

## 深圳レポート

### 中国ショートドラマの海外進出

ショートドラマとは、1話の長さが数十秒と短く、スマートフォンなどで気軽に視聴できる新しい形態のドラマコンテンツである。近年、十数話で完結できて軽快なテンポと爽やかなストーリーを売りとするショートドラマが、中国で新たなエンターテイメントとして人気となっている。TikTokなどのショートムービーアプリが世界中で人気を博しているのに伴い、そのユーザー層がショートドラマ市場の急速な発展も促進した。「2023—2024年中国ショートドラマ市場研究報告」によると、2023年の中国ショートドラマ市場規模は373.9億元に達し、2022年の101.7億元から驚異的に267.65%増加した。

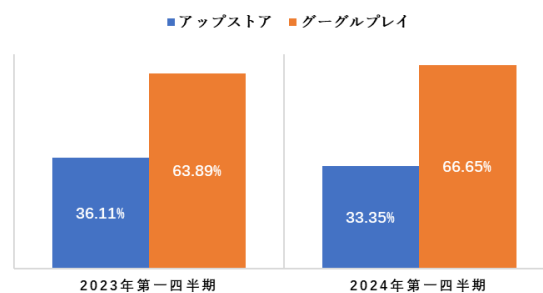
#### 中国ショートドラマの国際化

アメリカのデジタル分析プラットフォーム Sensor Tower のデータによれば、現在40以上の中国勢ショートドラマアプリが海外市場を積極的に開拓しており、統計日現在までの累計ダウンロード数は約5,500万回に達し、アプリ内課金収入は1.7億ドルに達していると発表されている。今年の3月中旬、浙江省嘉興市に本社をおく「嘉兴九州文化传媒有限公司」傘下の ShortTV アプリはアメリカの App Store のダウンロードランキングで1位となった。また、昨年11月、中文在线集团股份有限公司傘下の Realshort アプリも Google Play と App Store のランキングで何度もトップを占めたことがある（※中文在线集团股份有限公司は中国国内のデジタル出版企業であり、Realshort はその海外子会社 Crazy Maple Studio (枫叶互动) の商品である）。

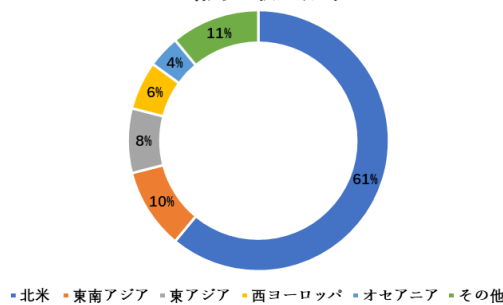
#### 海外ショートドラマの市場規模

2024年第一四半期、海外（中国本土を除く）で人気のショートドラマアプリの推定総収入は5,738万ドルを超え、前年第四四半期に比べて111.3%以上増加した。なお、北米、東南アジア、東アジア地域が人気のショートドラマアプリのダウンロードの主要な三つの地域である。

海外人気ショートドラマアプリの収益変動状況



地域別の収益分布



出所：DianDian

#### 海外進出をしたショートドラマプレイヤー

現在、海外市場に進出している中国のショートドラマの主要な参加者は四つのカテゴリに分けることができる。

**中国のエンターテインメントコンテンツ海外進出企業:**これらの企業は主にショートドラマアプリを開発し、ウェブ小説アプリがそのコアビジネスである。川上のIPを所有することで、エンターテインメントショートドラマの派生において顕著なコンテンツ優位性を持つ。また、ショートドラマユーザーのニーズを深く理解しており、迅速にユーザーを獲得し低コストで調整を行うことができる。

**中国の映像制作機関:**映像制作分野における豊富な経験とリソースを基に、コンテンツを海外に送り出し、高品質の

ショートドラマを制作し、他のプラットフォームに成熟した作品を提供している。

**中国のデータプラットフォーム:**これらのプラットフォームは海外市場での正確なユーザー獲得に特化しており、迅速に収益化を実現することができる。

**海外進出済みショートドラマプラットフォーム:**このタイプのプラットフォームは既に膨大なユーザーベースとトラフィックの優位性を持っている。コンテンツクリエイターとの協力やコンテンツの調達を通じて、有料コンテンツを迅速に展開し収益化を図ることができる。

### 海外展開ショートドラマ会社の分類および戦略方向

種類	代表ブランドまたはアプリ	戦略方向
エンタメアプリ開発者	ReelShort GoodShort Dramabox など	海外撮影コストと広告投資コストの削減、ユーザー認知とプライベートトラフィックの確立
映像制作機関	華策影視 長信伝媒など	アプリ開発能力の向上、IP リソースと現地化能力の蓄積
データプラットフォーム	—	著作権の制御と広告の精密化の強化
ショート動画プラットフォーム	Tiktok Kwai など	ユーザー洞察とコンテンツ IP の協力を強化、プラットフォームを活用した商業収益モデルの開拓

### 海外ショートドラマ産業の主要な受け手

地域分布から見ると、北米とヨーロッパのユーザー層は主に20歳から40歳の女性である。彼女たちは断片的な時間にエンターテインメントを消費する傾向があり、高品質で高度に現地化されたショートドラマに対して高い支払い意欲を持っている。このユーザー層は、ストーリーが豊富で感情の起伏が多いショートドラマを好む。

東南アジア市場のユーザー層は年齢層が広く、男性ユーザーの割合も相対的に高い。この地域の支払い意欲は低いいため、プラットフォーム運営者は広告収入に依存することが多い。内容面では、東南アジアの視聴者は中国文化に親和性のあるショートドラマを好む傾向があり、例えば中国の小説を直接翻訳したものや、一定の現地化改編を行った作品が人気である。

ラテンアメリカと中東地域の市場は徐々に拡大しており、ユーザーが新しいコンテンツ形式を受け入れるようになってきていることから、これらの地域の商業的な潜在力が徐々に現れてきている。現時点では、これらの地域の具体的なユーザー

像や支払いモデルはまだ完全には明確ではないが、これはコンテンツクリエイターやディストリビューターが今後深く開発し研究すべき市場であると見られる。

### 地域別の優位性及びコスト

地域	コスト	支払い能力	優位性	ショートドラマの受容度
欧米・オーストラリア	高	高	経験豊富、ユーザーの支払い能力が高い	中程度
東南アジア	低	低	中国文化に親和性が高く、ローカライズが可能、短編動画が好き	高
香港・マカオ・台湾	低	中程度	ローカライズ不要、支払い能力があり、中国大陸の産業チェーンを活用可	高
ラテンアメリカ	高	中程度	短編動画の視聴習慣があり、支払い能力が中程度	高
中東	高	中程度	支払い意欲が高く、特定のテーマに高い嗜好がある	中程度

### ショートドラマの収益モデル

商業モデルと収益方式において、海外に進出したショートドラマは主にいくつかの方法で収益を実現している。まず、ペイウォールモデルは、ユーザーが一定額を支払って視聴したい特定のコンテンツを解除する方式である。次に、サブスクリプションモデルは、ユーザーが月額または年額を支払うことで、プラットフォームの全コンテンツに無制限でアクセスできるようにするものである。また、広告も重要な収益方式であり、特に有料コンテンツの受け入れ度が低い地域では広告収入が主となる。

ReelShortの収益モデルは主に単一のヒットショートドラマの成功に依存しており、そのため収益の変動が大きい。多くのユーザーが興味のあるシリーズを視聴し終わるとアプリをアンインストールすることが多く、ユーザーの忠誠度が低いことが示されている。対照的に、DramaBox(北京点众科技股份有限公司のアプリ)はサブスクリプション制度を採用しており、週19.99ドルのサブスクリプション費用は比較的安く、特に単一エピソードの購入コストと比較すると、このサブスクリプションモデルはコスパが良いとの評判を受けている。

DramaBoxのサブスクリプションモデルは、より高いユーザー保持率をもたらし、新しいヒットショートドラマが登場しない場合でも、安定したサブスクリプション収入を通じて持続的な収益成長を実現している。特にアメリカ市場では、DramaBoxの平均1日当たり収益(ARPPU)が高い水準を維持しており、ReelShortよりも堅実な収益モデルを示している。

DramaBoxの成功は、部分的にはその優れたコンテンツライブラリ、特に翻訳ショートドラマによるものであり、多くのユーザーがサブスクリプションサービスに支払う意欲を引き出している。

他のショートドラマの海外進出製品であるFlexTV(广州安悦网络科技有限公司)やMoboreels(福州畅读信息科技有限公司)もサブスクリプションサービスを導入したが、DramaBoxのような成功を収めることはできていない。これにより、価格要素以外に、コンテンツの質と多様性がユーザーがサブスクリプションを選択する際の重要な要素であることが示されている。

2023年、ショートドラマアプリの激しい競争が始まり、特にReelshortが昨年6月に急成長した後、他のショートドラマプラットフォームも投資、マーケティング、およびコンテンツの革新を強化した。多くのメーカーは高収益のユーザーを引き付けるために、ターゲット市場を北米とヨーロッパに絞り込み、リソースに制限のあるメーカーは東南アジアに向かった。日韓市場はしばしば見過ごされがちだが、日本市場の潜在力はほぼ欧米と同等であり、文化の類似性と翻訳劇の受け入れやすさによるものである。

### 日本市場でのパフォーマンス

TopShort(上海嘉书科技有限公司)ショートドラマアプリは2023年6月に日本でリリースされたが、最初の6ヶ月間は平凡な成績であった。しかし、2023年2月からダウンロード数と収益が顕著に増加し始めた。2月には、TopShortのダウンロード数が21.4万回に達し、月間収益が560万ドルに急増し、日本市場での強力な成長勢頭を示した。

このアプリの成功は、コンテンツとビジネスモデルにおける綿密な戦略に部分的に起因する。TopShortは、国内で成功を収めた翻訳劇や精巧に制作された本土ドラマのシリーズを提供しており、また月額および年額のサブスクリプションサービスの促進を通じて、他の本土ショートドラマアプリに比べて30倍以上の収益差を実現している。

中国発ショートドラマアプリの日本市場でのパフォーマンス

名称	リリース	メーカー	日本市場でのダウンロード回数	ダウンロード比率	日本での収入	収入比率
Reelshort	2022年8月	中文在线	4.6万	0.14%	44.6万	0.14%
FlexTV	2022年10月	安悦科技	-	-	3.5万	0.08%
DramaBox	2023年4月	点众科技	1.1万	0.16%	46.6万	0.39%
Goodshort	2023年6月	新闻时代	3000	0.25%	6.3万	0.13%
TopShort	2023年6月	嘉书科技	36万	86.50%	996万	97.70%
MoboReels	2023年7月	福州畅读	8300	0.16%	15万	0.44%
99TV	2023年7月	九州文化	-	-	-	-
ShortTV	2023年9月	九州文化	20.3万	2.20%	240万	5.70%
Kalos TV	2023年9月	-	2900	0.60%	2.2万	0.13%

出所: DianDian

しかし、中国勢同士の競争が激化する中、各社は新しい市場戦略とコンテンツの革新を絶えず模索している。例えば、DramaBox は AI アニメーション作品と AI 音声を組み合わせた「Animation」というセクションを開設し、ShortTV は内部で開発した AI ショートドラマツール Moss を導入し、現在第三世代にまで進化している。

テンポ早いショートドラマのようなインスタントコンテンツが時代の流れになっているかも知れないが、愛と感動がある連続テレビ小説みたいのコンテンツがもっと栄えてほしい。

## 「空飛ぶタクシー」時代の到来

社名	沃飛長空科技（成都）有限公司		英語名	AEROFUGIA	
代表者	郭亮	URL	<a href="https://www.aerofugia.com/">https://www.aerofugia.com/</a>		
所在地	四川自由貿易試験区成都市高新区天府五街200号5号ビルA区601、602号				
売上(RMB)	—	従業員(人)	—	創業年	2017年
登録資本金	2,000万人民币元				
サービス内容	インテリジェント無人航空機の販売、インテリジェントロボットの研究開発、産業用ロボットの販売・取り付け・メンテナンス、サービスコンシューマロボットの販売など。				

科学技術の進歩と経済発展に伴い、低高度空域の商業的・社会的価値は絶えず掘り起こされ、「低高度経済」は経済発展の新たな成長ポイントになりつつある。中国の場合、地上から1,000メートル以下の大気高度範囲が「低高度空域」としていて、1,000メートル以下では、ヘリコプター、民生用ドローン、産業用ドローン、将来のeVTOL機による飛行活動ができることになっている。

空域政策、経済政策、産業政策など複数の政策の支持の下、中国の低高度経済産業は急速に発展しており、低高度航空機の数と関連企業の収入も伸び続けている。

沃飛長空科技（成都）有限公司（以下、「AEROFUGIA」と称する）は2017年に設立され、成都に本社を置き、深セン、西安、海外に支社を持ち、吉利科技集団傘下の空飛ぶ車の研究開発に従事する技術企業であり、低高度旅行と車載飛行に注力する技術企業でもある。

AEROFUGIAは「技術で万物を啓発し、世界を便利にする」という企業使命を堅持しており、世界的な低高度インテリジェント輸送の商業運営に尽力し、車両とドローンの統合というインテリジェントな生活シナリオに焦点を当て、革新的で業界を越えたテクノロジー製品を創造し、低高度旅行と車両搭載飛行の事業分野を中心に革新を続けている企業である。

同社の完全自社開発戦略製品であり、中国民用航空局（CAAC）の耐空性検証認可を初めて取得した有人空飛ぶ車であるAE200は、画期的な躍進を続けている。実機テスト機が正式に公開され、華龍航空会社（ビジネスジェット〈公務機〉）を運営する航空会社から100機の受注を、海南瀚辰飛行訓練会社から商用モデルとコーチングモデルの受注を相次いで獲得した。現在、耐空構造のプロトタイプは組み立てられ、生産ラインからロールオフされ、集中的なテスト飛行が実施されている。

AE200はAEROFUGIAが開発した5～6人乗りのeVTOL機（空飛ぶ車）で、キャビン内にディスプレイ、ジョイスティック、プッシュレバーを装備し、外観は飛行機に近い。航続距離は200～300km、巡航速度は250km/hで、都市内外のゼロエミッション、低騒音、高頻度の商業運航に対応。2022年8月にAEROFUGIAは空飛ぶ車プロジェクトと実物大技術実証機を発表し、同年11月に中国初の有人eVTOL型式認定・検証申請受理通知を取得。2023年1月に初の飛行試験に成功し、4月には中国民用航空局（CAAC）から型式適合証明書（TC）を取得。5月にはビヨンドエキスポで初公開し、CAACの指導の下、型式適合・検証作業を開始した。

型式適合証明（TC）を取得したAE200は、航空エクスクーショサービスなどに使用することができる。その後の拡張モデルは、航空医療救急車、航空ロジスティクス、緊急救助、航空法執行など、多様な用途に使用することができる。

2023年末、AEROFUGIAはA+ラウンドの資金調達を完了し、CASSTAR、TH CAPITALなどの7機関が参加し、2023年に最も多くの機関が参加した資金調達となった。

世界中には、近年、アメリカのArcher Aviation、ドイツのLilium Aviation、イギリスのVertical Aerospaceといった空飛ぶクルマ関連企業が上場を果たしている。航空業界からはボーイング、エアバス、外資系自動車会社からはフォルクスワーゲン、トヨタ、ホンダ、現代自動車、ゼネラルモーターズ、中国本土の自動車会社からは小鹏、吉利、長城が空飛ぶ車の分野に携わっていることになる。

現在、空飛ぶ車関連業界は徐々に1兆ドル産業になりつつある。公開データによると、2025年までにエアタクシーや都市間フライトとして3,000機の空飛ぶ車が利用され、2040年までに都市航空交通市場は1兆ドルに達すると予測されている。

## 穴場観光に小さい町が人気

中国の交通運輸部が発表した統計によると、今年の5月1日～5日までの連休期間中、地域間人員移動量は約13.6億人、1日平均2.7億人以上となっています。これはコロナ前の2019年同期比24.1%増となっているとのことでした。そんな中、「小さい町」でのくつろぎを求める旅行がキーワードになっていました。

各大手OTAプラットフォームの公開統計によると、連休期間の観光客を含む大規模な人口の移動で、小さい町への移動が急激に増加しています。なお、旅行予約数の傾向を見た場合、小さい町が明らかに大都市を超えていて、数十の小都市のホテル予約数は同期比100%超になっていました。

このような小さい町へのツアーの台頭は、ますますニッチな旅行先が開発されることを意味し、中国国内旅行市場の構造的な変化を示しています。

もちろん、広大な国土を持っている中国は、自然の名所・景観と、歴史と文化を感受できる史跡・遺跡が世界遺産として数多いので、昔ながらの観光名所には絶えず観光客が訪れています。例えば、チベット、雲南、新疆、貴州といった観光資源に恵まれた伝統的な観光地は依然として人気がありますが、最近はやり穴場を探すようになっており、例えばチベットの阿里や林芝、四川の阿坝、新疆の伊犁といった小さな町が観光客の注目を集めています。

また、これまでの旅行が景色の鑑賞を重視するものであったのに比べ、最近では趣味や興味が若者を旅行へ誘う主な原動力となっています。特に、現在の多くの若者にとって旅行とは、もはや単なる伝統的な観光旅行ではなく、知識や体験の追及、情緒的なつながりや精神的な癒しを求める旅になっています。

唯来企業管理諮詢（深圳）有限公司  
副總經理

姜 香花

日本・中国専門の進出・撤退案件のエキスパート。  
現在はクロスボーダーM&Aも手がけている。日本人、中国人の気持ちを理解したコンサルティングに定評。中国事業再編・M&Aサービス担当。



小さい町への旅行が増えている背景には、様々は理由がありますが、新鮮感以外に、もっと費用対効果の高い旅行を追求するようになったこともあげられています。

混雑している大都市と観光名所に比べて、近年の中国のインフラ整備により交通が便利になった小さい町では、観光客が心身ともにリラックスして休暇を過ごせることができます。例えば、GW連休中に上海市を中心とした江蘇省、浙江省エリアのホテルの宿泊価額は平均して1,000元（約2万円）になっているに対して、中国の小さい町の場合、地元の最高級ホテルでも約500元（約1万円）ほどになることも一般的であり、安くおいしいグルメも堪能できるので、往復の交通費をプラスしても、コスパが良いと感ぜられるでしょう。

一方、これから観光インフラを構築していく小さい町が、いかにして急増する旅客の流れに対処することができるかも、しばらくは観光市場の主要テーマとなるでしょう。

筆者の出身地は人口50万しかない小さい町ですが、民族的特色がある穴場スポットになっていて、今年の連休中には各地から大勢の観光客が殺到したため、オーバーツーリズムになったとのことでした。

いずれにしても、日常生活を一時的に離れて自己を見直すことができるのが旅の醍醐味でもあるので、新しい旅先を探すことは絶え間なく続くことでしょう。



深圳未来创新服务中心  
MIRAI Innovation Center Shenzhen

深圳市南山区粤海街道海天二路 19 号盈峰中心ビル 2301  
TEL:86-135-3089-3085  
<https://micsz.jp/>