

---

**中国における日本産コンテンツの放映・上映・発売状況等データ**  
**(2009 年度 第 1 四半期)**

**2009 年 7 月**

**日本貿易振興機構(ジェトロ)**

---

本報告書に関する問合せ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

海外市場開拓課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL: 03-3582-5313

FAX: 03-5572-7044

E-mail: OMA@jetro.go.jp

#### 【免責条項】

ジェトロは本レポートの記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

#### 【ジェトロ/コンテンツビジネス関連情報】

①JETRO 上海コンテンツビジネスニューズレター配信登録(無料)

中国のコンテンツビジネス(漫画・アニメ、テレビ番組、映画、ゲーム、音楽)などの市場動向や法令情報を毎月お届けします。

<https://www.jetro.go.jp/mreg/subscribe?id=3609>

②コンテンツ関連の海外市場レポート

<http://www.jetro.go.jp/industry/contents/reports/>

③コンテンツビジネス関連情報(各国情報、サービス紹介等)

<http://www.jetro.go.jp/industry/contents>

アンケート返送先: <FAX> 03-5572-7044

ジェトロ 海外市場開拓課 宛(平成 21 年 7 月現在)

● ジェトロ海外マーケティング調査報告書のご利用アンケート ●  
 ~「中国における日本産コンテンツの放映・上映・発売状況等データ」(2009 年度 第 1 四半期)~

本レポートをご利用頂き、誠にありがとうございました。

ジェトロの今後のサービス向上に向けて、皆様のご意見を伺いたく存じますので、アンケートにご記入下さいますようご協力お願い申し上げます。

- 質問 1: 本報告書は、中国における日本産コンテンツの市場状況をご紹介します、日本企業の皆様の参考資料になることを目的に作成いたしました、どの程度役立ちましたか？(○をひとつ)

4:役に立った 3:まあ役に立った 2:あまり役に立たなかった 1:役に立たなかった

- 質問 2: 上記のように判断された理由、またその他本報告書に関するご感想をご記入ください。

- 質問 3: その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

ふりがな お名前		会社・団体名	
部署		役職名	
住所			
TEL		FAX	
E-mail		HP	http://

★今後、お客様のご関心のあると思われるジェトロおよび関係機関の各種事業、調査等のご案内の可否につき、該当欄に✓をご記入願います

< 送付可  送付不可  >

★ご記入頂いたお客様の情報は適切に管理し、ジェトロのサービス向上のために利用します。お客様の個人情報保護管理者: 海外市場開拓課長 TEL:03-3582-5313

★日本貿易振興機構(ジェトロ)海外市場開拓課 〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階 Eメール: [OMA@jetro.go.jp](mailto:OMA@jetro.go.jp)

---

## 目次

はじめに .....	5
1. 中国における日本産コンテンツの放送・上映・発売状況 .....	7
(1) ドラマの放送状況 .....	7
(2) アニメの放送状況 .....	7
(3) 映画の上映・放送状況 .....	8
(4) ゲームの発売状況 .....	9
2. 中国中央政府によるコンテンツ関連法制度公布状況 .....	10
3. 中国中央政府によるテレビ放送用日本産ドラマ・アニメ作品輸入許可状況 .....	11
4. バイヤーインタビュー .....	12

## はじめに

本レポートは、JETROの現地事務所が期間ごとに、中国における日本産コンテンツの放映・上映・発売状況や輸入状況などのデータを収集し、まとめたもので、本号では2009年4月～6月のデータを収録しています。また、中国における海外ドラマのプロモート手法についてのレポートも併せて掲載しています。(2007年～2009年3月のデータについては、<http://www.jetro.go.jp/industry/contents/reports/>をご覧ください)

中国はテレビチャンネル数などメディア数が膨大であるため、コンテンツの露出状況を把握するのは容易ではありません。レポートの情報は、現地情報を基にJETROが作成したものであり、放送状況など必ずしも全てが網羅されているわけではないことをご了解ください。本レポートが定期的な現地情報の一つとしてご参考となれば幸いです。

JETROでは、中国の映画、テレビ、アニメ、漫画、ゲーム、音楽などのコンテンツ市場についての情報を収集し、分野ごとにまとめた調査レポート(参考:中国コンテンツ市場調査(6分野)2008年3月 <http://www.jetro.go.jp/world/asia/reports/05001595>)や、各分野に特化した調査レポート(参考:中国への各種コンテンツ輸出に関わる契約書フォームの作成/解説書(2008年3月) <http://www.jetro.go.jp/world/asia/cn/reports/05001561>など)を公開しています。

また、JETRO 上海 コンテンツビジネスニュースレター(<https://www.jetro.go.jp/mreg/subscribe?id=3609>)では、定期的(月2回程度)にメールマガジンでもご報告し、最新情報の収集に努めています。これらもあわせてご覧いただきますよう、ご案内申し上げます。

**2009 年度 第 1 四半期 (2009 年 4 月~6 月)**

## 1. 中国における日本産コンテンツの放送・上映・発売状況

### (1) ドラマの放送状況

表 1-1 中国各テレビ局での日本産ドラマの放送状況(調査期間:2009年04月01日~06月30日)

	日本語名称	中国語名称	主演	導入機関	放送局・チャンネル	放送枠名称	第1話放送日	最終回放送日	放送時間
1	きらきら研修医	閃亮的進修医生	小西真奈美	内モンゴルTV	上海教育TV	緑葉精品劇場	2009/04/07	2009/04/12	22:00~
					広西TV綜芸Ch	綜芸劇場	2009/06/24	2009/06/29	22:00~
2	エラいところに嫁いでしまった!	嫁個好人家	仲間由紀恵	内モンゴルTV	上海教育TV	緑葉精品劇場	2009/04/13	2009/04/17	22:00~
					広西TV綜芸Ch	綜芸劇場	2009/06/19	2009/06/24	22:00~
3	アテンション プリーズ	甜心空姉	上戸彩 錦戸亮	広東TV 貴州TV	内モンゴルTV衛星Ch	情感劇場	2009/06/23	2009/06/26	13:15~
4	ショムニ	総務二科(一)	江角マキコ	(不明)	CCTV-8(ドラマ)	海外劇場	2009/06/07	2009/06/13	22:00~
5	ショムニ	総務二科(二)	江角マキコ	(不明)	CCTV-8(ドラマ)	海外劇場	2009/06/14	2009/06/21	22:00~
6	ショムニ	総務二科(三)	江角マキコ	(不明)	CCTV-8(ドラマ)	海外劇場	2009/06/21	2009/06/28	23:00~

出典: 省及び市レベル以上のテレビ局における番組放送情報等を基にジェトロ作成

注: 1) 導入バイヤー欄記載の組織は、必ずしも本当のバイヤーとは限らない。実際のバイヤーはこれら輸入機構の名義を借りる形で、別に存在する可能性もある。以下同様。

### (2) アニメの放送状況

表 1-2 中国各テレビ局での日本産アニメの放送状況(調査期間:2009年06月01日~06月30日)

	日本語名称	中国語名称	導入機関	放送局・チャンネル	放送枠名称	第1話放送日	最終回放送日	放送時間
1	ちびまる子ちゃん	桜桃小丸子	北京テレビ局	広州TV 少児Ch	—	2009/06/13	—	12:00~
2	ドラゴンボール	龍珠	北京迪美文化発展有限公司	深センTV 少児Ch	—	2009/04/05	—	08:50~
3	テニスの王子様	網球王子	上海文广新聞伝媒グループ	北京TV -KAKUCH	KAKU 週週聚	2009/04/26	—	12:00~
				上海TV-炫動卡通Ch	—	2009/05/16	—	08:00~

				湖南 TV-金鷹アニメ Ch	—	2009/06/01	—	21:30~
4	キャッツ・アイ	猫眼三姉妹	上海富爾億影視傳媒有限公司	上海 TV-炫動卡通 Ch	—	2009/05/16	2009/06/20	21:00~
5	超魔神英雄伝ワタル	神龍闘士	広東百視聯影業発展有限公司	湖南 TV-金鷹アニメ Ch	—	2009/05/24	—	09:30~
6	名探偵コナン	名偵探柯南	(不明)	上海 TV-炫動卡通 Ch	—	2009/05/21	2009/06/21	16:00~
				深セン TV 衛星 Ch	—	2009/06/13	—	07:58~
7	鉄腕アトム	鉄臂阿童木	(不明)	湖南 TV-金鷹アニメ Ch	—	2009/06/05	—	12:00~
8	ロスト・ユニバース	宇宙刑警	(不明)	広州 TV 少児 Ch	—	2009/06/22	—	12:00~

出典：省及び市レベル以上のテレビ局における番組放送情報等を基にジェトロ作成

注：1)「不明」は、該当情報が見つからないことを意味する。以下同様。

2)「—」は、該当情報がないこと(ここでは、放送枠名称が特になし、現時点では最終回の放送が確認されていないこと)を意味する。

### (3)映画の上映・放送状況

表 1-3 中国での日本産映画の上映状況(調査期間:2009年04月01日~06月30日)

(今期以内での日本製映画の上映情報はなし。)

表 1-4 中国各テレビ局での日本産映画の放送状況(調査期間:2009年04月01日~06月30日)

	日本語名称	中国語名称	主演	導入機関	放送局・チャンネル	放送枠名称	放送日	放送時間
1	日本沈没	日本沈没	草なぎ剛	(不明)	CCTV-6	週日点播	2009/05/03	22:12~
2	映画ドラえもののび太の新魔界大冒険	哆啦 A 夢大雄的奇幻大冒険	—	(不明)	CCTV-6	—	2009/06/01	21:48~

出典：省及び市レベル以上のテレビ局における番組放送情報等を基にジェトロ作成

(4)ゲームの発売状況

表 1-5 中国での日本産ゲームの発売状況(調査期間:2009年04月01日~06月30日)

	日本語名称	中国語名称	開発会社	発行会社	運営会社 (オンラインゲームのみ)	分類	媒体	発売日	価格 (元)
1	イースオンライン (パブリックテスト版)	伊蘇戦記 (公測版)	日本ファルコム株式会社 韓国 CJ Internet 株式会社(共同開発)	上海天希ネットワーク技術有限公司	上海天希ネットワーク技術有限公司	MMORPG	(ダウンロード)	2009/04/17	0
2	DEAD OR ALIVE Online (パブリックテスト版)	生死格闘 OL (公測版)	テクモ株式会社、 上海盛大ネットワーク発展有限公司	上海盛大ネットワーク発展有限公司	上海盛大ネットワーク発展有限公司	MMORPG	(ダウンロード)	2009/05/27	0
3	ZWEI II [ツヴァイ 2] (通常版)	双星物語 2(標準版)	日本ファルコム株式会社	北京娛樂通科技発展有限公司	—	PC	CD	2009/06/28	79
4	ZWEI II [ツヴァイ 2] (限定特定版)	双星物語 2(豪華版)	日本ファルコム株式会社	北京娛樂通科技発展有限公司	—	PC	CD	2009/06/28	169

出典: 製品発売情報等を基にジェトロ作成

注: 1)「—」は、該当情報がない(ここでは、ここに挙げるゲームがオンラインゲームではないため、運営会社が無い)ことを意味する。

## 2. 中国中央政府によるコンテンツ関連法制度公布状況

	日本語訳名称	中国語名称	ランク	制定部門	公布日	分野	URL
1	美術品輸出入管理暫定規定	美術品進出口管理暫行規定	行政法規	文化部	2009/06/23	コンテンツ全体	<a href="http://www.ccm.gov.cn/show.php?aid=62967&amp;cid=20">http://www.ccm.gov.cn/show.php?aid=62967&amp;cid=20</a>
2	文化企業の発展をサポートするための税制政策の若干問題に関する通知	関于支持文化企業発展若干稅收政策問題的通知	通知公告	財政部	2009/04/10	コンテンツ全体	<a href="http://www.gov.cn/zwgk/2009-04/10/content_1282089.htm">http://www.gov.cn/zwgk/2009-04/10/content_1282089.htm</a>
3	輸出入銀行による文化輸出の金融サポートに関する指導意見	進出口銀行関于金融支持文化出口的指導意見	通知公告	商務部 文化部 広電総局 新聞出版総署	2009/05/18	コンテンツ全体	<a href="http://fwmys.mofcom.gov.cn/aarticle/jingjidongtai/200905/20090506255534.html">http://fwmys.mofcom.gov.cn/aarticle/jingjidongtai/200905/20090506255534.html</a>
4	『アニメーション企業認定管理方法(試行)』の実施の関連問題に関する通知	関于実施『動漫企業認定管理弁法(試行)』有關問題的通知	通知公告	文化部 財政部 国家稅務總局	2009/06/25	アニメ	<a href="http://www.cnci.gov.cn/content/2009625/news_47860.shtml">http://www.cnci.gov.cn/content/2009625/news_47860.shtml</a>
5	輸入ネットゲーム製品の内容審査申告作業の規範化に関する公告	関于規範進口網絡遊戲產品內容審査申報工作的公告	通知公告	文化部	2009/04/27	インターネット・ゲーム	<a href="http://www.ccnt.gov.cn/xxfb/zwxx/ggtz/200904/t20090427_62700.html">http://www.ccnt.gov.cn/xxfb/zwxx/ggtz/200904/t20090427_62700.html</a>
6	文化部・商務部によるネットゲームのバーチャルマネーの管理強化に関する通知	文化部・商務部関于加強網絡遊戲虛擬貨幣管理工作的通知	通知公告	商務部 文化部	2009/06/26	インターネット・ゲーム	<a href="http://www.ccnt.gov.cn/xxfb/xwzx/whxw/200906/t20090626_71470.html">http://www.ccnt.gov.cn/xxfb/xwzx/whxw/200906/t20090626_71470.html</a>
7	新聞出版体制改革のより一層の推進に関する指導意見	関于進一步推進新聞出版體制改革的指導意見	通知公告	新聞出版総署	2009/04/07	ニュース	<a href="http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/508/200904/463198.html">http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/508/200904/463198.html</a>

出所：中央政府、公的団体による公開情報を基にジェトロ作成

### 3. 中国中央政府によるテレビ放送用日本産ドラマ・アニメ作品輸入許可状況 (第1四半期 総計 35 部 638 話中、日本作品は 1 部 9 話)

	日本語名称	中国語名称	作品情報(主演、日本での制作・初回放送局、放送年)	輸入機関	具体的な放送状況(初回放送した放送局・チャンネル、放送枠名称、放送開始日、放送時間)	話数	許諾番号	許諾日
1	イタズラな Kiss	加油、琴子	柏原崇 テレビ朝日 1996	南昌 TV	上海教育 TV 《精品劇場》 02/14 放送開始 22:00～	9	(2009)第 005 号	01/08

出所: 広電総局 HP を基にジェトロ作成 <http://www.chinasarft.gov.cn/articles/2009/04/22/2009042211932780640.html>

注: 1) 中国中央テレビ局(CCTV)が放送する輸入ドラマ・アニメ番組については、広電総局の許可が不要な場合もあるため、上記の内容からは除外されていることに注意。

## 4. バイヤーインタビュー

- \* ジャンル : テレビ放送用ドラマ(およびドキュメンタリー、映画)の投資制作、撮影制作
- \* 対象 : 北京栄信達影視芸術有限公司 総経理 李小婉氏
- \* 実施日 : 2009年6月

### 1. 御社の概要を紹介下さい。

1993年までの中国映画業界は計画経済体制下にあり、映画制作所の運営資金は全て国から拠出され、毎年制作する作品数と内容も国によって決められていた。1993年より市場化改革が開始され、国有映画制作所は作品制作に関して数も内容も自由に企画できるようになり、収入と支出にも一定の独自性が与えられた。同時に、映画制作所職員の起業を推奨するようにもなった。北京栄信達影視芸術有限公司(以下「栄信達会社」と略称)はこうした背景下で、北京映画制作所で長く勤めていた李小婉氏、有名監督の李少紅氏、有名撮影家の曾念平氏ら数人により1995年に設立された。当時、栄信達会社と同様の背景を持つ会社も多かったが、2009年現在、栄信達会社1社だけが生き残り、その他の会社は全て倒産または閉鎖している。

栄信達会社の業務は、大きく以下の3つである。

- (1) 映画・テレビドラマの投資制作。『紅粉』(1995年)、『紅西服』(2000年)、『小城之春』(2002年)、『恋愛中の宝贝』(2004年)などの映画、『雷雨』(1996年)、『大明宮詞』(2000年)、『人間四月天』(2000年)、『橘子紅了』(2002年)などのテレビドラマに投資し、制作した。これらの作品は上映・放送後、高い人気を博している。これらの作品制作に当たって、栄信達会社の投資比率は30~50%であった。全額出資し、制作した作品もあるが(例えばテレビドラマ『找呀找呀找朋友』(2008年)、『眼花缭乱』(2009年)など)、本数は少なく、投資規模も小さい。
- (2) 映画・テレビドラマの請負制作。多くの映画とドキュメンタリーの前期準備、撮影制作、後期制作などを請け負っている。現在、全力を挙げて大型古典テレビドラマ『紅樓夢』(50話)を撮影制作しており、当社の李少紅氏がディレクターを務めている。同ドラマは、中国4大名作である『紅樓夢』<sup>1</sup>をドラマ化するもので、今後、中国古典文化を紹介するために、中国の政府要人が各国要人と会う際におみやげとして贈ることを予定されているほどの作品である。同ドラマの制作においては、商業的要素をなるべく抑え、作品を高水準のものにするため、投資者も中国電影集団、北京テレビ局、北京華録百納影視有限公司といった国有会社に限定されている。予想投資総額は1.2億元に達し、建国以来投資規模最大のテレビドラマとなる。『紅樓夢』のドラマ制作を請け負っていることは、当社の制作水準の高さと実力を示し得るものといえる。
- (3) 芸能プロダクション。タレントの発掘・マネジメント業務を始めて既に11年になり、陳坤、黄覚等の超人気タレントを抱え、一定の業績を上げている。しかし、中国での芸能プロダクション業務はせいぜい10年ぐらいの歴史しかなく、まだ滑り出しの段階にあり、タレントに対する資金の投入や育成、プロモートなどの手法が未熟である。当社も如何にタレントのマネジメントをよくこなすかについてまだ模索・勉強中である。今後、芸能プロダクション市場の成熟状況に応じて、当該業務を当社から独立させていくことも検討している。

<sup>1</sup>注:『紅樓夢』は曹雪芹・高鶚著、18世紀後半に完成した中国古典文学の金字塔である。

## 2. 海外ビジネスに関して御社が果たしている役割を紹介下さい。

当社の海外業務は主として以下の2つの方面となっている。

- (1) 海外映画・テレビドラマ作品の前期制作。外国映画のために中国でのロケ地選定等を行っている。例えばトム・クルーズ出演の米国映画『Mission Impossible III』(2006年)の上海ロケ地は当社が選定した。また外国映画会社の中国での撮影にも協力している。例えば、米国映画『Warriors of Virtue 2』(2002年)の中国ロケでの撮影にも協力している。
- (2) 海外映画・テレビドラマ作品または文学作品の改編権の購入。例えば2003年に中国某社から映画『吳清源』を制作したいという要望を受け、栄信達会社が代行して吳清源氏本人から授權を得るとともに、NHKから吳清源に関するドキュメンタリーの映画化改編権を購入、さらに日本の出版社から吳清源の自伝書籍の映画化改編権を購入した。当社独自の取り組みとしては、ある日本アニメストーリーの改編権を購入し、中国版にリメイクするアイデアがあり、日本の仲介会社2社に頼んでコンタクトを取ってみたことがある。しかし、その際は先方がその権利を売りにたくないということで成約に至らなかった。

栄信達会社は今後も海外作品のストーリーの改編権を購入し、その上で、中国の映画・テレビドラマにリメイクしたい。当社が導入したい作品のジャンルは、トレンドードラマ、愛情・家族ドラマ、青春ドラマなどである。なお、ストーリーの改編権を購入する場合、一般には期限がつけられている。例えば吳清源に関するドキュメンタリー、書籍の映画化改編権の期限は5年であった。

## 3. 日本側とのビジネスニーズについて紹介下さい。

今後の希望として、日本側とは以下の2つの面で協力をしたい。

- (1) 映画・テレビドラマの請負・合作制作。方式については柔軟に考えたい。合作の場合は特に以下のタイプの作品に絞りたい。
  - ① 社会的テーマの作品。中日両国の市場に影響力があり、双方の交流を促進できるテーマが最も良い。
  - ② 歴史的テーマの作品。例えばNHKは現在北京華録百納影視有限公司と清朝末期の宮廷を舞台にした連続ドラマ『蒼穹の昴』を合作制作しており、当社の俳優もドラマの中で重要な役を演じている。これは非常に良い事例であり、今後似たような歴史的題材があれば、日本側と提携できることを期待している。
  - ③ 子供、老人、ファンタジーをテーマとする作品。
- (2) 日本の何人かの俳優に関心を持っている。例えば『篤姫』(NHK、2008年)に出演した俳優の高橋英樹氏、樋口可南子氏など。適切な作品があれば、これらの俳優に出演の招請もしたいと考える。

日本の作品を導入し、または日本側と協力するに当たって、最も重視する要素は以下の3つである。

- (1) 作品のテーマが中国観衆に受け入れられるかどうか。当社はかつてある日本アニメのストーリーの改編権を希望したことがある。同作品は、中国で受け入れられやすく、子供かつ仏教文化に関する題材でもあり、リメイクしたら中国でかなりの人気を得られると見込んでいたからである。
- (2) 作品の内容が人の気持ちを高揚させるかどうか。当社が韓国の映画・テレビドラマの改編権を購入しない理由は、韓国映画・テレビドラマには悲しいシーンが多すぎ、しかも最初から最後まで希望が見えてこないからである。当社としては、やはり人に力と希望をもたらす作品に携わりたい。日本はその意味で情熱を燃やす青春ドラマの面で非常に心得ている。
- (3) 中日交流を促進するかどうか。当社は現在中国で生活している日本の子供たちをテーマとする映画を考案している。子供から見られる中日両国の文化の差異を反映した作品を通じて、両国民衆の相互理解を深めたいと考えている。この作品はできれば中日合作制作の方式を取りたい。

なお、これまでは日本側と協力は少なかったため、日本とのビジネスで特に問題を感じたことはない。

#### 4. 海外とのビジネスにおける強みを紹介下さい。

当社には3つの強みがある。

- (1) 国有映画制作所の背景があるゆえ、業界での信頼性が高く、各方面の人脈が厚く、事業展開がしやすい。例えば、当社は中央テレビ局(CCTV)、北京テレビ局などのメジャーメディア、中国電影集団、星美伝媒グループなどの国有大型文化投資会社と緊密かつ良好な関係を持っている。それゆえ、良い作品を企画することや、良い提携先を見つけることができる。また、優先的に北京映画制作所のスタジオを使うこともできる。
- (2) 当社の制作スタッフは、もともと北京映画制作所の専門スタッフであった者が多いので、高い水準の制作ができる。
- (3) 撮影制作した作品の中国での上映・放送・販売を確保できる。これまで、自社投資の映画・テレビドラマを含め、当社の作品は全て有力会社との提携により、流通に成功している。例えば、CCTVと提携して制作したテレビドラマは、撮影制作前に同局で放送することが決まった。このようにCCTVとの提携や放送を実現させる実力を持つ企業は限られている。当社が撮影制作する映画は主として中国電影集団、星美伝媒グループなどが発行する。作品をどこへ販売するかは提携側が決めるが、ほとんどメジャーテレビ局、メジャー映画院線<sup>2</sup>で放送・上映される。

#### 5. 海外とのビジネスにおける実績を紹介下さい。

- (1) 知名度の高い海外映画やドキュメンタリーの制作を請け負っている。2005年には香港の有名監督呉宇森氏の映画『桑桑と小猫』の撮影を一部請け負った。同映画は国連児童基金(UNICEF)による世界の貧困地域の子供の救助がテーマで、当社が撮影制作した19分間は映画の中で最も感動的な部分として高く評価された。2009年には中国・ドイツ合作の『John Rabe』(2009年)の中国でのロケ撮影を請け負った。同作品はドイツ映画賞(ローラ賞)4部門を獲得した。
- (2) 海外作品の改編権を購入している。上述の「吳清源」のドキュメンタリー、書籍の映画化改編権のほか、米国コロンビア社の意向を受けて井上靖氏の小説『狼災記』(1961年)の映画・テレビドラマ化権、フランス人方蘇雅<sup>3</sup>の日記・写真の映画・テレビドラマ化権を購入した。これらの作品は後に順調に国家広電総局の内容審査も通過した。

#### 6. 御社へのコンタクトを希望する際の連絡先、必要資料等情報を紹介下さい。

必要資料: 会社の紹介資料、制作した作品のサンプル。設立したばかりの会社の場合、会社の実績となる作品がなくても、創立者個人に良い作品があれば、または会社に面白いアイデアがあれば、いずれも当社にコンタクトすることを歓迎する。

住所: 北京市朝陽区東三環中路39号建外SOHO13号楼2802

連絡先: 李小婉 総経理

Tel: 86-10-5900-3291

<sup>2</sup>「院線」は、映画業の一種の経営システムで、1つの映画配給会社と複数の映画館から構成され、統一したブランド、統一した上映手配、統一した経営、統一した管理を行う配給上映システムである。

<sup>3</sup>方蘇雅(Augste Francois、1857-1935年)、フランス人。1895-1904年にかけて、フランス駐中国龍州、雲南府(昆明)の領事などを務めていた間、千枚以上の写真を撮影し、当時の社会風貌を記録した。これらの写真は当時の中国西南地域を研究する重要な史料となっている。

## 7. その他、日本側へのコメントがあれば。

日本側は中国とより多く、より深い交流を行うべきである。韓国文化産業振興院や韓国の多くの監督は既に当社と何回も接触しており、協力に関しても協議したことがある。それに対して、日本側はあまり積極的ではない。日本の映画・テレビドラマは中国市場に早い時期に入り、中国観衆の中でのプレゼンスも高いので、日本の映画・テレビドラマの中国での発展の余地は大きいはずである。

また、当社が日本側との交流を通じて最も学びたいのは、映画・テレビドラマのマネジメント、特に作品の中に広告要素を盛り込む手法(リプレイスメント)である。日本は映画・テレビドラマの中に広告要素を盛り込むのは非常にうまいが、中国ではまだ滑り出しの段階である。ある調査によれば、現在中国の映画・テレビドラマの投資資金の中で、リプレイスメントの割合は僅か 0.025%で、一方、米国では 25%と高い。現状では、多くの日本製品が中国に入り、中国人の生活に浸透しているが、しかしプロモートはテレビコマーシャル、新聞広告などの伝統的な広告手法にとどまっており、リプレイスメントはあまり見当たらない。中国の映画テレビ制作会社はリプレイスメントについて経験が不足で、技術手法が未熟であるのもその原因の一つである。一方、日本の映画・テレビ制作会社は広告要素の盛込みを完璧にこなしていると言っていいほど豊富な経験とノウハウを持っている。例えば、木村拓哉主演の映画やテレビドラマの中で、彼が代言する商品をちらほらと見かけるが、ストーリーやシーンと非常にうまく融合させており、商品情報を自然な形で発信している。リプレイスメントは中国で発展の余地がかなりあるはずで、日本の映画・テレビ制作会社と何らかの形で交流して、日本の経験やノウハウを学びたい。これは日本側にとっても進出の余地が大きい市場でもあろう。

以上