

マレーシアにおけるコンテンツ産業調査（2017年）

2017年3月

独立行政法人 日本貿易振興機構(ジェトロ)

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。

2017年3月作成

作成者 独立行政法人 日本貿易振興機構（ジェトロ）
サービス産業部 クリエイティブ産業課、クアラルンプール事務所

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

Tel. 03-3582-1671 e-mail. SIC@jetro.go.jp

目次

第1章	調査実施概要.....	5
1.1	調査目的.....	5
1.2	調査分野.....	5
1.3	調査方法.....	5
第2章	映画.....	7
2.1	市場規模と将来展望.....	7
2.1.1	映画市場の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル.....	7
2.1.2	国産映画の現況.....	10
2.1.3	海外映画と日本映画の現況.....	14
2.1.4	映画のテレビ放映状況.....	25
2.1.5	映画のDVD販売状況.....	27
2.1.6	インターネット配信状況.....	28
2.2	関連見本市リスト.....	28
2.3	現地主要企業・バイヤー.....	29
2.4	その他.....	31
第3章	テレビ：番組著作権販売（ドラマ・バラエティ）、フォーマット販売.....	32
3.1	市場規模と将来展望.....	32
3.1.1	マレーシアテレビ業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル.....	32
3.1.2	地上波、ケーブルTV、衛星放送、STBの市場シェア.....	34
3.1.3	ネットTVの市場規模.....	35
3.1.4	主な関連見本市およびイベント.....	37
3.1.5	TVドラマのDVD販売状況.....	38
3.2	主要日本作品リストと現況.....	39
3.3	現地主要企業・バイヤー.....	41
第4章	アニメ：テレビ、動画配信、DVD.....	44
4.1	市場規模と将来展望.....	44
4.1.1	マレーシアアニメ業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル.....	44
4.1.2	アニメ番組のテレビ放送時間.....	45
4.1.3	劇場用アニメ（興行収入、観客動員数、上映館数）.....	46
4.1.4	アニメDVD市場状況.....	50
4.1.5	主な関連見本市およびイベント.....	52
4.2	主要輸入作品リストと日本コンテンツの現況.....	52
4.3	現地主要企業およびバイヤーリスト.....	54

第5章	音楽：CD、DVD、ライブ、イベント.....	56
5.1	市場規模と将来展望.....	56
5.1.1	マレーシア音楽業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル.....	56
5.1.2	楽曲の売上額、売上枚数.....	58
5.1.3	音楽フェスティバル、見本市開催概況.....	59
5.2	レコード会社人気作品リスト.....	61
5.3	マレーシアにおける新しい日本の音楽コンテンツの市場可能性.....	62
5.4	ライブ市場概況、スポンサーシップ状況.....	63
5.5	現地主要企業およびバイヤーリスト.....	65
第6章	マンガ.....	68
6.1	市場規模と将来展望.....	68
6.1.1	マレーシアマンガ業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル.....	68
6.1.2	マンガ出版部数、販売書店数、販売形態、流通経路.....	70
6.1.3	マンガ・カテゴリーの状況.....	71
6.1.4	主な関連見本市およびイベント.....	72
6.2	日本コンテンツの現況と主要な輸入日本マンガリスト.....	73
6.3	現地主要企業およびバイヤーリスト.....	75
第7章	ゲーム.....	77
7.1	市場規模と将来展望.....	77
7.1.1	マレーシアゲーム業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル.....	77
7.1.3	モバイルの利用状況（各OS毎の普及率）.....	82
7.1.4	主なゲーム関連見本市およびイベント.....	82
7.2	主要な輸入タイトルのリスト.....	83
7.3	現地主要企業およびバイヤーリスト.....	87

為替レート：1RM（リンギット）=25円 1ドル=112円で計算

マレーシアにおけるコンテンツ産業調査

第1章 調査実施概要

1.1 調査目的

今回の調査では、マレーシアのコンテンツ産業の主要プレイヤーおよび業界団体へのインタビューを通じて、マレーシアにおけるコンテンツ産業の概況と、今後の市場動向、さらに日本発コンテンツの市場性について明らかにすることを目的とした。

1.2 調査分野

調査分野は以下の6分野

- 1) 映画
- 2) テレビ：番組著作権販売（ドラマ・バラエティ）、フォーマット販売
- 3) アニメ：テレビ、動画配信、DVD
- 4) 音楽：CD、DVD、ライブ、イベント
- 5) マンガ
- 6) ゲーム

1.3 調査方法

調査方法は以下の2種

1) 質問票による調査

合計18社が参加。属性は以下の通り。

<映画> 製作会社1社、制作会社1社、映画関連会社1社、計3社

<テレビ> テレビ局1社、コンテンツプロバイダ1社、計2社

<アニメ> ACG（アニメ・コミック・ゲーム）コミュニティー1団体、コンテンツプロバイダ1社、計2社

<音楽> 業界団体1、レコード会社1社、レコードレーベル1社、計3社

<マンガ> 書店1社、出版社4社、計5社

<ゲーム> ゲーム開発会社1社、コンテンツ制作会社1社、書店1社、計3社

2) 各分野主要企業・人物への訪問・聞き取り調査

合計18社が参加。属性は以下の通り。

<映画> 製作会社1社、映画関連1社、配給会社1社、映画館運営会社1社 計4社

<テレビ> テレビ局2社、コンテンツプロバイダ1社、計3社

<アニメ> アニメ制作会社1社、映画関連1社、書店1社、計3社

<音楽> 業界団体1、レコード会社1社、レコードレーベル1社、音楽プロモーター2社、音楽関連1社 計6社

<マンガ> マンガ情報団体1社、主要出版社1社、マンガ関係プロモーター1社、計3社

<ゲーム> ゲーム開発会社 1 社、アニメ・ゲーム制作会社 1 社、ゲーム販売会社 1 社、
計 3 社

第2章 映画

2.1 市場規模と将来展望

2.1.1 映画市場の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル

マレーシア人の余暇の過ごし方は日本ほど多様ではなく、休日や夜のレジャーは基本的に映画鑑賞、ショッピング、グルメ、スポーツ、コンサート鑑賞、旅行に限定されるが、コンサート鑑賞や旅行は頻繁に行うものではない為、レジャーとなると映画鑑賞、ショッピング、グルメの3つが主流となる。

その中で、マレーシアの映画市場は急激に成長している。これはマレーシア人の映画への関心が高まったということではなく、映画館の設置数の増加やテレビでの放送およびオンラインストリーミングの普及等、近年の急激な環境の整備により需要が喚起されたと言える。これは、マレーシア政府の2020年までに先進国入りを果たすという目標のもと、国内に多くのショッピングモールや映画館の建設を推進しているという理由の他、スマートフォンで利用できるEチケットなど、インフラの整備も整えられたために、より多くの人々が映画館に足を運びやすくなったためといえる。

マレーシアの主要映画館はGSC (Golden Screen Cinema、以下GSCに統一)とTGV (Tanjong Golden Village、以下TGVに統一)の2社が運営している。両社とも1995年～1998年にかけてようやく本格的に映画館建設が始まった。それまでは映画館の数が少なく、組織立った映画館は存在しなかった。このため、『タイタニック』のような世界的大ヒット作もマレーシアでの興業収入はわずかRM1,050万(約2億1,000万円)であり、2015年にマレーシア最大の興行収入となった『ワイルド・スピード SKY MISSION』の約1/6となる。

マレーシアにおける歴代興行収入の上位50作品は、すべて2009年以降の作品であり、また、上位5作品はすべて2013年以降の作品であることから、近年のマレーシアにおける映画産業の急成長ぶりがうかがえる。今後は、3D、Imaxシアターの開設が増加することが見込まれている。

マレーシアの映画館はすべてEチケットを採用している。この仕組みは2007年から採用されており、映画館と銀行が共同で開発し、利用者はオンラインで購入できるようになっている。2009年には、iPhoneとAndroidのスマートフォン向けアプリも完成し、スマートフォンでのEチケットの購入も可能となっている。利用にはメンバー登録が必要であるが、アプリの利用者は100万人を超えている。

「映画産業の新しいトレンドとしては、映画製作会社が、劇場コストやテナント料などがかさみ、興行収入の配分が複雑な配給プロセスを敬遠しているため、映画を映画館ではなく、VOD（Video on Demand、以下 VOD に統一）などのオンラインで配信するモデルの確立を進めている。」

[映画配給会社談]

また、海外映画配給会社とのコラボレーションにより、制作段階で海外配給を確定し、配給が決まらないリスクを低減しながらマレーシアのコンテンツを海外に展開するという動きがある。

「外国映画についてはチケット価格が他の東南アジア諸国よりも安く（タイ 約 580 円 Major Cineplex 映画館、シンガポール 約 720 円 Cathay Cineplex 映画館、マレーシア 約 430 円 Golden Screen Cinema 映画館）ハリウッド映画を中心に映画館での映画鑑賞が活発になっている。」

[映画関係者談]

国産映画については、マレーシア映画産業全体は総じて拡大傾向にある。

「2010年4月15日に公開されたマレーシアのコンテンツプロデューサーの Ah Niu（阿牛）氏による『Ice Kacang Puppy Love』（邦題 アイス・カチャンは恋の味）という作品が国内で大きな話題となり、独立系映画製作会社が Ah Niu 氏の後を追って、多くの作品を世に出し、観客も期待していた。しかし、その作品のほとんどが期待に反して質が悪く、視聴者の失望感を招いてしまった。そのため、国産映画の作品数は次第に数が減っていったものの、2014年の『The Journey』をはじめ、ここ2、3年で再び話題作も生まれ始めている。結果として、国産映画全体の市場規模は拡大をしている。」

[映画製作会社談]

興行収入については、前述の通りチケット価格が相対的に安価であることから、マレーシアの映画興行収入はシンガポールやタイと比較しても低い状態となっている。

マレーシアはマレー系、中国系、インド系等の多民族で構成されており、様々な文化が同国内で混在しているため、それぞれの文化ごとに市場が形成されるという特徴がある。中国系では中国語コンテンツ、マレー系ではマレー語やインドネシア語コンテンツが消費されている。

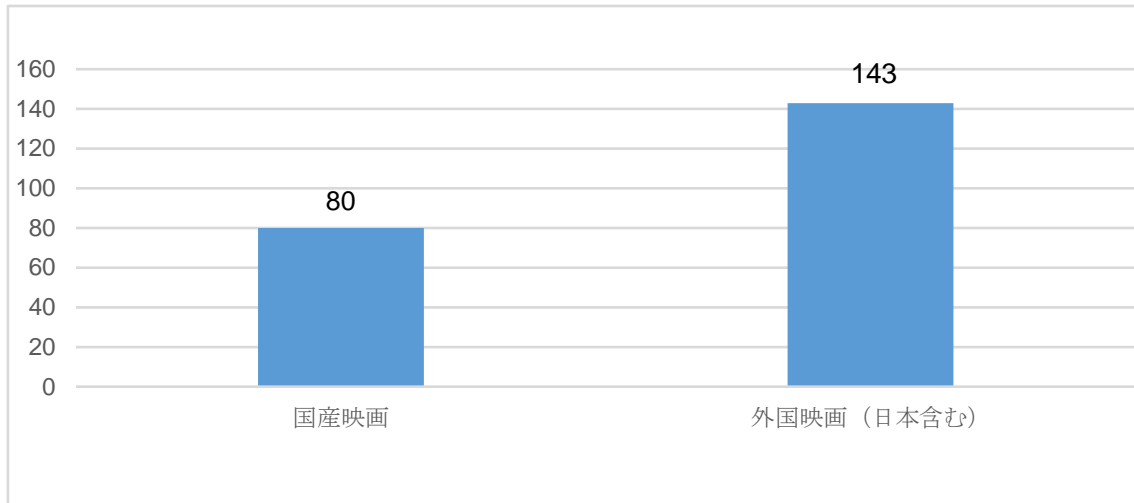


図 2-1 2016 年のマレーシア映画産業の興行収入 (単位百万 RM)

[出典：映画関係企業への聞き取り調査による]

マレーシア国産映画の映画館での興行収入は、2016 年は約 RM8,000 万 (約 20 億円)、過去 5 年間の合計興行収入は、RM3 億 7,800 万 (約 94.5 億円)。また、2016 年の海外映画作品の興行収入は、RM1 億 4,300 万 (約 35.7 億円) となっている。

Box Office Mojo (IMDb 社傘下のオンラインデータベースサイト) が 2008 年に調査を開始して以来の統計によると、興行収入上位 5 つは全て 2012 年～2016 年の作品であり、マレーシア国内で映画を映画館で鑑賞する視聴者が増えている証左と言える。

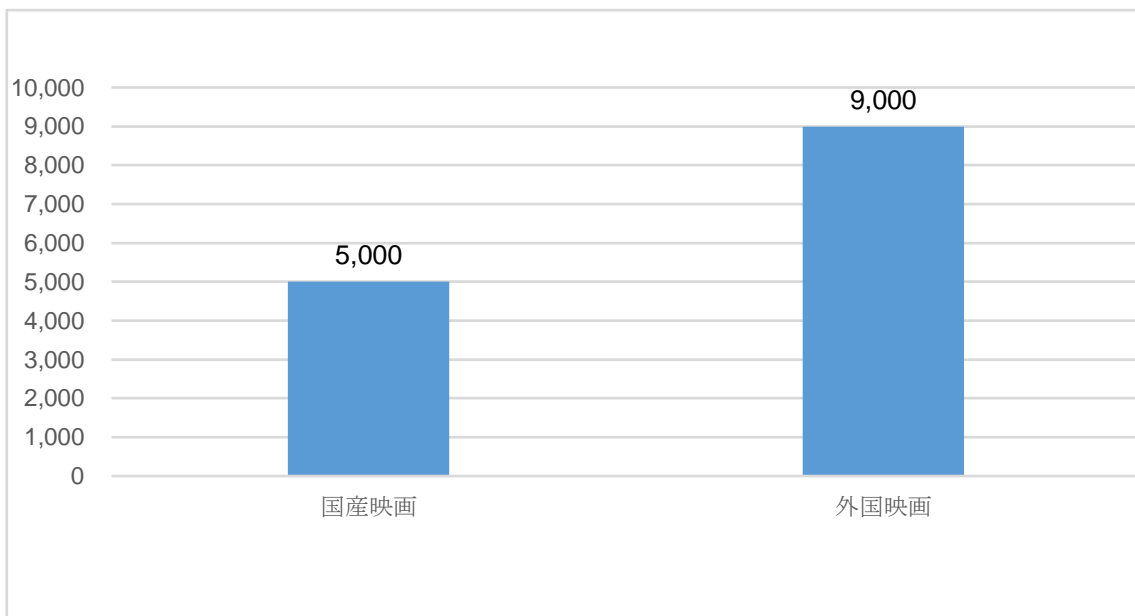


図 2-2 2016 年の劇場来場者数 (単位：千人)

[出典：映画関係企業]

「劇場関係者への聞き取り調査によると、2016 年のマレーシア国産映画の劇場来場者数は 500 万人、外国映画の総来場者数は 900 万人。総上映スクリーン数は、国産映画が 2,134 ス

クリーン、外国映画については正確な統計が無いが、来場者数との比較で、約 1.8 倍のスクリーン数での上映であると推測され、より集客の見込める外国映画に上映の比重を置いているといえる。」

[映画館関係者談]

2.1.2 国産映画の現況

FINAS (National Film Development Corporation Malaysia 国立映画振興公社) によると、2016 年には、国産作品が 46 作品、海外作品は 333 作品が上映された。2012 年から 2016 年までの国産映画トップ 10 の興行収入および観客動員数の推移は以下の通りである。

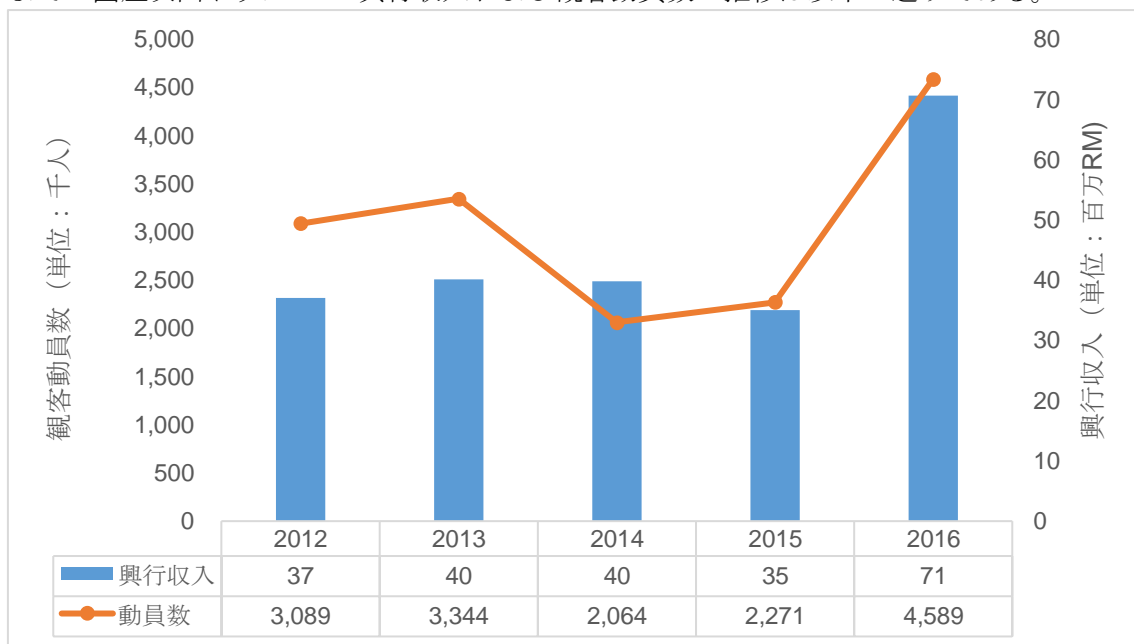


図 2-3 マレーシアの国産映画トップ 10 の合計興行収入と観客動員数推移

[出典：FINAS (国立映画振興公社)]

国産映画に関して、アニメの世界的な人気の流れに乗り、マレーシアのアニメ・CG 制作スタジオも自国のアニメ映画の制作に力を入れており、興行収入ランキングにも上位に入る作品が出てきている (2016 年の 3 位『BoBoiBoy』と 5 位『Upin & Ipin Jeng Jeng Jeng!』は国産のアニメ)。国産のアニメや CG 制作の実力は国際的にも注目されており、ユニバーサルスタジオ等のアメリカの大手映画会社でも、マレーシアのクリエイターや制作会社が採用されている。日本のゲームや CG 関連で BANDAI や SEGA をクライアントに持つマレーシアのアニメスタジオも存在している。

表 2-1 2012 年～2016 年のマレーシア国産映画興行収入トップ 10

2012 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	スクリーン	動員数 (単位：千人)
1	Adnan Sempit 2	6.82	82	568
2	Jalan Kembali	4.98	80	415
3	Aku, Kau Dan Dia	4.88	53	406
4	Istanbul, Aku Datang	3.58	70	298
5	Hantu Gangster	3.45	99	287
6	Hantu Kapcai	3.19	71	265
7	Aku Terima Nikahnya	2.75	63	229
8	Bujang Terlajak	2.60	69	216
9	Jangan Pandang Pandang	2.51	75	209
10	SeeFood (English)	2.36	68	196
小計		37.12	730	3,089

2013 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	スクリーン	動員数 (単位：千人)
1	Husin, Mon & Jin Pakai Toncit	5.89	71	490
2	KL Gangster 2	4.96	101	413
3	The Wedding Diary	4.61	51	384
4	Once Upon a Time	4.61	62	384
5	Rock 00	3.95	72	329
6	Adnan Sempit 3	3.94	72	328
7	Highland Tower	3.52	46	293
8	KL Zombie	2.95	64	245
9	9 Ustaz, Mu Tunggu Aku Datang	2.88	53	240
10	10 Juvana	2.86	67	238
小計		40.17	659	3,344

2014 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	スクリーン	動員数 (単位：千人)
1	The Journey	17.17	57	1,100
2	Abang Long Fadil	4.61	81	307
3	Ah Beng The Movie	4.08	79	272
4	Huat Ah! Huat Ah! Huat	3.6	63	240
5	Balistik	2.27	71	151
6	Yu Lan Shen Gong	1.83	62	122
7	Pengantin Malam	1.69	50	112
8	Zombi Kilang Biskut	1.59	79	103
9	Bullets Over Petaling Street	1.52	65	101
10	Sejoli	1.45	78	96
小計		39.81	685	2,604

2015 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	スクリーン	動員数 (単位：千人)
1	Polis Evo	17.47	44	1,100
2	My Papa Rich (Mandarin)	3.02	69	200
3	Suamiku Encik Perfect 10	2.98	53	199
4	Villa Nabila	2.8	84	187
5	CICAK MAN 3	2.55	69	170
6	PILOT CAFE	1.68	81	112
7	JWANITA	1.44	59	96
8	Juavana 2 - Terperangkap Dalam Kebebasan	1.25	62	83
9	Hantu Bungkus Ikat Tepi	0.99	39	66
10	Keranda Tok Wan Terbang	0.87	50	58
小計		35.05	610	2,271

2016年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万RM)	スクリーン	動員数 (単位：千人)
1	OLABOLA	16.66	88	1,100
2	MUNAFIK	15.87	118	1,000
3	BOBOIBOY	15.77	106	1,000
4	ROCK BRO! KEMBALI KE PANGKAL JALAN	5.39	68	359
5	UPIN & IPIN JENG JENG JENG!	4.89	73	326
6	MAT MOTO - KAMI MAT MOTO BUKAN MAT REMBIT	4.32	102	288
7	HUAT THE FISH	3.30	67	220
8	ALIFF DALAM 7 DIMENSI	1.62	69	108
9	JUVANA 3	1.44	44	96
10	DESOLUSI	1.39	103	92
小計		70.65	838	4,589

[出典：FINAS（国立映画振興公社）]

2.1.3 海外映画と日本映画の現況

海外作品のほとんどはハリウッド映画であり、一部香港の作品も含まれる。スクリーン数はほとんどの映画でそれぞれ 100 スクリーンを超える。2015 年の輸入映画の合計興行収入は RM3 億 6,991 万（約 37 億円）であり、観客動員数はのべ約 2,348 万人である。

2012 年から 2016 年までの海外映画トップ 10 の合計興行収入と観客動員数の推移は以下の通りである。[注]2016 年は上半期のデータ

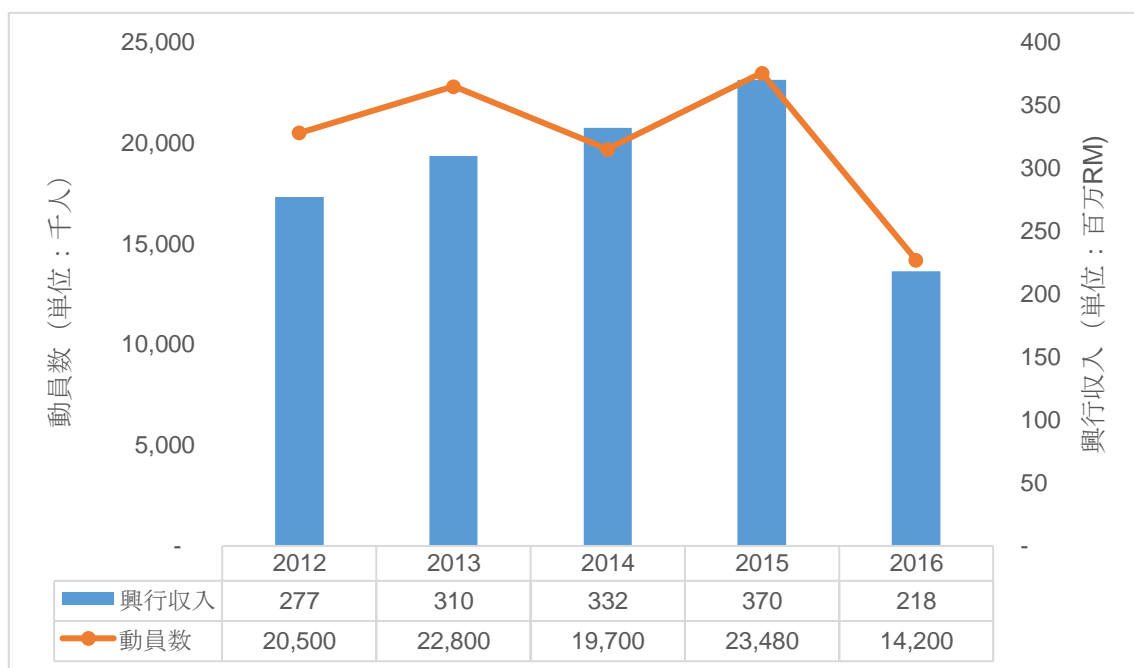


図 2-4 海外映画トップ 10 の合計興行収入と動員数の推移

[出典：Box Office Mojo]

表 2-2 2012 年～2016 年のマレーシアにおける海外映画興行収入トップ 10

2012 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	製作国	動員数 (単位：千人)
1	The Avengers (2012) アヴェンジャーズ	48.33	米国	3,600
2	The Amazing Spider-Man アメイジング・スパイダーマン	31.36	米国	2,300
3	Skyfall 007 スカイフォール	29.28	米国	2,200
4	Chinese Zodiac ライジングドラゴン	28.80	香港	2,100
5	Battleship バトルシップ	28.27	米国	2,100
6	The Dark Knight Rises ダークナイト・ライジング	25.36	米国	1,900
7	MEN IN BLACK 3 メン・イン・ブラック 3	22.54	米国	1,700
8	The Expendables 2 エクスペンダブルズ 2	22.14	米国	1,600
9	The Hobbit: An Unexpected Journey ホビット 思いがけない冒険	21.43	米国	1,600
10	Journey 2: The Mysterious Island センター・オブ・ジ・アース 2 神秘の島	19.62	米国	1,400
小計		277.13		20,500

2013年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万RM)	製作国	動員数 (単位：千人)
1	Iron Man 3 アイアンマン3	61.30	米国	4,600
2	Fast & Furious 6 ワイルド・スピード EURO MISSION	43.48	米国	3,200
3	Thor: The Dark World マイティ・ソー／ダーク・ワ ールド	38.85	米国	2,900
4	G.I Joe: Retaliation G.I. ジョー バック2リベンジ	31.22	米国	2,300
5	Man of Steel マン・オブ・スティール	28.00	米国	2,100
6	The Hobbit: The Desolation of Smaug ホビット 竜に奪われた王国	23.73	米国	1,700
7	World War Z ワールド・ウォーZ	22.36	米国	1,600
8	Pacific Rim パシフィック・リム	22.31	米国	1,600
9	Despicable Me 2 怪盗グルーのミニオン危機一髪	21.52	米国	1,600
10	The Wolverine ウルヴァリン：SAMURAI	16.89	米国	1,200
小計		309.66		22,800

2014年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万RM)	製作国	動員数 (単位：千人)
1	Transformers: Age of Extinction トランスフォーマー/ロストエイジ	59.62	米国	3,600
2	The Amazing Spider-Man 2 アメイジング・スパイダーマン 2	41.41	米国	2,500
3	Captain America: The Winter Soldier キャプテン・アメリカ/ウィンター・ソルジャー	37.04	米国	2,200
4	X-Men: Days of Future Past X-men : フューチャー&パスト	29.33	米国	1,700
5	The Hobbit: The Battle of the Five Armies ホビット 決戦のゆくえ	29.28	米国	1,700
6	Maleficent マレフィセント	28.18	米国	1,700
7	Night at the Museum: Secret of the Tomb ナイトミュージアム エジプト王の秘密	27.61	米国	1,600
8	Big Hero 6 ベイマックス	27.08	米国	1,600
9	Godzilla (2014) ゴジラ 2014	26.77	米国	1,600
10	Robocop (2014) ロボコップ (2014)	25.71	米国	1,500
小計		332.03		19,700

2015 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	製作国	動員数 (単位：千人)
1	Furious 7 ワイルド・スピード SKY MISSION	70.52	米国	4,500
2	Avengers: Age of Ultron アベンジャーズ/エイジ・オブ・ ウルトロン	59.05	米国	3,800
3	Jurassic World ジュラシックワールド	50.76	米国	3,200
4	Ant-Man アントマン	29.72	米国	1,900
5	Star Wars: The Force Awakens スター・ウォーズ/フォースの 覚醒	29.19	米国	1,890
6	Ip Man 3 イップ・マン 継承	28.93	香港	1,800
7	San Andreas カリフォルニア・ダウン	27.74	米国	1,790
8	Mission Impossible - Rogue Nation ミッション：インポッシブル / ローグ・ネイション	26.24	米国	1,700
9	Maze Runner: The Scorch Trials メイズ・ランナー (2) 砂漠の 迷宮	24.12	米国	1,500
10	Spectre 007 スペクター	23.64	米国	1,400
小計		369.91		23,480

2016年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万RM)	製作国	動員数 (単位：千人)
1	Captain America: Civil War キャプテンアメリカ シビル・ ウォー	47.86	米国	2,800
2	Batman v Superman: Dawn of Justice バットマン vs スーパーマン ジャスティスの誕生	33.60	米国	2,000
3	The Mermaid 人魚姫	31.47	米国	1,800
4	Doctor Strange ドクターストレンジ	26.27	米国	1,500
5	The Jungle Book ザ・ジャングル・ブック	25.47	米国	1,400
6	Deadpool デッドプール	23.71	米国	1,000
7	From Vegas to Macau 3 ヴェガスからマカオへ 3	17.66	香港	960
8	Rogue One: A Star Wars Story ローグワン/スターウォーズス トーリー	16.36	米国	93
9	The Great Wall グレートウォール	15.97	米国	924
10	Kung Fu Panda 3 カンフー・パンダ 3	15.90	米国	890
小計		254.27		13,367

[出典：Box Office Mojo]

※上映スクリーン数についてはすべて非公開

国産映画と海外映画を比較すると、2015年時点において、10倍ほど海外映画の興行収入が高かった。2016年は、上半期の時点ですでに国産映画の興行収入が前年比約2倍に増えており、国産映画にも人気の兆しが出ている。

2016年のマレーシア映画の1位の『OLABOLA』はマレーシアの国民的スポーツであるサッカーを扱ったものであり、RM1,600万以上の興行成績を得ているほか、2位の『MUNAFIK』はホラー映画、3位の『BOBOIBOY』はCGアニメである。この3つは近年マレーシアで人気のあるジャンルである。

※[注]2016年は上半期のデータのみ（大手映画配給会社の推計値）

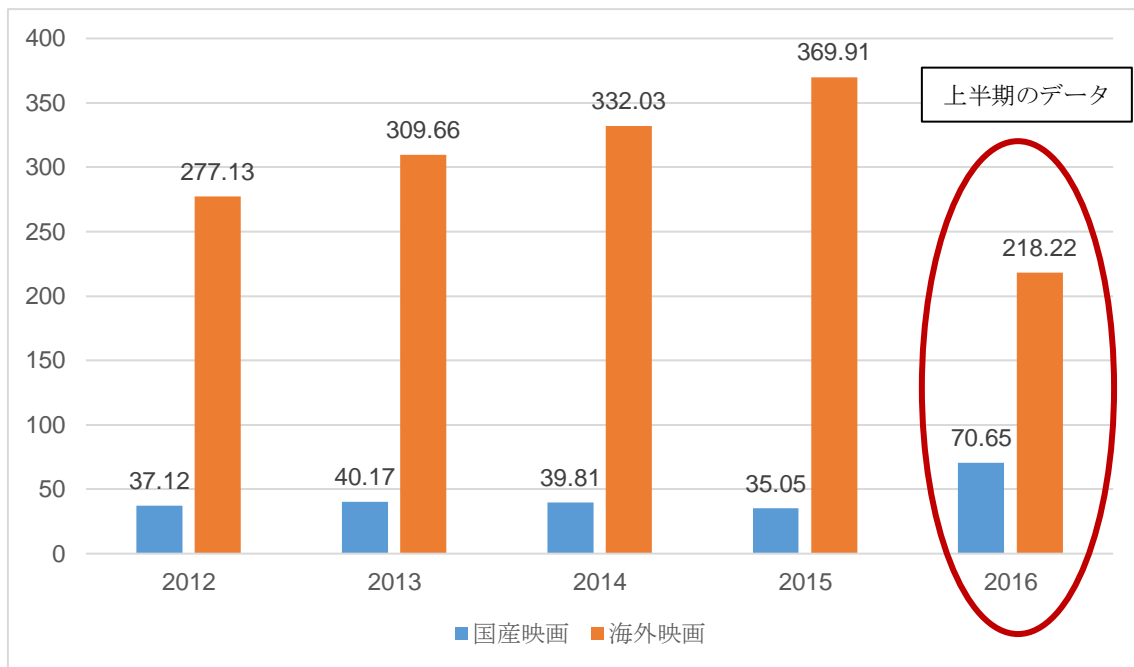


図 2-5 国産映画・海外映画の興行収入推移(単位：百万 RM)

[出典：国産映画 FINAS 海外映画 Box Office Mojo]

海外映画の中で、日本映画の興行は珍しく、主に国際映画を取り扱う GSC シネマでの上映に限られている状況である。その中でも、日本映画の過去 5 年間（2012 年～2016 年）の合計興行収入 RM800 万（約 2 億円）のうち、2016 年のみの売上で、RM600 万（約 1.5 億円）と、日本映画の市場が急拡大している。これは、劇場が映画配給のビジネスを開始し、近年注目され始めた日本のコンテンツを配給会社の手を借りずに独自に調達するモデルが確立したことで、日本におけるヒット作をスムーズに配給できるようになったからである。劇場がこのようなビジネスを始めたのは、会社の拡大とともに、劇場の運営のみならず、コンテンツを扱う部署を設置してきたからである。

2016 年にマレーシアで公開された日本映画の数は 15 本、観客動員数は合計約 50 万人であった。世界的大ヒットとなった『君の名は。』はマレーシアでは 8 位であったが、隣国タイでは、過去の日本作品の中でも最高の売上を記録し、123 万ドルの興行収入をあげた。

マレーシアでは過去の日本映画の上映作品を見ても分かる通り、ホラー映画に対する需要が大きく、2015 年は『呪怨 -ザ・ファイナル』が興行収入 1 位、2013 年は『貞子 3D 2』が 1 位となっている。これは、2016 年のマレーシアの国産映画のランキングを見ても、2位の『MUNAFIK』、8位の『ALIFF DALAM 7 DIMENSI』、9位の『JAVANA 3』はいずれもホラー作品であり、国内外の作品を問わず、ホラーはひとつの大きな人気ジャンルとなっていることがわかる。

表 2-3 2012 年～2016 年のマレーシアにおける日本映画興行収入ランキング

2012 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	動員数 (単位：千人)
1	Sadako 3D 貞子 3D	2.07	158

[出典：Box Office Mojo]

2013 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	動員数 (単位：千人)
1	Sadako 2 3D 貞子 2 3D	1.10	86
2	Ruroni Kenshin: Meiji Kenkaku Romantan るろうに剣心 -明治剣客浪漫譚-	0.1	8
3	Road to Ninja: Naruto the Movie (邦題同じ)	0.004	0.4
4	Fairy Tail: The Phoenix Priestess 劇場版 FAIRY TAIL 鳳凰の巫女	0.003	0.26

[出典：Box Office Mojo]

2014 年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万 RM)	動員数 (単位：千人)
1	Kaze Taichinu (The Wind Rises) 風立ちぬ	0.13	8.3
2	Kuro Shitsuji (Black Butler) 黒執事	0.08	5.4
3	Soshite chichi ni naru (Like Father, Like Son) そして父になる	0.01	2.8

[出典：Box Office Mojo]

2015年

順位	タイトル	興行収入 (単位：百万RM)	動員数 (単位：千人)
1	Ju-On: The Final Curse 呪怨 -ザ・ファイナル	2.78	168
2	Boruto: Naruto the Movie BORUTO ボルト -NARUTO THE MOVIE-	1.63	98
3	Dragon Ball Z: Fukkatsu No F ドラゴンボール Z 復活の「F」	0.97	60
4	Attack on Titan: Part 1 進撃の巨人 ATTACK ON TITAN	0.88	53
5	Attack on Titan: Part 2 進撃の巨人 ATTACK ON TITAN エンド オブ ザ ワールド	0.53	32
6	Gekijo Rei 劇場霊	0.44	29
7	Stand by Me Doraemon STAND BY ME ドラえもん	0.22	14
8	Detective Conan: Sunflowers of Inferno 名探偵コナン 業火の向日葵	0.13	8
9	Kiseiju: Part 2 寄生獣 2	0.09	7.9
10	Attack on Titan Crimson Bow and Arrow 進撃の巨人」前編～紅蓮の弓 矢～	0.09	6

[出典：Box Office Mojo]

※上映スクリーン数についてはすべて非公開

2016年

順位	作品名
1	Doraemon The Movie: Nobita And The Birth Of Japan 2016 ドラえもん 新・のび太の日本誕生
2	Assassination Classroom 2: Graduation 暗殺教室～卒業編～
3	Sadako vs Kayako 貞子 VS 伽椰子
4	Crayon Shinchan The Movie: The Great Assault On The Dreaming World! クレヨンしんちゃん 爆睡！ユメミーワールド大突撃
5	Terraformars テラフォーマーズ
6	Erased 僕だけがいない街
7	Yu-Gi-Oh! The Dark Side Of Dimensions 遊☆戯☆王 THE DARK SIDE OF DIMENSIONS
8	Your Name 君の名は
9	Death Note: Light Up The New World デスノート Light Up The New World
10	ONE PIECE FILM GOLD (邦題同じ)
11	Shin Godzilla シン・ゴジラ
12	Arpeggio of The Blue Steel - Ars Nova- DC Cadenza 蒼き鋼のアルペジオ-アルス ノヴァ- DC Cadenza
13	Sugiura Chiune 杉浦千畝
14	My Love Story 俺物語！！
15	No Longer Heroine ヒロイン失格

[出典：GSC]※興行収入データは、現時点において未確定

2.1.4 映画のテレビ放映状況

表 2-4 2016 年にマレーシアで Media Prima (P33 参照) が運営する地上波 4 局で
テレビ放映された映画トップ 10

順位	作品名	チャンネル	視聴者数	視聴率
1	KAU, AKU, KIT A RAYA	TV3	2,616	12.3
2	DILWALE	TV3	2,517	11.8
3	BOBOIBOY THE MOVIE	TV3	1,904	8.9
4	KUCH KUCH HOTA HAI	TV3	1,850	8.8
5	IST. NUZUL QURAN	TV3	1,780	8.4
6	C' RAMA	TV3	1,686	7.9
7	FIESTA RAYA	TV3	1,669	7.8
8	MAK CUN PI NEW YORK	TV3	1,657	7.8
9	CIK CINDERLLA&EN. TENGGU RAYA	TV3	1,588	7.4
10	DEEPAVAU SPECIAL	TV3	1,399	6.6

[出典 : Nielsen TV Audience Measurement]

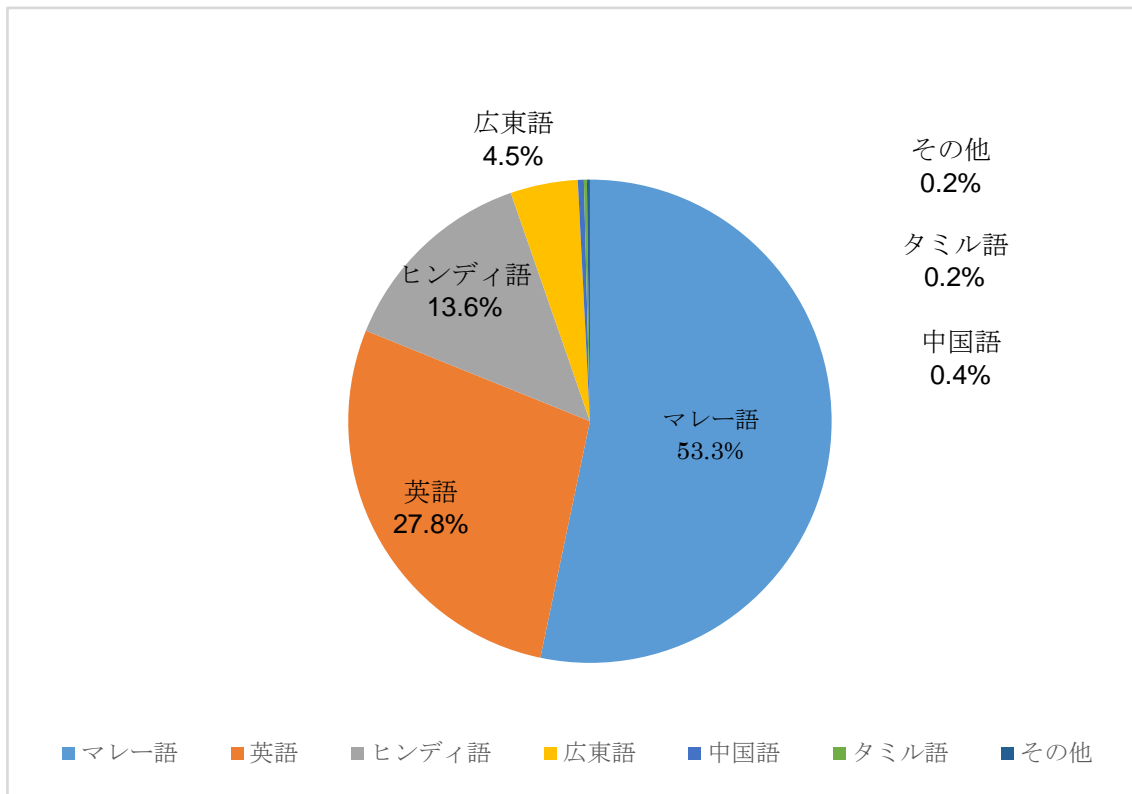


図 2-6 Media Prima が TV チャンネル (TV3) で放映した映画の使用言語

[出典: Nielsen TV Audience Measurement]

テレビ放映に関しては、劇場と比較すると国産映画の上映が多く、マレー語による国内制作の映画が 53.3% と最も多く占める。

2.1.5 映画のDVD販売状況

映画業界関係者によると、オンラインで正規DVD（国産、海外問わず）を購入するのは全流通量の20%程度であると言われており、主な販売サイトはLazada、Youbeli、Lelong.com、およびebayなどがある。残りは店頭販売が主流となっている。この数値に留まっているのは、マレーシア国民はオンラインでDVDを購入することに慣れていないことが挙げられる。主に購入されるソフトは海外映画が多く、ハリウッド映画の人気の高いものの、香港、中国の作品もよく購入されている。

表2-5 2016年の映画のDVD売り上げトップ10（単位：百万RM）

順位	作品名	輸入元	売り上げ
1	Ola Bola	マレーシア	非公開
2	Ip Man 3	香港	非公開
3	The Mermaid	中国	非公開
4	Deadpool	アメリカ	非公開
5	London Has Fallen	アメリカ	非公開
6	Batman Vs Superman	アメリカ	非公開
7	Independence Day:Resurgence	アメリカ	非公開
8	From Vegas to Macau 3	香港	非公開
9	Captain America:Civil War	アメリカ	非公開
10	A First Within Four Walls	香港	非公開
		合計	2.41 (約6,000万円)

[出典：PMP Entertainment]

2.1.6 インターネット配信状況

表 2-6 メジャーな映画のストリーミングサイト

サイト名	運営会社	市場参入時期	URL
Iflix	Iflix Sdn Bhd	2015 年	https://www.iflix.com/
Netflix	Netflix	2016 年	https://www.netflix.com/
Dimsum	Star Media Group Bhd	2016 年	https://www.dimsum.my/

[出典：映画関係企業]

総じてオンラインストリーミングの市場は拡大傾向にあり、マレーシア国内での映画の配信に影響力を持ちはじめている。

2.2 関連見本市リスト

表 2-7 マレーシアの主要映画見本市リスト

1	見本市名	Malaysia International Film Festival & Malaysian Golden Globe Award
	概要	マレーシア国際映画祭（通称 MIFF）。世界から輸入される映画の見本市も兼ねたマレーシアで定期的に行われる唯一の見本市。マレーシアの芸術・文化のプロモーションとマレーシア観光振興も兼ねたイベント。動員数は約 5,000 人。
	URL	http://www.miffest.com.my/ http://www.mgga.com.my/
2	見本市名	Malaysia Film Festival (by FINAS & GAFIM)
	概要	1980 年から開催している国立映画振興公社（FINAS）主催の映画祭。動員数は約 3,000 人。
	URL	http://www.malaysiafilmfestival.com
3	見本市名	Golden Butterfly Award 2016
	概要	単年度開催の映画祭。動員数は約 1,000 人。
	URL	https://www.facebook.com/GWA2013
4	見本市名	Golden Wau Award 2013
	概要	単年度開催の映画祭。動員数は約 1,000 人。
	URL	https://www.facebook.com/GWA2013

2.3 現地主要企業・バイヤー

社名	Lomo Pictures	Email	info@lomopictures.my
業種	制作会社	Website	www.facebook.com/lomopictures
担当者	Aron Koh	電話	+60 (0)3 8605 0169
住所	D-9-2 Setiawalk, Persiaran Wawasan, Pusat Bandar Puchong, 47160 Puchong, Selangor.		

社名	MM2 Entertainment	Email	enquiry@mm2entertainment.com
業種	製作会社	Website	http://www.mm2entertainment.com/
担当者	Kent Chan	電話	+60 (0)3 7727 8388
住所	B.09.01, Menara Bata PJ Trade Centre, No.8 Jalan PJU 8/8A Bandar Damansara Perdana 47820 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Asia Tropical Films (ATF)	Email	admin@atfilms.com.my
業種	製作会社	Website	http://www.atfilms.com.my/web/
担当者	Keoh Chee Ang	電話	+60 (0)3 7972 6667/+60 (0)3 7972 6668
住所	46-48, Jalan Awan Hijau, Taman Overseas Union Kuala Lumpur, Malaysia		

社名	Astro Shaw	Email	astroshaw@astro.com.my
業種	製作会社	Website	http://www.astroshaw.com.my/
担当者	Azlina Megat	電話	+60 (0)3 9543 6688
住所	Unit 1, Level 5, Block C, Mines Waterfront Business Park, 43300 Seri Kembangan, Selangor.		

社名	SKT Media	Email	info@skt.my
業種	製作会社	Website	www.sktmedia.com.my
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 2282 7228
住所	29-7, The Boulevard Office, Lingkaran Syed Putra, Mid Valley City, 59200 Kuala Lumpur.		

社名	Dim Sum	Email	contactus@dimsum.my
業種	インターネット配 給会社	Website	www.dimsum.my
担当者	Lai Sook Yee	電話	+60 (0)3 7966 8302
住所	Star Online Sdn Bhd. Level 3.01, Tropicana City Office Tower, No.3, Jalan SS20/27, 47400 Petaling Jaya, Selangor		

社名	FINAS	Email	info@finas.my
業種	映画団体	Website	www.finas.gov.my
担当者	Mohd Zulkifli Ab. Wahab	電話	+60 (0)3 4104 1300
住所	Kompleks Studio Merdeka, Jalan Hulu Kelang, 68000 Ampang, Selangor		

社名	PMP Entertainment	Email	marketing@pmp-entertainment.com
業種	映画配給会社	Website	http://www.pmp-entertainment.com/
担当者	Angie Lim	電話	+60 (0)3 9131 8895
住所	No. 33, Jalan 1/119, Taman Bukit Hijau, Cheras, 56000 Kuala Lumpur		

社名	TGV Pictures	Email	tgvpictures@tgv.com.my
業種	映画配給会社	Website	www.tgv.com.my
担当者	Suhaila Lasim	電話	+60 (0)3 2381 3535/1300 222 TGV (848)
住所	Level 6, Menara Maxis, Kuala Lumpur City Centre, 50088 Kuala Lumpur		

社名	GSC	Email	cs@gsc.com.my marketing@gsc.com.my
業種	映画配給会社	Website	www.gsc.com.my/corporate/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 7806 8888/+60 (0)3 7713 7888
住所	1, Jalan SS22/19, Damansara Jaya, 47400 Petaling Jaya		

2.4 その他

マレーシアの映画は検閲が厳しく、性的表現（性的マイノリティーも対象）、暴力的な表現は制限され、作品によってはモザイク処理やカット処理がされ、上映が禁止される作品もある。最近では、実写版『美女と野獣』が2016年3月16日に上映開始予定だったものの、性的マイノリティーのキャラクターが登場することが問題となり、開始が延期され、3月30日に上映開始となるといったケースが見られた。こういった事情のため、海賊版DVDやオンラインでの違法ダウンロードで、オリジナル作品を閲覧する傾向がある。

第3章 テレビ：番組著作権販売（ドラマ・バラエティ）、フォーマット販売

3.1 市場規模と将来展望

3.1.1 マレーシアテレビ業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル

「地上波や衛星、ケーブルテレビでのドラマ視聴に関しては、オンラインストリーミング需要の拡大によりマーケットが縮小している。インターネットを利用した番組の視聴者は、ドラマのエピソードを連続して視聴する傾向があり、週に1回の放送形態の地上波や衛星メディアより、オンラインによるオンデマンド方式を好む傾向がある。マレーシアでのインターネットテレビの登録者は向こう3年で23%の増加が予想されている。」

[メディア関係者談]

この流れにあわせて、マレーシアではデジタル機器を使用したテレビ番組の視聴は増加しており、衛星放送の最大手 ASTRO 社（マレーシア全世帯約 720 万のうち、約 70%の 510 万世帯が契約）が展開しているスマートフォンアプリ「ASTRO on the Go」は、正規に購入されたテレビ番組をいつでもどこでも視聴できる環境を提供しており、過去のテレビドラマを視聴するといったことができるようになっている。

デジタルプラットフォームは、視聴者となるターゲットや操作性、アクセスのしやすさにおいて、既存のテレビ局で放送する場合とは異なっており、インターネット上での配信を行うものであるが、依然として都市以外の一部のエリアにおいては高速インターネットの環境が整備されておらず、衛星放送の視聴世帯がインターネット視聴世帯よりも多い状態である。

一般的に、マレーシア人は新しいコンテンツを好む傾向があり、モバイルテクノロジーの進化によって、より早くより簡単に、新しいコンテンツを視聴できるようになったことが、インターネットストリーミングが人気となっている要因の一つである。インターネットストリーミングにおいて、もっとも人気のあるコンテンツは『Games of Thrones』であり、次に人気のあるシリーズは『The Walking Dead』である。これらのテレビドラマシリーズも ASTRO 社によって配信されている。

外国企業と戦略的提携をし、アジア圏全体の市場をターゲットとした国際共同制作もなされている。グローバルチャンネル、AXN 社が権利を持つ『Amazing Race Asia』や『Asia Got Talent』といった番組がこの例である。

『Blue Blood』や『Hawaii Five-0』といったアメリカの人気ドラマシリーズが数多く放送されており、これらの作品は今のところ好調な売れ行きを維持している。視聴者の注目を集めるためのコンテンツについては、ASTRO 社が新しいものを定期的に輸入している。

日本の Abema TV のようなオンラインテレビもマレーシアで生まれつつある。例えば On Connection 社によるサービス「ONFM」では24時間中、様々な番組を放送しているが、魅力的な番組が少ないなど、まだまだ課題は多い。

3.1.2 地上波、ケーブルTV、衛星放送、STBの市場シェア

マレーシア国内においては、大手メディアコンглоメリット社、Media Prima 社が地上波チャンネル TV3、NTV7、8TV、TV9 の4つを抱え、圧倒的な優位性を保っている。

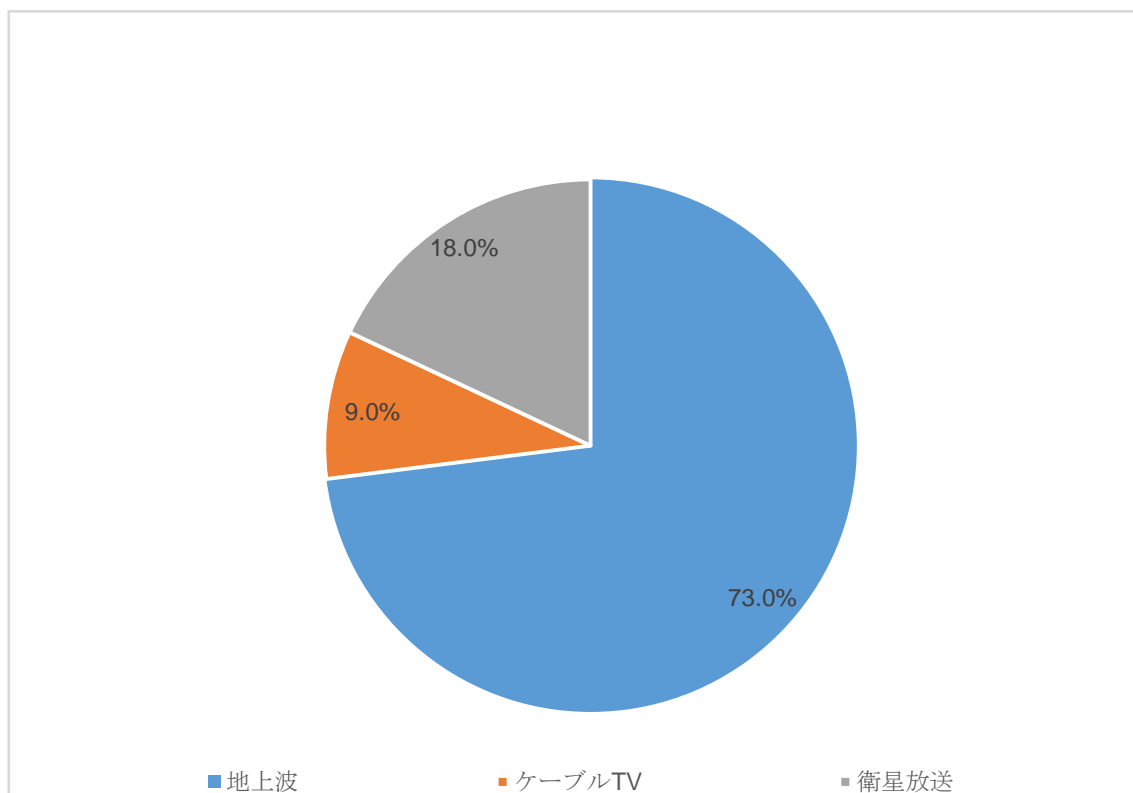


図 3-1 地上波、ケーブルTV、衛星放送の市場占有率

種別	割合	チャンネル
地上波	73%	TV1, TV2, TVi, TV3, NTV7, 8TV, TV9, TV AlHi jrah
ケーブルTV	9%	HyppTV
衛星放送	18%	Astro, NJOI
STB	0%	-

(図 3-1 補足資料) [出典：DimSum]

3.1.3 ネットTVの市場規模

インターネットTVは、マレーシアでは2011年にスタートし、2012年には人気のサービスとなった。インターネットTVは、リストの中から好きな番組を選べるという利点があり、それが多くの国民に支持された理由の一つと言える。さらに、約80%のスマートフォンユーザーが、アプリを利用してインターネットTVを視聴している。

表 3-1 主要TV番組配信サイト一覧

サイト名	運営会社	URL
Tonton	Media Prima	http://www.tonton.com.my/
Astro on the Go	Astro	https://my.onthego.astro.com.my/
iFlix	iFlix	https://www.iflix.com/
Netflix	Netflix	https://www.netflix.com/
DimSum	DimSum	https://www.dimsum.my/

[出典：DimSum]

マレーシアでは韓国ドラマが人気のコンテンツであり、インターネットストリーミングにおいても韓国発のコンテンツの輸入が盛んである。そのような環境下でも、2016年には日本ドラマの『ドクターX』や『いたずらな Kiss』が輸入ドラマの1位と3位に食い込む等、日本のドラマはマレーシアで市場を拡大する大きな可能性を見せた。

事例として上記のDimSum社では、次頁にあるコンテンツを海外から輸入している。

表 3-2 DimSum における 2016 年の輸入コンテンツ

作品名	輸入元
Doctor X series ドクターX	日本
Pretty Lee Hui Zhen	中国
Mischievous Kiss Series イタズラな Kiss	日本
Catch Tomorrow	韓国
Doctors	韓国
Love by Design	台湾
Doctor Stranger	韓国
The Inheritors	韓国
My Love from the Star	韓国
Rooftop Prince	韓国

[出典：DimSum]

3.1.4 主な関連見本市およびイベント

表 3-3 主な映像コンテンツ関連見本市およびイベント

1	イベント名	Golden Awards
	概要	2010年、2012年、2014年に開催。中華系TV番組NTV7が主催するTV番組の年間授賞式。約3,000人動員。
	URL	http://www.goldenawards.com.my/
近隣国開催のイベント		
1	イベント名	Asia Pacific Video Operators Summit, APOS (インドネシア)
	概要	2010年に発足したサミット(略称APOS)。APOSはメディア業界、通信業界、エンターテインメント業界のプレミアイベントであり、ビデオストリーミングの進展や、テレビ、ビデオの広告を主要テーマに開催されている。
	URL	http://www.visitapos.com/
2	イベント名	Broadcast Asia (シンガポール)
	概要	映画・放送業界の国際イベント。このイベントでは、業界をリードするブランドオーナーやソリューションプロバイダーが提供する最先端の技術およびソリューションに関する情報を得ることができる。
	URL	http://www.broadcast-asia.com/
3	イベント名	CASBAA Convention (マカオ)
	概要	マルチチャンネルTV、デジタルメディア企業、通信業者、および投資家が集めるコンベンション。
	URL	https://www.casbaaconvention.com/

[出典：DimSum]

3.1.5 TV ドラマの DVD 販売状況

2016 年の TV ドラマ DVD の売り上げトップ 10 は以下の通りである。トップ 10 はほぼ韓国・中国のコンテンツであり、日本の TV ドラマは含まれていない。これは、日本の最新 TV ドラマの DVD はマレーシアでは販売自体がされていないという理由によるものである。販売されている日本のドラマ DVD は、かつてブームとなった『ラブジェネレーション』や『花より男子』といった、過去のものに限られる。

表 3-4 マレーシアにおける 2016 年のドラマ DVD 売上トップ 10 (単位：百万 RM)

順位	作品名	輸入元	放送時期	売り上げ
1	Descendants Of The Sun	韓国	2016 年 2 月～4 月	非公開
2	Bring It On Ghost	韓国	2016 年 7 月～8 月	非公開
3	Oh My Ghost	韓国	2015 年 7 月～8 月	非公開
4	Reply 1988	韓国	2015 年 11 月～ 2016 年 1 月	非公開
5	Legend Of Miyue	中国	2015 年 11 月～ 2016 年 1 月	非公開
6	Imperial Doctoross	中国	2016 年 2 月～3 月	非公開
7	Love In The Moonlight	韓国	2016 年 8 月～10 月	非公開
8	Another Miss Oh	韓国	2016 年 5 月～6 月	非公開
9	Cheese In the Trap	韓国	2016 年 1 月～3 月	非公開
10	A First Within Four Walls	香港	2016 年 8 月	非公開
		合計		2.42 (約 6,050 万 円)

[出典：PMP Entertainment]

3.2 主要日本作品リストと現況

2010年～2016年の間、日本のドラマは主に、TV1、TV2、TV3、TV8 および TV9 チャンネルといった無料地上波で放送されてきた。しかし、近年は放送が少なくなっている。最近のトレンドはアメリカンドラマと韓国ドラマであり、多くの視聴者を得ている状況である。

日本のテレビ番組（『東京フレンドパーク』やヒーロー戦隊シリーズ、ドキュメンタリー等）が中国語の字幕付きで中国人向けチャンネルで放送されていたこともあったが、他国のコンテンツに押され、数が少なくなっている。

日本のコンテンツに関しては、多くのCDショップなどで取り扱われていた。アニメ・マンガ・ドラマ等のVCDやDVDが販売されていたが、韓国コンテンツの人気拡大により、相対的に日本のコンテンツの取り扱いが縮小し、日本関連は海賊版へと流れていく傾向にあった。

「日本のコンテンツの場合、ライセンス獲得までに時間がかかってしまい、取得された時点ですでにインターネット上の違法アップロードや海賊版などで視聴されしまっている。このため、日本での放送から時間が経ってからテレビで放映されても視聴率が取れないという実態があるため、TV局側は「購入をしても数字が取れないのでやる意味があまりない」と考えがちである。ライセンスの取得までがスムーズに進めば、日本のコンテンツは魅力が高いため、積極的に扱いたいと考えているバイヤーは多い。」

[大手テレビ局談]

マレーシア国内で日本のコンテンツの流通を考える場合、窓口の異なる多くのライセンサーに対して許可を得る必要があり、認可に時間がかかりすぎてソフトの販売や放送に至らないことが多くあった。継続的に日本のコンテンツへの需要はあるが、窓口が統一されていないために敬遠されがちなのが現状である。一方、韓国のコンテンツに関しては窓口が一元化されており、ライツクリアまでが非常にスピーディなため、比較するとそういったコンテンツばかりが流通・消費される傾向にある。結果、メディアでの露出も多くなり、現在の韓流ブームへとつながっている。

「流通の問題を解決すれば十分に市場を獲得できる可能性のあるコンテンツが数多く存在している。メディアへの露出の機会を増やし、ブームへつなげることができるのではないか。」

[メディア関係者談]

マレーシアでは、様々な民族や言語に対応する必要があり、字幕も必須となっている。

日本のコンテンツを多く広めるためには、日本のコンテンツに字幕を迅速につける仕組みも整えなければならない。例えば韓国コンテンツの場合は、韓国本国の放送から 24 時間以内に、韓国の放送局側が自身の番組に字幕をつけてマレーシアへ供給する仕組みが整備されている点で、大きな優位性を保っている。

「日本のドラマについては、マレーシアのみならず、アジア太平洋地域全体における韓国ドラマの隆盛で、過去 5 年で大きくシェアを落としている。単発的なプロモーションを繰り返すのではなく、長期的なビジョンのもと、より戦略的に、マーケティング、クリエイティブ戦略、アーティストプロモーション等を総合的に展開するなど、韓国コンテンツの展開に倣う点が多い。」

[大手テレビ局談]

表 3-5 Dimsum における主要日本ドラマ作品

作品名	テレビ局
A Family Goes Job Hunting 就活家族 きっと、うまくいく	TV Asahi
Mischievous Kiss イタズラな Kiss～Love in TOKYO	Fuji TV
My Little Lover 南くんの恋人～my little lover	TBS
Doctor-X ドクターX ～外科医・大門未知子～	TV Asahi
Doctors DOCTORS～最強の名医～	TV Asahi
Hello, I Love You はじめまして、愛しています。	UULA
Emergency Interrogation Room 緊急取調室	TV Asahi
Family Fortune War 遺産争族	TV Asahi
Age Harassment エイジハラスメント	TV Asahi
BORDER ボーダー	TV Asahi

[出典：DimSum]

3.3 現地主要企業・バイヤー

社名	Sony Pictures	Email	adsales@spe.sony.com
業種	テレビ番組製作	Website	www.sonypicturestelevision.com
担当者	Irene Yau	電話	+60 (0)3 2284 5899
住所	A-18-1 Northpoint Office, No.1 Medan Syed Putra Utara 59200 Kuala Lumpur.		

社名	IFLIX	Email	support@iflix.com
業種	インターネット映像配信	Website	www.facebook.com/iflix.Malaysia/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 2280 0300
住所	Pusat Penyiaran Digital TV AlHijrah, Kompleks Pusat Islam, Jalan Perdana, 50480 Kuala Lumpur, Malaysia (opposite Masjid Negara)		

社名	ASTRO	Email	wecare@astro.com.my
業種	衛星テレビ局	Website	www.astro.com.my
担当者	Wong Shu Mun	電話	+60 (0)3 9543 6688
住所	All Asia Broadcast Centre, Technology Park Malaysia ,Lebuhraya Puchong-Sg. Besi, Bukit Jalil, 57000 Kuala Lumpur		

社名	On Connection	Email	info@onfm.me
業種	オンラインテレビ・ラジオ局	Website	www.onfm.me
担当者	Ryan Leow	電話	+60 (0)3 7772 3083
住所	Unit 20-08, 20-09, Menara K1, lorong 3/137C, Old Klang Road, 58000 Kuala Lumpur.		

社名	Media Prima	Email	communications@mediaprima.com.my
業種	テレビ局	Website	www.mediaprima.com.my
担当者	Azlan Abdul Aziz	電話	+60 (0)3 7726 6333
住所	Balai Berita, Anjung Riong, 31, Jalan Riong, Bangsar, 59100 Kuala Lumpur.		

社名	TV3	Email	enquiries@tv3.com.my
業種	テレビ局 (マレー語)	Website	https://www.tontonextra.com.my/tv3/
担当者	Nur Hannah Marzuki	電話	+60 (0)3 7726 6333
住所	Sistem Televisyen Malaysia Berhad (TV3), Sri Pentas, Bandar Utama,, 47800, Petaling Jaya, Selangor.		

社名	NTV7	Email	feedback@ntv7.com.my
業種	テレビ局 (マレー語・中国語)	Website	https://www.tontonextra.com.my/ntv7/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 5569 1777
住所	NATSEVEN TV SDN BHD, No.7, Jalan Jurubina U1/18, Hicom-Glenmarie Industrial Park, 40150, Shah Alam, Selangor.		

社名	8TV	Email	8tvchinese@gmail.com
業種	テレビ局 (中国語)	Website	https://www.tontonextra.com.my/8tv/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 7728 8282
住所	Metropolitan TV Sdn. Bhd., 3rd Floor, South Wing Sri Pentas, 3, Persiaran Bandar Utama, Bandar Utama, 47800, Petaling Jaya, Selangor.		

社名	TV9	Email	contactus@altmedia.my
業種	テレビ局 (マレー語)	Website	https://www.tontonextra.com.my/tv9/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 7726 6333
住所	Sri Pentas, No.3, Persiaran Bandar Utama, 47800 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	RTM	Email	aduan@rtm.gov.my
業種	テレビ局	Website	www.rtm.gov.my
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 2282 7936 / 7545
住所	Level 5, Wisma TV, 50614 Angkasapuri, Kuala Lumpur.		

社名	TV1	Email	tv1@rtm.gov.my zaayah@rtm.gov.my
業種	テレビ局 (マレー語)	Website	http://tv1.rtm.gov.my/
担当者	Zaayah	電話	+60 (0)3 2288 7356 / 2282 3260
住所	Pengurus Siaran TV1, Pejabat Pengurus Siaran TV1, Tingkat 1, Wisma TV, 50614, Kuala Lumpur.		

社名	TV2	Email	feedback@rtm.gov.my
業種	テレビ局 (マレー語)	Website	http://tv2.rtm.gov.my/
担当者	Amuthavalli Ramasamy	電話	+60 (0)3 2288 7115
住所	Bahagian Program TV, Jabatan Penyiaran Malaysia Tingkat 1, Wisma TV, Angkasapuri 50614 Kuala Lumpur.		

社名	HyppTV	Email	help@tm.com.my
業種	テレビ局	Website	https://www.tm.com.my/hypptv
担当者	非公開	電話	+60 (0)16 7238 996
住所	Telekom Malaysia Berhad, Level 51, North Wing, Menara TM, Jalan Pantai Baru 50672 Kuala Lumpur.		

社名	Dim Sum	Email	contactus@dimsum.my
業種	インターネット映像配信	Website	https://media.dimsum.my/
担当者	Lai Sook Yee	電話	+60 (0)3 7966 8302
住所	Star Online Sdn Bhd. Level 3.01, Tropicana City Office Tower, No.3, Jalan SS20/27, 47400 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Asia Media	Email	info@asiamedia.net.my
業種	テレビ局	Website	http://www.asiamedia.net.my/contact-us.html
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 5882 7788
住所	No. 35, 1st Floor, Jalan Bandar 16, Pusat Bandar Puchong, 47100, Puchong, Selangor.		

第4章 アニメ：テレビ、動画配信、DVD

4.1 市場規模と将来展望

4.1.1 マレーシアアニメ業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル

マレーシア国内のアニメーション業界については、政府がマルチメディア開発会社 (MDeC) を通じて RM10 億 (約 250 億円) のファンドを組成し、15 年ほど前から投資を開始しているが、それまではアニメーション作品はマレーシアではほとんど制作されておらず、国外から輸入する作品も限定的であった。

「日本のアニメも含め、マレーシアでのアニメーションの市場は大きいですが、合法的なウェブサイトが少なく、そのほとんどが、非合法的にウェブサイト等で視聴されている現状がある。その為、課金を望まないユーザーが多くいる。しかしながら、アニメーション業界が政府の協力を仰ぎながら、権利問題の意識向上のための教育やプロモーションを視聴者のみならず放送事業者・配信事業者に対して行えば、数年内にはマーケットは健全化し、大きくなることが予想されると関係者は話している。」

[アニメ制作会社談]

「さらに、若い親はアニメとともに育ってきた人が多く、その為にアニメによる教育コンテンツは、マレーシア市場での新しいトレンドとなりつつある。幼年向けのアニメは、積極的に子供に見せようとする傾向がある。また、ピアノ教室なども、生徒がアニメを教材として興味を持っているので学ばせたいと、アニメ音楽を購入することが多い。」

[書店談]

「今日では、『Upin & Ipin Jeng Jeng Jeng!』、『Mustang Mama』といったマレーシアで作られた作品が Nickelodeon や Cartoon Network によって放映されており、マレーシア国産のアニメ作品の質も向上している。」

[映画関係企業談]

テレビ以外にも、オンラインストリーミングサイトでアニメを視聴しているケースも多い。アニメーションコンテンツ開発会社である Animonsta 社は、自社で開発したアニメコンテンツをローカル、国際市場の両方に供給する新しいアニメーションスタジオであり、ソーシャルメディアでの影響力も大きい。Facebook ページの「いいね!」はおおよそ 230 万件、Youtube の登録者は約 71 万人、Twitter のフォロワーは 3 万 2 千人となっている。主要作品にはインターネットストリーミングでの視聴率 1 位を獲得している『BoBoiBoy』がある。このようなスタジオが中心となって、インターネットストリーミングによるアニメ映画配信を行っている。

アニメーションをストリーミング配信しているサイトとしては iflix.com がある。世界でも有数のインターネット配信サービスで、マレーシア国内でも人気を得ている。マレーシア国内での提供開始から、6 ヶ月で 100 万ユーザーを数えるほどに急成長をし、ハリウッド映画や国内の映画が視聴されている。Netflix.com は 2016 年 1 月にマレーシアでのサービスを開始し、ユーザーは 6 万人、ビジネスモデルは iflix.com と同様で、多様なデバイスでインターネットストリーミングの動画コンテンツを視聴できる。iflix.com、Netflix.com は両社とも月額課金制となっており、支払う月額料金に応じて視聴できるコンテンツの数が変わる仕組みである。

衛星放送大手の ASTRO 社は、アニメ専門チャンネルである ANIMAX のほかにも、前出の動画配信アプリ「Astro on the Go」に、新たに Aniplus とよばれる、アニメ専門チャンネルを開設するなど積極的にアニメの放送を行っている。

イスラム教徒が多いというマレーシアの特徴から、イスラム教の戒律に則ったコンテンツであることを意味する「ハラルコンテンツ」が流通を広げる場合には重要な意味を持っている。食品のように特別な認証があるわけではないが、性的な描写や暴力的な描写、豚や犬などの特定の動物の露出（描写）、宗教の取り扱いなどを避けた「ハラルコンテンツ」を意識した作品であれば、受容のされ方もまた変わってくると考えられる。こういった描写が多い作品であれば、Lembaga Penapisan Filem による検閲の時点で多くの修正が必要となり、マレーシアでの実際の流通までに時間がかかってしまうという現状がある。

また、マレーシアではコスプレの人气が高く、一般的に「アニメ好き」というと、「コスプレ好き」と思われるほどである。コスプレ衣装がオンラインで購入しやすくなったことにより、このコスプレ市場は大きな拡大を見せており、アニメ市場の成長とともに注目されるマーケットとなっている。

4.1.2 アニメ番組のテレビ放送時間

マレーシアの地上波テレビにおけるアニメ番組は、PM5 時～PM7 時の間に放送が行われる。インターネットの普及により、アニメコンテンツの人气は高まっており、ケーブルテレビや衛星放送も含めると、アニメ番組放送時間は大きく増加している。

また、衛星放送の ASTRO 社では ANIMAX というアニメ専門チャンネルを運営している。ANIMAX はアニメのカテゴリーでは 30%のシェアとなっているため、このチャンネルへの配信がアニメシリーズの流通の鍵を握ると言える。この ANIMAX では、著作権の処理された定番の過去のアニメ（『ドラえもん』、『ドラゴンボール』、『ちびまる子ちゃん』、など）の再放送が中心となっている。NTV7 では、『FAIRY TAIL』、『ソードアート・オンライン』などのアニメが放送されているなどの例外はあるが、最新のアニメはオンラインで放送されており、地上波ではあまり放送されていないと関係者は指摘している。

4.1.3 劇場用アニメ（興行収入、観客動員数、上映館数）

マレーシアで公開された劇場用アニメの興行収入と観客動員数の過去 6 年間の推移は以下の通りである。

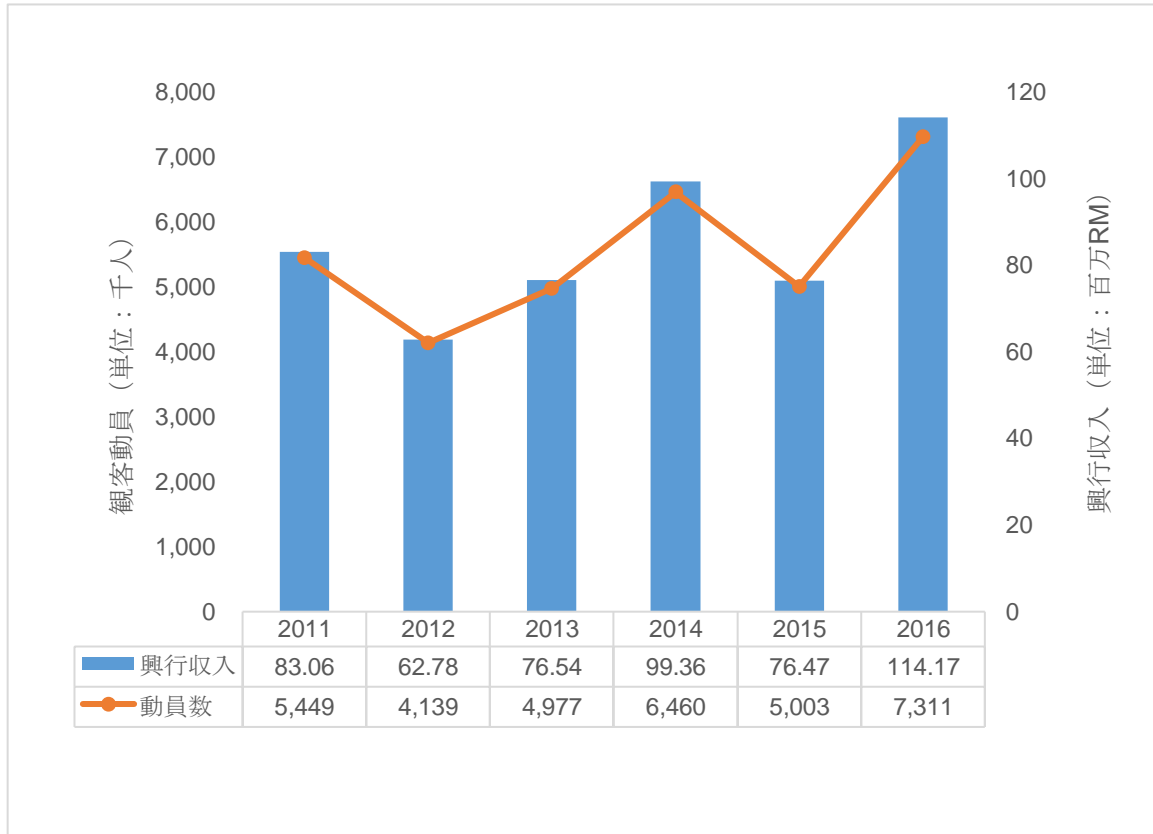


図 4-1 マレーシアにおける劇場用アニメの興行収入と観客動員数の推移

[出典：映画関係企業]

「マレーシアでのアニメの過去 6 年間の上位作品における、興行収入、観客動員数、スクリーン数は以下の通り。通常、スクリーン数は 60 程度であるが、ヒット作品の場合は 100 を超えることもある。過去 5 年間の日本映画の観客動員数は合計で約 50 万人である。2016 年のトップ 2 のスクリーン数は、1 位が 106 スクリーン、2 位が 73 スクリーンであった。」

[映画関係企業談]

表 4-1 2011 年～2016 年の劇場用アニメ興行収入ランキング

2011 年

順位	作品名	興行収入 (単位：百万 RM)	観客動員数 (単位：千人)
1	Kungfu Panda 2	26.77	1,700
2	Puss in Boots	12.00	800
3	The Smurfs	10.92	728
4	Alvin and the Chipmunks: Chipwrecked	9.31	620
5	Rio	7.52	501
6	Happy Feet 2	5.90	393
7	Cars 2	5.05	336
8	Yogi Bear	3.24	216
9	Arthur Christmas	2.33	155

2012 年

順位	作品名	興行収入 (単位：百万 RM)	観客動員数 (単位：千人)
1	Madagascar 3: Europe's Most Wanted	18.64	1,200
2	Ice Age: Continental Drift	11.75	783
3	Rise of the Guardians	8.35	557
4	Hotel Transylvania	7.08	472
5	Brave	6.38	425
6	Wreck-It Ralph	6.33	422
7	Para Norman	2.67	178
8	Frankenweenie	1.54	102

2013年

順位	作品名	興行収入 (単位：百万RM)	観客動員数 (単位：千人)
1	Despicable Me 2	21.73	1,400
2	Frozen	16.11	1,000
3	Monsters University	10.02	668
4	Epic	10.03	668
5	The Smurfs 2	7.94	529
6	Cloudy with a Chance of Meatballs 2	5.91	39
7	Turbo	4.77	318

2014年

順位	作品名	興行収入 (単位：百万RM)	観客動員数 (単位：千人)
1	Big Hero 6	27.36	1,800
2	Teenage Mutant Ninja Turtles	23.44	1,500
3	How to Train Your Dragon 2	17.64	1,100
4	Penguins of Madagascar	13.65	910
5	Rio 2	8.67	577
6	The Lego Movie	5.93	395
7	The Book Of Life	2.68	178

2015年

順位	作品名	興行収入 (単位：百万RM)	観客動員数 (単位：千人)
1	Minions	22.24	1,400
2	Hotel Transylvania 2	10.60	706
3	The Good Dinosaur	10.25	683
4	Inside Out	8.74	582
5	Alvin & the Chipmunks The Road Chip	7.59	505
6	The SpongeBob Movie: Sponge Out of Water	5.72	381
7	Home (2015)	4.47	290
8	The Peanuts Movie	2.12	141
9	Monster Hunt	2.06	137
10	Boruto: Naruto the Movie	1.65	110
11	Dragon Ball Z: Fukkatsu No F	1.00	66
12	Oh Lala	0.36	2.4

2016年

順位	作品名	興行収入 (単位：百万RM)	観客動員数 (単位：千人)
1	The Jungle Book	25.30	1,500
2	Kung Fu Panda 3	15.80	1,000
3	BoBoiBoy The Movie	15.77	1,000
4	The Angry Bird Movie	14.67	978
5	Zootopia	13.95	930
6	Finding Dory	8.70	580
7	Ice Age: Collision Course	7.66	510
8	Upin & Ipin Jeng Jeng Jeng!	4.90	320
9	The Secret Life of Pets	4.12	275
10	Pete's Dragon	3.28	218

[出典：映画関係企業]

表 4-2 インターネット配信動画の視聴数トップ 10 作品

順位	作品名	制作国	制作年	配信会社	視聴数
1	BoBoiBoy	マレーシア	2016	Animosta	982,552
2	Attack on Titan	日本	2013	Iflix	952,391
3	Soul Eater	日本	2008	Netflix	608,057
4	Psycho-pass	日本	2012	Iflix	541,893
5	Mushishi	日本	2005	Netflix	313,817
6	Elemental Wheel	マレーシア	2016	Animosta	158,731
7	Glasslip	日本	2014	Iflix	97,435
8	Slam Dunk	日本	1993	Iflix	86,525
9	Okolele	マレーシア	2016	Animonsta	62,346
10	Impian Remi	マレーシア	2013	Animonsta	60,440

[出典：映画関係企業]

4.1.4 アニメ DVD 市場状況

表 4-3 2016 年のアニメ DVD 作品売上トップ 10

順位	作品名	輸入元	売り上げ
1	The Jungle Book	アメリカ	非公開
2	Kungfu Panda 3	アメリカ・中国	非公開
3	Ice Age 5	アメリカ	非公開
4	Zootopia	韓国	非公開
5	Boboi Boy The Movie	マレーシア	非公開
6	Upin & Ipin Jeng Jeng Jeng!	マレーシア	非公開
7	Angry Bird	アメリカ・フィンランド	非公開
8	Finding Dory	アメリカ	非公開
9	Trolls	アメリカ	非公開
10	The Red Turtle	フランス・日本・ベルギー	非公開
		合計	非公開

[出典：PMP Entertainment]

表 4-4 日本の人気アニメ DVD トップ 15 (アンケート調査：n=200 複数回答あり)

順位	作品名	票数
1	ONE PIECE	170
2	東京喰種 トーキョーグール	130
3	桜蘭高校ホスト部	110
4	ナルト	98
5	ユーリ!!! ON ICE	95
6	進撃の巨人	92
7	この素晴らしい世界に祝福を!	69
8	ソードアート・オンライン	67
9	KINGSLAIVE FINAL FANTASY XV	66
10	スラムダンク	63
11	BLEACH	60
12	FREE	53
13	地獄少女	47
14	銀魂	45
15	ポケットモンスター	38

[出典：Toybox Projects 日本のポップカルチャーファン調査]

4.1.5 主な関連見本市およびイベント

Comic Fiesta	マレーシア最大級のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで、毎年平均2日間で5万人以上を動員する。 アマチュアによる非公式イベントにも関わらず、多くの動員数を誇り、影響力もますます大きくなっている。
Animangaki	Sunway 大学主催のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで毎年平均3,000人～5,000人を動員する。
C2Age	HELP 大学主催のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで毎年平均500人～1,000人を動員する。
Penang Anime Matsuri	シンガポールで開催される大規模なアニメイベント（Anime Festival Asia）主催社によるペナンのアニメフェスである。

4.2 主要輸入作品リストと日本コンテンツの現況

表 4-5 日本以外の主要人気アニメ映画作品

順位	タイトル	制作国	制作年	興行収入 (単位:百万 RM)	観客動員数 (単位:千人)
1	Big Hero 6	アメリカ	2014	27.36	1,800
2	Kungfu Panda 2	アメリカ	2011	26.78	1,700
3	The Jungle Book	アメリカ	2016	25.30	1,500
4	Teenage Mutant Ninja Turtles	アメリカ	2014	23.43	1,500
5	Minions	アメリカ	2015	22.26	1,400
6	Despicable Me 2	アメリカ	2013	21.74	1,400
7	Madagascar 3 : Europe' s Most Wanted	アメリカ	2012	18.64	1,200
8	How to Train Your Dragon 2	アメリカ	2014	17.63	1,100
9	Frozen (2013)	アメリカ	2013	16.11	1,000
10	Kungfu Panda 3	アメリカ	2016	15.80	1,000

[出典：映画関係企業]

マレーシア国内においては、日本のアニメの正規輸入盤自体があまり流通しておらず、ファンは海賊版以外の日本のコンテンツにアクセスしづらい状況が続いている。既存の日本アニメファンの活性化という意味でも、さらに多様なジャンルのアニメ作品をマレーシアに対して積極的に発信していく意義は大きい。

表 4-6 日本の主要人気アニメ映画作品

順位	タイトル	制作スタジオ	制作年	興行収入 (単位：百万RM)
1	Your Name. (Kimi no nawa) 君の名は。	コミックス・ウェ ーブ・フィルム	2016	1,456.4
2	Spirited Away 千と千尋の神隠し	スタジオジブリ	2001	1,271.6
3	Howl's Moving Castle ハウルの動く城	スタジオジブリ	2004	1034
4	Ponyo 崖の上のポニョ	スタジオジブリ	2008	884.4
5	Pokemon: The First Movie 劇場版ポケットモンスター ミュウ ツーの逆襲	オー・エル・エム	1998	717.2
6	Princess Mononoke もののけ姫	スタジオジブリ	1997	699.6
7	The Secret World of Arrietty 借りぐらしのアリエッティ	スタジオジブリ	2010	638
8	Pokemon: The Movie 2000 劇場版ポケットモンスター 幻のポ ケモン ルギア爆誕	スタジオジブリ	1999	585.2

[出典：映画関係企業]

4.3 現地主要企業およびバイヤーリスト

マレーシアの事業者は、日本のコンテンツも含め、台湾や香港のエージェントを通じて放映権を取得することが多い。日本と直接取引している会社は1、2社程度である。

社名	ANIMAX	Email	adsales@spe.sony.com
業種	アニメ専門チャンネル	Website	http://www.ANIMAX-asia.com/
担当者	Lani Low	電話	+60 (0)3 2284 5897
住所	A-18-1 Northpoint Office, No.1 Medan Syed Putra Utara 59200 Kuala Lumpur.		

社名	Animasia	Email	info@animasia-studio.com
業種	アニメ制作会社 (2D)	Website	http://animasia-studio.com/
担当者	Edmund Chan - Managing Director Raye Lee - Executive Director	電話	+60 (0)3 7784 7731
住所	No.2 & 4, Jalan Sri Jati 2, Taman Sri Jati, Off Jalan Puchong, 58200 Kuala Lumpur, Malaysia.		

社名	Anima Vitae Point Sdn Bhd	Email	info@animapoint.net
業種	アニメ制作会社	Website	http://www.animapoint.net/
担当者	Jani Kuronen	電話	+60 (0)3 2284 5897
住所	48-3&M, Jalan PJU 5/21, The Strand Kota Damansara, 47810 Petaling Jaya, Sleangor.		

社名	Fly Studio	Email	info@flystudio.my
業種	CG制作会社	Website	flystudio.my
担当者	Meng	電話	+60 (0)3 7496 5678
住所	301A, 2nd Floor Wisma OUM (Blok C) Kompleks Kelana Centre Point Jalan SS7/19, Kelana Jaya 47301 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Lemon Sky Studio	Email	inquiries@lemonsky.tv
業種	アニメ・ゲーム製作 会社	Website	http://www.lemonsky.tv/
担当者	Gene	電話	+60 (0)3 7842 6155
住所	10-2, Symphony House, Jalan PJU 1A/46, 47301 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Frogtale Studio	Email	my@frogtalestudio.com
業種	アニメ・ゲーム開発 会社	Website	www.frogtalestudio.com
担当者	Xerxes Lim	電話	+60 (0)3 7886 9800
住所	E-02-6, Pusat Dagangan NZX, Jalan PJU 1A/41, Ara Jaya, 47301 Petaling Jaya, Selangor.		

第5章 音楽：CD、DVD、ライブ、イベント

5.1 市場規模と将来展望

5.1.1 マレーシア音楽業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル

マレーシアでは、他の国々と同様に、CD や DVD による音楽の販売は減少しており、オンラインでのデジタル音楽の購入 (iTunes, KKBOX, Spotify, JOOX。またそのほかに大手通信会社の callmetone や ringtone 等) が一般的になりつつある。また、携帯電話の着信音楽ダウンロードの市場の存在感が大きく、売上の一翼を担っている。

「マレーシアの国内アーティストにとって、デジタル音楽配信は新しいトレンドになっており、プロモーションも盛んに行っている。例えば、アーティストが、Facebook 等の SNS を利用して自身の配信している楽曲をプロモーションしているのもよく見られる。」

[レコードレーベル談]

CD をはじめとした音源の販売以外のビジネスとして、最近では、レコード会社が管理楽曲の権利の一部を販売するなどしている。例えば、カバーアルバムの制作者に著作権を販売し、カバーアルバムの制作と販売を許可する、という形である。また、同じく新たなビジネスとして、レコードレーベルは、アーティストのマネージメントを行い、ライブやコンサートなどの開催にも積極的に参入していくと考えられる。

マレーシアで人気のある音楽ジャンルは、ポップミュージック、ロック、バラードである。インディーズで活躍するポップ・ロックバンドが増えており、SNS を活用しながらファンを増やし、活動を続けている。

「日本や韓国のアイドルは人気のコンテンツであり、マレーシア人にも受け入れられている。日本は少しずつ音楽の輸出量も増えてきてはいるが、そのペースは緩やかである。日本の音楽がマレーシアでブレイクしない原因には、スパイスガールズ、EXO、BIG BANG、One Direction といった、各国で流行したアーティストのような存在が日本にそれほど多くないことが影響している。」

[レコードレーベル談]

日本のアーティストも、ライセンスの問題から現地での活動を困難だと認識しており、イスラム教の規則に則った「ハラールコンテンツ」の問題も存在する。アメリカの歌手、クリスティーナ・アギレラは、かつては、肌の露出が多い、パフォーマンスがセクシーすぎるなどの理由で、ハラール問題に抵触し、マレーシア政府からビザの許可がおりなかったという事例もある。さらに、マレーシアでの収入への課税は、東南アジアの他国に比べ高額

なことも影響していると考えられる。そういった事情からも、海外進出の際には欧米を優先しがちである。同じ東南アジア内では、先進国であるシンガポール、または、エンターテインメントが活発なタイを最初のターゲット国としているのが現状である。

「現在の日本のエンターテインメントでは、手の届きそうなアイドルや自然体の音楽やイメージを全面に出した「日常」を感じさせるアーティストが主流である。一方、アジアでは2次元から抜け出したようなスタイルやルックスのアイドルや俳優、そしてセレブを題材にするコンテンツなど「非日常」を好む傾向にある。東南アジアで人気を博している日本のアーティストが、ヴィジュアル系バンドであったり、きゃりーぱみゅぱみゅのようなスタイルであったりするのは、この「非日常」への嗜好を反映しているものと思われる。」
[音楽プロモーター談]

「マレーシア音楽業界の現状において、デジタル業界はまだマレーシアでは確立されておらず、マレーシアの音楽アプリのほとんどは、Joox(中国)、KK Box(台湾)、Spotify(シンガポール)等外国資本が占めている。そのため、マレーシアの国内アーティストが楽曲をこれらのプラットフォームに提供することが難しい状況にある。」
[音楽プロモーター談]

アーティストのツアーは、そのほとんどが商業目的であるという性格上、知名度の上昇などの副次的なプロモーション効果はあまり考慮されない。コンサートのエージェントは、ツアー自体を商品化し、純粋に収益をあげるためのビジネスとして催行するため、アーティストの行き先は、マーケットが大きい競争力のある国や地域が優先される。まだ未成熟と認識されているマレーシアの優先順位は低い。マレーシアのアーティストは、日本における『ミュージックステーション』のような音楽番組など、自分の創作や音楽を宣伝するためのプラットフォームやチャンネルがまだ存在せず、自身のSNSなどでプロモーションを行っている状態である。こういった理由からも、マレーシアではいまだに国内アーティストの活躍は限定的である。

「海外アーティスト(アジア:香港、台湾、タイ、インドネシア、シンガポール 欧米:米国、英国、フランス、ドイツ、オーストラリア等)は、ヨーロッパやアジア諸国では定期的にツアーを行っているが、マレーシアではアーティストや音楽をプロモーションする番組やプラットフォームが整備されておらず、会場の不足などの原因もあり、定期的に開催するまでには至っていない。」
[音楽業界関係者談]

5.1.2 楽曲の売上額、売上枚数

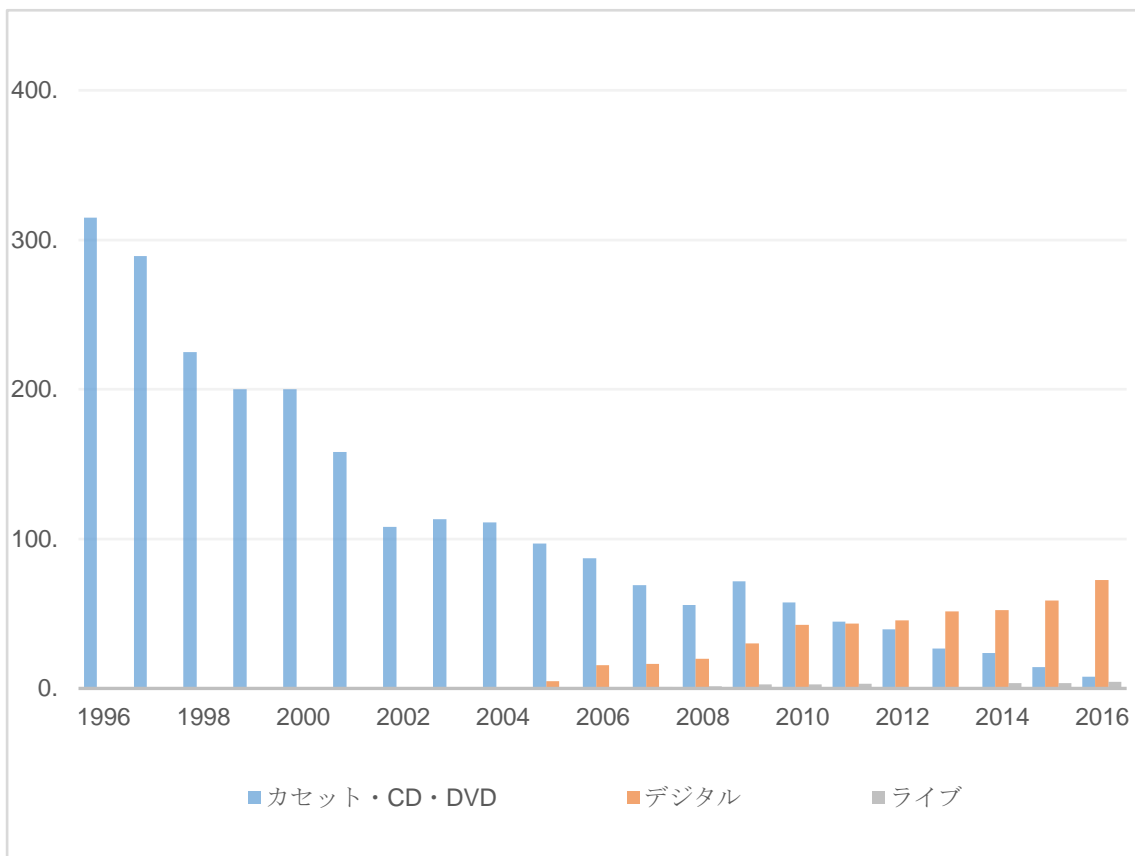


図 5-1 マレーシアの楽曲売上の推移 (単位：百万 RM)

[出典：マレーシアレコード協会 RIM]

国内における楽曲の売上状況を見ると、レコードやカセットはほとんど市場が存在せず、CDのセールスにおいても急激に販売数を減らしている。2016年のCDの販売売上はRM6,800万（約17億円）であった。また、海外アーティストの場合、ライブやプロモーションツアーでマレーシアを訪れる際には、CD販売数が伸びる。

多くのアーティストはCDやDVDの制作は最小限に抑え、デジタル・オンラインでの配信をメインに移行している。マレーシアの国内アーティストにとってはデジタル音楽配信がトレンドである。

携帯電話の着信音楽のダウンロードも含めると、2016年のストリーミングやダウンロードによる音楽の売上は、RM7,270万であった。

5.1.3 音楽フェスティバル、見本市開催概況

表 5-1 マレーシアの主要な音楽祭と見本市一覧

イベント名	観客動員	開催地	特徴	ジャンル	URL
Rainforest Worldwide Music Festival	18,500	ボルネオ	朝から夜までの開催で、森とビーチで行われる。地元の音楽や文化の紹介も行われ、観光コンテンツとしても魅力を持つ。	伝統音楽 ポップス	http://rwmf.net
Rockaway	10,000	クアラルンプール	マレーシア最大のロックフェスティバル、国内インディーズアーティストから海外アーティストまでラインアップ。国内ロックバンドのショーケースとしての機能も持つ。	ロック・インディーズ	http://rockawayfest.com/
Future Music Festival Asia	20,000	クアラルンプール	Future Entertainment によるフランチाइズ、開催東南アジア最大の EDM フェスティバル。	エレクトロニックダンス・インディーズロック	公開ページなし
The Music Run	20,000	クアラルンプール・シンガポール・バンコク・ベトナム・ジャカルタ・マニラ・ヨハネスブルグ	5つのゾーンに分かれてそれぞれ違ったジャンルのアーティストが出演。マレーシアのライブの健全化を指向。演奏する音楽は参加者が決める。泡パーティーやウォーターファイトといったファンが楽しめるイベントも開催。	ヒップホップ・ロック・ポップス ダンス・オールドスクール	http://www.themusicrun.com

Viral Fest Asia	10,000	クアラル ン プ ー ル、シン ガ ポ ー ル、バン コク、上 海、バリ 島	アジアのインターネット上で 活躍するアーティストを主に 選定、オンラインで活躍する アーティストの知名度の拡大 や影響力の拡大を狙う。音楽 フェスト、デジタル音楽フォ ーラムを開催。	Pop Rock Electron ic Dance Music (EDM)	<a href="http://www.viral
festasia
.com">http://w ww.viral festasia .com
--------------------	--------	---	---	---	--

5.2 レコード会社人気作品リスト

※下の二つの表は、売上のトップ 10 を示したものであり、並びがその順位を示すものではない。

表 5-2 2016 年のデジタル配信 トップ 10

アーティスト	曲名	発売国
Yuna	Chapters	USA
Justin Bieber	Purpose	USA
Taylor Swift	1989	USA
Ariana Grande	Dangerous Woman	USA
Lady GaGa	Joanne	USA
Shawn Mendes	Illuminate	USA
Metallica	Hardwired... To Self-Destruct	USA
Anuar Zain	Anuar Zain 2016	Malaysia
Selena Gomez	Revival	USA
Troye Sivan	Blue Neighbourhood	USA

[出典：ユニバーサルミュージック]

表 5-3 2016 年のアルバムセールス トップ 10

アーティスト	アルバム名	発売国
Anuar Zain	Anuar Zain 2016	Malaysia
Metallica	Hardwired... To Self-Destruct	USA
Ariana Grande	Dangerous Woman	USA
Lady GaGa	Joanne	USA
Taylor Swift	1, 989	USA
Troye Sivan	Blue Neighbourhood	USA
Selena Gomez	Revival	USA
Dean	130 mood : TRBL	Korea
Justin Bieber	Purpose	USA
Shawn Mendes	Illuminate	USA

[出典：ユニバーサルミュージック]

5.3 マレーシアにおける新しい日本の音楽コンテンツの市場可能性

マレーシアの人気アーティストとの共演・共作、マレーシア国内で制作されるアニメや映画への楽曲提供、自身の楽曲をマレーシアのアーティストにカバーしてもらうなどの方法によって、日本のアーティストのマレーシアにおける認知を向上するなどのプロモーションが考えられる。

しかし、まだ市場が成熟していない状況のため、特定の音楽コンテンツの導入がすぐに売上につながるところまでには至っていない。日本の音楽コンテンツはマレーシア市場ではまだまだシェアが小さく、また、日本企業からのライセンスを得る作業も煩雑で時間がかかり、難しいという現状がある。日本の音楽は2000年頃には中島美嘉、平井堅、ケミストリー、宇多田ヒカル、Kiroroといったアーティストのファンが数多くいたのだが、その後韓国音楽が東南アジア全体でブームとなり、マレーシアにおいても日本の音楽の市場の拡大に大きな影響を与えた。

日本の音楽会社も、以下の3つの理由から、マレーシア進出に足踏みをしている。まず、海外展開をせずとも、日本国内に十分な市場があるという大きな理由がある。次に、東南アジアに展開する際は、マーケットが確立しているシンガポールやタイにまず進出しようとし、マレーシアがまだまだ優先順位が低いという事情がある。最後に、海賊版の横行を心配している、という理由がある。

マレーシアにおいては、韓国音楽も日本の音楽と同様にその存在はほとんど知られていなかった。しかし、韓国が文化や芸術を世界に大量に輸出するという国家戦略を推し進めたことが、マレーシアでも韓国音楽が広がりを見せた一因である。今では、音楽のみならず、韓国の食文化やドラマなども広くマレーシアで受け入れられている。

ソニー、ワーナー、ユニバーサル等は、アジア全般で日本のアーティストの曲を提供しているが、マレーシア市場ではシェアが小さく、マレーシアの音楽会社が積極的に同国内で日本の音楽のプロモーションを行っているわけではない。現状において、プロモーションの予算は他国のアーティストに回されている。

しかし、以下のような意見も存在する。

「マレーシア人は一般に日本料理、日本車、日本製PC機器、日本旅行に対して強い関心を持っており、メーカーとタイアップしたアーティストの露出などの方法で訴求できる可能性がある。例えば、2011年にクアラルンプールの有名ショッピングモール「パビリオンKL」に日本をテーマにしたTokyo Streetがオープンした。韓流ブームの只中で、あえて日本の商品を扱ったのは、市場調査や実際のテナントの状況から、日本の商品のほうが、韓国のものより売上につながると判断されたためである。」

「既に人気がある日本のアニメやマンガのコンテンツと連動した音楽の需要は一定以上存在する。例えばアニメソングの販売等については今後市場として期待ができる。事実、こういったファンの集客を見込んだ音楽イベントの開催なども 2017 年には予定されている。」
[音楽プロモーター談]

アーティストのプロモーションが可能なプラットフォームや音楽番組が少ない現状の中、アーティストマネージメント会社から、レコード会社、レコード協会、TV・ラジオなどのメディアまでを横断する包括的な施策が必要である。

例として、日本のアーティストの単独公演ではなく、マレーシアのアーティストと共演させたり、日本の曲のカバーを歌わせたりすることで、マレーシアにおける多くのメディアが注目するイベントを開催することが考えられる。

このイベントと紐づけて、両国のアーティストの共作の楽曲をマレーシアでリリースするなどして、レコード会社・レコード協会も関わる、横断的なプロモーションも考えられる。

5.4 ライブ市場概況、スポンサーシップ状況

国際的なアーティストの場合は観客動員数が平均2,000～5,000人であるが、MetallicaやBon Joviのような、全世界的に知名度の高いアーティストとなると、3万人を動員することもある。

また、日本のアーティストが海外で数日かけてコンサートをするより、日本国内でテレビ出演やツアーを行う場合の方が、大きな収益を見込める。

「ライブイベントについては、アーティストの知名度によって違ってくるが、マレーシアのアーティストの場合で、観客動員数は500人から1,000人、自社が2016年に主催したThomas & Jackのコンサートは3,000人であった。」
[音楽プロモーター談]

「日本の第一線で活躍しているアーティストのライブは過去に実施されていないが、これまでに実施されたものの場合では、観客動員数は平均500～800人ほどであった。自社が2013年に主催したONE OK ROCKのライブが1,700人を動員し、日本人アーティストの過去最高記録を作った。また、2,000人規模の会場KL LIVEで実施されたライブの中では、日本人アーティストに限らず、近年の中では一番の動員数となった。」
[音楽プロモーター談]

日本人アーティストのライブに対してのマレーシア企業から協賛は難しく、1ライブあたり上限RM4万（約100万円）程度である。マレーシア企業スポンサーからは「日本のエンターテインメントの場合は、アニメやコスプレは人気があるが、JPOP/JROCKの需要についてはまだまだ未知数だ」という考えを持つ会社もあり、積極的とはいえない状況である。これは、日本人アーティストのライブ実績が少ない中、あえてマレーシアでプロモーションやライブをしようとするレーベルが少なく、指標となるようなデータが蓄積されていないためといえる。

しかし、前述のとおり、2,000人近くを動員する事例が出てくる等、JPOPやJROCKも近年はマレーシア国内で知名度をあげており、今後のスポンサーシップには期待が持てる状況である。

「KPOPアーティストの場合は、300人程度のものもあるが、平均では2,000人～3,000人で、Big BangやEXOのような人気グループの場合は1万人程度にまで増える。また、アーティストのタイプにもよるが、ライブチケットは国際的な海外アーティストやKPOPではゾーン別でRM150～1,000（1万3,000円～2万5,000円）に対して、日本人アーティストの場合は熱狂的なファンがまだまだ少ない事も影響し、過去のライブではRM50～400

（1,300円～1万円）程度である。ONE OK ROCKやThe Gazetteなどコアなファンがいるアーティストの場合はKPOPライブ並みのチケット料金を設定することが可能である。」

[音楽プロモーター談]

また、多くのマレーシア企業はまだエンターテインメント産業への協賛によるプロモーションといった提携の方法を一般的にとらないため、事例を増やすことで、業界の成長を後押しする必要がある。

「現在、マレーシアで行われているコンサートの基本的な資金調達には企業のスポンサーシップに頼らざるを得ず、あとはチケット収入と国の助成金でまかなっている状況である。スポンサー企業が少ないことが、マレーシアにおけるコンサート開催が少ない直接的な原因の一つといえる。」

[音楽プロモーター談]

「実際にスポンサー状況を見てみると、通信会社だけが、アーティストのために協賛している状況である。しかし、大手通信会社のCelcomやMaxisといった企業は、地元のアーティストよりも国際的なアーティストに対して協賛することが多く、国内の主要な企業や商品ブランドが目をつけているのは、海外有名アーティストが主である。中国系のアーティストについては、通信会社以外に加えて、中国系マレーシア企業による協賛が行われている。」

[音楽業界関係者談]

5.5 現地主要企業およびバイヤーリスト

社名	MTV Asia	Email	contact@mtvasia.com
業種	テレビ番組製作	Website	http://www.mtvasia.com/
担当者	非公開	電話	+65 6221 8166
住所	151 Lorong Chuan, #03-08 New Tech Park, Lobby H, Singapore 556741		

社名	Star Media Radio Group	Email	contact@smrg.my
業種	ラジオ局	Website	www.smrg.my
担当者	Bee Ay	電話	+60 (0)3 7885 1046
住所	Level 2.01, Tropicana City Office Tower, No.3, Jalan SS20/27, 47400 Petaling Jaya.		

社名	Life Records	Email	info@liferecords.com
業種	レコードレーベル	Website	www.liferecords.com
担当者	Baharina	電話	+60 (0)3 7954 1013
住所	No. 2, Jalan 11/3, 46200 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Universal Music Malaysia	Email	universalmusicmy@gmail.com
業種	レコードレーベル	Website	http://www.universalmusic.com.my/unimusic
担当者	Miselyn Lem	電話	+60 (0)3 7958 7433
住所	Jalan 19/1, Seksyen 19, 46300 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	FMC Music	Email	fmcmusic@gmail.com
業種	レコードレーベル	Website	http://fmcmusic.com.my/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 9130 8633
住所	No. 27, Jalan 1/119, Taman Bukit Hijau, Jalan Cheras, 56000 Kuala Lumpur.		

社名	Warner Music Malaysia	Email	my.enquiry@warnermusic.com
業種	レコードレーベル	Website	https://www.facebook.com/wmmdomestic/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 7721 2688
住所	Menara TSR, Jalan PJU 7/3, Mutiara Damansara, Petaling Jaya, 47810 Selangor.		

社名	Sony Music Entertainment Malaysia	Email	jill.chow@sonymusic.com
業種	レコードレーベル	Website	www.facebook.com/sonymusicmy www.sonymusic.com
担当者	Jill	電話	+60 (0)3 6207 9898
住所	A1-3-07 Solaris Dutamas, No.1 Jalan Dutamas 1, 50480 Kuala Lumpur.		

社名	Halo Music 海螺音乐	Email	halomusic@ob-i.net
業種	レコードレーベル	Website	https://www.facebook.com/halomusic/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 7958 6582
住所	Blk C, Unit 39, Level 1, Phase P1 Jaya One Jalan Univesity Petaling Jaya.		

社名	Rock Records Malaysia 滾石唱片 - 馬來西亞	Email	promo@rock.com.my
業種	レコードレーベル	Website	https://www.facebook.com/rockrecordsmalaysia/
担当者	Lee Siah	電話	+60 (0)3 92821328
住所	No.68-2-10, Dataran Shamelin, 4/91 Taman Shamelin Perkasa Cheras, Kuala Lumpur.		

社名	More Entertainment	Email	info.moreent@gmail.com
業種	レコードレーベル	Website	www.facebook.com/pg/moreentertainmentmalaysia
担当者	Ong Lay Jin	電話	+60 (0)3 7497 0847
住所	No. 7, Jalan 7/26, Taman Sri Rampai, Setapak, 53300, Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan, 53300 Kuala Lumpur.		

社名	Spotify Malaysia	Email	@SpotifyMY (Facebook)
業種	オンラインストリーミングサービス	Website	https://www.spotify.com/my-en/ https://www.facebook.com/SpotifyMY/
担当者	非公開	電話	+65 9359 6927
住所	42B Boat Quay, Singapore (049831)		

社名	JOOX Malaysia	Email	press@JOOX.com
業種	モバイル音楽アプリ	Website	www.joox.com
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 2035 9227
住所	Level 30, The Gardens North Tower, Mid Valley City, Linkaran Syed Putra, 59200 Kuala Lumpur.		

社名	RIM	Email	info@rim.org.my
業種	レコード協会	Website	www.rim.org.my
担当者	Woon King Chai	電話	+60 (0)3 6207 2800
住所	No. L-8-2, 8th Floor, Block L, No. 2, Jalan Solaris, Solaris Mont' Kiara, 50480 Kuala Lumpur.		

社名	IME Malaysia	Email	imemalaysia@gmail.com
業種	プロモーター	Website	http://ime.com
担当者	Kah Ying	電話	+60 (0)3 7972 3931
住所	Block A-18-01, Scott Garden Soho, Old Klang Road, 58100 Kuala Lumpur.		

社名	Mega Ultimate	Email	info.megaultimate@gmail.com
業種	プロモーター	Website	www.megaultimate.com.my
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 9101 5857
住所	No. 2, Lorong Pendita 1, Taman Connaught, 56000 Cheras, Kuala Lumpur.		

社名	Toybox Projects	Email	info@toyboxprojects.com
業種	総合エンターテインメント	Website	http://toyboxprojects.com
担当者	愛澤	電話	+60 (0)12 330 3108
住所	Bunkface Rock Station, 9-1 Jalan SS15/8B, Subang Jaya, 47500 Selangor.		

第6章 マンガ

6.1 市場規模と将来展望

6.1.1 マレーシアマンガ業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル

マレーシアのマンガ市場の最も大きなターゲットは、小学生である。ターゲットの平均年齢は7歳～12歳となる。

一般的に、台湾や日本で人気となった作品については、マレーシア人も好んで消費するという傾向がある。有名な作品であれば、アジアのものもヨーロッパものでも、マレーシアでも好んで読まれているが、特に人気のあるジャンルはホラーとロマンスであり、他のジャンルと比較してもより高い売上を上げている。ただし、内容が暴力的であるか、または性的表現が多い等で、マレーシアの規制をクリアできず販売できないものがあることや、宗教上の問題について考慮をする必要がある。

日本のマンガは長年にわたりマレーシアで親しまれてきており、その市場規模も年々拡大している。大手書店によると、マレーシアのマンガの市場規模は、今後5年間でより拡大することが予想されている。

価格はRM 6（約150円）～RM 21（約525円）であるが、海賊版や違法サイトによって無料、もしくは安価で流通するケースもある。毎年、非常に多くの日本の新作マンガが市場で販売されるが、15年～20年前のマンガである『ドラゴンボール』や『スラムダンク』のような人気を得るような作品はほとんどない。また、ジャンルも多様化していて、人気アニメやライトノベルのマンガ化といった動きもでてきている。

「マレーシアにおいても、10代の熱狂的ファンが日本のマンガやアニメを好んで消費する傾向が近年増え始めた。日本のコンテンツのグローバル化に伴い、マレーシアでも同様の動きを確認することができる。」

[書店関係者談]

「女性の購買力が強まっていることもあり、少女マンガや女性顧客にターゲットを絞ったマンガのマーケットがこの数年間成長している。また関連商品も展開され売上を増やすことが予想される。」

[業界関係者談]

一方で、オンラインコミックは、まだまだコンテンツが不足しているうえ、マレーシア人が物理的な本の形態を好む傾向が強く、当面の間、オンラインが一般的になることはな

いと予測される。

また、アニメ等と同様にイスラム教徒に配慮した「ハラルコンテンツ」と呼ばれる、イスラム教の戒律に抵触しないコンテンツの開発も重要となってくる。

「マレーシアでも女性ファンの間では「BOYS LOVE (BL)」も緩やかではあるが、少しずつ需要が大きくなる傾向が見られる。ただし、リクエストがあるにも関わらず、ハラルに抵触するため、販売は敬遠されている。」

[書店関係者談]

日本のマンガ作品だけでなく、マレーシア国内の作家の存在感も大きくなってきている。マレーシア人の立場による、自国の文化に沿ったマレーシア関連のコンテンツが受け入れられているためである。また、現地大手マンガ出版社が KADOKAWA 社と提携したことにより、さらなるマンガコンテンツ市場の拡大が期待される。

「マレーシアのマンガ読者は、比較的単純なストーリーの、より理解しやすい作品を好む傾向がある。」

[出版社談]

先に述べたとおり、マレーシアのマンガ市場の最も大きなターゲットは小学生であり学校では毎年数回書籍のリストが配布され、生徒はそのリストから一般書のみならず、マンガも注文して購入することができる制度ができている。このリストは完全に学校用のものであり、多くの学校で同じリストが利用されている。マレーシア国内で制作されたマンガの販売状況は、他国の輸入マンガよりはるかに有利といえる。マレーシアの小学校ではマレーシア国内のマンガのプロモーションを行っており、販売が良好であることを確認した。

また、マンガ原作の作品が、劇場用アニメーションになり、関連グッズも販売されるといふ日本でのマーケットの動きと同様のことが、マレーシアでも行われつつある点も最近の流れである。

6.1.2 マンガ出版部数、販売書店数、販売形態、流通経路

マレーシアは東南アジアの中でも、日本のマンガやアニメの大きな市場となった。これらのコンテンツは、マレーシアの若者文化に根付き、成長してきた。一般的な流通経路の他、オンラインストアやアプリ内での販売や、「同人誌」のような自費出版の作品が毎年展示会にて出品されることがある。書店での流通が主流ではあるが、カフェでマンガを貸し出すという方法も一部見られる。

「大手日系出版社のマンガは主に、マレーシア全国の約 200 の書店と、1,000 以上の店舗が展開されているコンビニエンスストアにて販売されている。」

[出版社談]

「出版タイトル数については正確なデータはないが、ある出版社では 2016 年に 200 の日本のマンガタイトル、また別の出版社では 90 のマンガタイトルを出版している。」

[出版社談]

「数年前まで、マンガは主に学校で販売されるものであったが、少しずつ、一般書店でもマンガの取り扱いが始まり、売上を伸ばし始めた。一般書店と、コンビニエンスストアが主な流通経路ではあるが、マレーシア市場ではまだ主流ではない。」

[出版社談]

6.1.3 マンガ・カテゴリーの状況

大手日本資本の書店でのマンガのカテゴリー分類は以下の通り。

表 6-1 マレーシアにおけるマンガのカテゴリー

対象	ジャンル
小学生	幼年マンガ
小学生・中学生	少年マンガ
小学生・女子中学生	少女マンガ
中学生以上	青年マンガ
若年層の女性	女性マンガ
18歳以上	アダルトマンガ

マンガ購読者は 80～90%が男性、10～20%が女性だったが、近年では女性購読者も増え、60～70%が男性、30～40%が女性と変化してきている。

「中年層も日本のマンガに触れてきたため、マンガ購買層が若年者のみならず中年層も対象と考えられ、マレーシアでは日本のマンガ文化が幅広く浸透し始めている。」

[書店関係者談]

6.1.4 主な関連見本市およびイベント

主な書籍の展示会は以下の通りだが、2016年11月にクアラルンプールにて「マレーシアマンガフェスティバル」が開催された。

表 6-2 マレーシアにおける書籍の主要展示会

イベント名	概要	URL
Book Fest @ Malaysia	マレーシアの書籍チェーンPopularが開催するブックフェア。マレーシアで人気のある書籍展の一つ。様々な国のマンガや出版社の書籍が並ぶ。読書愛好家、書籍販売店、出版社、学生、教育関係者等を広く集める書籍の見本市。	https://www.bookfestmalaysia.com/
Big Bad Wolf Books	マレーシアの各地で開催される書籍見本市。2009年より毎年開催されている。多くのジャンルの書籍がある中で、マンガも出展されている。運営するFacebookは89万以上の「いいね!」を得ている。	https://www.bigbadwolfbooks.com
Comic Fiesta	マレーシア最大級のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで、毎年平均2日間で5万人以上を動員する。 アマチュアによる非公式イベントにも関わらず、多くの動員数を誇り、影響力もますます大きくなっている。	http://comicfiesta.org/2016/
KLIBF	クアラルンプール・インターナショナル・ブック・フェア (KLIBF) は、マレーシア政府 (教育省) によって組織された見本市。 ブース数は約 900、来場者数は 250 万人という、非常に大きな規模で開催される。	http://kltcc.com/about/klibf
Animangaki	Sunway 大学主催のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで毎年平均 3,000 人~5,000 人を動員する。	http://www.animangaki.com

6.2 日本コンテンツの現況と主要な輸入日本マンガリスト

マレーシアで日本のマンガの市場を広めるためには、英語や中国語へのローカライズ版以外にも、人口の60%以上を占めるマレー系にリーチできるマレー語版も必要とされている。しかし、そのためには、権利獲得のためにかかる費用を考慮し、市場を調査しながら進めていく必要がある。

既に大きな人気を獲得しているマンガ以外にも、日本のマンガは総じてクオリティーが高いと認識されており、まだマレーシア内ではまだ紹介されていないそういったマンガを紹介したいという、マレーシア国内で多くの店舗を展開する大手書店の意思もある。

現在マレーシアで開催されているACG（アニメ、コスプレ、ゲーム）関連イベントは大規模なものであっても、アマチュアによって開催される非公式のものである。多くのファンを集客できるジャンルのイベントであるという認識も広まってきた現在、流通の適正化には、出版社やイベント会社が主催する、オフィシャルなイベントの立ち上げが望まれている。

マレーシアにおける、日本からの輸入マンガの主要人気作品は次頁の通りである。

表 6-3 大手書店による近年の輸入日本マンガリスト

作品名	著者	出版社	最新巻
遊☆戯☆王 ZEXAL	三好直人／高橋和希	集英社	9
ONE PIECE	尾田栄一郎	集英社	84
君の名は。	琴音らんまる／新海誠	角川	2
進撃の巨人	諫山創	講談社	21
カードファイト！！ヴァンガード	伊藤彰	角川	11
ワンパンマン	村田雄介／ONE	集英社	12
キングダム	原泰久	集英社	45
暗殺教室	松井優征	集英社	21
東京喰種：re	石田スイ	集英社	9
名探偵コナン	青山剛昌	小学館	91
FAIRY TAIL	真島ヒロ	講談社	60
銀魂	空知英秋	集英社	68
ショコラの魔法シリーズ	みづほ梨乃	小学館	16
Hunter X Hunter	富樫義博	集英社	33
Bleach	久保帯人	集英社	74(完)
NARUTO-ナルト-	岸本斉史	集英社	72(完)
ドラゴンボール	鳥山明	集英社	42(完)
Death Note	大場つぐみ／小畑健	集英社	12(完)
テニスの王子様	許斐剛	集英社	42(完)
セーラームーン	武内直子	講談社	18(完)

[出典：大手書籍会社]

※完結した作品は、オリジナル版のコミックスの巻数を掲載

6.3 現地主要企業およびバイヤーリスト

社名	EG Media Sdn. Bhd.	Email	general.egmedium@gmail.com
業種	アニメ・マンガ雑誌	Website	http://egmedium.com/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 9285 7375
住所	No. 317, Jalan Mahkota, Taman Maluri, 55100 Kuala Lumpur.		

社名	Kadokawa Gempak Starz	Email	enquiry@gempakstarz.com
業種	雑誌出版社	Website	www.gempakstarz.com/v2/index.php?a=home
担当者	Wai Ing	電話	+60 (0)3 9056 1637
住所	17 & 19, Jalan 8/146, bandar Tasik Selatan, 57000 Kuala Lumpur.		

社名	Comic Weekly	Email	general.egmedium@gmail.com
業種	マンガ雑誌	Website	http://egmedium.com/magazines/comics/comics-weekly-by-comics-media/
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 9285 7375
住所	No. 317, Jalan Mahkota, Taman Maluri, 55100 Kuala Lumpur.		

社名	Gemilang	Email	admin@igemilang.com
業種	出版社	Website	http://www.igemilang.com
担当者	Chye	電話	+60 (0)3 6275 2300
住所	LOT 21927, Jalan Helang MERAH, Kawasan Perindustrian Kepong Baru, 52100, Kuala Lumpur.		

社名	Big Tree Publications	Email	btreeinfo@gmail.com
業種	出版社	Website	http://dashuchubanshe.blogspot.com
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 6157 3158
住所	1, Jalan TSB10, Taman Perindustrian Sungai Buloh, Sungai Buloh.		

社名	Popular Book Store	Email	popularmalaysia@popularworld.com
業種	書店	Website	www.popular.com.my
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 9179 6333
住所	8 Jalan 7/118B, Desa Tun Razak, 56000 Kuala Lumpur.		

社名	MPH	Email	cls.nusentral@mph.com.my
業種	書店	Website	www.mphonline.com
担当者	非公開	電話	+60 (0)3 7955 1090
住所	3rd Floor, Lot 1 & 2, Bangunan TH No.5, Jalan Bersatu, Seksyen 13/4 46200 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Kinokuniya Malaysia	Email	mys@kinokuniya.com,
業種	書店	Website	www.kinokuniya.com.my
担当者	Koichiro Satomi	電話	+60 (0)3 2164 8133
住所	Lots 406-408 & 429-430, Level 4, Suria KLCC, 50088 Kuala Lumpur.		

第7章 ゲーム

7.1 市場規模と将来展望

7.1.1 マレーシアゲーム業界の市場規模と将来展望、主要ビジネスモデル

他のエンターテインメント業界と同様、マレーシアのビデオゲームの市場規模は大きい
が、海賊版等で正規のライセンスを得ていないソフトの流通が行われ、顧客の大半は、無
料もしくは払うとしても正規よりずっと安価でゲームをプレイしているのが現状である。
その結果、ビデオゲーム業界に投資をしにくい状況が生まれ、結果としてビデオゲーム業
界の発展の阻害要因となっている。この問題を解決するためには、著作権に関する教育等、
マレーシア国内での権利意識の向上が重要であり、改善すべき点である。そのため、マレ
ーシア国内市場よりも、海外市場を対象とする企業でなければ投資機会が得られにくい現
状がある。

事実、マレーシア国内でゲームを開発しているデベロッパーがターゲットにしている市
場は、マレーシアではなく、他の地域、特に中国と台湾である場合が多い。この場合は、
中国系マレーシア人が、最初から中国語で制作を進めている。

ビデオゲームを利用する人口自体は増える可能性も十分にあるが、海賊版の横行という
抜本的な問題を解決しない限り、市場の売上には貢献せず、結果として市場が縮小して行
ってしまう恐れがある。一般的な流れとしては、現在流通している家庭用ゲームのハード
の性能は十分なものであり、パブリッシャーは「ソフトの面白さ」により注目して、売る
べきソフトを決定している傾向がある。

スマートフォンのゲームアプリは、海外で制作された英語のコンテンツがそのまま消費
される傾向にあり、急速に一般ユーザーの間で広がってゆく。これからも大きな成長が期
待出来る市場である。スマートフォン用のゲームにおいては、日本の場合と同様、アプリ
内課金でゲームを有利に進める為のアイテムを販売し、収益を上げている。したがって、
マレーシアのゲーム業界はスマートフォンアプリにシフトしてきており、いかに早く損益
分岐点に達し、より多くの利益を得るか、という課題にむけて、プレイヤーを惹きつける
ことのできるゲーム開発に注力している。

そのような傾向のなか、マレーシアのデベロッパーによって制作されたスマートフォン
用ゲームアプリは、以下の7作品である。

1. MobFish Hunter
2. Chinese Zombie War Demon Arise

3. Li - Ning Jump Smash 15
4. Xcite Mountain Bike Extreme 3D
5. Amok - The Villain Heroes
6. Lightopus
7. Protect Teddy

「多くのマレーシアのゲーム会社は、プロモーションをあまり行わず、プレイヤーに無料でダウンロードさせることでゲームのプレイヤーを増やし、アプリ内課金で収益を上げるという方法が主流となっている。」

[ゲーム販売会社談]

「マレーシアは東南アジア全体でみてもゲーム開発会社の数が多く、関わる人間の数もますます大きくなっている。2015年におけるゲーム業界の就業人数は158,549人であり、うち87%がマレー系である。2014年と比較しても、10,981人の新たな雇用がなされた。」

[アニメ・ゲーム制作会社談]

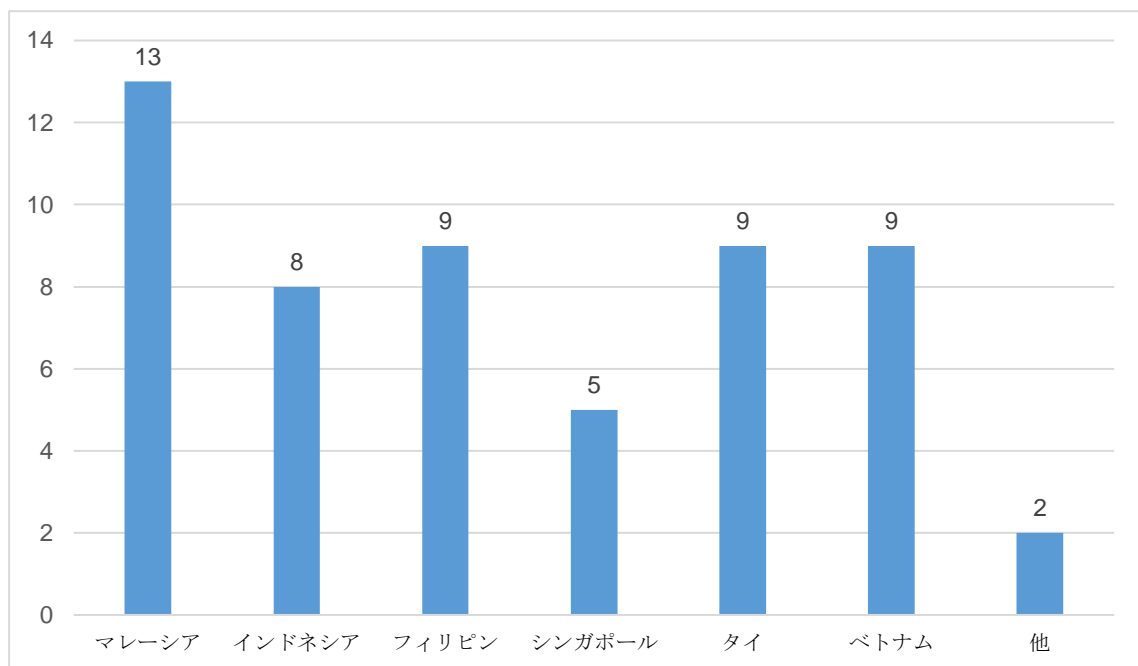


図 7-1 東南アジアにおけるゲーム会社数の比較 (2016年)

[出典：Lemonsky]

特に5～6年前からは、アニメ、ゲーム、音楽、映画、ドラマ等のシーズンやリリースに合わせて、グッズ、書籍、イベントなどのメディアミックス戦略が見られる。

ゲーム関連の書籍の売上は、ゲーム会社やメーカーのマーケティング戦略に大きく依存している。例えばアニメーションやライトノベルが原作のものや、声優をキャラクターボイスに起用するゲームタイトルでは、原作や声優の人気の、売上に直結する大きな要素となっている。ゲーム関連書籍で、ほかに需要の高いカテゴリーは、作品のコンセプトアート集などであり、特に美術学生に人気がある。ターゲットは15歳～25歳である。

7.1.2 ハードウェア（コンソール）、オンラインゲーム、モバイルゲーム等の開発環境および市場規模

マレーシアのゲーム制作者は、以下のような開発環境で作業をしている。

表 7-1 マレーシアにおけるゲーム開発環境（コンソール）

エンジン	プログラミング 要/不要	2D / 3D	対応 OS	ユーザー 利用環境
Construct 2	No	2D（全ジャンル）	Windows	コンソール
Game Maker: Studio	No	2D（全ジャンル）	Windows	コンソール
Unity	Yes	2D + 3D （全ジャンル）	Windows, Mac	コンソール
Unreal Engine	Yes	3D（全ジャンル）	Windows, Mac	コンソール
CryEngine	Yes	3D（全ジャンル）	Windows	コンソール
Torque 2D/3D	Yes	2D + 3D （全ジャンル）	Windows	コンソール
BitSquid	-	3D（全ジャンル）	Windows	コンソール
Morpheme 4 & Euphoria	-	2D + 3D （全ジャンル）	Windows	コンソール
Gameware	-	3D（全ジャンル）	Windows	コンソール
XaitControl	-	2D（全ジャンル）	Windows	コンソール

[出典：大手ゲーム開発会社]

表 7-2 オンラインゲーム・モバイルゲームの開発環境

エンジン	プログラミング が必要か	2D / 3D	対応 OS	ユーザー利用環境
Construct 2	No	2D (全ジャンル)	Windows	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
Game Maker: Studio	No	2D (全ジャンル)	Windows	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
Unity	Yes	2D + 3D (全ジャンル)	Windows, Mac	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
Unreal Engine	Yes	3D (全ジャンル)	Windows, Mac	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
Clickteam Fusion	No	2D (全ジャンル)	Windows	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
Stencyl	No	2D (全ジャンル)	Windows, Mac, Linux	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
GameSalad	No	2D (全ジャンル)	Windows, Mac	デスクトップ・ モバイル・ウェブ
PICO-8	Yes	2D (全ジャンル)	Windows, Mac, Linux	デスクトップ・ ウェブ
CryEngine	Yes	3D (全ジャンル)	Windows	デスクトップ
PlayCanvas	Yes	2D + 3D (全ジャンル)	Browser (Windows, Mac, Linux, Mobile)	デスクトップ・ モバイル・ウェブ

[出典：大手ゲーム開発会社]

正確なデータはないが、大手ゲーム会社からの聞き取り調査によると、2012年から2016年までのマレーシアのゲーム市場の規模は拡大傾向にある。スマートフォン用のゲームを含む市場規模は、2015年に2億9,300万USドル（約330億円）に達し、2014年と比較すると30.9%の増加となった。2016年には4億8800万ドル（約550億円）に達し、マレーシアは東南アジアでは2番目に大きな市場となるが、この売上は、マレーシアで開発されたゲームが海外から購入された売上（逆輸入）を含むものである。

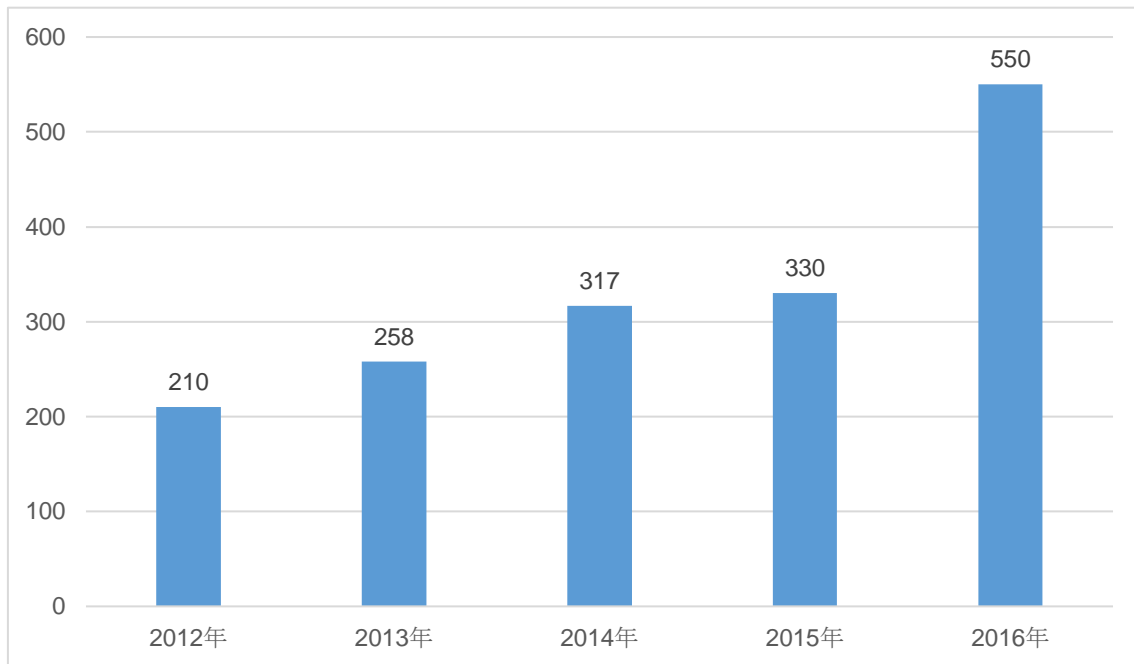


図 7-2 2012年～2016年のマレーシアのゲーム市場規模 (単位:億円)

[出典：大手ゲーム会社]

7.1.3 モバイルの利用状況（各 OS 毎の普及率）

モバイル利用状況は、Android デバイスのアカウントが 85%に対して iOS は 11.9%程度であるが、全体的なネット利用状況は両者ともほぼ同じである。ゲーム開発者が Android と iOS へのゲームアプリを提供しようとした場合、iOS の場合は多くの手順を踏まなければならない上、セキュリティが厳重であるために、認証まで時間がかかるが、Android の場合は、より条件が緩やかである。

「マレーシアのスマートフォンユーザーは 2015 年から 2016 年にかけて 13%（1,450 万人から 1,640 万人）増えた。2017 年はさらに 1,780 万人にまで増えると予測される。マレーシアのユーザーは、1 日に平均 3 時間 37 分、スマートフォンでオンラインコンテンツを閲覧し、およびプレイしている。」

[ゲーム開発会社談]

7.1.4 主なゲーム関連見本市およびイベント

マレーシア国内で開催されるゲーム見本市は以下の通りである。

表 7-3 マレーシア国内で開催されるゲーム見本市

イベント名	概要	URL
Comic Fiesta	マレーシア最大級のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで、毎年平均 2 日間で 5 万人以上を動員する。 他に公式のイベントがない現状のなか、アマチュアによる非公式イベントにも関わらず、多くの動員数を誇り、影響力もますます大きくなっている。	http://comicfiesta.org/2016/
Animangaki	Sunway 大学主催のアニメ、コスプレ、ゲームの総合イベントで毎年平均 3,000~5,000 人を動員する。	http://www.animangaki.com/
Level Up KL	毎年 1 回開催されるイベント。海外からの有名クリエイターを招き、講演会を開催するだけでなく、商談会、表彰など、ゲームをトータルに扱う国際的なコンテンツ見本市である。	https://facebook.com/levelupkualalumpur/

7.2 主要な輸入タイトルのリスト

表 7-4 マレーシアにおける主要輸入ゲームタイトル

作品名	開発国	プロデューサー	リリース年
Uncharted 4: A Thief's End	アメリカ	Bruce Straley & Neil Druckmann; published by Sony Computer Entertainment	2016
The Division	フランス	Petter Sydow; published by Ubisoft,	2016
Quantum Break	フィンランド	Miloš Jeřábek; published by Microsoft Studio	2016
XCOM 2	アメリカ	Garth DeAngelis; published by 2K Games	2016
Fall out 4	アメリカ	Jeff Gardiner; published by Bethesda Softworks	2015
ゼルダの伝説 トワイライトプリンセス	日本	宮本茂 任天堂	2006
ライフ イズ ストレンジ	日本	Luc Baghadoust; published by Square Enix	2015
ダークソウル III	日本	宮崎英高 谷村唯, 岡野勇	2016
Far Cry Primal	フランス	Vincent Pontbriand; Published by Ubisoft	2016
ヒットマン	日本	Christian Elverdam ; published by Square Enix	2016
Dishonored 2	フランス	Arkane Studios; Bethesda Softworks	2016
Titanfall 2	アメリカ	Respawn Entertainment; Electronic Arts	2016
Overwatch	アメリカ	Miloš Jeřábek; Microsoft Studio	2016
人喰いの大鷲トリコ	日本	SIE Japan Studio; Sony Interactive Entertainment	2016

Civilization VI	アメリカ	Firaxis Games; 2K Games	2016
Uncharted 4: A Thief's End	アメリカ	Naughty Dog; Sony Computer Entertainment	2016
Doom	アメリカ	Id Software; Bethesda Softworks	2004 2016 (Microsoft Windows, PS4, Xbox One)
XCom 2	アメリカ	Firaxis Games; 2K Games	2016
ダークソウル III	日本	FromSoftware; Bandai Namco Entertainment & FromSoftware	2016
Inside	デンマーク	Playdead; published by Playdead	2016
Dota 2	アメリカ	Valve	2013 マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ
Heroes of The Storm	アメリカ	Blizzard	2015 マルチプレイヤーオンラインバトルアリーナ
Counter-Strike: GO	アメリカ	Valve	2012 ファーストパーソン・シューティングゲーム
World of Warcraft (WoW)	アメリカ	Blizzard	2004 オンラインロールプレイングゲーム

Call of Duty: Advanced Warfare	アメリカ	Sledgehammer	2014 ファーストパー ソン・シューテ イングゲーム
ファイナルファンタジ ーXIV: 蒼天のイシュガ ルド	日本	Square Enix	2015 MMORPG
Path of Exile	ニュージーラ ンド	Grinding Gear	2013 アクションロー ルプレイングゲ ーム
Heartstone	アメリカ	Blizzard	2014 トレーディング カードゲーム
Guild Wars 2	アメリカ	Arenanet	2012 MMORPG
World of Tanks	キプロス	Wargaming	2016 MMO
League of Legends (LOL)	アメリカ	Riot Games	2009 マルチプレイヤ ーオンラインバ トルアリーナ
Counter Strike - Global Offensive	アメリカ	Hidden Path Entertainment and Valve Corporation	2004 ファーストパー ソン・シューテ イングゲーム
Diablo III	アメリカ	Blizzard	2012 アクションロー ルプレイングゲ ーム
Smite	アメリカ	Hi-Rez Studios	2014 マルチプレイヤ ーオンラインバ トルアリーナ

Battlefield 4	スウェーデン	EA DICE	2013 ファーストパー ソン・シューテ イングゲーム
MineCraft	スウェーデン	Mojang	2011 シングルプレイ ヤーコンピュー タゲーム
World of Tanks	キプロス	Wargaming	2014 MMO
Hearthstone - Heroes of Warcraft	アメリカ	Blizzard	2014 トレーディング カードゲーム

[出典：コンテンツ制作会社]

7.3 現地主要企業およびバイヤーリスト

社名	Fly Studio	Email	info@flystudio.my
業種	CG 製作会社	Website	http://flystudio.my/
担当者	Meng	電話	03 7496 5678
住所	301A, 2nd Floor Wisma OUM (Blok C) Kompleks Kelana Centre Point Jalan SS7/19, Kelana Jaya 47301 Petaling Jaya, Selangor Malaysia		

社名	Frogtale Studio	Email	my@frogtalestudio.com
業種	アニメ・ゲーム製作会社	Website	www.frogtalestudio.com
担当者	Xerxes Lim	電話	012 765 9086
住所	19-02a, Level 19, The Pinnacle, Persiaran Lagoon, Bandar Sunway, 46150 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Lemon Sky Studio	Email	inquiries@lemonsky.tv
業種	アニメ・ゲーム製作会社	Website	www.lemonsky.tv
担当者	Gene	電話	03 7842 6155
住所	10-2, Symphony House, Jalan PJU 1A/46, 47301 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Streamline Studios	Email	leon@streamline-studios.com
業種	ゲーム開発会社	Website	www.streamline-studios.com
担当者	Leon	電話	03 2242 4878
住所	8, Jalan Kerinchi, Pantai Dalam, 59200 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur.		

社名	Terato Tech	Email	support@terato.com
業種	スマホアプリ開発会社	Website	www.teratotech.com
担当者	Reza	電話	012-699 9662
住所	Suite 805A, Bangi Business Park, Off Persiaran Kemajuan, 43650 Bandar Baru Bangi, Selangor.		

社名	Tomato Animation	Email	hello@tomatoanimation.com
業種	アニメ・ゲーム制作会社	Website	www.tomatoanimation.com
担当者	Chan Kam Wai	電話	03 7886 9800
住所	E-02-6, Pusat Dagangan NZX, Jalan PJU 1A/41, Ara Jaya, 47301 Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Impulse Gaming	Email	sunway@impulse.com.my
業種	コンソールゲームディストリビューター	Website	www.impulse.com.my
担当者	非公開	電話	010 663 3155
住所	79, Jalan PJS 11/9, Petaling Jaya, Selangor.		

社名	Gamers Hideout	Email	feedback@gamershideout.com.my
業種	コンソールゲームディストリビューター	Website	gamershideout.com.my
担当者	非公開	電話	03 5611 3942
住所	Lot S096, 2nd floor, Mid Valley City, 58000 Kuala Lumpur.		

報告書の利用についての注意・免責事項

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、海外の制度・規制等は日々変化するため、最新の情報を確認する必要がある場合は、必ずご自身で最新情報をご確認ください。

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、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、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。

本報告書に係る問い合わせ先：

日本貿易振興機構（ジェトロ）
サービス産業部 クリエイティブ産業課
E-mail：SIC@jetro.go.jp

ジェトロ・クアラルンプール事務所
E-mail：MAK@jetro.go.jp

JETRO

調査タイトル：「マレーシアにおけるコンテンツ産業調査」

ジェトロでは、標記調査を実施しております。報告書をお読みになった感想について、是非アンケートにご協力をお願い致します。今後の調査テーマ選定などの参考にさせていただきます。

- 質問1: 本報告書での内容について、どのように思われましたでしょうか？(○を一つ)
 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: ①使用用途、②上記のように判断された理由、③その他、本報告書に関するご感想をご記入下さい。

- 質問3: 今後のジェトロの調査テーマについてご希望等がございましたら、ご記入願います。

- お客様の会社名等をご記入ください。(任意記入)

ご所属	<input type="checkbox"/> 企業・団体	会社・団体名
	<input type="checkbox"/> 個人	部署名

※ご提供頂いたお客様の情報については、ジェトロ個人情報保護方針 (<https://www.jetro.go.jp/privacy/>) に基づき、適正に管理運用させていただきます。また、上記のアンケートにご記載いただいた内容については、ジェトロの事業活動の評価及び業務改善、事業フォローアップのために利用いたします。