ジェトロ・クアラルンプール事務所
2023年12月28日作成

マレーシアにおけるコンテンツ市場（主にアニメ関連の市場）（マレーシア・クアラルンプール発）

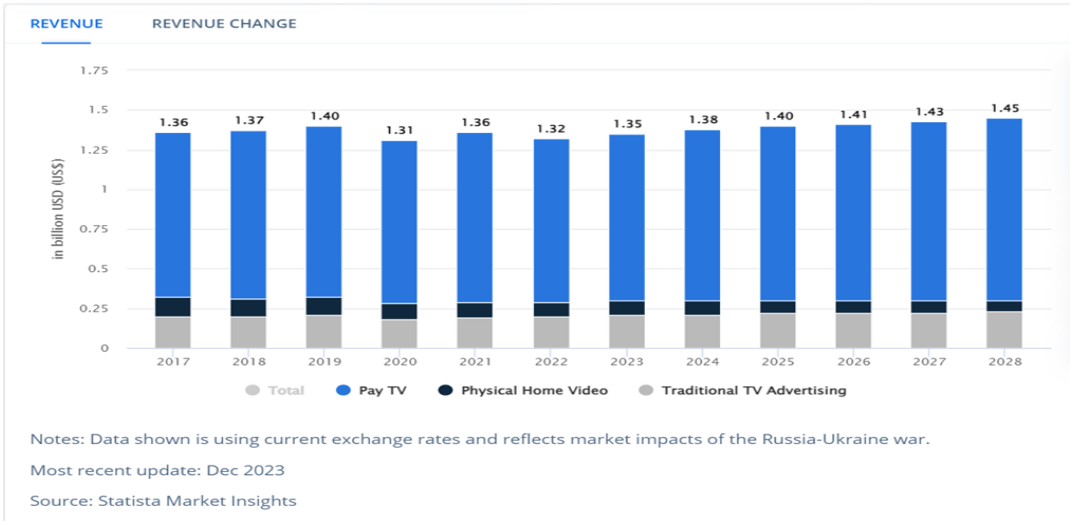
１．要旨

マレーシアのテレビ動画市場は、2022年時点で約1,874億円であり、2028年までに1.6%の年平均成長が見込まれている。一方、動画配信サービスの市場は、2022年時点で約167億円であるが、2028年までに11.53%の年平均成長が見込まれている。動画コンテンツの中でも一番人気は日本のアニメーションであり、人気番組トップ20位のうち、４つの日本のアニメーションタイトルがランクインしている。

アニメ人気を裏付けるように、マレーシアではアニメ関連のイベントが好評な他、多くのアニメ関連グッズが販売されている。こういったグッズは正規ルートで取引されているケースがまだ少なく、日本企業にとっては本物の商品を流通させる機会があるとみられる。

２．テレビおよび動画配信サービス市場規模と成長見通し

マレーシアにおけるテレビの動画市場（いわゆるテレビで放映される有料番組やテレビ広告の市場）とホームビデオ市場規模は、2022年に13.2億ドル（約1,874億円、本レポートでは1ドル142円で計算）と推計される。2028年までに年平均成長率1.6%の14.5億ドル（約2,059億円）に達すると見込まれている。

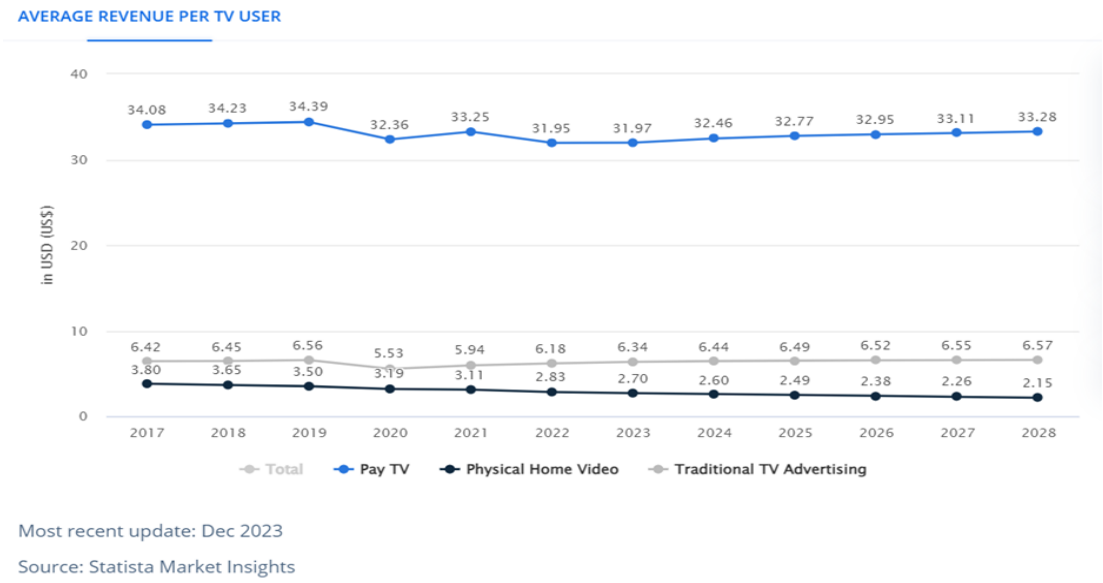


図表１　マレーシアにおける伝統的なテレビおよびホームビデオ市場規模（単位：10億ドル）
出所：Statista（注１）

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

統計データプラットフォームを提供するStatistaによるとASTRO（有料衛星放送）が79.3%のシェアを占めており、続いてMedia Prima（マレーシアを代表する総合メディアグループ）が20%とほぼ2強で市場が占有されている。

テレビの動画およびホームビデオ市場のユーザー普及率は、2023 年に 76.2% になったと予測されており、またテレビ視聴者数は 2028 年までに 2,690 万人に達すると推計される。

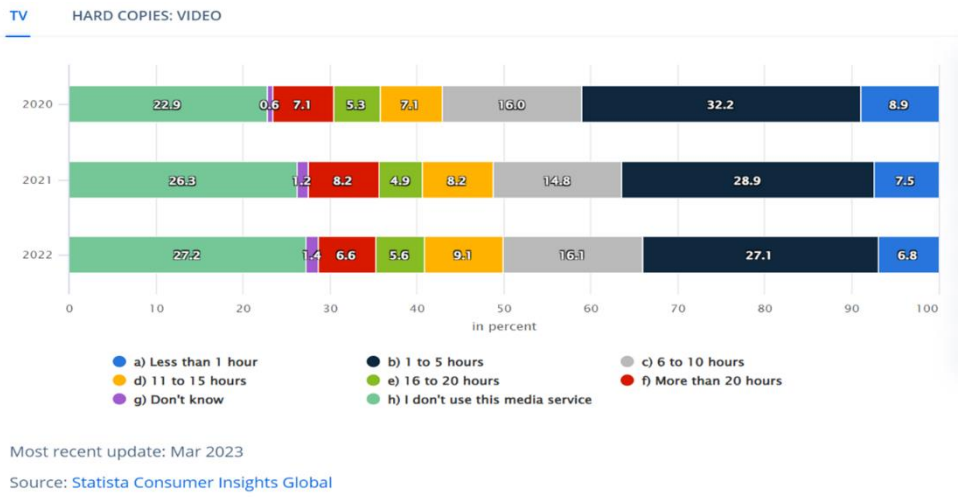


図表 2　マレーシアにおける伝統的なテレビおよびホームビデオ市場の1人当たり売上高（単位：ドル）

出所：Statista

テレビの動画における 1 人当たりの売上は、2022年時点で有料番組が31.95ドル（約4,537円）、テレビ広告が6.18ドル（約878円）である。

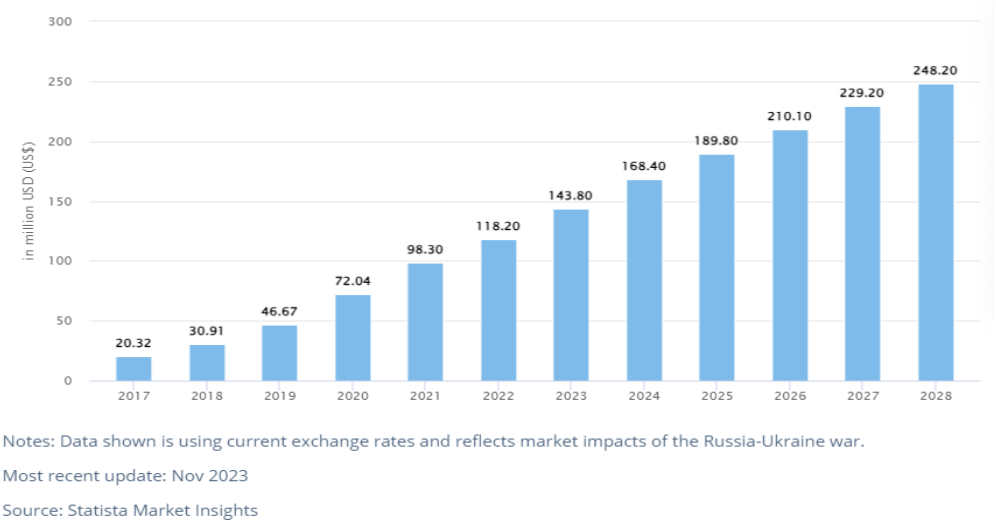
Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.



図表３　マレーシアにおけるテレビの視聴時間（1週間あたり）
出所：Statista

テレビを視聴するユーザーの中では、1週間に1時間から5時間視聴するユーザーが27.1%のシェアを占める。一方で、テレビを視聴しないユーザーも27.2%にのぼり、そもそもテレビを視聴しない人も一定数存在することが分かる（2022年時点）。

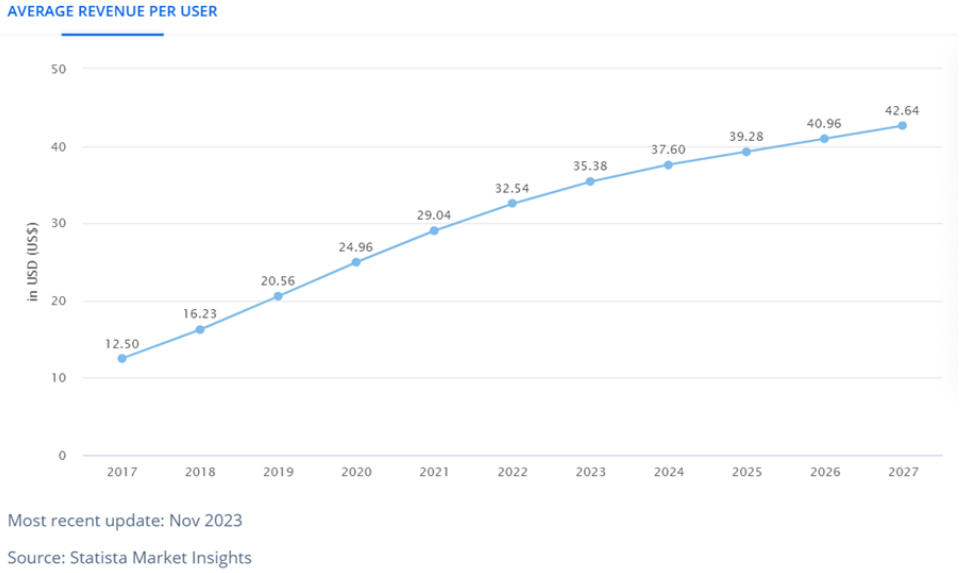
動画配信サービスの市場規模は、2022年に1億1,820万ドル（約167億円）と推計される。2028年までに、年平均成長率11.53%で、2億4,820万ドル（約352億円）にまで市場規模が拡大すると予測される。



図表４　マレーシアにおける動画配信サービスの市場規模（単位：百万ドル）
出所：Statista

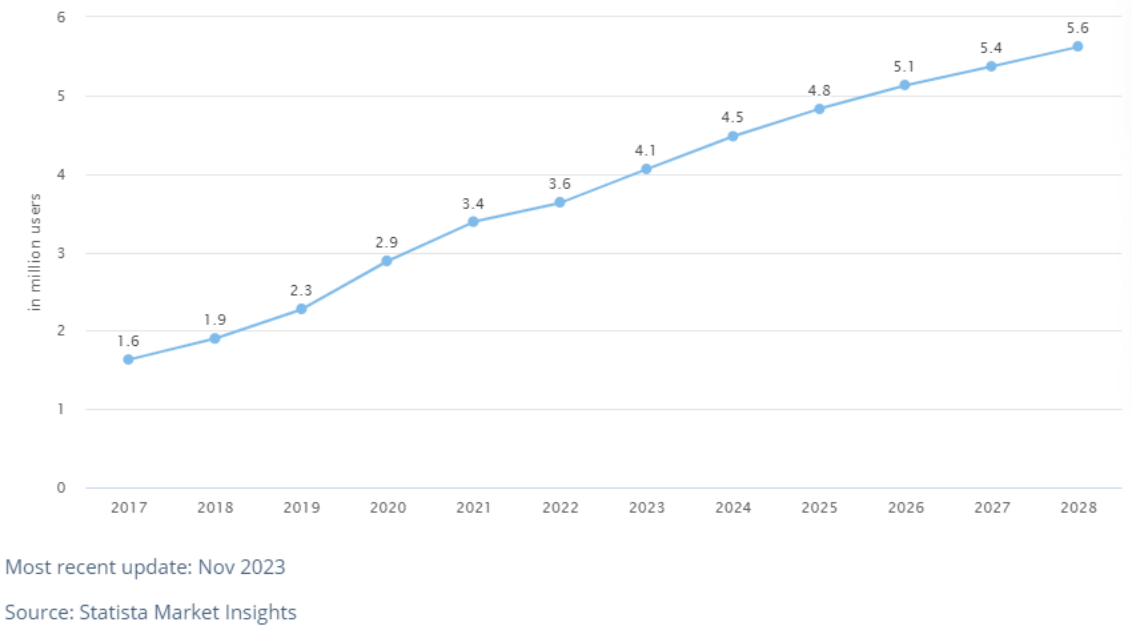
ユーザー１人当たりの平均売上は、2022年には32.54ドル（約4,620円）である。

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.



図表５　マレーシアにおける動画配信サービスの1人当たり売上（単位：ドル）
出所：Statista

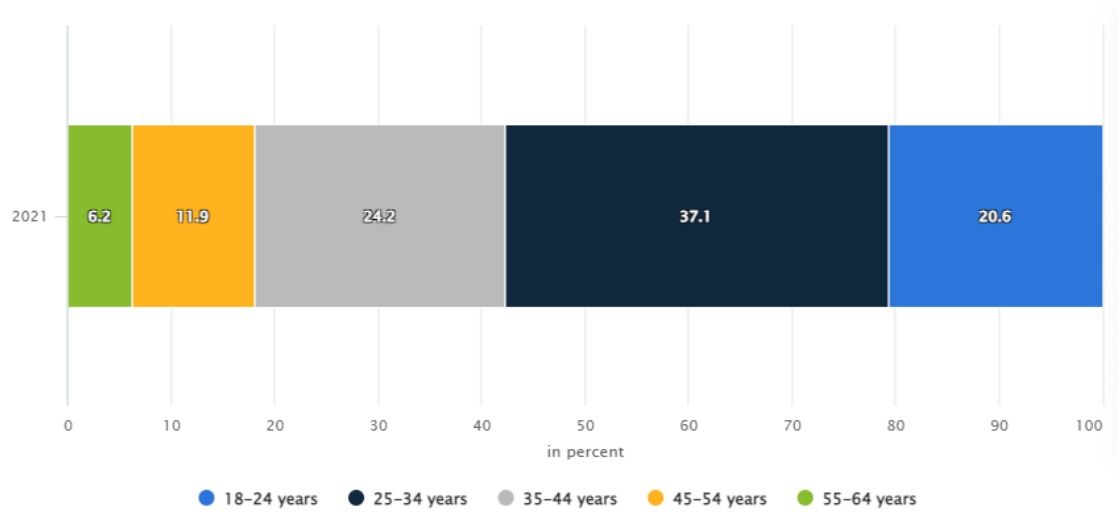
ユーザー数は2022年時点で約360万人、2028年までに約560万人に達すると予測される。ユーザー普及率は2023年に12.1%、2028年には15.9%になると予測されている。



図表６　マレーシアにおける動画配信サービスのユーザー数（単位：百万人）
出所：Statista

2021年のユーザーの年齢別割合は、25～34歳が37.1%と一番多く、次いで35～44歳が24.2%と続く。18～44歳の年齢層で全体の81.9%を占める。

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.



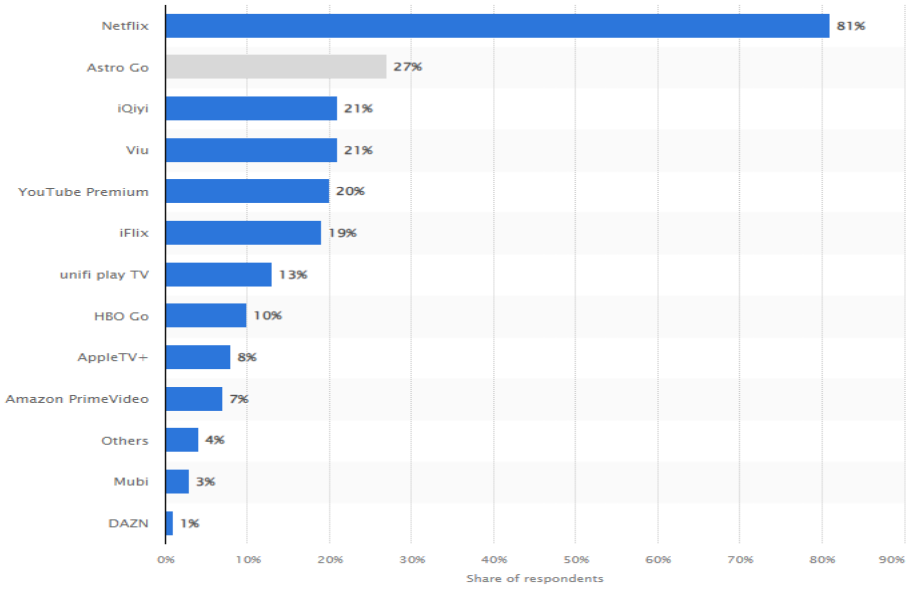
Most recent update: Oct 2021

Sources: Statista Market Insights , Statista Consumer Insights Global

図表 7　マレーシアにおける動画配信サービスの年齢別ユーザー割合
出所：Statista

最も利用されている動画配信サービスはNetflixで、シェアは81%に上る。次いでAstroGoが27%、iQiyi（中国の動画配信サービス）とViu（香港の動画配信サービス）が21%。日本のサービスでは、Daznが1%となっている。

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.



図表８　マレーシアにおける動画配信サービスのシェア（複数回答有）
出所：Statista

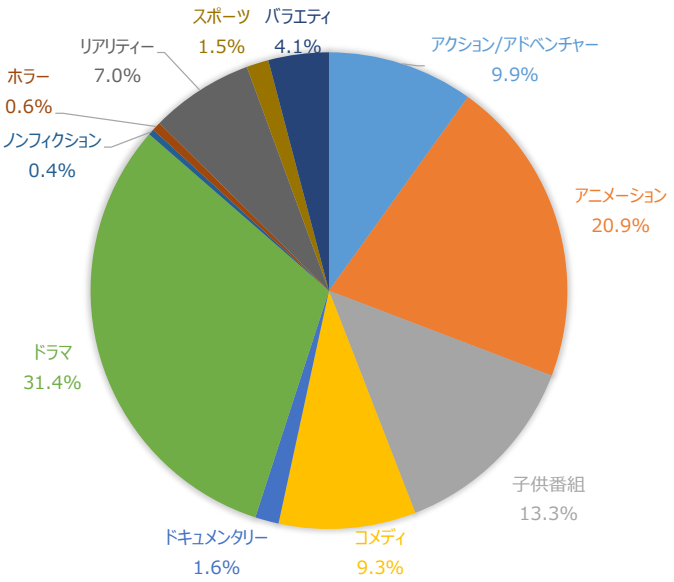
マレーシアの動画配信市場は、ローカルコンテンツの人気の高まりと、手頃な価格のインターネットサービスの普及が追い風となり、需要が急増している。

なお、シンガポールのデジタル技術の利用動向に関するコンサルティングサービスを提供しているDATAREPORTALによると、マレーシアのインターネットユーザー数は、2023年1月時点で、人口（3,413万人）の96.8%に当たる3,303万人と、人口比率で世界第10位となっている。

３．人気の番組ジャンル

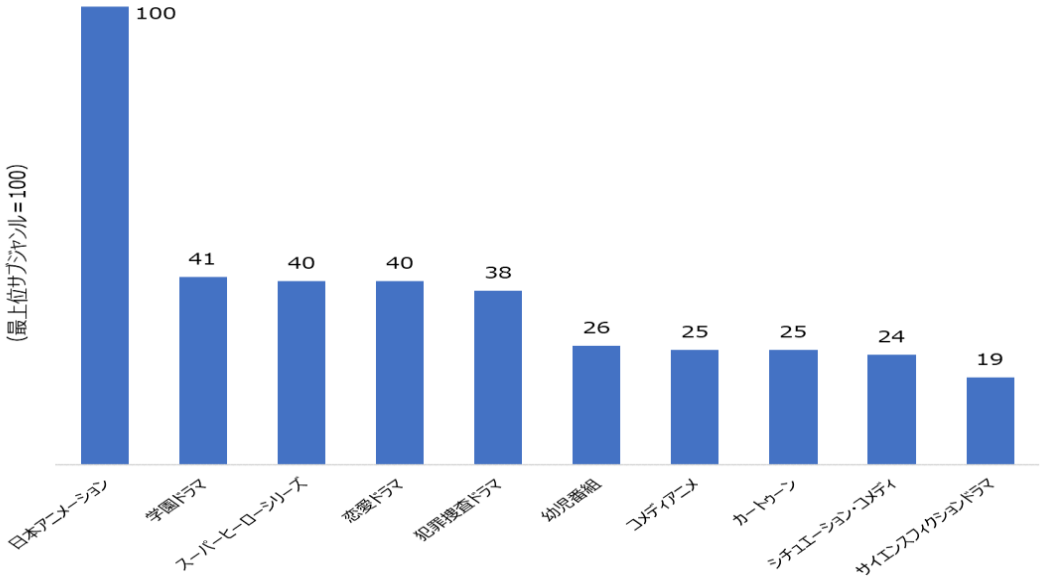
テレビ番組やデジタルコンテンツの人気や視聴者の関心度を測定するためのデータ分析会社ParrotAnalyticsのレポートによると、2022年第2四半期時点でのテレビ動画や動画配信の人気ジャンルは、ドラマが31.4%、アニメーションが20.9%、子供向けが13.3%であった。

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.



図表９ マレーシアにおける動画配信での人気ジャンル（2022年第2四半期）
出所：ParrotAnalytics

サブジャンルカテゴリまで分析すると、日本アニメーションの人気が圧倒的に高い。次いで人気の学園ドラマ、スーパーヒーローシリーズ、恋愛ドラマなどと比べても、日本アニメーションは2.5倍以上のニーズがあることが分かる。



図表10 マレーシアにおける動画配信での人気サブジャンル（2022年第2四半期）
出所：ParrotAnalytics

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

2022年4月時点の人気番組シリーズ上位20位の中に、日本の番組は４タイトル（8位：進撃の巨人、9位：呪術廻戦、11位：ワンピース、17位：スパイファミリー）ランクインしており、すべてアニメーションである。

	タイトル	プラットフォーム	ジャンル	平均との乖離
1	Moon Knight	Disney＋	アクション/アドベンチャー	19.9
2	Upin & Ipin	TV9	アニメーション	14.1
3	Boboiboy: Galaxy	TV3	子供番組	12.8
4	Stranger Things	Netflix	ドラマ	12.7
5	My Little Pony: Friendship is Magic	Hub Network	子供番組	12.3
6	Spongebob Squarepants	Nickelodeon	子供番組	12.3
7	WondaVision	Disney＋	アクション/アドベンチャー	11.6
8	Attack On Titan（進撃の巨人）	MBS	アニメーション	11.2
9	Jujutsu Kaisen（呪術廻戦）	JNN	アニメーション	10.7
10	Ejen Ali	TV3	子供番組	10.4
11	One Piece（ワンピース）	Fuji Television Network	アニメーション	10.1
12	Obi-wan Kenobi	Disney＋	アクション/アドベンチャー	9.6
13	Oddbods	Disney Channel Asia	アニメーション	9.3
14	The Owl House	Disney Channel	子供番組	9.1
15	Boboiboy	TV3	子供番組	9.1
16	The Mandalorian	Disney＋	アクション/アドベンチャー	9.0
17	SPY×FAMILY（スパイファミリー）	TV Tokyo	アニメーション	8.9
18	Peaky Blinders	BBC Two	ドラマ	8.8
19	Game of Thrones	HBO	ドラマ	8.8
20	Sesame Street	PBS	子供番組	8.1

図表11 マレーシアにおける人気番組

出所：ParrotAnalytics

４．アニメ関連イベント

インドにあるアニメ、マンガ、テレビ番組、映画、および関連するポップカルチャーコンテンツに関する情報、ニュース、レビューを提供するオンラインプラットフォームであるEPIC DOPEのレポート（注２）は、「アニメが世界中で大人気であることは周知の事実だ。オタクだけがアニメを見る時代は終わり、様々な人がアニメを見ている時代となった」と評価している。

アニメが人気の国はたくさんあるが、2021年にGoogle上でアニメがトレンドになった上位10か国の中で、マレーシアは第8位にランクインしており、国民の42.7%がアニメーションを見ている。

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

	国・地域	総人口（2022年1月時点）	アニメ視聴者比率（%）	アニメ視聴者数
1	日本	126,362,853	75.87	95,871,497
2	米国	335,124,941	71.86	240,820,783
3	フィリピン	112,390,104	70.58	79,324,935
4	フランス	67,929,576	62.50	42,455,985
5	ブラジル	215,756,327	55.78	120,348,879
6	韓国	49,403,216	50.70	25,047,431
7	メキシコ	131,860,138	45.58	60,101,851
8	マレーシア	33,477,720	42.70	14,294,986
9	カナダ	36,874,296	34.67	12,784,318
10	台湾	23,269,616	32.50	7,562,625

図表12 アニメを見ている人口比率ランキング（注３）

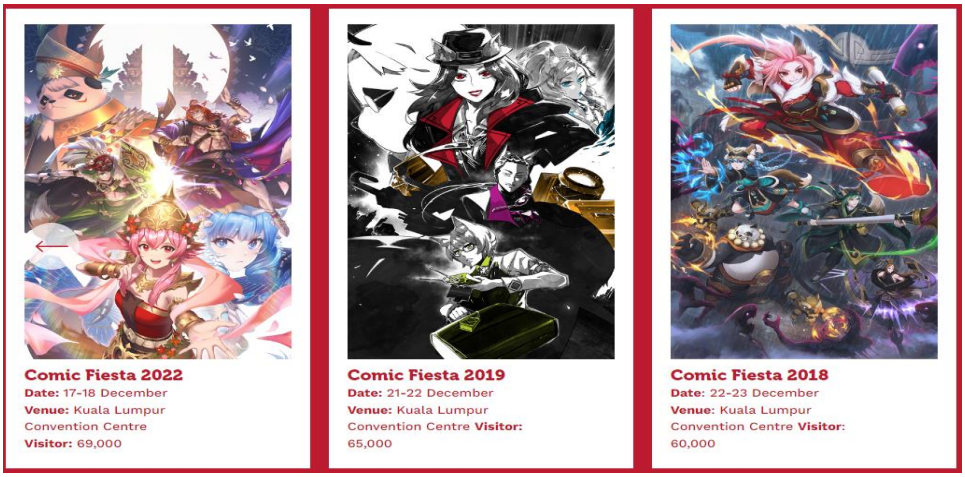
出所：EPIC DOPE

マレーシアがランクインした理由は、日本のアニメやマンガが深く浸透しているためだと考えられる。EPIC DOPEによると、日本のアニメやマンガは、マレーシアのコミックアーティストや映画制作などに影響を与えている。また、クアラルンプール首都圏にはアニメグッズや専門店が立ち並び、多くのファンを惹きつけている。

マレーシアではアニメやコスプレなどに関連するイベントも人気だ。Comic Fiestaは、東南アジアで最大かつ最も長い歴史を誇るアニメーション、コミック、ゲーム（ACG）のイベントであり、毎年6万人以上（2022年実績は6万9千人）のアーティスト、イラストレーター、コスプレイヤー、そして多くのファンが集まっている。

集客力があるアニメ関連のイベントは以下のとおり。

① Comic Fiesta：マレーシア最大のアニメ、マンガ、ゲーム、コスプレイベント。毎年12月に開催。



図表13 Comic Fiestaの集客実績

出所：Comic Fiesta

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.





図表14 Comic Fiestaのイベント風景
出所：ジェトロ撮影

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

②NIJIGEN EXPO：マレーシアで人気のACG (“Animation, Comics, and Games”)イベント。2022年から年に2～3回開催（6万人集客）。



図表15 NIJIGEN EXPOのイベント風景
出所：NIJIGEN EXPO

③AniManGaki：マレーシアで人気のACG (“Animation, Comics, and Games”)イベント。毎年8月に開催（3.5万人集客）。

５．アニメ関連の商品トレンド 、主な流通ルート

アニメの人気に伴い、アニメ関連グッズの販売店も増えており、オフラインの店舗だけでなく、オンラインでの販売も増えている。他方で正規の商品が出回っているケースはまだ少なく、模倣品の流通が多い。Comic Fiestaに出展していた日本企業の担当者によると、「ファンからは多少高くても正規品がほしい」との声が多かったとのこと。

また、本レポートの執筆と同時期に進めていた販売店へのヒアリングや日頃の情報収集では、こうしたアニメ関連グッツについては並行輸入品が非常に多く、日本の販売価格の2倍から3倍で販売されている印象。正規の仕入れルートが無いアニメ関連店舗では、日本の知人に依頼し、日本で販売されている商品を購入してもらい、EMSなどの国際郵便サービスを利用してマレーシアまで運んでいるケースが多く、日本の販売価格よりも非常に高い価格で販売されている。

６．日本の中小企業にビジネスチャンスがあると考えられる製品例、参入時のアドバイス・留意点等

上述のとおり、マレーシアでは大小様々なアニメ関連のイベントが行われているため、当該イベントに参

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

加しテスト販売をすることで、現地の状況や取引パートナーが見つかる可能性が高い。実際、2023年に３つのアニメ関連イベントに出展した日本の企業から、「イベント出展時にマレーシアでアニメ関連商品を販売している店舗から声が掛かり、取引が決まった」との話もあった。

テレビの動画や動画配信サービスなどでアニメコンテンツが広がり、すでに多くのファンが存在する状態だからこそ、日本の商品を展開し、販路を増やせる可能性が高いと考えられる。需要があるにも関わらず、供給ができていない状態は日本企業にとってビジネス展開の好機と言える。

（注１）本レポート内のStatistaのグラフや数値データはすべて下記レポートから引用。
「Traditional TV & Home Video - Malaysia」
https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/traditional-tv-home-video/malaysia

（注２）出所：EPIC DOPE
https://www.epicdope.com/top-10-countries-where-anime-is-most-popular-and-why/

（注３）データは海賊版サイトではなく合法的なサービスでアニメを視聴するアニメ視聴者に基づく。

以上

○作成：ジェトロ・クアラルンプール事務所
〇執筆：中小企業海外展開現地支援プラットフォームコーディネーター　五木田　貴浩

【レポートの利用についての注意・免責事項】本レポートは、日本貿易振興機構（ジェトロ）クアラルンプール事務所が五木田貴浩氏に作成委託し、2023 年 12 月に入手した情報に基づき作成したものです。掲載した情報は、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。本レポートはあくまでも参考情報の提供を目的としており、提供した情報の正確性、完全性、目的適合性、最新性及び有用性の確認は、読者の責任と判断で行うものとし、ジェトロは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。

【レポートの内容に関するお問い合わせ先】
ジェトロ・海外展開支援部戦略企画課個別支援班　ODA@jetro.go.jp

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.

◆「海外発トレンドレポート」読後アンケートにご協力ください◆
本レポートは皆様の海外ビジネスにお役に立ちましたでしょうか？
今後の参考のため、役立ち度アンケートにご協力頂けましたら幸いです。
（所要時間：約1分）

Copyright © 2024 Japan External Trade Organization (JETRO). All rights reserved.