

インドネシアコンテンツ市場調査（2017年度版）

2018年3月

日本貿易振興機構（ジェトロ）

目次

1. 市場の概況.....	1
1-1.映画館とスクリーンの数.....	2
1-2. チケット料金.....	2
2. インドネシアの映画興行.....	3
2-1. 国産映画の状況.....	3
2-2. 外国映画の状況.....	4
3. 映画のインターネット配信.....	5
3-1.無料配信.....	5
3-2.有料配信.....	5
4.テレビで放映された劇場公開作品.....	7
5.主要な映画イベント.....	7
6.映画の著作権侵害.....	7
7.映画の収益分配構造.....	8
8.海外作品の調達プロセス.....	9
9.日本映画のバイヤー候補.....	10
第2章 テレビ市場.....	12
1.無料放送局.....	12
1-1.海外番組の放映.....	13
1-2.無料放送の広告市場.....	14
2.有料放送市場の現状と将来展望.....	17
2-1. 人気のある有料テレビ番組.....	17
3.インターネット動画配信サービス.....	18
4.番組の取引方法.....	20
5.放送規制.....	20
6.日本のテレビ番組のバイヤー候補.....	21

7.TV番組の著作権侵害	22
第3章 アニメ市場	23
1.市場の概況.....	23
2.テレビ.....	23
2-1.無料放送	23
2-2.無料放送の番組調達	24
2-3.有料放送	28
3.インターネット配信サービス.....	29
3-1.無料配信	29
3-2.有料配信	30
4.映画	32
5. DVD	35
6. 海外アニメ作品の調達プロセス.....	35
7.アニメイベント	36
8.日本アニメ作品のバイヤー候補.....	38
9.輸入アニメ映画の収益分配構造.....	40
10.アニメ著作権の侵害行為	40
第4章 音楽市場.....	41
1.市場の概況.....	41
2.インドネシアにおける音楽の販売状況.....	42
2-1.実店舗でのパッケージ販売.....	42
2-2.デジタル音楽の販売状況.....	43
3.イベント	44
4.ラジオ.....	45
5.音楽著作権使用料の体系	47

6.日本の音楽作品のバイヤー候補及び日本アーティストの招請プロモーター候補	47
7.音楽著作権の侵害の状況	49
第5章 コミック市場	50
1.市場の概況	50
2.インドネシアにおけるコミック本の販売ルート	51
2-1 書店	51
2-2 オンライン書店	52
3.インドネシア版の翻訳コミックの出版	52
4.人気のコミック	53
5.デジタルコミックの配信	55
5-1 無料配信サービス	55
5-2 有料配信サービス	56
6.コミックの年齢制限（レーティングシステム）	56
7.コミックを出版している主要出版社	57
8.コミック本出版における権利課金	58
第6章 ゲーム市場	59
1.市場の概況	59
1-1. 家庭用ゲーム機の市況	60
1-2. PC オンラインゲーム	61
1-3. モバイルゲーム	62
2.日本ゲームのバイヤー候補	65
第7章 キャラクター市場	66
1.主要なライセンサー	66
2.キャラクターIP の取引形態	67
2-1 共同マーケティング	67
2-2. 共同プロモーション方式	67

2-3.共同マーケティング	68
---------------------	----

免責事項

1. 本調査報告書は、企業等の今後の事業展開に資する内部資料として活用いただくことを目的として提供いたします。本サービスで得た情報を無断で第三者に提供する行為は固くお断りします。転載・翻訳される場合は、必ずジェトロの許諾を得たうえで改変を一切行わず、調査資料等の名称・出所を明示してください。また、引用される場合は、改変を一切行わず当該情報の出所を明示して下さい。万が一、お客様が本規則を遵守せず、紛議が生じたとしても、ジェトロは一切責任を負わず、お客様に損害を賠償していただきます。
2. ジェトロは、できる限り情報の正確を期するよう努めますが、最終的な情報利用の採否はお客様の責任と判断によります。
3. ジェトロが提供した情報により直接、間接に係わらず生じた結果について、万が一、お客様が不利益を被る事態が生じた場合、ジェトロは一切責任を負いかねます。

禁無断転載

©2018 JETRO

作成者 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/ジャカルタ事務所
〒107-6006 東京都港区赤坂1丁目12番32号
Tel. 03-3582-1671 SIC@jetro.go.jp

第1章 映画/映像市場

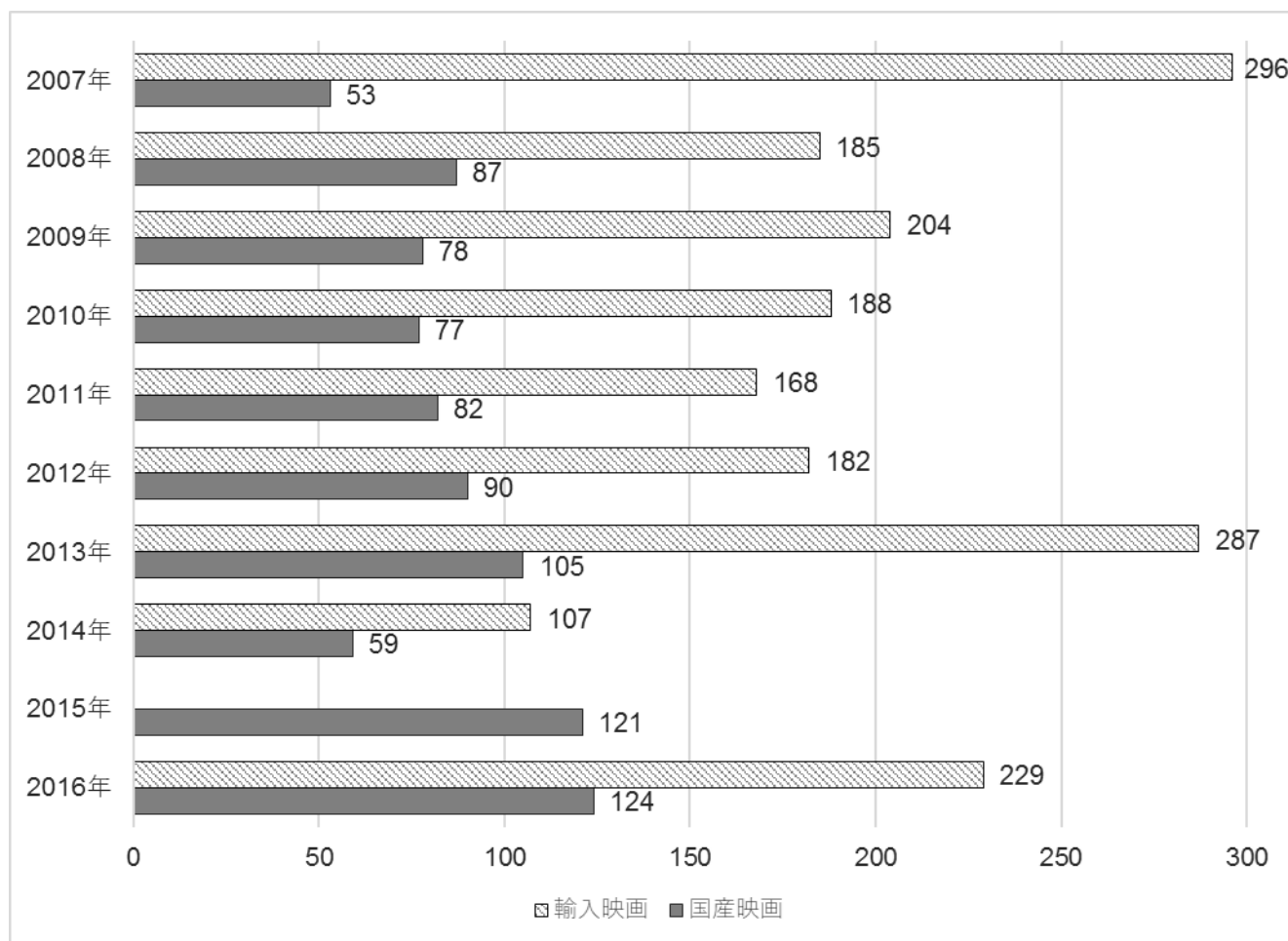
1. 市場の概況

インドネシアの映画市場は、1980年代までは武術とロマンスを融合させたお伽噺である Saur Sepuh や、当時の若者世代を象徴する言葉やユニークな表現、スタイルが醸し出す個性の強い3人兄弟のコメディである Warkop DKI などの国産映画が主流であった。

1990年代に 21 Cineplex という名前のシアターチェーンが生まれたことにより、インドネシアの映画産業は近代化を遂げた。このシアターは、管理の行き届いていない他の映画館と違い、清潔で大きなスクリーンと高音質な音響システムを提供することで、新しい映画館のコンセプトをインドネシアにもたらし、また、オメガ・フィルムのような映画輸入業者と独占的提携を結ぶことで米国映画協会 (MPAA) から様々な映画を輸入することになった。この 21 Cineplex 以外にも、Cinemaxx や CGV Blitz Megaplex のような映画館の誕生もインドネシアの映画産業の発展に寄与している。

インドネシア政府が国内映画産業の振興を図るため、政府が 2016 年国産映画の上映比率を 60%以上へ引き上げるよう映画館に求めたことにより、国産映画の数も毎年増加傾向にある。

図 1-1 インドネシアで上映された作品数の推移 (2007 年-2016 年)



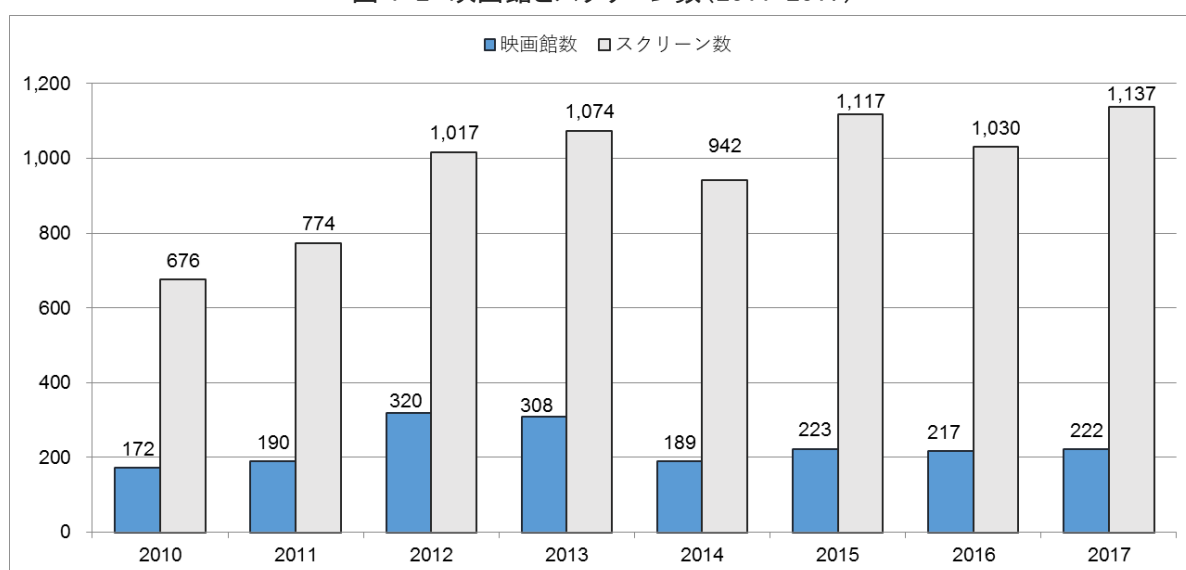
(注)2015年の輸入映画数は不明

出所：インドネシア創造経済庁(BEKRAF)、じゃかるた新聞

1-1.映画館とスクリーンの数

映画館数とスクリーン数は、ほぼ一定の状態が続いている。2017年現在、PT Sejahtera Nusantara Raya が運営する 21 Cineplex が最多の 823 スクリーンで、Lippo グループのメンバー会社である PT Cinemaxx Global Pasifik が運営する Cinemaxx が 129 スクリーン、上場の映画配給会社である PT Graha Layar Prima Tbk.が運営する CGV Blitz が 185 のスクリーンの規模を誇り、これらを筆頭に全国に約 1,100 のスクリーンがある。一つの映画館には 5 つから 8 つのシアターが一般的で、座席数は 200 席程度となっている。

図 1-2 映画館とスクリーン数(2011-2017)



出所：Saiful Mujani Research and Consulting、インドネシア創造経済庁

1-2. チケット料金

チケット料金は値上がり傾向が続いている。その要因はインドネシア国内のインフレと対ドルの為替レートの変動、そして消費者の求めに応じた設備の更新費用が料金に転嫁されたことによる。また、同一の映画作品を上映する映画会社でも、映画館の場所によって異なるチケット料金を設定していることが一般的である。例えばジャカルタ中心部の高級モール Plaza Senayande は平日 50,000 ルピアのところ、スラウェシ島のマカッサル市の場合、35,000 ルピアなどとなっている。

表 1-1 チケット料金の平均上昇率

年度	チケット代金 (ルピア)	上昇率 (%)
2010	15,000	7.2%
2011	22,000	46.5%
2012	25,000	13.7%
2013	30,000	20%
2014	33,000	10%
2015	35,000	6%
2016	35,000	0%
2017	37,000	5.4%

出所: film indonesia

また、豪華な施設を持つシアターも存在しており、21 Cineplex や CGV Blitz Megaplex には大きなソファやブランケット、専用の待合室が供えられたシアターがあり、チケット料金は 100,000 ルピア以上となる場合が多い。The Premiere XXI の一番高い席であれば 250,000 ルピアとなり、一般料金の 3 倍から 7 倍程度の価格設定となっている。

2. インドネシアの映画興行

インドネシア創造経済庁によると、興行成績の良い映画は国産映画と米国映画とされている。

2-1. 国産映画の状況

国産映画では、ドラマ、ホラーが人気ジャンルで、歴代の観客動員数 1 位となった Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss! は、Dono Kasino Indro という 1980 年代に活躍したコメディアングループをリメイクした作品である。また、宗教に関連したドラマも人気で、2008 年に公開された Ayat Ayat Cinta (邦題：愛の章) は理想的な愛を探し求める一組の男女と、イスラム教の価値観から生まれるメッセージを描いている。

表 1-2 インドネシア国産映画の歴代観客動員数ランキング

タイトル	公開年度	ジャンル	観客動員数
Warkop DKI Reborn: Jangkrik Boss!	2016	コメディ	6,858,616
Dilan 1990	2018	ロマンス	6,315,096
Laskar Pelangi	2008	ドラマ	4,719,453
Habibie & Ainun	2008	ドラマ	4,583,641
Pengabdian Setan	2017	ホラー	4,206,103
Warkop DKI Reborn 2	2017	コメディ	4,083,190
Ayat-ayat Cinta	2008	ドラマ	3,676,135
Ada Apa Dengan Cinta 2	2016	ドラマ	3,665,509
My Stupid Boss	2016	ドラマ	3,052,657
Ayat Ayat Cinta 2	2017	ドラマ	2,840,159

出所: インドネシア創造経済庁

2-2. 外国映画の状況

インドネシアに輸入される外国映画は、邦画も上映されているが、米国の作品が圧倒的に多い。海外作品が上映される際は、インドネシア語の字幕が出る事が一般的である。

海外作品では、ミッション・インポッシブル、ボーン・シリーズ、トランスポーター等のアクション映画が最も人気のあるジャンルである。

表 1-3 国別の輸入映画本数(2013年-2016年)

	米国	韓国	日本	フランス	イギリス	タイ	中国
2013年	166	18	13	10	3	4	1
2014年	152	9	15	13	0	0	0
2015年	157	19	21	20	10	0	1
2016年	155	8	15	0	4	0	0

出所：インドネシア映画検閲庁 (LSF)

インドネシアで上映される外国の映画の大部分は上述のとおり米国作品であり、2016年・2017年に公開された外国映画の興行収入ランキングトップ 10 全てが米国映画である。

表 1-4 外国映画の興行収入ランキング

2016年	タイトル	分野	興業収入
1	Conjuring	スリラー	\$12,500,000
2	Suicide Squad	アニメ	\$7,300,000
3	Jason Bourne	アクション	\$3,477,211
4	Jack Reacher: Never Go Back	アクション	\$3,043,879
5	The Secret of Life	アニメ	\$1,923,000
6	Don't Breathe	アクション	\$1,801,830
7	Passengers	スリラー	\$1,712,296
8	Magnificent Seven	アクション	\$1,285,646
9	The Accountant	ドラマ/スリラー	\$1,200,000
10	Arrival	スリラー	\$1,165,878

2017年	タイトル	分野	興業収入
1	The Fate of the Furious	アクション	\$13,456,663
2	Despicable Me 3	アニメ	\$8,558,580
3	The Mummy (2017)	アクション	\$7,895,006
4	Spider-Man: Homecoming	アクション	\$7,206,748
5	Guardians of the Galaxy Vol. 2	サイエンス・フィクション	\$6,674,390
6	War for the Planet of the Apes	サイエンス・フィクション	\$4,284,278
7	Kingsman: The Golden Circle	アクション	\$4,146,987
8	Transformers: The Last Knight	アクション	\$3,296,738
9	It	ホラー	\$3,203,508
10	The Boss Baby	アニメ	\$3,079,852

出所：Box Office Mojo

3. 映画のインターネット配信

インドネシアでも無料配信、有料配信の2つの方式でインターネット配信が進んでいる。

3-1.無料配信

推定で8千万人以上と言われているスマートフォンの利用者が、Youtube を通じて劇場公開作品の予告編や非公式にアップロードされた連続テレビ番組を視聴している。

3-2.有料配信

有料配信では NetFlix、HooQ、iFlix、Viu の4つのサービスが人気である。ビデオ・オン・デマンド（VOD）サービスでは、多くの場合で一定期間見放題の無料アクセスが提供され、その後プレミアムチャンネルを選択して定額の代金が課金される仕組みとなっている。

表 1-5 主な配信サービス

VoD ブランド	NetFlix	HOOQ	iFlix	Viu
推定ユーザー数 (全世界)	1.2 億人	1,000 万人	1,000 万人	1,000 万人
インドネシアの加入者数	100 万人	50 万人	60 万人	30 万人
配信映画数または時間	8,100 本	1,000 本	20,000 時間	36,000 時間
映画の人気ジャンル	ハリウッド映画、 韓国ドラマ	ハリウッド映画	ハリウッド映画、 韓国ドラマ	韓国ドラマ、 インドネシアドラマ、 日本ドラマ、アジア (日本と韓国以外)ド ラマ、ハリウッド映画
デバイス	PC、スマートフォン、 タブレット、クローム キャスト、スマート TV	PC、スマートフォン、 タブレット、クローム キャスト	PC、スマートフォン、 タブレット、クローム キャスト	PC、スマートフォン
プラットフォーム	ウェブ・ブラウザ アンドロイド iOS	ウェブ・ブラウザ アンドロイド iOS	ウェブ・ブラウザ アンドロイド iOS	ウェブブラウザ
利用料	ベーシック (機器 1 台): 110,000 ルピア スタンダード (機器 2 台) 140,000 ルピア プレミアム (機器 4 台) 170,000 ルピア	週払い (19,000 ルピア/週) 月払い (50,000 ルピア)	月払い (40,000 ルピア) 年払い (375,000 ルピア)	月払い (30,000 ルピア) 四半期払い (60,000 ルピア) 半期払い (120,000 ルピア) 年払い (240,000 ル ピア)
支払方法	クレジットカード	クレジットカード 通信時間からの控除 (XLと Telkomsel) バウチャー	クレジットカード	通信時間からの控除 オンラインショップで 加入申込み
解像度 SD = 標準解像度 HD = 高精細度 UHD = 超高精細度	SD HD UHD	SD HD	SD	SD
ユーザー獲得戦略	1ヶ月無料視聴	1週間無料視聴	1ヶ月無料視聴	1ヶ月無料視聴

出所：メディアジャーナリストへのインタビュー、各社資料

4.テレビで放映された劇場公開作品

劇場公開後にTVで放映される海外映画もあり、その大部分がアニメである。

表 1-6 TV 放映された主要な映画のリスト

映画のタイトル	製作国・地域	テレビ放映年度	放映テレビ局
Robin Hood	米国	2013	GlobalTV
Harry Potter	米国	2013	RCTI
Shanghai Noon	香港	2014	RCTI
SPECTRE James Bond	米国	2014	TransTV
Bad Boys II	米国	2015	TransTV
Golden Eye James Bond	米国	2015	RCTI
Maid in Manhattan	米国	2016	TransTV
フリー・ウィリー3	米国	2017	RCTI

出所：アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

5.主要な映画イベント

インドネシアにおける映画イベントとフェスティバルの先駆けは、1999年に開始された Jakarta International Film Festival が挙げられるが、財政的な問題により2013年を最後に終了した。近年では、日本の国際交流基金が主催する日本映画祭、Balinale が主催するバリ島国際映画祭が盛況である。

表 1-7 主要な映画イベント(2017年)

イベント/フェスティバル名	主催者	特徴
日本映画祭	国際交流基金	20本の日本映画(ドラマ、アニメ、アクション、スリラー)をジャカルタで公開
バリ島国際映画祭	Balinale	42ヶ国の108本の映画を公開
韓国インドネシア映画祭(KIFF)	CGV- Korea Creative Content Agency(KOCCA)	2013年開始。2017年はジャカルタ、バンドン、メダン、スラバヤにて上映
スタジオジブリ映画祭	Kaninga Pictures	2017年4月から9月までジャカルタにて毎週違うスタジオジブリの映画を放映

6.映画の著作権侵害

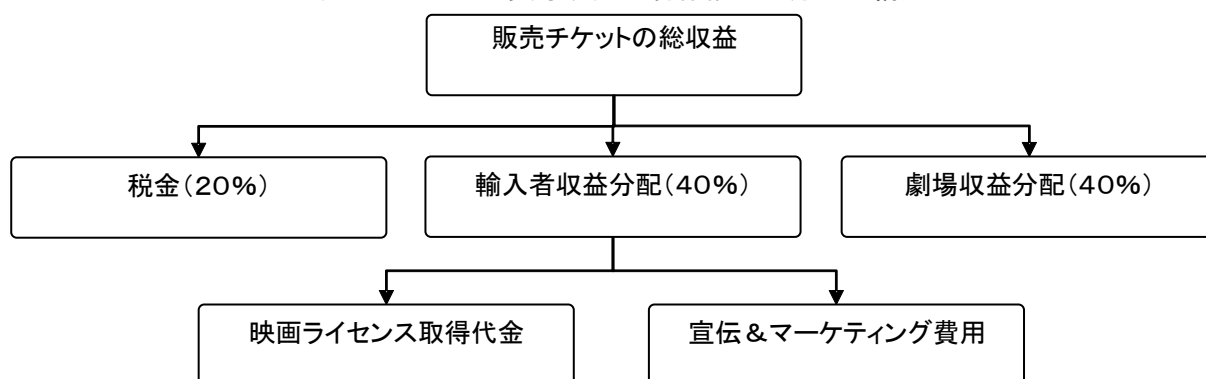
インドネシアにおける著作権侵害の代表的な例は、海賊版DVDの販売である。海外で購入した正規品のDVDのコピーを行ったり、低品質のビデオカメラを使って映画館で録画した内容を販売するものである。DVDは7,000ルピアから10,000ルピアで、ブルーレイは25,000ルピアから40,000ルピアで販売されている。インドネシア政府と警察が販売人を逮捕し流通を止めても、他の国内の島から輸送され、他の密売人により、別の場所で再び売られることになり撲滅には至っていない。この対応策として、インドネシア

財務省は2018年に知的財産侵害に関する税関取締手続き規程を制定し、今後は著作権・商標権の権利者側が税関総局に対し、権利を侵害する疑義がある貨物の輸出入差止め申請を取れば、水際での貨物の差止めが実行されることとなった。2つ目は、ネット配信によるもの。2015年以降インドネシア政府は映画配信の著作権を侵害する数多くの不法映画配信サイトを取り締まってきたが、2018年現在も違法映画配信サイトが多く見受けられる。

7.映画の収益分配構造

メディアジャーナリストへのヒアリングによると、インドネシアにおける映画の収益分配は、売上の20%が税金、40%が輸入者の収益、残りの40%が劇場の収益となる。輸入者の収益の中から映画のライセンス取得代金及び宣伝&マーケティング費用が支払われるが、これらの費用は契約次第である。

図 1-3 アニメと実写映画の著作権収益分配の構造

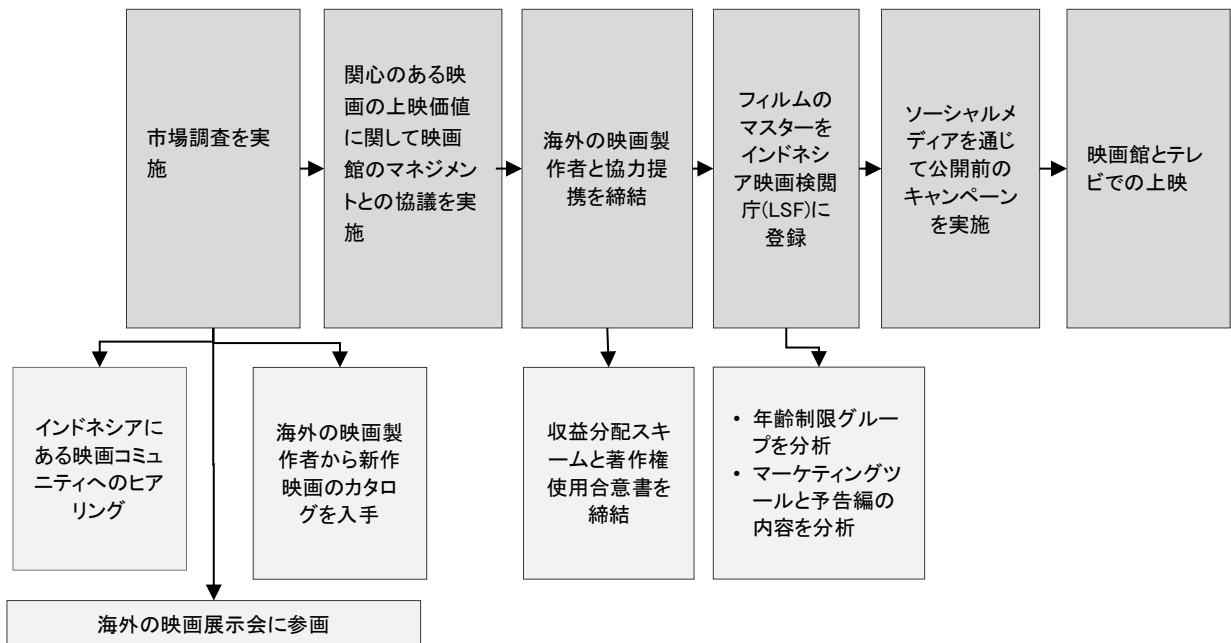


出所: メディアジャーナリストへのインタビュー

8. 海外作品の調達プロセス

海外作品の調達フローは以下の通りで、海外の権利者と契約合意した後、輸入業者は当該の映画をインドネシア映画検閲庁（LSF）に登録し、上映認可を取得する。LSF は検閲規準にしたがい、映画のフィルムカットを行う。検閲の基本規定は、映画に関する法律 2009 年 No.33¹と、映画検閲機関に関する政府規定 2014 年 No.18²である。

図 1-4 海外作品の調達フロー



出所: Moxienotion、インドネシア創造経済庁(BEKRAF)、メディアジャーナリストへのインタビュー

¹ <http://peraturan.go.id/uu/nomor-33-tahun-2009.html>

² <http://peraturan.go.id/pp/nomor-18-tahun-2014-11e44c4eb2c66040ab7e313231363031.html>

9.日本映画のバイヤー候補

企業名	PT Mitra Media Layar Lebar (Moxienotion)			
住所	30/F Menara Standard Chartered Jl Prof. Dr. Satrio, Kav. 164, Jakarta 12930 Indonesia			
URL	www.moxienotion.com			
電話番号	+62 21 2555 5796			
会社の特徴	2014年から映画配信を開始したローカル企業。日本の映画をインドネシアに配給することに特化した会社。			
担当者	Ms. Nora Mediana			
Eメール	nora@moxienotion.com			
映画の購入歴	作品名	日本の制作会社等	上映年度	上映館
	亜人	講談社、Production I.G.、東宝	2017	CGV Blitz Cinema
	暗殺教室	東宝、ROBOT	2016	
	僕だけがいない街	ワーナー・ブラザーズ (日本)	2016	

企業名	PT Omega Film			
住所	Gedung Spinindo, Jl. KH. Wahid Hasyim No.76, RT.4/RW.3, Kb. Sirih, Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10340			
URL	N/A			
電話番号	非公表			
会社の特徴	Motion Picture Association of America のインドネシア公式ディストリビューター、21Cineplex の関連会社			
担当者	Mr Ajay FULWANI			
Eメール	非公表			
映画の購入歴	作品名	制作会社等	放映年度	放映場所
	AVENGERS :INFINITY WAR	マーベル・スタジオ	2018	StudioXXI
	RAMPAGE	New Line Cinema	2018	
	FAST AND FURIOUS 8	Original Film	2017	

企業名	PT Prima Cinema Multimedia			
住所	Jl KH Moch Mansyur Bl B/20, Duri Pulo, Gambir Kota: Jakarta			
URL	N/A			
電話番号	021 6387 3270			
会社の特徴	Distribution : Theatrical, TV, DVD-video, VOD、21Cineplex の関連会社			
担当者	Ms Sacheen LASMANA (Director Acquisition)			
Eメール	非公表			
映画の購入歴	作品名	制作会社等	上映年度	上映館
	ダイバージェント NEO: (The Divergent Series: Insurgent)	レッド・ワゴン・エンタ ーテインメント: (Red Wagon Entertainment)	2017	StudioXXI
	ハンガー・ゲーム FINAL: レジスタンス (The Hunger Games: Mockingjay – Part 1)	ライオンズゲート: Lions Gate	2017	

企業名	PT. Athali Sukses Makmur (Feat Pictures)			
住所	Karawaci Office Park Ruko Pinangsia Blok L No. 55, Panungangan Barat, Cibodas, Tangerang, Banten, 15127, Indonesia			
URL	https://www.facebook.com/FeatPictures/			
電話番号	021 5573 0794			
会社の特徴	CGVBlitz 向け			
担当者	Enrico FERMI (Distribution Manager)			
Eメール	非公表			
映画の購入歴	作品名	制作会社等	上映年度	上映館
	ひるね姫	シグナル・エムディ	2017	CGVBlitz
	Train To Bussan (韓 国)	Next Entertainment World	2016	

第2章 テレビ市場

1. 無料放送局

インドネシアには無料放送を国内全域に向けて放映する14の放送局がある。

表 2-1 主要な無料放送局

メディアグループ	放送局	種類	放送内容	URL	概要
TVRI	TVRI	公共	多チャンネル放送	www.tvri.co.id	インドネシアの国営放送で、同国初のテレビ局
MNC Group/Global Mediacom	RCTI	民放	ドラマ、娯楽、アニメ、ニュース等	http://www.rcti.tv	インドネシアで最初の民放、Global Mediacom が所有。民間最大のネットワークで現在54の中継局を持ち、インドネシア人口の約80%をカバー。452の都市で1億9,100万人の視聴者数を有し、インドネシアでトップシェアを誇る。
MNC Group/Global Mediacom	Global TV	民放	音楽、アニメ、ニュース、スポーツ	http://gtv.id/	
MNC Group/Global Mediacom	MNC TV	民放	ドラマ、コメディ、スポーツ等	www.mnctv.com	
Visi Media	ANTV	民放	中国やインドのドラマ、国内スポーツ等	https://www.antvklik.com/	設立当初ランブンプ州のローカル放送局であったが1993年に全国放送の許可を取得。当初はBakrieグループが所有し、2006年Visi Mediaが所有、香港のSTAR TVが20%資本参加。女性と子供の視聴者を主なターゲットに拡大し、主にエンターテインメントのコンテンツを提供。現在24の中継局をもち、155の都市をカバー。
Emtek group	SCTV	民放	ドラマ、バラエティ、映画、スポーツ、ニュース等	http://www.sctv.co.id/	Emtek社傘下Surya Citra Mediaにより運営されている。ドラマやバラエティ等の国内番組に強く、高い視聴率を獲得。東ジャワエリアで放送を始め、1993年にジャカルタへ拠点を移行、全国放送を開始。現在39の中継局をもち、240の都市で放送されている。人気番組はInbox、Liputan6、SCTV Music Awards、Infotainment Awards、FTVなど。
Emtek group	Indosiar	民放	文化番組、昼の連続ドラマ、韓国ドラマ等	www.indosiar.com/	Emtek groupグループが所有。2004年まで視聴率1位、再度人気が出ている。
Transcorp	Trans TV	民放	映画、ドラマ、バラエティ、宗教関連等	www.transstv.co.id/	Transcorp companyが所有。リアリティショーなど若者に人気
Transcorp	Trans 7	民放	娯楽	https://www.trans7.co.id	Kompas-GramediaグループとTranscorp companyが所有。スポーツ、芸能に特化。
Media Group	Metro TV	民放	24時間ニュースチャンネル	www.metrotvnews.com/	Media Group が所有。インドネシア初のニュースチャンネル
Visi Media Asia	TV One	民放	スポーツ、ニュース、娯楽	https://tvone.tv/	Visi Media Asia が所有スポーツ、ニュースに特化。
Kompas Gramedia	KOMPAS S.TV	民放	娯楽	https://www.kompas.tv/	Kompas-Gramediaグループが所有ニュースに特化。
Indika	NET.	民放	娯楽	www.netmedia.co.id	Indikaグループが所有。家族や若者に注力。

Rajawali Group	Rajawali TV	民放	娯楽	www.rtv.co.id/	Rajawali Corporation が所有。家族や子供に注力
----------------	-------------	----	----	----------------	-----------------------------------

1-1.海外番組の放映

海外製作番組は、米国、韓国、日本、イギリスのアニメとドラマを中心に放映されている。

表 2-2 インドネシアにおける主要な海外テレビ番組

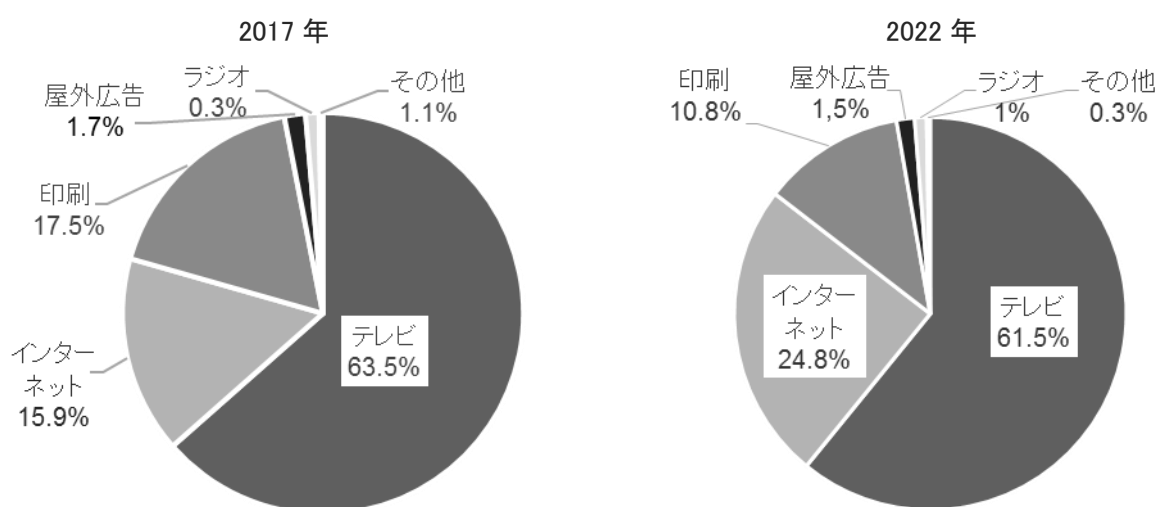
メディアグループ	主要なテレビ局				
	テレビ局	作品名	ジャンル	製作国	放送年
MNC Corporation	RCTI	Zakstorm	アニメ	インドネシア、フランス、米国、韓国	2017
		Disney Club: Elena of Avalor	アニメ	米国	2015
		ドラえもん	アニメ	日本	1989
		Oddbods	アニメ	シンガポール	2014
	MNC TV	Upin Ipin	アニメ	マレーシア	2009
		Shaun the Sheep	アニメ	イギリス	2011
		Mahabharata	ドラマ	インド	2017
		Jodha Akbar	ドラマ	インド	2017
	Global TV	Shimmer & Shine	アニメ	米国	2016
Little Charmers		アニメ	米国	2015	
VIVA Group	ANTV	Munki and trunk	アニメ	米国	2017
Transcorp	TRANSTV	The Amazing World of Gumball	アニメ	イギリス	2017
Rajawali Group	RTV	Jin Woo Sang Pembela	ドラマ	韓国	2015
		Robocar Poli	アニメ	韓国	2017
		Tayo the Little Bus	アニメ	韓国	2017
		Who are You	ドラマ	韓国	2017
		Rainbow Ruby	アニメ	韓国	2017
		Royal Academy	アニメ	イタリア	2017
		聖闘士星矢	アニメ	日本	2017
		ちびまる子ちゃん	アニメ	日本	近日放送予定
		Transformer	アニメ	米国	2017
		Jealousy Incarnate	ドラマ	韓国	2017

出所: アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

1-2.無料放送の広告市場

インドネシアのテレビ市場の規模を広告費から見ていくと、2017年現在、メディア全体の中でテレビのマーケットシェアは、63.5%で、インターネットや紙媒体のメディアの売上のほぼ4倍であった。ニールセン・インドネシアによると、インドネシア全人口の96%が主要な接触メディアとしてテレビを依然として利用しており、4,200万世帯にリーチする有効な媒体となっている。この流れは当分の間は続くものと予測されており、インターネット広告市場の成長がありつつも、2022年においてもテレビ広告のマーケットシェアは維持されると見られている。

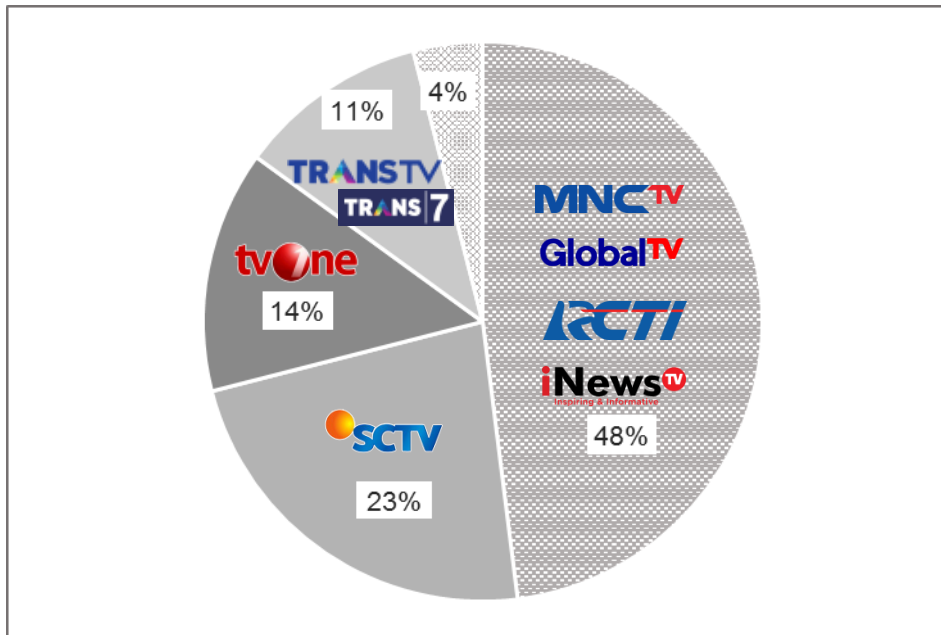
図 2-1 インドネシアのメディア別広告費の割合(2017年の実績と2022年の予測)



出所: MNC 社資料

インドネシアの無料放送は4社のメディアホールディンググループが96%のテレビ広告マーケットのシェアを持つ状況にある。最大手はMNCグループで、2017年の無料放送の広告マーケット全体の48%を占め、RCTI、Global TV、MNC TV及びニュースに特化したテレビ局iNewsを運営している。これにEmtekグループが運営するSCTV、VISI MEDIA ASIAが運営するTV One、Trans corpが運営するTrans TVとTrans 7が続く形となっている。

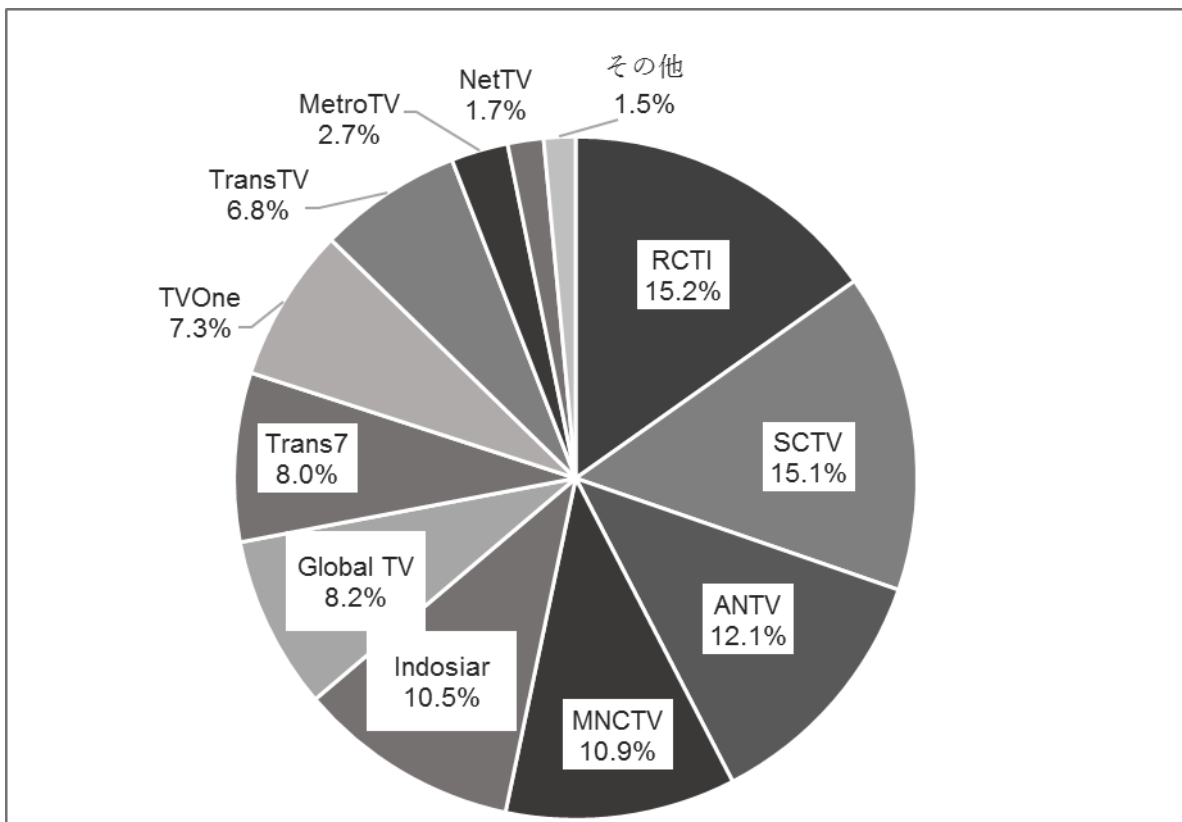
図 2-2 インドネシアの無料放送企業グループの広告マーケットシェア (2016)



出所: MNC 社提供資料

2017 年の第 1 四半期から第 3 四半期間のテレビ広告費の合計は約 24 兆ルピアで、RCTI が広告シェアの 15.2% を占め、その額は約 4 兆ルピアになる。これは、同社の放映したシネトロンと呼ばれる国内放映の連続ドラマと欧州サッカーリーグの生放送が最高視聴率を達成したことによると言える。

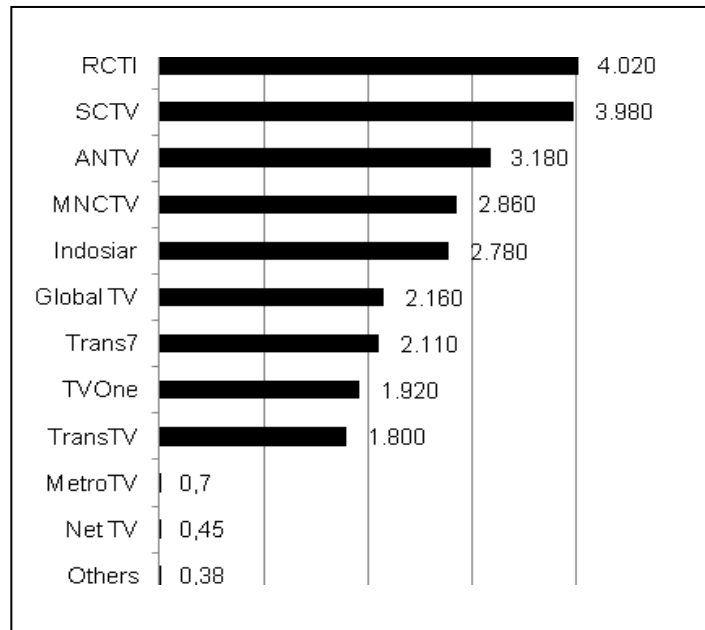
図 2-3 無料放送局の広告費シェア (2017 年第 1-3 四半期)



出所: コンタン・メディア

図 2-4 無料放送局の広告売上高(2017 年第 1-3 四半期)

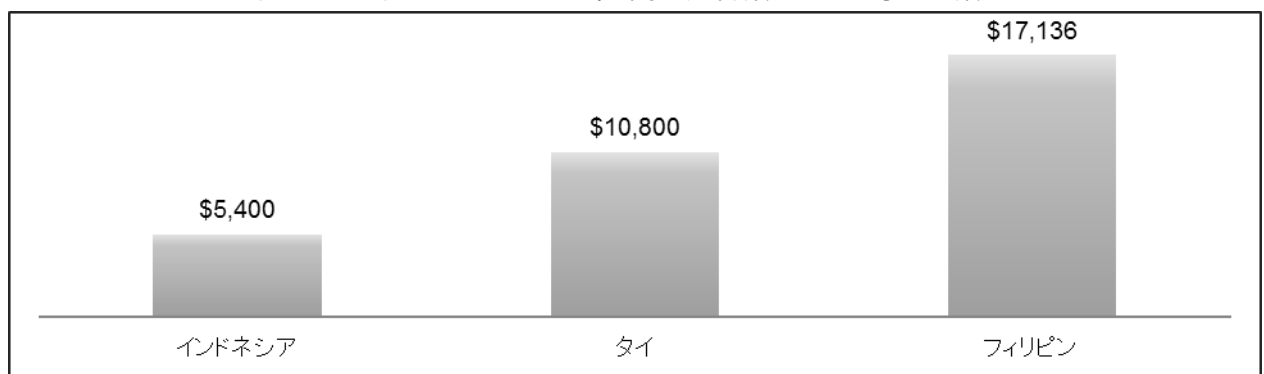
(単位：10 億ルピア)



出所:コンタン・メディア

インドネシアでは午後 6 時から 9 時のプライムタイムに家族全員がテレビの前に集まる傾向にあるため、この時間帯は特に消費財の広告をオンエアするには最適な時間帯である。プライムタイムの 30 秒スポット広告料金はインドネシアでは US\$5,400 となるが、この金額はタイ、フィリピンと比較すると廉価となっている。

図 2-5 プライムタイムの 30 秒間の広告額(スポット毎の金額)



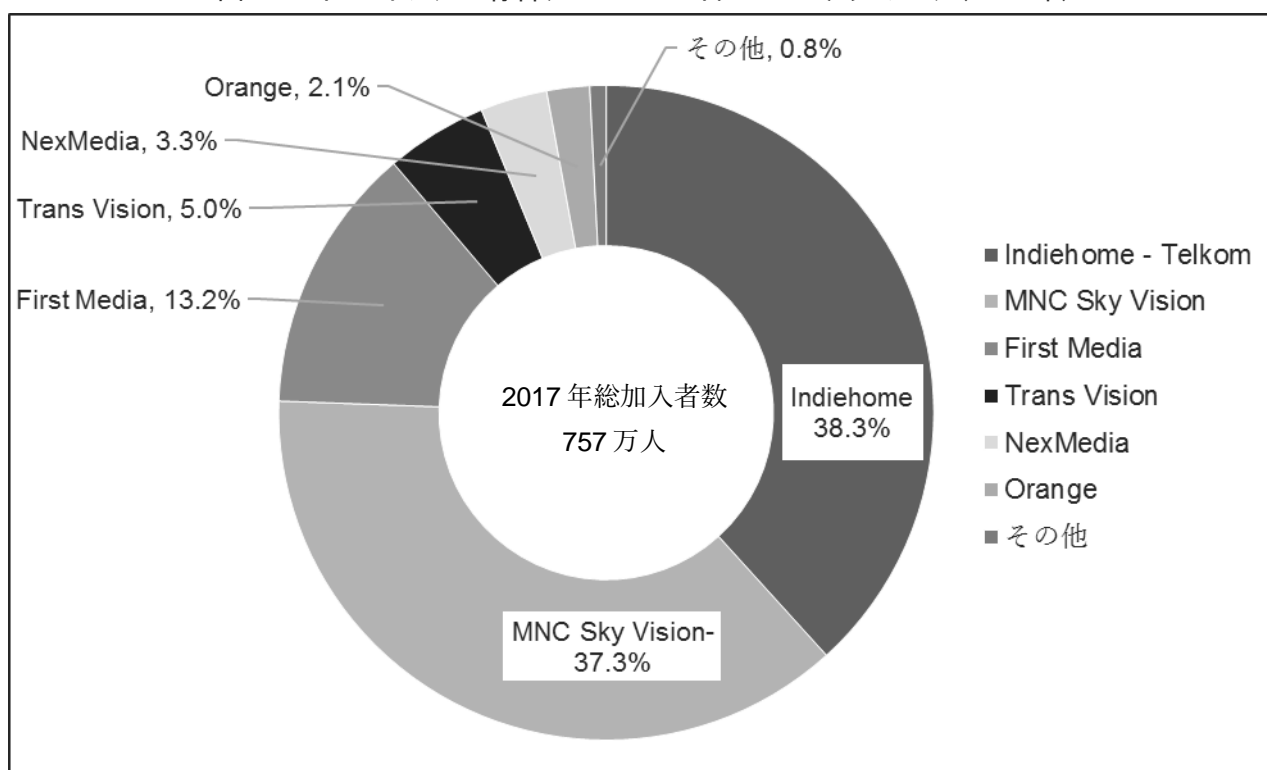
出所:ブルームバーグ、シナールマス・インベストメント・リサーチ

2. 有料放送市場の現状と将来展望

インドネシアの有料TVプロバイダの総加入者は2013年には300万人であったが、2017年には757万人に達し、依然として成長軌道にある。2017年のマーケットシェアは、2015年に新規参入したIndieHomeが1位となり、次いで「MNCvision」・「Top TV」・「Oke Vision」を放送するMNCグループが続いている。新規参入のIndieHomeがシェアナンバー1となった要因としては、インターネット通信、電話回線と有料TVの加入権をパッケージで販売する戦略にあると言われている。

今後はインターネットの普及により、都市部の若年層を中心に動画配信サービスが伸びていくことが予想されるが、当面は有料テレビの加入者数も引き続き伸びていくと推測される。

図 2-6 インドネシアの有料テレビプロバイダのマーケットシェア(2017年)



出所: メディアパートナー・アジア

2-1. 人気のある有料テレビ番組

インドネシアにおいて人気のある有料テレビチャンネルは、米国発のFOX、HBO、Starworld、Disney、Cartoon Networkの他に、日本発のWAKU WAKU JAPANが挙げられる。これらの番組は主要な有料TVプロバイダを通じて視聴が可能となっている。

表 2-3 人気のある有料テレビ番組とジャンル

ジャンル	主要番組チャンネル					
	FOX	HBO	Starworld	Disney	Cartoon Network	WAKU WAKU JAPAN
スポーツ	●					
映画	●	●				●
ライフスタイル	●		●			●
娯楽	●		●			●
アニメ		●		●	●	●
連続ドラマ	●	●	●			●

3. インターネット動画配信サービス

インターネット動画配信サービスの代表的なプロバイダは、Netflix、iFlix、HooQ、Viu であり、定額見放題の動画配信サービスが一般的である。

表 2-4 主な配信サービス

VoD ブランド	Netflix	HOOQ	iFlix	Viu
推定ユーザー数(全世界)	1.2 億人	1 千万人	1 千万人	1 千万人
インドネシアの加入者数	100 万人	50 万人	60 万人	30 万人
配信タイトル数 または時間	8,100 タイトル	1,000 タイトル	20,000 時間	36,000 時間
映画の人気ジャンル	ハリウッド映画、 韓国ドラマ	ハリウッド映画	ハリウッド映画、 韓国ドラマ	韓国ドラマ、国産 ドラマ、日本ドラ マ、アジア(日本と 韓国以外)ドラマ、 ハリウッド映画
接続機の種類	PC、スマートフォン、 タブレット、ク ロームキャスト、ス マート TV	PC、スマートフォン、 タブレット、ク ロームキャスト	PC、スマートフォン、 タブレット、ク ロームキャスト	PC、スマートフォン
プラットフォーム	ウェブ・ブラウザ アンドロイド iOS	ウェブ・ブラウザ アンドロイド iOS	ウェブ・ブラウザ アンドロイド iOS	ウェブ・ブラウザ
利用料	ベーシック(機器 1 台) 10,000 ルピ ア スタンダード(機器 2 台) 140,000 ルピ ア プレミアム(機器 4 台) 170,000 ルピ ア	週払い (19,000 ルピア/週) 月払い (50,000 ルピア)	月払い (40,000 ルピア) 年払い (375,000 ルピア)	月払い (30,000 ルピア) 四半期払い (60,000 ルピア) 半期払い(120,000 ルピア) 年払い(240,000 ル ピア)
支払方法	クレジットカード	クレジットカード	クレジットカード	通信時間からの 控除

		通信時間からの 控除 (XL と Telkomsel) パウチャー		オンラインショップ で加入申込み
解像度 SD = 標準解像度 HD = 高精細度 UHD = 超高精細度	SD HD UHD	SD HD	SD	SD
ユーザー獲得戦略	1ヶ月無料視聴	1週間無料視聴	1ヶ月無料視聴	1ヶ月無料視聴

出所:メディアジャーナリストへのインタビュー、各社資料

表 2-5 主な海外番組の配信状況

サービス名	一般向け		キッズ&アニメ	
	主要番組	製作国	主要番組	製作国
Netflix	Friends	米国	My Little Pony	米国
	CSI	米国	Pingu	イギリス
	Full House	韓国	Monsters Inc.	米国
	The Flash	米国	The Spongebob	米国
	Rindu Awak 200%	マレーシア	Cars	米国
	Wish	中国	Thomas & Friends	イギリス
	Jamie's 30 Minutes Meal	イギリス	Finding Nemo	米国
	Amaya	フィリピン	Frozen	米国
	Friends	米国	My Little Pony	米国
iFlix	The Big Bang Theory	米国	Cars	米国
	CSI	米国	Monsters Inc.	米国
	The Flash	米国	Barney and Friends	米国
	Malai Sarm Chai	タイ	Frozen	米国
	Secret Garden	韓国	Mr. Bean Animated	イギリス
	The Mentalist	米国	The Spongebob	米国
	Winter Sonata	韓国		
HooQ	The Mentalist	米国	My Little Pony	米国
	Friends	米国	Cars	米国
	The Big Bang Theory	米国	Frozen	米国
	The Mentalist	米国	Pingu	イギリス
	The Flash	米国		

Viu	Goblin	韓国	N/A
	Love in Trouble	韓国	
	My Love From The Star	韓国	
	Descendants of The Sun	韓国	
	Hospital Ship	韓国	
	While You Were Sleeping	韓国	
	School 2017	韓国	
	Running Man (2017)	韓国	
	Go Back Couple	韓国	
	Witch's Court	韓国	
	GTO	日本	
	女信長	日本	
	探偵の探偵	日本	
	好きな人がいること	日本	
	刑事ゆがみ	日本	
	民衆の敵	日本	
	ナオミとカナコ	日本	
	CRAZY	日本	
	若者たち	日本	
	残念な夫	日本	
	ATM 2	タイ	
	Margaret and David - EX Kiss	香港	
	I See You	タイ	
In Love Again (Aşk Yeniden)	トルコ		

4.番組の取引方法

インドネシアのテレビ局の番組放送は、2つの取引方法がある。1つ目はブロッキングタイム方式で、IP 権利者とテレビ局が商談をおこない、権利者が時間枠を購入するもので、通常のブロッキングタイムは 30～60 分間である。2つ目はテレビ局が“番組買い”をする事である。テレビ局は該当する番組の情報を入手、権利者に連絡し一定の金額で番組を購入する。

5.放送規制

インドネシアには宗教的価値観、放送専門の倫理、その他多くの事項を遵守するために全ての放送を管理するインドネシア放送委員会発行の「放送行動・番組標準指針」(P3SPS)³が国内で放映される

³ http://www.kpi.go.id/download/regulasi/P3SPS_2012_Final.pdf

番組に適用される。同指針には、民族的・宗教的・人種的価値観への配慮、性的、暴力的コンテンツ、タバコ、薬物、アルコール、ギャンブル等への指針が記載されているほか、番組の年齢区分が以下の通り定められている。

表 2-6 「P3SPS 規定」第 21 条を基にした年齢区分

区分	対象年齢
P 区分	就学前の年齢; 2~6 歳
A 区分	年齢; 7~12 歳
R 区分	年齢; 13~17 歳
D 区分	年齢; 18 歳以上
SU 区分	2 歳以上の全年齢

なお、ポルノグラフィールについては、2008 年 44 号⁴で別途定められている。この法律には、絵画、スケッチ、イラストレーション、写真、文章、音声、動画、アニメ、漫画などが含まれており、今回の調査対象である映画・テレビ・アニメ・音楽・マンガ・ゲーム分野の全てが対象とり、ヌードや性を描写したものは、制作、コピー、配信、放送、輸入、提供、販売等することが禁じられている。

6.日本のテレビ番組のバイヤー候補

企業名	PT Metropolitan Televisiondo (Rajawali TV)	
住所	Atrium Mulia Suite B10, Jl H.R. Rasuna Said Kav. B 10-11 Setiabudi, Jakarta 12910	
URL	www.rtv.co.id	
電話番号	+62 21 2930 6670	
会社の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ファミリー、子供向け番組が多い。日本から聖闘士星矢を購入しているほか、韓国ドラマやアニメを購入している 	
担当者	Ms. Yeni P Anshar	
Eメール	Yeni.anshar@rtv.co.id	
海外番組の購入歴	作品名	放送チャンネル
	<ul style="list-style-type: none"> 聖闘士星矢 – 日本 Tayo Little Bus – 韓国 Pororo – the Little Penguin – 韓国 Chuggington – イギリス Detektif Peet – 米国 Royal Academy – イタリア 	Rajawali TV
イベント参加実績	<ul style="list-style-type: none"> 釜山国際映画祭 TIFFCOM 東京国際フィルム&コンテンツマーケット Asian TV Forum - シンガポール アニメジャパン 2018 	

⁴ www.dpr.go.id/dokjdi/document/uu/UU_2008_44.pdf

企業名	PT IMMG Indonesia	
住所	JL. Kemang I No. 5 Jakarta Selatan 12730	
URL	http://immg.co.id	
電話番号	021 718 33 11 , FAX : 021 718 33 22	
特徴	1997年に設立されたアサツーディ・ケイの子会社 インドネシアにおける日本のアニメやテレビのプログラムやコンテンツを無料放送局やVODへ販売している。現在客たーグッズ販売やインターネット無料放送Anibee.tvの運営も行っている。	
担当者	非公開	
Eメール	非公開	
海外番組の購入歴	作品名	放送チャンネル
	TV Champion	MNC TV
	仮面ライダー	RCTI
	ドラえもん	RCTI
	名探偵コナン	INDOSIAR
	クレヨンしんちゃん	RCTI, TRANS7

7.TV番組の著作権侵害

テレビ作品の著作権侵害は、依然として広く行われており、例えば韓国のドラマコンテンツを集めたオンラインサイトはインドネシア人に非常に人気であり、視聴者の多くはそれが著作権を侵害していることを意識せずに見ている。インドネシア政府は、このようなオンラインでの侵害の取締まりを行っているものの一向に減る気配が無い為、テレビ局が正規ルートで放映する機会を逸する結果となっている。

第3章 アニメ市場

1.市場の概況

インドネシアにおけるアニメ作品の展開は、1980年代に国営テレビ局のTVRIによる「わんぱく大昔クムクム」の放送が先駆けとなった。しかし、放送可能な媒体がTVRIに限られていたことから、同番組の放送は短期間で終了してしまっただ。また、TVでの放映の他にも、ビデオ市場は普及していたが、海賊版の横行により正規の配給会社が倒産したことで、マーケットは縮小した。本格的な展開は1990年代で、テレビ産業が拡大し、ドラえもん、聖闘士星矢、セーラームーン等の日本の有名な作品が放送されることで、アニメは再度発展していった。

インドネシア通信情報省の調査では、アニメ視聴者の主な年齢層は5歳から14歳で、全人口の10%近い2,400~2,500万人が対象者となっているところ、アニメファンが年々増加して来ていることから視聴者の平均年齢も上昇してきており、アニメ番組の視聴者のすそ野は拡大傾向にある。

2.テレビ

無料放送と有料放送の2つの形態でアニメ配給が発展してきた。

2-1.無料放送

無料配給のアニメ作品の多くは、MNCグループ、Rajawaliグループ、Salim groupの3つのメディアグループが放送している。MNCグループは、傘下のRCTIを通じて1989年からドラえもんシリーズを放送し、インドネシアでの日本アニメ作品の普及に大きく貢献している。ドラえもんは、1980年代生まれの親と、2005年以降に生まれた子供の2世代に渡って親しまれており、インドネシアで最も認識されている日本のアニメ・コンテンツとなっている。日本のアニメシリーズを放送しているもう一つのテレビ局には、MNCグループに属するGlobal TV(GTV)がある。GTVは、キャプテン翼、ナルト疾風伝、ノラガミ、るろうに剣心、犬夜叉等の有名なアニメシリーズを放送している。

多様なアニメ番組を放送している局として、Rajawaliグループが所有するテレビ局であるRajawali TVがある。このテレビ局は、ちびっこバス・タヨ、ロボカーポリ等の韓国のアニメシリーズ、日本とマレーシアの制作会社が共同で制作した7サトリア等のマレーシア発のアニメシリーズを放送している。

表 3-1 無料放送のメディアグループとアニメ放映の実績

メディアグループ	テレビ局	アニメ放映数(単位:本)				
		2013	2014	2015	2016	2017
MNC group	RCTI	1	31	56	54	51
	Global TV	1	48	60	57	35
	MNC TV	-	23	22	45	23
Visi Media	ANTV	3	16	17	5	14
Salim group	Indosiar	1	16	10	10	1
Rajawali group	Rajawali TV	-	1	1	-	8
Trans corp	Trans TV	-	6	20	21	3
	Trans 7	-	19	9	3	3
Indika	Spacetoon	-	4	-	-	-
Indika	Net TV	-	2	3	-	1
Emtek group	SCTV	-	-	1	1	1
Sinar Mas group	DAAI TV	-	-	2	-	-

出所：映画検閲局（LSF）へのインタビューより作成

2-2.無料放送の番組調達

MNC テレビによると、新たなアニメ作品の調達は自社の映画購買部局により実施されており、作品の調達を決める条件は、既に他国で成功している作品であること、家族や子供向けのエンターテイメントとして適していることの2点が挙げられる。

インドネシアのテレビ局での番組調達では、2つの取引方法がある。1つ目は、ブロッキングタイムと呼ばれ、著作権者とテレビ局が商談をおこない、権利者が時間枠を購入するものである。通常のブロッキングタイムは30～60分間である。2つ目は、テレビ局が“番組買い”をするものである。テレビ局が一定の金額で同番組を買うもの。

インドネシアにおける海外で製作された主要アニメは、米国、日本で製作されたアニメが大半を占めている。

表 3-2 製作国別の主要放映タイトル(2013 年-2017 年)

米国作品

タイトル	放映開始年	テレビ局
森のカンフートム	2013 年	ANTV
ファンタスティック Mr. Fox	2013 年	GlobalTV
トムとジェリー	2014 年	ANTV
ウッディー・ウッドペッカー	2014 年	ANTV
エアポートダイアリー	2014 年	Trans 7
ザ・ハート・オブ・オークス	2014 年	Trans 7
スクービー・オールスター Laff-A-limpics	2014 年	Trans TV
バーンヤード	2014 年	Trans TV
アーサークリスマス	2014 年	Trans TV
スポンジボブ・スクエアパンツ	2014 年	Global TV
ピーターパン	2014 年	MNC TV
ザ・オウル・シーズン	2014 年	MNC TV
スクービードゥ-	2015 年	Trans TV
トムとジェリー	2015 年	Trans TV
バットマン	2015 年	Trans TV
ドーラといっしょに大冒険	2015 年	Global TV
バービー	2015 年	RCTI
キャスパー	2016 年	ANTV
パワーパフガールズ	2016 年	Trans TV
ベン 10	2016 年	Trans TV
ピクルスとピーナッツ	2016 年	RCTI
パワーレンジャー	2016 年	Indosiar
ベン 10	2017 年	Trans TV
ぼくらベアベアース	2017 年	Global TV
スワン・プリンセス	2017 年	Global TV
ポーパトロール	2017 年	Global TV
ディズニーツムツム	2017 年	RCTI

日本作品

タイトル	放映開始年	テレビ局
デジモン・クロスウォーズ	2014年	Indosiar
ドラゴンボール	2014年	Indosiar
ソニック・ブームブーム	2015年	Trans7
ナルト-疾風伝	2015年	Global TV
ドラえもん	2015年	RCTI
クレヨンしんちゃん	2015年	RCTI
ウルトラマン銀河	2015年	Indosiar
聖闘士星矢	2016年	Trans7
ポケモン	2016年	MNC TV
ドラえもん	2016年	RCTI
リトル・バトラーズ・エクスペリエンス	2016年	Indosiar
ウルトラマンゼロ	2017年	ANTV
さむらいエックス	2017年	MNC TV
犬夜叉	2017年	MNC TV

イギリス作品

タイトル	放映開始年	テレビ局
おさるのジョージ	2015年	ANTV
ミスタービーン(アニメ)	2015年	ANTV
きかんしゃトーマスとなかまたち	2015年	Global TV
ファイヤーマンサム	2016年	Global TV
ひつじのショーン	2016年	MNC TV
マンキーとトランク	2017年	ANTV
ひつじのショーン	2017年	RCTI
トーキングトムと仲間たち	2017年	SCTV

インドネシア作品

タイトル	放映開始年	テレビ局
プトアラン・シンガ・プンブラニ 3	2014年	Trans 7
アニメーション・キコ	2014年	RCTI
プトアラン・シンガ・プンブラニ・ディノテラ	2015年	Trans7
ラップトップ・シ・ウニール	2016年	Trans 7
ニューキコ	2016年	RCTI
ラップトップ・シ・ウニール	2017年	Trans TV
ゴブアンドフレンド	2017年	Indosiar
Jタウン	2017年	Net TV

韓国作品

タイトル	放映開始年	テレビ局
シークレット・ジュジュ	2015年	MNC TV
ロボットトレイン	2016年	Trans7
ウォッチカー	2016年	Global TV
マジック・ハン・ワー	2016年	Indosiar
ロボットトレイン	2017年	Trans 7
レインボールビー	2017年	RTV
ちびっこバス・タヨ	2017年	RTV

マレーシア作品

タイトル	放映開始年	テレビ局
ボボイ・ボーイ	2014年	MNC TV
ウーピン・イーピン	2015年	MNC TV
マット・ジョー	2015年	Indosiar
ウーピン・イーピン	2016年	MNC TV
ウーピン・イーピン	2017年	RCTI
7 サトリア	2017年	RTV

その他の国の作品

タイトル	主要アニメ作品の制作国	放映開始年	テレビ局
アングリーバード	フィンランド	2013年	ANTV
ルル・ブルメット	フランス	2013年	ANTV
リトル・チックス・アカ・プティウス・ポール	フランス	2014年	Global TV
ラジュ	フランス	2015年	Trans7
アルビンとチップマンクス	フランス	2015年	MNC TV
オギー&コッコローチ	フランス	2016年	Trans TV
マーシャと熊	ロシア	2015年	ANTV
マーシャと熊	ロシア	2016年	ANTV

出所：LSF、MNC テレビ、アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

2-3.有料放送

アニマックス、ディズニーチャンネル、WAKUWAKU JAPAN 等の番組を放送する Indihome、Top TV、Oke TV、MNC Vision 等の主要な有料のテレビプロバイダも多くのアニメ作品を放送している。アニプラスは、アニメやポケモン、ワンピース、ウルトラマンといったアニメ、WAKUWAKU JAPAN はドラマ、文化、映画等の日本のテレビ番組のみを放送する特定のチャンネルとして認識されている。

表 3-3 有料チャンネルで放送された主なアニメ作品 (2017 年)

有料テレビ局	チャンネル数	アニメを放映しているチャンネル名	主要タイトル
MNC vision	13	ニックジュニア	シマーアンドシャイン
		ズームー	ダイナソートレイン
		トウナミ	ベン 10
		ディズニージュニア	ケイト&ミンミン
		ディズニーXD	ミスタービーン
		ディズニーチャンネル	チップアンドデールのレスキューレンジャー
		キッズチャンネル	ベルナルド
		カートウンネットワーク	カンフーアカデミー
		ミャオミー	オギーアンドザココローチ
		ニコロデオ	カンフー・パンダ
		WAKUWAKU JAPAN	魔法使いの嫁
		アニプラス	ようこそ実力至上主義の教室へ
		アニマックス	ナルト疾風伝
Top TV	5	ディズニージュニア	ジャングルジャングション
		ディズニーチャンネル	スティッチ
		カートウンネットワーク	アメージングワールドオブガンボール
		ニコロデオ	バック・アット・バーンヤー
		ホレー	プトック・シ・アヤムカンブン
Trans Vision	12	アニマックス	フェアリーテイル
		アニプラス	ウェークアップガール
		カートウンネットワーク	トムとジェリーショー
		ディズニーチャンネル	オッドボッズ
		ディズニーXD	スティッチ
		ディズニージュニア	パピードッグ・パルズ
		ミャオミー	カンフーアカデミー
		ニックジュニア	シマーアンドシャイン
		ニコロデオ	忍者タートルズ
		スペーストゥーン・プラス	デジモンフロンティア
		トウナミ	ティーンティタンズ
		WAKUWAKU JAPAN	ポケモン

Oke Vision	5	ディズニージュニア	プーさんといっしょ
		ディズニーXD	スティッチ
		トウナミ	ジャスティスリーグ
		WAKUWAKU JAPAN	ミートラバーズ
		ズームー	ファン・ウィズ・クラウド
Orange TV	5	ディズニーチャンネル	ウーピン・イーピン
		ディズニージュニア	ライオン・ガード
		ニコロデオン	スクール・オブ・ロック
		アニプラス	アイドル・マスター・サイド
		WAKUWAKU JAPAN	ワンピース
First Media	8	アニマックス	らんま½
		カートウンネットワーク	パワーパフガールズ
		ディズニーチャンネル	ペン・ゼロ
		ディズニージュニア	ちいさなプリンセスソフィア
		ニックジュニア	パウ・パトロール
		ニコロデオン	ブンセンは獣です。
		WAKUWAKU JAPAN	ポケモン:オレンジリーグ
		ズームー	ダイナソートレイン

出所：LSF、Orange テレビ、アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

3.インターネット配信サービス

インターネット使用者の増加によりアニメ作品を配信するサービスも増加している。

インドネシア・インターネット・サービスプロバイダー・アソシエーション (APJII) による調査では、2016年にインドネシアの総人口のうち1.3億人が主要なメディア情報源としてインターネットを使用していることが分かっており、無料・有料のネット配信サービスを通じて多くがアニメを視聴している。

3-1.無料配信

アニメ作品を見る際に多く使用されている無料スマートフォンのアプリに、Crunchyroll-Everything Anime と Viewstar - Anime & Fandom TV がある。Crunchyroll-Everything Anime では、セーラームーン、サムライチャンプルー、青の祓魔師等の人気のアニメ作品を日本でDVDが販売されてから1カ月も経たないうちに、一部はインドネシア語の字幕付きで、そのアニメ作品を見ることが可能となっている。

表 3-4 主要な無料配信サービス

アプリ名	利用数 (ダウンロードベース)	所在国	主要なアニメタイトル
Crunchyroll – Everything Anime	1,000 万人	米国	ハンターハンター ジョジョの奇妙な冒険 ブリーチ セーラームーン カウボーイビバップ 青の祓魔師 鋼の錬金術師 百合
Viewster – Anime & Fandom TV	500 万人	スイス	アルスラーン戦記 終わりのセラフ ポパイ&フレンズ ストリートファイター スーパーマン
Youtube	5,000 万人 (インドネシア)	米国	アニメ制作者による公式の予告編

出所：デジタルマーケットプレイス Stellar Labs、アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

3-2.有料配信

2014 年よりインドネシアに公式に進出し、新作のアニメシリーズや映画を放送している Netflix、iFlix、HooQ 等の VOD サービスが存在している。

サービスを展開している 5 つの主要プロバイダは、最も安いもので毎月 40,000 ルピアから定額サービスを提供している。インドネシア創造経済庁(BEKRAF)によると、VOD サービスにより、視聴者はスマートフォン、IPTV や PC 等様々な端末からアニメ作品を見ることができるようになってきており、現在の VOD サービスの利用者は中間層以上であるが、スマートフォンの普及率の上昇に伴い、VOD サービスの利用者が増加することを予想している。

表 3-4 主要な有料配信サービス

VOD ブランド	NetFlix	HOOQ	iFlix	Viu	Crunchyroll
利用数(ダウンロード・ベース)	1.2 億人	1,000 万人	1,000 万人	1,000 万人	1,000 万人
インドネシアにおける利用者数	100 万人	50 万人	60 万人	30 万人	データなし
映画数	8,100 本の映画	1,000 本の映画	20,000 時間	36,000 時間	25,000 エピソード
人気ジャンル	ハリウッド 韓国ドラマ	ハリウッド	ハリウッド 韓国ドラマ	ハリウッド 韓国ドラマ インドネシアドラマ、日本ドラマ、アジア(日本と韓国以外)ドラマ	アニメ全般 韓国ドラマ 日本ドラマ
接続端末の種類	デスクトップ スマートフォン タブレット クロームキャスト スマートTV	デスクトップ スマートフォン タブレット クロームキャスト	デスクトップ スマートフォン タブレット クロームキャスト	デスクトップ スマートフォン	デスクトップ スマートフォン
アクセスプラットフォーム	ウェブブラウザ アンドロイド iOS	ウェブブラウザ アンドロイド iOS	ウェブブラウザ アンドロイド iOS	ウェブブラウザ	ウェブブラウザ アンドロイド iOS
利用料	ベーシック(1 端末): 110,000 ルピア スタンダード(2 端末) 140,000 ルピア プレミアム(4 端末) 170,000 ルピア	毎週 19,000 ルピア 毎月 50,000 ルピア	毎月 40,000 ルピア 毎年 375,000 ルピア	毎月 30,000 ルピア 3 か月 60,000 ルピア) 6 か月 120,000 ルピア) 12 か月 240,000 ルピア	毎月 US\$6.95
支払い方法	クレジットカード	クレジットカード 通信時間からの控除 (XL 及び Telkomsel) クーポン	クレジットカード	通信時間からの控除 オンラインショップから利用料購入	クレジットカード
解像度 SD = 標準 HD = 高精細 UHD = 超高精細	SD HD UHD	SD HD	SD	SD	SD HD UHD
ユーザー獲得戦略	1 か月無料お試し	1 週間無料お試し	1 か月無料お試し	1 か月無料お試し	14 日間無料お試し

主要アニメ作品	<ul style="list-style-type: none"> ・ガーフィールドと仲間たち ・ミラキュラス・レディバグ ・ボルトロン-レジェンダリー・ディフェンダー ・ナルト ・ザ・シンプソンズ 	<ul style="list-style-type: none"> ・絵文字の国のジーン ・スーパーヒーローガール: ブレインドレイン ・コウノトリ大作戦 ・ホテル・トランシルバニア 	<ul style="list-style-type: none"> ・モンスターユニバーシティ ・アナと雪の女王 ・進撃の巨人 ・サムライフレームコ 	なし	<ul style="list-style-type: none"> ・ナルト-疾風伝 ・テラフォーマーズ ・ドラゴンボールスーパー ・ブラッククロウバー ・進撃の巨人 ・ボルト
---------	---	--	---	----	---

出所:メディアジャーナリストへのインタビュー、各社資料

4.映画

映画は、複合型映画館（シネコン）で多くが上映されており、2017年現在で PT Sejahtera Nusantara Raya が運営する 21 Cineplex が最多の約 823 スクリーンで、Lippo グループのメンバー会社である PT Cinemaxx Global Pasifik が運営する Cinemaxx が 129 スクリーン、上場映画配給会社である PT Graha Layar Prima Tbk.が運営する CGV Blitz が 185 もスクリーンの規模を誇り、これらを筆頭に全国に約 1,100 のスクリーンがある。

上映されている映画は、米国映画協会のもを含め欧米映画が多く上映されているが、映画検閲局（LSF）によると、2013年から2017年において115のアニメ作品がインドネシアの映画館で上映され、日本映画はそのうち26作品であった。

表 3-5 アニメを上映している主要映画館

映画館名	親会社	URL	一般的な特徴	インドネシアにおけるスクリーン数	上映作品名
21 Cineplex	PT Sejahtera Nusantara Raya	http://www.21cineplex.com	同グループでは、全映画館に高級感のあるソファを使用しており、全映画館が THK 認定を受けている。1 か所に 4-8 の通常のスクリーンと 2 つのプレミアムスクリーンを所有する。	823	リメンバーミー カンフーパンダ 3 モアナと伝説の海 Lego ムービー アナと雪の女王
CGV Blitz	PT Graha Layar Prima Tbk.	https://www.cgv.id/	各館に高品質の映画技術を装備するスクリーンを最低 8 つ所有している。世界的映画、映画祭、アートハウス映画、インドネシア映画、ヒンディー映画、アニメ、アジア映画等、様々な映画を放映している。また、音楽の生演奏、カラオケ、ビリヤード施設も所有している。	185	劇場版ポケットモンスター キミに決めたナイト・クリスマス 怪盗グルーの月泥棒 ミニオンズ ドラえもんスタンドバイミー
Cinemaxx	PT Cinemaxx Global Pasifik	www.cinemaxxtheater.com/	インドネシアの映画館事業における新規参入企業で、以下の 4 種類の施設を所有している。1) Cinemaxx Junior: 子供向け映画を放映する大きなスクリーンを持つ。2) Ultra XD: 3D 効果を装備した大きな劇場を持つ。3) Cinema Gold: 豪華な雰囲気を提供する劇場を持つ。4) Cinemaxx regular: 通常の鑑賞ができる劇場を持つ。	129	キングダム リメンバーミー 劇場版ポケットモンスター

出所：インドネシア創造経済庁(BEKRAF)、メディアジャーナリストへのインタビュー

表 3-6 映画館で放映された主要作品 (2013-2017)

上映年	上映されたアニメ作品数	作品名	制作国
2013年	25	モンスターズ・ユニバーシティ 怪盗グルーのミニオン危機一髪 009 RE:CYBORG TIGER & BUNNY -The Beginning- クレヨンしんちゃん	米国 米国 日本 日本 日本
2014年	26	ザ・ペンギンズ from マダガスカル Kochadaiiyaan STAND BY ME ドラえもん ヒックとドラゴン 2 オズ めざせ！エメラルドの国へ	米国 インド 日本 米国 米国
2015年	28	機動戦士ガンダム THE ORIGIN THE LAST -NARUTO THE MOVIE- ひつじのショーン スポンジ・ボブ 海のみんが世界を救 Woo! Asterix & Obelix : The Land Of The Gods	日本 日本 イギリス 米国 米国
2016年	23	カンフー・パンダ 3 アングリーバード The Secret of Life 名探偵コナン 純黒の悪夢 ONE PIECE FILM GOLD	米国 米国 米国 日本 日本
2017年	31	名探偵コナン から紅の恋歌 劇場版 フェアリーテイル -DRAGON CRY カーズ/クロスロード 怪盗グルーのミニオン大脱走 ボス・ベイビー ドラえもん のび太の南極カチコチ大冒険	日本 日本 米国 米国 米国 日本

出所：メディアジャーナリストへのインタビュー、LSF のデータを基に作成

表 3-7 主要作品の興行成績(2016-2017年)

上映年	作品名	興行収入 (米国ドル)	制作国	観客数(人)
2016年	The Secret of Life	\$1,923,000.-	米国	69万人
2017年	怪盗グルーのミニオン大脱走	\$8,558,600.-	米国	300万人
	ボス・ベイビー	\$3,079,800.-	米国	280万人
	カーズ/クロスロード	\$838,600.-	米国	30万人

出所：メディアジャーナリストへのインタビュー、Boxofficemojo のデータ

5. DVD

DVD は今もなお、インドネシアでアニメ作品を配信する上で重要な存在で、正規品の流通と、並行輸入品の個人間の転売がある。

表 3-8 主要 DVD 取り扱い企業とタイトル

企業名	ブランド名	主要タイトル	特徴
PT Vision Interprima Pictures	VISION HOME ENTERTAINMENT	マダガスカル 3-Movie Collection ボス・ベイビー カンフーパンダ	Walt Disney Pictures Dream Works
PT Inova Digimedia	DUTA MITRA	ポーラー・エクスプレス ブック・オブ・ライフ ペンギンズ	Disc tarra と連携
MAGIXEYES Entertainment	N/A	ドリームワークスの作品	
PT Global Informasi Bermutu	N/A	ナルト	
CV Ikhlas Abadi	N/A	銀河へキックオフ	
PT Unggul Cipta Piranti	N/A	ウルトラマン	

6. 海外アニメ作品の調達プロセス

映画編（P9）を参照。

7.アニメイベント

インドネシアでのアニメイベントは、芸能人がスポンサー付きの大規模イベントに参加し、アニメビジネスに関わる企業およびファンが交流を行う場となっている。

表 3-9 インドネシアにおける主要なアニメ・マンガ関連イベント一覧

イベント名	開催年	概要	詳細
C3 AFA ID	2012年	<ul style="list-style-type: none"> アニメ業界の著名人、制作者、コスプレイヤーによるパフォーマンス 日本アニメグッズ販売ブース 映画上映会 アニメや秋葉原と同じようなメイドや執事の体験 	<p>2012年に初めてジャカルタ国際展示場で開催された。4万人が来場し、40の出展者、5つのスポンサーが参加。</p> <p><チケット料金> 入場料 Rp 50,000 入場料 + ステージ Rp 125,000 アニソングステージ 1日 VIP席パッケージ Rp600,000</p>
	2013年	<ul style="list-style-type: none"> Jポップのソロ歌手やグループによるパフォーマンス 6名のアニソン歌手によるパフォーマンス: 藍井エイル、平野綾、Babymetal、fripSide、Kalafina、May'n. 秋葉原で人気のある日本アニメグッズ販売ブース 日本、シンガポール、マレーシア、インドネシアの有名なコスプレイヤーによるコスプレコンテスト アニメ制作者、アニメ声優やコスプレイヤーによるパフォーマンス 	<p>「アニソン大好き」というテーマで Balai Sidang の Plenary Hall で2回目の開催。80の出展者、6つのスポンサーが参加し、5.3万人が来場。</p> <p><チケット料金> 入場料 Rp 65,000 入場料 + ステージ Rp 150,000 入場料 + ステージ + コンサート Rp 380,000 1日 VIP席パッケージ Rp750,000</p>
	2014年	<ul style="list-style-type: none"> 7名のアニソンのJポップソロ歌手やグループによるパフォーマンス: Egoist、藍井エイル、Garnidelia、八王子P、DJ和、春奈るな、TM Revolution. 秋葉原からのアニメグッズの販売 日本の最新映画上映会 海外コスプレイヤーによるパフォーマンスとコスプレコンテスト メイド喫茶「萌え萌えキュン」や執事喫茶「Atelier Royale」の体験 	<p>Balai Sidang の Plenary Hall で開催。123のブース、12のスポンサーが参加し、5.5万人が来場。</p> <p><チケット料金> 入場料 Rp 75,000 入場料 + ステージ Rp 180,000 スーパーアニソングステージ 1日 VIP席パッケージ Rp850,000</p>
	2015年	<ul style="list-style-type: none"> 8名のアニソンのJポップソロ歌手やグループによるパフォーマンス: FLOW、GARNiDELiA、DJ和、LiSA、motsu、nano、やなぎなぎ、fripSide. 日本の最新ゲームの紹介 アクションフィギュア、公式関連グッズ、アニメ関連のCDの展示 アニメキャラクターのぬりえコンテスト ミニアクションフィギュア製作、カードゲーム、アニメのオンラインゲームのデモ 無料の写真スタジオ 	<p>クマヨランのジャカルタ国際展示場で開催。127の出展者、16のスポンサーが参加し、6万人が来場。</p> <p><チケット料金> 入場料 Rp 80,000 入場料 + ステージ Rp 180,000 スーパーアニソングステージ 1日 VIP席パッケージ Rp 900,000</p>

	2016年	<ul style="list-style-type: none"> ●8名のアニソンのJポップソロ歌手やグループによるパフォーマンス: Aimer、bless4、藍井エイル、ELISA、Lia、livetune+、内田真礼、nano ●秋葉原のアニメグッズの販売ブース ●アニメ制作者、アニメ声優、コスプレイヤーによるパフォーマンス ●アニメ試写会及び映画上映会 ●メイド喫茶「萌え萌えキュン」や執事喫茶「Atelier Royale」の体験 	<p>クマヨランのジャカルタ国際展示場で開催。136の出展者、17のスポンサーが参加し、6.2万人が来場。</p> <p><チケット代金> 入場料 Rp 100,000 入場料 + ステージ Rp 225,000 スーパーアニソングステージ 1日VIP席パッケージ Rp1,250,000</p>
Creator Super Fest	2017年	<ul style="list-style-type: none"> ●SOZOが主催する漫画 Creator 展示会 ●コスプレイヤーのファンミーティング、有名コスプレイヤー参加 ●アート展示、クリエイターバザー、音楽パフォーマンス 	<p>Pullman Hotel Ballroom で開催。10,000人以上が来場</p> <p><チケット代金> 入場料 Rp 65,000</p>
Comifuro	2017年	<ul style="list-style-type: none"> ●2012年から毎年開催された漫画ファンや同人誌展示会 ●音楽パフォーマンス 	<p>ジャカルタの Balai Kartini, で開催 15,000人が来場 同人サークル含み出展者は 200名以上</p> <p><チケット代金> 入場料 Rp 25,000</p>

出所：Media journalist, アニメニュースウェブサイトメディアジャーナリストへのインタビュー

このほか、学校、大学等、地域で人々が集り、アニメやマンガ愛好家が先頭に立ってイベントが実施されている。次頁の表は、ジャワ島の大学で行われた地域中心のイベントの一覧となる。

表 3-10 主要なアニメ・マンガ関連イベント一覧(地域レベル)

イベント名	開催年	概要	詳細
日本の祭り 7	2014年	<ul style="list-style-type: none"> • イベントのテーマは、「新しい物語」。 • Band Blast Kyoshoによるパフォーマンス • コスプレ、ダンスカバー、ソングカバー大会 • 姫と王子、アート作品、ファン・フィクション、写真コンテスト • ソーラン節、千本桜、ソーランサ侍、剣道等の文化的パフォーマンス • コスプレ、Kabaret, J.S. Navigator, Daiko, Band Blast Kyoshoのファイナリストによるパフォーマンス。 • 新星である Lumina Scarlet, Wish, Lunar Melody, Fairytails, キラキラ Band, Sky Overhead, visual band key MEAによるパフォーマンス 	バンドンの Telkom 大学で開催された。(7回目)2日間のイベントで、12,000人が来場。
大好き日本	2015年	<ul style="list-style-type: none"> • 国際的コスプレイヤーによるパフォーマンス • バンドカバー、DJ Zenith、ボーカロイドによるパフォーマンス • コスプレ大会、声優大会、ツンデレ大会 	マランの Muhammadiyah キャンパスの UMMドームで開催(5回目)。テーマは「Rising World 2015」 来場数の記録なし
ジャパンフェスティバル 楽園	2016年	<ul style="list-style-type: none"> • Jバンドのパレード、コスプレ、ショー、アニメソングミニコンサート、ダンスのパフォーマンス • コスプレ・コスウォーク大会 • カラオケ、異性装、ダンス大会 • ラーメン・たこ焼きコンテスト 	ジョグジャカルタの UKDW の Auditorium Koinonia で開催。 来場数の記録なし

出所：Media journalist, アニメニュースウェブサイトメディアジャーナリストへのインタビュー

8.日本アニメ作品のバイヤー候補

会社名	PT Mitra Media Layar Lebar (Moxienotion)	
住所	30/F Menara Standard Chartered Jl Prof. Dr. Satrio, Kav. 164, Jakarta 12930 Indonesia	
URL	www.moxienotion.com	
電話	+62 21 2555 5796	
会社の特徴	2014年より映画配給事業を開始。日本作品のインドネシアへの配給に注力している。一部日本以外のアニメの配給も行っている。	
担当者	Ms. Nora Mediana	
Eメール	nora@moxienotion.com	
日本作品購入実績	作品名	放映チャンネル
	この世界の片隅に	CGV Blitz Cinema
	打ち上げ花火、下から見るか？横から見るか？	
	君の名は	
黒執事		

会社名	PT Metropolitan Televisiondo (RTV)	
住所	Atrium Mulia Suite B10, Jl H.R. Rasuna Said Kav. B 10-11 Setiabudi, Jakarta 12910	
URL	www.rtv.co.id	
電話	+62 21 2930 6670	
会社の特徴	自社網での放映。	
担当者	Ms.Yeni P Anshar	
Eメール	Yeni.anshar@rtv.co.id	
海外作品購入実績	作品名	放映チャンネル
	ちびまる子ちゃん(予定)	RTV
イベント参加実績	<ul style="list-style-type: none"> 釜山国際映画祭 TIFCOM Asian TV Forum - シンガポール 	

会社名	PT. Athali Sukses Makmur (Feat Pictures)	
住所	Karawaci Office Park Ruko Pinangsia Blok L No. 55, Panunggan Barat, Cibodas, Tangerang, Banten, 15127, Indonesia	
URL	https://www.facebook.com/FeatPictures/	
電話番号	021 5573 0794	
会社の特徴	CGVBlitz 向けに映画を供給。	
担当者	Mr. Enrico FERMI (Distribution Manager)	
Eメール	非公表	
海外作品購入実績	作品名	放映場所
	ひるね姫 (日本)	CGVBlitz
	Train To Bussan (韓国)	

企業名	PT IMMG Indonesia	
住所	JL. Kemang I No. 5 Jakarta Selatan 12730	
URL	http://immg.co.id	
電話番号	021 718 33 11 , FAX : 021 718 33 22	
会社の特徴	1997年に設立された Asatsu-DK の子会社。日本のコンテンツ(アニメ、テレビ番組)をインドネシア放送チャンネルや VOD へ販売をしている。キャラクターグッズの販売やインターネットチャンネル Anibee.tv も運営している。	
担当者	非公表	
Eメール	非公表	
海外作品購入実績	作品名	放送チャンネル
	TVチャンピオン(実写)	MNC TV
	仮面ライダー	RCTI
	ドラえもん	RCTI
	名探偵コナン	INDOSIAR
	クレヨンしんちゃん	RCTI, TRANS7

9.輸入アニメ映画の収益分配構造

映画編（P8）を参照

10.アニメ著作権の侵害行為

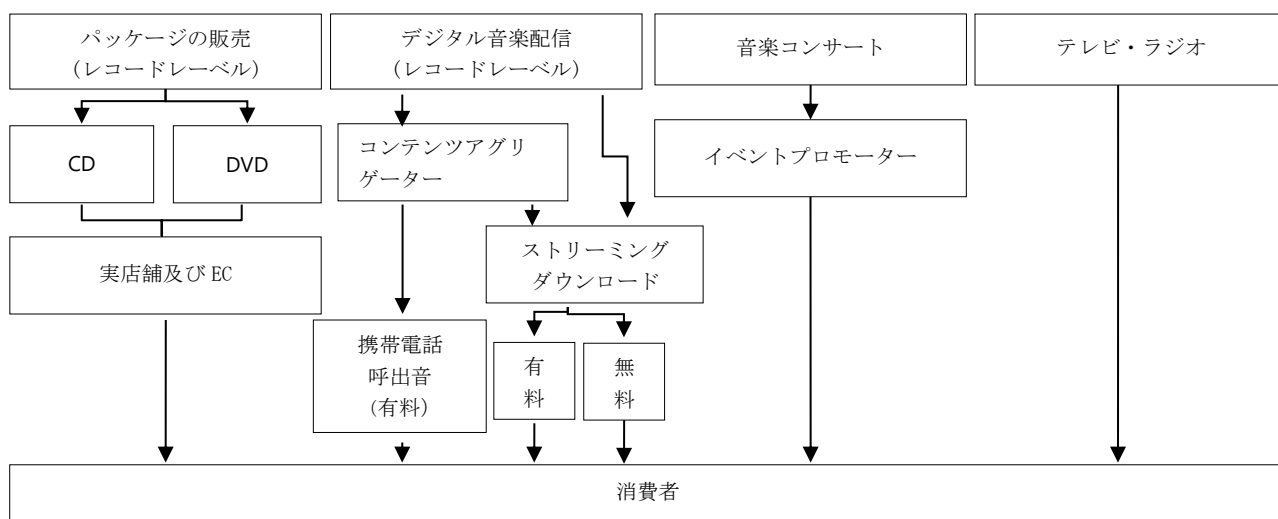
映画編（P7）とテレビ編（P22）を参照。

第4章 音楽市場

1.市場の概況

インドネシアにおける音楽作品の販売は、主に3つの媒体により発展してきた。1つ目は実店舗やEコマースでのCDやDVDという形でのパッケージの販売、2つ目はデジタル音楽配信、3つ目は音楽コンサートなどのイベントである。その他の流通経路としては、第2章で述べたテレビとラジオが挙げられる。

図 4-1 インドネシアにおける音楽の流通経路



出所: インドネシア創造経済庁(BEKRAF)

CDやDVDと言ったパッケージは、主に実店舗やEコマースで販売されているが、最近の消費者はインターネットを介して音楽を楽しむ傾向となり、実店舗の多くは閉店に追い込まれている。Rolling Stones Indonesia Magazineによると、2015年にインドネシア最大の音楽チェーン店であるDisc Tarraがジャカルタの数店舗のみを残して国内の40店舗を閉店した。この原因は消費者がCDからデジタル配信へと移行したことに加え、違法な海賊版CDの存在があげられている。この海賊版対策のために従来の音楽レーベルの多くは、Eコマースを通じた作品を販売する方法を採っている。

デジタル配信の分野では、2016年にインドネシアインターネットサービスプロバイダ協会が実施した調査によれば、インドネシアのインターネット総ユーザー数は1億3270万人となっており、ネットメディアの用途としては、動画視聴が41%で、次いで音楽ストリーミングが35.5%となっている。

イベントでは、国際的に有名なフェスティバルが幾つか開催されている。ジャズ分野では、Java Jazzが2005年より毎年開催され、世界的に有名なジャズフェスティバルとしての地位を獲得している。ま

た、ロック・ポップ・ダンスの音楽フェスティバル We The Fest が毎年行われ、2017年には50,000人もの来場者を得ている。

人気のジャンルは、米国のポップ、R&B、K Pop 等が挙げられる。インドネシア人歌手も人気があり、女性ポップ歌手である Raisa Andriana、男性ポップロック歌手である Judika に人気がある。インドネシアでの日本人アーティストの活躍は、五輪真弓の「心の友」がもっとも有名な曲の1つであり、優しいメロディで「愛はいつもララバイ」という歌詞はインドネシア人の心に今でも強く残っている。その他、宇多田ヒカルの「First Love」、藤井フミヤの「True Love」等が人気を博した。

2.インドネシアにおける音楽の販売状況

2-1.実店舗でのパッケージ販売

このパートでは、実店舗を通して販売される CD や DVD の売り上げを見ていく。

国際レコード業界連盟 (IFPI) によると、インドネシアでの CD 等の商品の売上高は 2005 年の 4,700 万米ドルをピークに漸減傾向にある。

一方、デジタル主流の中でも実店舗を維持する企業もある。国内で 500 店舗以上展開されているケンタッキーフライドチキン (KFC) レストランでは、CD が販売されており、2016 年には毎月 60 万枚を売り上げ 385 万米ドルの収益をあげている。その売上に大きく貢献した歌手が 2 組おり、中部ジャワのソロ出身の歌手である Judika のアルバムは 50 万枚が販売され、バンドグループ Noah のアルバムは 200 万枚も販売された。このほかに、JKT48 や Sabdi Sandoro といった歌手の CD も販売されている。KFC は、CD 販売において、現地の音楽販売企業 3 社、PT Music Factory、PT Swara Sangkar Mas、PT Jagonya Musik dan Sport Indonesia と協力しており、これらの 3 社は、全ての KFC 店舗におけるレコードレーベルの唯一の販売業者となる。

表 4-1 主要パッケージ販売店舗の営業状況

	店舗名	事業活動の状況	主なジャンル
1	Aquarius	全店舗閉店(2013年)	全てのジャンル
2	Disc Tarra	40店舗が閉店予定(2015年)	全てのジャンル
3	Duta Suara	13店舗が閉店し、3店舗のみ存続(2015年)	全てのジャンル
4	Musiklub	全店舗が閉店(2015年)	全てのジャンル
5	MusikPlus	3店舗	全てのジャンル
6	Pondok Pujian	19店舗	クリスチャンソング
7	Sangaji	4店舗	ジャズ
8	ケンタッキーフライドチキンレストラン	500店舗以上	全てのジャンル

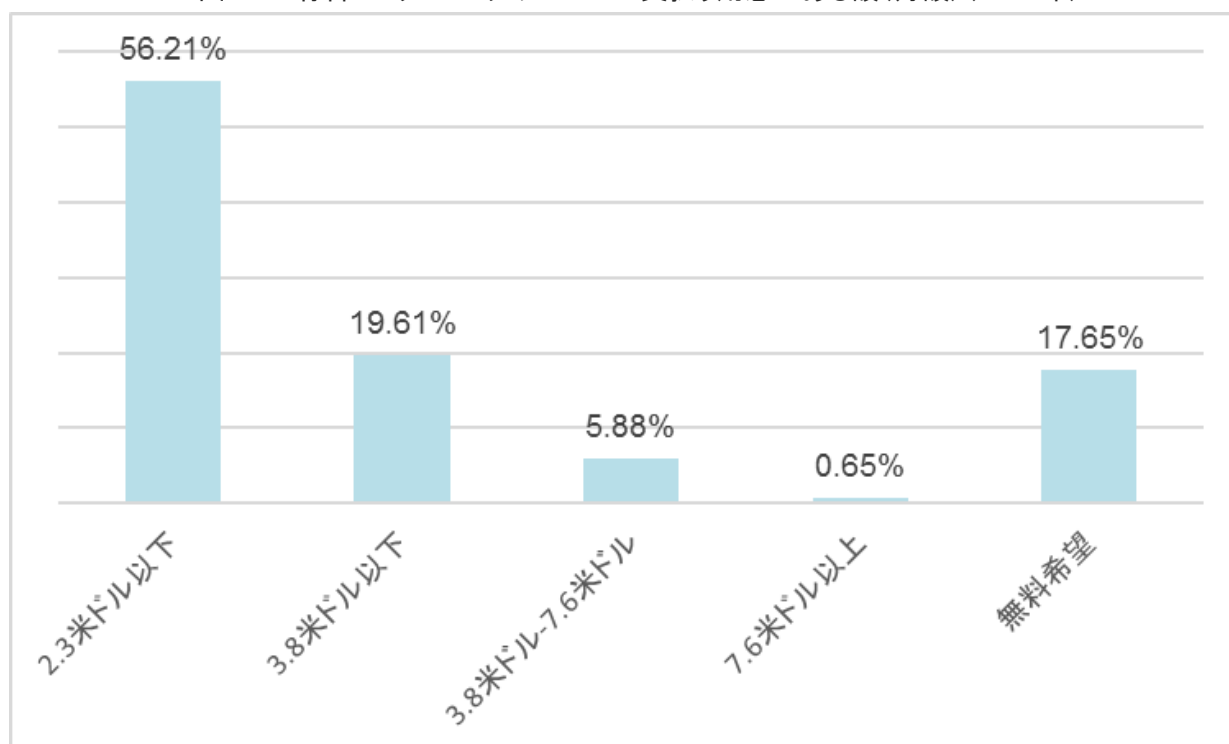
出所: インドネシア創造経済庁(BEKRAF)

2-2. デジタル音楽の販売状況

インターネットユーザーの増加により、デジタル音楽市場は発展を遂げている。デジタル販売には、大きく分けて2つのルートがある。1つ目はレコードレーベルが直接ストリーミングやダウンロードサイトと契約する方法。2つ目はコンテンツアグリゲーターを介して呼出音サービス（いわゆる着メロ）を提供する方法である。インドネシアサウンドレコード協会（ASIRI）によると、2015年のデジタル分野の売上は約7,600万USドルで、着メロサービスが収益の70%を占め、残りの30%がストリーミングとダウンロードとなっている。着メロサービスは、通信会社のユーザーが指定された番号を携帯電話にて入力することで呼出音を購入するサービスであり、費用は通信料金にあわせて課金される。最大の通信プロバイダである Telkomsel では、1曲あたり0.26米ドルの価格設定となっている。この分野での有力なコンテンツアグリゲーターは、PT Triyakom、PT Musik Legal Digital、PT musikator が挙げられる。

2016年に行われた調査によると、有料でストリーミングサービスを利用する際にユーザーが想定する月額の利用傾向は以下の通りとなっている。

図 4-2 有料ストリーミングサービスで支払う用意がある額(月額)(2016年)



出所: 2016年 JakPat 調査

表 4-2 有料音楽ストリーミングサービスの事業者

サービス名 (提供国)	SPOTIFY (スウェーデン)	APPLE MUSIC (米国)	DEEZER (フランス)	JOOX (中国)
URL	https://www.spotify.com/id/	https://www.apple.com/id/music/	https://www.deezer.com/id/	http://www.joox.com/id/en/
楽曲数	3,000 万曲	3,000 万曲	3,000 万曲	500 万曲
ビデオクリップの 利用可否	可	可	不可	可
オフライン モード	可	可	可	可
無料版	可	不可	可	可
歌詞表示	不可	不可	可	可
月額の利用料金	49,900 ルピア/月	69,900 ルピア/月	73,000 ルピア/月	49,000 ルピア/月

出所:TECH IN ASIA 作成資料をもとにジェトロ作成

3.イベント

コンサートのチケット料金は、例えばインドネシアの有名バンド DEWA だと、150,000～1,000,000、海外の有名アーティストだとリアム・ギャラガーのコンサートは、500,000 ルピアから1,100,000 ルピア、セリーヌ・ディオンのコンサートは、1,500,000 ルピアから12,500,000 となり、一般的に日本と同じかそれ以上に高い場合が多い。

インターネット音楽サイト CREATIVE DISC.COM によると、インドネシアで外国人アーティストが参加した音楽コンサートは、会場やオンラインでのチケット販売の環境の未整備などが起因して、2015 年に 49 回、2016 年に 24 回、2017 年に 20 回と減少傾向にある。日本人アーティストでは、2012 年に L'Arc-en-Ciel、2013 年に ONE OK ROCK、Do as Infinity 等が、2017 年はジャカルタに開催されたナカマフェスティバル 2017 では、Do as Infinity がジャカルタのヤマハ音楽ビルディングで開催されたコンサートでは Rie fu が出演した。ナカマフェスティバルのチケットの料金は 165,000 ルピア～450,000 ルピア、ヤマハ音楽ビルディングで開催されたコンサートの料金は 350,000 ルピアであった。

表 4-3 主要な海外アーティストのイベント(2013年-2017年)

アーティスト	開催年	ジャンル	ライブ形態	制作国	興業者
Blur	2013	オルタナティブ・ロック	単独	イギリス	ディアンドラ・エンターテイメント
L'arc en Ciel	2012	ロック	単独	日本	メーリゴブス、ミダス・プロモーション
Weezer	2013	オルタナティブ・ロック	単独	アメリカ	アジアライブ、ブラックロック・エンターテイメント、マリーゴブス・スタジオ
K ポップフェスティバル:	2016	ダンス・ポップ	フェス	韓国	アジア・トップ・エンターテイメント
少女時代	2016	ダンス・ポップ	単独	韓国	アジア・トップ・エンターテイメント
メタリカ	2016	ロック	単独	アメリカ	ブラックロック・エンターテイメント
スーパージュニア	2016	ダンス・ポップ	単独	韓国	ディアンドラ・エンターテイメント
Exo	2017	ダンス・ポップ	単独	韓国	アジア・トップ・エンターテイメント
サイレント・サイレン	2017	ポップ	単独	日本	リザルノ・ストノ
成田玲	2017	ジャズ	単独	日本	モーション・ブルー
ジャカルタ・ウェアハウス・プロジェクト	2017	トランス、R&B、ビート	フェス	多国籍	イスマヤ
Hangry & Angry	2017	ポップ	単独	日本	ナガラジャ・Fmfe・ヌサンタラ
We The Fest	2017	ロック・ダンス・ポップ	フェス	多国籍	イスマヤ

出所インターネット音楽サイト CREATIVE DISC.COM 及:音楽ファンへのインタビュー

4. ラジオ

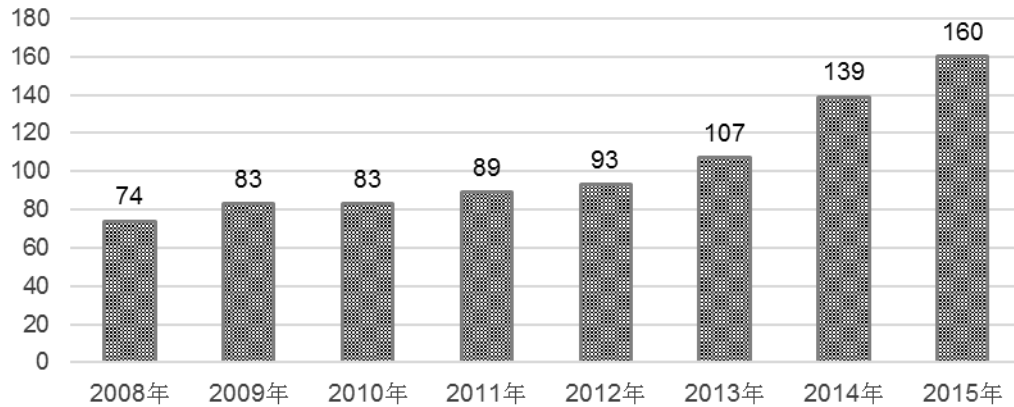
ラジオ会社は、通信情報省より発行された特定の地方区域内での事業が許可される許可証に基づいて事業を行っている。AM、FM2 種類のラジオ局があり、音の鮮明さから、FM がリスナーにより好まれており、国内には 52 の FM ラジオ放送局が存在し、Prambors Radio の DESTA & GINA IN THE MORNING といった番組が人気である。

インドネシアでは、地域ごとでリスナーの層がそれぞれ異なるため、自社で番組を制作し歌も選択する必要があるため、通常ラジオ局が局内で全ての番組を制作している。

ラジオ広告費は、テレビやインターネットに対する広告出稿料総額と比べると低調だが、2015年の調査では、ラジオの広告費は約1億6,000万米ドルと推定されており、その内容は主に、消費材、電通信会社や金融商品の宣伝となっている。

図 4-3 ラジオ広告費の市場規模

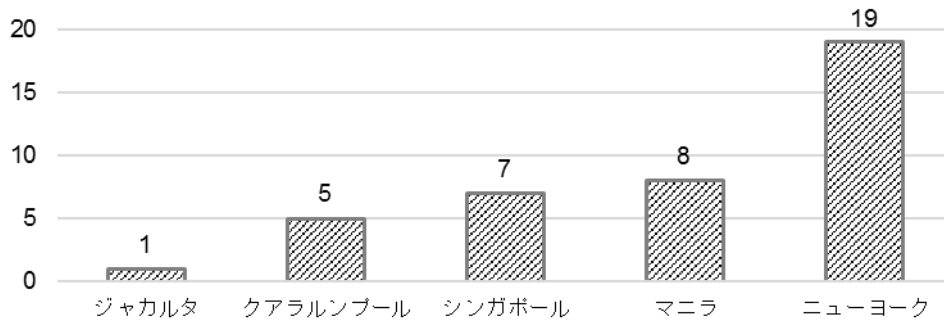
(100 万米ドル)



出所: Trimegah Sekuritas (投資会社) 資料より作成

東南アジアや米国の大都市と比べると、ジャカルタにおけるラジオの毎分の広告費は最も低く、ニューヨークの1/19の毎分約76米ドルとなっている。

図 4-4 1分あたりのラジオ広告の料金比較(ジャカルタを基準値)



出所: Trimegah Sekuritas (投資会社) 資料より作成

5.音楽著作権使用料の体系

インドネシアの CD や DVD 等の音楽の使用料は、3つの段階で計算される。最初に、使用料の決定前に基本金額を算出する。次に、使用料の支払いの前のアーティスト使用料を計算する。最後に、支払う使用料を計算する。以下はその事例の1つで、CD が 10,000 枚売れた場合の著作権者へ支払う使用料は、48,000,000 ルピアとなる。

基本金額の算出（使用料決定前）

$$\begin{aligned} \text{基本金額（1楽曲）} &= \text{CDの小売価格} \times (100\% - \text{販売会社マージン}) \\ 96,000\text{ルピア} &= 120,000\text{ルピア} \times (100\% - 20\%) \end{aligned}$$

アーティスト使用料の算出（使用料支払い前）

$$\begin{aligned} \text{アーティスト使用料} &= \text{基本金額（1楽曲）} \times \text{使用料率} \\ 4,800\text{ルピア} &= 96,000\text{ルピア} \times 5\% \end{aligned}$$

使用料支払い額の算出

$$\begin{aligned} \text{使用料額} &= \text{アーティスト使用料} \times \text{販売数} \\ 48,000,000\text{ルピア} &= 4,800\text{ルピア} \times 10,000 \end{aligned}$$

6.日本の音楽作品のバイヤー候補及び日本アーティストの招請プロモーター候補

会社名	Magatama Pro		
住所	Maison Map Building 4 th Floor, Jl Melawai IX N0 4-5 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, 12160, Indonesia		
URL	N/A		
電話番号	+62 21 7222386		
会社の特徴	日本音楽コンサートやコスプレ、その他の日本関連イベントの興行者としての実績を持つイベントオーガナイザー。		
担当者	竹谷恵美氏		
Eメール	emitakeya@gmail.com		
興業実績	作品名	参加日本人アーティスト名	開催年

	Hungry & Angry	吉澤ひとみと石川梨華	2011 年
	Clas:H	日本人ポップカルチャーアーティ スト	2011 年～現在ま で
イベント参加実績	2017 年	Anime Festival Asia (AFA): ジャカルタ	

会社名	PT Dyandra Media International, Tbk		
住所	The City Tower 7th Floor, Jl. MH. Thamrin 81, Jakarta Pusat		
URL	http://dyandraentertainment.com/		
担当者	Ms. Febrina Agusta		
Eメール	febrina@dyandra.com		
興行実績	David Guetta JKT (David Guetta のジャカルタでのワールドツアーライブ) David Foster JKT (David Foster のジャカルタでのアジアツアーライブ) JLO Dance Again (Jeniffer Lopez のジャカルタでのダンスアゲインアジアツアーライブ) Road To BSF-クークス、デルフィック、ラジオ・デプト		

会社名	Marygops Studios		
住所	Tata Puri Building 7th Fl. Jl. Tanjung Karang No.3-4A Jakarta 10230 - Indonesia		
URL	http://www.marygops.com/		
電話番号	+62 21 3190 1078		
担当者	非公表		
Eメール	CONTACT@MARYGOPS.COM		
興行実績	2011 年 Justin Bieber , Kylie Minoque , Westlife - Gravity Tour Jakarta, 2PM Hands Up Asia Tour Jakarta, Jason Mraz - Live in Bali, 2012 年 Olivia Newton John - Greatest Hits Jakarta, L'Arc En Ciel - 20th Anniversary Tour Jakarta, Christina Perri - Live in Jakarta, Jason Mraz - Tour is a Four letter word Jakarta, Wondergirls - Wonderworld Tour Jakarta, 2013 年 Weezer the Greatest Hits tour Jakarta , Music Bank Festival Jakarta, Anime Festival Asia Indonesia (Co-Produce with Sozo) 2014 年 Avril Lavigne, Bruno Mars - The Moonshine Jungle Tour Jakarta, Taylor Swift Red Tour Jakarta, Cesar Milan Live in Jakarta, Anime Festival Asia Indonesia (Sozo と協力)		

	Shane Filan Live in Jakarta&Ho Chi Minh City, Vietnam, Carpark North - Live in Jakarta 2015 MLTR Indonesia Tour , Clean Bandit Jakarta 2016 MLTR Valentines Tour jakarta SurabayaSolo
--	--

7.音楽著作権の侵害の状況

インドネシアサウンドレコード協会（ASIRI）によると、違法なウェブサイトからダウンロードされた楽曲がおよそ 28 億曲あり、この侵害により、6,100 万米ドルもの損害が発生しているとされている。広告収入で運営されている 300 程度の違法サイトが閉鎖されてきたが、依然として広告収入が魅力となっていること、また、政府の対応政策や著作権侵害ウェブサイトリスト（IWL）の未整備もあり、対策の効果があまり上がっていないのが現状である。

第5章 コミック市場

1.市場の概況

インドネシアで本格的に日本のコミックが流通し始めたのは1991年にさかのぼる。「AKIRA」を皮切りに、「キャンディー・キャンディー」、「ドラえもん」が続き、翌1992年には「ドラゴンボール」が出版され、それ以降は多くの日本のコミック作品が流通するようになった。

この当時、インドネシアの読み方である左から右に読む形式で出版されていたが、「るろうに剣心」が発行された2000年の初めから、右から左へ読んでいく日本方式が適用されるようになった。

コミック読者の熱狂は年々高まり続け、M&C Comics、re:ON Comics、Elexmedia Komputindo、Level Comics、Koloniなどコミックの出版社も登場し始めた。

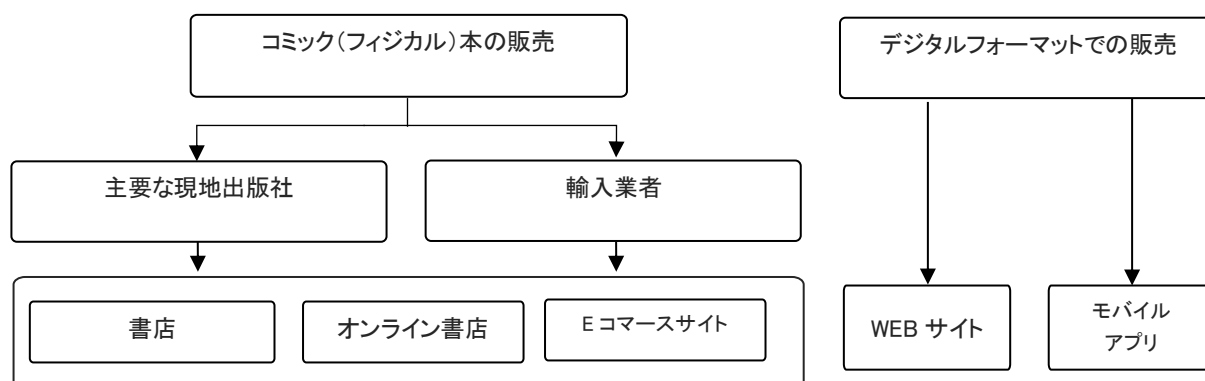
コミックがインドネシアで出版され始めて30年近くになるが成長は続き、様々な読者をターゲットとして多くのコミックが出版され、一部はカラー印刷も行われるようになった。そして、デジタル化も進み、インドネシアのコミック市場は発展が続いている。

インドネシアのコミック流通は3つの形態で成り立っている。1つ目はインドネシアの出版社による出版・販売で、出版社が販売可能なコミックの選択から、作家やライセンサーとの著作権使用の交渉・調整・翻訳・印刷・小売店への流通までを担っている。

2つ目は海外版の輸入販売で、海外からコミックを購入し翻訳をせずに原文のまま販売する個人バイヤーと、小売店に販売するルートを持つ専門的輸入業者の2つのタイプがある。

3つ目はデジタルコミックの配信で、無料と有料の両方の方式で読者に提供されている。スマートフォンの普及により、コミックもデジタル化して来てはいるが、インドネシア語でのフィジカル原版を求めている読者層が存在しており、紙媒体への興味が依然として薄れていない点は日本と同様であると言える。

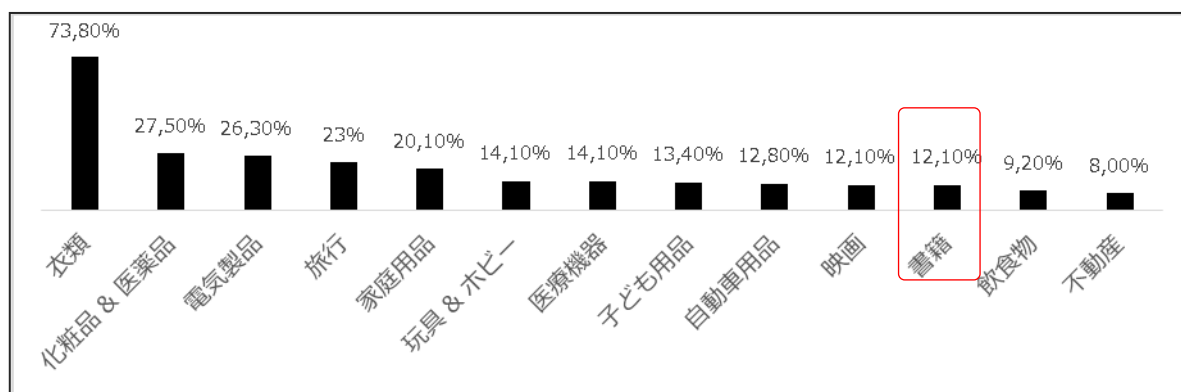
図 5-1 インドネシアにおけるコミックの流通形態



出所: デジタルマーケットプレイス Stellar Labs、インドネシア創造経済庁(BEKRAF)、PT Elex Media Komputindo、M&C Publishing

2016年9-12月期におけるEコマースの商品カテゴリー別の書籍の購入は、10番目(12%)であった(図5-2)。他の商品群と比べると、購入頻度は高いわけではないが、書籍類を販売する出版社にとってEコマースやオンラインショッピングは不可欠な販売先であると言える。

図 5-2 Eコマースでの購入商品経験(2016年9-12月)



出所: インドネシア通信情報省

2. インドネシアにおけるコミック本の販売ルート

2-1 書店

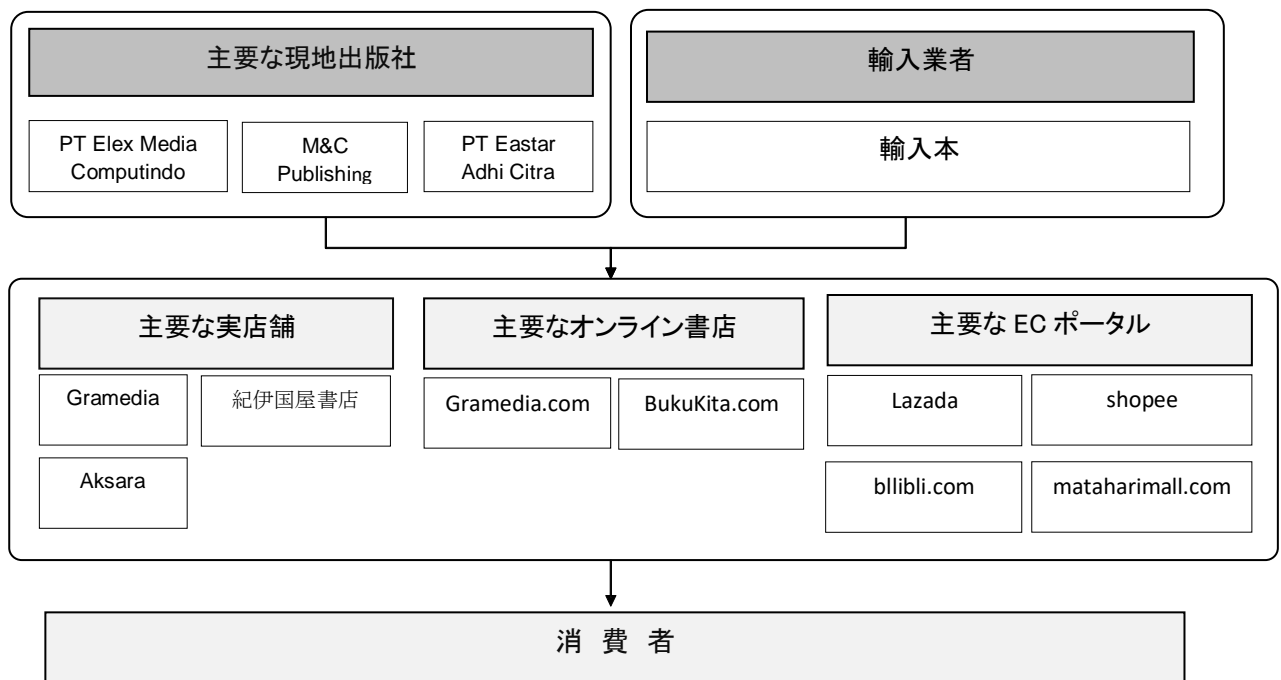
インドネシアにはコミックを販売する3つの主要な書店がある。1つ目はGramediaで、国内に116店舗があり、PT Elex Media KomputindoやM&C Publishingの出版社と提携している。2つ目は日本の書店である紀伊國屋書店で、インドネシア国内に4店舗を有し、米国・ヨーロッパ・日本・他のア

ジア諸国からの輸入本の販売をしている。3つ目は Aksara で、ジャカルタ区域に2店舗を持つ輸入本を販売する中小規模の書店で、書籍だけでなく、CD や文房具も販売している。

2-2 オンライン書店

主なオンライン書店は、Kompas Gramedia グループ (KGG) のデジタルグループにより運営されている Gramedia.com で、インドネシアにおけるオンラインでのコミック販売を先導している。2つ目は BukuKita.com で、現地の作家のみならず日本の作家のコミック本を購入することができるオンライン書店である。また、Lazada や bilibili.com など主な EC ポータルも、コミック販売のために出版社が利用している。

図 5-3 インドネシアのコミック本の販売ルート



出所: デジタルマーケットプレイス Stellar Labs、インドネシア創造経済庁(BEKRAF)、Elex Media Komputindo、M&C、PT Eaststar

3.インドネシア版の翻訳コミックの出版

過去二十年間に渡り、翻訳コミックの販売は主に3つの出版社が行っている。1つ目は、PT Elex Media Komputindo で、メディア、出版からレジャービジネスを行う多角的な大規模ホールディングカンパニーである Kompas Gramedia グループ (KGG) の企業である。2つ目は、M&C Publishing で、雑誌とコミックを中核に、特にコミックの出版に注力している Kompas Gramedia グループ

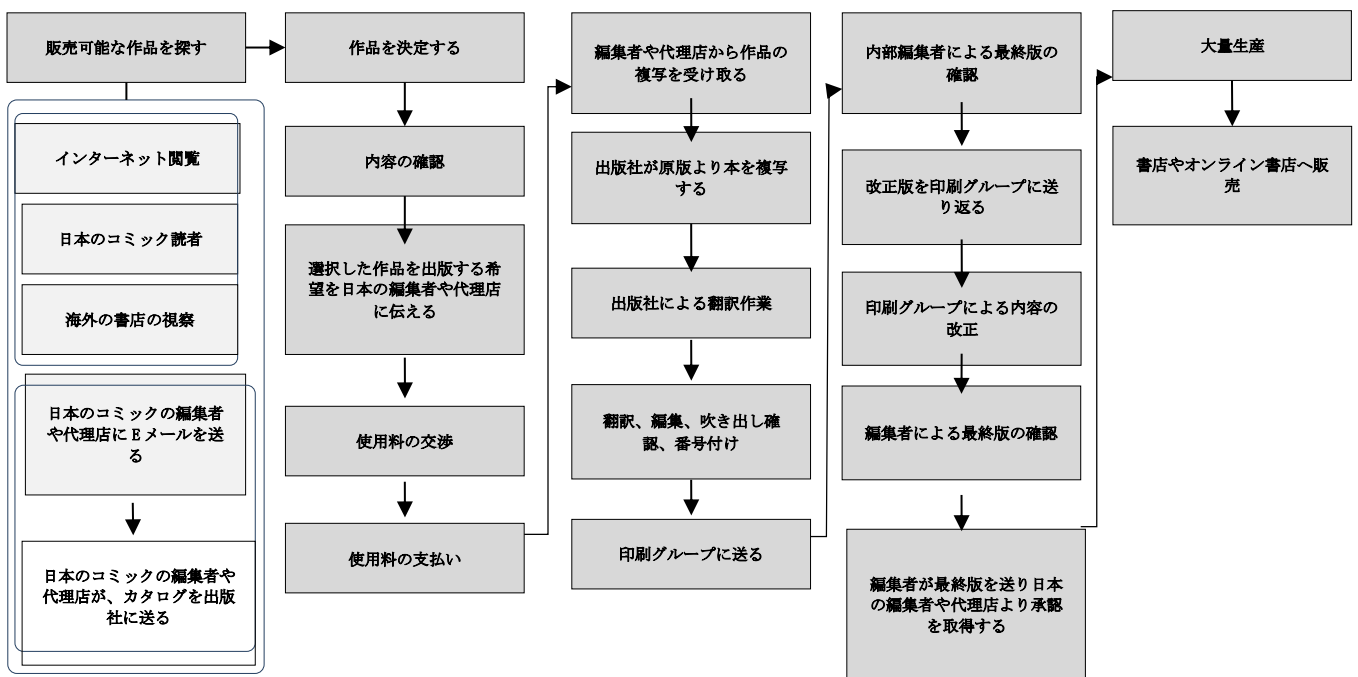
(KGG) のメンバー企業である。3つ目の出版社は、PT Eaststar Adhi Citra で、人気上昇している中規模の出版社としてコミック読者の間で知られている。

インドネシアでコミックを出版するには、およそ5-6カ月の時間を要する。作品の選択から始まり、内容の評価、ライセンサーとの契約と続き、翻訳業務までの段階で、2か月半から3か月半を要し、作品の編集、印刷、出版で2か月半ほどの期間が目途となっている。

出版社が新作を検討する際には、日本で既に販売されている作品のインターネット調査、日本の読者からの評価ヒアリング、外国書店の訪問による実地調査、日本の編集者や代理店からカタログを入手する4つの方法で情報収集・評価を行い、作品の選定を行う。

そのほか作品の選定にあたっては、コミックの内容とともに、1) ストーリーの流れや良い教訓が内容にあるかどうか 2) 作者の人気 3) イラストの魅力 4) 人種や宗教問題が内容にあるかどうか 5) 暴力やポルノ、同性愛ストーリー等の禁止されているストーリーの有無のチェックをすることになる。

図 5-3 インドネシアにおけるコミック出版の一連の流れ



出所: Elex Media Komputindo

4.人気のコミック

インドネシアの主要出版社3社が出版した漫画及びコミック本と、主要書店で販売される人気コミックは次頁のとおり。コミックの販売実績は非公開ではあるが、PT Elex Media Computindo の場合、通常の売上が3,000冊、人気のある商品で5,000冊 - 10,000冊、非常に人気が高い商品で10,000冊以上を目安に評価していると言う。

表 5-1 インドネシアの主要出版社が販売する人気コミック

出版社	取り扱いコミック作品数	主要な作品
PT Elex Media Computindo	1,000 種類以上	名探偵コナン ワンピース ドラえもん 鉄拳チンミ ワンパンマン 暗殺教室 進撃の巨人 Si Juki (インドネシアコミック)
M&C Publishing	約 1,500 種類	こっちむいて！みい子 ブリッツ H ₂ O ブリーチ 東京喰種 ショコラの魔法 バクマン。
Eaststar Adhi Citra	非公開	ReLIFE 1 ReLIFE 2

出所: デジタルマーケットプレイス Stellar Labs、Elex Media Komputindo、M&C

表 5-2 インドネシアの主要書店で販売される人気コミック

書店	原作国	人気のコミック 作品名	言語	出版社	主要な読者層
Gramedia	日本	ドラえもん 名探偵コナン ワンピース 鉄拳チンミ ワンパンマン 暗殺教室 進撃の巨人 キャプテン翼	インドネシア語	PT Elex Media Computindo	10 ~ 17 歳
		こっちむいて！みい子 ブリッツ H ₂ O ブリーチ 東京喰種 ショコラの魔法 バクマン	インドネシア語	M&C Publishing	10~17 歳
	韓国	Why シリーズ Ten Ten シリーズ 科学クイズシリーズ	インドネシア語	PT Elex Media Computindo	7~12 歳
紀伊國屋書店	日本	サイコメ ソードアート・オンライン ノーゲーム・ノーライフ ばらかもん	英語 (輸入)	N/A(直接輸入)	15 ~ 20 歳
Aksara store	日本	人生がときめく片付け の魔法 OPUS(オーパス)	英語 (輸入)	全ての書籍は書店 経営者により輸入 されている。	13 ~ 20 歳

出所: デジタルマーケットプレイス Stellar Labs、Elex Media Komputindo、M&C

5. デジタルコミックの配信

5-1 無料配信サービス

主要な無料電子コミックサイトとして、LINE WEBTOON、re:ON Comics、COMICA の3つがある。中でも LINE WEBTOON は、LINE サービスの一部で様々なジャンルの漫画を無料で楽しめインドネシアでは非常に人気がある。作家は、韓国やインドネシア出身が多く、インドネシア語、韓国語、中国語、タイ語、英語の5つから言語を選ぶことができる。2016年のアクティブユーザーは全世界に3,600万人おり、そのうち600万人がインドネシア人である。

re:ON Comics は、インドネシア国産のコミックの発展に力を入れており、年齢層は18歳から35歳で、ユーモア、ドラマ、スリラー、デイリーライフ、サイエンス・フィクション、ファンタジーのジャンルを扱っている。また同社は、国産コミックを発展させる施策として、Wacom Datascrip コミック大会 (WDCC) や Mangafest、そして同社主催で開催されている主要なコミック大会に優勝または参加したコミック作品を掲載するインセンティブをクリエイターに提供している。

表 5-3 無料で配信されているコミックの例

サービス名	作品タイトル	ジャンル	作成国	読者からの Like 数 (2017年11月まで)	大会への参加
LINE WEBTOON	ノブレス	ファンタジー	韓国	2410万人	N/A
	タヒララット	コメディ	インドネシア	2150万人	N/A
	エッグノイド	ロマンス	インドネシア	890万人	N/A
	外見至上主義	ドラマ	韓国	810万人	N/A
	コピ・ユック	日常生活	インドネシア	380万人	N/A
	バスタード	スリラー	韓国	250万人	N/A
	世にも奇妙な物語	ホラー	韓国	240万人	N/A
re:ON Comics	ハイポクリシー	ロマンス	インドネシア	不明	WDCC2014の優勝者
	ホーム	アクション	インドネシア	不明	WDCC2014の優勝者
	スーパーヒーロー・ルアールダラム	アクション	インドネシア	不明	Mangafest 大会 2015の優勝者
	ラスト・リゾート	ドラマ	インドネシア	不明	Mangafest 大会 2015の優勝者
COMICA	キミはボクの栄養ドリンク	ロマンス	韓国	2万7000人	N/A
	37.2度今	ロマンス	韓国	1万9000人	
	Empress of another World	ロマンス	韓国	1万9000人	

出所: デジタルマーケットプレイス Stellar Labs、Elex Media Komputindo、M&C、Comica

5-2 有料配信サービス

有料サービスとしては、Blackbery Webcomics が人気サイトとなっている。Blackbery Webcomics は、最初の1～2のエピソードを無料で、続編はクーポンを用いたサービスを提供している。クーポンの入手には2つの方法があり、1つ目は毎日 Webcomics にアクセスし Like (いいね!) やコメントを3つの異なるエピソードに対して行いシェアすること、2つ目は Blackbery Webcomics のシステム上で、クーポンを購入する方法となっている。

他の有料サービスは、Mangamon がある。Mangamon は PT Elex Media Computindo と M&C Publishing のサポートを受け、日本やインドネシアの作家のコミックを有料提供することに特化している。支払いの方法は銀行振込、クレジットカード、ミニマートでの窓口支払いとなっている。

6. コミックの年齢制限 (レーティングシステム)

インドネシアでのコミックの出版において、4つの分類による年齢制限が設定される。

表 5-4 年齢制限によるコミックの分類例

年齢制限	定義	コミック本 / 漫画名
全年齢	コミックのストーリーの内容や流れが、どの年齢層が読んでも適している。	• ドラえもん • ラブリー百科事典
13才以上	男女の特別な関係や、互いの愛情表現がある。	• こっちむいて! みい子 • H ₂ O
17才以上	男女の特別な関係や、喧嘩の場面等若干暴力的な表現も可となっている。	• Will you marry me? • プリーチ
21才以上	男女の内容の濃い特別な関係やキスシーン等の愛情表現、喧嘩や殺人の場面の重い暴力的な表現も可となっている。	• 東京喰種

出所: M&C Publishing

7.コミックを出版している主要出版社

会社名	PT Elex Media Komputindo
住所	Kompas Building 2nd Floor, Palmeah Barat 29-37, Jakarta 10270 Indonesia
URL	www.elexmedia.id
電話	+62 21 536 501 10
特徴	非上場の多角化企業の Kompas Gramediaグループのメンバーでもある 同社はインドネシアで最大のコミック出版社で、1991年から現在まで 1,000以上のコミック作品を取り扱っている。
担当者	Mr. Ida Bagus Kade Syumanjaya
Eメール	e.bagus@elexmedia.id
日本の漫画・コミック本の出版実績	名探偵コナン、ワンピース、ドラえもん、鉄拳チンミ、ワンパンマン、暗殺教室
イベント参加実績	<ul style="list-style-type: none"> • Anime Festival Asia • Indonesia Comicon

会社名	M&C Publishing
住所	Kompas Building 3rd Floor, Palmeah Barat 29-37, Jakarta 10270 Indonesia
URL	http://www.mncgramedia.id/
電話	+62 21 536 50110
特徴	非上場の多角化企業の Kompas Gramediaグループのメンバーでもある 、同社は、インドネシアで最大のコミック出版社でもある。コミック、教 育コミック、子供向け、小説、ノンフィクションの本を出版している。
担当者	Ms. Driartha Vera
Eメール	vea@mncgramedia.id
日本の漫画・コミック本の出版実績	こっちむいて！みい子、Will you marry me?、ブリーチ、東京喰種
イベント参加実績	<ul style="list-style-type: none"> • Anime Festival Asia • Indonesia Comicon

会社名	PT Eaststar Adhi Citra
住所	Gedung AKA Lantai Dasar Jl. Bangka Raya No. 2, Pela Mampang Jakarta Selatan 12720 Indonesia
URL	http://eaststar.co.id/
電話	+6221 7198 048
会社の特徴	中規模出版社で、コミック、小説、教育コミック、子供向け書籍を出版している。
担当者	Mr. Annas Armanto
Eメール	arm.annas@gmail.com
日本の漫画・コミック本の出版実績	•ReLIFE、悠久のアンダンテ-荒野とナツメの物語-、ナルキッソス

8.コミック本出版における権利課金

Elex Media Komputindo によると、コミック本出版にあたっての最低保証金は以下の式で算出していると言う。

最低保証金 = 小売価格 × 使用料（ルピア） × 初版印刷料（%） × 付加価値税（10%）

第6章 ゲーム市場

1.市場の概況

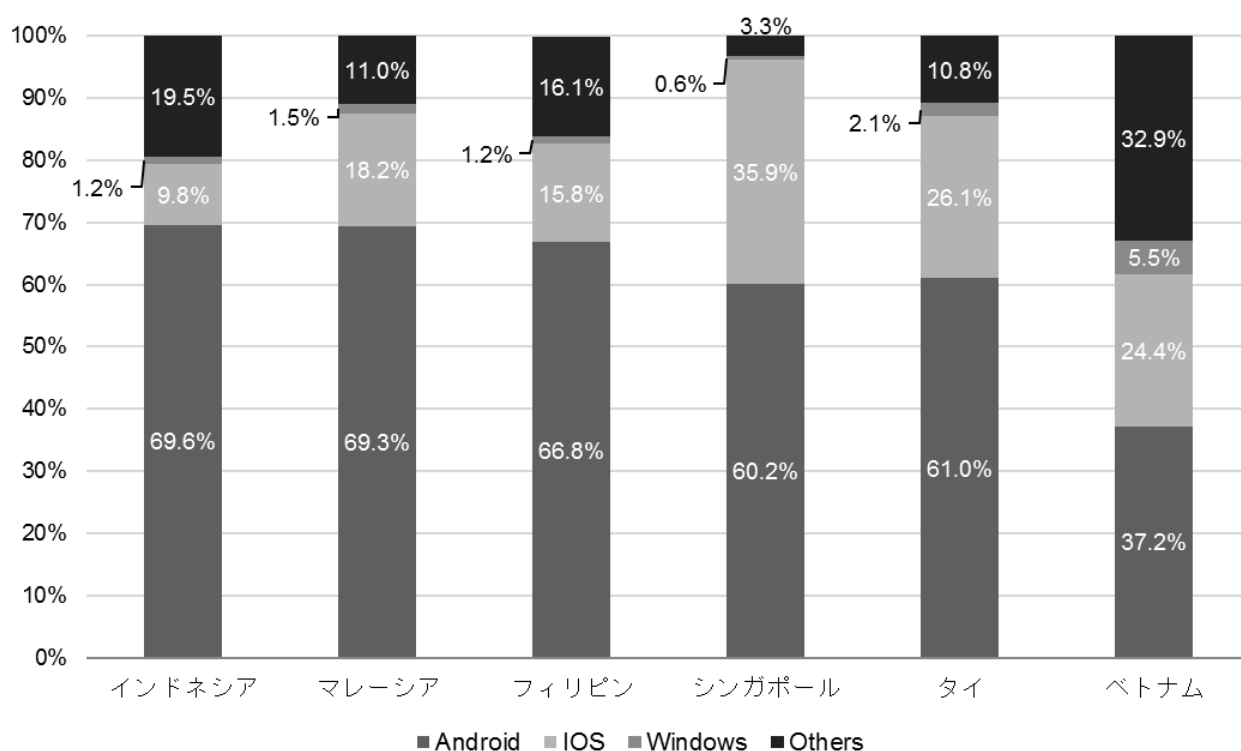
インターネットの普及がまだ高くなかった1990年代には、ユーザーはゲームセンターでアーケードゲーム（インドネシアでは「ディンドン」と呼ばれていた）でプレイするのが一般的で、この時代の人気ゲームであるストリートファイターズ2、モータルコンバット、タイム・クライシスには長い行列が出来ていた。

現在は、コンソール機（任天堂、セガ、ソニー）の流通を経て、他の多くの市場と同様に、ユーザーはPCオンラインやスマートフォンでプレイしている。

スマートフォンは、特定の地域で4Gアクセスを採用しているが、ジャワ島以外の多くの地域ではインターネット接続が不安定な状態ながらも、全国で6,300万台（2016年）保有されており、大部分のユーザーは無料ゲームをプレイしているが、有料のゲームを楽しむユーザーも増えつつあり、調査会社のレポートによると、モバイルゲームでは東南アジア最大のマーケットとなっている。

スマートフォンのOSは、アンドロイドが東南アジアでは圧倒的な地位を占めており、インドネシアにおいてもシェアは69.6%と域内で最も高い数字となっている。

図6-1 東南アジアにおけるスマートフォンのOSのシェア(2015年)



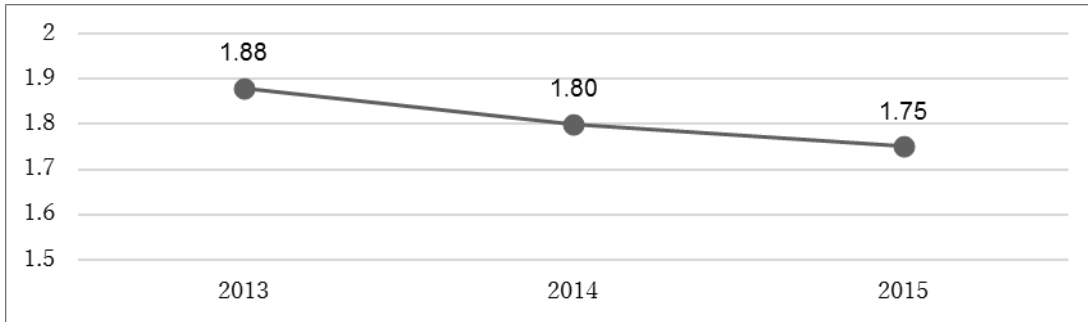
出所: Niko Partners (リサーチ会社)

1-1. 家庭用ゲーム機の市況

現在のゲーム機の市場の主要を担っているのはソニー、マイクロソフト、任天堂で、ハードは主に日本や米国から輸入されている。ゲーム機の売上額は、モバイルゲーム躍進の影響で近年は下降傾向にある。

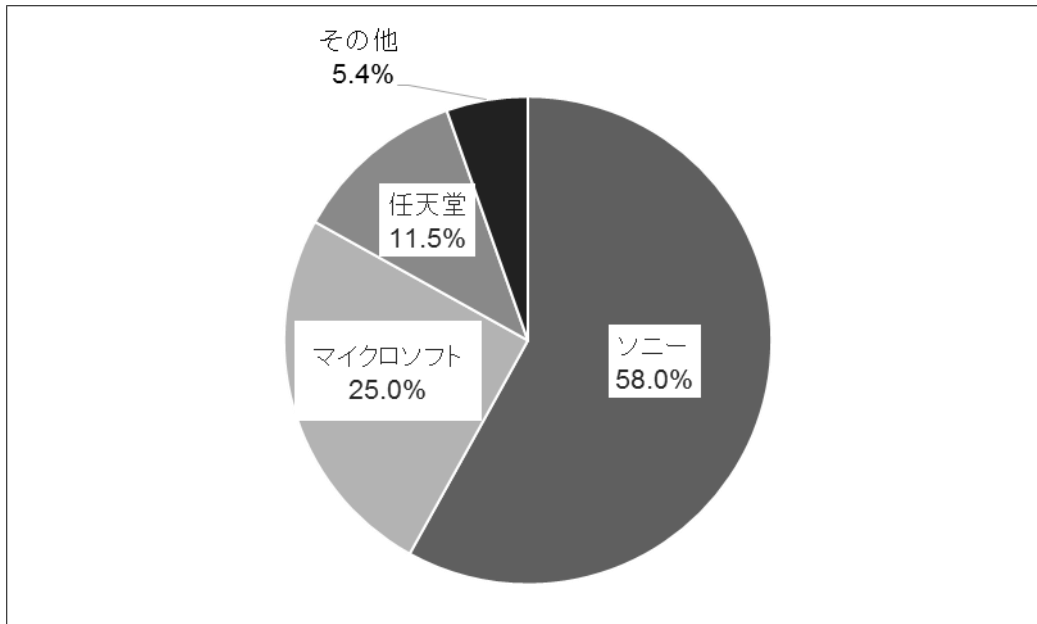
図 6-2 インドネシアにおけるゲーム機売上高推移(2013年-2015年)

(単位：10億ドル)



出所: EU INDONESIA BUSINES NETWORK

図 6-3 コンソール機のメーカー別市場シェア(2015年)



出所: EU INDONESIA BUSINES NETWORK

表 6-1 コンソール機用の人気タイトル

	作品名	制作国	メーカー	発売年	ゲーム機
1	アンチャーテッド 4	米国	ノーティードッグ	2016 年	プレイステーション 4
2	ホライゾン: ゼロ・ドーン	米国	ゲリラゲームズ	2017 年	プレイステーション 4
3	バイオハザード 7 レジデント イービル	日本	カプコン	2017 年	プレイステーション 4
4	FIFA 17	カナダ	EA バンクーバー	2016 年	プレイステーション 4
5	マスエフェクト・アンドロメダ	カナダ	バイオウェア	2017 年	プレイステーション 4
6	クオンタムブレイク	フィンランド	レメディーエンターテイメント	2016 年	Xbox
7	フォルツァ・モータースポーツ 7	米国	Turn10 スタジオ	2017 年	Xbox
8	ギアーズ・オブ・ウォー4	カナダ	ザ・コアリション	2016 年	Xbox

出所: Qeon Interactive (ゲーム制作会社)

1-2. PC オンラインゲーム

PC オンラインゲームは 2000 年代より人気となり、ユーザーは自宅・ゲームセンターにてオンラインを利用して遊ぶことが可能で、ゲームセンターでは、サービスや設備により 1 時間 3,000 ルピアから 8,000 ルピアの範囲でプレイできる。インドネシアは東南アジアで第 3・4 位の規模の市場を有し、今後も毎年 12% から 13% の成長が予測され有望市場と言える。

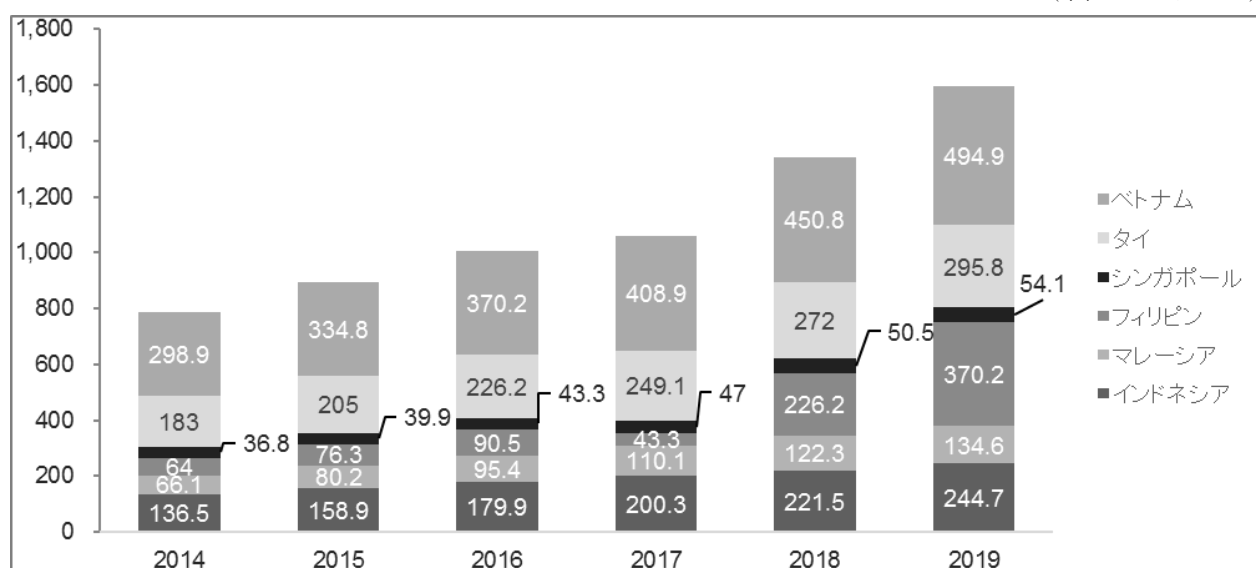
表 6-2 インドネシアにおける人気 PC オンラインゲーム作品名

	作品名	制作国	開発者	販売年	端末種類
1	ポイントブランク	韓国	ゼペット	2008 年	オンライン PC
2	FIFA オンライン 3	米国	エレクトロニックアート	2015 年	オンライン PC
3	ヒーローズ・オブ・ニューワース	米国	S2 ゲームズ	2010 年	オンライン PC

出所: Qeon Interactive (ゲーム制作会社)

図 6-4 東南アジアにおける PC オンラインゲームの市場規模(2014-2019)

(単位: 100 万ドル)



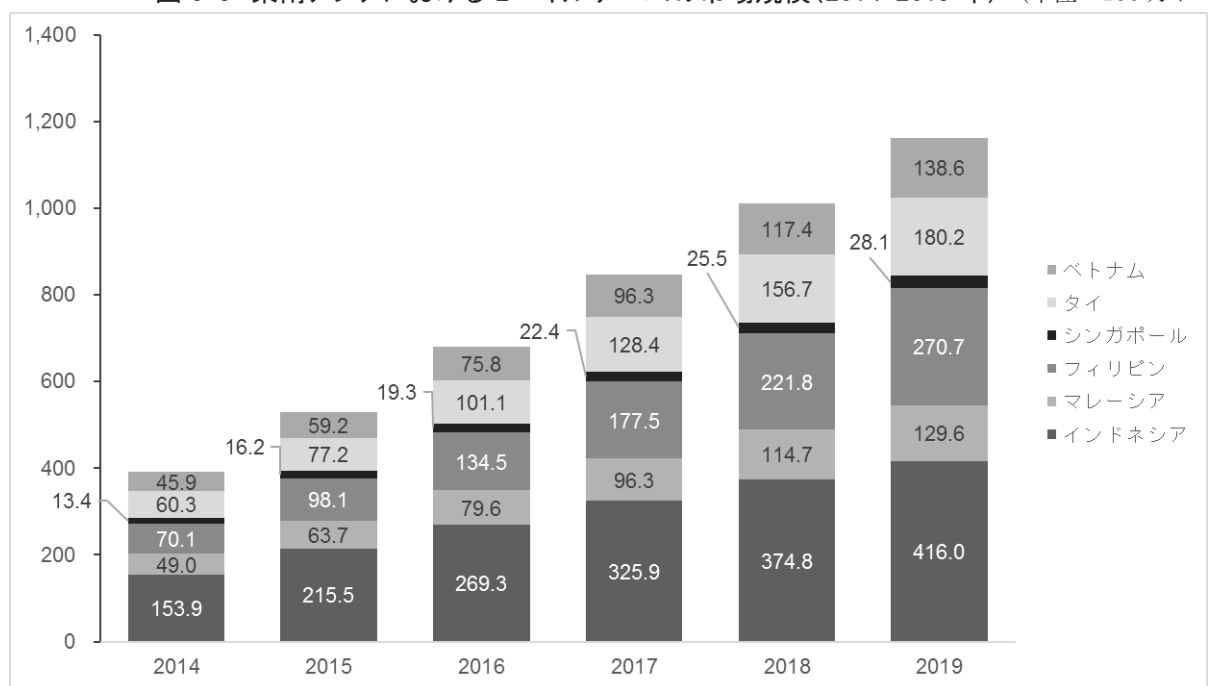
出所: Niko Partners (リサーチ会社)

*2018 年、2019 年は予測値

1-3. モバイルゲーム

インドネシアは市場規模、ユーザー数ともに東南アジア最大のマーケットとの調査結果があり、今後も年間10%程度の成長が見込まれている。アンドロイドやiOSによるスマートフォンのモバイルゲームは、ストラテジー（シミュレーション）ゲーム、カジュアルゲーム、カードバトルゲームのジャンルが人気である。

図 6-5 東南アジアにおけるモバイルゲームの市場規模(2014-2019年) (単位:100万ドル)

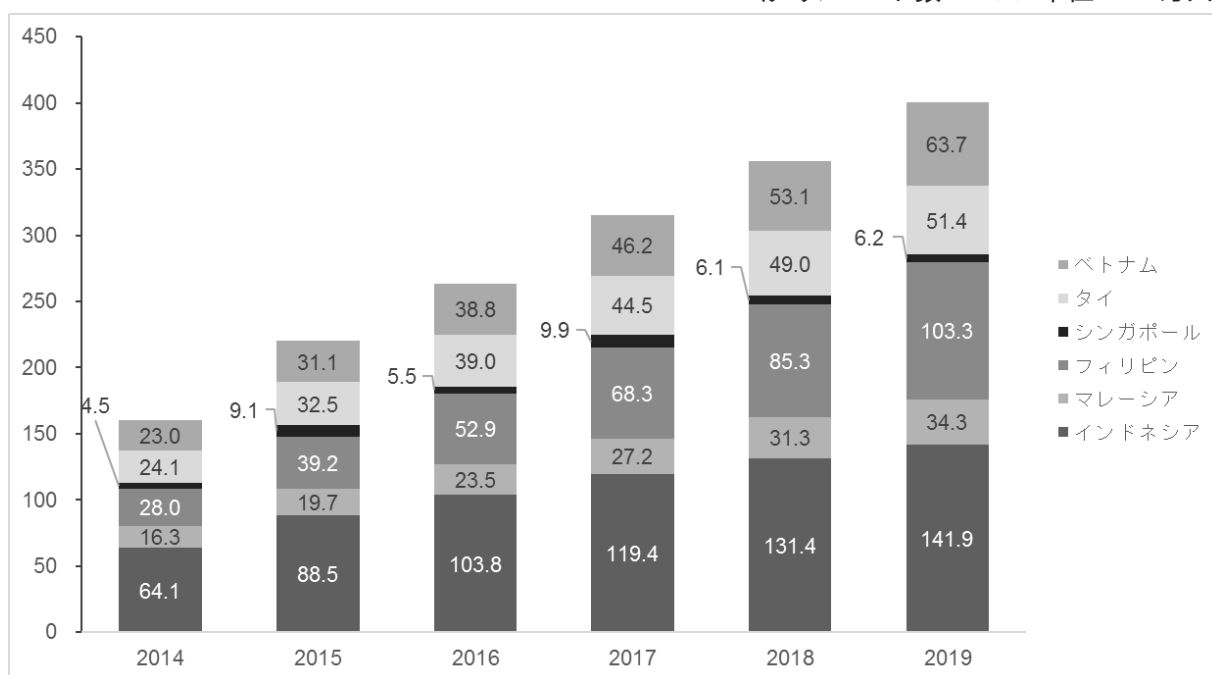


出所: Niko Partners (リサーチ会社)

*2018年、2019年は予測値

図 6-6 東南アジアにおけるモバイルゲームユーザー数

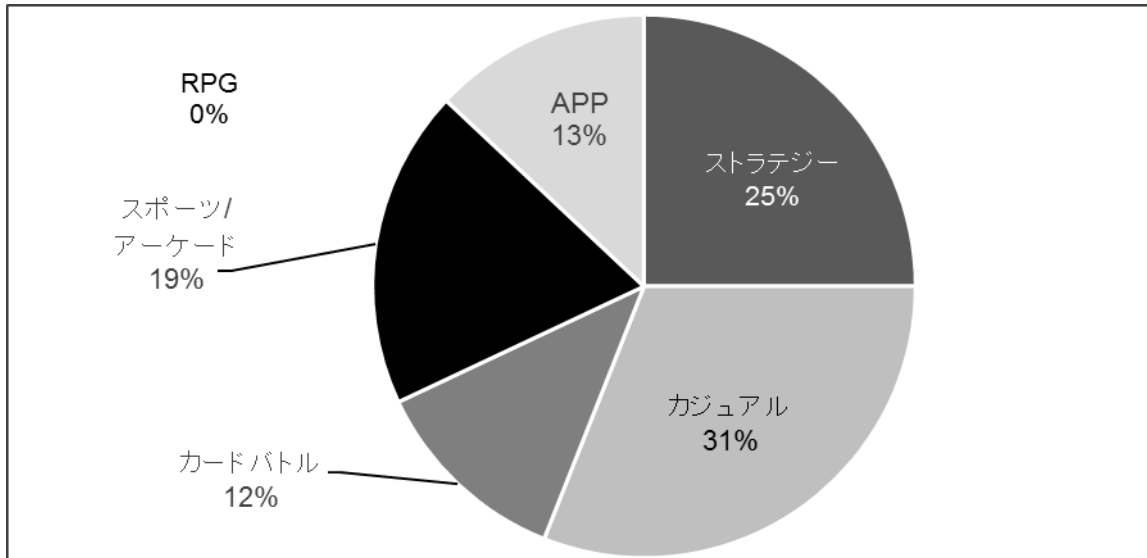
(ダウンロード数ベース 単位:100万人)



出所: Niko Partners (リサーチ会社)

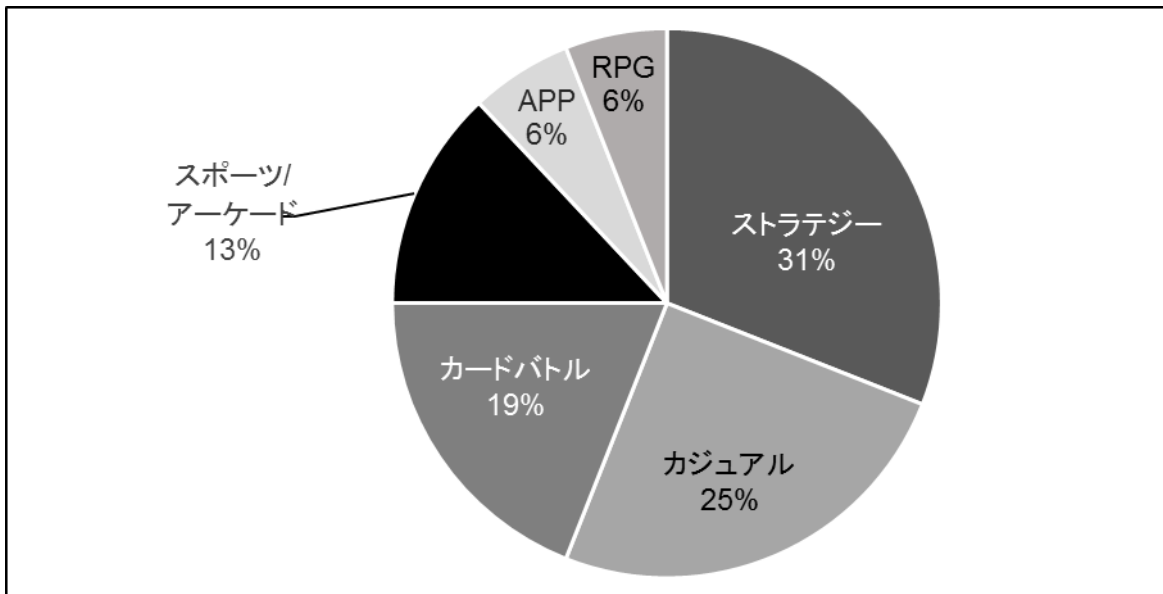
*2018年、2019年は予測値

図 6-7 iOS モバイルゲームのジャンル別シェア



出所: Worldwide App Annie Index for Apps

図 6-8 アンドロイド・モバイルゲームのジャンル別シェア



出所: Worldwide App Annie Index for Apps

表 6-3 人気モバイルゲームタイトル

作品名	ジャンル	制作国	メーカー	販売年	OS
エブリバディーズ・マーブル	カジュアル	韓国	ネットマーブルゲームズ	2013 年	アンドロイド / iOS
サブウェイ・サーファーズ	カジュアル	デンマーク	Kiloo & SYBO Games	2012 年	アンドロイド / iOS
クラッシュ・オブ・クラン	ストラテジー	フィンランド	スーパーセル	2013 年	アンドロイド / iOS
Pou	カジュアル	レバノン	Paul Salameh	2012 年	アンドロイド / iOS / ブラックベリー
キャンディークラッシュソーダ サガ	カジュアル	スウェーデン	キングデジタル・エンターテイメント	2012 年	アンドロイド / iOS / Windows

出所: Qeon Interactive (ゲーム制作会社)

2.日本ゲームのバイヤー候補

会社名	PT Lyto Datarindo Fortuna
住所	Jl Arteri Pos Pengumben No 8 RT 005/08 Kelurahan Sukabumi Selatan, Kec. Kebon Jeruk Jakarta 11560
URL	www.lyto.net
電話番号	+62 21 563 66 054
特徴	同社はインドネシアで最も成功したゲーム会社の1つであり、韓国ゲーム「ラグナロクオンライン」のインドネシア国内でのライセンスを取得し、成功を収めていることで広く知られている。韓国、中国のゲームを中心にライセンス契約を行っているが、日本のゲームへの関心も非常に高い。
担当者	Mr. Matthew SC Kang (グローバル事業取締役)
Eメール	Matthew.kang@lyto.net
ゲーム発行実績	Ragnarok Online (韓国)、Seal Online (韓国)、Jade Dynasty (中国)、Robo War (インドネシア)
イベント参加実績	<ul style="list-style-type: none"> • Casual Connect USA (サンフランシスコ) • Casual Connect ASIA (シンガポール) • Game Connection Europe (パリ) • G-Star (釜山)

会社名	PT Qeon Interactive
住所	MidPlaza 2, LG Floor, Jl Jenderal Sudirman Kav. 10-11 Jakarta 10220, Indonesia
URL	www.qeon.com
電話番号	+62 21 570 6222
特徴	同社は、インドネシアの主要な公式ゲーム販売元で、オンラインゲームやモバイルゲームを扱っている。同社は、現地の多角化企業であり、テクノロジー、レジャーや不動産部門において事業を展開しているミッドプラザグループの傘下企業。
担当者	Mr. Vidy Onadi (代表取締役)
Eメール	vidy.onadi@qeon.co.id
ゲーム発行実績	<ul style="list-style-type: none"> • Final Odyssey (中国)、Kingdom Underfire (韓国)、Asta (韓国)、Cryengine (ドイツ)

第7章 キャラクター市場

1. 主要なライセンシー

表 7-1 主な欧米のキャラクターのライセンサー、ライセンシー及びキャラクター

インドネシア企業 (ライセンシー)	ライセンサー(海外)	インドネシアで展開している キャラクター
PT.WD Karakter Indonesia (HP 無し)	ウォールト・ディズニー 会社	<ul style="list-style-type: none"> ● ミッキーマウス ● ミニーマウス ● くまのプーさん ● ピグレット ● シンデレラ ● 白雪姫 ● エルサ ● ライトニング・マックイーン ● スパイダーマン ● アイアンマン
Pacific Licensing Studio	ワーナー・ブラザーズ	<ul style="list-style-type: none"> ● バグス・バニー ● トウイーティ ● ダフィー・ダック ● マービン・ザ・マーシャン ● ペペ・ル・ピュー ● トムとジェリー ● バットマン ● スーパーマン ● ワンダーウーマン

出所：アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

表 7-2 日本キャラクターのライセンサー、ライセンシー及びキャラクター

ライセンシー(インドネシア)	ライセンサー(海外)	キャラクター
Animation International	小学館集英社 プロダクション	<ul style="list-style-type: none"> ● どらえもん ● ポケモン ● 名探偵コナン
	東映アニメーション	<ul style="list-style-type: none"> ● 聖闘士星矢 ● ドラゴンボール ● セーラームーン ● ワンピース
	テレビ朝日	<ul style="list-style-type: none"> ● クレヨンしんちゃん ● 忍者ハットリくん

出所：アニメニュースウェブサイト、メディアジャーナリストへのインタビュー

2.キャラクターIP の取引形態

インドネシアでは、共同ブランド方式、共同プロモーション形式、共同マーケティングの3タイプのライセンス契約の形態でキャラクターの取引が行われている。

2-1 共同マーケティング

ライセンサーとライセンシーの契約のもと、ライセンシーがキャラクターを利用したい企業（サブライセンシー）と契約をしてキャラクターを活用する。契約期間は、2年間が主で、写真7-1は、インドネシアのファッションブランドbateequeがハローキティのキャラクターを用いたインドネシアの民族衣装バティックの展開例。

写真 7-1



出所：ニュースサイト Berita Gaya Hidup Matawita

2-2 共同プロモーション方式

ライセンシーがライセンサーとの同一目的のプロモーションを共同で実施するために、自社の商品でキャラクターを展開する契約で、契約期間は1年間が主。写真7-2は、ドラえもんの形をした飲料ボトルの映画館での販売、写真7-3はファーストフード店でのポケモンのキャラクターを用いた販促フィギュアの例。

写真 7-2



出所： Cinema 21

写真 7-3



出所： KFC ホームページ

2-3.共同マーケティング

インドネシア企業が自身の商品のプロモーションのためにライセンサーと国内契約をする方法で、共同プロモーション方式との違いは、自身の商品のオリジナルパッケージを変更することなくキ

キャラクターを利用することが可能な契約を行う点だ。契約期間は、約3-6カ月間が一般的で、写真7-4は飲料のパッケージング用、写真7-5はエアコンの販促媒体の事例。

写真7-4



出所: OT (食品会社)

写真7-5



出所: シャープインドネシア

日本キャラクターを多数展開している Animation International へのインタビューでは、市場におけるキャラクターの価値を守るために、その存在を維持する努力をする必要があると、コメントしている。ドラえもんのようなキャラクターが市場に長く存在できるようにライセンスが実施する施策として、キャラクターを単なるキャラクターではなく、生きているブランドイメージとしてとらえるこ

と、キャラクターを常に高い基準で扱うこと、イベントを通して商品を宣伝する際に、使用する企業をサポートすることの3点が重要であるとも述べている。

次頁でドラえもんを例とした、同社のキャラクターの認知度向上施策を紹介する。

表 7-3 Animation International 社のドラえもんプロモーション施策

開催年	詳細
2012年	ドラえもんの生誕100周年を記念して「ドラえもん100のひみつの道具展」が日本で開始され、その後世界中を巡回。
2015年	「ドラえもん100のひみつの道具展」をジャカルタで開催。100日間の開催で30万人が来場。ドラえもん、のび太の日常生活、のび太の家、部屋、のび太としずかちゃんが結婚式をあげた教会等のジオラマを展開。
2015年12月- 2016年1月	「ドラえもん100のひみつの道具展」をスラバヤで開催(70日間)。ドラえもんのライブショーや、ジャカルタと同様にドラえもん、のび太の日常生活のジオラマを展示。
2016年6月-7月	インドネシア国内のイオンモールにて「ホリデイ・ファンティビティ」を開催。ドラえもんとのび太の日常生活のジオラマを展示。子供用のお絵かきや塗り絵大会、キャラクターグッズを販売。
2016年12月- 2017年1月	「ドラえもん・ワンダフルクリスマス」展を北ジャカルタにあるクラパ・ガーデン・モールで30日間開催。ライブショーと、ドラえもんの3D人形を展示、キャラクターグッズを販売。
2017年2月	ドラえもんの劇場映画の上映告知イベントを、西ジャカルタのボタニ・リップモール・プリで2週間開催。上映館のCineplex21では、ドラえもんのタンブラーを提供。
2017年6月-7月	中部ジャワ州ザ・パーク・ソロでのイベント。キッズプレイグラウンド、ステージイベント、キャラクターグッズ販売を実施。
2017年8月-9月	西ジャワ州カラワンでのイベント。ライブ、ステージイベント、を実施。
2017年10月	グランドインドネシアのイベントで、大人向けデザインのアパレル商品、グッズを販売。
2017年12月	スラバヤのパクウォンモールでクリスマスイベントを30日間開催。
2017年	子供世代への知名度維持のための「スクールツアー」を開催。