

2023年度 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業
市場レポート

中国キャラクターIP ビジネスについて

中国でもキャラクター商品の人気は高く、日本のキャラクターには根強い固定ファンがいる。以前は海賊版の問題も大きかったが、近年では市場の規範化が進み、正規にIP（知的財産権）の使用許諾を得た日本のキャラクターのグッズを中国国内で製造・販売するケースも増えている。

特に人気が高いのは、中国語で「潮流玩具」（略して潮玩）と呼ばれるアートトイだ。中でも中身が分からない形式で販売される「盲盒」（ブラインドボックス）は社会的ブームとなり、過熱する人気に対して、「盲盒経営行為規範指引（試行）」（国家市場監督管理総局・2023年6月発布）などの規制も入っている。勢いのある中国のキャラクターIPビジネスの現状と、今後の可能性を探る。

① キャラクターIPの人気：ショップやイベントの事例

中国で正規のキャラクター商品を扱う専門店が増えてきているが、上海で話題なのは、2023年1月に南京東路（歩行者天国）にオープンした、二次元をテーマとしたショップがビル全体を埋め尽くす「上海百聯 ZX 創趣場」だ。animate 上海旗艦店をはじめ、バンダイナムコの「TAMASHII NATIONS」や「VR ZONE」、天聞角川、MegaHouse、GOOD SMAILE COMPANY、ブシロード、翻翻傘下の「三月獣 March Monster」ショップなど、日本のアニメ・漫画関連グッズ/キャラクターグッズを販売する店舗が数多く出店している。

「上海百聯 ZX 創趣場」：南京東路 340-372 号



Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

また、上海の徐家匯にあるデパート「美羅城」(肇嘉浜路 111 号)には「ジャンプショップ」やスタジオジブリの「どんぐり共和国」など、日本の正規商品を扱う専門店が出店している。



キャラクターショップの展開に力を入れている中国の企業では、「盲盒」(ブラインドボックス)に人気の火付け役となった POP MART (泡泡玛特) が、2010年に設立され、2020年に香港で上場。大型デパートへの出店や自動販売機の設置を増やしている(公式サイトの情報によると、2021年末の時点で、中国での直営店は295店舗、自動販売機は1611台、中国103の都市をカバー)。自社で開発した人気IPのMOLLY、DIMOOなどのほか、ディズニー、MARVEL、CAPCOM、聖闘士星矢などのブランドとのコラボも多い。

2023年の上半期の売り上げは28.14億元(前年比19.3%増)、うち自社開発製品の売り上げが25.86億元と好調だ。一方で、IPの授權費用と製品のデザイン料が2022年上半期の3294.3万元から7745.9万元に大幅に拡大していて、人気ブランドとのコラボでコストがかさんでいる状況がうかがえる。※1

POP MART の公式サイト：www.popmart.com.cn



同じく「盲盒」(ブラインドボックス)や「潮玩」(アート玩具)を主力商品として展開する「52TOYS」(2015年設立)では、KIMMY&MIKI、BOXシリーズなどの自社開発の

IP 以外に、クレヨンしんちゃんとの IP コラボに力を入れている。他に日本の IP とのコラボでは、ちびまる子ちゃん、ドラえもん、一休さんなど。

52TOYS の公式サイト： www.52toys.com



またキャラクター商品を主力とするショップに、異業種からの参入も増えている。

2008年に創業した文具メーカー「上海晨光文具股份有限公司」（晨光文具：M&G）は、2016年から雑貨を取り扱うショップ「九木雑物社」を、中国61都市で600店舗以上展開している（2023年12月15日時点※2）。人気キャラクターと提携したオリジナル商品の開発に力を入れている。



写真右：LOOPYは韓国アニメ『ポンポン ポロロ』（中国語タイトル『小企鵝宝露露』）の中に出てくるキャラクターで、中国でバズっている。

アニメ・漫画の正規著作権業務を行う艾漫（上海）動漫設計有限公司（2013年設立。公式サイト：<http://www.aimon.cn/>）は、「IPSTAR 潮玩星球」ショップをチェーン展開しており、日本のキャラクター商品も多数取り扱いがある。



アリババ系列・阿里文娛傘下の「另物 KOILAND」

ピカチュウやクレヨンしんちゃんなど、日本の IP 商品が主力となっている。



若者に人気の動画サイト「Bilibili」もショップを展開

初音ミクのバッグは人気。そのほか『ジョジョの奇妙な冒険』や『ウルトラマン』など、日本の IP 関連の商品を多く取り扱っている。



中国で店舗を展開している「LOFT」でも二次元をテーマとした商品が店頭に並んでいる。

『ハリー・ポッター』や、ジャンプショップとのコラボなど。
上海3店舗のほかに、成都にも出店。



② ポップアップストアや企画展など：プロモーション事例

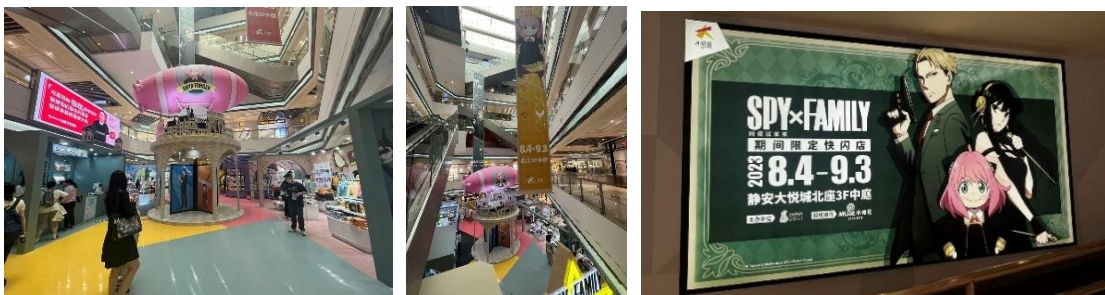
固定店舗だけでなく、様々なポップアップストアの展開が話題となっている。ポップアップストアの情報は、ユーザーのSNS（Bilibiliや小紅書など）で拡散され、限定商品の人気が高い。上海で二次元テーマの企画に積極的で、ポップアップストアが次々と出店しているのが「静安大悦城」だ。

上海・静安大悦城：西藏北路198号

2023年に静安大悦城で開催された日本のIPのポップアップストアの事例として…

◆SPY×FAMILY 間諜×過家家ポップアップストア

2023年8月4日～9月3日



◆伊藤潤二「肝試し大会」 上海ポップアップストア
2023年7月21日～9月10日



◆利布斯（リーブス）商会上海直営店：進撃の巨人
2023年11月11日～2024年1月7日



さらに、作品をテーマとしたカフェスタイルも人気。

ジャンプカフェは、常設の店舗を構え、さまざまな人気作品をテーマとしたメニューが人気だ。微信 WeChat の公式アカウントから、日時指定で予約できるようになっている。上海の他、成都店も2024年1月26日にオープンした。

SHONEN JUMP CAFE：上海・无限极荟の1階



Copyright © 2024 JETRO. All rights reserved. 禁無断転載

そのほかにも、先の「上海百聯 ZX 創趣場」には、中国の人気アニメ『羅小黑』などとコラボした「HAPPY ZOO café」などがある。

また「静安大悦城」では、期間限定のテーマカフェやレストランが開店し、人気を博している。静安大悦城のテーマレストラン/カフェの事例として…

◆『文豪野犬』テーマレストラン

2023年12月23日～2024年3月24日

◆『呪術回戦』テーマカフェ x animate cafe 上海店

2023年12月6日～2024年1月24日

中国で公開されたアニメ映画をテーマとした企画展も増えている。

例えば、『しん次元！クレヨンしんちゃん THE MOVIE 超能力大決戦 ～とべとべ手巻き寿司～』の中国での映画公開（2023年11月25日）に合わせて、展示イベントが行われた。

2023年11月17日～12月17日 上海白玉蘭広場にて

デパートの屋内広場（オープンスペース）にて、入場無料。ポップアップストアを併設。レストランとのメニューコラボも。

『クレヨンしんちゃん』は、中国でテレビ放送されたことはなく、映画の公開も今回が初だが、人気も知名度も高い。



『すずめの戸締り』展：2023年12月22日～2024年2月16日 上海・无限极荟にて

入場チケット：全日通用88元（ほかに平日券や親子券もあり）、

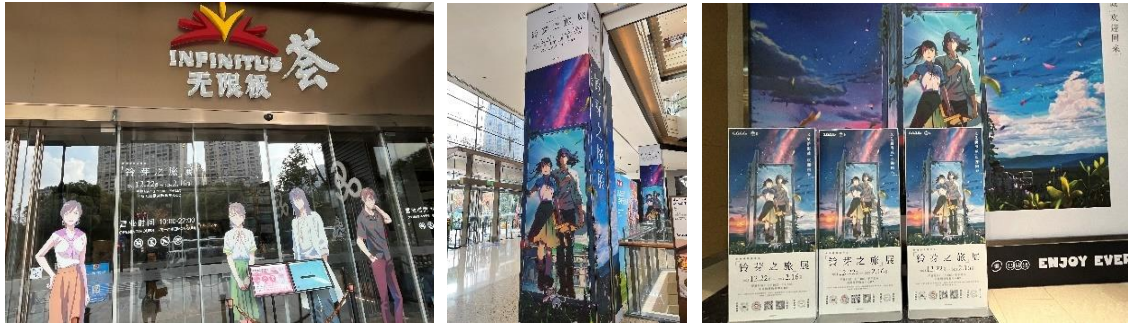
グッズがもらえるVIPチケットは248元

新海誠監督の人気は中国でも高く、2023年3月に中国で公開された映画『すずめの戸締り』は興行収入8億元超えの大ヒット。（2023年に中国で劇場公開された日本映画の興行収入でトップ）

映画の世界観をストーリーの流れに沿って、絵コンテなどで紹介。ショップも併設。

また同時期（2023年12月22日～27日）に『すずめの戸締り』のポップアップストアを上海百聯ZX創趣場にオープン。

主催はどちらも「GuGuGuGu 上海谷谷逛谷文化科技有限公司」（Road Pictures）。展示会場とポップアップストアに新海誠監督も登場し、ファンを喜ばせた。



デパートと提携したキャラクターイベント開催も多い。ドラえもん、ウルトラマン、ピクサー作品など、親子連れの客の集客を見込める作品が人気。遊べるスペースと、グッズ販売コーナーを併設しているケースが多い。



またポストコロナで大型リアルイベントが再開し、アニメやゲームをテーマとしたイベントも盛況だ。造形メーカー海洋堂が主催するガレージキットのイベント「ワンダーフェ

スティバル」(Wonder Festival)も2年ぶりに上海で再び開催され、会場の熱気にはキャラクターモデルの人気の高さを感じさせた。(上海での開催は第5回目)

Wonder Festival 2022-2023 上海

(Wonder Festival の公式サイト : <https://wonfes.jp/>)

開催期間 : 2023年10月2日~3日 会場 : 上海新国際博覧中心

主催 : 北京次元摩玩文化传播有限公司 Dimension Toys (Wonder Festival 上海実行委員会)



③ キャラクター×異業種ブランドのコラボ例

商品の展開だけでなく、キャラクターの人気を異業種ブランドの販促に活用も様々に行われている。コンテンツキャラクターの販促への活用(店頭ノベルティ)や商品化には、専門性の高いエージェントが仲介し、キャラクターブランドをトータル管理するケースも多い。

日本の人気アニメ作品を数多く手がけているエージェントとして、「SCLA」(上海新創華文化発展有限公司。公式サイト www.scla.com.cn) などがある。同社は『新世紀エヴァンゲリオン』、『名探偵コナン』、初音ミク等のIPを扱っており、キャラクターコラボで多数の商品を手掛ける。

特に若い世代をターゲットとする、ドリンクやフードブランドでは、日本アニメをはじめ、中国のオンラインゲームなど、人気キャラクターの活用が頻繁に行われている。

ドリンクスタンドとキャラクターとのコラボの事例として…

LELECHA 楽楽茶 : <https://www.lelecha.com/>

期間ごとに様々なキャラクターや作品とコラボ。『名探偵コナン』、『呪術廻戦』、Emily (エミリー) など。



CoCo 都可：<https://www.weibo.com/cocofreshtea>

女性人気の高いオンラインゲーム「恋与制作人」(恋とプロデューサー) や、シナモロールなどとコラボ。コラボカップだけでなく、限定グッズの販売も行っている。



喜茶 HEYTEA：www.heytea.com

人気のオンラインゲーム「原神」や韓国のキャラクターLOOPYとのコラボ事例。



デイリークイーン DQ × 『名探偵コナン』



マクドナルド × 『SPY × FAMILY』



飲料ボトルやお菓子などのパッケージにも。



④ 今後の展望、課題

中国でテレビ放送やネット配信での海外アニメの審査は厳しいが、放送・配信していない作品でも、認知が高く人気の作品もある。

『進撃の巨人』は中国で放送・配信はされていないが、上海のポップアップストアには多くの人が足を運び、その人気から開催期間が延長された。また、LINEは中国国内ではつながらないが、キャラクターとしてのLINE FRIENDSはショップ展開もしていて人気だ。



韓国アニメ『ポンポン ポロロ』（中国語タイトル『小企鹅宝露露』）に登場する LOOPY は、その健気に明るく働く姿がOL層にささり、キャラクターとして大ヒットし、様々なブランドと提携している。



アニメ化されていない作品でも、そのキャラクター設定が刺さると、SNS などからバズるケースも出ている。

イラスト「内心小孩」（心の中の子どもの意味）のキャラクターは、時には仕事に疲れながらも自虐的なコメントで大人気。小紅書の公式アカウントのフォロワー数は65万人、ブランドとのコラボも行われている。

このような新たなキャラクターヒットが生まれ、キャラクターIPビジネスにつながるケースが今後も出てくる可能性があるだろう。作品母体の人気だけでなく、今の時代の中国の若者に刺さるフレーズや、時代の共感性があるかが課題となりそうだ。



1枚目：「内心小孩」の小紅書ページ

2・3枚目：「COCO 都可」とのコラボ。シールプレゼントもあった。

※1

2023年8月23日 新京報：

<https://finance.sina.com.cn/jjxw/2023-08-23/doc-imzicunq1129318.shtml>

※2

2023年12月19日 百度-新民晚报：

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1785675346497232585&wfr=spider&for=pc>

*掲載している写真はすべて筆者撮影

以上

プラットフォームコーディネーター・ミニレポート
「キャラクターIPビジネスについて」
(2024年3月)

○作成：ジェトロ・上海事務所

○執筆：プラットフォーム・コーディネーター 上海牛心文化传播有限公司

【報告書の利用についての注意・免責事項】本調査レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）上海事務所が上海牛心文化传播有限公司に作成委託し、2024年1月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報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。本調査レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及びサービスの有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロは一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロが係る損害の可能性を知らされていても同様とします。