

**勝ち残り競争が激化する中国電子書籍端末業界：
 今後の成長を左右するボトルネックとは**

CCID コンサルティング

2011年9月20日

デジタル製品の売上が伸び続けている中国において、電子書籍端末の市場競争が激化している。漢王は独自の手書き識別入力システムをE Ink社の電子ペーパー技術と結び付け、市場競争力を高めている。2009年には電子書籍プラットフォーム「漢王書城」を開設し、中国移动と共同で3G通信機能を搭載した電子書籍端末を打ち出した。盛大も2010年に群を抜くマーケティング手法で市場参入を果たしたが、Bambookの売上は芳しくなく、ハードウェアによる利益はゼロに近い。しかし、同社は電子書籍プラットフォーム「起点中文網」の開設によって、業界内で確固たる地位を確立した。近年の状況からみると、盛大の市場戦略は非常に先見的で、称賛に値する。

2010年、中国における電子書籍端末の販売台数は前年比122.15%増の135.91万台に達し、売上高は前年比107.88%増の28.5億元となった。

表1 2008-2010年中国における電子書籍端末の販売状況

年度	販売台数(万台)	成長率	売上高(億元)	成長率
2008年	11.45	268.20%	2.98	181.10%
2009年	61.18	434.30%	13.71	360.10%
2010年	135.91	122.15%	28.5	107.88%

データ出典:CCID(賽迪顧問) 2011, 02

■中国電子書籍端末市場の特徴:

1、市場競争の激化に伴い、模倣品メーカーの鞍替えが目立つ

2010年、中国電子書籍端末市場は著しい成長を遂げた。コンテンツから端末に至る電子書籍産業チェーンは、出版社やキャリア、ベンダー、メーカーによって構成されている。端末においては、Bambookや翰林、易博士、文房(WeFound)の知名度が高まっている。MP3やMP4の需要が低迷し、利益率が低下する中、小型電化製品メーカーは新たな収益源を探し求めており、ネットブックやモバイルTV、デジタルフォトフレームに続き、電子書籍端末に注目し始めている。大唐や微星、華為、華碩、愛国者、紐曼がその歩みを加速する一方、Samsungやiriverをはじめとする海外メーカーも中国市場に次々と参入している。2009年に10社にも満たなかった参入企業はその後著しく

■本資料の一部または全部を、電子的または機械的手段を問わず、無断で複製・転送等を行わないようお願い致します。また、当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に際してはお客様ご自身の判断にてお願い致します。

増加し、市場競争は激化の一途をたどっている。

このような市場競争の激化に伴い製品の高度化が進んでおり、数年前まで幅を利かせていた模倣品メーカーの市場競争力は著しく低下した。特に 2010 年上半旬に iPad ブームが訪れてからは、タブレット PC 市場に鞍替えする模倣品メーカーが増加している。

2、ブランドの多様化が進む一方、既成ブランドが優位を維持している

前述の通り、中国電子書籍市場は急成長を遂げ、キャリアや端末メーカー、コンテンツプロバイダが次々と参入を果たした。海外ブランドが勢力を伸ばす一方で、Bambook や翰林、易博士、文房が優位を維持しているが、今後は Lenovo や神州数碼などの IT ベンダーも自社ブランドを打ち出し、日系や韓国系、台湾系のベンダーも参入を果たすと予想される。特に E Ink 社の技術を掌中に収めた台湾の元太科技や生産能力の高い鴻海によって、既成ブランドの確固たる地位は徐々に打ち崩されていくだろう。

3、ビジネスモデルの革新が急務となっている

電子書籍端末とモバイル TV にはいくつかの共通点があり、その一つとしてコンテンツが不可欠という点が挙げられる。しかし電子書籍のコンテンツ不足は顕著で、かつ高価格な電子書籍端末はハイエンドな顧客層を対象としたギフト市場に限られている。この現状から脱すべく、電子書籍端末メーカーは出版社や書店と提携し、新たなチャネルの開拓に着手していかなくてはならない。

このように、電子書籍端末の普及率が高まる一方、「コンテンツ不足」「コア技術の欠如」「未成熟なビジネスモデル」といったボトルネックは依然として解決されていない。昨年から著作権を巡る問題も相次いで生じており、ベストセラーの電子化はあまり進んでいない。電子書籍端末メーカーはコンテンツプラットフォームを構築すると同時に、中国市場に適した持続可能なビジネスモデルを模索していかなくてはならない。

■中国電子書籍端末市場の短期的な見通し:

中国電子書籍端末市場は今後 3 年間にわたり下記 3 つの課題に直面し、市場動向に大きな変化が現れると予想される。

第一、iPad をはじめとするタブレット PC が爆発的成長期に突入し、単機能な電子書籍端末の成長を脅かす。

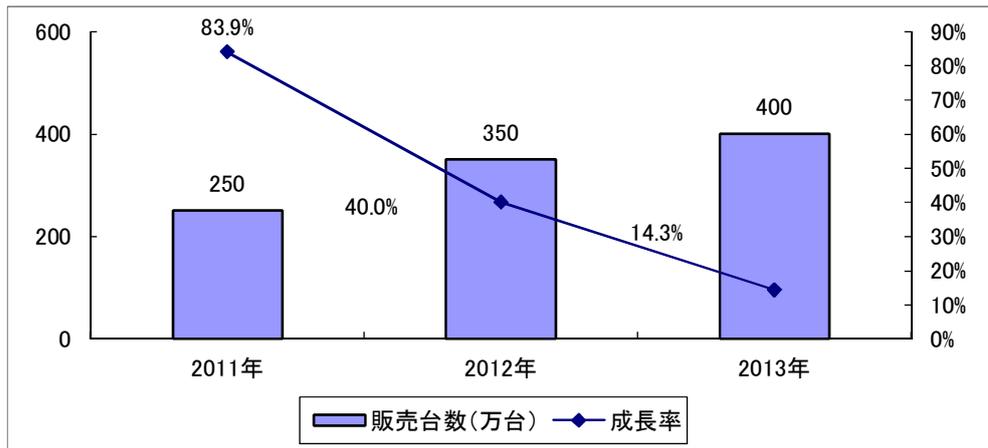
第二、技術的改善。電子書籍は紙ベースの本を読む感覚に近づいているが、モノクロの電子ペーパーが主に使用されている。カラー電子ペーパーを推進するメーカーも現れているが、短期間で大量普及させることは難しい。

第三、幅広い顧客開拓が必要。電子書籍は徐々に紙ベースの教科書を代替していくと期待されているが、価格障害が依然としてボトルネックとなっているため、教育業界での大量普及にも

まだ時間が必要である。

このような課題による影響を受け、中国電子書籍端末市場の成長は今後鈍化していくと予想される。2011年、電子書籍端末の販売台数は前年比 83.9%増の 250 万台になる見込みで、2013 年には 400 万台まで増加するものの、年平均成長率は 26.5%に落ち込むと予想される。

図1 2011-2013年中国における電子書籍端末販売台数の予測



データ出典:CCID(賽迪顧問) 2011, 02

中国市場調査サービス



中国市場調査レポート
 中国市場の今を知る
 最新マーケティングレポート

2010-2011 年版中国市場調査レポートを
 4月1日より販売開始。詳細はこちら↓
www.j-fep.co.jp/consul/top.html



中国市場データ配信
 企業別・地域別最新データの
 定期配信サービス

ご希望分野のデータを定期的にお届けする
 サービスです。詳細はこちら↓
www.j-fep.co.jp/consul/top.html



中国市場受託調査
 政府系コンサル企業による
 ニーズ・目的に応じた調査

調査地域・分野を問わず、お客様固有の
 ニーズに合わせて実施するカスタムリサー
 チサービスです。詳細はこちら↓
www.j-fep.co.jp/consul/top.html