

文化庁 グローバルな著作権侵害への対応の強化事業
海外における著作権侵害等に関する実態調査《中国》

— 結果概要 —

2013年5月

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社



目次

1. 調査の目的・方法
2. 日本コンテンツの入手・視聴経験率＜各国・地域比較＞
3. 全体・コンテンツ類型ごとの傾向・特徴
4. 都市間比較による傾向・特徴
5. 正規流通（オンライン）に対する要望（配信条件・価格）
6. コンテンツ類型別経路別の入手・視聴の件数
7. コンテンツ類型別入手・視聴の侵害規模
8. 日本コンテンツの侵害規模の推計方法
9. コンテンツ類型別アップロードの件数
10. まとめ－日本コンテンツの不正流通対策の在り方－

1. 調査の目的・方法

調査の目的

海外における効果的な
海賊版対策の企画・立案のため

- 日本のオンライン型コンテンツ及びパッケージに係る著作権侵害の実態を調査分析
- コンテンツの類型別・流通経路別の侵害規模を推計

調査対象

- 【調査対象国・地域】 中国本土
- 【調査対象コンテンツ類型】 映像(アニメ、映画、テレビ放送番組)、音楽、ゲームソフト、出版物(コミック、雑誌、書籍)
- 【調査対象コンテンツの流通経路】

<オンライン流通>

- ・特定事業者・運営者によるコンテンツ配信
- ・動画投稿サイトによる流通
- ・リンクサイト/リーチサイトによる流通
- ・P2Pサイト/P2Pソフトによる流通
- ・ストレージサービスによる流通
- ・ネット上の知人間の流通
- ・電子メールやメッセージ等による知人間の流通

<パッケージ流通>

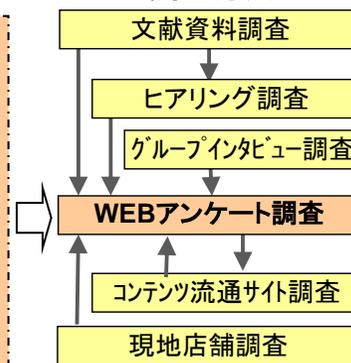
- ・実店舗によるパッケージ販売
- ・雑誌やテレビ等によるパッケージの通信販売
- ・インターネットによるパッケージ販売
- ・オークション等によるパッケージの流通
- ・ハードディスクドライブ等へのコンテンツのコピーサービス又はコンテンツ入りの外付けハードディスクドライブの販売
- ・イベント会場でのパッケージ販売
- ・パッケージのレンタル
- ・知人間のパッケージの流通

調査方法

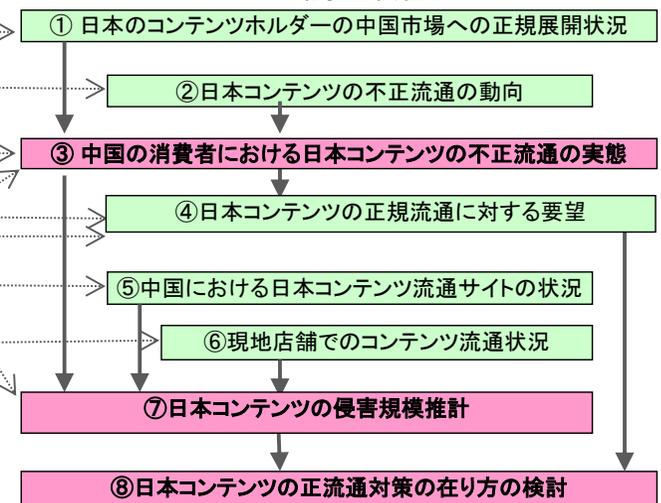
<WEBアンケート調査の方法>

- 調査実施時期: 2013年3月19日~25日
 - 調査実施地域: 北京市、上海市、広州市、重慶市
 - 調査実施方法
- a) 日本コンテンツ入手経験率の調査
<サンプル>
合計4,000件(北京:1000、上海:1000、広州:1000、重慶:1000)
性別年齢層別の人口構成にあわせてサンプリング
- b) 日本コンテンツ入手経験者の日本コンテンツ入手実態調査
<サンプル>
合計4,000件(北京:1000、上海:1000、広州:1000、重慶:1000)

<調査方法>



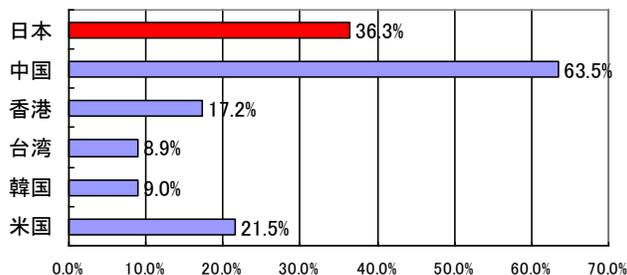
<調査項目>



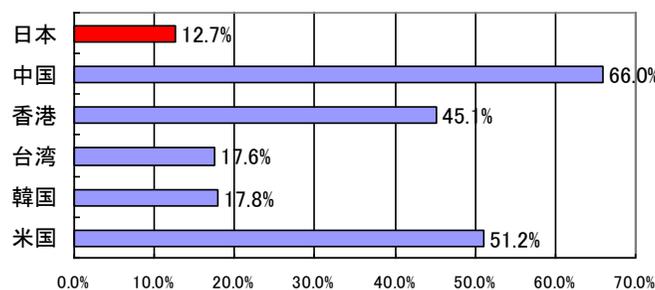
2. 日本コンテンツの入手経験率＜各国・地域比較＞①

- 地元の中国を除くと、コミック、アニメ、ゲーム専用機用ゲームでは、日本の入手・視聴経験率が最も高い。特に、日本のアニメ、コミックの入手・視聴経験率は3割を超えている。
- 「コンテンツの入手・視聴経験のある国」として、いずれのコンテンツ類型も中国の割合が最も高かった。
- その他、中国以外で入手・視聴経験率が3割を超えている国・地域別のコンテンツ類型は、米国と香港の映画、香港のテレビ番組(ドラマ)、香港の音楽となっている。

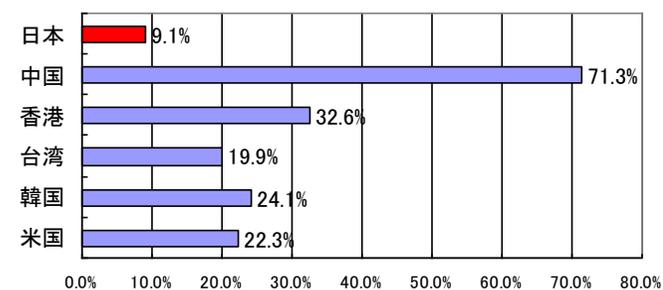
①アニメ(映画、テレビ番組) (N=4000)



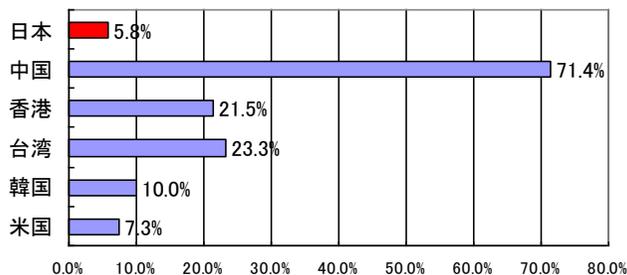
②映画(アニメを除く) (N=4000)



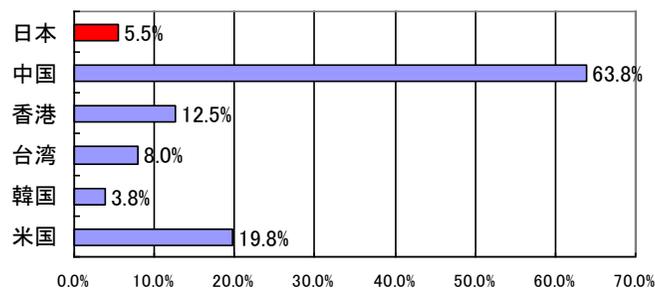
③テレビ番組(ドラマ) (N=4000)



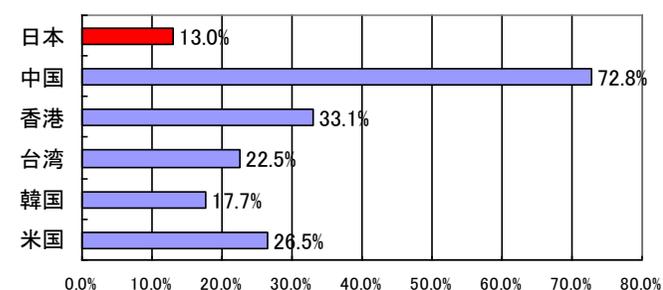
④テレビ番組(バラエティ) (N=4000)



⑤テレビ番組(ドキュメンタリー等) (N=4000)

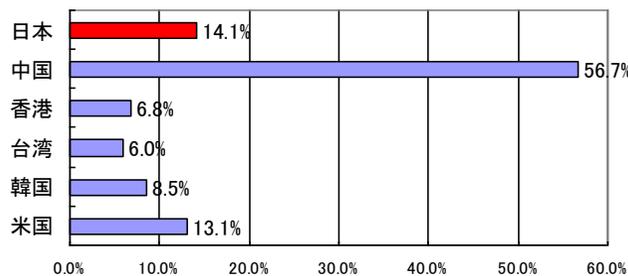


⑥音楽(着メロ等を含む) (N=4000)

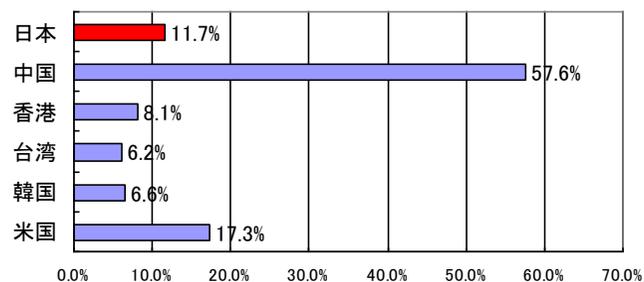


2. 日本コンテンツの入手経験率<各国・地域比較>②

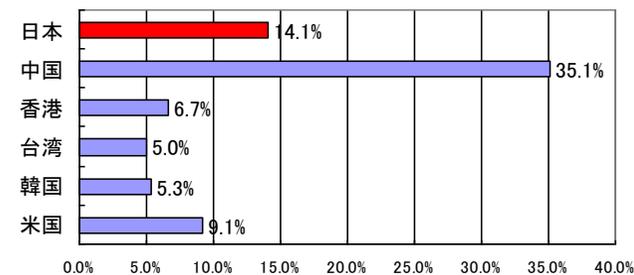
⑦ゲーム(オンラインゲーム) (N=4000)



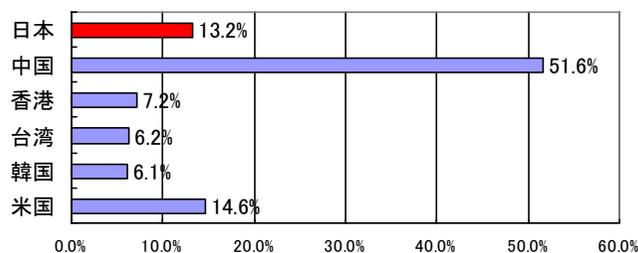
⑧ゲーム(スマホのゲームアプリ) (N=4000)



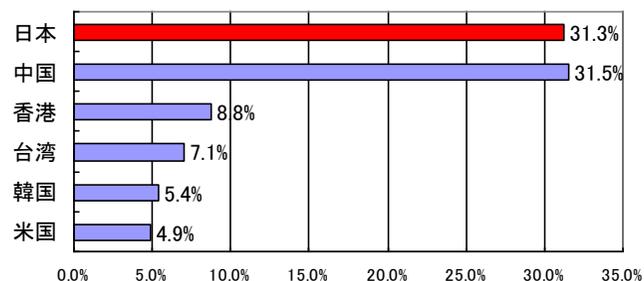
⑨ゲーム(ゲーム専用機用ゲーム) (N=4000)



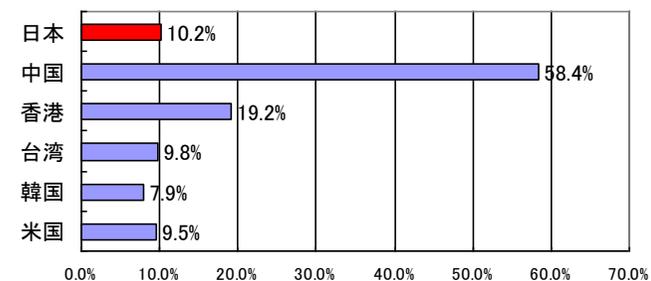
⑩ゲーム(PC用ゲームで非オンラインのもの) (N=4000)



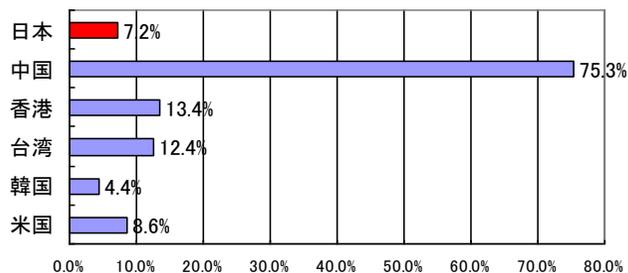
⑪コミック(単行本、コミック誌) (N=4000)



⑫雑誌(ファッション等) (N=4000)



⑬書籍(小説等) (N=4000)



3. 全体・コンテンツ類型ごとの傾向・特徴①

- 日本コンテンツの全コンテンツ類型合計の一般市民1人あたりの年間平均入手・視聴件数は、4都市の単純平均で、オンラインが207件、パッケージが40件となっており、オンラインが全体の約8割を占める。

入手・視聴頻度が最も高い手段／その手段を利用する理由

入手・視聴頻度が最も高い手段

- アニメ、映画、テレビ番組等の動画では、「動画投稿サイトによる流通」による入手・視聴頻度が最も高い(3~4割)。
 - 音楽、雑誌では、「特定事業者・運営者によるコンテンツ配信(※)」による入手・視聴頻度が最も高いという傾向が見られた(音楽:4~5割、雑誌:2~3割)。
 - ゲーム(オンラインゲーム以外)では、「P2Pサイト/P2Pソフトによる流通」が北京、広州、重慶で入手・視聴頻度が高い(3割前後)。
 - 「P2Pサイト/P2Pソフトによる流通」は、地域間での差はあるものの、テレビ番組、音楽、ゲーム(オンラインゲーム以外)、コミック、雑誌、書籍において高い頻度で入手・視聴されており、これらについての対策を講じる必要がある。
 - コミック、雑誌、書籍については、「実店舗によるパッケージ販売」の入手・視聴経験の割合も高い(4割前後)。
- (※) 愛奇芸、PPSなど、自ら管理するサイト・ブログなどでコンテンツを提供し、それをユーザが閲覧したりダウンロードしたりして視聴するサービスを提供する事業者

入手・視聴頻度が最も高い手段を利用する理由

- アニメ、映画、テレビ番組、音楽、コミックについては、いずれの都市においても、入手・視聴頻度が最も高い手段を利用する理由として、「無償だから」が最も高かった(アニメ:7割強、映画6~7割、テレビ番組:6割前後、音楽:6~8割弱、コミック:5~6割強)。
- 雑誌、書籍については、「容易に入手できるから」「ファイルの品質が高いから」が最も高いという傾向が見られる(4割弱~5割強)。
- ゲーム(オンラインゲーム以外)では、北京、広州、重慶では「無償だから」(6割弱)が最も高く、上海では「ファイルの品質が高いから」(5割強)が最も高いという結果に分かれた。

3. 全体・コンテンツ類型ごとの傾向・特徴②

正規版の認識有無／認識が入手・視聴に与える影響度(オンライン)

正規版の 認識有無

- いずれの都市においても「意識しない」の割合が最も高いが、都市間では差があり、ゲーム(オンラインゲーム)、コミック、雑誌では広州が最も高かったが(5割前後)、その他のコンテンツ類型ではすべて重慶が最も高い(5割弱～6割強)という傾向が見られた。
- 他方、ゲーム(オンラインゲーム以外)、雑誌、書籍では上海が「意識しない」の割合が最も低く(4割前後)、その他のコンテンツ類型ではすべて北京が最も低い(4割強～5割強)という傾向が見られた。



入手・視 聴に与え る影響

- いずれのコンテンツ類型でも、「正規版があれば正規版を入手・視聴(プレイ)するようにするが、海賊版しか無い場合には海賊版を入手・視聴(プレイ)する」の割合が最も高く(5割弱～7割)、これはいずれの都市でも同様の傾向であった。
- 「正規版しか入手・視聴(プレイ)しない」の割合が次いで多く(2割弱～4割強)、「入手・視聴(プレイ)には影響がない」の割合はいずれのコンテンツ類型においてもかなり低い(1割前後)という傾向が見られた。

4. 都市間比較による傾向・特徴

北京

- 「1ヶ月に趣味や余暇、嗜好品などに自由に使えるお金」は、上海に次いで高いレベルにある。
- インターネットから入手・視聴する場合、「正規版の認識有無」については、他の都市と比較して「意識する」割合が高い。
- 日本のコンテンツのアップロード・公開の頻度は、上海とともに最も高い水準にある。
- 著作物における著作権法による保護の認知など、著作権に関する認知が上海とともに最も高い水準にある。

上海

- 「1ヶ月に趣味や余暇、嗜好品などに自由に使えるお金」は、他の都市と比較して最も高いレベルにある。
- 日本のアニメ、ゲーム(ゲーム専用機用ゲーム、PC用ゲームで非オンライン)の人气が他の都市と比較して高い。
- 他の都市と比較してタブレットの利用度が高く、コンテンツの入手・視聴によく利用されている。
- 入手・視聴頻度が最も高い手段を利用する理由について、ゲームに関して「ファイルの品質が高いから」の割合が他の都市と比較して高い。

広州

- 「1ヶ月に趣味や余暇、嗜好品などに自由に使えるお金」は、重慶よりは高いが、他の都市と比較して低いレベルにある。
- 日本のコミックの人气が他の都市と比較して最も高く、日本のアニメの人气が上海に次いで高い水準にある。
- 日本の音楽、ゲーム(オンラインゲーム、スマホのゲームアプリ)が他の都市と比較して高い。
- 著作物における著作権法による保護の認知など、著作権に関する認知が重慶とともに最も低い水準にある。

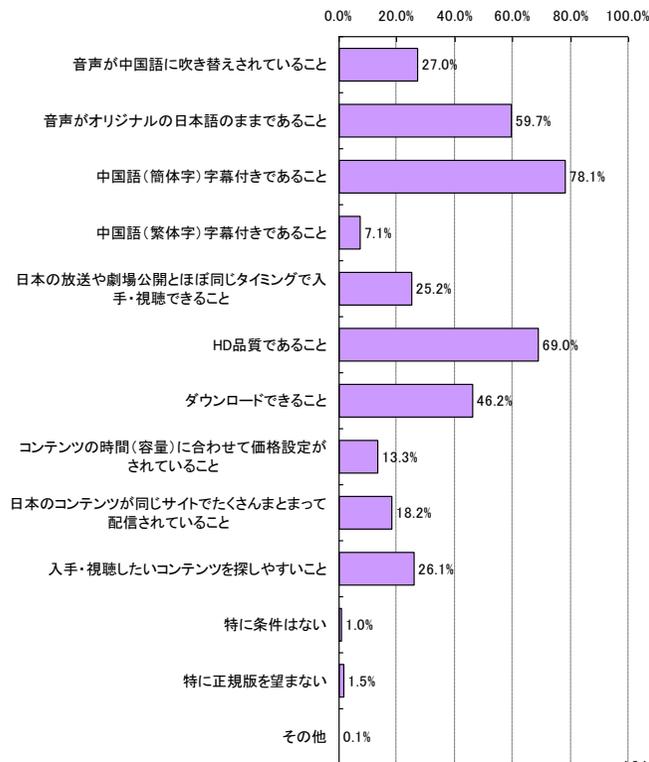
重慶

- 「1ヶ月に趣味や余暇、嗜好品などに自由に使えるお金」は、他の都市と比較して最も低いレベルにある。
- 他の都市と比較してスマートホンの利用度が高く、コンテンツの入手・視聴によく利用されている。
- インターネットから入手・視聴する場合、正規版の認識有無について、「意識しない」割合が他の都市と比較して高い。
- 入手・視聴頻度が最も高い手段を利用する理由について、「無償だから」「容易に入手できるから」の割合が他の都市と比較して高い。

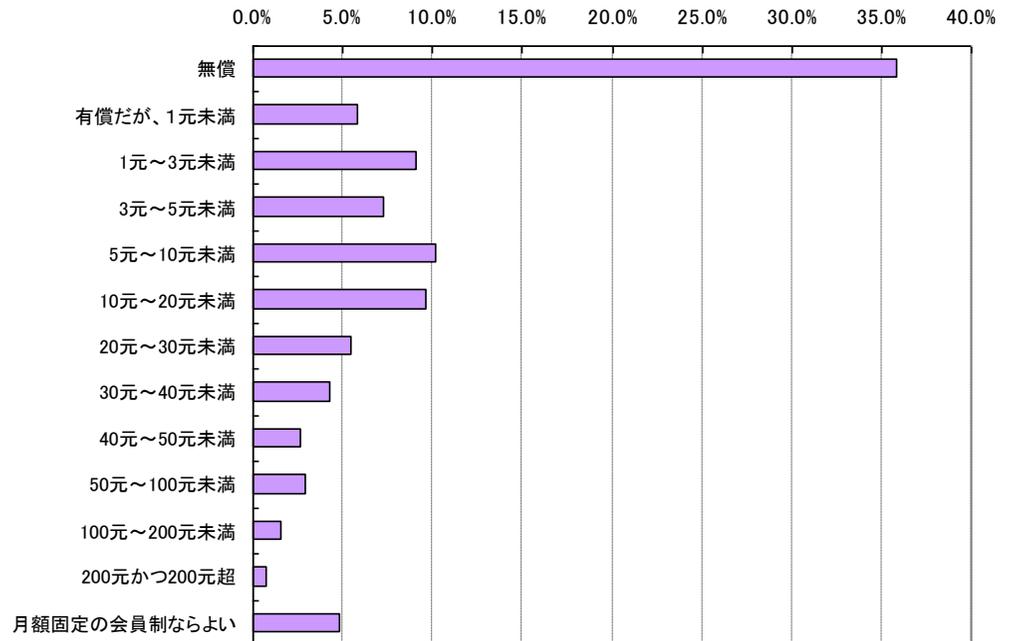
5. 正規流通(オンライン)に対する要望(配信条件・価格)

- アニメを含めて音楽以外のすべてのコンテンツ類型で「中国語(簡体字)字幕付きであること」が最も高く、また、いずれのコンテンツにおいても、高い品質を求めるという傾向が見られた。音楽では「音声オリジナルの日本語のままであること」が最も高いという傾向が見られた。
- アニメも含めて、いずれのコンテンツ類型においても、「無償」の割合が最も高く、いずれの都市でも同様の傾向であった。他方、「10元以上」など、一定の価格を支払ってもよいと考える回答者が一定数(全体の4~5割程度)存在している。

＜日本の権利者が日本のアニメを正規にインターネット上で入手・閲覧できるようにした場合、望む配信条件(上海 N=729)＞



＜日本の権利者が日本のアニメを正規にインターネット上で入手・閲覧できるようにした場合、コンテンツ1件あたりの価格(上海 N=729)＞



※日本のコンテンツ関連企業の進出件数が最も多いという理由により、ここでは上海を例としている。

6. コンテンツ類型別経路別の入手・視聴件数(一般市民1人あたり、1年間:上海の例)

- 日本コンテンツの類型別ではアニメ、コミックの平均入手・視聴件数が多く、次いで音楽が多い。
- オンライン流通が主流であるが、パッケージ流通も依然として残っている。経路別では、特定事業者・運営者、動画投稿サイトによる流通が多い。

		アニメ(映画、テレビ番組)	映画(アニメを除く)	テレビ番組	音楽(着メロを含む)	ゲーム(オンラインゲーム)	ゲーム(オンラインゲームを除く)	コミック(単行本、コミック誌)	雑誌(ファッション等)	書籍(小説等)	合計
オンライン流通	a-1)特定事業者・運営者	23.1	5.1	6.6	14.9	3.7	3.4	9.0	3.7	2.5	71.9
	a-2)動画投稿サイト	34.3	6.8	8.6	6.7		0.0	10.3	3.2	2.5	72.4
	a-3)リンクサイト/リーチサイト	16.2	3.6	4.7	6.8		2.8	8.4	2.9	2.0	47.3
	a-4)P2Pサイト/P2Pソフト	6.9	1.8	2.3	1.2		1.8	3.7	0.7	0.7	19.0
	a-5)ストレージサービス	4.5	0.9	1.7	1.3		0.7	1.7	1.1	1.7	13.5
	a-6)ネット上の知人間の流通	4.4	0.6	1.0	1.2		0.5	1.7	0.7	1.3	11.4
パッケージ流通	b-1)実店舗による販売	2.7	0.7	0.7	0.7		0.7	1.9	1.0	0.7	9.1
	b-2)雑誌・テレビ等通信販売	2.1	0.7	0.5	0.6		0.4	1.1	0.8	0.2	6.4
	b-3)インターネット販売	2.3	0.6	0.6	0.8		0.8	1.9	0.5	1.2	8.8
	b-4)オークション等	0.6	0.1	0.3	0.1		0.3	0.2	0.1	0.2	1.9
	b-5)HDD等へのコピー等	7.7	0.4	0.6	0.5		0.7				9.8
	b-6)イベント会場での販売	0.4	0.2	0.1	0.1		0.2	0.3	0.2	0.1	1.6
	b-7)レンタル	0.4	0.1	0.2	0.2		0.2	0.6	0.1	0.1	1.8
	b-8)知人間の流通	3.0	0.7	0.9	0.6		0.9	1.7	0.7	0.4	8.9
a)オンライン流通合計		89.3	18.9	24.7	32.0	3.7	9.3	34.7	12.2	10.7	235.5
b)パッケージ流通合計		19.2	3.7	3.9	3.6		4.0	7.7	3.3	2.8	48.1
a)オンライン流通計(除、知人間)		85.0	18.3	23.7	30.8	3.7	8.8	33.1	11.5	9.3	224.1
b)パッケージ計(除、知人間)		16.1	2.9	3.1	2.9		3.1	5.9	2.7	2.5	39.3
総合計		108.5	22.5	28.6	35.6	3.7	13.2	42.4	15.5	13.5	283.6

※日本のコンテンツ関連企業の進出件数が最も多いという理由により、ここでは上海を例としている。

6. コンテンツ類型別経路別の入手・視聴件数(一般市民1人あたり、1年間:都市別)

- アニメ、音楽、コミック、全コンテンツ類型合計について、都市別・オンライン／パッケージ別に入手・視聴件数をみると、いずれも上海、広州の入手・視聴件数が北京、重慶と比べて多いことがわかる。
- なかでも、アニメ、音楽の入手・視聴件数は上海が最も多く、コミックは広州が最も多い。

	アニメ(映画、テレビ番組)				音楽(着メロを含む)			
	北京	上海	広州	重慶	北京	上海	広州	重慶
a)オンライン流通合計	66.4	89.3	82.2	78.6	21.4	32.0	29.2	26.7
b)パッケージ流通合計	12.3	19.2	13.0	14.1	2.4	3.6	3.9	3.2
総合計	78.6	108.5	95.3	92.7	23.8	35.6	33.1	29.9
	コミック(単行本、コミック誌)				全コンテンツ類型合計			
	北京	上海	広州	重慶	北京	上海	広州	重慶
a)オンライン流通合計	30.6	34.7	39.1	29.6	177.9	235.5	220.1	194.9
b)パッケージ流通合計	6.4	7.7	7.3	5.7	34.5	48.1	41.2	37.5
総合計	37.0	42.4	46.4	35.3	212.4	283.6	261.3	232.4

7. コンテンツ類型別入手・視聴の侵害規模(主にオンライン上の侵害)

- 侵害規模(件数ベース)は4都市合計で年間約76億件。金額ベースに換算すると、ネット広告費換算で約19億円、有償ダウンロード換算で約5,600億円と推計できる。(単位:1,000件、1,000円)

都市名 ()内は15歳以上の人口 単位1,000人	件数ベース										金額ベース	
	アニメ(映画、 テレビ番組)	映画(アニメを 除く)	テレビ番組(ア ニメを除く)	音楽(着メロ等 を含む)	ゲーム(オンラ インゲーム)	ゲーム(オンラ インゲームを 除く)	コミック(単行 本、コミック誌)	雑誌(ファッ ション等)	書籍(小説等)	合計	広告費換算合 計	有償ダウン ロード換算合 計
北京 (16,865)	488,196	133,999	149,913	356,715	-	86,770	178,438	97,732	85,721	1,577,482	397,289	120,409,900
上海 (19,605)	892,725	189,955	235,793	613,953	-	136,891	210,214	152,455	128,790	2,560,775	644,931	183,326,628
広州 (10,600)	375,411	107,917	121,887	300,861	-	80,487	140,101	69,335	34,432	1,230,429	309,884	92,473,735
重慶 (23,882)	745,536	179,448	178,369	623,034	-	152,094	205,902	95,733	81,963	2,262,079	569,705	162,164,240
4都市合計	2,501,867	611,319	685,961	1,894,563	-	456,242	734,654	415,254	330,905	7,630,765	1,921,808	558,374,503
全国 ネットユーザー	17,606,775	4,237,896	4,212,403	14,713,743	-	3,591,896	4,862,633	2,260,850	1,935,648	53,421,845	13,454,292	3,829,713,118

なお、仮に全国ネットユーザーで推計した場合、年間530億件、金額ベースでは、ネット広告費換算で約135億円、有償ダウンロード換算で約3兆8,000億円となる。

- 注1. 全国ネットユーザーの侵害規模推計では、一般市民1人あたりの平均入手・視聴件数を日本コンテンツ関連情報が特に多いとはいえない重慶と同様と仮定した。
 注2. 金額ベースのネット広告費換算は、中国大手ポータルサイトの広告料金のクリック単価とクリック率を件数に乗じて推計した。有償ダウンロード換算は、中国におけるコンテンツ類型別の有償配信料金単価の事例(日本コンテンツの事例が明かでない場合には他国コンテンツの事例、音楽1元、映像3元など)を件数に乗じて推計した。

■ 侵害規模推計にあたって無承諾の流通とみなした範囲

- アニメ・映画・テレビ番組: オンライン流通のダウンロード(知人間除く)とHDD等へのコピー等
- 音楽: オンライン流通(知人間除く)とHDD等へのコピー等
- オンラインゲーム: 特定できず
- ゲーム: 無償のオンライン流通(知人間除く)とHDD等へのコピー等
- コミック: 無償のオンライン流通のダウンロード(知人間除く)
- 雑誌、書籍: 無償のオンライン流通(知人間除く)

8. 日本コンテンツの侵害規模の推計方法

■ コンテンツ類型別経路別入手・視聴・閲覧件数の推計

- 一般市民1人あたりの日本コンテンツの平均入手件数を推計
 - 調査対象都市:北京市、上海市、広州市、重慶市
 - アンケート結果を利用して、コンテンツ分野別コンテンツ流通経路別に推計
 - 例)日本のアニメコンテンツの場合の平均入手件数の基本的な推計方法
一般市民1人あたりの日本のアニメコンテンツの流通経路別平均入手件数
=一般市民における日本のアニメコンテンツの入手・視聴経験率(a)
×日本のアニメコンテンツ入手・視聴経験者の流通経路別入手・視聴経験率(b)
×日本のアニメコンテンツの流通経路別入手・視聴経験者の平均入手・視聴件数(c)
- 無許諾とみなすことのできる流通経路をコンテンツ分野別に特定
 - 日本の権利者へのヒアリング調査や文献調査から、コンテンツ類型別に、日本のコンテンツ権利者が許諾していないと考えられる流通経路について、無許諾コンテンツの流通とみなした。
- 侵害規模を推計
 - 無許諾コンテンツの流通とみなすことのできる流通経路の一般市民1人あたりの日本のコンテンツのコンテンツ類型別流通経路別平均入手件数に、対象となる人口を乗ずることにより、件数ベースの侵害規模を算出した。
 - 件数ベースの侵害規模をもとに、中国におけるインターネット広告費単価ならびにコンテンツ類型別有償ダウンロード単価の事例を乗じて、金額ベースの侵害規模を推計
- 推計にあたっての基本的な仮定
 - 回答者すべてがインターネットユーザであるが、非インターネットユーザも基本的に同様の傾向を示すと仮定
 - 日本のコンテンツの入手・視聴者は、年齢や性別によらず、日本コンテンツ入手・視聴実態について同様の傾向を示すと仮定

■ コンテンツ類型別アップロード件数の推計

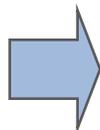
- 上記と同様の考え方で件数ベースの侵害規模を推計

9. コンテンツ類型別アップロードの件数(一般市民1人あたり、1年間)

- 日本コンテンツ入手・視聴経験者のアップロード経験割合は4割程度。類型別では、アニメ、映画、テレビ番組、音楽、コミックが多い。
- 一般市民1人あたりのアップロード件数については、合計で1年間に20件弱。コンテンツ類型別では、アニメ、音楽が多くなっている。
- 下表の一般市民1人あたりの平均アップロード件数に対象人口を乗じると、アップロード件数の規模を推計でき、全国ネットユーザで1年間に約100億件と計算できる。

<アップロード経験>

	経験有	経験無
北京	40.1%	59.9%
上海	42.4%	57.6%
広州	41.3%	58.7%
重慶	34.5%	65.5%



<アップロード経験者のコンテンツ類型別経験割合>

	アニメ(映画、テレビ番組)	映画(アニメを除く)	テレビ番組(ドラマ)	テレビ番組(バラエティ)	テレビ番組(アニメ・ドラマ・バラエティ以外)	音楽(着メロを含む)	ゲーム(オンラインゲーム)	ゲーム(スマホのゲームアプリ)	ゲーム(ゲーム専用機用ゲーム)	ゲーム(PC用ゲームで非オンラインのもの)	コミック(単行本、コミック誌)	雑誌(ファッション等)	書籍(小説等)
北京	68.6%	51.4%	38.9%	33.7%	19.2%	44.4%	29.7%	22.7%	14.0%	15.5%	34.7%	21.2%	15.0%
上海	72.7%	50.1%	40.7%	33.2%	22.6%	37.9%	31.1%	22.8%	16.9%	19.3%	39.5%	20.5%	14.4%
広州	70.5%	47.7%	33.7%	33.4%	19.9%	40.0%	26.9%	23.2%	15.5%	17.4%	38.5%	24.2%	15.0%
重慶	71.3%	53.0%	36.8%	34.5%	22.0%	47.2%	29.3%	24.9%	14.8%	18.0%	40.0%	24.1%	16.2%

<一般市民1人あたりの平均アップロード件数>

	アニメ(映画、テレビ番組)	映画(アニメを除く)	テレビ番組(ドラマ)	テレビ番組(バラエティ)	テレビ番組(アニメ・ドラマ・バラエティ以外)	音楽(着メロを含む)	ゲーム(オンラインゲーム)	ゲーム(スマホのゲームアプリ)	ゲーム(ゲーム専用機用ゲーム)	ゲーム(PC用ゲームで非オンラインのもの)	コミック(単行本、コミック誌)	雑誌(ファッション等)	書籍(小説等)	合計
北京	2.6	1.8	1.5	1.3	0.7	3.2	1.3	0.9	0.6	0.4	1.4	1.0	0.6	17.1
上海	3.4	2.0	1.9	1.1	0.8	2.3	1.3	1.1	0.6	0.6	1.8	0.7	0.7	18.3
広州	3.2	1.9	1.1	0.9	0.7	2.7	1.2	0.8	0.5	0.6	1.8	0.8	0.7	16.9
重慶	4.5	2.6	1.2	1.0	0.9	3.1	1.0	0.9	0.5	0.6	1.5	0.8	0.7	19.3

10. まとめー日本コンテンツの不正流通対策の在り方ー

- 本調査において一定の仮説のもと推計した中国における日本コンテンツの侵害規模は、大きな数字となっている。
- しかし、アンケート調査結果から以下の示唆を得た。
 - ✓ 中国のユーザは日本の正規のコンテンツに対して一定の対価を支払ってもよいと考えている。
 - ✓ 他方、ユーザの多くが著作権に対する認識はあるものの、それが著作権保護の行動につながっていない。



<日本の権利者の対応として考えられる方策>

- インターネット上で正規にコンテンツを入手・視聴できないなかで、海賊版が容易に利用できる環境にあることが大きな要因。
- 不正流通対策と正規版展開を車輪の両輪として実施していくことが必要。
- 中国で正規展開をするに際して、独自でサイト開設したりする方法もあるが、ユーザが日常的に活用しているポータルサイトや動画投稿サイト、コンテンツ配信サイト、インターネット通販サイトに委託して、供給・販売する方法が有用。ユーザ無償の広告モデル、ユーザが有償の会員制やコンテンツ毎に課金するモデル、関連グッズの販売で利益を得るモデルなど、コンテンツに適した方法を検討していくことが考えられる。
- 中国のサイト運営者に正規版の供給を委託するとともに、不正サイトへの削除要請などの不正流通対策をセットで委託して、一定の効果を上げている試みも見られる。

<コンテンツ類型ごとの不正流通対策の方向性>

- **映像(アニメ、映画、テレビ番組)・音楽**: 流通しているコンテンツの多くが海賊版であり、また、ユーザが利用するサイトはある程度特定化されているので、正規展開と合わせて集中的に削除要請を図る方法が考えられる。
- **ゲーム**: 利用されるサイトが多数あり、また、リンクサイト／リーチサイトを利用されることも多いため、削除要請をしても別のサイトでアップロードされるなど、いたちごっこになる。正規展開を進めていく上で、リンクサイト／リーチサイトの対策を考えていく必要がある。
- **雑誌**: 中国での紙媒体の出版物の展開に加えて、電子出版ビジネスへの展開を検討するなかで、現在、海賊版サイトで行われている雑誌等のバックナンバー等のサービスも取り込んでいくことが考えられる。
- **コミック・書籍**: 多くのユーザがダウンロードせずにストリーミングで視聴していることから、海賊版を供給している中国サイトを正規ビジネスに参入させて違法コンテンツの利用を止めさせることも海賊版対策として有効であると考えられる。