

中国のデジタルサイネージ

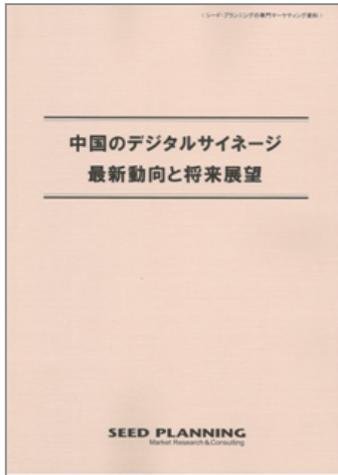
北京、上海、広州の最新動向

[配布資料]

2013年5月14日
(株)シード・プランニング
登坂正博

本日の内容

- ✓ 昨年、7月～10月にかけて調査を実施。その結果を調査レポートとしてとりまとめ。



- ◆ 北京、上海、広州のデジタルサイネージを設置先別に、
 - 設置場所
 - 機材タイプとサイズ
 - 配信事業者、ベンダー
 - 主な広告・広告主、情報内容
 - 掲載期間、掲載料金・・・などを細かく取材
- ◆ 広告申し込みプロセス、法規制、デジタルサイネージ事業者(配信、ベンダー、他11社)の概略等も収載
- ◆ 2015年までのデジタルサイネージ市場を予測

- ✓ この中から、
 - 有力メディア事業会社と広告料金
 - 標準化動向と法規制
 - 設置から広告申し込みまでのプロセス
 - 市場展望

調査概要

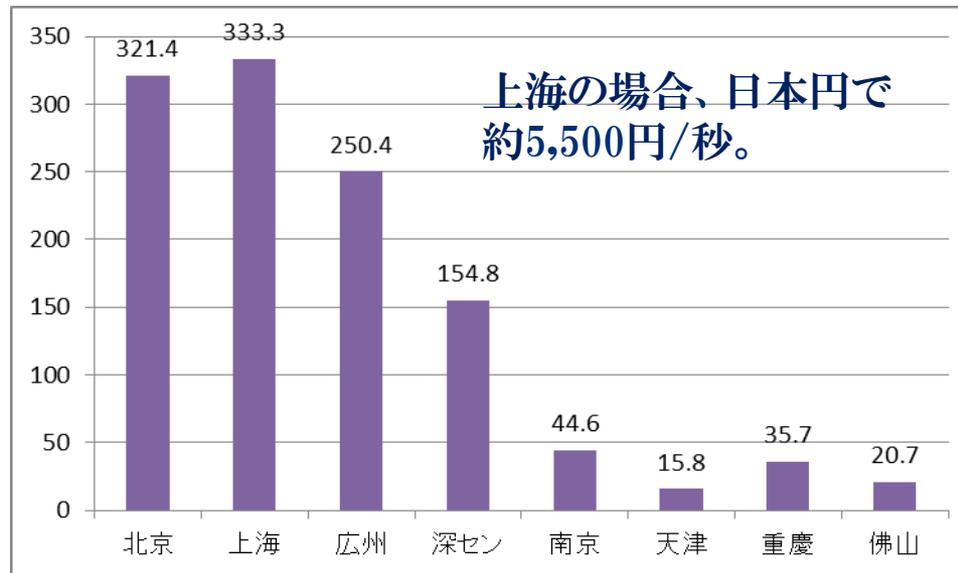
- 調査対象
北京、上海、広州のデジタルサイネージベンダー
北京、上海、広州のメディア企業
北京、上海、広州のデジタルサイネージ設置先
- 調査項目
デジタルサイネージ設置状況
デジタルサイネージ広告出稿状況
デジタルサイネージ広告料金
デジタルサイネージメディア企業動向
デジタルサイネージベンダー動向
- 調査方法
訪問面接調査
電話ヒアリング調査
Web等公開情報収集等
- 調査期間
2012年7月～2012年10月

有力メディア事業会社と広告料金

華視メディア（華視傳媒:Vision China）・・・公共交通機関

- ✓ 65の公共交通機関のデジタルモバイルTV配信網を保有。
 - 8都市・35本の地下鉄路線、73,000台の地下鉄テレビ端末に配信。すでに開通した地下鉄テレビ端末のシェアは100 %を占め、香港地区までカバー。
 - バスデジタルモバイルTV端末は149,000台。
- ✓ 中国の主要消費都市4億人に広告メッセージを届けることができる。

華視メディアの都市別地下鉄テレビ広告料金（単位：元/秒）



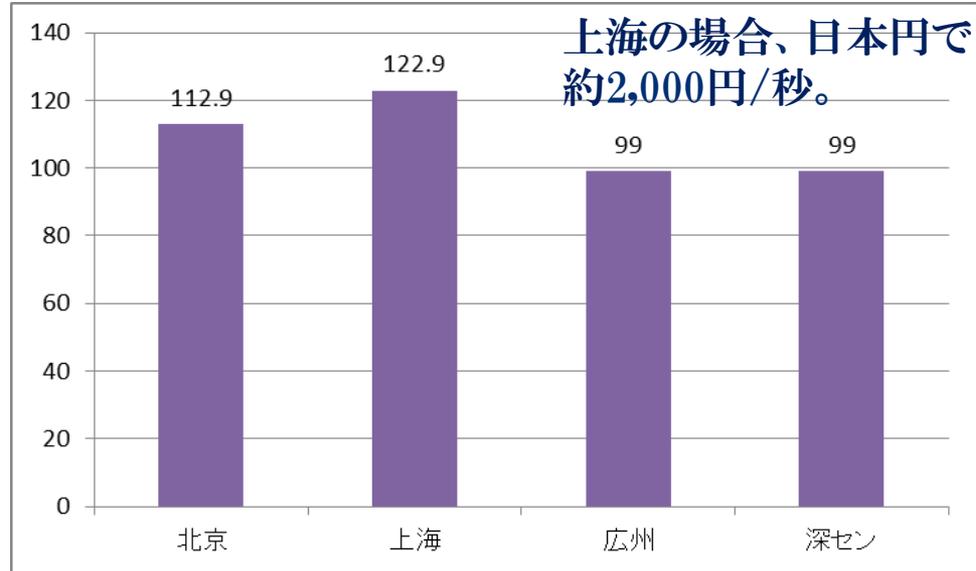
(中思合益提供データをもとにシード・プランニング作成)

有力メディア事業会社と広告料金

フォーカスメディア(分衆伝媒:Focus Media)・・・街頭・商業施設

- ✓ 主なサービスはオフィスビル、売り場、マンションのエレベーターなどへ取り付けるメディア。
- ✓ 屋外大型LEDカラーメディアや映画館の広告メディアなども展開。
- ✓ 保有するネットワークは約100の都市、10万カ所。都会の主要消費者3億人をカバーしており多くの広告主にその広告効果が認められている。

フォーカスメディアのビル広告料金(単位:元/秒)



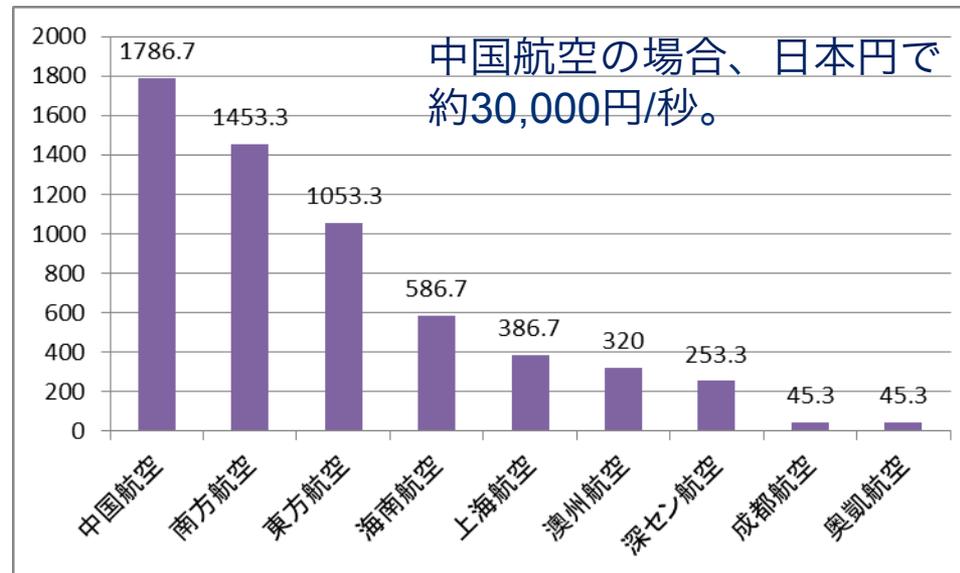
(中思合益提供データをもとにシード・プランニング作成)

有力メディア事業会社と広告料金

航美メディア(航美伝媒:Airmedia Group, Inc.)・・・空港・航空機内・ガソリンスタンド

- ✓ 航美メディアグループは中国航空メディア事業者として、最大シェア(90%)の航空デジタル・メディア市場を保有。
- ✓ 北京、上海、広州など全国の主な空港および中国国際航空、中国東方航空、南方航空など、多く航空会社の2300本余りの航路をネットワーク化。
- ✓ 中石化のガソリンスタンド・アウトドアメディアの特許経営権を保有。

航美メディアの機内掲載広告料金 (単位: 元/秒)



(中思合益提供データをもとにシード・プランニング作成)

標準化動向と法規制

標準化動向

- ✓ デジタルサイネージ産業が立ち上がったが、産業レベルで言う完全なビジネスモデルはまだ構築されていない。
- ✓ 業界内のルールが確立されておらず、業界におけるメーカーの製品が標準化されていない状況にある。
- ✓ このようななか、数社の大手ソフトウェア・メーカー等が業界標準ルールを提唱し始め、専門用語の統一、ソフトウェアの標準化、共有化等も行われ始めている。

法規制

- ✓ 掲載内容の規制
デジタルサイネージへの配信内容は他の媒体の広告同様に合法的であることが求められる。広告の中に虚偽が生じない、誤解させ誘導する記述をしないなど、表現への注意をはらう必要がある。
- ✓ 屋内に設置されるデジタルサイネージは、現状では法律的に具体的な制限はない。
屋内美観を損ねず、便利に使われることが求められている。
- ✓ 屋外に設置されるデジタルサイネージについては、ある程度の規制を受ける。
都市により若干の違いがある。

屋外DS設置から広告掲載までのプロセス

設置から広告掲載までのプロセス

- ✓ **ステップ1**
まず、広告会社は建物所有者とスペース使用を合意し協議を締結する。
- ✓ **ステップ2**
広告会社は、行政審査に使う書類を準備し、申請表に記入し、行政の部門に申請を出す。
- ✓ **ステップ3**
広告会社は審査許可を取得した後に、広告掲載企業を誘致する情報を発表し、広告掲載企業と合意してから広告掲載協議書を締結する。
- ✓ **ステップ4**
協議書の内容に沿って広告を掲載する。さらに、その後は広告機器維持、メンテナンスを行う。

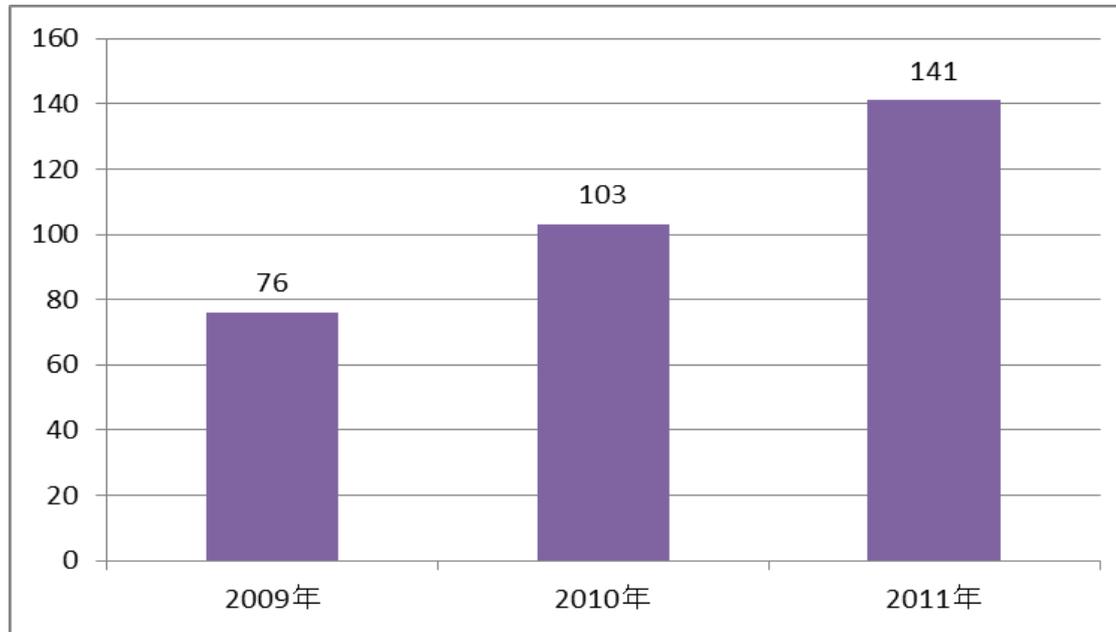
管轄官庁へ広告掲載申請

- ✓ 地域により管理ルールが違う場合もあるが、基本的には看板設置の審査と広告内容の審査、この2つである。
 - 設置の審査は、現地の建設、企画部署において行う事が一般的。所要書類は所有権の証明、構造図、設計図面、各申し込み書。
 - 内容の審査は現地の、県以上の工商管理部門に申し込み書を申請、所有権の証明、営業ライセンス、設計図面とその他の必要な内容を反映する証明書類。

市場展望

2009年～2011年の実績

(単位：億元)



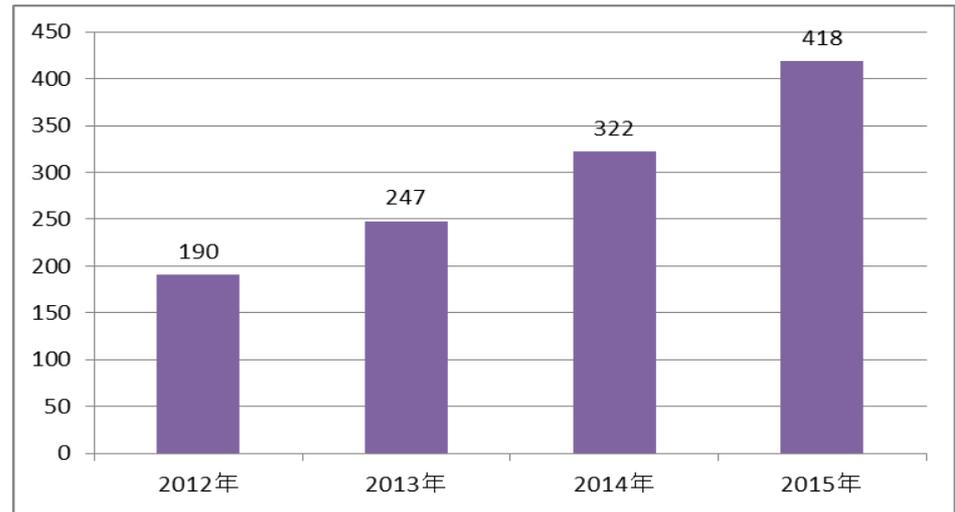
※市場規模=ハードウェア+ソフトウェアの市場規模
(中思合益提供データをもとにシード・プランニング作成)

1元 = 16.45円で換算すると、2011年の市場規模は約2,320億円

市場展望

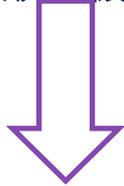
2012～2015年の予測

(単位：億元)



※市場規模＝ハードウェア＋ソフトウェアの市場規模
(中思合益提供データをもとにシード・プランニング作成)

- ✓ 企業内利用の拡大
- ✓ 商業利用の拡大
- ✓ デジタルサイネージつき
自動販売機の増加



- ✓ 2012年に予測される成長率は対前年比135 %
- ✓ その後、やや安定した成長に移り、2015年まで対前年比130%程度で推移
- ✓ 2015年の市場規模(ハードウェア＋ソフトウェア)は418億元程度になると予測

1元＝16.45円で換算すると、2015年の市場規模は約6,880億円

市場展望

地域別動向

- ✓ 現在、デジタルサイネージ市場は、華東地区、華南地区と華北地区に大きく集中しており、3区域で全体市場シェアの80 %以上を占めている。
- ✓ 華東、華南と華北においては、今後もこのまま発展し続けるが他地域も成長を遂げるため、2015年に3大区域の市場シェアは、70 %前後にまで下がると予測される。
- ✓ 西部地域の大開発及び東北などの工業基地が完成し、華西地区・東北地区の将来性が高い。

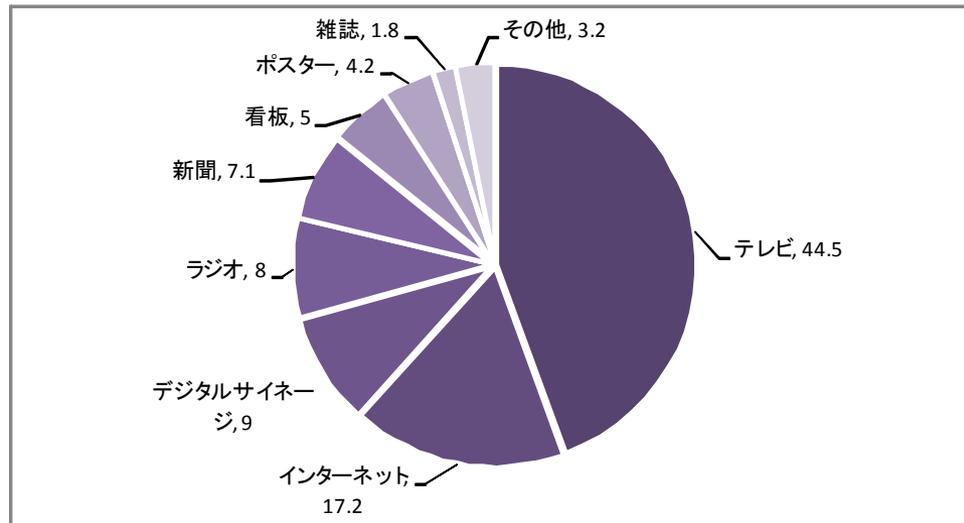
市場展望

メディア別広告市場シェア予測

→2015年には、テレビ、インターネットに次ぐメディアに成長

- ✓ テレビのシェアは、2011年現在約57%といわれているが、2015年にかけて徐々に下がり続け、2015年には44.5%程度になると予測されている。
- ✓ テレビに対してネットとデジタルサイネージは伸長すると予想される。
- ✓ この結果、デジタルサイネージは、テレビ、インターネットに次ぐメディアに成長すると予測される。

2015年のメディア別広告市場シェア (単位:%)



(中思合益提供データをもとにシード・プランニング作成)