
中国の音楽に関する市場調査

2025年度更新版

日本貿易振興機構(ジェトロ)
デジタルマーケティング部コンテンツ課
上海事務所

2026年3月

JETRO

1. 中国音楽市場の概況

- 1-1. 中国における音楽市場の概況
- 1-2. 音楽ビジネスの新しい動き:注目のキーワード①
- 1-3. 音楽ビジネスの新しい動き:注目のキーワード②

2. デジタル音楽市場(インターネット/モバイル配信)

- 2-1. 中国におけるデジタル音楽市場の概況①
- 2-2. 中国におけるデジタル音楽市場の概況②
- 2-3. 中国におけるデジタル音楽市場:有料デジタル楽曲のヒット(2024年)
- 2-4. デジタル音楽関連のヒットランキング
- 2-5. 人気のネット音楽プラットフォーム/アプリランキング
- 2-6. デジタル音楽のプラットフォーム:騰訊音楽娯楽集団
- 2-7. デジタル音楽のプラットフォーム:騰訊音楽娯楽集団音楽ランキング
- 2-8. 騰訊音楽娯楽集団傘下のアプリ:「QQ音楽」の使い方①
- 2-9. 騰訊音楽娯楽集団傘下のアプリ:「QQ音楽」の使い方②
- 2-10. 騰訊音楽娯楽集団傘下のアプリ:「QQ音楽」の使い方③
- 2-11. 騰訊音楽娯楽集団傘下のアプリ:「QQ音楽」の使い方④
- 2-12. 騰訊音楽娯楽集団傘下のアプリ:「全民K歌」の使い方
- 2-13. そのほかの人気音楽アプリ:網易雲
- 2-14. そのほかの人気音楽アプリ:咪咕音楽
- 2-15. オーディオブックアプリ 人気ランキング
- 2-16. 人気モバイルラジオ「喜馬拉雅FM」
- 2-17. ネットの音楽バラエティの人気ランキング
- 2-18. デジタル音楽関連のヒットランキング

3. 音楽書籍および音像出版市場

- 3-1. 音楽書籍および音像出版市場の概況
- 3-2. 海外の音響映像製品輸入の流れ
- 3-3. 中国でリバイバル人気のレコード

4. 音楽興行(コンサート/フェスなど)

- 4-1. 音楽興行市場の概況
- 4-2. コン서트および音楽フェスティバルなどの大規模公演市場
- 4-3. コン서트市場①
- 4-4. コン서트市場②
- 4-5. コン서트市場③
- 4-6. コン서트市場④
- 4-7. コン서트市場⑤
- 4-8. コン서트市場⑥
- 4-9. コン서트市場⑦
- 4-10. コン서트市場⑧
- 4-11. 音楽フェス市場①
- 4-12. 音楽フェス市場②
- 4-13. ミュージカル市場
- 4-14. 日中関係悪化と音楽系イベントへの影響

5. 著作権保護

- 5-1. 中国の音楽著作権の収入額と割合
- 5-2. 中国音楽著作権協会について
- 5-3. 音楽著作権の使用料徴収:テレビ・ラジオ
- 5-4. 中華人民共和国著作権法の修訂(2020年)
- 5-5. 中華人民共和国著作権法:第3回修訂の関連ニュース
- 5-6. そのほか著作権関連の法規
- 5-7. 2021年中国の著作権に関する出来事

6. 音楽に関する法律・法規

- 6-1. 音楽・映像ソフトの関連条例
- 6-2. 音楽・映像ソフトの関連規定
- 6-3. 音楽・映像ソフトの輸入に関する法規
- 6-4. 音楽・映像ソフトの輸入に関する規定
- 6-5. 音楽・映像ソフトの管理に関する規定
- 6-6. そのほか音楽に関する規定 ①
- 6-7. そのほか音楽に関する規定 ②
- 6-8. ネット配信に関する規定

1. 中国音楽市場の概況

JETRO

1-1. 中国における音楽市場の概況

中国音楽市場の規模¹

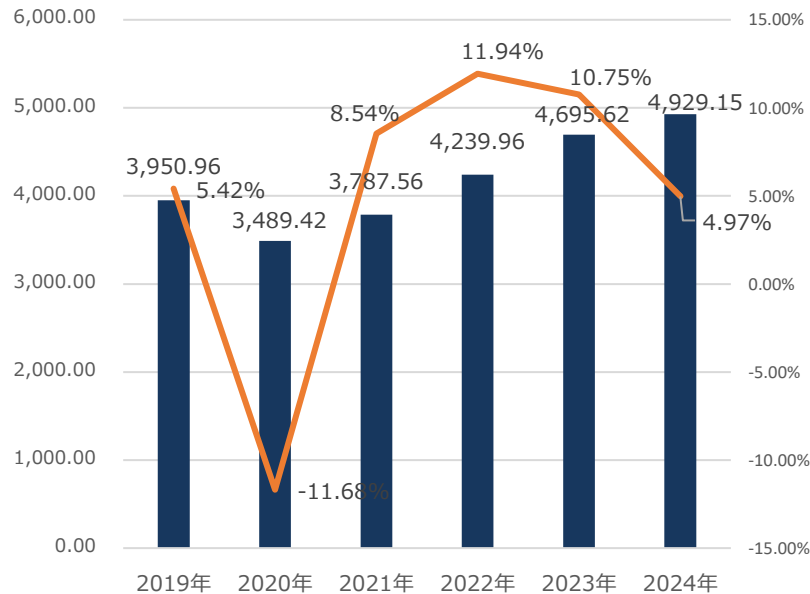
- 2024年の中国音楽市場の規模は約4,929.15億元となり、前年比4.97%増加した。
- これは、中国の音楽市場が2021年以降、「常態的な成長」の回復発展段階に入ったことを示している。
- 経済成長鈍化の圧力や外部リスクといった課題に直面しながらも、文化的クリエイティビティや技術革新を通じて産業のアップグレードと内需の掘り起こしを実現し、産業成長率は約5%前後の中高速成長区間へと回帰した。

1

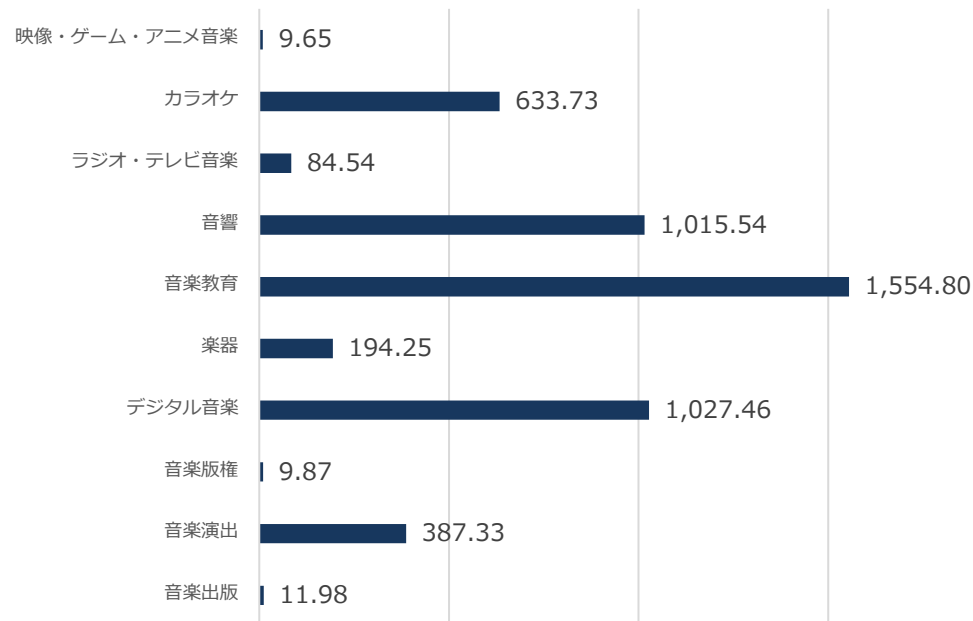
「2025中国音楽産業発展総報告」

https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA3NDU1NjgwOQ==&mid=2649532234&id_x=1&sn=46c1951116dfd139f3121ae951210d47&chksm=8682921fe6902e0f2f6a0bfdede571f56dbbe71e2183631f0dd510a3bc09e88d19dfc6f4e12c&scene=27

2019-2024年中国音楽市場の規模（億元）



2024年中国音楽各細分市場の規模（億元）



1-2. 音楽ビジネスの新しい動き:注目のキーワード①

コンサート経済¹

- 2024年、Kanye Westは海南省海口でリスニングイベントを開催し、観客4万人のうち島外からの来場者が95%を超え、海口市にもたらした観光収入は実に3.73億元に達した。一方、杭州では周杰倫の4公演がこの効果を極限まで拡大させた。わずか4日間で472.2万人以上の外来観光客を受け入れ、最終的に杭州は13.16億元の文化・観光消費を実現した。
- 2024年には各地の文化・観光部門が「音楽＋観光」の融合モデルを積極的に支援し、多くの地域でコンサートや音楽フェスティバルに対して補助金や奨励金を提供している。

海外進出

- 2024年、中国の音楽フェスやインディペンデントミュージックの「海外進出」はより多様な可能性を見せている。
- 4月には麻園詩人や法兹楽隊がアメリカのSXSW音楽祭に出演し、布衣と電気櫻桃はイギリスのTGEフェスティバルに登場した。さらに、痛仰、梅卡德爾、腦濁、盤尼西林などのインディーズバンドも、日本やカナダなどでの海外ツアーを次々と発表・開始している。
- 同時に、国内の音楽フェスブランドも「海外展開」の新たなチャンスを探求している。音楽フェスは文化的な集合体として、もはや国内市場に限定されず、ブランド運営を通じて海外へと進出している。
- 2024年7月、摩登天空は日本のAvex Live Creative株式会社と長期提携契約を締結し、中国発の代表的オリジナル音楽フェスIP「ストロベリーミュージックフェスティバル」を日本に導入することが決まった。

¹
<https://baike.baidu.com/tashuo/browse/content?id=b66f1844e463e8980dfd00d5>

1-3. 音楽ビジネスの新しい動き:注目のキーワード②

シルバー経済¹

- コンサートチケットは、若者の間で「親孝行の通貨」と化している。刀郎のコンサートでは、アリーナ席のチケットが2万2千元まで高騰し、若者たちは「アリーナ席を取ることこそ最高の孝行」と考えるようになってきている。
- シニア層はもはや音楽産業の「付き添い役」ではなく、積極的な消費力と高い参加意識をもって、音楽市場における重要な存在となっている。かつて観客動員率8割にとどまっていた譚詠麟は、「カラ永遠OK」で再びブームを巻き起こし、約3.5万人を動員した。また、「新白娘子伝奇」のコンサートで趙雅芝、葉童、陳美琪が再集結し、#おばあちゃんのコンサートのテンションが私より30年先を行っている# や #両親に白蛇伝のチケットを取るのが新しい親孝行# などの話題タグがSNS上で大きな反響を呼んだ。

ヒット曲の消失

- ここ数年の年間ヒット曲を振り返ると、2021年の「这世界那么多人」、2022年の「孤勇者」、2023年の「乌梅子酱」などは、圧倒的な再生数で世代・プラットフォーム・ジャンルを超えてブームとなった。しかし、2024年には従来型の「国民的ヒットソング」は徐々に姿を消しつつある。
- 2024年最も話題となった曲「Dehors」でさえ、過去のヒット曲と比べると再生規模は大きく劣っている。より断片的で多様な音楽エコシステムが広がりつつあり、ミニ動画プラットフォーム、IPコラボ、ファン主導の拡散などが新曲の露出機会を生み出す一方、作品間の競争は一層激化。再生数が分散し、リスナーの聴取習慣も分化してきている。中国音楽はより多様化・ニッチ化が進む新たな音楽時代へと移行している。

¹ <https://baike.baidu.com/tashuo/browse/content?id=b66f1844e463e8980dfd00d5>

2. デジタル音楽市場 (インターネット/モバイル配信)

JETRO

2-1. 中国におけるデジタル音楽市場の概況①

デジタル音楽の市場規模の推移¹

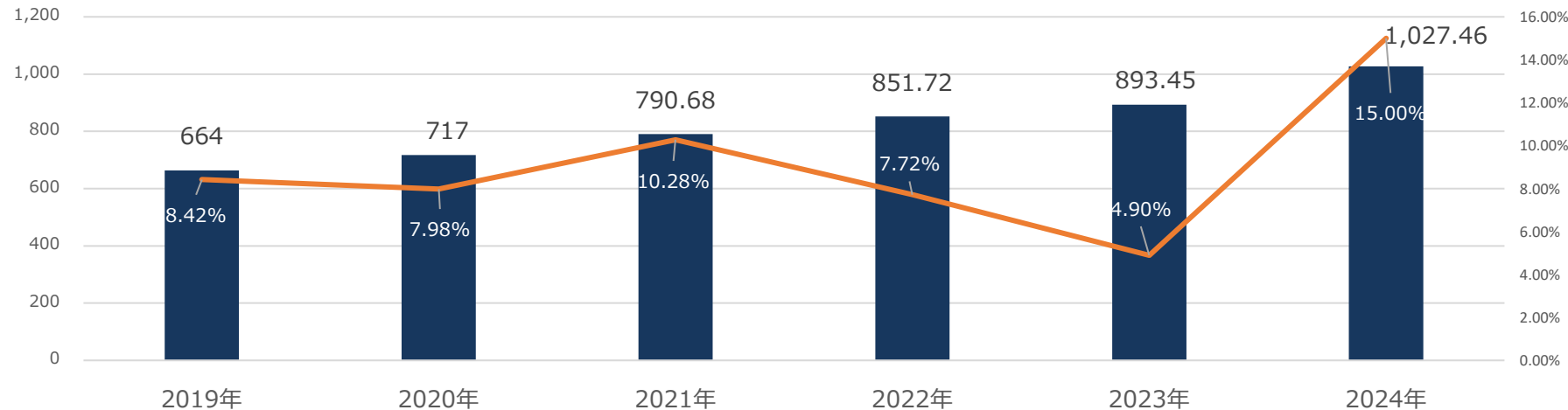
- 2024年のデジタル音楽の市場規模は1,027.46億元に達し、前年比15%の成長を記録した。オンライン音楽、音楽系ミニ動画、音楽ライブ配信の3分野が相互に牽引し、デジタル音楽市場の成長率は再び二桁台へと回復した。オンライン音楽サービスの収益は前年比20%以上の伸びを示した。
- 2024年には、AIの発展がデジタル音楽産業チェーンを再構築した。推薦アルゴリズムの最適化により、ユーザーのエンゲージメントが一段と強化。プラットフォームはスマートデバイスやオフラインシーンへと拡張を加速させ、「音楽を聴く」から「音楽を体験する」への革新的な転換を推進している。
- また、ショート動画による拡散が新しい音楽を発見する主要な経路となりつつあり、音楽ライブ配信はバラエティ番組、Eコマース、教育など多様な業態と融合することで、音楽系SNSプラットフォームのマネタイズ能力をさらに高めている。

1

「2025中国音楽産業発展総報告」

https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA3NDU1NjgwOQ==&mid=2649532234&id_x=1&sn=46c1951116dfd139f3121ae951210d47&chksm=8682921fe6902e0f2f6a0bfdede571f56dbbe71e2183631f0dd510a3bc09e88d19dfc6f4e12c&scene=27

2019-2024年中国デジタル音楽市場の規模（億元）



2-2. 中国におけるデジタル音楽市場の概況②

中国ネット音楽のユーザー規模¹

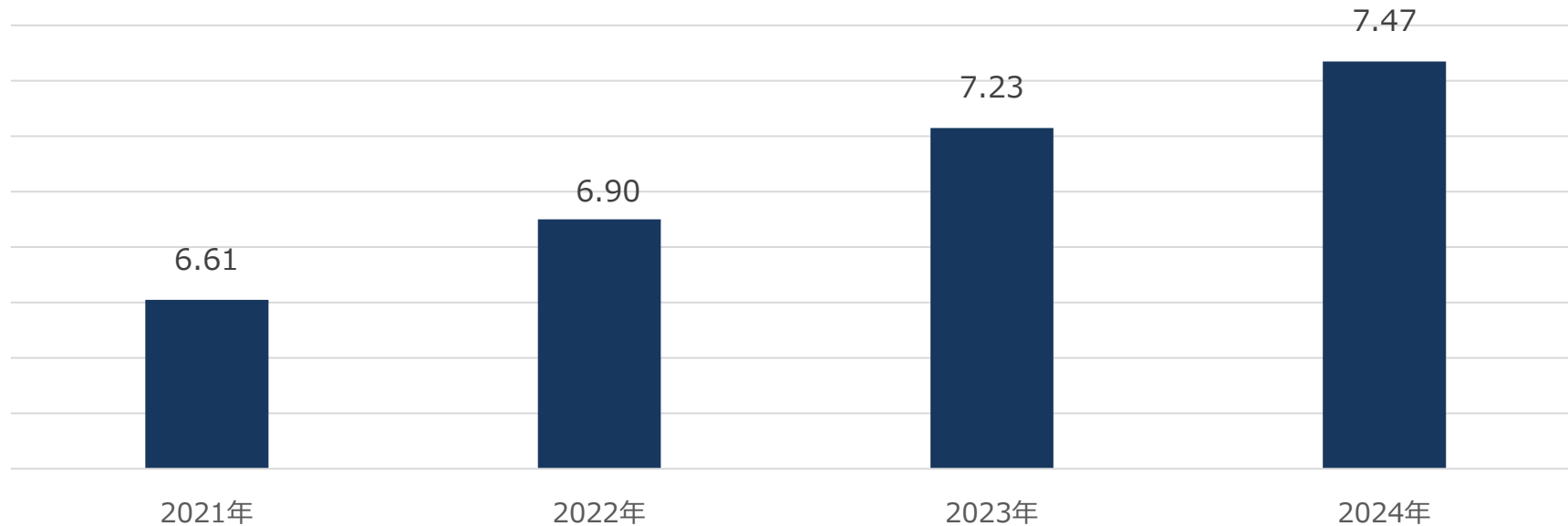
- 中国ネット音楽のユーザー規模は継続的な拡大している。2022年、ユーザー数は6億9,000万人に達し、月間アクティブユーザーは平均3億3,000万人で、2021年比で4.5%増加、ネット全体での浸透率は30%を超えた。2023年にはユーザー数が7億2,300万人に達し、2024年には7億4,700万人に達すると予測されている。
- 若年層、特に1980年代生まれ、1990年代生まれ、2000年代生まれがネット音楽の主要ユーザー層を構成している。これらの若いユーザーは、モバイル端末を利用して「いつでもどこでも」音楽を聴取する傾向が強く、また音楽の共有、コメント投稿、音楽コミュニティでの話題参加などに積極的である。

¹

「2024年中国在線音頻行業市場現状分析及發展趨勢予測報告」

<https://caifuhao.eastmoney.com/news/20250120103700285133740>

2021-2024年中国ネット音楽のユーザー規模（億人）



2024年度中国における デジタルアルバム/EP/シングル新曲セールス額TOP10

通し番号	歌手	作品	楽曲数	価格	売上(万元)
1	周深	反深代詞	14	30	5,078.76
2	張芸興	STEP	12	32	2,212.85
3	檀健次	煥	8	30	1,078.95
4	虞書欣	Spicy Honey	8	22	1,073.97
5	十個勤天	展開一天	12	25	537.32
6	徐明浩	Stardust	3	12	534.52
7	宋雨琦	YUQ1	7	25	504.14
8	毛不易	冒險精神	11	27	357.10
9	林俊杰	光陰副本	1	7	354.93
10	鹿晗	Dream All Summer	1	4	255.86

¹
https://www.douban.com/group/topic/315904878/?_i=2140515guxXPA0

2-4. デジタル音楽関連のヒットランキング¹

2024年度 騰訊音楽 TOP10

年度歌手TOP10

通し番号	歌手
1	周深
2	汪蘇瀧
3	单依純
4	希林娜依・高
5	薛之謙
6	黄霄雲
7	方大同
8	蔡徐坤
9	張杰
10	張芸興

年度楽曲TOP10

通し番号	歌手	楽曲
1	周深	小美满
2	单依純	純妹妹
3	周深	借過一下
4	張韶涵	暮色回響
5	周深	縫合
6	方大同	才二十三
7	嚴浩翔	The Beast
8	吳克	写在星星上
9	丁世光	瘦子 (Skinny Love)
10	薛之謙	AI

年度アルバムTOP10

通し番号	歌手	アルバム
1	蔡健雅	不够善良的我們
2	周筆暢	have a good night
3	汪蘇瀧	十万伏特
4	周深	反深代詞
5	薛之謙	守村人
6	方大同	夢想家 The Dreamer
7	黄霄雲	没語季節
8	林宥嘉	王
9	李荣浩	黒馬
10	毛不易	冒險精神

¹
<https://yobang.tencentmusic.com/chart-h5/annual-report-2024-end/tencent-chart?moduleId=top10singers>

2-5. 人気のネット音楽プラットフォーム/アプリランキング

2022年上半期 オンライン音楽(在線音楽)アプリランキング¹

通し番号	アプリ名称
1	QQ音楽 ²
2	酷狗 ³
3	網易雲 ⁴
4	酷我 ⁵
5	咪咕音楽 ⁶

「騰訊音楽娛樂集團(略称)

- オンライン音楽の視聴には、アプリの使用が一般的。
- 無料でも楽しめるが、サブスクの有料会員も増加している。
- 騰訊(テンセント)は、その傘下に複数の音楽プラットフォームを抱えている。

¹
艾媒諮詢「2024年中国音楽行業發展狀況与消費行為調查数据」
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1818835863076055909&wfr=spider&for=pc>

²
QQ音楽
<https://y.qq.com/>

³
酷狗
<https://www.kugou.com/>

⁴
網易雲
<https://music.163.com/>

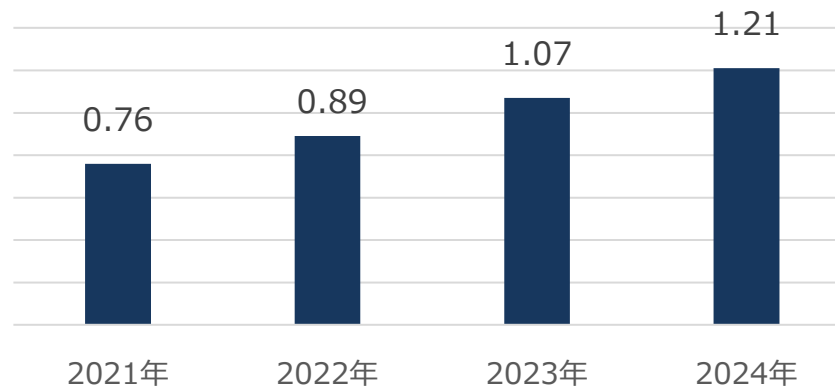
⁵
酷我
<https://www.kuwo.cn/>

⁶
咪咕音楽
<https://music.migu.cn/v5/#/musicLibrary>

⁷
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1826991543873406075&wfr=spider&for=pc>
<https://www.jiemian.com/article/10936337.html>
<https://www.stcn.com/article/detail/821442.html>
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1728076669556335824&wfr=spider&for=pc>

騰訊音楽集團(テンセントミュージック)課金ユーザー数の推移(万人)⁷

2022-2024年騰訊音楽集團の課金ユーザー数(億人)



参考

- 2024年、騰訊音楽集團のオンライン音楽サービス収入は前年同期比16.1%増の58億3,000万元となり、オンライン音楽のサブスクリプション収入は前年同期比18%増の40億3,000万元に達した。課金ユーザー数は1億2,100万人に達した。

騰訊音楽娯楽集団(TME)¹

テンセント・ミュージック・エンターテイメント。
QQ音楽、酷狗音楽、酷我音楽、全民K歌を合わせた月間アクティブユーザー数は5.56億人。

- 2003年 QQで音楽サービスを開始。
- 2016年 騰訊音楽娯楽集団が成立
- 2017年 SPOTIFYと株式交換を宣言
- 2018年 ソニーミュージックと新たなレーベル「Liquid State」を発足 ワーナーミュージックとソニーミュージックが一部株主となる。
- 2020年 TME liveをスタート。
- 2021年 「懶人聴書」を買収(株式100%)
- 2022年 ビルボードと深度战略合作を発表。「中国音楽引力計画」
- 2022年9月 香港にて上場(TME)
- 2023年 TMEのオンライン音楽課金ユーザー数が1億人を突破
- TMEスーパー会員数が1,000万人を突破

関連 ニュース

- 2024年度の騰訊音楽の売上高は284億元(前年比+2.3%)、純利益は81.4億元(前年比+30.7%)、オンライン音楽サービス収入は前年同期比25.5%増の217.4億元に達した。²
- 2024年第4四半期において、騰訊音楽のオンライン音楽サービス事業の月間アクティブユーザー数は5億5,600万人で、前年同期比3.5%減少した。一方、オンライン音楽サービスの課金ユーザー数は1億2,100万人に達し、前年同期比13.4%増加した。³

傘下のプラットフォーム

QQ音楽

酷狗音楽

酷我音楽

全民K歌⁴

懶人聴書⁵

¹ www.tencentmusic.com

² <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1826991543873406075&wfr=spider&for=pc>

³ <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1826982970696019781&wfr=spider&for=pc>

⁴ <https://kg.qq.com/index-pc.html>

⁵ <https://www.lrts.me/>

2-7. デジタル音楽のプラットフォーム：騰訊音楽娯楽集団音楽ランキング

騰訊音楽浪潮榜 2025年9月ランキング¹

通し番号	歌手	楽曲
1	齊豫 / 呉青峰	一念之間 - 在水中
2	王嘉尔	Let Loose
3	許哲珮 / 裘德	冰山男孩与火焰少女
4	洪佩瑜	不占地方
5	薛之谦 / 張靚穎	霸王别姬
6	HENRY劉憲華	Closer To You
7	林俊杰	瞬間的瞬間
8	布衣楽隊	山鋸水伝
9	YELLOW黄宣	輕功水上飄
10	Gareth.T	泥菩薩

QQ音楽 日本榜 2025年10月24日～10月30日 ランキング²

通し番号	歌手	楽曲
1	米津玄師	JANE DOE
2	ピノキオピー	愛属性
3	米津玄師	1991
4	ヒグチアイ	When We Were the Most Beautiful
5	NAQT VANE	VISIONS
6	米津玄師	IRIS OUT
7	青山テルマ	そばにいるね
8	なとり	プロポーズ
9	吹き消した灯火	トゲナシトゲアリ
10	Pastoral	Aimer

¹ <https://yobang.tencentmusic.com/chart/uni-chart/rankList/>

² <https://y.qq.com/n/ryqq/toplist/17>

QQ音楽¹

- 2005年運営開始。騰訊公司による音楽プラットフォーム。
- 提供するサービスは、オンライン視聴、カラオケ、楽曲ダウンロード、MV(ミュージックPV)鑑賞、オーディオブック、SNS、ライブ配信等。
- 無料でも視聴できるが、楽曲によってはフル視聴やダウンロードにはサブスクリプション制の会員になる必要がある。
- そのほか、デジタルアルバムや、グッズの販売も行っている。

「QQ音楽」アプリ:基本的な使い方

トップページには、
オススメ、歌手別、
ランキング、ジャンル別等

歌手別から入ると、大陸、香港・台湾、
欧米、日本、韓国
男女、グループ等のカテゴリ分け



好きな歌手をクリックすると登録楽曲の一覧が出てくる。
(シングル、アルバム、PV)

音楽 x SNS機能が充実

- 楽曲に対するユーザーコメントが閲覧可能
- 同じ曲を聴いてるユーザー気分も表示できる等

- 楽曲再生。歌詞を出したり、「全民K歌」と連動したカラオケ機能など。
- 新曲予約機能などもある



1

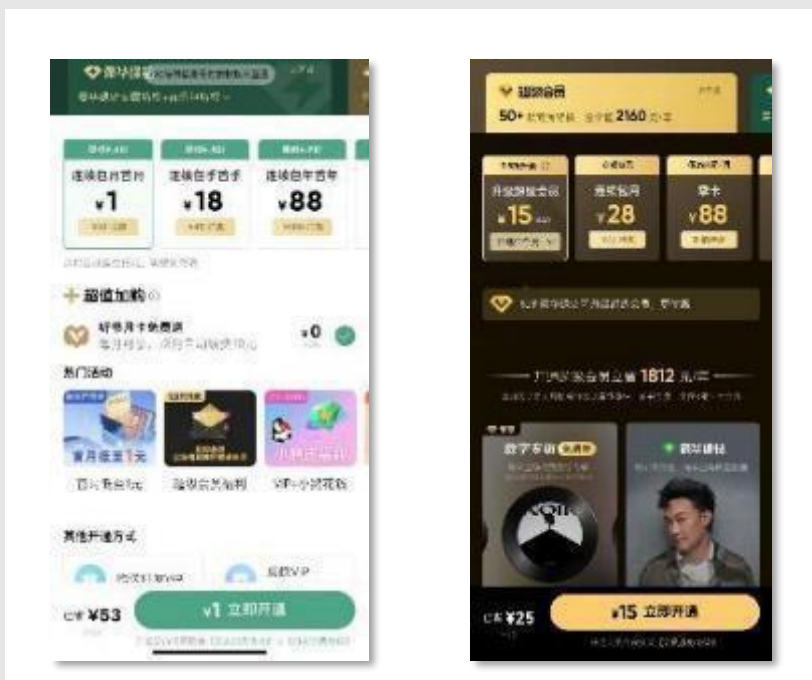
<https://y.qq.com/>

「QQ音楽」サブスク会員¹

曲によってはフルバージョンの視聴やダウンロードにはサブスクで会員になる必要がある。

会員は2段階

- 豪華緑鑽
 - 超級会員
- ※ 1曲のみ購入(2元)も可能な楽曲もある
- 正規料金は継続前提で、月18元、年間168元。
 - 入会キャンペーンで、月1元または年間118元などもあり。
 - 月40元、年間348元。
 - 豪華緑鑽の会員特典にプラスして、デジタルアルバムがすべて無料
 - 「全民K歌」、「聴書」の有料会員の資格も得る。



有料コンテンツ例

- QQ音楽 × 扑淘商城
- アーティストグッズ販売



¹ 曲によってはフルバージョンの視聴やダウンロードにはサブスクで会員になる必要がある。
1曲のみ購入(2元)も可能な楽曲もある

² 例:
張学友のアルバム: 30元

「QQ音楽」日本の楽曲

新曲コーナーには「日本」ジャンルがある



- 音楽ジャンル別の人気ランキングがある。
- その中に、「日本」音楽のランキングもあり、週刊TOP20が更新される。
- フルバージョンの視聴にはサブスク会員になる必要がある。
- 日本語楽曲の歌詞表示は日本語のみだが、楽曲は中国語翻訳され併記されているケースが多い。



「QQ音楽」音楽×SNS×メタバース空間「Music Zone」

2022年7月から「Music Zone」機能をスタート

QQ音楽の中から、Music Zoneに入り、好きな部屋のタイプとアバターを選ぶ



自分の部屋で好きな音楽をかけたり(有料会員)、友人を招いたり、植物を育てたりできる。部屋のインテリアも好みでアレンジ可能。



メタバースの空間に、いくつもの音楽会場があり、入ると音楽を聴きながら来場者と交流もできる



全民K歌¹

- オンラインのカラオケアプリ。
- 2014年9月10日運営開始
- 採点機能、専門的音声ミキシング、SNS共有機能等
- QQ音楽と連動。QQ音楽で好きな楽曲を見つけ、「全民K歌」でカラオケできる。
- カラオケを通じたSNS交流機能が充実。



2024年: ネットカラオケアプリランキング²

通し番号	アプリ名称
1	全民K歌
2	唱吧
3	酷狗唱唱
4	酷我K歌
5	唱鴨

¹ <http://kg.qq.com/>

² <https://www.chinabgao.com/top/brand/95682.html>

³ カラオケを録音/録画/生配信などが可能

⁴ 1人で歌うだけでなく誰かと、もしくはみんなで歌うという交流機能も。

⁵ カラオケ画面に入ると、録音しながら採点が始まる。音程レベルや、録音スタイルの選択が可能

⁶ 歌い終わると採点され音声/動画を保存及びSNS(微信等)での公開が可能。音をレコード風など補正が可能。

⁷ ほかの人が歌ったのを聞いたり、コメントしたり交流ができる。

⁸ 公開した動画には、見た人からのコメントやプレゼントが送られる。

選曲/検索



カラオケ 録音/録画



採点、音補正 保存/SNS配信



2-13. そのほかの人気音楽アプリ: 網易雲

網易雲音楽¹

- 網易による音楽プラットフォーム。
- 2013年4月23日から運営スタート。

関連ニュース

- 2023年の月当たりのアクティブユーザー数は2.06億人、楽曲は1.49億曲に達した。
- ユーザーの半分近くは、曲を聴くときにコメント欄を見ている。²



基本的な視聴方法、カラオケやSNS機能などはQQ音楽と似ている。

サブスクの会員制度

- 月18元、年間158元
- キャンペーンで最初年度88元/年
- 動画サイトの「愛奇芸」や「騰訊視頻」、「優酷」などのVIP会員のセットや、ECプラットフォームである京東の会員とのセットなどもある。

各種ランキングがある



- 国内の音楽だけでなく、欧米、韓国、タイ、ベトナムなども。
- 日本音楽のランキングはオリコンランキングと網易雲オリジナルの2種類がある。

¹ <http://music.163.com/>

² <https://zhuanlan.zhihu.com/p/684645716>

2-14 そのほかの人気音楽アプリ: 咪咕音楽

咪咕音楽¹

- 中国移動(チャイナモバイル)による音楽プラットフォーム。
- 2014年から運営スタート。前身は中国移動無線音楽基地(2006年～)
- 通信と連動した着メロサービスも充実



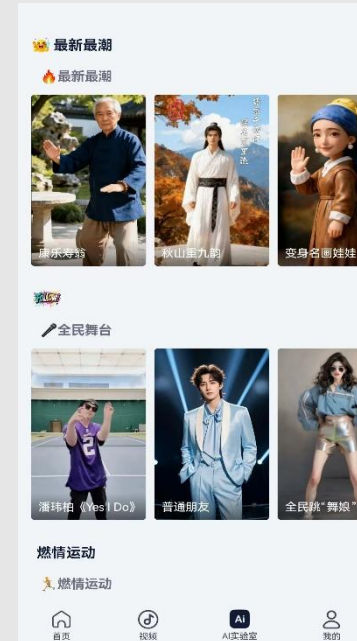
2

サブスクの会員制度



- 天籟會員: 月10元、年間60元
- 天籟會員: 月18元、年間158元。天籟會員より高音質なバージョンが楽しめ、毎月無料で一枚のデジタルアルバムを視聴・ダウンロードできるなどのサービスがある。

AI創作エリア²



1
<http://music.migu.cn/>

2
「AIワンフレーズ動画」や「AIワンフレーズソング」などのAIビデオカラーリング(AI動画着信音)といった革新的な応用を通じて、個人向けの高音質な音楽創作サービスを提供している。

<https://www.xinhuanet.com/info/20240913/56a4119c1c8c4e778b32a3b8f0b5c3c8/c.html>

2-15. オーディオブックアプリ 人気ランキング

聴書(オーディオブック)のアプリが、喜馬拉雅FMを筆頭に人気。
騰訊音楽は2021年、「懶人聴書」を買収(株式100%)

- 人気小説の朗読や、ラジオドラマ、タレントのトーク番組、歴史や経済の解説番組、英語などの教育、お笑い、さらには一般個人の音声シェアチャンネルなど、バラエティに富むコンテンツで人気を博している。
- 移動中や寝る前などちょっとした時間に、手軽に好きな番組を聞けるのが人気。
- また子供の教育にも活用されている。

2025年オンライン・オーディオブックのランキング¹

通し番号	アプリ名称	ダウンロード量 (2025年11月3日時点)
1	喜馬拉雅 ²	4億回
2	懶人聴書 ³	1億回
3	荔枝 ⁴	1億回
4	番茄暢聴 ⁵	2,209万回
5	雲聴 ⁶	354万回

¹ Androidのアプリストアである「応用宝」にてダウンロード量でランキングをつける

² <https://www.ximalaya.com/>

³ <https://www.lrts.me/>

⁴ <https://www.lizhifm.com/>

⁵ <https://novelfm.changdunovel.com/>

⁶ <https://www.radio.cn/pc-portal/client.html>

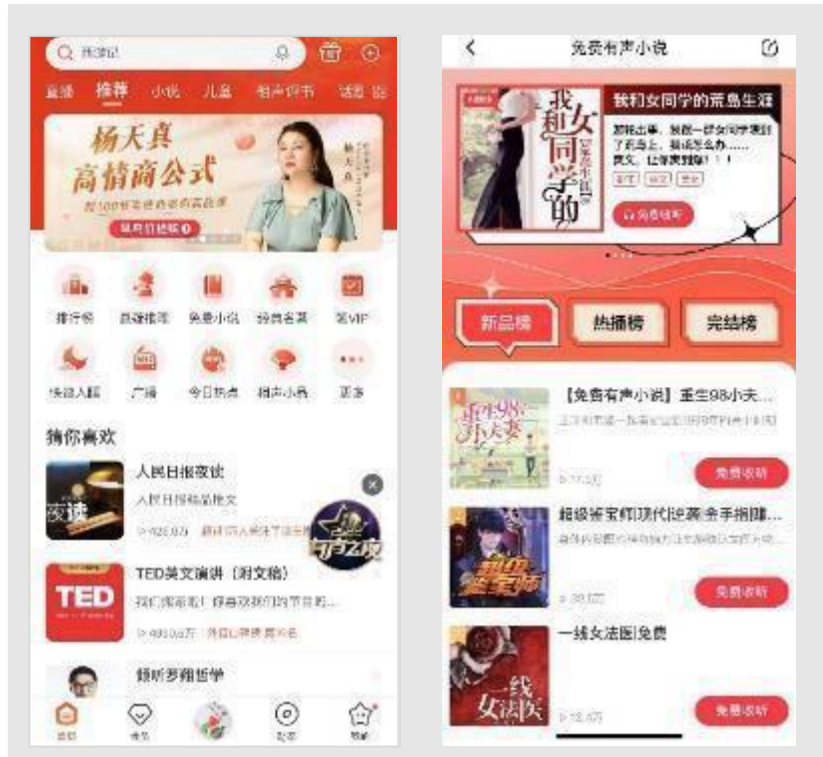
2-16. 人気モバイルラジオ「喜馬拉雅FM」

喜馬拉雅FM¹

- 上海喜馬拉雅科技有限公司が運営する音声シェアプラットフォーム。
- 2013年3月にモバイルサービスを開始し、2年余りでユーザーは2億人を突破。
- ジャンルは、オーディオブック、ニュース、バラエティ、音楽、漫才・お笑い、教育内容、財經証券等、幅広い。個人がアップした音声コンテンツも多い。

有料コンテンツはサブスク会員になる必要がある。

- 月15元、年間168元。
- キャンペーンで最初の1カ月6元/月（継続前提）
- 子供向けの教育コンテンツが充実した「児童VIP」もあり



ジャンル別のランキング



教育系コンテンツでは子供の年齢に応じたレベル分け



1

<http://www.ximalaya.com>

2-17. ネットの音楽バラエティの人気ランキング

2024年度 ネット音楽バラエティ番組 ホット指数¹ TOP10²

通し番号	バラエティ番組名	ホット指数	配信チャンネル
1	歌手2024	83.07	芒果TV
2	披荆斩棘第4期	79.38	芒果TV
3	乘风2024	79.36	芒果TV
4	天赐的声音第5期	71.62	bilibili、愛奇芸、騰訊視頻、優酷
5	我們的歌第6期	70.84	bilibili、愛奇芸、騰訊視頻、優酷
6	時光音樂会第4期	69.73	芒果TV
7	音樂緣計劃	69.03	愛奇芸
8	下一戰歌手	67.65	芒果TV
9	有歌2024	67.02	騰訊視頻
10	新説唱2024	65.28	愛奇芸

- 従来はテレビ局主導型がほとんどだったが、ネット配信だけの番組からもヒット番組が誕生している。
- 音楽番組で結成されたグループがデビューしたり、注目された歌手が再ブレイクしたりと、音楽バラエティ番組は、音楽のヒットと深いかわりがある。
- 2024年の主要な音楽バラエティ番組は、新しいアイデアや要素を次々と取り入れ、番組の形式・ルール・テーマを刷新することで、視聴者の“美的疲労”を回避し、番組のインタラクティブ性と視聴者のスティッキネスを高めている。
- 「歌手2024」は復活と同時に大ヒットを記録し、プロフェッショナルな制作クオリティに加え、数多くのネット話題でブレイクし、2024年の音楽バラエティ番組ホット指数ランキングのトップを走った。

1

ホット指数: メディアの注目度、ユーザーの注目度、高評価度、観覧度を加重計算により、バラエティの視聴者とメディアの総合影響力を反映した指数。

2

「2024騰訊娛樂白皮書」

https://t.10jqka.com.cn/pid_413070611.shtm

騰訊音楽 2024年度 10大ミュージックビデオ¹

通し番号	歌手	楽曲
1	周深	小美满
2	唐伯虎Annie	落（花開花落日昇日没）
3	張芸興	SHUFFLE
4	張韶涵	暮色回響
5	許嵩	早發白帝城
6	王宇宙Leto/喬浚丞	若月亮没有来（若是月亮還沒来）
7	張杰/HOYO-MiX	不眠之夜
8	熊大/熊二/光頭強	再次与你同行
9	蔡徐坤	Afterglow
10	薛之謙	解解悶

¹ <https://yobang.tencentmusic.com/chart-h5/annual-report-2024-end/uni-chart?moduleId=songsAndAlbums>

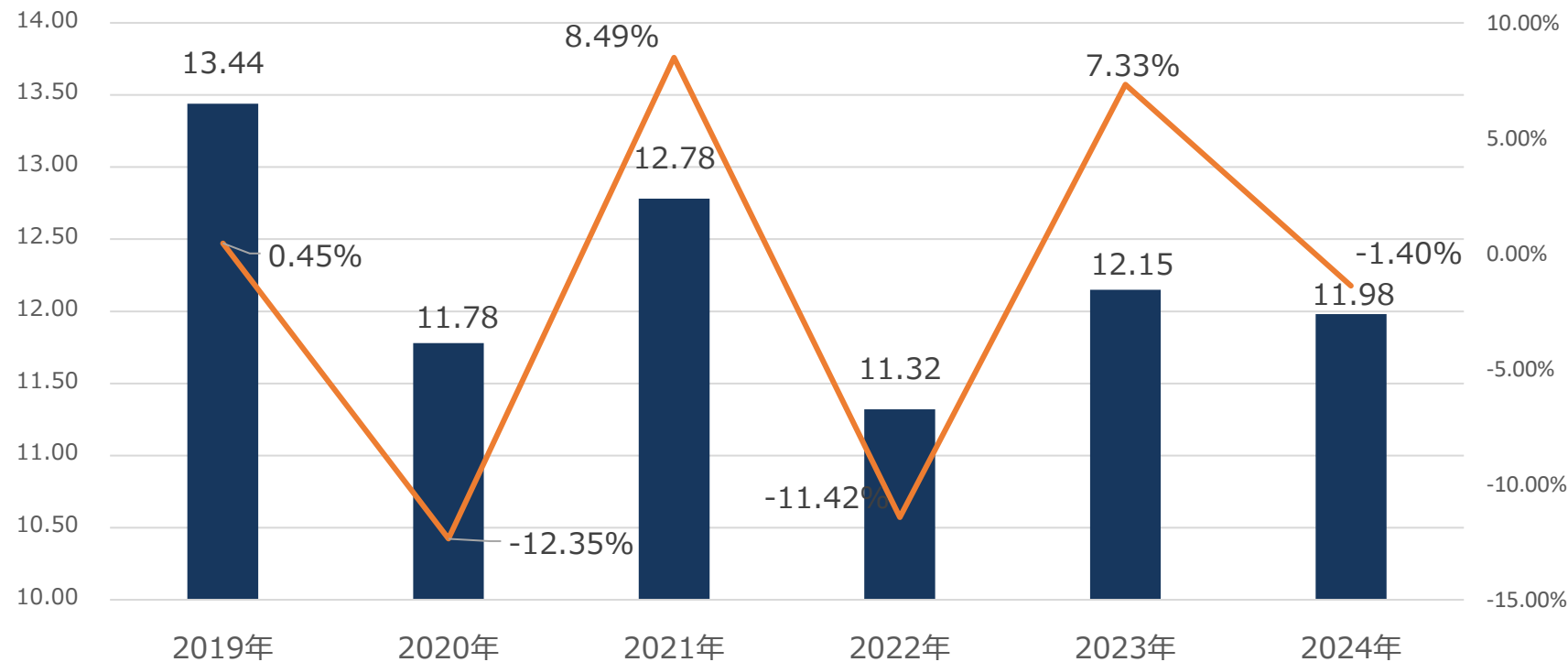
3. 音楽書籍および音像出版市場 (輸入・流通・販売)

JETRO

3-1. 音楽書籍および音像出版市場の概況

- 2024年の音楽書籍および音像出版市場¹の規模は約11.98億元で、近年のSNSやネット/モバイル配信の発展を受けて、前年比1.4%の減少となった。そのうち、音楽書籍市場の規模は9.26億元で、前年比2.8%の減少、音像出版市場の規模は2.72億元で、前年比3.8%の増加となった。²
- 一方、若者層の間でトレンドとしての「黒胶唱片」(レコード盤)が人気になっている。³

2019-2024年中国音楽書籍および音像出版市場の規模（億元）



¹
音楽書籍とは、音楽理論、歴史、作品および作曲技法などを専門的に紹介する書籍であり、通常は楽理の知識、代表的な作品の分析、音楽家の生涯などの内容を含む。音像出版とは、音楽作品や映像番組をアナログまたはデジタル信号に変換し、カセットテープ、ビデオテープ、レコード、CD、レーザーディスクなどの物理的媒体に録音・録画し、専用の機器を用いて再生できるようにした、大衆向けの文化的なメディア出版活動を指す。

²
「2025中国音楽産業発展総報告」
https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA3NDU1NjgwOQ==&mid=2649532234&idx=1&sn=46c1951116dfd139f3121ae951210d47&chksm=8682921fe6902e0f2f6a0bfde571f56dbbe71e2183631f0dd510a3bc09e88d19dfc6f4e12c&scene=27

³
https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_31579536

3-2. 海外の音楽・映像ソフト輸入の流れ

音楽・映像ソフト、および電子出版物の輸入の流れ(完成品／版權輸入)¹



外資系企業は
直接出版行為を
行うことができない

出版物輸入経営企業が国家新聞出版署に申請する書類

1. 申請表
2. 輸入する録音もしくは映像製品の申請表
3. 輸入契約書、オリジナル著作権証明書、著作権利用許諾書、国家版權局発行の登録証明書
4. 番組サンプル
5. 日中両言語の曲目、歌詞、台詞の文面
6. その他

許可されると



「音像製品(成品)進口許可単」
(音楽・映像ソフト製品(完成品)輸入許可証)
もしくは
「音像製品(版權引進)許可単」
(音楽・映像ソフト製品(版權輸入)許可許可証)

¹ 国家新聞出版署「出版用音像製品の輸入審査」
https://www.nppa.gov.cn/bsfw/xksx/cbfxl/yxspsx/202210/t20221013_600702.html

《音像制品管理条例》(2024年修正)
第28条、第29条、第48条。

² 海外の版權元は、輸入業務が可能な中国企業と契約。
代理商が間に入るケースもある

³ 宣伝・PR活動は、出版社だけでなく、
場合によってはアーティストや
レーベルサイドからも行う。

法規名	主要内容	発布日
《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》 《外商投資參入特別管理措施(ネガティブリスト)(2024年版)》 ⁴	外商投資參入特別管理措施(ネガティブリスト) 11に、文化、スポーツ、エンタメ業 24.圖書、新聞、雜誌、音楽・映像ソフト、電子出版物の編集、出版、制作業務への外商投資を禁じる	国家發展和改革委員會、商務部 2024.9.6 第23号令 2024.11.1施行

⁴ 《外商投資參入特別管理措施(ネガティブリスト)(2024年版)》
https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11606/202409/content_6976935.html

3-3. 中国でリバイバル人気のレコード

- 近年、中国で若者層に「黒胶唱片」(アナログレコード)が新たなファッションとして人気。2012年前後から再び注目を集め始めた。
- 本格的なブームのピークは2020年から2021年にかけて訪れた。新型コロナウイルス感染症の影響により、人々の生活習慣や余暇の過ごし方が変化し、家庭内で音楽を楽しむ時間が増えたことが大きな要因である。
- 直近2年間の市場動向を見ると、大きな成長はないものの、全体的に安定傾向にある。¹

中国国内における生産体制の再構築²

- 2015年、広州永通唱片が、中国国内で初となるアナログレコード生産ラインの再稼働を実現した。その後、上海・青島・河北など各地でも相次いで生産ラインが復活し、国内のアナログレコード製造体制は急速に整備された。現在、永通社は13本の生産ラインを保有し、1日あたり約1万5,000枚の生産能力を誇る。同社は現在、アジア最大規模のアナログレコード生産拠点となっている。

北京の首都図書館で所蔵品珍品レコードの展示が行われた³

- 15万種類、約3万枚の所蔵レコードの中から194枚を厳選し、展示を行った。

中国唱片集団は騰訊音楽娯楽集団(TME)と提携⁴

- TME 数字藏品(NFT)プラットフォームで「時代記憶」シリーズのデジタルレコード製品を展開へ

コレクション価値の高まり⁵

- 現在、市場で販売されているアナログレコードの価格はおよそ1枚あたり150元から200元程度となっている。しかし、人気の高い限定盤や特別仕様のレコードでは、1枚あたり1万円を超えるものもあり、さらに希少なコレクターズアイテムになると、1枚10万円に達する“超高額”レコードも存在する。

¹
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1821821011824549400&wfr=spider&for=pc>

²
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1847388373663222215&wfr=spider&for=pc>

³
2022年9月28日 北京日報報一百度：
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1745175048932496339&wfr=spider&for=pc>

⁴
2022年5月19日 音楽周報：
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1733251794571471146&wfr=spider&for=pc>

⁵
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1847388373663222215&wfr=spider&for=pc>

4. 音楽興行(コンサート／フェスなど)

JETRO

4-1. 音楽興行市場の概況

全体の音楽興行市場規模の推移¹

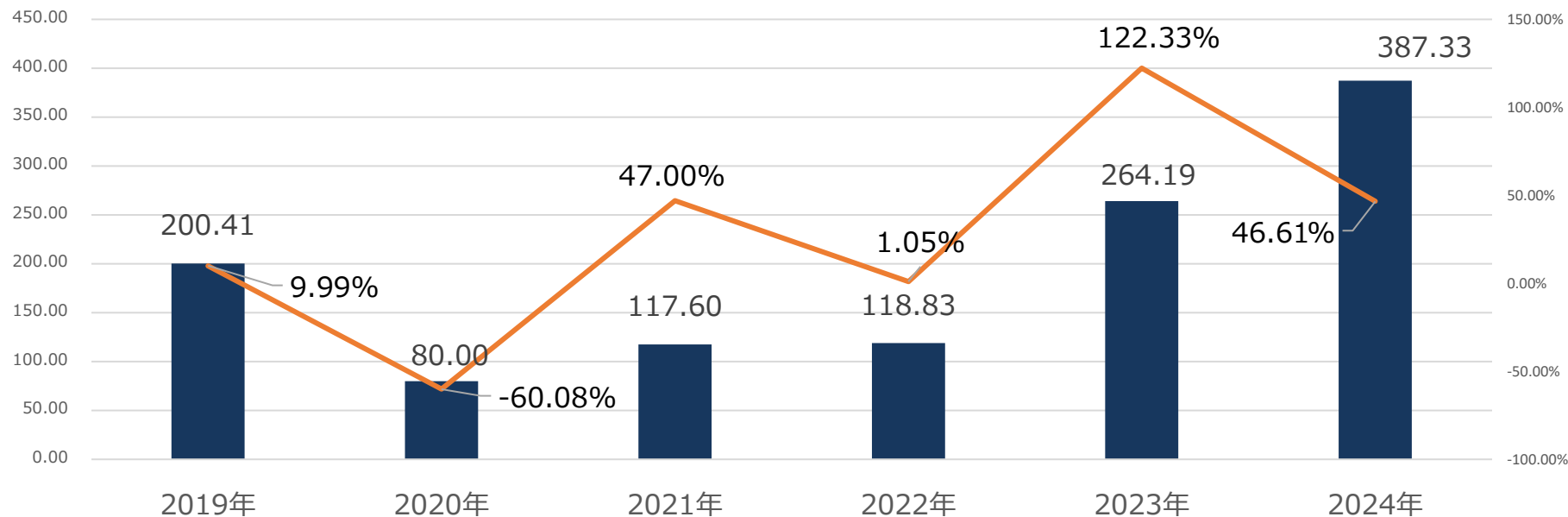
- 2024年における音楽興行市場の規模は387.33億元に達し、前年同期比46.6%増と大幅な成長を示した。
- このうち、小規模なライブハウスおよび音楽劇場のチケット売上は約90.97億元で、前年同期比5.5%増。また、大規模なコンサートおよび音楽フェスティバルなどのチケット売上は296.36億元に上り、前年同期比66.5%増と顕著な伸びを見せた。
- これらが音楽興行市場の収益拡大を牽引する主要な原動力となっている。

1

「2025中国音楽産業発展総報告」

https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA3NDU1NjgwOQ==&mid=2649532234&idx=1&sn=46c1951116dfd139f3121ae951210d47&chksm=8682921fe6902e0f2f6a0bfdede571f56dbbe71e2183631f0dd510a3bc09e88d19dfc6f4e12c&scene=27

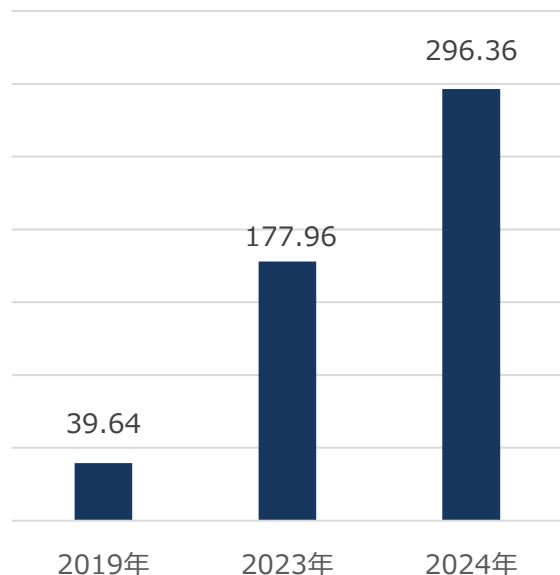
2019-2024年中国音楽興行市場の規模（億元）



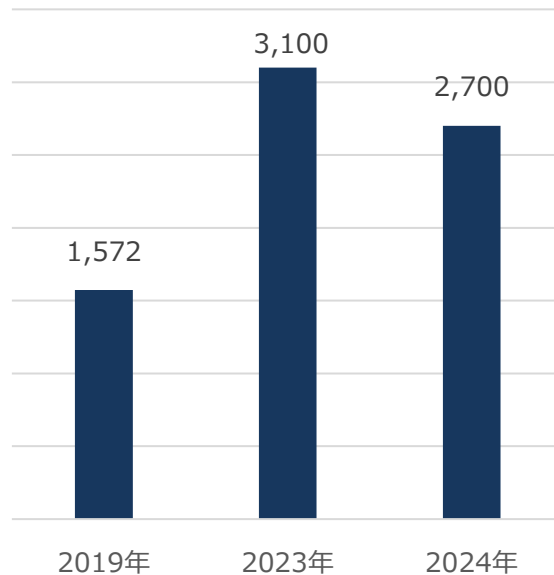
コンサートおよび音楽フェスティバルのチケット売上が引き続き拡大¹

- 2024年には、5,000人以上の大規模なコンサートおよび音楽フェスティバルなどが2,700回開催され、チケット売上は296.36億元、観客動員数は3,651.82万人に達した。

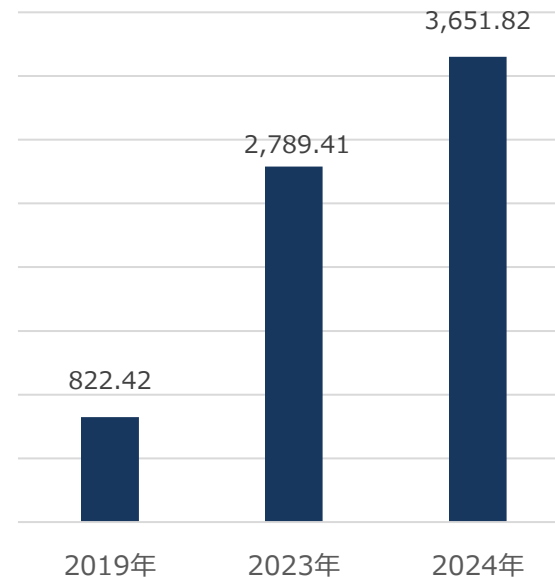
大規模なコンサートおよび音楽フェスティバルなどのチケット売上（億元）



大規模なコンサートおよび音楽フェスティバルなどの開催回数



大規模なコンサートおよび音楽フェスティバルなどの観客動員数（万人）



¹

「2024大型営業性演出市場趨勢及特点分析」

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1914529295689121794>

4-3. コンサート市場①

大型コンサートのチケット売上が78.1%増、8地域で売上10億元を突破¹

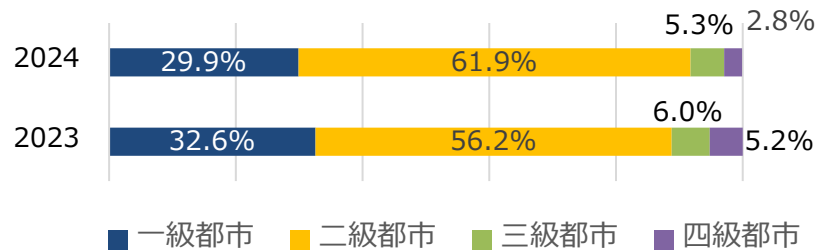
- 2024年、大型コンサートのチケット売上は260億元を突破し、前年比78.1%増と大幅な伸びを示した。観客動員数は2,900万人を超え、前年比45%増。また、1万人以上規模の公演回数は前年比84.4%増となり、明確な拡大傾向が見られた。
- 地域別では、2024年には、二線都市における大型コンサートのチケット売上および公演回数の構成比がいずれも60%を超え、2023年と比較して大幅に上昇した。公演の開催は主に、京津冀（北京・天津・河北）エリア、長江デルタ、珠江デルタ、川渝（四川・重慶）地域などの都市群に集中しており、これらの地域でのチケット売上は全国の63.5%を占めている。

1

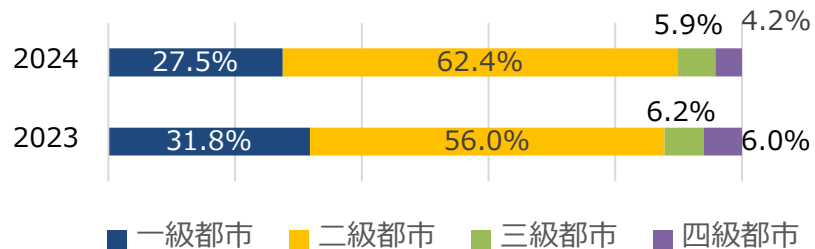
「2024大型営業性演出市場趨勢及特点分析」

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1914529295689121794>

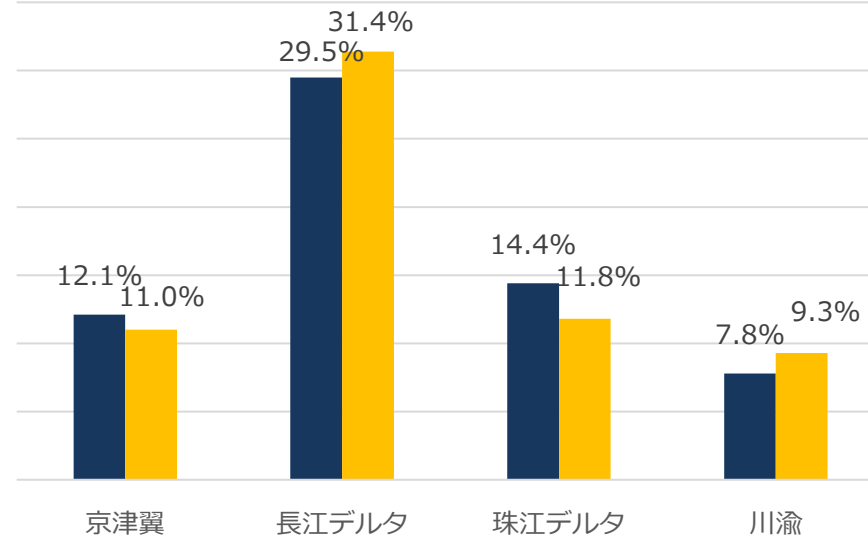
大型コンサートチケット売上の地域分布



大型コンサートの開催地分布



主要地域における大型コンサートチケット売上の割合

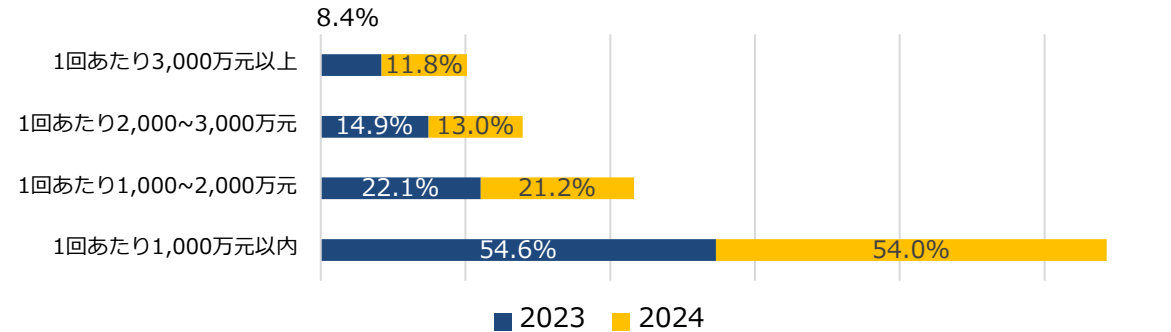


4-4. コンサート市場②

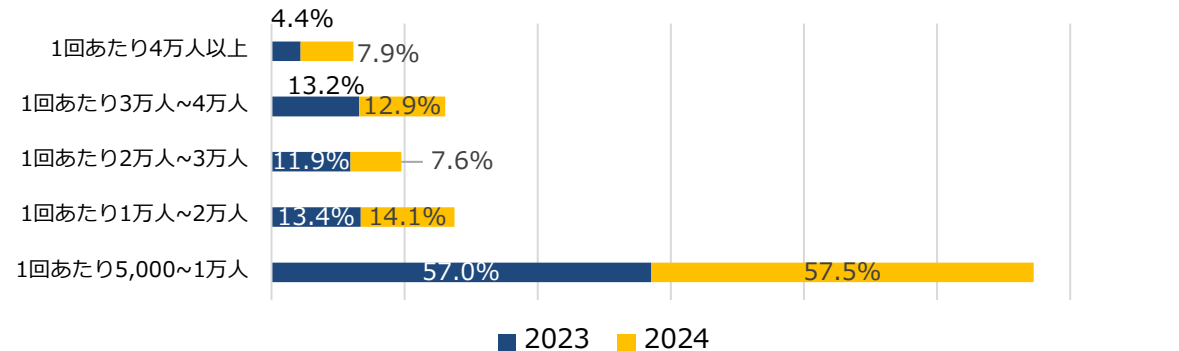
- 都市別では、上海が引き続き全国をリードしており、杭州・蘇州・太原も2024年に顕著な成長を見せ、都市別チケット売上TOP10にランクインした。
- トップアーティストによる高収益公演が増加傾向。1公演あたりのチケット売上が3,000万円を超えるコンサートは全体の11.8%を占め、前年比3.4ポイント上昇した。これにより、トップアーティストの興行収益力が引き続き強化されていることが明らかとなった。さらに、観客数4万人以上の大型コンサートは全体の7.9%を占め、前年比3.5ポイント上昇。¹

2023年		2024年	
1	上海	1	上海
2	広州	2	北京
3	北京	3	成都
4	深圳	4	深圳
5	成都	5	杭州
6	武漢	6	重慶
7	南京	7	南京
8	天津	8	武漢
9	西安	9	蘇州
10	重慶	10	太原

大型コンサートのチケット売上分布



大型コンサートの観客動員数分布



¹ 「2024大型営業性演出市場趨勢及特点分析」
<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1914529295689121794>

4-5. コンサート市場③

- 2024年には、延べ450名を超えるアーティストが大型コンサートを開催し、前年比29.5%増となった。そのうち、79.7%がツアー形式の公演であり、全国各地を巡回する形での開催が主流となっている。¹

2023～2024年にかけて継続的にツアー公演を行ったアーティスト（抜粋）

アーティスト	ツアー公演
鄧紫棋	AM GLORIA 巡回コンサート
五月天	2024【回到那一天】25周年巡回コンサート
張杰	2024未・LIVE-「开往1982」コンサート
薛之謙	“天外来物”コンサート
林俊杰	JJ20 世界巡回コンサート
張学友	60+巡回コンサート
蔡依林	Ugly Beauty 2024巡回コンサート FINALE
周杰倫	2024“カニバル”世界巡回コンサート
張信哲	2024 未来式終極版世界巡回コンサート
陳奕迅	FEAR AND DREAMS世界巡回コンサート

2024年に新たにツアーを開始したアーティスト（抜粋）

アーティスト	ツアー公演
鳳凰伝奇	“吉祥如意”2024コンサート
周深	2024 9.29Hz巡回コンサート
汪蘇瀧	2024「十万伏特」巡回コンサート
許嵩	「呼吸之野」巡回コンサート
劉德華	今天…is the day 巡回コンサート2024
陶喆	2024 Soul Power II コン서트
蘇打綠	二十年一刻巡回コンサート
A-Lin	黃麗玲「A-LINK with PASSENGERS」2024巡回コンサート
莫文蔚	「大秀一場」2024コンサート
刀郎	山歌响起的地方・刀郎2024巡回コンサート

1

「2024大型営業性演出市場趨勢及特点分析」

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1914529295689121794>

4-6. コンサート市場④

日本アーティストを含む海外勢の中国公演が活発化¹

- 2024年の中国エンターテインメント市場において、コンサートは大きな話題を集めた分野の一つとなった。中国国内アーティストによる公演が相次いだだけでなく、海外の歌手やバンドも続々と中国でのコンサートを選択している。
- その中でも日本のアーティストの動きが目立ち、2024年10月～11月のわずか2か月間で、40組を超える日本人アーティストが中国でコンサートを開催した。

2024年に中国でコンサートを開催した
欧米アーティスト（抜粋）²

アーティスト	場所
Kanye West	海口
Mariah Carey	北京
Bruno Mars	深圳
Young Rising Sons	上海、北京、成都、深圳、広州
BLUE	広州、上海、北京
The Kid LAROI	广州、上海、成都
Jessie J	深圳
Alan Walker	南京
James Blunt	広州
The chainsmokers	佛山、南京、北京
Ed Sheeran	杭州
Joyce Jonathan	北京
Westlife	南京、佛山、深圳、上海、西安、 北京、重慶

2024年に中国でコンサートを開催した
日本アーティスト（抜粋）³

アーティスト	場所
浜崎あゆみ	上海、広州
yama	北京、上海、広州
ROTH BART BARON	北京、上海
藤井風	上海、成都
XG	上海、成都、北京
ONE OK ROCK	上海、成都
大橋トリオ	北京、上海、広州
安田レイ	北京、上海、広州
KOKIA	北京、広州、深圳、成都
倉木麻衣	北京、上海、広州
ヒグチアイ	上海
Aimer	上海
May'n	上海

¹
<https://cj.sina.com.cn/articles/view/5953466483/162dab07301901cepu>

²
<https://mp.weixin.qq.com/s/M5V4WjiUwkcWx-4x5jAyA>

<https://cj.sina.com.cn/articles/view/5953466483/162dab07301901cepu>

³
<https://cj.sina.com.cn/articles/view/5953466483/162dab07301901cepu>

<https://news.sohu.com/a/792643297798834>

<https://mp.weixin.qq.com/s/8X7vgZbiOjmJkF01MnlfRA>

4-7. コンサート市場⑤

2024年に中国でコンサートを開催した
欧米アーティスト（抜粋）¹

アーティスト	場所
JessieJ	北京、成都、上海、深圳
James blunt	上海、広州、北京、成都、廈門、南京
YAED CAT	上海、広州、北京
Hippo Campus	北京、上海
Jamie xx	上海
Charlie Puth	北京、上海、広州、海口
OneRepublic	上海、杭州、武漢
Glass Animals	北京、上海
Alan walker	北京、南京、杭州
Fiji Blue	上海、広州
Vitas	北京、南京、武漢
Chris James	上海、杭州、南京、武漢、福州、成都、深圳、広州
Ne-Yo	上海、佛山
Cosmo Sheldrake	北京、上海、広州
kanekoayano	北京、上海、成都、広州
Sophie Zelmani	深圳

2024年に中国でコンサートを開催した
日本アーティスト（抜粋）²

アーティスト	場所
GRe4N BOYZ	上海
渋谷すばる	上海
米津玄師	上海
MIYAVI	上海、広州、成都
Piper	北京、上海、深圳、廈門
milet	上海
Perfume	上海
土屋アンナ	北京
山下智久	上海
YuuRI	上海
King Gnu	上海
RADWIMPS	広州、成都
中島美嘉	北京
RAISE A SUILEN	上海
唐沢美帆	上海
Falcom jdk BAND	上海
鈴木このみ	上海
茅原実里	上海

¹
<https://mp.weixin.qq.com/s/M5V4WjiUwkcWx-4x5jAyA>

<https://cj.sina.com.cn/articles/view/5953466483/162dab07301901cepu>

²
<https://cj.sina.com.cn/articles/view/5953466483/162dab07301901cepu>

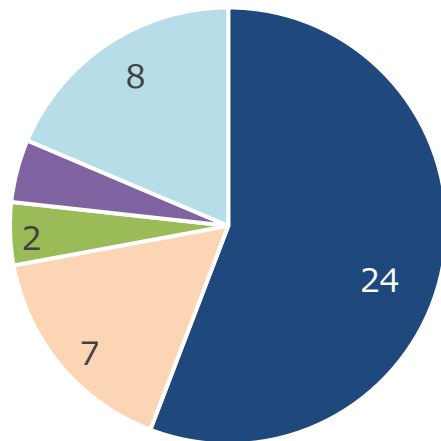
https://news.sohu.com/a/792643297_798834

4-8. コンサート市場⑥

2025年の年明けから熱狂的な盛り上がりを見せ、上海の人気は非常に高く、日本のアーティスト数が圧倒的にトップとなっている。¹

- 2025年2月時点で、すでに40組を超える海外アーティストのコンサートが決定しており、総公演数は170公演を超えている。そのうち、日本アーティストが全体の60%を占めている。

2025年2月時点で発表されている、
中国コンサートを予定している海外アーティストの国籍



■ 日本 ■ アメリカ ■ イギリス ■ イタリア ■ その他

2025年2月時点で発表されている、
中国コンサートを予定している日本アーティスト

アーティスト	場所
YOASOBI	上海
大友良英	上海
坂田明、豊住芳三郎、瀬尾高志	上海、北京
paris match	上海、北京、武漢、重慶、成都、広州、深圳
米津玄師	上海
みゆな	上海、成都、広州
XG	杭州、上海、北京、成都
角銅真実	上海、北京、西安、成都
菊地成孔	上海、北京
渋谷すづき	-
三月のパンタシア	広州、上海
中島美嘉	深圳、佛山、蘇州

¹
<https://36kr.com/p/317331632183795>
7

2025年2月時点で発表されている、中国コンサートを予定している日本アーティスト

アーティスト	場所
Lillies and Remains	上海、南京、北京
こはならむ	上海、広州、深圳
meiyo	北京、上海、広州
KOTOKO	上海、広州
タイナカ彩智	上海
高野洸	上海
奥井雅美	上海、広州
FLOW	上海、広州
宮崎歩	上海
おさむらいさん	上海、広州、深圳、成都、杭州、南京、北京
MAGIC OF LIFE	上海、広州、深圳

1
<https://36kr.com/p/317331632183795>
 7

4-10. コンサート市場⑧

コンサートのライブ市場

- 2024年、中国の音楽ライブ配信市場（音楽を背景とした配信や演奏ライブ配信などを含む）の規模は1,192.3億元に達し、前年比11.2%の成長を遂げた。¹
- ユーザー面では、2023年末時点で中国のネットライブ配信ユーザー数は8.16億人に達し、そのうちコンサート配信のユーザー数は2.23億人で、2022年末より1,596万人増加している。²
- 新型コロナウイルスの影響が薄れるにつれ、現在もオフラインでのコンサートが主流ではあるものの、多くのアーティストがオンラインとオフラインを同時に配信する形式を選ぶようになってきている。たとえば「初音ミク・未来有你2024」コンサートは、上海や広州などでオフライン開催されると同時に、快手などのプラットフォームでも同時配信が行われた。³

¹ 「中国数字音楽産業報告(2024)」
https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzU2NjQxMzI5OQ==&mid=2247709280&idx=4&sn=9212c318e2b1f22ad1bae6f57dd6ddc5&chksm=fd712f0a904d51875b5bdba833c8a548b3c238d1a5a5604ef677ccddd73f1b7624aa60c2d6&scene=27

² 「2025年中国線上演唱會市場分析」
<https://bg.qianzhan.com/report/detail/300/250805-d0709b5b.html>

³ https://zh.moegirl.org.cn/%E5%88%9D%E9%9F%B3%E6%9C%AA%E6%9D%A5%C2%B7%E6%9C%AA%E6%9D%A5%E6%9C%89%E4%BD%A02024%E6%BC%94%E5%94%B1%E4%BC%9A?utm_source=chatgpt.com

³ <https://finance.sina.com.cn/roll/2025-11-03/doc-infwatrv2717985.shtml>

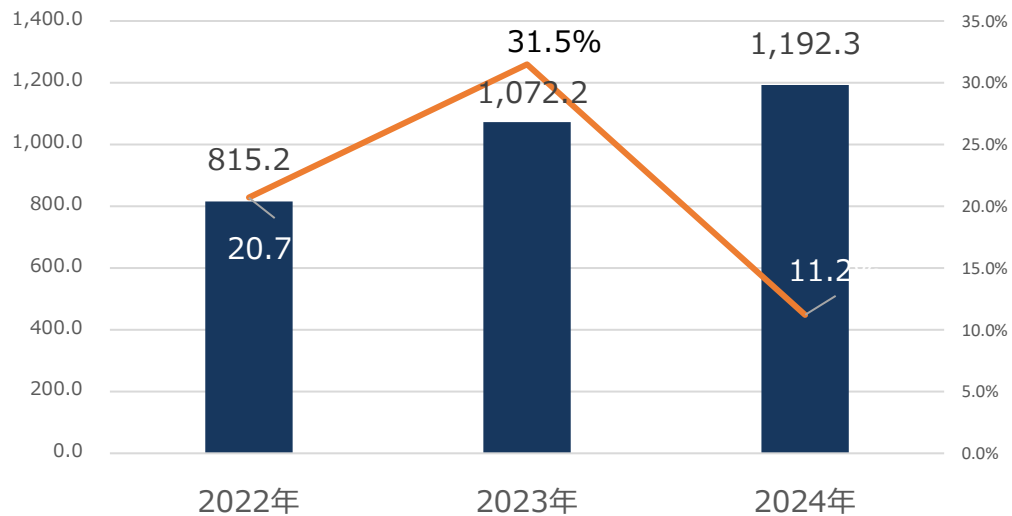
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1814147394513902735&wfr=spider&for=pc>

<https://baike.baidu.com/item/%E7%88%B1%E4%B9%90%E4%B9%8B%E6%97%85/64205501>

2024年音楽ライブ配信プロジェクト（一部）⁴

運営者	音楽ライブ配信プロジェクト
騰訊音楽	TME Liveを通じて80回以上のライブ公演を開催。
YY直播	2024年に都市型音楽トラベルIP「愛樂の旅」をリリース。「旅行」「音楽」「ふるさとの魅力」をテーマに、オンライン観光、屋外音楽パフォーマンス、ストリート系バラエティなどの要素を融合した企画。
微博	2024年9月25日に「微博音楽盛典」を開催。オンライン配信入口を開放し、国内外のアーティストが出演。ライブ配信の視聴者数は8億人を突破。
芒果TV	音楽バラエティ番組「歌手2024」が全編生放送という形式で大ヒット。完全生歌・ワンテイクによる「修正なし」の音楽本質への原点回帰を実現した。

2022-2024年中国コンサートのライブ配信市場の規模（億元）



4-11.音楽フェス市場①

日本アーティストの出演相次ぐ、中国音楽フェス市場の新潮流¹

- 2024年、中国の主要な音楽フェスティバルIPの数は約71件で、前年比40.5%減少した。
- 一方、より多くの音楽フェスが、電子音楽やラップといった音楽ジャンルに特化する傾向が見られる。またポップスを中心とするフェスティバルは出演陣をさらに強化し、国内外の有名アーティストを積極的に招いている。²
- 海外アーティストにとっては、スケジュールなどの理由から、より参加しやすい音楽フェスを選ぶケースも少なくない。
- 例えば、2024年5月には天津の「泡泡島音楽祭」に日本のYOASOBIが出演。同じく5月には、杭州の「夢想未来・閃千手音楽祭」に日本のユニット「水曜日のカンパネラ」が招かれた。さらに、中国の人気番組「乗風破浪の姉妹（浪姐）」への出演で注目を集めた美依礼芽が所属するユニット「GARNiDELiA」も、6月の武漢歡樂谷HOHA音楽祭の開幕式で「極楽浄土」を披露した。

2024年中国のジャンル特化型音楽フェス（抜粋）

音楽フェスの名称	主催地	公演日時	公演日数	音楽ジャンル
DXYG-VAC電子音楽フェス	合肥	2024/5	2	電子音楽
FULLHOUSE満堂音楽フェス	武漢	2024/5	2	ラップ
2024広州MDSK音楽フェス	広州	2024/3	2	HIPHOP、ラップ
2024百威風暴電子音楽フェス	杭州	2024/5	2	電子音楽
CREAMFIELDS奶油田音楽フェス	成都	2024/6	2	電子音楽
2024AYO!音楽フェス	佛山	2024/9	1	HIPHOP
泉州好勢閩南語音楽フェス	泉州	2024/5	2	閩南語音楽

1

<https://mp.weixin.qq.com/s/tWY3ejbzhiNtl9izTDx1Bg>

2

「2024大型営業性演出市場趨勢及特点分析」

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1914529295689121794>

2024年出演陣が特に豪華な音楽フェス（抜粋）¹

音楽フェスの名称	主催地	公演日時	公演日数	出演陣
第9回太湖湾音楽フェス	常州	2024/10	4	4日間にわたって開催され、王源、汪蘇瀧、薛之謙などをはじめ、合計56組のアーティストが出演。
夢想未来・閃千手音楽フェス	杭州	2024/5	3	Mando Diao、GEZAN、Lebanon Hanover、Queen Beeなど15組の海外アーティストが参加。
2024泡泡島音楽と芸術フェス	天津	2024/10	4	YOASOBI、UNKLE、FKJ、HONNEなどの海外アーティストが出演。
2024阿那亜・蝦米音楽フェス	秦皇島	2024/8	3	趙雷、陳綺貞などの国内アーティストに加え、Corinne Bailey RaeやHooverphonicなどの海外アーティストも参加。
2024北京超級草莓音楽フェス	北京	2024/5	3	4つのステージで72の出演枠を設け、朴樹、張薔、陳綺貞などの国内アーティストに加え、東アジア、東南アジア、ユーラシア大陸から23組の国際アーティストが登場。
2024西湖音楽フェス	杭州	2024/11	2	満島ひかりやMONKEY MAJIKなど、多数の国際アーティストが中国初出演を果たし、日本勢のラインナップが特に充実していた。

1

「2024大型営業性演出市場趨勢及特点分析」

<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1914529295689121794>

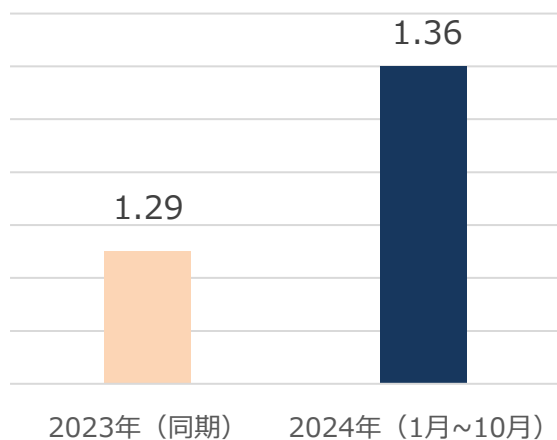
海外原作作品の高収益が市場を牽引、上海・北京が首位¹

- 2024年1月から10月までの全国のミュージカル公演は1万3,600回に達し、2023年比で5.5%増加した。チケット売上は13.96億元で、前年比26.7%増、観客数は582.13万人で、前年比4.6%増となっている。
- 2024年1月から10月までに、国内市場で公演された海外作品原作のミュージカルは42作品、国内制作の中国語ミュージカルは合計225作品で、中国語ミュージカルが大多数を占めている。市場動向を見ると、海外作品原作のミュージカルの公演回数は全体の12.3%に過ぎないが、売上および観客数の占める割合は公演回数を大きく上回っており、売上は国内ミュージカル市場全体の50.2%、観客数は35.9%を占めている。
- 上海と北京は公演回数とチケット売上の両面で全国トップ2の座を維持している。また、成都、深圳、広州、武漢、杭州、蘇州、南京もミュージカル消費の主要都市となっている。

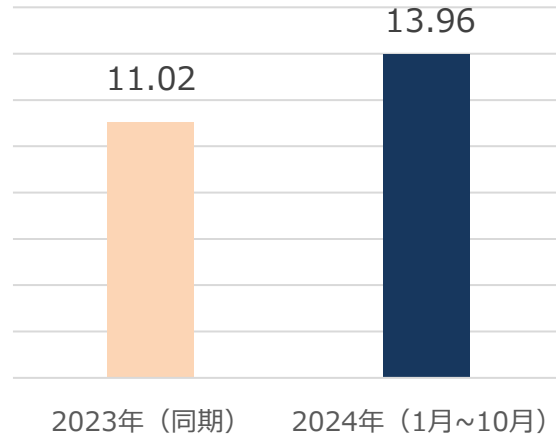
¹

「2024中国音楽劇市場年度報告」
<https://www.capa.com.cn/#/index/NewsDetail?activeName=%E8%A1%8C%E4%B8%9A%E5%B9%B4%E6%8A%A5&id=1859123183003656193>

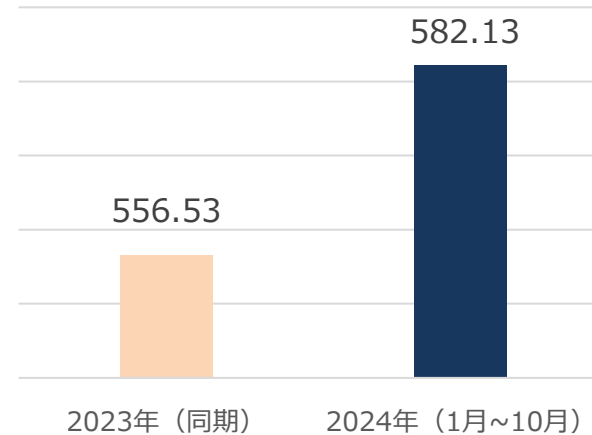
ミュージカルの公演回数（万回）



ミュージカルの売上（億元）



ミュージカルの観客動員数（万人）



4-14.日中関係悪化による音楽系イベントへの影響

2025年末以降、日本人アーティストの中国公演が全面停止

- 2025年末、高市首相の発言を契機として、日中関係は急速に悪化した。これを受け、中国側では公式な「禁止」措置こそ発表されていないものの、実務上は日本人アーティストの中国公演に対する審査・許認可が全面的に停止された状態となっている。
- その結果、2025年11月以降、吉本興業、JO1、ゆず、浜崎あゆみ、SIDなど、ジャンルや規模を問わず日本関連公演が相次いで「不可抗力」を理由に中止・延期され、日本アーティストの公演が事実上中国市場から排除されている状況である。現時点では、日中関係の改善が見通せない限り、中国における日本アーティストの活動再開は困難と見られる。

2025年末、日中関係悪化以来、中止された日本人アーティストの公演（一部）

日付	内容
11/17	吉本興業：上海での4公演（11/20以降予定）を「やむを得ない事情により」中止発表。
11/18	JO1：広州でのファンイベント中止を発表。「不可抗力の影響による」とWeiboで声明。
11/22	ゆず：日本の人気デュオバンド「ゆず」は、11月22日に、12月に香港・上海・台北で予定していたアジアツアーを中止すると発表した。ツアーは当初、12月3日・6日・8日にそれぞれの都市で公演が行われる予定であったが、公式は「不可抗力による様々な理由」を理由に、全公演の中止を決定した。
11/26	大隅寿男カルテット：11月28日に上海で、2025年11月30日に北京で開催予定だった公演は、中止と発表された。
11/26	美少女戦士セーラームーン：北京・上海・杭州で開催予定だった日本の人気アニメ『美少女戦士セーラームーン』のミュージカル公演は、中止となった。
11/27	和田薫：中国で開催予定だった「和田薫・犬夜叉30周年 音楽世界 原版アニメ交響音楽会」の2公演についても、主催者は不可抗力要因により中止すると発表した。2公演は当初、11月28日に北京、11月30日に上海で開催される予定。
11/28	Childspot：当初中国の複数都市で12月に予定していたツアー公演を、不可抗力の要因により中止した。
11/28	なとり：11月28日に上海、11月30日に北京で開催予定だった「natori Asia Tour 2025 Live in Beijing」は、不可抗力により中止となった。
11/28	大槻マキ：バンダイナムコカーニバルにおける大槻マキのライブは、2025年11月28日の公演途中で突如中断され、主催者はその理由を「不可抗力」によるものと説明した。
11/28	SID：2025年11月28日・30日に開催予定だった「SID 中国ツアー 2025」（SIDTOUR 2025 ～Dark side～ in China）は、不可抗力により中止となった。
11/29	浜崎あゆみ：2025年11月29日に上海で開催予定だったアジアツアー公演は、11月28日に中止が発表された。主催者は「不可抗力要因」を理由に払い戻し手続きを開始している。
12/8	ジブリ：スタジオジブリ「ジブリの物語」展の公式Weiboは、12月8日（月）午後、開催延期を発表した。
12/9	浜崎あゆみ：浜崎あゆみのマカオ公演は、公式に中止が発表された。
その他	古川雄輝、高汐巴、鈴木良雄、中本麻里、KOKIAらの中国での公演も、相次いで中止または延期となった。

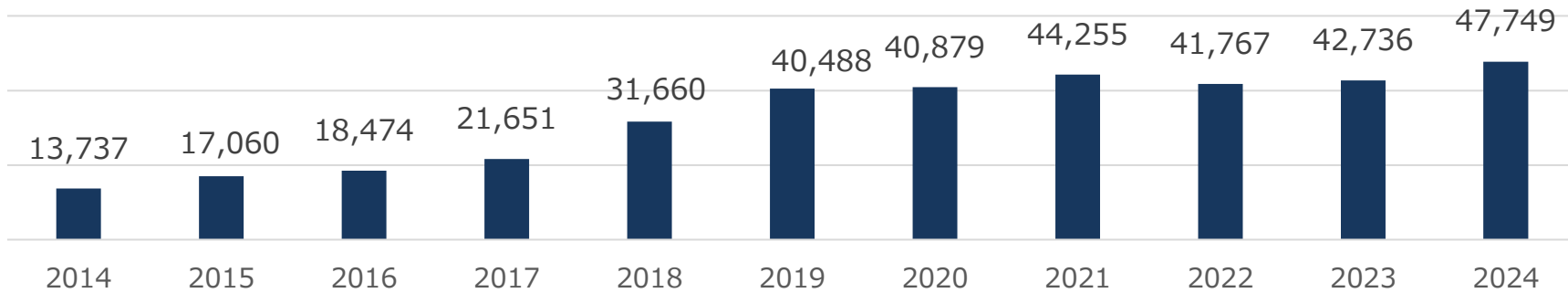
5. 版權保護

JETRO

5-1. 中国の音楽著作権の収入額と割合

中国音楽著作権協会 音楽著作権の許可収入の推移¹

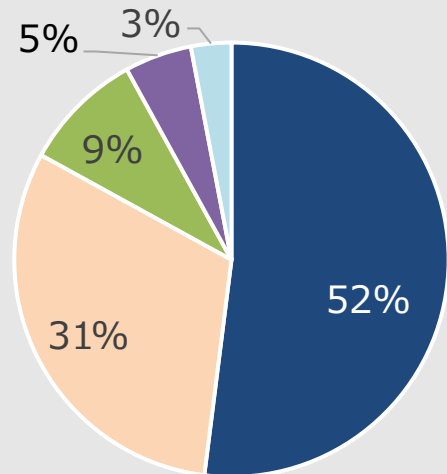
2014-2024年中国音楽著作権協会の音楽著作権許可収入（万元）



¹ 中国音楽著作権協会2024年度
<https://www.mcsc.com.cn/upload/other/20250821/2925a71befb5148f315e0e7324c1aff7.pdf>

2024年度の収入(4.77億元)の内訳

パフォーマンス権収入が半分以上を占める



- パフォーマンス権収入
- デジタルオンライン権収入
- 放送権収入
- コピー権収入
- 海外協会からの収入

5-2. 中国音楽著作権協会について

中国音楽著作権協会¹

- 1992年12月17日設立。国家版權局と中国音楽家協会²が共同で設立。音楽著作権人の合法的な権利を守るための非営利性機構。《中華人民共和国著作権法》第8条に基づいて業務を行なっている。
 - 2024年末までに中国音楽著作権協会の歴代の累計収入は43.5億元に達した。
 - 2024年の使用料の分配は4.04億元となり、6%の増値税控除後、3.81億元。音楽著作権協会の管理費は18.6%。
 - 会員数:2024年末までに14,064人に達した³。
 - そのうち、作曲家が8,872人と会員全体の63.08%を占める。作詞家4,484人、相続者461人、出版会社208社、その他18人となっている。
 - 1994年5月に国際作者/作曲者協会連合会(CISAC)に加入。
 - 2007年6月に国際映画楽曲複製権協理連会(BIEM)の会員に。
 - 2009年3月ISWCコードの中国大陸唯一の代理機構に。協会の会員名簿と作品資料はすでにIPIとISWCで管理されている。
 - 2012年10月 国際複製権連合会(IFRRO)に加盟。
 - 2025年3月 腾讯音楽娯楽集団と戦略的業務提携に関する覚書を締結。
- 中国音楽著作権協会はCISACに加盟する80近い国家と地域の著作権管理組織と著作権相互代表協議を締結。⁴

関連ニュース

- 全国の著作権質権登記情報の統一検索システムが実現^{5, 6}
- 中国音楽著作権協会が第10回中韓音楽領域著作権合作交流會に参加。⁷
- 日中音楽著作権検討會が、2022年2月25日 zoomにて行われた。⁸
- 日中(音楽)著作権検討會がこれまでも定期的に開催されている。2014年から始まり、2022年度は第6回目が開催された。⁹
- 日中音楽著作権協会がパフォーマンス権許可に関するオンライン交流会を開催。¹⁰
- 2024年9月、中国音楽著作権協会と日本の遠藤実歌謡音楽振興財団の共催、JASRACなどの支援により、「第10回日中音楽著作権シンポジウム」が東京で開催された。¹¹

¹ <http://www.mcsc.com.cn/>

² 中国音像著作権集体管理協会
<http://www.cavca.org/>
2005年設立。国家版權局の許可を得て、同局の指導に基づき業務を行う。唯一の音楽・音像ソフトの集中管理機構。

³ 個人と団体会員含む

⁴ 日本のJASRACを含む

⁵ 検索サイト<https://www.zhongdengwang.org.cn/>

⁶ 2022年9月29日
https://www.mcsc.com.cn/publicity/trends_1137.html

⁷ 2022年9月29日
https://www.mcsc.com.cn/publicity/trends_1135.html

⁸ 2022年2月11日
https://www.mcsc.com.cn/publicity/trends_1085.html

⁹ https://www.mcsc.com.cn/publicity/trends_1111.html

¹⁰ 2021年3月12日
https://mp.weixin.qq.com/s?biz=MzI0ODIyMzE0Nw==&mid=2650703715&id_x=1&sn=2378d5ba2d36055649309bf9c346c704&chksm=f1ae23a7c6d9aab17f3de81be32800d1657895261902b89c5755f7473ef07bf36d4a218b920b

¹¹ <https://www.mcsc.com.cn/upload/other/20250116/1bf97a784c2ee7fb171b32efbd698b69.pdf>

5. 版權保護

5-3. 音楽著作権の使用料徴収：テレビ・ラジオ

ラジオ・テレビの放送音楽の著作権使用料を徴収開始

• 広播電台 電視台 播放録音製品 支付報酬暫行辦法¹

• 第4条

- ラジオ・テレビで放映する録音製品の著作人に対して著作権集体管理組織を投資して毎年固定額の報酬を支払う。
- 著作権使用料は、テレビ局の広告収入から15%のコストを覗いた額に対して第五条/第六条の報酬基準をかけて計算。

テレビ局とラジオ局の音楽使用作品に対する支払い状況 中国音楽著作権協会への支払い状況を公開²

- 2025年11月7日までの段階で、中央広播電視总台、中国教育電視台などテレビ局48社、およびラジオ局73社がすでに支払い済。
- 未払いのテレビ局が天津広播電視台、福建広播影視集団、広西電視台など43社（部分）、ラジオ局が湖南人民広播電台など31社（部分）と掲載されている。
- また著作権侵害でテレビ局・ラジオ局への賠償請求をした状況も掲載。³
- テレビ局22社、ラジオ局20社の事例が掲載されている。

参考

中国音楽著作権協会はカラオケの著作権使用料の徴収基準（2026年版）を公布⁴

- カラオケの音楽著作権使用料の徴収制度は2007年1月1日より実施されており、営業施設の個室（ルーム）数を単位として、音楽作品および音楽映像作品の著作権使用料を支払う仕組みである。
- 基本標準は1ルーム1日あたり12元であり、中国音楽著作権協会は地域や店舗規模等に応じて一定範囲内で料金を引き下げて設定することができる。例えば2026年時点では、上海は1ルーム1日あたり11元、広東は10元となっている。
- 近年は料金水準は比較的安定しており、大きな改定は行われていない。

1

ラジオ局テレビ局が放送する録音製品の報酬支払に関する暫時施行辦法
（國務院令 第566号、2009年11月10日發布、2011年1月8日修正版施行）
https://www.nrta.gov.cn/art/2015/5/21/art_2060_43806.html

2

中国音楽著作権協会サイト：
https://www.mcsc.com.cn/publicity/trends_1023.html

3

例)
天津広播電視台：
第1回起訴 賠償金額9,500元、第2回起訴 賠償金額22,000元

広西電視台：
第1回起訴 賠償金額7,000元、第2回起訴 賠償金額15,800元、第3回起訴 賠償金額14,000元など

4

中国音楽著作権協会サイト：
<https://www.cavca.org/newsDetail/2277>

5-4. 中華人民共和国著作権法の修訂(2020年)

中国の著作権法関連の流れ

- 1986年4月 人民代表会議を「民法通則」が通過し、公民・法人の著作権が認められる。(第94条)
- 1990年7月 「中華人民共和国著作権法」が正式に施行される。
- 1997年 全国人民代表大会が「刑法」を修正し、知的財産侵害罪などの項目を追加。
現行法規は2009年に発布された。「著作権行政処罰実施辦法」¹
- **著作権法・第一次修訂²**
 - 2001年10月27日
- **著作権法・第二次修訂³**
 - 2010年2月26日通過、2010年4月1日施行
 - 2012年4月 国家版權局は「中華人民共和国著作権法」(改正草案)を公開。
 - 2012年末に国务院法制弁に提出。
 - 2020年4月30日～6月13日、8月17日～9月30日
著作権法修正案(草案/草案2次審議稿)の意見を求める。
- **著作権法・第三次修訂⁴**
 - 2020年11月11日通過、2021年6月1日施行

1

<https://www.ncac.gov.cn/xxfb/flfg/bmgz/202410/P020241015607435473853.pdf>

2

<https://law.pkulaw.com/chinalaw/84d2b172f5891e1bbdfb.html>

3

https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/fl/201604/t20160429_4364.html

4

https://www.ncac.gov.cn/xxfb/flfg/flfg_532/202103/t20210309_50530.html

5

2020年11月12日
「最高人民法院司法案例研究院」
公式WeChatアカウント:
https://mp.weixin.qq.com/s/o76fzzjhS5Nx_fPU_n0ZYg

「著作権法」第3回目の修訂のポイント⁵

1. 著作権を侵害した際の賠償金額の上限と下限が設定される。
500元以上、500万元以下
2. 視聴作品を規定。
「映画作品、テレビドラマ作品、および視聴作品」と、ネットなどの新たな媒体におけるコンテンツをまとめて「視聴作品」と呼ぶ。
3. 放送権の範囲を合理的に拡大。
ネットのライブ配信における版權侵害問題に対して、ネットでの配信権と放送権は密接に関わり、放送権の規制範囲とする。
4. 「作品」の定義を改め、ジャンルを開放する。
文学、芸術、科学の領域か、独創性があるか、ある一定の表現の形式があるか、などが作品としての判断の材料になる。
5. 合作作品の著作権の帰属を規定。
6. 出演者／アーティストの職務パフォーマンス権の帰属を規定。
7. 著作権集体管理組織は非営利法人で、規範を管理し、情報を公開することを明確とする。

関連ニュース

- 中国の著作権法の第3回の修訂により

ネットのライブ配信で、音楽使用には著作権料の支払いが必要に

- 修訂された「著作権法」第45条で音楽制作者の「報酬権」が追加された。
(第45条 録音製品を優先もしくは無線で公開配信する、もしくは伝送音声の技術設備を通して公衆に公開されるものは、録音制作者に報酬が支払わなければならない)
- すなわち、ネットのライブ配信で音楽録音製品を使用するときには、音楽作品の作詞作曲家に著作権料を払うだけでなく、録音制作者にも著作権料を支払う必要が出た。¹
- 中国音像著作権集体管理協会は「著作権集体管理条例」第13条の規定に基づき、国内のライブ配信の収入状況を総合的に考慮し、以下の著作権料の基準(草案)を提出した。
 - エンタメ系のライブ配信(カラオケを含まない) 100元 / ライブルーム / 年
 - エンタメ系ライブ配信(カラオケを含む) 300元 / ライブルーム / 年
 - ライブコマース 10,000元 / ライブルーム / 年
- 使用者の負担の少ない金額で、だがライブ配信で全面的に実施を目指す。

¹

2022年11月17日 中国音像著作権集体管理協会:
<https://www.cavca.org/newsDetail/1405>

名称	主要内容	公布機関/公布日
《著作権法实施条例》 ¹	<ul style="list-style-type: none"> 著作権法に基づいて制定 著作権法に関する説明、補充 	国务院 第633号 2002.8.2公布 2013.1.30 第2次修訂
《著作権集体管理条例》 ²	《著作権法》に基づいて制定された条例 <ul style="list-style-type: none"> 第2章 著作権集中集体管理組織の設立 第3章 著作権集中集体管理組織の機構 第4章 著作権集中集体管理活動 第5章 著作権集中集体管理組織への監督 	国务院 2004.12.28公布 2005.3.1施行 2013.12.7 第2次修訂
《著作権行政处罚实施条例》 ³	<ul style="list-style-type: none"> 《中華人民共和国行政处罚法》及び《中華人民共和国著作権法》その他の関連法令に基づき制定される。(第1条) 著作権行政管理部門が違法行為に対する行政处罚の権限を規定。(第2条) 本弁法における違法行為、行政处罚の種類を規定。(第3、4条) 管轄と法適用、処罰手順の手続き、法執行の手順などを規定。(第2～5章) 	国家版权局令 第6号 2009.5.7公布 2009.6.15施行

¹
<https://fgw.sh.gov.cn/ys-zscq-1.3.7-h5/20241223/66f96ec512354dc88818223b7f51d098.html>

²
https://www.gov.cn/gongbao/content/2014/content_2692718.htm

³
<https://www.ncac.gov.cn/xxfb/ffg/bmgz/202410/P020241015607435473853.pdf>

5-7. 2024年中国の著作権に関する出来事

国家版權局が選出した「2024年中国版權に関する10大出来事」¹

1. 中国の著作権登録総数が初めて1000万件を突破
2. 著作権紛争の司法・行政連携オンライン調停システムが始動
3. 国家版權局が著作権強国構築の先進事例を初公表
4. AIモデルの著作権ルールが業界で活発な議論に
5. 国産ゲーム「ブラックミソロジー・ウーコン」の著作権運用が画期的成果
6. ショートドラマの著作権保護と発展強化が業界共通認識に
7. 民間文芸の著作権保護が新たな段階へ
8. 「一帯一路」国際著作権協力で新たな展開
9. 教育機関における正規ソフトウェア導入が新段階へ
10. 映像作品の権利保護、刑事手続に民事賠償を付加する動きが拡大

2024年度著作権侵害対策全国十大事件の発表：音楽著作権侵害事件²

犯行グループは海外に委託して千種類以上の海賊版レコードの原盤を製作させ、著作権者の許諾を得ずに、海賊版レコードを生産。オンラインとオフラインで販売し、被害総額は3,100万元(約6億円)に上った。著作権侵害罪により、被告らは懲役5年6ヶ月から2年、および罰金350万元から10万元までの判決が下された。

国家版權局がデジタル音楽の関連企業と話し合い³：

AI技術がデジタル音楽産業の全チェーンに浸透する中、著作権の使用料と権利保護の仕組みを最適化する必要がある。

1

2025年4月18日

国家版權局：

https://www.ncac.gov.cn/xxfb/ztzl/2025bqxcz/qwfb/202504/t20250418_891823.html

2

2025年8月1日

国家版權局：

https://www.ncac.gov.cn/xxfb/ztzl/djjzgwlbgqhdh/qwfb/202508/t20250801_925406.html

3

2025年8月7日

国家版權局：

https://www.ncac.gov.cn/xxfb/ztzl/djjzgwlbqhdh/xwzx/202508/t20250807_925845.html

6. 版權保護

6. 音楽に関する法律・法規

JETRO

名称	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
<p>《出版管理条例》¹ (出版管理条例)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 出版物の出版、印刷/コピー、輸入、発行に関する規定。 出版物は、新聞、雑誌、図書、音楽・映像ソフト、電子出版物を指す。(第2条) ・ 第2章 出版会社の設立と管理 ・ 第3章 出版物の出版 ・ 第4章 出版物の印刷もしくはコピー及び発行 <p>国家は図書、新聞、雑誌、電子出版物の発行業務に従事する外商投資企業の設立を認める(第39条)</p> <p>※2020年第5回の修正で変更</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第5章 出版物の輸入 ・ 第6章 監督と管理 ・ 第7条 保障と奨励 ・ 第8章 法的責任 <p>本条例に従わず、指定された出版物輸入業者から仕入れずに輸入出版物を販売した場合、出版行政機関は違法行為の停止を命じ、出版物および違法に得た収益を没収する。違法収益が5万元以上の場合、違法収益の5倍以上10倍以下の罰金が科される。違法収益がない場合、または5万元未満の場合は、最大25万元の罰金が科される(第63条)</p> <p>※2024年第6回の修正で変更</p>	<p>国务院令343号 2001.12.25発布</p> <p>2024.12.6 第6回修正</p>
<p>《音像制品管理条例》² (音楽・映像ソフト管理条例)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 録音テープ、ビデオテープ、レコード、レーザーディスクなどの音楽・映像ソフト出版、制作、コピー、輸入、卸、小売、レンタルなどの活動に適用される。(第2条) ・ 第2章 出版に関して ・ 第3章 コピーに関して ・ 第4章 輸入に関して <p>音楽・映像ソフトの輸入業務は国务院出版主管部門の許可した音楽・映像ソフト輸入単位が経営する(第27条)</p> <p>出版用の音楽・映像製品及び卸・小売・レンタル等の音楽・映像製品を輸入する際、国务院出版行政主管部門より内容審査が必要(第28条)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第5章 卸売、小売、レンタルに関して ・ 第6章 罰則 ・ 第7章 その他 <p>本条例において「違法所得」とは、違法行為を実施した後の利益額(コストを控除した後の金額)をいう。コストが存在しない場合、又はコストの計算が困難な場合には、違法行為によって得られた全収入金額をもって違法所得とする。(第47条)</p> <p>※2024年第5回の修正で変更</p>	<p>国务院令341号 2001.12.25発布</p> <p>2024.12.6 第5回修正</p>

¹
https://www.nppa.gov.cn/xxgk/fdzdgknr/zcfg_210/fg_212/201712/t20171226_4560.html

²
https://www.nppa.gov.cn/xxgk/fdzdgknr/zcfg_210/fg_212/201712/t20171226_4561.html

名称	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
《音像制品制作管理規定》 ¹ (音楽・映像ソフト制作管理規定)	「音像制品管理条例」、「出版管理条例」に基づき制定される。 ・音楽・映像ソフト制作会社設立のための条件（第6条） ・専門技術スタッフが少なくとも5人以上いること。 ・必要な技術設備と、固定営業場所があること。 ・所在地の省・自治区・直轄市の新聞出版行政部門に申請、許可を受ける。 許可されると「音像制品制作許可証」が下りる。 ・音像出版機構は外国(香港、澳門、台湾含む)の機構、個人と合作し、音像製品を制作できる。但し、完成してから10日間以内に省、自治区、直轄市の新聞出版行政部門に登録しなければならない（第20条） →2010年11月23日、同条文の補充規定が発布 ・香港、マカオのサービス業者が大陸において、独資、合資、合併企業のいずれの形で、音楽・映像製品の作成業務を行うことができる	新聞出版総署令 第35号 2008.2.21発布 2008.4.15施行 2015.8.28 第1回修正 2017.12.11 第2回修正
《出版物市場管理規定》 ²	出版機構の設立、出版の管理、出版発行業界の管理、外資企業出版・発行業務の管理 出版機構の年度検査・法律責任等の事項を規定。 本規定は出版物（新聞/雑誌/図書/音楽・映像ソフト/電子出版物）の発行活動（卸/小売/レンタル/展示販売等）、及びその管理監督に適応される。（第2条） ・第2章 出版物発行業務に関する申請 外商投資企業が出版物の発行業務に従事することが許容されている（第14条） ・第3章 出版物発行活動の管理 出版物の輸入に関しても規定。 輸入出版物を発行する際、出版物の輸入資格のある単位から仕入しなければならない（第22条第3項（1））	新聞出版広電総局、 商務部 第10号 2016.5.31発布 2016.6.1施行

¹
https://www.gov.cn/zhengce/2021-12/09/content_5724649.htm

²
https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/bmgz/201606/t20160601_4407.html

名称	主な内容	発布機関 発布・施行日
<p>《音像制品進口管理辦法》^{1, 2} (音楽・映像ソフト輸入管理弁法)</p>	<p>音楽・映像ソフトを輸入する際の申請手続きに関する規定。 (輸入機関、輸入審査、輸入管理に関する規定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第1章 輸入機関 音楽・映像製品の輸入業務は新聞出版総署に許可された音楽・映像製品の輸入企業しか経営できない(第8条) ・第3章 輸入審査 国家は音楽・映像製品の輸入に対して許可管理制度を行う。輸入する前、新聞出版総署の内容審査を受けるべきで、許可文書を取得してから輸入するものとする(第13条) 新聞出版総署は音楽・映像製品内容審査委員会を設立し、輸入される音楽・映像製品の内容を審査する。(14条) 音楽・映像製品完成品の輸入申請は、音楽・映像製品輸入経営単位が新聞出版総署に申請し、以下の必要な書類を提出すべきである。(第15条) <ul style="list-style-type: none"> 1. 申請表 2. 協議草案または発注書 3. 番組サンプル、中国語・外国語歌詞 4. その他の必要資料 <p>出版用の音楽・映像製品の輸入申請は、新聞出版総署に申請し、以下の必要な書類を提出すべきである。(第16条)</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. 申請表 2. 中国語・外国語著作権貿易協議草案、オリジナル著作権証明書、著作権授権署及び国家版權局における登記資料 3. 番組サンプル 4. 中国語・外国語曲目、歌詞またはセリフ 5. その他の必要資料 ・第4章 輸入管理 2002年6月1日、文化部、海関總署の発布した《音像制品輸入管理辦法》は廃止	<p>新聞出版広電總局、 海関總署 第53号 2011.4.6 発布・施行</p>

¹
https://www.gov.cn/zhengce/2021-12/09/content_5724655.htm

²
国外の音楽製品について、国家新聞出版署は輸入する際に内容の審査・許可を実施する。文化部はネット上で流通する際に内容の審査・許可を実施する。

6-4. 音楽・映像ソフトの輸入に関する規定

名称	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
《中国海関進出境印刷品及音像製品 監管辦法》 ¹ (印刷物及び音楽・映像製品の輸出入 に関する中国税関の監視・管理方法)	<ul style="list-style-type: none"> ・撮影フィルム、紙型、絵、コピー等文字、絵、符号の内容を含める貨物、品物について、税関は本辦法の印刷物に関する監視・管理規定に基づいて、監視・管理を実施する。映像・音楽の内容を記録する電磁、光、電気の記憶媒体を輸出入する際に、税関は本辦法の音楽・映像製品に関する監視・管理規定に基づいて、監視・管理を実施する。(第2条抜粋) ・印刷物及び音楽・映像製品の輸入業務に従事するには、国务院の関連行政管理部門の許可、もしくは指定を要する。許可或いは指定がない場合に、何れの機構或いは個人が印刷品の経営及び音楽・映像の輸入業務に従事してはいけない。(第11条) 	<p>税関総署 第161号 2007.04.18</p> <p>2024. 12.1施行 第3回修正</p>
《關於音像制品進口管理職能調整及 進口音像制品內容審查事項的通知》 ² (音楽・映像製品の輸入にかかる管理 職権・管理能力の調整及び輸入音楽・ 映像製品の内容審査事項に関する新聞 出版総署の通知)	<ul style="list-style-type: none"> ・新聞出版総署は輸入した音楽・映像製品の内容審査及び監督・管理を担当する(第1条抜粋) ・音楽・映像製品の輸入にかかる申請の流れ、必要な書類、申請の条件等について定めた規定(第3~6条) 	<p>新聞出版総署 [2008] 1022号</p> <p>2008.8.29 発布/施行</p>
《關於音像制品進口及市場管理 有關問題的通告》 ³ (音楽・映像製品の輸入 及び市場管理の問題に関する公告)	<ul style="list-style-type: none"> ・文化部の音楽・映像製品の輸入及び市場管理の職責は新聞出版総署に移転する。 ・「音像製品進口管理辦法」(2002年4月17日文化部、税関総署令第23号) ・「中外合作音像製品分銷企業管理辦法」(2003年12月8日文化部、商務部令28号) ・「音像製品批發、零售、出租管理辦法」(2006年11月3日文化部令40号) ・上記の法規で定められていた文化部の職責は新聞出版及び地方の新聞出版行政管理部門に移転する(1)。 ・その他、音楽・映像製品の輸入の流れ及び必要書類を規定 	<p>新聞出版総署、商務部、 税関総署 2008.第1号</p> <p>2008.12.09 発布/施行</p>
《出版物進口備案管理辦法》 ⁴ (出版物輸入届出管理法)	<ul style="list-style-type: none"> ・図書・新聞・雑誌・音楽/映像製品及び電子出版物、デジタル文献データ等を輸入する際の手続き、必要資料等を規定。 ・音楽・映像製品及びデジタル出版物を輸入する際、経営単位は「音像製品輸入管理辦法」、「電子出版物出版管理規定」に基づき、輸入手続きを行わなければならない。(第7条) ・出版物輸入単位は音楽・映像製品及デジタル出版物を輸入してから15営業日以内、新聞出版広電総署に届出を申請する(第8条) 	<p>新聞出版広電総局 税関総署 第12号</p> <p>2017.01.22発布 2017.3.1施行</p>

¹ https://www.gov.cn/zhengce/2018-11/23/content_5723362.htm

² https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11726/202411/content_6989765.html

³ https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/gfxwj/200808/t20080829_4430.html

⁴ https://www.gov.cn/zhengce/2022-11/22/content_5724638.htm

6-5. 音楽・映像ソフトの管理に関する規定

名称	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
《做好出版物数字版样本缴送工作的通知》 ¹ (出版物デジタルサンプル納入を しっかり行うことに関する通知)	各出版社が出版する図書、新聞、雑誌、音楽・映像ソフト、電子出版物などの出版物の内容に一致するデジタルサンプルを「中国版本図書館信息技术部」に納入すること。	国家新聞出版署 国新出発 〔2022〕1号 2022.1.21発布

¹
https://www.nppa.gov.cn/xxfb/tzgs/202201/t20220121_666311.html

6-6. そのほか音楽に関する規定 ①

そのほか音楽に関する規定 / 意見

法規名	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
《文化部關於進一步加強和改進 網絡音樂內容管理工作的通知》 ¹ 更なる強化と改善に関する通知	・ ネット音楽内容の管理を実行する企業は、自主的に社内審査を行い、主体的責任を持つ。 「網絡文化經營單位內容自審管理辦法」や「網絡音樂內容審核工作指引」等の基準規範に厳格に基づく。 ※関連法規：《互聯網文化管理暫行規定》（文化部令第51号 2011年2月17日発布、2017年12月15日修訂）。 ²	文化部 2015.10.23 発布 2016.1.1 施行
《文化部關於網絡音樂發展 和管理若干意見》 ³ （インターネット音楽の発展及び管理に関する 文化部の若干意見）	・ 外資投資のインターネット文化經營機構の設立を禁止（3(8)一部抜粋） ・ インターネット音楽の内容審査制度を実施する。輸入のインターネット音楽製品は文化部の内容審査を経た後でなければ、運用してはいけない。 ・ インターネット音楽輸入業務に従事する機構は、文化部の許可を受けた営利性インターネット文化機構でなければならない。（3（9）一部抜粋）	文化部 2006.11.20 発布/施行

コンサートに関する法令

法規名	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
《營業性演出管理條例》 ⁴ （營利性演出管理條例）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 營業性演出經營主體の設立 ・ 營業性演出の規範 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 監督管理 ・ 法律責任 國務院 2005年7月7日発布 2020.11.29 第4次修訂
《營業性演出管理條例實施細則》 ⁵ （營利性演出管理條例的實施細則）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上記の条例の実施に関する細則。 ・ 香港・マカオ、台湾、海外の投資者が演出マネージメント機構を設立する際の必要書類や申請方法も明記。 	文化部 2009.8.28発布 2009.10.1施行 2022.5.13修訂
《關於規範網絡演出劇（節）目經營活動 推動行業健康有序發展的通知》 （オンライン公演劇(番組)の經營活動を規範して、 業界の健全で秩序ある発展を推進することに関する通知） ⁶	<ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン公演劇（番組）の運営に従事するには、「インターネット文化管理暫定規定」の関連規定に基づき、所在地の省レベルの文化観光主管部門に「インターネット公演劇（番組）」を含むネット文化運営許可証の取得を申請しなければならない。 ・ オンライン公演劇(番組)を運営者は、輸入ネット公演劇(番組)を提供するには、文化観光部の内容審査を通さなければならない。 ・ 外国アーティストが出演すること、主催地・制作地が外国にあること、バーチャル アーティスト・バーチャル公演番組の著作権が外国企業・個人に帰属することのいずれがある場合、輸入ネット公演劇(番組)に該当する。 	文化和旅游部 2023.1.16発布/施行

1

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zcfg/gfxwj/202012/t20201204_906284.html

2

https://www.gov.cn/gongbao/content/2013/content_2528123.htm

《網絡文化經營單位內容自審管理辦法》
（文市发[2013]39号 2013年12月1日施行）

3

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zcfg/gfxwj/202012/t20201204_906105.html

4

https://scjgj.beijing.gov.cn/cxfw/flfgcxfw/qyjgl/202006/t20200620_1929429.html

5

https://www.gov.cn/gongbao/content/2022/content_5697983.htm

6

<https://zwfw.mct.gov.cn/flagship/zcfg/zcfgDetail?uuid=64>

6-7. そのほか音楽に関する規定 ②

マネージメントに関する法令

法規名	主な内容	発布期間/ 発布・施行日
《演出經紀人員資格証管理規定（試行）》的通知 （演出マネージャーの資格管理規定（試行）の通知） ¹	<ul style="list-style-type: none"> 演出マネージャーの資格に関する規定 ※関連法規： 《中華人民共和國行政許可法》、《營業性演出管理条例》、 《演出性演出管理条例实施细则》 	文化和旅遊部 2022.9.16発布
《網絡表演經紀機構管理弁法》 （オンラインパフォーマンスのマネジメン ト機構の管理弁法） ²	<ul style="list-style-type: none"> オンラインパフォーマンスのマネジメント機構は演出マネジメント活動に従事するには、法に基づき「營業用演出許可証」を取得しなければならない。 同法の施行前に既に演出マネジメント活動に従事していたオンラインパフォーマンスのマネジメント機構は、同法施行後の18ヶ月という猶予期間中に「營業用演出許可証」を取得すればよく、当該猶予期間中にかかる資格を有しないことは同法への違反とはみなされない。 	2021. 8.30発布/施行

1

https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-10/31/content_5722849.htm

2

https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/scgl/202109/t20210902_927492.html%20%20

6-8. ネット配信に関する規定

名称	主な内容	発布機関/ 発布・施行日
《互聯網信息服务管理辦法》 ¹ (インターネット情報サービス管理方法)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営性インターネット情報サービスは許可制、経営性インターネット情報サービスは届出制（第4条） ・ 経営性ネットサービス業務に従事する機関は、《中華人民共和國電信条例》の要求以外に、同辦法に書かれたその他の条件も満たす必要がある（第6条）。 	國務院令 第292号 2000.9.25発布/施行 2025.1.20 第2回修正
《中華人民共和國電信条例》 ² (中華人民共和國電信条例)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 國務院信息産業主管部門が全国の電信業務の管理監督を行う（第3条）。 ・ 《跨地区增值電信業務經營許可証》；《基礎電信業務經營許可証》；《增值電信業務經營許可証》などに関しても明記（第9条）。 	國務院令 第291号 2000.9.25 発布/施行 2016.02.06 第2回修正
《互聯網著作權行政保護辦法》 ³ (インターネット著作權行政保護辦法)	インターネット情報サービス活動における情報ネット伝播権の行政的保護を目的として、《中華共和国著作權法》に基づいて、行政執法行為を規範（第1条）。	国家版權局、 信息産業部令 (2005.第5号) 2005.4.29発布 2005.5.30施行
《信息網絡伝播権保護条例》 ⁴ (情報ネット伝播権保護条例)	権利人（著作權者、パフォーマー、録音・録画の制作者）のネット伝播権の保護を目的とする。《中華人民共和國著作權法》に基づいて制定された条例である（第1条）。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 権利人の許可なしにはネット上で作品を公開する場合の条件（第10条）。 	國務院令 第468号 2006.5.18発布 2006.7.1施行 2013.01.30 第1回修正
《互聯網文化管理暫行規定》 ⁵ (インターネット文化管理暫定規定)	経営性のネット文化機関の設立を申請するには、《互聯網信息服务管理辦法》の関連規定に基づいて下記の条件が必要（第7条）。 <ol style="list-style-type: none"> (1)機関の名称、住所、組織機構と章程 (2)確定しているネット文化活動範囲 (3)ネット文化活動に必要な専門スタッフ、設備、仕事場所、関連した経営管理技術を有する (4)確定したドメイン名 (5)法律、行政法規、国家の関連規定の条件に符合すること 許可なしに経営性ネット文化活動を行った場合は、人民政府文化行政部門もしくは文化市場綜合執法機構が《無照經營查处取締辦法（無許可で經營したことによる取締法）》の規定により取り締まられる（第21条）。	文化部令 27号 2003.5.10発布 2011.4.1施行 2017.12.15修正
《关于进一步优化营商环境推动互联网上网服务行业规范发展的通知》 ⁶ (事業環境の更なる最適化がインターネット接続サービス産業の発展を促進することに関する通知)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業環境の最適化 ・ 新業態の発展を規定 ・ 業界の転換によるレベルアップを推進 	文化和旅游部 2020.12.4発布/施行

¹
<https://law.pkulaw.com/chinalaw/5288928.html>

²
https://www.gov.cn/gongbao/content/2016/content_5139478.htm

³
<https://www.ncac.gov.cn/xxfb/flfg/bmgz/202410/P020241015605802692928.pdf>

⁴
https://www.gov.cn/zwgk/2013-02/08/content_2330133.htm

⁵
https://zwgk.mct.gov.cn/zfxqkml/zcfg/bmgz/202012/t20201204_905340.html

⁶
<https://zfwf.mct.gov.cn/flagship/zcfg/zcfg/Detail?uid=73>

報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）上海事務所が上海擁智商務諮詢有限公司（IP FORWARD China）に作成委託し、2026年3月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求めください。ジェトロおよび上海擁智商務諮詢有限公司は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよび上海擁智商務諮詢有限公司が係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本レポートに関するお問い合わせ先

日本貿易振興機構（ジェトロ） デジタルマーケティング部コンテンツ課
〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32
TEL : 03-3582-1671
E-mail : Content@jetro.go.jp

上海事務所
〒200336 中国上海市延安西路2201号上海国際貿易中心21F
TEL : 0086-21-62700489
E-mail : PCS@jetro.go.jp