題サービスで確実に100万人以上の観客増加が続いていること、座席価格の動的変動制導入によ

表4 中国の映画配給会社トップ10

配給会社	シェア
China Film (国営)	32.80
Huaxia Film (国営)	22.89
Enlight Pictures	7.75
Bona Film	5.99
Wanda Medis	5.20
Le Vision Pictures	4.10
Huayi Bros.	2.26
United Exhibitor Partners	2.00
Heng Ye Film Distribution	1.77
Buijing Anshi Yingna Entertainment	1.52

る平日観客動員数の増加、そしてブラックパンサーに代表される大ヒット作品が今後も期待されることから、中国の興行収入が追いつく迄にはさらに売上を増加させていくと考えられる。

次に、スクリーン増加率が興行収入増加率を上回っており、中国国内の特定の都市に集中して立地していることから、今後もスクリーン数増加が、続くとは考えられないことである。春節の2月だけで1,879もスクリーンが増加することはあくまでも一過性の現象であり、特に最近の新設映画館の平均スクリーン数が6.45であることから、小規模映画館の立地余地しか無くなっていると考えられている。中小都市の無軌道な再開発も、不動産バブルと言える状態になっていることが報じられてから2年以上経過しており、地方の共産党組織が勝手に銀行への債務保証を行っていた負債を棚上げにしてしまうのか、広軌肅正の一環として収賄等の嫌疑でスケープゴートを血祭りにするのが興味深いところである。この数年で大型映画館の新設余地は無くなっており、6スクリーン以下の中小映画館しか建設されなくなっているのは事実である。

最近でもNECの新型レーザープロジェクター（青色レーザーと蛍光体による緑色発光、そして赤色レーザーを使用し、最もスペックルが発生する緑色を非干渉光とする

ことで、RGBレーザーでの緑色多重化によるスペックル回避のコストアップを押さええている）が2017年に3,000セットの販売を達成したことが報じられており、大都市部の大型シネコンが牽引してきた中国映画興行市場も飽和状態の始まりがきている前兆ではと、考えられる。

そして、映画館の収入に直結する客席稼働率が向上しておらず、15%台で推移していることから、年間総売上が1000万元未満の映画館が83%、500万元未満の映画館が64%であり、IMAXでもスクリーン当たりの売上が168,400ドルから131,100ドル（3ヶ月間）に低下したことが報じられている。IMAXでの上映作品が米国でも30作品程度であることに加えて、中国での上映許可問題、さらには冒頭でも紹介した外国映画配給禁止となるブラックアウト期間の問題等からIMAX-Chinaにとっては悩みの多い問題である。

また、スクリーン規模別の客席稼働率では11スクリーン以上のマルチプレックスでは平均16.4%の客席稼働率を上げているが、8～10スクリーンでは15.4%、5～7スクリーンでは12.3%、2～4スクリーンでは7.6%、そして1スクリーンではわずか4%の客席稼働率である。今年に入って建設された映画館の平均スクリーン

数が 6.54 であることを考えると客席稼働率は 12.3% でしか無く、今後の新設映画館が地方都市に移っていったときにはさらなる客席稼働率の低下となることは必須である。

さらに、人件費や賃貸料の上昇が続いていることに加えて、中小映画興行チェーンでは機材購入費用が割高になってしまうことから、今後の映画館建設が今の成長率で続くとは考えにくくなっている。Top10 以外の映画興行チェーンにとっては、特に賃料の問題が特に問題となってくると考えられている。

また、中国で「スターウォーズ」があまりヒットしない原因に、大都市圏と地方都市での娯楽指向性の差が顕著であることが言われており、小規模映画館しか立地できない地方都市では、より地域性の強い娯楽作品しか客席稼働率を上げられないジレンマが生じてきていることも事実である。「ス

ターウォーズ」が、中国以外の国と同様に支持されるには、テレビやネット動画に、いわゆるアメリカンカルチャーがふんだんに盛り込まれた映像が流れることは必須であるが、メディアに対する検閲・規制をますます強化している現在の体制下では難しいと言わざるを得ない。従って、巨大マーケットとなった中国映画市場で収益を上げられる作品の傾向と対策が、ハリウッドの国際マーケティング担当者にとっては最も頭を悩ます課題となっている。

中国映画興行市場が、現在の成長率を維持していけば 2020 年に世界最大の興行収入を上げる可能性は非常に高いと言わざるを得ないが、米国との通商摩擦に伴う経済低迷や、不動産バブルの崩壊が始まれば一挙に減速する可能性も高く、今年から来年にかけて中国共産党指導部がどのように経済面・軍事面での外交政策をソフトランディングさせていくのかが見物である。

また、米国や欧州で急成長を始めた MoviePass 型の定額見放題サービスや、予約時期や干渉時間帯で座席ごとにチケット価格を動的に変化させるダイナミックプライス型の映画ビジネスについては、現金流通がほとんど行われなくなっている中国が、逆の意味では最も適していると考えられ、急成長する可能性も強い。ただし、定額見放題サービスについては、国民性の問題から観客が殺到する可能性が強く、ダイナミックプライスが受け入れられやすいと筆者は考えている。

Ichiro Kawakami
デジタル・ルック・ラボ

HD デジタル KVM システム

ihse.
Excellence in KVM and Video

- 圧倒的に優れた操作性
- 豊富な製品ラインナップ※1
- 幅広いオプション群※2
- 8 ~ 576 ポート・マトリクス切替
- CAT と Fiber の混在が可能※3
- 二重化システム構築が可能
- ユーザー権限設定
- 豊富な国内導入実績
- MatrixGrid ファンクション※4
- MultiScreen ファンクション※5
- API による外部制御が可能
- SNMP によるアラーム出力



※1：入力ソースに応じて、DVI-D, DVI-I, DVI Dual-Link, HDMI, Display Port の各種モデルがあります。

※2：USB1.0, 2.0, 各種オーディオ, RS232/422 の延長にも対応。

※3：CAT で最長 140m、ファイバー（シングルモード）で最長 10km の延長が可能。

※4：複数台のスイッチ間をタイライン接続することで、より自由度の高いルーティングを可能にします。

※5：1セットのキーボード/マウスにより、4台の異なる PC を同時制御することが可能です。

ITOCHU ITOCHU 伊藤忠ケーブルシステム株式会社
報映事業本部 営業部 03-6277-1851
〒141-0022 東京都品川区東五反田 3-20-14 高輪パークタワー