

## 中国市場調査 2003 年マルチクライアントスタディ

## 中国デジタルカメラ市場分析&amp;ユーザー・潜在ユーザー調査

—経済成長に伴い、デジタルプリントサービスとともに急成長が期待される有望市場—

## 1.はじめに

G.S.M. の中国調査グループでは、デジタルフォト関連市場調査コンサルティングの権威である InfoTrends 社とジョイントで、「中国デジタルカメラ潜在ユーザー調査」と題し、デジタルカメラ潜在ユーザーの動向に関する調査企画を進めています。昨年行った「2002 年中国デジタルカメラ市場分析」に続き、今回はその市場分析のアップデートと、中国におけるデジタルカメラユーザー/潜在ユーザー分析の二部構成で市場の現状と今後の動向について報告します。

調査対象地域: 香港、台湾を除く中国大陸

調査対象製品: 非プロ用600万画素以下のコンパクトデジタルスチルカメラ

主な調査対象:

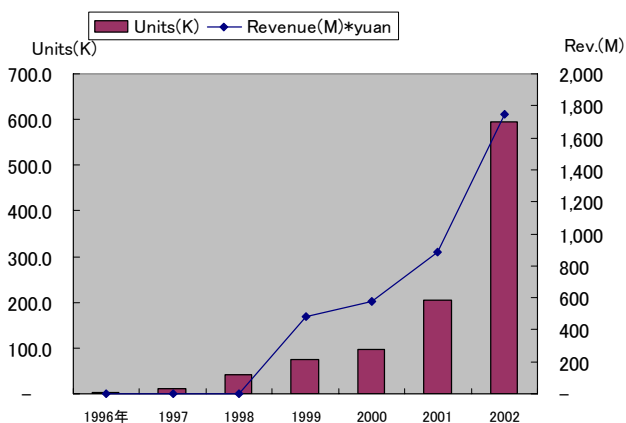
- ①国内、国外デジタルカメラメーカー及び国内支社、事務所
- ②各ブランドの一次代理及び総代理および大手販売店
- ③デジタルカメラユーザーおよび潜在ユーザー1,000人(予定)
- ④業界関係協会等資料および販促資料
- ⑤弊社既存調査結果の活用

報告書内容:

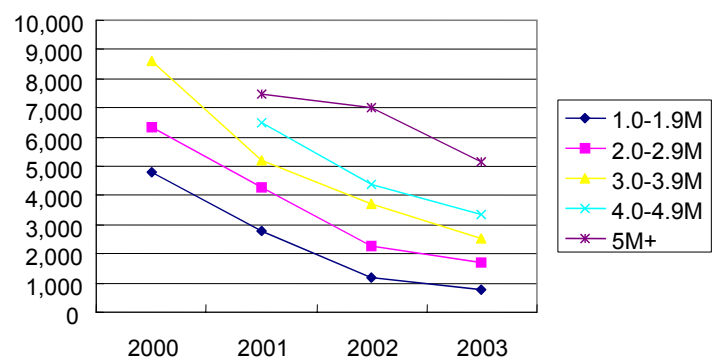
1. 中国デジタルカメラユーザー、潜在ユーザー分析
2. 中国デジタルカメラ市場規模およびベンダー活動状況分析レポート(市場規模、シェア、チャネル状況、競合分析など)

※電子ファイル、ハードコピーによる提供。

中国デジタルカメラ市場規模推移(1996-2002)



Digital Still Camera ASP(北京中関村)



Source:GSM 2002 DSC Market Forecast

InfoTrends 社の世界市場予測によると、販売価格 1,000 ドル以下のコンシューマー用デジタルカメラ市場は、2007 年には台数で約 5110 万台、売り上げ金額にして 118 億ドル規模の市場へと成長するとされています。当社の 2002 年の調査では中国デジタルカメラ市場は 2002 年における販売台数が約 59 万 6 千台、台数伸び率 192%という結果でありました。今回調査対象となる中国では、2001 年の WTO 加盟後、2008 年の北京オリンピックや 2010 年の上海万博などを前にした急速なインフラの整備が進んでおり、中国政府の情報化目標とされる

2008 年を待たずに、PC 普及率などの情報化水準は先進国並みになることがほぼ確実視され、ネット人口はアメリカに次いで世界第二位といわれます。これは中国のデジタルカメラやデジタルフォトプリント市場をも大きく推進する要因でもあり、複数のベンダーの方々が注目している市場です。一方で、主要な市場は上海、北京、広州地域のような沿岸部に集中しており、IT 化が進む沿岸部とそうでない地域との格差、IT リテラシーの高い人とそうでない人との格差が顕著であり、急速に IT 化が進む一方で欧米との発展傾向の違いは明らかなです。

このような市場背景を踏まえ、当プロジェクトでは、各ベンダー、総代理およびディーラー等に対するインタビュー調査のみならず、デジタルカメラユーザー、非ユーザーに対する調査を行い(有効回答数予定:1,000 人)、中国のコンシューマーのプロファイルを明らかにし、デジタルカメラおよび関連イメージング機器の普及状況を明らかにするとともに、中国での写真に対する認識、扱い方、ユーザーのウェブを含めたデジタルフォト利用方法、デジタルカメラを含むイメージング機器に対する認識、今後の購入予定、要望などを分析し中国市場の今後のポテンシャルを分析します。また合わせてフォト関連サービスの普及状況やプリントに対する意識、今後の動向についても明らかにしていきます。

## 2.調査項目

### 2-1. 中国デジタルカメラ潜在市場分析

(調査対象:中国における一般コンシューマー1,000人(予定))

- 1) 地域別:中国全土、華北、華南、華東が90%、その他が10%
- 2) 男女比:6:4
- 3) PCユーザー:家庭にPCを保有または職場でPCを利用する人:100%
- 4) デジカメユーザー:10%(予定)

(調査分析項目)

- 調査対象プロファイル
- デジタルイメージング機器保有状況
  - ✓ デジタルカメラ、PC、DVD、その他のイメージング機器保有状況
  - ✓ インターネット環境/ インターネット利用状況
  - ✓ PC利用状況
  - ✓ 家庭におけるプリンタ保有状況
  - ✓ 機器普及状況
- デジタルフォトの利用経験
- フォト関連アクティビティ分析
  - ✓ フィルムカメラ利用状況
  - ✓ 撮影枚数
  - ✓ インターネットのフォト関連サイト利用状況
  - ✓ 家庭、店頭DPE利用、
- フォトプリント関連サービス分析
  - ✓ 家庭、店頭DPE、オンラインのデジタルプリントサービス
  - ✓ 焼き直しサービス
  - ✓ 提供サービスの内容と平均チャージ金額

＜デジタルカメラユーザー＞

- デジタルカメラ普及状況
  - ✓ 所有者のプロファイル(年収、インターネットアクセス環境、子供の有無、年齢、性別、保有年数、その他のカメラの保有状況)
- デジタルカメラ購買状況分析

- ✓ 購入場所(ブランド別、年齢層別、地域別)
- ✓ 購入意志決定要因
- ✓ 情報入手方法
- ✓ 今後の購入予定
- ✓ 嗜好されるブランド
- ✓ オプション購入状況
- ✓ メディア購入状況
- ✓ 今後の購入予定
- ✓ 購入時に最も重視するポイント
- 保有デジタルカメラプロフィール  
購入価格、ブランド、解像度、リムーバブルメディア、画像編集ソフトウェア、満足度、その他
- デジタルカメラ使用状況
  - ✓ ビジネス/パーソナル
  - ✓ パーソナル用途の詳細
  - ✓ 撮影枚数、撮影解像度
  - ✓ emailによるコミュニケーション
- デジタルフォトプリント状況
  - ✓ プリント方法、ロケーション、プリント量(頻度)
  - ✓ プリンタ保有状況、ブランド
  - ✓ 保存状況
- 購入意志決定要因、阻害要因分析

#### ＜潜在ユーザー＞

- デジタルカメラに関する知識
- IT機器保有状況
- 製品価格に対する要求
- デジタルカメラを購入した場合の用途について(プリントのニーズ含む)
- 購入したいデジタルカメラの仕様、ブランド
- デジタルカメラを持っていない理由
- 購入意志決定要因

など。

その他調査項目詳細は、ユーザー/潜在ユーザー調査で使用する質問票をご参照ください。

## 2-2. 中国デジタルカメラ市場規模関連レポート

### ◆デジタルカメラ市場規模データ(2000～2002 実績、2003～6 予測)報告

販売台数/ 売上金額 /稼働台数/ %台数成長率/ %売り上げ金額成長率

#### a.販売価格帯別

-1000 元以下

-1001-3000 元

-3001-6000 元

-6000 元以上

#### b.画素数別

-100 万～199万画素

-200 万～299万画素

-300 万～399万画素

-400 万～499万画素

-500万画素以上

#### c.地域別

(華北、華東、華南、その他)

### ◆平均製品販売価格動向

※北京、上海、広州別に主要ベンダーの主要売れ筋機種の変動について分析を入れる

### ◆ベンダーマーケットシェア

2002年実績に基づいた%シェア+2003年見込み

### ◆デジタルカメラ主要機種一覧

ベンダー別に基本的な仕様を含めたリスト

### ◆市場動向分析:

#### ●ベンダー別市場戦略、活動状況、製品販売チャネル分析

日系企業・国内企業・台湾メーカー別

・主要メーカーの製造拠点、価格戦略、広告活動、販促活動などの製品販売戦略

・メーカー別の強み、弱み、地域別戦略など

### ◆中国におけるフォト関連サービスの状況について

① 店頭のDPE店のデジタルプリントサービス

② ウェブ上でのオンラインプリントサービス

③ 家庭向けのソリューション(インクジェット、フォト専用プリンタの動向について)

### ◆市場促進要因/ 阻害要因

パソコン、インターネット、フィルムカメラ、写真館の競合などを踏まえた情報

銀塩フィルムカメラの普及台数と使用状況のデータとの比較

### ◆中国の市場背景としての基礎情報

a.現状/ b.為替レート /c.人口分布/d.平均収入(地域別、年齢層別)/ e.消費者の経済状況/ f.関連製品市場データ

パソコン販売台数、インクジェットプリンタ販売数、インターネット普及状況の数値的データ

### 3. プロジェクト手法

#### 3.1.中国デジタルカメラユーザー、潜在ユーザー分析

- ・ウェブサーベイ： 対象中国における一般コンシューマー1,000人(予定)
- ・電話による追加調査
- ・文献、ウェブを活用した調査
- ・弊社蓄積データの活用（プリンタ、PC関連市場、デジタルカメラ市場分析報告書など）

#### 3.2.中国デジタルカメラ市場規模およびベンダー活動状況分析レポート(市場規模、シェア、チャネル状況、競合分析など)

- ・インタビューサーベイ  
国内、国外デジタルカメラメーカー及び国内支社、事務所、各ブランドの一次代理及び総代理および大手販売店など調査対象への直接訪問インタビュー調査
- ・電話による追加調査
- ・文献、ウェブを活用した調査

### 4. 成果物およびサービス

以下の成果物とサービスをご提供させていただきます。

#### ●報告書1セット:

①中国デジタルカメラユーザー、潜在ユーザー分析

②中国デジタルカメラ市場規模およびベンダー活動状況分析レポート(市場規模、シェア、チャネル状況、競合分析など)

※電子ファイル、ハードコピーによる提供。

#### ●報告会

- プレゼンテーション(半日)
- プレゼンテーション資料
- 質疑応答
- 追加の質疑応答(当企画に含まれない新たなリサーチを必要としない範囲内で)

2003年11月中のお申し込みの場合は報告会をつけさせていただきます。

### 5. プロジェクト期間

チャネル・ベンダー調査:2003年9月～11月

コンシューマー調査: 2003年10月～11月

調査結果分析/報告書まとめ: 2003年12月～2004年1月

### 6. 価格

費用:100 万円(税別)

①中国デジタルカメラユーザー、潜在ユーザー分析

②中国デジタルカメラ市場規模およびベンダー活動状況分析レポート

上記報告書①のみの場合:70 万円(税別)

上記報告書②のみの場合:50万円(税別)

お支払い条件:請求書発行日の翌月末日までに現金(銀行振り込み)にてお支払いいただけますようお願いいたします。請求書発行時に消費税が加算されます。

---

## GSM 株式会社マルチクライアントスタディ

### “中国デジタルカメラ市場分析&潜在ユーザー調査”

－経済成長に伴い、デジタルプリントサービスとともに急成長が期待される有望市場－

上記スタディに関するお問い合わせ・申し込み先:

GSM 株式会社中国市場調査グループ

〒150-0012 東京都渋谷区広尾1-3-18 広尾オフィスビル

Tel.03-5475-2663 Fax.03-5475-2710 e-mail: [info@gsm.to](mailto:info@gsm.to)

---