

タイのコンテンツ市場調査

2013年3月
日本貿易振興機構(ジェトロ)

本報告書に関する問い合わせ先:

日本貿易振興機構(ジェトロ)

調査企画課

〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32

TEL:03-3582-5544

FAX:03-3582-5309

Email:ORA@jetro.go.jp

【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。

© JETRO 2013

本報告書の無断転載を禁ずる。

目次

第1章 映画

1. 市場規模.....	2
2. 主要プレイヤーとそのシェア	3
3. 最近の市場動向	7
4. 市場の課題と展望.....	11
5. 売れ筋作品	13
6. 外資に対する規制・法的制約.....	15

第2章 テレビ

1. 市場規模.....	20
2. 主要プレイヤーとそのシェア	20
3. 最近の市場動向	22
4. 市場の課題と展望.....	30
5. 外資に対する規制・法的制約.....	31

第3章 音楽

1. 市場規模.....	36
2. 主要プレイヤーとそのシェア	37
3. 最近の市場動向	38
4. 市場の課題と展望.....	43
5. 外資に対する規制・法的制約.....	43

第4章 アニメ

1. 市場規模.....	47
2. 主要プレイヤーとそのシェア	48
3. 最近の市場動向	49
4. 市場の課題と展望.....	50
5. 売れ筋作品	50
6. 外資に対する規制・法的制約.....	51

第5章 漫画(コミック)

1. 市場規模.....	55
2. 主要プレイヤーとそのシェア.....	56
3. 最近の市場動向.....	57
4. 市場の課題と展望.....	58
5. 外資に対する規制・法的制約.....	59

第6章 ゲーム

1. 市場規模.....	61
2. 主要プレイヤーとそのシェア.....	62
3. 最近の市場動向.....	63
4. 市場の課題と展望.....	64
5. 売れ筋作品.....	65
6. 外資に対する規制・法的制約.....	66

第7章 書籍・雑誌

1. 市場規模.....	69
2. 主要プレイヤーとそのシェア.....	71
3. 最近の市場動向.....	73
4. 市場の課題と展望.....	77
5. 売れ筋作品.....	77
6. 外資に対する規制・法的制約.....	78

第1章 映画

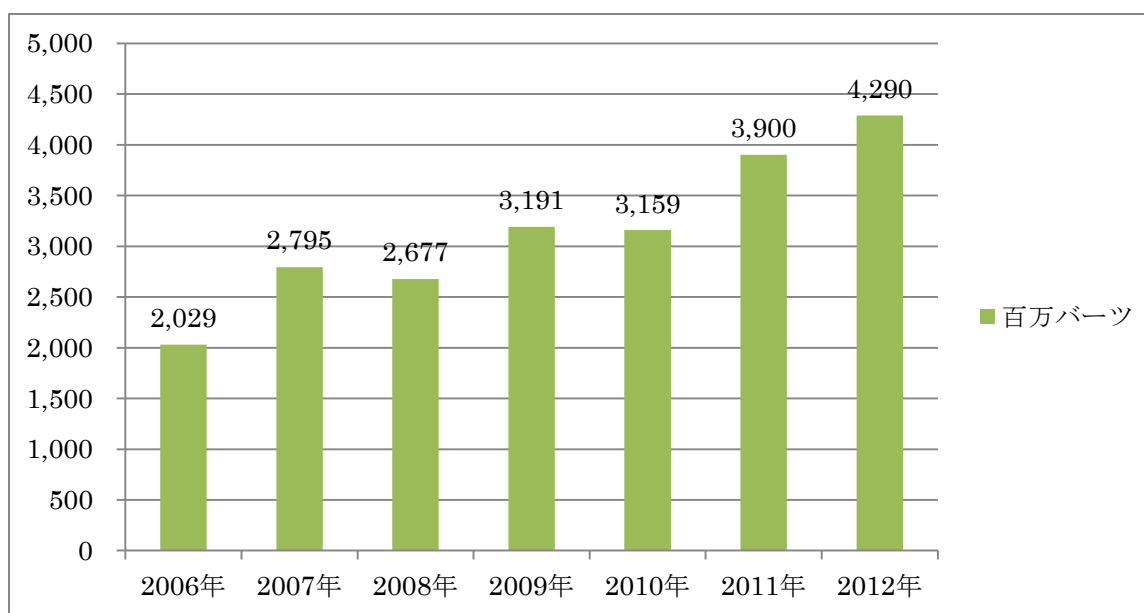
1. 市場規模

タイの映画市場は年々拡大しており、2012年における劇場映画の興行収入は42億9,000万バーツと、前年比10%の増加を示している(図1-1)。尚、2000年の興行収入(12億6,600万バーツ¹⁾)と比べると、この12年で約3.4倍と大幅な伸び率を記録していることが分かる。

一方、タイ映画協会連盟(The National Federation of Thai Film Association)によると、制作、DVD等の媒体、テレビ等へのライセンスを含んだ市場規模は、2006年で273億3,860万バーツ。同連盟では2007年以降の数値を公表していないが、報道²⁾によると2010年の市場規模は約300億バーツ以上と推計されている。また、2012年の市場規模は350億バーツ前後と見ている³⁾。尚、情報通信技術省(MICT)傘下のSoftware Industry Promotion Agency(SIPA)が2009年に発表した「デジタルコンテンツ産業白書」によると、2008年の映画産業の市場規模は約328億バーツである。

図1-1 タイの劇場映画興行収入と映画市場規模推移

単位:百万バーツ



(出所)興行収入(2006年から2010年まで)は映画情報誌「Entertainment Extra」が発表したタイで上映された各映画の興行収入を元にジェトロ・バンコクが作成。2011年はタイ経済紙「プラチャーチャート・トゥラキット⁴⁾」による報道。2012年は大手映画制作・配給会社 Sahamongkol Film International Co., Ltd.へのヒアリングによる。

¹ 「東南アジア3カ国におけるコンテンツ市場の実態」ジェトロ(2007年)

² Bangkok Biz News(2010年8月)

³ タイ映画協会連盟への電話ヒアリング調査による。

⁴ <http://www.prachachat.net>

劇場映画の興行収入に占めるタイ映画の割合を見ると、年々その割合が縮小している(表 1-1)。興行収入だけを見ると約 12 億バーツ前後で安定しているが、タイ国内全体の興行収入の拡大に比例しておらず、全体に占めるタイ映画の割合は年々縮小している。金額ベースで見ると、2007 年がこの 5 年間では最も高い興行収入を挙げている。2007 年と言えば、アユタヤ王朝の英雄、ナレースワン大王の活躍を描いた歴史超大作「ナレースワン大王⁵(第一部、第二部)」が上映された年である。本作品は第一部と第二部が、それぞれ劇場映画興行収入の 1 位と 2 位を獲得した。2006 年から 2010 年の 5 年間で、タイ映画が興行収入トップになったのはこの年だけである。また、タイの大手映画製作・配給会社サハモンコン・フィルム⁶では、2012 年のタイ映画比率は 25～26%程度⁷と見ている。このように、タイの映画市場は年々拡大を続けているものの、主に外国映画の躍進が目立っていると言える。

表 1-1 タイの劇場映画興行収入におけるタイ映画の割合

単位:百万バーツ

	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年
タイ映画	1,161	1,418	1,274	1,112	1,237
タイ映画の割合	57.2%	50.7%	47.6%	34.8%	39.1%
合計	2,029	2,795	2,677	3,191	3,159

(出所)映画情報誌「Entertainment Extra」が発表したタイで上映された各映画の興行収入を元にジェトロ・バンクが作成。

2. 主要プレーヤーとそのシェア

(1) 企業数

商務省事業開発局(Department of Business Development)によると、タイの映画産業における企業数は 2011 年 3 月現在、1,775 社であり、このうち外資企業は 391 社である。これらの企業のほとんどは、撮影、編集といった大手制作会社の下請け企業であり、メインプレーヤーは数社に絞られる。

(2) 制作部門

⁵ www.kingnaresuanmovie.com

⁶ Sahamongkol Film International Co., Ltd.

⁷ 同社副社長チョムサジー・テチャラタナプラサート氏へのインタビューによる。

タイの主な映画制作会社は5社(表1-2)。そのうち Sahamongkol Film が圧倒的な地位を占めており、2009年の売上額は約11億6,400万バーツで、国内劇場映画の興行収入(2009年)に占める割合は36.4%となっている。この理由は同社が外国映画の配給も兼ねているため、自社制作の作品数よりも外国映画の作品数の方が多い。同社が制作したタイ映画では、「ナレースワン大王」(2007年、2011年)が有名である。また、外国映画の配給では、「ハナミズキ」(2010年)、「ノルウェイの森」(2011年)、「ALWAYS 三丁目の夕日'64」(2012年)、「奇跡」(2012年)といった日本映画や、ハリウッド映画、中国映画の扱いが多い。GMM Thai Hub と Phranakorn Film はタイ映画に特化しており、コメディやホラーの制作が目立つ。Five Star はタイ映画制作をメインとして、外国映画の配給も行っているが、B級映画が中心である。Oriental Eyes は2006年設立の制作会社で、元王女のウボンラッタナラーチャカンヤー・シリワッタナーパンナワディー氏⁸を主演に起用した映画を3本制作している。なお、音楽レールベル大手のRSは、2011年を最後に映画製作から撤退している。

表1-2 タイの主要映画制作会社

1	企業名	Sahamongkol Film International Co., Ltd.	2009年 売上(百万バーツ)	1,164
	所在地	388, 9th Floor, S.P Building, Phaholyothin Road, Samsen-nai, Phayathai, Bangkok 10400		
	URL	www.sahamongkolfilm.com		
2	企業名	GMM Thai Hub Co., Ltd.	2011年 売上(百万バーツ)	340
	所在地	92/11 Soi Sukhumvit 31 (Sawasdee), Sukhumvit Road, Klongton, Wattana, Bangkok 10110		
	URL	www.gth.co.th		
3	企業名	Phranakorn Film Co., Ltd.	2011年 売上(百万バーツ)	233
	所在地	202 /13 Soi Prawit Lae Phuen 8, Prachachuen Road , Ladyao , Jatujak Bangkok 10900		
	URL	www.phranakornfilm.com		
4	企業名	Five Star Production Co., Ltd.	2011年 売上(百万バーツ)	78
	所在地	61/1 soi thaweemitr 2 rama 9 rd., Huaykwang, Bangkok 10320		
	URL	www.fivestarent.com		
5	企業名	Oriental Eyes Co.,Ltd.	2011年 売上(百万バーツ)	34
	所在地	1407 Soi Town in Town 3/4, Srivara Road, Wangthonglang, Bangkok 10310		
	URL	www.orientaleyes.co.th		

(出所) 商務省事業開発局 (Department of Business Development) 及び各企業へのヒアリング

⁸タイ王国君主ラーマ9世(プーミポン・アドゥンラヤデート)とシリキット王妃の娘で第1子。外国人と結婚したため、王族籍は消滅したが、離婚したため、王族籍は戻っていないものの王族的な扱いを受けている。

(3) 外国映画配給

タイにおける映画市場の多くを占める外国映画の配給会社は、ハリウッド系の配給会社の現地法人が主なプレーヤーとなっている(表 1-3)。興行収入上位を占める映画の多くはこれらの配給会社の作品である。

表1-3 外国映画配給会社

1	企業名	M Picture Co., Ltd	2011年売上(百万バーツ)	240
	所在地	234 Suzuki Avenue 13th Floor, Ratchadapisek Rd., Ladyao, Jatuchak, Bangkok 10900		
	URL	www.mpictures.co.th		
2	企業名	Sahamongkol Film International Co., Ltd.	2009年売上(百万バーツ)	1,164
	所在地	388, 9th Floor, S.P Building, Phaholyothin Road, Samsen-nai, Phayathai, Bangkok 10400		
	URL	www.sahamongkolfilm.com		
3	企業名	United International Pictures Co., Ltd	2011年売上(百万バーツ)	233
	所在地	990 Abdul Rahim Building, Rama 4, Silom, Bangrak, Bangkok 10500		
	URL	www.facebook.com/UIPThailand		
4	企業名	Warner Bros. (Thailand) Co., Ltd.		
	所在地	317 Kamonsukosol Building, Floor 17, Silom, Bangrak, Bangkok 10500		
	URL	www.facebook.com/warner.thailand		
5	企業名	J-Bics Film Co., Ltd.	2011年売上(百万バーツ)	1.77
	所在地	103 Floor 2-3, Chaokumrop, Pomprab, Pomprab Satru Pai, Bangkok 10100		
	URL	www.j-bics.com		
6	企業名	Walt Disney Studios Motion Picture (Thailand)		
	所在地	976, Kaysorn Plaza 999, Floor 6, Pleonchit, Patumwan, Bangkok 10330		
	URL	www.disney.co.th		
7	企業名	Sony Pictures (Thailand)		
	所在地	6th Floor Gayson Plaza 999 Ploenchit Road Pathumwan, 10330		
	URL	http://sonypicturesthailand.com		

(出所)ジェトロ・バンコクが作成

(4) 興行部門

タイの映画興行部門はメジャー・シネプレックスと SF シネマ・シティの 2 社がほぼ独占状態にある(表 1-4)。APEX はサイアム・スクエア周辺に Siam、LIDO、SCALA といった単館映画館を運営。メジャー・ハリウッドはバンコク市内に 3 カ所。センチュリーは BTS(高架鉄道)アヌサワリ駅近辺に 1 カ所である。

メジャー・シネプレックスは 2004 年に当時業界 2 位であった EGV エンターテイメント社を買収し、タイを代表する映画館グループであり、映画配給会社 M Picture の筆頭株主(60%保有)でもある。主力のメジャー・シネプレックスをはじめ、EGV、パラダイス・シネプレックス、IMAX といった全 6 ブランドの映画館を運営しており、400 スクリーンを超える規模を誇っている。SF シネマ・シティはファーストクラスシートやカップルソファ等、豪華なシートが話題になり、29 カ所、合計 4 万シートの規模となっている。どちらの映画館もカラオケ、ボーリング、ゲームなどのアミューズメントを併設している。また、映画館の座席はインターネットから事前に予約が可能である。

表 1-4 タイの主な映画興行会社の売上

(単位:百万バーツ)

会社名	施設数	スクリーン数	座席数	売上(百万バーツ)
メジャー・シネプレックス	56	409(77)	25,745	3,494.89
SF シネマ・シティ	29	214(53)	45,017	2,112.62
メジャー・ハリウッド	3	33(0)	7,096	164.53
APEX	3	3(0)	2,800	6.36
センチュリー	1	8(0)	2,000	248.51

(出所) 商務省事業開発局(Department of Business Development) 及び各企業へのヒアリング、ウェブサイト情報(SF Cinema City, www.sfcinemacity.com / Major Cineplex, www.majorcineplex.com / Major Hollywood,

www.majorhollywood.co.th / Century Plaza, www.centurythemovieplaza.com / APEX, www.apexsiam-square.com)

(注1) 売上はボーリングやカラオケ等の映画館以外の部門も含まれる。

(注2) 売上は 2011 年の数値。

(注3) スクリーン数の括弧内数値は 3D 対応スクリーン数

3. 最近の市場動向

(1) デジタル化でコスト削減

メジャー・シネプレックスによると、2009年のアバターヒット以降、3D映画の需要が上がっており、今後も伸びていく方向にあるとのことである。3D映画は通常の映画の2倍のチケット料金にもかかわらず、客足は他の映画と変わらない。タイの映画館で3D対応は、メジャー・シネプレックスとSFシネマ・シティの大手2社のみである。2013年1月現在の3Dスクリーン数は、メジャー・シネプレックスが77スクリーン、SFシネマ・シティが53スクリーンの合計130スクリーンである。また、従来のフィルム式の(ノンデジタル)映画に比べ、ディストリビューションチャンネルへの配布コピーコストが大幅に下がる。デジタル映画のコピーコストは、ノンデジタルに比べ1コピー当たり5万バーツの削減が可能。メジャー・シネプレックスの運営する映画館は370スクリーンあり、仮に全館をデジタル化した場合の削減コストは、1作品当たり約1,850万バーツにもなる。このため、メジャー・シネプレックスでは、デジタル方式のスクリーン数を2016年までに150カ所まで増やす予定である。

(2) ターゲットは若者

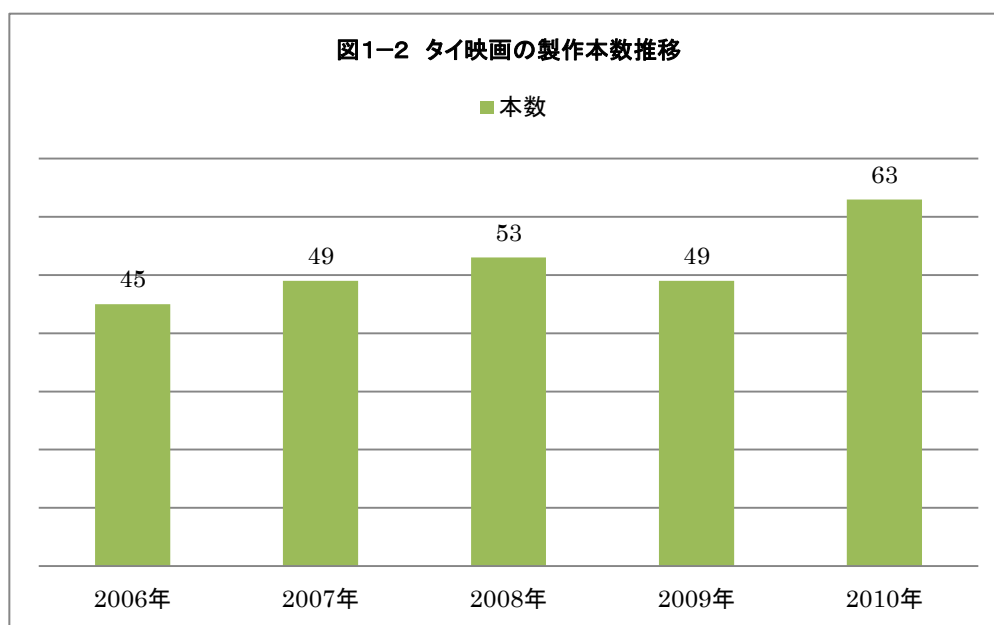
複数の制作会社、配給会社によると、タイの映画産業を支えているのは主にタイ語で「ワイルン」と呼ばれる10代後半から20代前半の若者層である。ファイブスターによると、2010年に巨額の制作費をかけたアクション映画「インシーデー(The Red Eagle)⁹」が全く振るわなかったそうである。同作品はアクション映画の中に政治・社会問題を織り込んだ内容で、制作段階から期待されていた。同社が行った映画館でのアンケート調査によると、本作品を見ない理由として、「大人が見る映画だから」、「自分たちの世代のストーリーではない」という回答が多かったそうである。ボリュームゾーンである「ワイルン層」を取り込むには、主役やストーリーが同世代の設定であることが求められている。サハモンコン・フィルム、プラナコン・フィルム、GMMといった大手制作会社全てで同意見であった。なお、彼らの言う「ワイルン向け映画」の定義であるが、特にジャンルやスタイルが決まっているわけではないものの、学園を舞台にしたコメディタッチの恋愛映画やホラー映画が多く好まれている。また、上述の通り、社会問題をテーマに扱ったものやストーリーが複雑な映画は好まれない傾向にある。「ワイ

⁹ 汚職と犯罪で荒廃した2016年のバンコクを舞台に繰り広げられるタイ版ヒーローアクション。闇組織がかかわる原子力発電所建設を機に、市民の怒りは頂点に達していた。そんな中、人知れず悪の討伐に乗り出した覆面の男がいた。その名はインシーデー。やがて闇組織もインシーデー暗殺を企て……。 (予告編より)

ルン向け」で「分かり易い」ストーリーが好まれている。

(3) タイ映画の動向

それまでタイ映画の興行収入は惨憺たるものがあつたが、2001年に公開された「スリヨータイ(The Legend of Suriyothai)¹⁰」を境に一気にタイ映画のブームが起こつた。その後、タイ映画の制作本数は2006年から2009年までは50本前後で推移しており、2010年は63本と大幅に増加している。これはSoftware Industry Promotion Agency(SIPA)によるコンテンツ産業の振興政策によるところが多く、特にデジタル技術を使用した作品(アニメーション、3D等)が多く含まれている。既に述べた通り、興行収入は12億バーツ前後で推移しているものの、全体に占めるタイ映画の割合は、年々低下を続けており、制作本数が63を記録した2010年のタイ映画興行収入割合は39.1%である(表1-1)。制作会社のヒアリングからは、大規模な投資をして制作したにもかかわらず、予測を下回る収入であったことが窺えた。



(出所)文化省(Ministry of Culture)

以下、2010年のタイ映画の興行収入をしてみる。サハモンコン・フィルムでは「シン・レック・レック・ティー・リアック・ワー・ラック(First Love)¹¹」が8,000万バーツの興行収入で2010年のタイ映画の中ではトップであった。2005年に日本でも話題になったムエタイ・アクション映画

¹⁰ タイ国史上、最も有名な女傑スリヨータイの半生を描いた歴史超大作。

¹¹ 一途な恋によってみるみる磨かれていく少女の奮闘を描いた学園ラブストーリー。

「マッハ！(Ong-Bak)」の3作目は、4,700万バーツと振るわなかった。サハモンコン・フィルムによれば、「今タイ国内ではアクション映画の収益は期待できない」とのことである。RSでは「サームヤーン(3 Yan)¹²」という作品に期待していたが、興行収入は2,500万バーツという結果に終わっている。理由はとして、政情不安や洪水の影響を挙げている。プラナコン・フィルムも2010年は、「なんとか生き延びることができた」という結果であった。

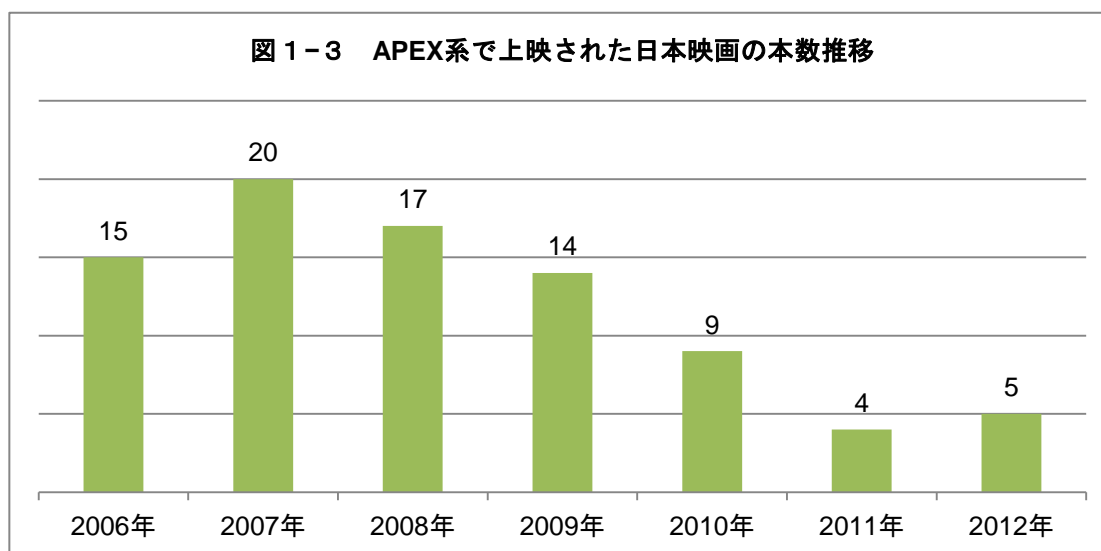
一方、タイ映画の新たな取り組みが話題を呼んでいる。2010年に公開されたコメディ映画「ハロー・ストレンジャー¹³」(GMM Thai Hub)は、全編韓国ロケを敢行。封切りから2週連続でボックスオフィス1位を獲得。2010年の興行収入(約1億2,500万バーツ)で6位(タイ映画では1位)を記録した。ソウル、南大門や明洞、南山などソウルの代表的な観光名所を舞台にしており、音楽やドラマなど韓国の大衆文化も詳細に紹介する内容となっている。公開後、韓国ツアーの売れ行きが伸びるなど、派生効果も高い作品となった。また、同年公開された「ブンミおじさんの森」は、第63回カンヌ国際映画祭でグランプリ(パルム・ドール)に輝いた。

(4) 日本映画の輸入動向

日本映画は「ドラえもん」のような人気アニメを除き、ロードショー系での配給は非常に少ない。LIDO やスカラといったサイアム地域のAPEX系単館で上映されることが多い。APEXが扱った日本映画の推移は図1-3の通りである。2007年の20本をピークに減少傾向にある。サハモンコン・フィルムによると、日本映画の輸入減少の理由として、コスト高をあげている。アメリカのハリウッド映画のコストは複数の映画館で上映するため、1館あたりのコストが約1,400～1,500米ドルである。一方、日本映画の場合は単館上映が中心であるため、同2,600～3,000米ドルと、ハリウッド映画の2倍近いコストがかかっている。元々、日本映画はニッチな市場であり、さらにコストが高いとあっては輸入数が減少するのうなずける。作品の傾向としては、日本で話題になった作品や漫画を原作にした映画が人気のようである。また、タイはホラー映画の人气が高く、日本の「リング」や「呪怨」はタイでも大ヒットとなった。その後、同様のストーリー展開、映像手法はタイのホラー映画にも影響を与え、2004年のタイ映画「Shutter」は話題を呼んだ。

¹² ベテラン監督と人気コメディアンが手掛けた3話オムニバス・コメディ。

¹³ 原題:クアン・ムン・ホー



(出所)APEX

表1-5 タイで公開された日本映画(2009年)

作品名	映画館	配給会社
蛇にピアス	House	Mongkol Cinema
20世紀少年 2	-	M Pictures
Naruto the Movie 3	-	Rose Media
K-20 怪人二十面相・伝	APEX 系列	M Pictures
ラスト・ブラッド	-	M Pictures
感染列島	APEX 系列	J-Bics Film
おくりびと	House	Mongkol Major
余命1ヶ月の花嫁	APEX 系列	J-Bics Film
崖の上のポニョ	-	M Pictures
クローズ ZERO II	APEX 系列	J-Bics Film
ルーキーズ Graduation	APEX 系列	J-Bics Film
カフーを待ちわびて	-	Mongkol Cinema
ドラえもん のび太と緑の巨人伝	SF シネマ	Rose Media
Goemon	LIDO	M Pictures
カメレオン	-	Rose Media
僕の初恋をキミに捧ぐ	LIDO	Mongkol Cinema

(出所)国際交流基金/バンコク及び APEX へのヒアリングを元にジェトロ・バンコクが作成。

表1-6 タイで公開された日本映画(2010年)

作品名	映画館	配給会社
20世紀少年 3	-	M Pictures
Air Doll	LIDO	Mongkol Major
おっぴいバレー	LIDO	Mongkol Major
戦慄迷宮 3D	-	Mongkol Cinema
怪談 2007	House	Mongkol Cinema
ワンピース	APEX 系列	-
ドラえもん のび太の人魚大海戦	-	Rose Media
インシテミル 7日間のデス・ゲーム	-	Warner Bros
ハナミズキ	LIDO	Mongkol Cinema

(出所)国際交流基金バンコク及び APEX へのヒアリングを元にジェトロ・バンコクが作成。

(5) 海外への進出

タイ映画の海外進出は古いが、特に目立ったヒットは生まれていないのが現状である。2012年には、タイのテレビ人気コメディ番組「サラネー」の15周年企画として、日本の吉本興業の協力で「サラネー おせっかい」を制作・公開。興行収入約5,000万バーツを記録し、同年の興行収入10位にランクインした。一方、興行側では海外進出の動向が顕著である。メジャー・シネプレックスではインド映画産業の先行きへの期待感から、インドの大手映画会社PVRの株式保有を、現在の10%から20%へと引き上げる方針である。また、東南アジアへの進出も視野に入れており、2014年までに、東南アジア2ヶ国へメジャー・シネプレックスのブランドで、複合映画館を建設する予定である。

4. 市場の課題と展望

(1) タイ映画産業の課題

タイの映画産業における課題は「脚本の質」に集約される。撮影、編集といった技術的な分野では、東南アジアの中でも出色の力を持っているが、映画の最も重要な要素である良い

脚本を探すことが難しい。RS では、「脚本のオファーは多いが、なかなか気に入るものに出会えない」ということで、気に入るストーリーが見つからなければ制作はしないというスタンスを取っている。2001 年の「スリヨータイ」や 2007 年の「ナレースワン大王」に代表されるタイの歴史超大作は、興行収入は高かったものの投資額も他のタイ映画を圧倒しており、どの程度利益が出ているかは疑問¹⁴である。また、このような歴史物にはそろそろ飽きられていることも事実であり、ホラー以外でタイ国産の「売れるストーリー」の発掘が望まれている。その中で、外国映画のリメイク版という手法も見直されている。2007 年に公開された「手紙～僕を忘れないで」(サハモンコン・フィルム)は、1997 年の韓国映画のリメイク版。日本でも公開され話題を呼んだ。サハモンコン・フィルムでは、「海外の作品でタイに受け入れられそうなストーリーがあれば、今後も積極的にアプローチして欲しい」としている。

(2) 今後の展望

タイの映画産業における今後の展望は、制作拠点としてのタイ、タイ映画の振興、映画市場の 3 つの視点に分ける必要がある。

制作拠点としてのタイという側面では、今後更に発展が期待されている。Software Industry Promotion Agency (SIPA) では、2012 年までに映画産業の市場規模を 500 億バーツに拡大する方針を定めており、3D アニメや 3D 映画といったデジタル分野での人材育成や技術開発に注力している。また、タイ国内における撮影(ロケ)や編集に関しては、BOI(タイ投資委員会)により税制の恩典が受けられる。更に映画制作サービス協会(Film Production Service Association)では、タイ国内の撮影許可の申請手続き等を、ワンストップサービスで提供している。このように、制作拠点としてのタイの地位は高まりつつあり、タイ政府の標榜する「タリウッド(タイをアジアのハリウッドにする)」政策も実現可能になりつつあると言える。タイを舞台に制作された日本映画としては、「地球で最後のふたり¹⁵」(2003 年)、「星になった少年」(2005 年)、「闇の子供たち」(2008 年)、「七夜待」(2008 年)などがある。

一方、タイ映画の振興という側面では、既に述べた通りタイ映画のプレゼンスが年々低下の一途をたどっており、根本的な解決策は見いだされていない。制作分野に比べ、何よりも脚本のクオリティが求められる中で、ハリウッドの大作に太刀打ちできるコンテンツを如何に生み出すかが焦点となっている。

国内の映画市場という視点では今後も順調な発展が見込まれている。映画興行大手のメジャー・シネプレックスは年間 30～40 スクリーンの増館を目指しており、当面 500 スクリーン

¹⁴ 映画専門誌「Entertain Extra」へのヒアリングによる。

¹⁵ タイ・日本・オランダ・フランス・シンガポールの共同制作。

(現在は 370 スクリーン)までは拡大を続ける予定である。今後もタイの映画市場は拡大を続けると思われる。

5. 売れ筋作品

タイ国内の映画興行収入上位は表 1-7 の通りである。ほぼハイリッド映画が占めており、タイ映画がトップに立ったのは2007年の超大作「ナレースワン大王」のみである。また、日本映画は単館上映が主流であり、興行収入トップ5には入ったことはない。

表1-7 タイの映画興行収入トップ5

2012 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	アベンジャーズ	238
2	トワイライト・サーガ ブレイキング・ドーン パート 2	187
3	ATM (タイ映画)	151
4	バトルシップ	144
5	アメイジング・スパイダーマン	137

2011 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	トランスフォーマー3	291
2	ハリー・ポッターと死の秘宝 パート 2	202
3	ナレースワン大王 第3部(タイ映画)	201
4	ワイルド・スピード MEGA MAX	144
5	ナレースワン大王 第4部(タイ映画)	132

2010 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	アイアンマン 2	150
2	ハリー・ポッターと死の秘宝	147

3	Hello Stranger (タイ映画)	130
4	バイオハザード IV アフターライフ	103
5	エクリプス トワイライト・サーガ	102

2009 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	2012	214
2	トランスフォーマー Revenge of the Fallen	201
3	Bangkok Traffic Love Story (タイ映画)	145
4	ハリー・ポッターと謎のプリンス	140
1	アバター	131

2008 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	ハムナプトラ3 呪われた皇帝の秘宝	123
2	Ong Bak 2(タイ映画)	100
3	007 慰めの報酬 (Quantum of Solace)	93
4	ダークナイト	88
5	Hormones (タイ映画)	83

2007 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	ナレスワン大王 第1部(タイ映画)	236
2	ナレスワン大王 第2部(タイ映画)	234
3	スパイダーマン3	200
4	ハリー・ポッターと不死鳥の騎士団	181
5	パイレーツ・オブ・カリビアン/ワールド・エンド	150

2006 年		
順位	作品名	興行収入(百万バーツ)
1	パイレーツ・オブ・カリビアン/デッドマンズ・チェスト	137

2	ミッションインポッシブル3	120
3	X-Men: The Last Stand	107
4	スーパーマン リターンズ	104
5	Kan Kluay(タイ映画)	103

(出所)映画情報誌「Entertainment Extra」が発表した各映画の興行収入を元にジェトロ・バンコクが作成。

6. 外資に対する規制・法的制約

映画産業に関する法的な規制や制約は、制作か販売かによって異なる。

(1) 制作に関する規制

2004年、タイ政府は映画産業を促進する目的で「映画工業区(Movie Town)」を設置し、特定の区域に限り、映画制作に投資する外国人に対し優遇することを認めた。従って本事業に関しては、BOI(タイ投資委員会)が定める恩典事業に認可されると、外国人事業法による外資規制の枠から外れ、外資100%での操業が可能となる。実際にBOIの枠組みでインターネット取引を考える際には当該事業内容についてBOIと相談することが推奨される。

① BOI 奨励業種

7.8.8. 映画工業区(Movie Town)

② 条件

- 映画工業区内に以下の施設を有すること
- 標準的な室内・屋外映画撮影スタジオおよびテレビ番組の収録・撮影設備。
- フィルムの現像、撮影、特殊技術映像、コンピューターによるアニメーション制作、映画用音声収録、などの撮影後のサービス。

③ 権利恩典

- ゾーンを問わず機会の輸入関税を免除する。
- ゾーンを問わず法人所得税を8年間免除する。
- その他の権利恩典は仏暦2543年(2000年)8月1日付け投資委員会布告1/2543

号に基づく権利恩典を付与する。

※詳しくは BOI のウェブサイト参照のこと。

http://www.boi.go.th/english/services/guide_jp.pdf

(2) 販売に関する規制

1999 年外国人事業法 (Foreign Business Act B.E.2542) に基づき、規制業種を 3 種類 43 業種に分け、それらの業種への外国企業 (外国資本 50% 以上) を規制している。映画コンテンツの配給サービスは第 3 表 (21) に定められている。

参照: 外国人事業法 (日本語訳)

<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=722&L=1>

また、1956 年 (2008 年改正) 商業登録法 (Commercial Registration Act B.E. 2499) では商業登録の義務がある 13 事業のひとつとして、「映画・映像の販売、取引、レンタル業」があげられている。当該事業を営むにあたっては、管轄当局へ申請し営業許可を受ける必要がある。

映画・映像の販売、取引、レンタル業許可申請

申請先: タイ国文化委員会事務所 (バンコク)

必要書類: 申請書、申請者の身分証明、法人登記証明、証明写真、店内レイアウト図

審査期間: 約 60 日

(3) コンテンツ内容に関する規制

① 2008 年映画・映像法 (Film and Video Act B.E.2551)

タイ国内で映画・映像の制作、上映に関する法律。本法令ではタイ国内で上映、頒布される映画・映像の内容に関して定められている。以下、コンテンツ内容に関わる重要な箇所を抜粋¹⁶する。

¹⁶ 本報告書で採り上げる法律の日本語訳は非公式の翻訳である。実際に法的根拠として使用する場合には、タイ語原文を使用願います。

第 18 条(国家映画映像委員会(The National Broadcasting Commission)の権限)

- (1)タイ国内における外国映画制作(撮影)の許可
- (2)タイ国内における外国映画の上映、頒布、レンタル、取引に関わる内容審査(検閲)、映画の内容規制
- (3)タイ国内における外国映像の上映、頒布、レンタル、取引許可
- (4)タイ国内における広告・広報の許可
- (5)映画・映像のタイ国外輸出許可
- (6)その他

第 26 条(映画・映像の審議内容)

- (1)教養を高める、または視聴を支援すべき内容
- (2)一般の視聴者を対象とする内容
- (3)13 歳以上を対象とする内容
- (4)15 歳以上を対象とする内容
- (5)18 歳以上を対象とする内容
- (6)20 歳未満には禁止とする内容
- (7)タイ国内で上映を禁止する内容¹⁷

② 2009 年映画内容規制に関する省令 (Ministerial Regulation- License, Issued under the 2008 Films and Videos Act Classifies)

レーティング(審査基準)の対象年齢と対象年齢に関して定められている。

(4) その他の関連法及び申請

① 2005 年光ディスク製造法 (Optical Disc Production Act.B.E.2548)

光ディスク(映像、音楽の記録物)の製造(プレス)工程や、プレス発注時に提出が必要な書類などについて定められている。

② 1994 年著作権法 (Copyright Act B.E.2537)

著作権(コンピューター・プログラム、視聴覚材、映画、録音物などの権利)の保護期間、譲渡、使用、また著作権ならびに実演者の権利に係わる訴訟、罰則などについて

¹⁷ 国家映画映像委員会によると、王政や政治への言動、国家、倫理、性描写などが規制されている。

定められている。尚、著作権は原則として著作後 50 年間保護される。

参照: 著作権法(日本語訳)

http://www.jetrobkk-ip.com/pdf/en/ip-resources/ASEAN-IP-Offices/TH_Copyright_Act_ja.pdf

③ 映画内容の検閲申請

申請先: タイ国文化委員会事務所(バンコク)

必要書類: 申請書、フィルムまたは DVD など記録物、審査料(フィルムは 1 分 30 バーツ、上限 1 万バーツ / 光ディスク媒体は 1 分 5 バーツ、上限 8 千バーツ)

審査期間: 約 2 週間

④ 映画脚本の検閲申請(撮影前に脚本段階で検閲を申請する場合)

申請先: タイ国文化委員会事務所(バンコク)

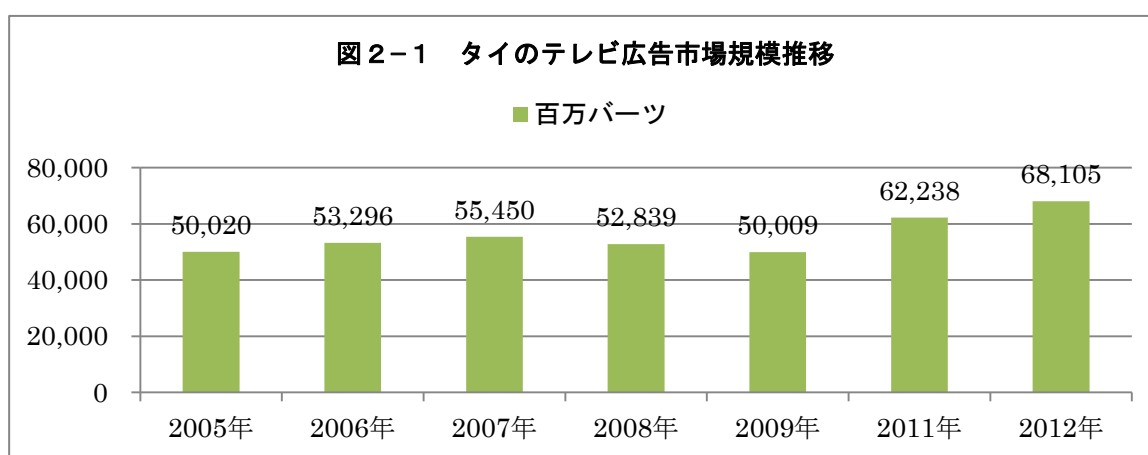
申請書: 脚本(タイ語全訳を添付)、映画ストーリー概要、翻訳者証明、審査料(脚本 20 頁未満 1 話につき 1,000 バーツ、脚本 21~50 頁、1 話につき 2,000 バーツ、脚本 51 頁以上、1 話につき 3,000 バーツ)

第2章 テレビ

1. 市場規模

タイの地上波無料テレビは全 6 局(チャンネル 3、5、7、9、NBT、TPBS)で、この他に有料テレビの衛星放送やケーブルテレビがある。情報通信技術省(MICT)によると、国内の地上波無料テレビの電波カバー範囲は 98%で、世帯普及率は 99%に達している。

テレビ広告市場規模は 2007 年の 554 億 5,000 万バーツをピークに一旦減少傾向に転じ、2009 年は 500 億 900 万バーツまで落ち込んだものの、2011 年以降は回復傾向にあり、2012 年は 681 億 500 万バーツとなっている。



(注)2010 年はデータ無し。

(出所)Nielsen Media Research (Thailand) Co., Ltd.(2005 年、2006 年、2011 年、2012 年)、及び THE NATIONAL BROADCASTING AND TELECOMMUNICATIONS COMMISSION(2007~2009 年)

2. 主要プレーヤーとそのシェア

(1) 地上波無料テレビ

地上波無料テレビ各局の売上は表 2-1 の通りである。上位 3 局が抜きん出ているが、残りの 3 局はいずれも政府系であり広告収入の差が顕著に出ていると思われる。特にチャンネル 3 と 7 は、連続ドラマを主力コンテンツと位置づけており、若者世代を中心に圧倒的な支持を集めている。TPBS は元々タクシン元首相率いるシン・コーポレーションが運営する独立系民放局 iTV であった。2007 年のクーデターをきっかけに、2008 年に政府保有の国営テレ

ビ局となった。チャンネル 5 はタイ国陸軍が運営する。

表2-1 タイの地上波無料テレビ局の売上（2009年）とプライムタイムの年間平均視聴率

CH	オペレーター	売上(2009年) 単位:百万バーツ	年間平均視聴率 (2006年) %
7	Bangkok Broadcasting & T.V. Co., Ltd	5,313	10.62
9	MCOT Public Co., Ltd	4,705	2.42
3	Bangkok Entertainment Co., Ltd	4,639	5.85
TPBS	Thai Public Broadcasting Service	2,000	3.16
5	Royal Thai Army Radio and Television	1,163	2.42
NBT	National Broadcasting Services of Thailand	200	0.52

(出所) 売上: 商務省事業開発局(Department of Business Development)及び各企業へのヒアリング

視聴率: Nielsen Media Research (Thailand) Co., Ltd.

(注) TPBS の視聴率は旧 iTV における値。

(2) ペイ TV

情報通信技術省(MICT)によると、タイのペイTVサービス提供事業者は約300社。国内で合計300万世帯(全世帯数の約20%)が加入している。2011年まではTRUE VISIONSが市場をほぼ独占していたが、2012年に大手音楽レーベルのGMM グラミーがGMM Zを開始。サッカーのユーロ2012の独占放映権を獲得し、開始から1年は無料で放送したために一気にシェアを拡大した。

TRUE VISIONSは通信大手TRUE CORPORATIONの子会社(TRUE VISIONS PUBLIC CO., LTD.)が運営するタイ最大の衛星・ケーブル放送局である。スタームービー、HBO、スタースポーツ、ESPN、CNN、BBC、ディスカバリー・チャンネルなど、有名チャンネルを抱える。日本のNHKも同局で放映されている。2007年、旧UBCから社名変更し、当時約60万世帯であった契約件数を、2012年には約250万世帯へと契約者数を伸ばしているが(表2-2)、後発のGMM Zに急速に追い上げられている。2011年の売上は約55億200万バーツで、地上波無料テレビ首位のチャンネル7よりも高いが、2010年に比べ約6億バーツ減少している。これは翌年に控えたGMM Zの参入を前に、ユーザーの囲い込みをはかるために、大幅な値下げを行ったことが原因である。同局はグループ企業にISP大手のTRUE ONLINEや、携帯電話キャリアTRUE MOVE Hを擁しており、総合的なマルチメディア戦略

が契約件数の増加に拍車をかけている。グループ内のサービスはTRUE MONEYという共通の電子マネーを利用することができる。

PSI は学生向けアパートや中級以下のホテルなどを中心に、主に地方都市でシェアを拡大している。また、パタヤやプーケットといったリゾート地には、その地域のケーブルテレビ局があり、地元のタイ人世帯だけでなく、観光や長期滞在で訪れる外国人をターゲットにしている局もある。CTHは中小ケーブルテレビ会社の統合会社として発足し、2012年、タクシン元首相の元弁護士で投資家のウィチャイ・トーンテーン氏、タイラットのオーナーのワチャラポン家などが買収した。現在の契約者数は約300万世帯。タイで圧倒的な人気を誇るプレミアリーグの放映権を取得し、2013年中に350万世帯、2016年に700万世帯を目指している。

表2-2 タイの主なペイTVのチャンネル数、契約数、売上

サービス名	チャンネル数 (2013年2月)	契約者数 (2012年末)	売上(2011年) 単位:百万バーツ
TRUE VISIONS	136	約250万世帯	5,502
GMM Z	220	約300万世帯	199
PSI	150	約40万世帯	47
CHT	80	-	-

(出所)チャンネル数及び契約者数は各企業へのヒアリング、売上は商務省事業開発局(Department of Business Development)

表2-3 TRUE VISIONSの契約件数推移

年	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
件数	483,816	558,860	618,228	799,837	N/A	N/A	1,300,000	2,500,000

(出所) TRUE VISIONSのウェブサイト(2004~2008年)、及び電話によるヒアリング(2011年、2012年)

(注)2007年まではUBC(旧社名)における件数

3. 最近の市場動向

(1) 韓国ドラマ

タイの地上波無料テレビにおけるドラマコンテンツに特化すると、この5年ほどの傾向は「韓

国ドラマの躍進」に尽きる。また、中国のドラマは昔から歴史物を中心に人気が高く、現在もその傾向は変わっていない。iTV(現 TPBS)では日本のドラマを専門に扱う枠を持っていたように、海外ドラマは長く日本のプレゼンスが高かった分野である。アジア各国で起きた韓流ブームはタイも例外ではなく、ドラマだけに留まらず、音楽、ファッション、コスメティック等の分野へも波及している。

タイの韓国ブームも日本と同様に、「冬のソナタ」(2003年、iTV)、「宮廷女官チャングムの誓い」(2005年、チャンネル3)に始まり、その質の高さと分かり易いストーリー展開が人気に拍車をかけ、「韓国ドラマなら出せば必ず結果が出る」というのがテレビ局側の見方である。現在チャンネル3やチャンネル7では、積極的に韓国ドラマを放映している。視聴者の支持がある限り、韓国ドラマの需要は急激に下がることは無いと見ている。

一方、バイヤーからは「韓国ドラマは似たようなストーリーが多く、そろそろ視聴者が飽きて来てもおかしくない」といった意見や、「韓国ドラマのライセンス料が高騰し、日本のドラマに比べて安いという前提が崩れて来ている」といった意見もある。

(2) 日本ドラマ

タイの地上波チャンネルで積極的に日本のドラマを放送しているのは TPBS である。2008年は6作品、2009年は9作品を放映したが、2010年以降年間4作品以下に落ち込んでおり、2012年は過去に放映したドラマの再放送のみであった(表2-6)。チャンネル3は2010年の「おしん」を最後に、日本のドラマの放映から手を引いている。バイヤーの中でも40代以上の場合、日本のコンテンツに対する評価は未だに高く、「日本のドラマは深いストーリーで大人向けの作品が多い」という声も聞かれる。しかし、日系広告代理店の見方では、タイの地上波無料テレビでドラマを見ているのは、「10代から20代の低所得階層から中間層が中心」であるため、日本のコンテンツを持ち込むにしても分かり易いストーリーが受け入れられ易いとのことである。

(3) 音楽番組

タイの地上波音楽番組は、そのほとんどがタイのアーティストを紹介するライブ番組である。日本や韓国の楽曲を紹介する番組は、チャンネル7で毎週土曜の深夜に放送されている「Sat Zero」のみである(表2-3)。他方、有料放送では韓国のアーティストを中心に海外の楽曲を紹介する番組が豊富である。日本の楽曲も紹介されて入るが、7~8割は韓国のアーテ

リストである。

表2-4 TRUE VISIONS の契約件数推移

番組名	チャンネル	放送局分類	時間帯
Sat Zone	7	地上波	土曜/24:30~/30分
Asian Hero	Channel V Thailand	True Visions	月～金/20:00~/60分
Music Day	Channel V Thailand	True Visions	土・日/21:00~/60分
Asian Lover	True Music	True Visions	毎日/夕方/30分
Fanta Asian Music Battle	True Music	True Visions	月/21:00~/60分
JKN Music Chart	JKN	GMM Channel	土曜以外/朝夕/60分
Music Mania	JKN	GMM Channel	月～金/午前中/30分

(出所)各放送局へのヒアリング

(4) オンデマンド TV

TRUE 社が 2006 年に開始したビデオオンデマンド・サービスは、TRUE Visions On Demand というブランド名に変更し軌道に乗り始めているところである。懸案であったネット回線スピードも改善傾向にあり、現在 TRUE 社では最大 200Mbps(下り)の回線まで提供している。課金方式は「Pay per View」と呼ばれる従量制を採用しており、現在は独自の電子マネーである「TRUE MONEY」というプリペイドカードのみが決済手段である。そのため正確な契約数(ユーザー数)は把握されていないが、TRUE 社では 30 万人前後が利用していると見ている。

人気が高いのはサッカー(英国プレミアリーグ)やドラマなどである。地上波無料テレビの一部の連続ドラマもこのサービス内で視聴可能である。日本ドラマの「おしん」もオンデマンドで視聴可能。今後、コンテンツの充実が待たれる。

(5) 厳しくなったコンテンツ内容の規制(レーティング)

タバコや銃などにモザイクをかけるなど、タイの地上波無料テレビでは元々厳格なセンサーシップを持っていたが、近年ますますその傾向が強くなっている。2006 年に The National Broadcasting Commission が作成したガイドラインに基づき、番組内の暴力表現や性描写から子供を守ろうとする動きが進んでいる。具体的には「テレビ内容規制基準マニュアル(Rating Manual)」と呼ばれ、対象年齢を 4 カテゴリー、6 種類に分類している。審査の対象に

なる表現は、性描写、言動、過激・残虐な行為という3つの柱からなっている。規制基準と対象年齢分類は、「5.外資に対する規制・法的制約」の項で詳述する。

MCOT(チャンネル9)では、10年ほど前に放映していた「ドラゴンボール」に対して、メディアから戦闘シーンが過激であるという指摘を受けたことがある。また、TPBSは「日本のアニメの規制は緩いので、性描写や過激なシーンが多く、子供向けのアニメに適さないものも多い」といった感想を持っている。日本のコンテンツを売り込む場合、このような厳格になる一方の内容規制をキャッチアップすることも重要な要素と言える。

表2-5 タイの地上波で放映された韓国ドラマ(2010~2012年)

日本語タイトル	英語タイトル	チャンネル	放送年
イルジメ(一枝梅)	Ijimaee	3	2010
幻の王女チャミョンゴ	Ja Myung Go	3	2010
神様、お願い	Love in Heaven	3	2010
宮廷女官キム尚宮	West Palace	3	2010
善徳女王	Queen Seon Duk	3	2010
千秋太后	The Iron Empress (Chun Chu)	3	2010
サムデー-Someday-	Someday	3	2010
宮廷女官チャングムの誓い	Dae Jang Geum	3	2010
東京、天気雨	Tokyo Sun Shower	3	2011
トンイ	Dong Yi	3	2011
女人天下	Ladies of The Palace	3	2011
イ・サン	Yisan	3	2011
王と私	The King And I	3	2011
チュノ~推奴~	The Slave Hunter (Chuno)	3	2011
明成皇后	The last empress Myeongseong	3	2012
華麗なる遺産(燦爛たる遺産)	Brilliant legacy	3	2012
衆済院	Jejungwon The Hospital	3	2012
太王四神記	The Legend (Rerun)	3	2012
食客	Sik Gaek (Gourmet)	3	2012
風の国	The Kingdom of the Wind	3	2012
ベートーベン・ウィルス	Beethoven Virus	3	2012

I LOVE YOU ～サランヘ～	I Love You/Saranghae	3	2012
僕の妻はスーパーウーマン	My Wife is a Superwoman	3	2012
風の絵師	Painter Of The Wind	3	2012
美男ですね	You are beautiful	7	2010
お嬢さまをお願い!	Lady Castle	7	2010
ありがとうございます	Thank you	7	2010
タルジャの春	The Spring of Oh Dal Ja	7	2010
花より男子	Boys over flower	7	2010
犬とオオカミの時間	Time between Dog and Wolf	7	2010
個人の趣向	Personal Taste	7	2011
IRIS-アイリス-	Iris	7	2011
My DREAM マイドリーム	Dream	7	2011
トキメキ☆成均館スキャンダル	SungKyunKwan Scandal	7	2011
外科医ボン・ダルヒ	Surgeon Bong Dal Hee	7	2011
ニューハート(New Heart)	New Heart	7	2011
タムナ～Love the Island	TAMRA, THE ISLAND	7	2012
シークレット・ガーデン	Secret Garden	7	2012
パートナー	The Partner	7	2012
シティーハンター	City Hunter	7	2012
パパ3人、ママ1人	3 Dads with 1 Mom	7	2012
天国の樹	Tree in Heaven	7	2012
オー！マイレディー	OH My Lady	7	2012
ラブストーリー・イン・ハーバード	Love Story in Harvard	7	2012
ロビイスト	Lobbyist	9	2010
太陽をのみ込め	Swallow The Sun	9	2011
スターの恋人	Celebrity Sweetheart	9	2011
レディプレジデント～大物	Dae Mul	9	2011
コーヒーハウス	Coffee House	9	2011
ロマンス・ゼロ	Romance Zero	9	2012
アテナ:戦争の女神	Athena	9	2012

(注)タイ国内の放送には、タイ語のオリジナルタイトルが付けられている。

(出所)各局へのヒアリング

表2-6 タイの有料放送で放映された韓国ドラマ(2011~2012年)

日本語タイトル	英語タイトル	チャンネル	放送年
メイクイーン	May Queen	True Vision	2011
テロワール	Terroir	True Vision	2011
幻の王女チャミョンゴ	Ja Myung Go	True Vision	2011
スターの恋人	Star's Lover	True Vision	2011
糟糠の妻クラブ	First Wives' Club	True Vision	2011
千万回愛してます	Loving You a Thousand Times	True Vision	2011
ロマンス・ゼロ	Romance Zero	True Vision	2011
人生は美しい	Life is Beautiful	True Vision	2012
サイン	Sign	True Vision	2012
仁粹大妃	Queen Insoo	True Vision	2012
ブレイン 愛と野望	Brain	True Vision	2012
IRIS-アイリス-	Iris	True Vision	2012
帰ってきたプリンセス	The Queen Returns	True Vision	2012
あなただけよ	My One and Only	True Vision	2012
ドリームハイ 2	Dream High 2	True Vision	2012
太陽を抱く月	Wild Romance	True Vision	2012
熱血商売人	Hot blood	True Vision	2012
お隣さんは元ダンナ	Definitely Neighbors	True Vision	2012
天国への郵便配達人	Postman to heaven	GMM Channel	2011
幽霊(ゴースト)	Ghost	GMM Channel	2011
IRIS-アイリス-	Iris	GMM Channel	2011
クリスマスに雪は降るの?	Will it snow for Christmas	GMM Channel	2011
君はどの星から来たの	Which Star Are you from	GMM Channel	2011
恋愛マニュアル~まだ結婚したい女	Still Marry Me	GMM Channel	2011
百万長者と結婚する方法	Marrying A Millionaire	GMM Channel	2011
恋人	lovers	GMM Channel	2011
総合病院2	General Hospital 2	GMM Channel	2011
コーヒーハウス	Coffee house	GMM Channel	2011

赤と黒	Bad boy	GMM Channel	2012
神と呼ばれた男	Man Are Almighty	GMM Channel	2012
ロードナンバーワン	Road No.1	GMM Channel	2012
あなたの初恋探します	Finding Mr.Destiny	GMM Channel	2012
帰ってきた一枝梅(美賊イルジメ伝)	The Return of Iijimae	GMM Channel	2012
太陽を飲み込め	Swallow the sun	GMM Channel	2012
プロポーズ大作戦	Operation Proposal	GMM Channel	2012
僕の彼女は九尾狐<クミホ>	My Woman	GMM Channel	2012

(注)タイ国内の放送には、タイ語のオリジナルタイトルが付けられている。

(出所)各局へのヒアリング

表2-7 タイの地上波で放映された日本ドラマ(2008~2011年)

日本語タイトル	英語タイトル	チャンネル	放送年
おしん	Oshin	3	2010
ごくせん 3	Gokusen 3	7	2010
絶対彼氏	Absolute Boyfriend	7	2010
メイド刑事	Maid detective	7	2011
月の恋人	Moon Lovers	7	2012
テンペスト	Tempest	9	2012
坂の上の雲	Saka no ue no kumo (Cloud above the slope)	9	2012
大地の子	A Son of the good earth (Daichi no Ko)	TPBS	2008
医龍	Iryu- Team Medical dragon	TPBS	2008
医龍 2	Iryu- Team Medical dragon 2	TPBS	2008
1リットルの涙	1 Litre of Tear	TPBS	2008
ハゲタカ	Hagetaka (The Vulture)	TPBS	2008
東京タワー	Tokyo Tower	TPBS	2008
コード・ブルー -ドクターヘリ緊急救命-	Code Blue	TPBS	2009
ちびまる子ちゃん	Maru Maru Chibi Maruko Chan	TPBS	2009
西遊記	Saiyuki (the Adventure of Super Monkey)	TPBS	2009
シバトラ	Shibatora	TPBS	2009
トップキャスター	Top caster (anchor)	TPBS	2009

たったひとつの恋	To the One I love	TPBS	2009
僕の歩く道	Walk my way	TPBS	2009
篤姫	Princess Atsu	TPBS	2009
CHANGE	CHANGE	TPBS	2009
薔薇のない花屋	Flower Shop without Rose	TPBS	2010
JIN-仁	Jin	TPBS	2010
MR.BRAIN	Mr.Brain	TPBS	2010
白い春	White Spring	TPBS	2010
蒼穹の昴	The Firmament Of The Pleiades	TPBS	2011
ガリレオ	Galileo	TPBS	2011
BOSS	Boss	TPBS	2011
龍馬伝	Ryomaden - The Legend	TPBS	2011
篤姫	Princess Atsu	TPBS	2012
CHANGE	CHANGE	TPBS	2012
JIN-仁	Jin	TPBS	2012

(注)タイ国内の放送には、タイ語のオリジナルタイトルが付けられている。

(出所) 各局へのヒアリング

表2-8 タイのペイ TV で放映された日本ドラマ(2011～2012 年)

日本語タイトル	英語タイトル	チャンネル	放送年
マイガール	My girl	True Vision	2012
全開ガール	Zenkai Girl :Full Throttle Girl	True Vision	2012
バーテンダー	Bartender	True Vision	2012
幸せになろうよ	The marriage Counselor	True Vision	2012
チーム・バチスタの栄光	Team Batista no Eiko	True Vision	2012
CONTROL～犯罪心理捜査～	Control :2	True Vision	2012
アスコマーチ!	Asuko march	True Vision	2012
マルモのおきて	Marumo no Okite	True Vision	2012
熱海の捜査官	Girls Lost in Mystery Shadow over Atami	True Vision	2012
ゲゲゲの女房	My Husband is a Cartoonist	True Vision	2012
DOCTORS～最強の名医～	Doctors The Ultimate Surgeon	True Vision	2012

バラ色の聖戦	The Future is in Our Hands!	True Vision	2012
ジョーカー 許されざる捜査官	Joker	GMM Channel	2011
魔女裁判	The witch trial	GMM Channel	2011
大魔神	Daimajin kanon	GMM Channel	2011
サムライ・ハイスクール	Samurai High School	GMM Channel	2011
Q10(キュート)	Q10	GMM Channel	2011
左目探偵EYE	Left Eye Detective	GMM Channel	2011
花ざかりの君たちへ	Hana Kimi	GMM Channel	2011
夏の恋は虹色に輝く	Summer Romance Shines in Rainbow Color	GMM Channel	2011
ハケンの品格	The pride of the temp	GMM Channel	2012
斉藤さん	Saitou-san	GMM Channel	2012
華麗なるスパイ	Splendid Spy	GMM Channel	2012
Q10(キュート)	Q10	GMM Channel	2012
魔女裁判	The Witch Trial	GMM Channel	2012
高校デビュー	high school debut	GMM Channel	2012
瞬 またたき	Piecing me back together	GMM Channel	2012
ブザー・ビート	Buzzer Beat	GMM Channel	2012

(注)タイ国内の放送には、タイ語のオリジナルタイトルが付けられている。

(出所)各局へのヒアリング

4. 市場の課題と展望

(1) 良質な番組(地上波無料テレビ)

TPBS は「低所得者が視聴する地上波無料テレビ」と「中間層以上が視聴するペイ TV」の二極化が始まるのではと危惧している。現状ではまだまだこのような極端な住み分けは進んでいないものの、今後起こりうる事態として想定される。

理由としてあげられるのは、TRUE VISIONS 等のペイ TV の番組クオリティの高さ、そして、地上波無料テレビのクオリティの低さである。TRUE VISIONS では海外の良質な番組が約 100 チャンネルから視聴可能で、教育レベルの高い中間層以上では「ニュース以外の地上

波テレビは見ない」といった声も聞かれる。

視聴率の低下は即広告料金へ反映されてしまう為、テレビ局の広告売上の減少に拍車がかかるのではと危惧されている。

(2) インターネットとの共生

複数のテレビ関係者によると、タイでは高学歴の若い世代を中心にテレビ離れが始まっている。特に都市部でその傾向が強い。このような傾向は企業の広告予算をインターネット広告にシフトさせてしまうことになり、タイの地上波無料テレビにとっては死活問題となる。日系広告代理店によると、化粧品、アパレル、携帯電話といった商品では、インターネット広告への出稿が目立っているという。

5. 外資に対する規制・法的制約

(1) 外資に対する規制(放送事業)

1999年改正外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。新聞発行・ラジオ・テレビ放送事業は、第1表(1)に定められており、外国企業の参入が規制されている。

(2) 外資に対する規制(映像コンテンツの販売・レンタル・頒布)

1999年改正外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。テレビ番組のコンテンツ販売・頒布・レンタル事業は、その他のサービス業として第3表(21)に定められている。詳細は「第1章 映画」の項を参照。

(3) レーティング(テレビ番組規制基準)

番組内容を対象年齢で規制する基準(レーティングマニュアル)は、2006年以降、各地上

波無料テレビ局の代表で構成される、テレビ・ラジオ放送運営委員会 (NBC)¹⁸にて定められていた。その後、2010年12月17日に発令された、2010年テレビ・ラジオ放送サービス運営法¹⁹により、新たに発足した国家放送通信委員会 (NBTC)²⁰ が規制基準のガイドライン策定を引き継いだ。同委員会は2011年3月時点で活動に至っておらず、現在、暫定的に各テレビ局が前委員会の規制基準に基づき審査を行っている。

<テレビ番組規制基準マニュアル(チャンネル5の事例)>

規制基準は、「性描写」、「言動」、「過激・残虐な行為」という3つの柱を基に対象年齢が審査されている。また、テレビ番組の内容が、知的教養、道徳、倫理、技能の向上、家族や社会におけるリレーションシップの向上という点でメリットがあるかを検討し、下記4つのレーティングの中に、6つの対象年齢を定めている。番組開始前にアナウンスとともに対象年齢が表示(各局共通のマーク)され、視聴者に対象年齢を告げる仕組みになっている。

表2-9 チャンネル5で使用されているレーティング

レーティング	対象年齢	マーク	マークの文字
1	2~12歳		D
1	2~6歳		K
2	一般		T
3	13歳未満		N13

¹⁸ The National Broadcasting Commission

¹⁹ The frequency allocation and radio and television broadcasting and telecommunication services authority Act B.E.2553

²⁰ Office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission

3	18歳未満		N18
4	特別(児童、青少年には不向きな内容)		CH

(出所)チャンネル5

(注)マークの文字は、マークで表示されているタイ文字をアルファベットに置き換えたもの。

(4) 放送法に基づく内容規定

1955年テレビ・ラジオ放送法令の内容規定に基づく省令第14号(Ministerial Regulation No.14 B.E. 2537 - License, Issued under Radio Communications Act, B.E.2498)

本省令の第16条において、以下の通り放送内容が規制されている。(抜粋、意識)

- (1) 他国の元首含め王族に対し侮辱する内容、あるいは悪影響を与える内容でないこと
- (2) 国家、政府、公務員を侮辱する内容でないこと
- (3) 聖地、仏像、敬意をはらうべき方に対する軽蔑、各宗教を誹謗、軽視、軽蔑する内容でないこと
- (4) 人民の団結、公共の秩序を乱したり、国際関係に影響を与える内容でないこと
- (5) 国家の道徳、文化、習慣を乱す内容でないこと
- (6) 国家の安定性に影響を与える、あるいは政治に関する内容でないこと
- (7) 卑賤な内容でないこと
- (8) 非人道的、野蛮、残酷な内容でないこと
- (9) 国民、特に未成年者を誘導し誤解を生じさせる内容でないこと
- (10) 犯罪を促すような内容でないこと

(5) その他の関連法

- ①1955年テレビ・ラジオ放送法(Radio Communications Act, B.E.2498)
テレビ・ラジオ放送運営に関する規制について定められている。

②1994年著作権法（Copyright Act B.E.2537）

著作権（コンピューター・プログラム、視聴覚材、映画、録音物などの権利）の保護期間、譲渡、使用、また著作権ならびに実演者の権利に係わる訴訟、罰則などについて定められている。尚、著作権は原則として著作後 50 年間保護される。

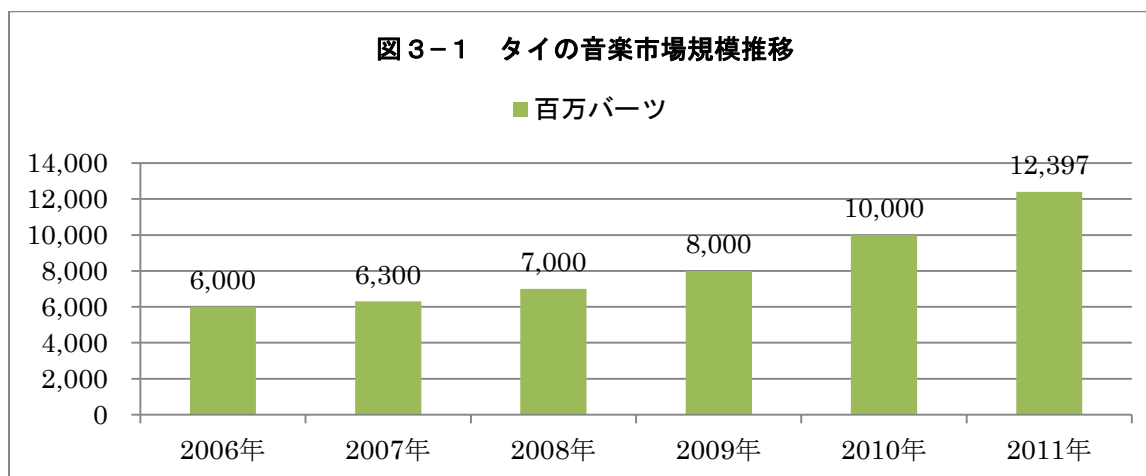
参照：著作権法（日本語訳）

http://www.jetrobkk-ip.com/pdf/en/ip-resources/ASEAN-IP-Offices/TH_Copyright_Act_ja.pdf

第3章 音楽

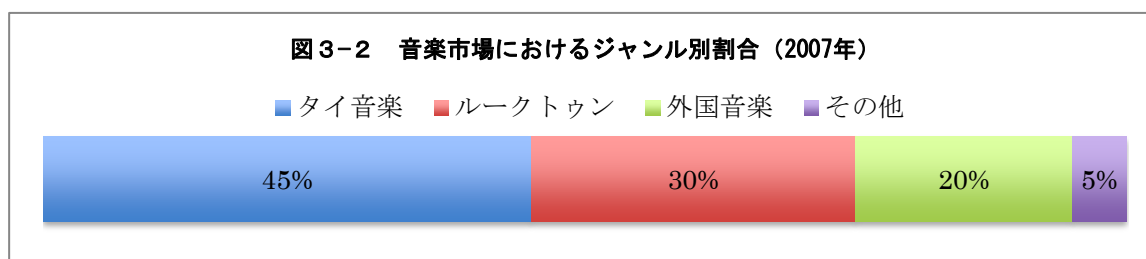
1. 市場規模

タイの音楽市場の規模は2012年で約123億バーツと推定される(図3-1)。2006年以降、既にカセットテープは消滅しており、この数値にはCD、DVD、VCD、デジタルなどの楽曲販売に加え、コンサートやイベントなどのショービズ、テレビ番組の提供などが含まれる。年率5%から10%で成長しているが、2009年以降大きく拡大している。RS プロモーションではこの理由として、デジタル音楽市場の拡大を挙げている。近年、タイでは個人用パソコン(ノートブック)の普及、iPod に代表されるデジタル音楽プレーヤーの普及、スマートフォンに代表されるデジタル音楽対応の携帯電話の普及が進んでいる。



(出所) Thai Entertainment Content Trade Association (2006年～2008年)、RS PCL (2009年～2011年)

図3-2はタイの音楽市場(2007年)のジャンル別割合である(2008年以降は発表されていない)。タイポップスが45%と最も高く、外国音楽が占める割合は20%である。また、タイの演歌と呼ばれる「ルークトウン」のシェアは30%と高く、高い年齢層や地方では大きな市場となっている。GMM グラミーによると、2012年の同社のジャンル別構成は、タイ音楽(ポップス)35%、ルークトウン45%、外国音楽10%、その他5%である。



(出所) Thai Entertainment Content Trade Association

2. 主要プレーヤーとそのシェア

(1) 企業数

商務省事業開発局 (Department of Business Development) によると、タイの音楽関連の企業数は約 9,006 社、そのうち外資系企業は 106 社である。楽曲製作、レーベル、スタジオ、編集、機器のレンタルなど多岐に渡るが、レーベルだけを見ると約 26 社である。また、これ以外にも法人登記していない個人レーベルやインディーズレーベルも多いと思われる。特にタイの演歌と呼ばれる「ルークトウン」といったジャンルでは、地方に限定した活動と販売を行っているところも多く、実態はつかみ難いのが現状である。

(2) 主要プレーヤー

タイの音楽レーベルの主要プレーヤーは GMM と RS が双璧をなし、タイ音楽市場全体の約半分を占めている。中でも GMM の勢力は群を抜いており、国内市場規模の実に約 3 分の 1 を占めている。BEC-TERO MUSIC は、2012 年末に Sony Music、Love is、BAKERY、Black Sheep などのレーベルを吸収して設立された新レーベルである。同社はタイの地上波テレビチャンネル 3 を運営する BEC TERO 傘下。SM True は、インターネットと衛星放送大手の True グループが韓国アーティスト専門に立ち上げた新レーベルである。Small Room はインディーズ系のレーベルで、少数ながら安定した人気があるアーティストを抱えている。世界のメジャーレーベル (EMI、ユニバーサル、ワーナー) もタイに現地法人を設立している。

表3-1 タイの主なレーベルと売上

レーベル名	会社名	売上 (2009 年) 単位: 百万バーツ
GMM グラミー	GMM Grammy Public Co., Ltd	3,276
RS プロモーション	RS Public Co., Ltd.	1,607
BEC-TERO MUSIC	BEC-TERO MUSIC Co., Ltd.	-
SM True	SM True Co., Ltd.	-
Small Room	Small Room Co., Ltd.	71

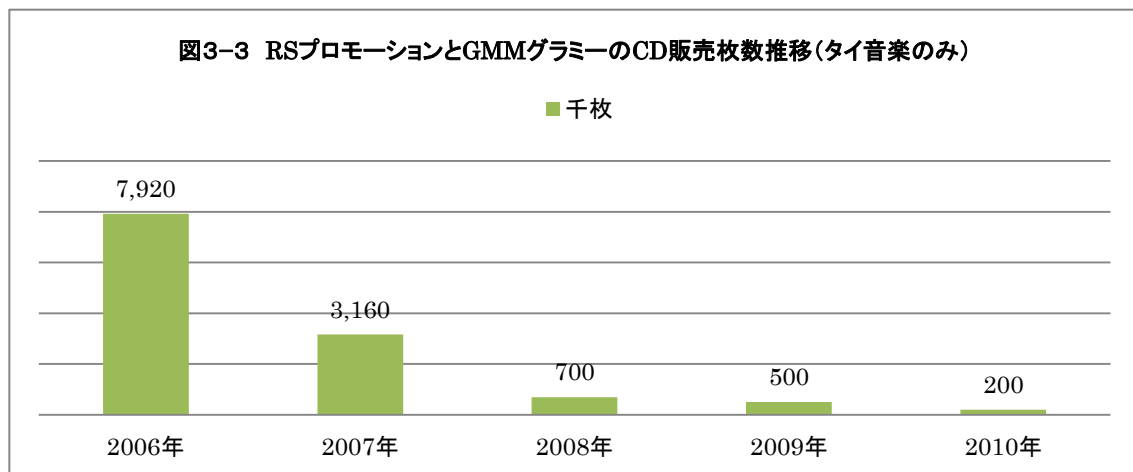
(出所) 商務省事業開発局 (Department of Business Development) 及び各企業へのヒアリング

(注) 売上には楽曲販売以外にも含む (例: コンサート、DVD、イベント等)

3. 最近の市場動向

(1) CD の激減とデジタル化

タイの音楽市場における最近の動向と云えば、まず CD の販売激減とデジタル楽曲への移行が挙げられる。大手レーベルの RS と GMM における CD の販売枚数(タイ音楽)の推移を見ると、2006 年以降急激な下降線を辿っていることが分かる(図 3-3)。Thai Entertainment Content Trade Association (TECA)によれば、デジタル音楽の普及が急激に進んでいることも理由だが、違法ダウンロードやコピーが簡単に行える環境がよくなっていることも、CD 販売枚数の減少の理由と見ている。実際 CD 販売店数も激減している。大手 CD ディストリビューターの Platinum Marketing and Distribution Co., Ltd.によると、4～5 年前には全国で数千店あった音楽 CD 販売は、現在 1,000 店以下にまで激減している。また、RS グループの CEO スラチャイ氏は、「携帯電話やウェブサイトからのダウンロードを重視するデジタル音楽時代への変化は、今後 2 年以内に音楽 CD を単なる趣味のコレクションに変えてしまう」と述べている。



(出所)RS プロモーション、GMM グラミーへのヒアリングを元に、ジェトロ・バンコクで作成。

(注)外国音楽は含まない。

一方、CD の販売減少に反比例するように、デジタル音楽のダウンロード金額は年々増加している。RS によると、2006 年に僅か 6 億バーツ程度だったデジタル音楽市場は、2012 年には約 2.5 倍の 16 億バーツまで拡大している。同社では 2013 年のデジタル音楽市場を 18 億バーツと試算している。

RS はタイで最も早く楽曲のデジタル化に対応したレーベルである。2006 年、アナログ方式の

音楽ビジネスの時代が終わりを迎えデジタルミュージックに移行する兆しが見えた時に、CDプレス工場など全ての生産ラインを廃止し、「Fully Digital Music」と銘打ったデジタル化へ邁進した。楽曲のダウンロードが普及せぬまま CD を廃止したことで、音楽ビジネス部門の収益が連続して低下したが、2008年には売上目標値を50%も上回るようになった。現在、約600万人の会員が利用している。また、同じく大手レーベルのGMM グラミーもRSに続いてデジタル化への移行を遂げている。GMMの2011年のデジタル楽曲の販売額は8億バーツである(表3-2)。

2012年6月には、RSとGMM グラミーが相次いでiTunesへ楽曲を提供。GMM グラミーによると、2013年2月現在、iTunes経由のダウンロードは約20%。サービス開始から急速に伸びており、今後1年間で50%まで増加すると見ている。これまで両社のデジタル楽曲のダウンロードには、最終的な利用デバイスに関わらず、携帯電話の使用が前提であった。楽曲を購入するには携帯電話番号を登録し、SMSで楽曲の購入コードを受信。ダウンロードサイトで購入コードを入力することで、楽曲のダウンロードが可能となる。課金は携帯電話の使用料金として請求(ポストペイの場合)されるという流れである。iTunesの利用により、今後このような煩雑な手続きは徐々に減少して行くものと思われる。

表3-2 デジタル楽曲のダウンロード金額

単位:バーツ

年	RS	GMM グラミー
2008	2億9,700万	6億1,000万
2009	4億5,500万	8億9,000万
2010	6億	7億8,500万
2011	-	8億

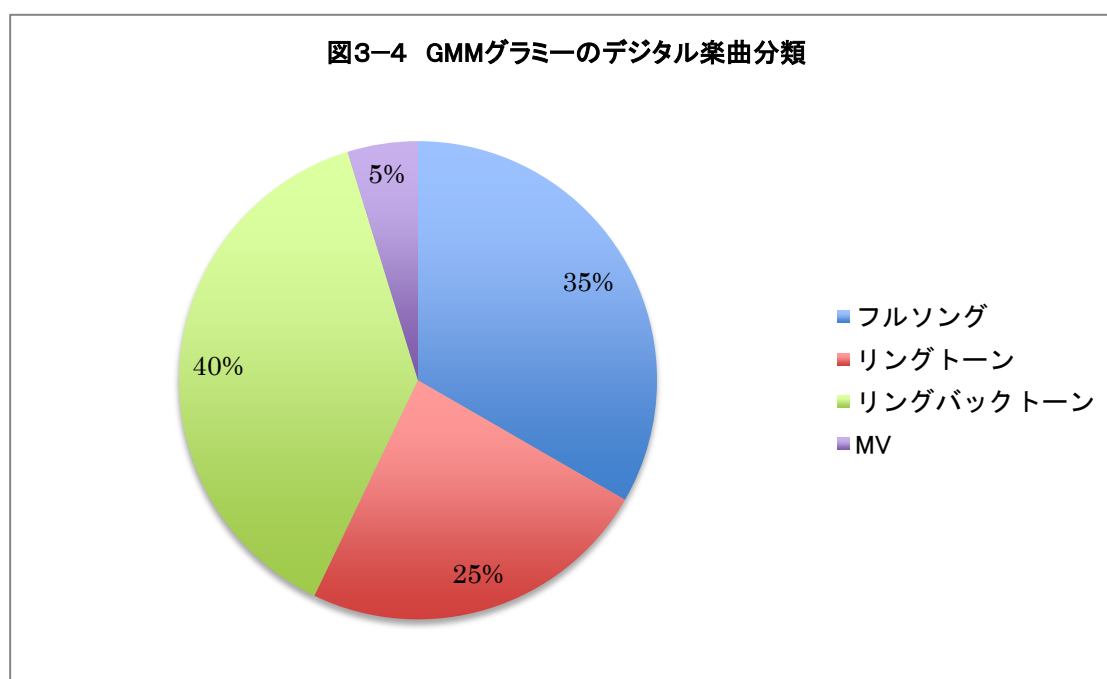
(出所)各社へのヒアリング及び新聞報道を元にジェトロ・バンコクが作成

タイのデジタル楽曲の販売は、フルソング、リングトーン²¹、リングバックトーン²²、MV(ミュージックビデオ)に大別される。GMM グラミーによると、2012年のデジタル楽曲の分類は、フルソングが約30%、リングトーンが約25%、リングバックトーンが約40%、MVが約5%である(図3-4)。同社によると、2.1ギガヘルツ帯を使用した3G回線と安価なスマートフォンの普及により、iTunesをはじめとするフルソングの販売は増加して行くと予測している。また、リングトーンの販売は急速に減少しており、今後徐々に無くなって行くであろうと予測している。

²¹ デバイスから発せられる呼び出し音

²² 発信者の受話器から聞こえる呼び出し音

理由として、スマートフォンや MP3 対応の携帯電話の普及により、デバイスに保存してある楽曲を、ユーザーが利用できることが挙げられる。



(出所)GMM グラミーへのヒアリング

(2) 韓国ブーム衰退と日本への関心の高まり

アパレルやドラマの例に漏れず、音楽分野でも韓国ブームが堅調である。最大手レーベルの GMM グラミーが過去 5 年間(2006～2009 年)にリリースしたアルバム数を比較するとその傾向がつかめる。日本のアーティストのアルバム数は 116 タイトルであったのに対して、韓国アーティストのアルバム数は 225 タイトルであった。ただし、この韓流ブームにも衰退の兆しが見え始めている。過去 3 年間に発売された韓国アーティストのアルバム数は、2010 年で 47 タイトル、2011 年が 38 タイトル、2012 年は 18 タイトルと、年々減少傾向にある。GMM グラミーでは、韓流ブームのピークであった 2007 年までは、年間 40 タイトル以上の韓国アーティストのアルバムをリリースしていたが、2012 年は 7 タイトルに留まっている。同社では韓国アーティストの現象について、似たようなルックスと音楽にタイ人消費者が飽き始めていることが理由だとしている。また、同社では、韓国ブームの影響で下火になりつつあった日本のアーティストの新規発掘を積極的に行っていくとしている。

表3-3 タイでリリースされた韓国アーティストのアルバム(2011～2012年)

アーティスト	タイトル	レーベル	年
Tohoshinki	Why Keep Your Head Down	GMM Grammy	2011
Tohoshinki	Superstar	GMM Grammy	2011
Seungri	VVIP	GMM Grammy	2011
F.T.Island	FT Island - Thailand Special Album	GMM Grammy	2011
F.T.Island	Everybody Go	GMM Grammy	2011
F.T.Island	Return	GMM Grammy	2011
F.T.Island	Memory In FT Island	GMM Grammy	2011
2PM	Hands Up	GMM Grammy	2011
2NE1	2nd Mini Album	GMM Grammy	2011
CNBLUE	First Step + 1 Thank You	GMM Grammy	2011
After School	Bang (Japanese Single)	GMM Grammy	2011
Bigbang	2011 Live CD	GMM Grammy	2011
Kim Hyun Joong	Break Down	GMM Grammy	2011
Miss A	A-Class	GMM Grammy	2011
Beast	Lights Go On Again	Universal Music Thailand	2011
Beast	Fiction and Fact	Universal Music Thailand	2011
4 Minute	Diamond	Universal Music Thailand	2011
4 Minute	4 Minute Left	Universal Music Thailand	2011
4 Minute	Volume up	Universal Music Thailand	2011
4 Minute	For Muzik For Asia 4- B	Universal Music Thailand	2011
4 Minute	Huh Hit your heart	Universal Music Thailand	2011
Girls' Generation	Gee (Japanese Version)	Universal Music Thailand	2011
Girls' Generation	Mr.Taxi	Universal Music Thailand	2011
Girls' Generation	1st Japan Album	Universal Music Thailand	2011
G.NA	Draw G's First Breath	Universal Music Thailand	2011
G.NA	Black & White	Universal Music Thailand	2011
2AM	Saint O' Clock	Universal Music Thailand	2011
MBLAQ	BLAQ Style	Universal Music Thailand	2011

Hyun A	Bubble Pop	Universal Music Thailand	2011
AZIATIX	Nocturnal	Universal Music Thailand	2011
Girls' Generation	The Boys	SM True	2011
Girls' Generation	OH	SM True	2011
Girls' Generation	Baby Baby Repackage	SM True	2011
Super Junior	Mr.Simple Version A	SM True	2011
Super Junior	Mr.Simple Version B	SM True	2011
Super Junior	Mr.Simple Repackage A-CHA	SM True	2011
Shinee	The 1st Concert In Seoul	SM True	2011
2AM	Never Let You Go	SM True	2011
2PM	STILL 02:00 PM_2PM-A	GMM Grammy	2012
2PM	Thailand Special A	GMM Grammy	2012
2PM	FIRST ALBUM 01:59 PM 2PM-A	GMM Grammy	2012
2PM	DON T STOP CAN T STOP 2PM-A	GMM Grammy	2012
F.T.Island	Grown-Up	GMM Grammy	2012
F.T.Island	20 (Twenty)	GMM Grammy	2012
F.T.Island	Five Treasure Box (Vol.4)	GMM Grammy	2012
Jay Park	New Breed (Asia Version)	Universal Music Thailand	2012
Beast	Shock of the new ER-A	Universal Music Thailand	2012
Super Junior	Break Down	SM True	2012
Super Junior	Spy	SM True	2012
Super Junior	Sorry Sorry version B	SM True	2012
Kim Hyun Joong	Heat	SM True	2012
Girls' Generation	TTS Twinkle	SM True	2012
Girls' Generation	I Got A Boy	SM True	2012
Exo-K & Exo-M	MAMA	SM True	2012
Shinee	Sherlock	SM True	2012
2AM	SAINT O CLOCK_2AM-B	SM True	2012

(出所)各社へのヒアリング

4. 市場の課題と展望

タイの音楽市場における課題は、デジタル化を妨げるネット回線速度の問題や携帯電話の3Gへの対応の遅れ等が挙げられるが、最も大きな問題は「楽曲の違法コピー」に尽きると言ってもよい。MP3が普及し始めた2000年頃から、一枚のCDに100曲も入った違法CDが蔓延した。デジタル技術の革新が、誰でも容易に楽曲をコピーできることになり、CDの販売枚数を大幅に減少させた。現在、CDからデジタル(ダウンロード)への移行期を迎えているが、根本的な問題は依然として解決されていない。正規にダウンロードした楽曲ファイルには、コピー回数を制限するものもあるが、パソコンの知識が多少でもあれば簡単に別のファイルに書き出すことができる為、当局でも効果的な解決方法を見いだせていない状況である。

RSでは音楽市場はいずれクラウド型の市場になるのではないかと見ている。現在のように楽曲ファイルをダウンロードし個人が管理するシステムでは、違法コピーの問題がつきまとう。これをネット上で一元に管理し、個人(消費者)は購入した楽曲へのアクセス権だけを購入し、ファイルはダウンロードしないという手法である。音楽・映像ソフト販売のDNA2002は、2013年末までにダウンロード配信やストリーミング配信のサービスを開始する準備を進めている。10代の若者などの利用を見込み、1億5,000万バーツを投じてサービスを開始する予定である。1回ごとに料金を徴収するほか、無制限に利用できる月決めプランも提供する。また、GMM グラミーでもストリーミングのサービス提供を検討している。タイで本格的に携帯電話の3Gサービスが始まったこともあり、今後はストリーミングの拡大が予想される。

5. 外資に対する規制・法的制約

(1) 外資に対する規制(音楽コンテンツの販売)

1999年改正外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。音楽コンテンツ販売事業は、その他のサービス業として第3表(21)に定められており、外国企業の参入が規制されている。

(2) 商業登録

1956年(2008年改正)商業登録法(Commercial Registration Act B.E. 2499)では商業登録の義務がある13事業のうち、(6)娯楽用テープ、CD、VDO、デジタルビデオの販売、レンタル、製造業、(10)カラオケ業、(12)音楽ブース業が挙げられている。当該事業を営むにあたっては、管轄当局へ申請し営業許可を受ける必要がある。

(3) タイ国内における楽曲著作権の管理

GMM グラミーやRSなどのタイ国内の大手レーベルでは自社で著作権を管理している。海外の音楽レーベルのタイ現地法人は、タイの著作権管理団体であるMCT-Phonorights Co.,Ltd.(PMC)に管理を委託している場合が多い。PMCでは会員企業の楽曲の録音権、実演権、複製権を代行管理している。また、PMCは国内の放送局、デパート、ホテル、飲食店、カラオケ店などから、一定額の著作権使用料(演奏権)を回収し各レーベルに分配している。現在、日本のJASRAC(一般社団法人日本音楽著作権協会)との間で契約が交わされているのは演奏権のみである。

- 著作権管理団体

MCT-Phonorights Co.,Ltd.(PMC)

<http://www.1stopmusic.com>

- PMC 会員レーベル(一部)

Universal Music (Thailand) Ltd.

Sony Music Entertainment Operating (Thailand) Co.,Ltd.

Warner Music Thailand Ltd.

Thai Entertainment Content Trade Association(TECA)は、音楽著作権侵害の取り締まりを代行している。尚、著作権侵害を告訴する場合の問い合わせ先は以下の通り。

- タイ国家警察(Royal Thai Police, Commissioner-General)

Rama 1 Road, Pathumwan District, Bangkok, 10330

Tel : 0-2251-5956

(4) 著作権関連法

著作権(コンピューター・プログラム、視聴覚材、映画、録音物などの権利)の保護期間、譲渡、使用、また著作権ならびに実演者の権利に係わる訴訟、罰則などについては以下の法令にて定められている。なお、著作権は、原則として著作後、50年間保護される。

- 1994年 著作権法(Copyright Act B.E.2537)

参照: 著作権法(日本語訳)

http://www.jetrobkk-ip.com/pdf/en/ip-resources/ASEAN-IP-Offices/TH_Copyright_Act_ja.pdf

- 1995年著作権法の内容規定に基づく省令 (Ministerial Regulation, B.E. 2540 - License, Issued under Copyright Act, B.E. 2537)

1994年著作権法の第15条に記されている著作権の複製または改変、公表、賃貸、著作権によって生じる利益の供与、他社への権利許諾における条件の詳細が記されている。

(5) その他の関連法規

- ① 2005年 CD製造法(Optical Disc Production Act.B.E.2548)

CD(映像、音楽の記録物)の製造(プレス)における手続きについては、以下の法令において定められている。第1章第2条にCDプレス発注時に著作権者が商務省知的財産局(DIP)に提出しDIPコードを申請するためには、著作権者の氏名・住所、製作者の氏名・住所、音源の詳細を提出する必要があることが定められている。

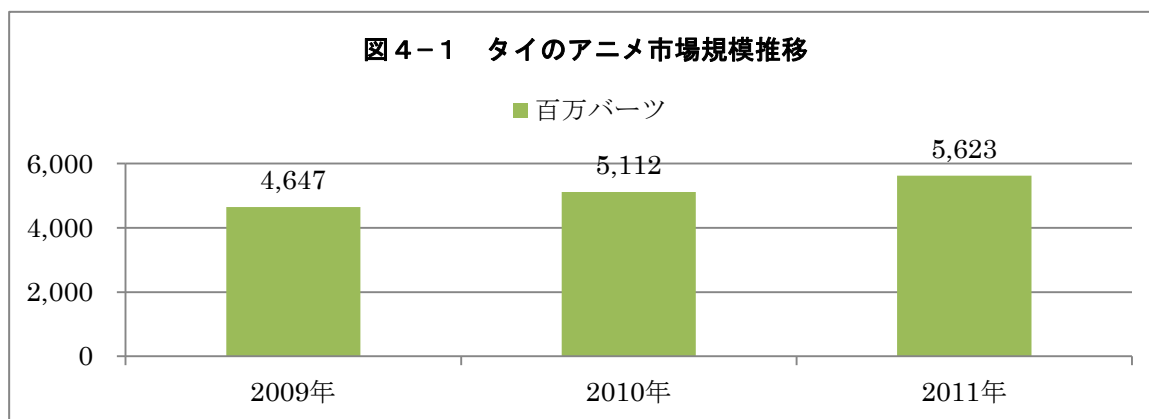
- ② 2001年電子商取引法 (Electronic Transaction Act B.E.2544)

楽曲のダウンロードサイトなど、インターネットにおける商取引に関して定められている。

第4章 アニメ

1. 市場規模

タイのアニメ市場は年率約 10%で拡大しており、2011 年の規模は約 56 億 2,300 万パーツである。(図 4-1)。



(注)輸入、国内生産、輸出の合計値。

(出所)SIPA (Software Industry promotion Agency)

2011 年の詳細(表 4-1)を見てみると、輸入が占める割合が 65.7%と突出しており、輸出は 13.4%と低水準である。輸入の内訳を見ると、テレビシリーズ(放映権)が 24.0%、キャラクター・ライセンスが 26.4%となっており、この2つのカテゴリで市場の半数を占めている。

表4-1 カテゴリ別アニメ市場規模²³の推移

単位:百万パーツ

カテゴリ	輸入		国内		輸出		合計	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率
劇場版	252	4.5%	-		-		252	4.5%
テレビシリーズ	1,347	24.0%	258	4.6%	657	11.7%	2,262	40.2%
記録メディア(DVD等)	608	10.8%	72	1.3%	36	0.6%	716	12.7%
テレビCM	-		217	3.9%	24	0.4%	241	4.3%
加工編集、VFX	-		163	2.9%	20	0.4%	183	3.3%
モバイル(携帯)	-		352	6.3%	-		352	6.3%
キャラクター・ライセンス	1,486	26.4%	114	2.0%	17	0.3%	1,617	28.8%
合計	3,693	65.7%	1,176	20.9%	754	13.4%	5,624	100.0%

(出所)SIPA (Software Industry promotion Agency)

²³ ここでは輸入+国内+輸出

2. 主要プレーヤーとそのシェア

(1) 企業数

タイアニメーション・CG協会(TACGA)²⁴では、タイのアニメ制作企業数は約60社、このうち外資企業は10～20社と見ている。また、ライセンス商社やディストリビューターを含めた企業数は、100社前後になると見ている。

(2) 制作部門

表4-2 タイの主なアニメーション制作会社 (単位:百万バーツ)

会社名	売上(2009年)	売上(2011年)	URL
Kantana Animation Studio Co., Ltd.	108	53	www.kantana.co.th
Shellhut Entertainment Co., Ltd.	66	85	www.shellhut.com
Vithita Animation Co., Ltd.	48	34	www.vithita.com
Imagimax Studio Co., Ltd.	31	35	www.imagimaxstudio.com
Be Bod CG Co., Ltd.	26	19	www.bebodcg.com
Ittirit House Co., Ltd (Workpoint)	11	5	www.ittirit.com

(出所)TACGAへのヒアリングで名前があがった企業を中心に、商務省事業開発局(DBD)のデータと照合しジェトロ・バンコクが作成

(3) ライセンス商社

表4-3 タイの主なアニメーション・ライセンス商社 (単位:百万バーツ)

会社名	売上(2009年)	売上(2011年)	URL
Rose Media & Entertainment Co., Ltd.	428	383	www.rose.co.th
Animation International (Thailand) Co., Ltd.	99	108	www.ail.com.hk
Dream Express (Dex) Co., Ltd.	43	104	www.dexclub.com
Tiga Co., Ltd.	110	95	www.tigatime.com

(出所)TACGAへのヒアリングで名前があがった企業を中心に、商務省事業開発局(DBD)のデータと照合しジェトロ・バンコクが作成

²⁴ Thai Animation and Computer Graphics Association

3. 最近の市場動向

TACGA や SIPA 等の政府機関によるデジタルコンテンツの振興策が行われており、アニメーション分野でも人材の育成に力を注いでいる。現時点では、当初期待していたような制作拠点 (TACGA では Thailanimation と呼んでいる) としての地位を確立しておらず、既に見た通り、2008 年では国内の制作規模は縮小している。このような中ではあるが、タイのオリジナル・アニメーションが海外に進出しているという明るいニュースもある。Kantana Animation 社が 2006 年に制作した劇場版アニメ「Khan Kluyay」は、象のキャラクターが人気を呼び、アメリカやインドでも上映された。Shellhut Entertainment 社が制作したテレビシリーズ「Shelldon」は、世界 100 カ国以上に輸出されている。どちらもディズニーの影響を濃く受けた CG 作品となっている。

このように一部の成功事例はあるものの、全体としては、タイはまだまだコンテンツ輸入国であることに変わりはない。TACGA によると、タイのテレビシリーズ用アニメの 90% が海外からの輸入である。SIPA「デジタルコンテンツ白書 2009」によれば、2008 年にテレビで放映されたアニメは、週 1,925 時間で、そのうちタイのアニメは週 195 時間であった。

輸入アニメの最大の仕入れ先は日本である。大手ライセンス商社の ROSE 社で取り扱うアニメのうち、日本のコンテンツの占める割合は実に 100% である。今後も日本アニメの需要は高いと思われるが、日本アニメの作風 (タッチ) に関して疑問を投げかける声も聞かれる。日本のアニメが手書きセル画を中心とした作風であるのに対して、世界の流れは 3D や CG を駆使したアニメへ移行しているという見方である。また、DEX 社では韓国・中国のアニメの輸入を 2010 年から開始している。現時点では様子見の段階であるが、「反響によっては今後韓国・中国のアニメを拡大する」というスタンスである。今のところ、日本のアニメへの評価は変わらないが、中長期的には市場の動向を注視する必要があると思われる。

また、アニメから派生する市場として、コスプレやアニソン (アニメソング) といった分野も人気が高まっている。バンコクでは日本のアニメ、アニソン、コスプレが一堂に会するイベントとして、「JAPAN FESTA」が毎年開催されている。また、昨年末には、タイの大手出版社であるアニメイトグループが、国内のコスプレ人気を背景にタイ初のコスプレ専門誌「COSMODE THAILAND」を創刊した。

また、アニソンのイベントも開催されており、「ANIME NO LIMIT」は 2011 年に 2 回目のライブを開催した。タイにもファンが多い影山ヒロノブや遠藤正明が出演し、1,000 名以上の動員を記録している。

4. 市場の課題と展望

ライセンス商社へのヒアリングによると、テレビシリーズに関しては、海賊版・違法コピーの被害はそれほど問題となっていない。違法コピー品の被害が甚大なのは、テレビで放映されないホーム・エンターテインメントの分野である。SIPA の「デジタルコンテンツ白書 2009」によると、2008 年の記録メディア (DVD 等) の違法コピー品の市場規模は約 10 億 6,000 万パーツにもなるという。これは DVD 等の記録メディア市場の半分以上にもなる。また、ROSE 社によると、比較的マイナーなアニメにはコアなファンが付いており横のつながりが強く、新しい DVD が発売されるとすぐにコピーして仲間に配布するという傾向にあるという。

一方、日本のコンテンツ輸出側の問題も指摘されている。東南アジアは海賊版が横行しているというイメージがある為か、「新規の取引には消極的である」といった意見がでている。また、日本はアジアを重要な市場としては見ておらず、「問い合わせをしても数ヶ月待たされたあげく断られる」といったケースも見受けられる。日本側は制作委員会方式をとることが多いが、これはタイのライセンス商社にとって非常に分かり難いスタイルである。引き合いに対して分かり易い窓口設定と、素早いレスポンスが求められている。

5. 売れ筋作品

アニメの作品別売上データが無い為、定量的な判断は下せないが、タイのアニメ専門誌「ZENSHU ANIME MAGAZINE」によると、「けいおん!」、「東のエデン」、「NARUTO-ナルト-」、「ケロロ軍曹」、「涼宮ハルヒの憂鬱」、「ONE PIECE」、「名探偵コナン」等の人気が高いそうである。タイのアニメファンは日本の動向を常にキャッチしており、「日本で売れているものはそのままタイでも売れていると考えてよい」という見解。他のアニメ雑誌でも、アニメージュ(徳間書店)が主催するアニメグランプリのラインキングを見る限り、タイでの人気タイトルとほぼ同じと考えている。子供向けでは依然として「ドラえもん」人気は高く、劇場版「ドラえもん」は SF シネマでロードショー公開されている。

表4-4 人気のテレビシリーズアニメ

順位	タイトル
1	ドラえもん
2	ドラゴンボール

3	名探偵コナン
4	PangPond (VITHITA ANIMATION CO., LTD)
5	Shelldon (Shellhut Co., Ltd.)

(出所)SIPA「デジタルコンテンツ白書 2009」で行ったアンケート

劇場公開作品では、ピクサー等のアメリカ作品に人気が集まっている(表 4-4)。2006 年に劇場版アニメとしては異例の1億バーツ以上を売り上げた「Khan Kluay」はタイ国産アニメで、2009 年にも劇場版アニメ部門でトップの興行収入を得ている。日本の劇場版アニメでは、2011 年に「借りぐらしのアリエッティ」公開されたが、興行収入約 80 万バーツと振るわなかった。

表4-5 劇場版アニメの興行収入トップ2 単位:百万バーツ

年	順位	タイトル	興行収入
2011	1	Kung Fu Panda 2	67.1
	2	Car 2	29.4
2010	1	Toy Story 3	38.5
	2	Shrek Forever After	22.6
2009	1	Khan Kluay 2 (タイ製)	79
	2	UP	52
2008	1	Wall-E	45
	2	Kung Fu Panda	36
2006	1	Khan Kluay (タイ製)	103.5
	2	Age-The Meltdown	39.4

(出所)206 年から 2010 年は映画情報誌「Entertainment Extra」が発表した各映画の興行収入を元にジェトロ・バンコクが作成。2011 年は SIPA。

(注)2007 年はデータ入手できず。

6. 外資に対する規制・法的制約

(1) 制作に関する規制

タイ投資委員会(BOI)は投資奨励法に基づき、タイ地場企業、外資企業に対して直接投資

を奨励している。特に外資企業の場合、BOI 恩典事業に認可されると外国人事業法による外資規制の枠から外れ、外資 100%での操業が可能となる。BOI の認可を受けることで、法人所得税の減免税、機械・設備の輸入税の減免税、輸出製品用原材料の輸入税免税、国内販売製品用原材料の輸入税減税、技術者・専門家および家族の入国・外国人就労許可に関する便宜といった恩典が得られる(事業の内容に応じて受けることのできる恩典が異なる)。このうち、5 類:電子・電気部品の中に規定される「5.8.2 デジタル・コンテンツ(1) Animation, Cartoon & Characters」が当該事業となりえる。実際にBOIの枠組みでインターネット取引を考える際には、当該事業内容についてBOIと相談することが推奨される

※詳しくはBOIのウェブサイトを参照のこと。

http://www.boi.go.th/english/services/guide_jp.pdf

(2) 販売に関する規制

1999年外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。アニメーションの販売サービスは第3表(21)に定められている。

参照:外国人事業法(日本語訳)

<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=722&L=1>

1956年(2008年改正)商業登録法(Commercial Registration Act B.E. 2499)では商業登録の義務がある13事業のうち、(6)娯楽用テープ、CD、VDO、デジタルビデオの販売、レンタル、製造業があげられている。当該事業を営むにあたっては、管轄当局へ申請し営業許可を受ける必要がある。

(3) 内容に関する規制

アニメーションコンテンツの映像審査は、劇場版は「映画」として、テレビ放送版は「テレビ番組」として取り扱われる。

※劇場版アニメーションの内容審査については、「第1章 映画」を参照。

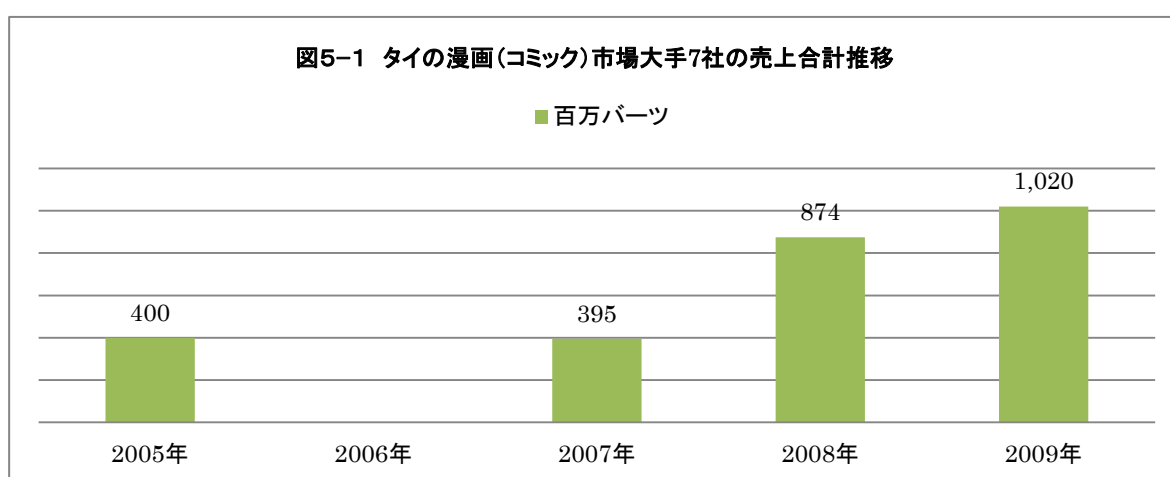
※テレビ放送版アニメーションの内容審査については、「第2章 テレビ」を参照。

第5章 漫画(コミック)

1. 市場規模

日本のコミックを専門に扱うヴィヴンキッ社によると、タイの漫画市場は「Dr.スランプ」や「北斗の拳」が人気を博した 80 年代を境に急速に拡大した。その後、正規・非正規出版が入り乱れたが、1990 年以降、正規に日本漫画を扱う出版社が増えて来た。現在、約 12 社程度の市場である。

タイの漫画(コミック)市場規模の統計的なデータは無いため、代表的なコミック出版社 7 社の売上を合算したものが図 5-1²⁵である。2008 年以降急激に増加をしており、2009 年は 10 億バートを突破している。



(注)2005 年は各種報道による推計値。2006 年はデータ無し。

(出所)以下のコミック出版大手7社の売上を元にジェトロ・バンコクが作成。括弧内は 2009 年の売上であり、単位はバート。

- Siam Inter Multimedia PCL (627,738,450)
- Nation Edutainment Co., Ltd (136,252,157)
- Banlue Publiccation Co., Ltd (89,935,005)
- Bongkoch Publishing Co., Ltd (71,904,449)
- BURAPAT COMICS PUBLICATIONS Co., Ltd (58,150,627)
- E.Q. PLUS GROUP (32,611,520)
- RAKPIM Publishing Co., Ltd (3,947,788)

2. 主要プレーヤーとそのシェア

²⁵ 日本の漫画のほか、中国・韓国の漫画、タイの漫画、米国の漫画などすべての漫画を含む

コミック市場の主なプレーヤーでは、サイアム・インター社が過半数を占めている(表5-1)。同社は多数の雑誌やラジオ局の運営まで幅広い事業展開をしており、「週刊少年ジャンプ」や「週刊少年サンデー」の提携誌を出版している。バンルー社(Banlue Publication)はタイの漫画だけを扱う出版社である。主力の週刊漫画誌「ヌーヒン」は、月刊でありながら150号を超える長寿作品で、2008年には映画化され話題を呼んだ(Noo-Hin the Movie)。尚、売上が非公開であるため表5-1には掲載されていないが、ヴィブンキッ社(VIBULKIJ CO., LTD)は日本の漫画雑誌を多く扱っている(表5-2)。

表5-1 タイの主なコミック出版社

会社名	売上(2009年) 単位:百万バーツ	URL
Siam Inter Multimedia PCL.	570	www.smm.co.th
Nation Edutainment Co., Ltd.	123	www.ned-comics.com
Banlue Publication Co Ltd	81	www.banluegroup.com
Bongkoch Publishing Co., Ltd	65	www.bongkoch.com
BURAPAT COMICS PUBLICATIONS Co., Ltd.	52	www.burapat.com

(出所) 商務省事業開発局(DBD)のデータを元にジェトロ・バンコクが作成

表5-2 タイで販売されている日本の漫画雑誌一覧

	タイ国内出版元	雑誌名	発行間隔	輸入元
1	Siam Inter Multimedia PCL.	C-KIDS	週刊	日本
2	Siam Inter Multimedia PCL.	D-comics	週刊	日本
3	Siam Inter Multimedia PCL.	COMMICS ZONE	週刊	日本
4	Nation Edutainment Co., Ltd	BOOM	週刊	日本
5	Bongkoch Publishing Co., Ltd	BARBIE	週刊	USA
6	Bongkoch Publishing Co., Ltd	KILALA PRINCESS	週刊	USA
7	Bongkoch Publishing Co., Ltd	PLAYHOUSE DISNEY	週刊	USA
8	Bongkoch Publishing Co., Ltd	WINNIE THE POOH	週刊	USA
9	Bongkoch Publishing Co., Ltd	COMMIC CLUB	週刊	日本
10	Bongkoch Publishing Co., Ltd	DISNEY'S PRINCESS	週刊	USA

11	Bongkoch Publishing Co., Ltd	GALS	週刊	日本
12	Bongkoch Publishing Co., Ltd	PEACH	週刊	日本
13	BURAPAT COMICS PUBLICATIONS Co., Ltd	A-Week	週刊	香港
14	VIBULKIJ CO., LTD	KC.weekly	週刊	日本
15	VIBULKIJ CO., LTD	VIVA! FRIDAY	週刊	日本
16	VIBULKIJ CO., LTD	NeoZ	週刊	日本
17	VIBULKIJ CO., LTD	Trio	週刊	日本
18	VIBULKIJ CO., LTD	Young Friday	月刊	日本
19	VIBULKIJ CO., LTD	Mr.MONTHLY	月刊	日本
20	VIBULKIJ CO., LTD	RINA	月刊	日本
21	VIBULKIJ CO., LTD	NEXT	月刊	日本

(出所) 各社ウェブサイト及び電話ヒアリングを元にジェトロ・バンコクが作成

3. 最近の市場動向

ウィブンキッ社によると、80年代以降、日本のコミックに人気が集まっている状況に変わりはなく、他国(中国、韓国等)からのコンテンツ輸入が増えているといった現象は見られないとのことである。タイで人気が高い作品は日本の人気を後追いついており、特別にタイ独特の現象は見られない。ウィブンキッ社ではここ数年、売上が年々増加している。同社では、中高生が使えるお金が増えていること、また、粗悪な海賊版より正規品をコレクションする傾向が強くなっていること等が理由と見ている。但し、後述するように、インターネットへの流出により、今後売上は激減するかもしれないという危惧を抱いている。

4. 市場の課題と展望

(1) インターネットでの海賊版問題

懸案事項であった紙の出版物としての海賊版は徐々に減少傾向にあるが、新たな問題として浮上しているのがインターネット上に流出する海賊版である。現在、日本で発売される漫画雑誌は、すぐに各国語に翻訳されてネット上に無料でアップされている。www.manga.animea.net は一例であるが、毎日膨大な量の漫画が流出していることが分かる。また、スキャンの精度(解像度の高さ)、翻訳の巧さ、公開までのスピードと、高い品質であることも窺える。某出版社では警察に取り締まりを依頼したが、サーバーがタイ国外にあるため手の打ちようが無いと言われたそうである。また、各出版社はタイ国内の出版に関するライセンスしか保持していないため、国外サーバーにあるこのようなサイトへの法的権利を有していないこともあり、対抗措置を講ずることができないでいる。タイの情報通信技術省(MICT)は王室への不敬、ポルノ等が含まれていないので、当該サイトへのタイからのアクセスを遮断することは出来ないとの見解を示した。タイの出版社は日本側のコンテンツホルダーに対し実効的な対抗措置を求めている。

(2) 性描写、過激な内容への規制

複数の出版社によると、日本の漫画は人気があるが、内容が過激であったり、性描写がオープンであったりするため、タイで出版するには大幅な修正作業が必要になることもあるという。ウィブンキッ社によると、現在、漫画の内容検閲を行う公的機関は設置されていないため、「ぼかしや削除の作業は、各出版社が独自の判断で行っている」という。尚、同社によると、漫画の内容規制に関する政府の委員会結成が検討されているとの情報があったが、文化省に確認したところ、2011年3月時点で具体的な動きは無い。

(3) 携帯配信の試み

携帯電話で漫画を配信する動きも出ている。ウィブンキッ社では2005年から、自社制作の漫画コンテンツを携帯電話で配信²⁶している。携帯電話キャリア最大手のAISによると、2007年実績で50作品の公開、5万回の配信を記録している。現在のところ日本の漫画コンテンツを扱うサービスは無い。

²⁶ www.playcomics.com

5. 外資に対する規制・法的制約

1999年外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。マンガコンテンツ輸入販売や出版は第3表(21)に定められている。

参照:外国人事業法(日本語訳)

<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=722&L=1>

また、マンガの出版は他の出版物と同様、2007年出版登録法に定められた規定に基づき出版を行う。

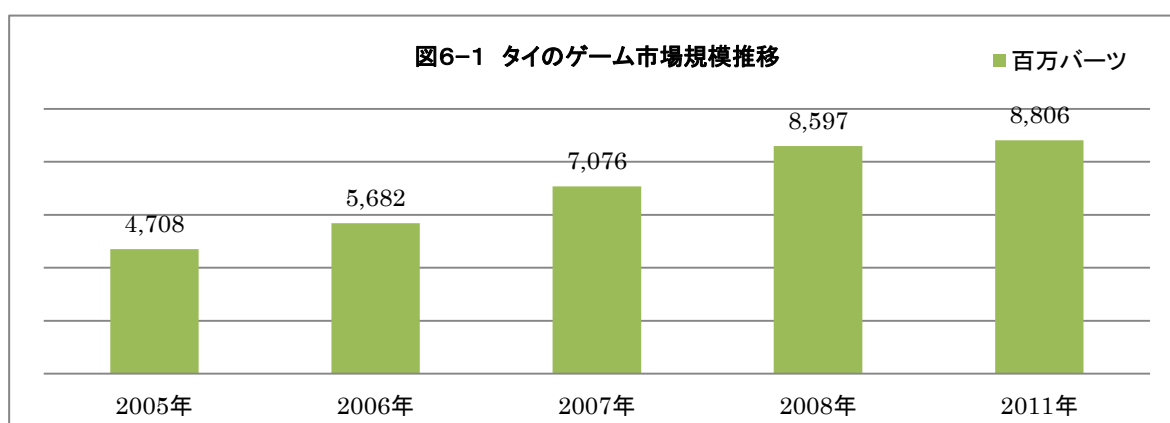
- 2007年出版登録法

新聞やその他の定期刊行誌の取り扱い、表示などについて規定されている。第1章8条には、タイ国内で印刷された定期刊行誌(不定期刊行誌、新聞を除く)には出版社名、印刷業者名、広告主の氏名と住所、国家図書館(National Library of Thailand)登録番号、を明記するよう定められている。また第1章第10条には、王族を侮辱したり不敬な記載があったりした場合、国家警察が出版の差し止めを指示する権利を有することが記されている。

第6章 ゲーム

1. 市場規模

タイのゲーム市場規模は2005年以降、年率5～10%以上の成長を見せ、2011年には88億600万バーツに達している(図6-1)。プラットフォームごとの規模(表6-1)を見てみると、オンラインゲームの構成比が最も高く、2005年の38.2%から2011年の47.6%まで、急激に拡大しており、ゲーム市場の牽引車となっている。SIPAが行った「2011年デジタルコンテンツ調査」によると、2011年のゲーム市場における輸入額は80億5,900万バーツで、市場規模の約91.5%を占めている。尚、同年の輸出額は2億6,100万バーツであった。



(出所)SIPA (Software Industry promotion Agency)及び、携帯電話キャリア(AIS、DTAC、TRUE)へのヒアリングを元にジェトロ・バンコクが作成。

表6-1-a プラットフォーム別ゲーム市場規模の推移

単位:百万バーツ

カテゴリ	2005年	2006年	2007年	2008年	2011年
オンライン	1,800	2,370	2,960	3,700	4,190
モバイル	148	170	195	224	2,012
コンソール	700	850	1,200	1,440	1,259
ハンドホールド ²⁷	250	300	370	455	-
PC(オフライン)	360	392	431	474	254
アーケード	1,450	1,600	1,920	2,304	672
ライセンス	-	-	-	-	419
合計	4,708	5,682	7,076	8,597	8,806

(注1)2009-2010年の統計は無し。

²⁷ ニンテンドーDS や PSP など

(注2)2005-2008年はライセンスの数値無し。2011年はハンドホールドの数値無し。

(出所)SIPA (Software Industry promotion Agency)

表6-1-b プラットフォーム別ゲーム市場規模²⁸(2011年)

単位:百万バーツ

カテゴリ	輸入		国産		輸出		合計	
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	金額	比率
オンライン	3,980	45.2%	126	1.4%	84	1.0%	4,190	47.6%
モバイル	1,810	20.6%	141	1.6%	61	0.7%	2,012	22.8%
コンソール	1,132	12.9%	51	0.6%	76	0.9%	1,259	14.3%
PC(オフライン)	202	2.3%	46	0.5%	6	0.1%	254	2.9%
アーケード	537	6.1%	101	1.1%	34	0.4%	672	7.6%
ライセンス	398	4.5%	21	0.2%	-	-	419	4.8%
合計	8,059	91.5%	486	5.5%	261	3.0%	8,806	100.0%

(出所)SIPA (Software Industry promotion Agency)

2. 主要プレーヤーとそのシェア

TGA(Thai Game Software Industry Association)によると、タイのゲーム開発企業は約30社で、そのうち外資系企業は7~8社と見ている。尚、SIPAによると、CG制作やキャラクター制作等の下請け企業を含めると、ゲーム開発市場の企業数は約120社と見ている。

表6-2 タイの主なゲーム制作会社

会社名	売上(2009年)		カテゴリ	URL
	単位:バーツ			
Cyber Planet Interactive PCL.	58,212,247	PC、モバイル、コンソール	www.cpigames.com	
Digicrafts Co., Ltd.	36,906,996	オンライン、モバイル	www.digicrafts.com	
Sanuk Software Co., Ltd.	22,288,117	モバイル、コンソール	www.sanukgames.com	
One-net Co., Ltd.	12,307,631	PC、オンライン	www.onenet.co.th	
Debuz Co., Ltd.	8,701,290	オンライン、モバイル	www.debuz.com	

(出所)SIPA へのヒアリングで名前があがった企業を中心に、商務省事業開発局(DBD)のデータと照合しジェ

²⁸ ここでは輸入+国産+輸出の合計

ロ・バンコクが作成

表6-3 タイの主なゲーム販売会社(ライセンス販売)

会社名	売上(2009年) 単位:バーツ	カテゴリ	URL
Asiasoft Corporatin PCL.	984,513,065	オンライン、PC、コンソール	www.asiasoft.co.th
Ini 3 Digital Co., Ltd.	174,122,295	オンライン、アーケード	www.ini3.co.th
Golden Soft 2006 (Thailand) Co., Ltd.	142,224,809	オンライン	www.goldensoft.co.th
NC True Co., Ltd.	109,239,800	オンライン	www.nctrue.com
Galaxy Edu-Hitech Co., Ltd.	94,007,245	アーケード	www.galaxy.co.th

(出所)SIPA へのヒアリングで名前があがった企業を中心に、商務省事業開発局(DBD)のデータと照合しジェ

ロ・バンコクが作成

3. 最近の市場動向

TGA(Thai Game Software Industry Association)では、タイのゲーム市場の3分の1以上を占めるオンラインゲームが今後更に拡大すると見ている。バンコクを中心に家庭向けのADSL回線速度が向上し、価格も大幅に下がっていることが理由である²⁹。

また、TGAではモバイルゲームの市場も今後拡大すると見込んでいる。日本向けのモバイルゲームを開発している現地企業³⁰によると、携帯電話やiPad向けのモバイルゲームは、従来のゲームユーザーとは異なるセグメントに属しているとのことである。オンラインゲームやコンソールゲームでは何時間もプレイし続けるようなヘビーユーザーが多いが、モバイルゲームのユーザーは、電車やバスの待ち時間などの数分程度しかプレイしないため、新たな市場であるとの認識である。大手オンラインゲーム販売会社のNC Trueでは、日本のソーシャルゲームがタイ市場へ参入すれば成功すると見ている。尚、2008年のタイの携帯電話加入件数は約6,210万件で、Non-Voice VAS(通話以外の付加価値サービス)による売上は、大手3社で約293億バーツにのぼる。

オンラインゲームとモバイルゲームが今後拡大していくと見る理由には、SIPAが2008年に行ったアンケート(15歳から29歳の男女500名)によるところが多い。何らかのゲーム機(パソコンや携

²⁹ 大手ISPのTRUEの場合、下り6MBで月額599バーツ、同16MBで月額2,299バーツ。地域限定であるが、最大40MBの高速サービスも開始されている。

³⁰ ACE Technology社(日系企業)。FLASHを使用した携帯電話向けコンテンツをバンコクで開発。

携帯電話を含む)を持っていると答えたのは 73.5%であるが、ゲーム機の機種ではパソコンが 67.7%、携帯電話が 26.5%であった。プレイステーション 2 は 15.1%、PSP は 12.0%、ニンテンドーWii は 3.1%、Xbox は 1.9%であった。コンソールゲームはパソコンや携帯電話には大きく水を空けられている事が分かる。このことから、タイのゲーム市場の主なプラットフォームはパソコンであり、今後スマートフォンの普及に伴い携帯電話が拡大していくと予測されている。NC True によると、タイでオンラインゲームが圧倒的なシェアを誇っているのは、事業者側の事情もあるという。PC ゲームでは海賊版を入手しさえすれば容易にプレイでき、コンソールは本体価格がネックとなって普及していない。しかし、オンラインでは海賊版を気にせず、オンラインで課金が可能なため、事業者側はオンラインゲームを中心に事業を展開している。

また、オンラインゲームのインストラクションであるが、NC True によると、同社が展開しているゲーム(6 作品)は全てタイ語である。

4. 市場の課題と展望

(1) 内容規制

2008 年にタイの児童が引き起こした事件を契機に、ゲーム内容の規制強化も強まっている。この事件は、ゲーム代欲しさにタクシー運転手を殺害するという凶悪なものであった。また犯行後に「Grand Theft Auto というゲームで犯行の手口を学んだ」と供述したことから、文化省は急遽関連企業を集めた会議を開き、ゲームの内容規制を検討した。その結果、2008 年映画映像法(Film and Video Act B.E.2551)及び、2009 年映画内容規制に関する省令(Ministerial Regulation- License, Issued under the 2008 Films and Videos Act Classifies)のレーティング対象にゲームを含め、対象年齢を以下のように規定した。

表6-4 タイの主なゲーム販売会社(ライセンス販売)

分類	対象年齢
3+	3 歳以上
6+	6 歳以上
13+	13 歳以上
15+	15 歳以上

18+	18 歳以上
一般	成人

(2) 違法コピー問題

SIPA が 2008 年に行ったアンケート(15 歳から 29 歳の男女 500 名)では、ゲームソフトの購入に「違法コピーしか購入しない」と答えたのが 44.6%にも上った。「正規品しか購入しない」と答えたのは僅か 12%に過ぎなかった。

(3) 国内の開発スキル

TGA によると、タイのゲーム開発業者はまだ国際競争力が無く、完全な輸入超過の状態であることが問題の一つと認識されている。2008 年の国内の開発市場は約 6 億 8,900 万パーツで、市場全体の約 7.5%に過ぎない。このうち輸出額は 4 億 2,700 万パーツで、開発市場の 6 割を超える。このため TGA では、タイの開発業者の多くはコンテンツの輸出ではなく、海外のディベロッパーからの下請け制作にとどまっていると見ている。尚、SIPA が 2008 年に行ったアンケート(15 歳から 29 歳の男女 500 名)によると、タイ国産ゲームをやったことがあると答えたのは僅か 19%であった。

(4) 政府は振興策におよび腰

TGA によると、タイのゲーム産業の問題点として、政府の振興策が明確でないことをあげている。これは既に述べたようなゲームに関わる青少年犯罪の発生や、保護者からのゲームに対する批判的な意見が多いことが原因である(ゲーム開発を奨励することで、子供がゲームにはまり込み易くなるという意見が出ている)。

5. 売れ筋作品

インターネットゲーム店でのヒアリングによると、韓国作品の「リネージュ(Lineage)」や「Aion(タワー オブ アイオン)」、中国作品の「Fantasy Westward Journey」などの MMORPG³¹の人気の高い

³¹多人数同時参加型オンライン RPG

ようである。尚、オンラインゲームのタイトル別売上の統計が無いため、以下に主な販売会社が扱うオンラインゲームを掲載する(表6-4)。

表6-5 タイで正規販売されているオンラインゲーム

会社名	タイトル
Asiasoft Corporatin PCL.	Ragnarok Online、Maple Story、Yulgang、Audition、Play Arcade、Granado Espada、Darkness And Light、Cabal、Free Style、Ghost Online、Sudden Attack、Dekaron、Aika Online、Atlantica Online、TwelveSky 2、Rohan Online
Ini 3 Digital Co., Ltd.	Fly For Fun (Flyff)、Pangya、Yogurting、Fanta Tennis、Rebirth、Pucca Racing、Black Rogur、WAR2
Golden Soft 2006 (Thailand) Co., Ltd.	Dream of Mirror、R5ay City
NC True Co., Ltd.	Legend of Fighter、Lineage II、Crazy Mon Racing、Point Blank

(出所) 各社ウェブサイト及びヒアリングを元にジェトロ・バンコクが作成

6. 外資に対する規制・法的制約

(1) 制作に関する規制

タイ投資委員会(BOI)は投資奨励法に基づき、タイ地場企業、外資企業に対して直接投資を奨励している。特に外資企業の場合、BOI 恩典事業に認可されると外国人事業法による外資規制の枠から外れ、外資 100%での操業が可能となる。BOI の認可を受けることで、法人所得税の減免税、機械・設備の輸入税の減免税、輸出製品用原材料の輸入税免税、国内販売製品用原材料の輸入税減税、技術者・専門家および家族の入国・外国人就労許可に関する便宜といった恩典が得られる(事業の内容に応じて受けることのできる恩典が異なる)。このうち、5 類: 電子・電気部品の中に規定される「5.8.2 デジタル・コンテンツ(5) Game; Window based, Mobile platform, Console, PDA, Massive Multi-Player, Online Game」が当該事業となりえる。実際に BOI の枠組みでインターネット取引を考える際には、当該事業内容について BOI と相談することが推奨される

※詳しくは BOI のウェブサイトを参照のこと。

http://www.boi.go.th/english/services/guide_jp.pdf

(2) 販売に関する規制

1999年外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。ゲームの販売サービスは第3表(21)に定められている。

参照:外国人事業法(日本語訳)

<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=722&L=1>

1956年(2008年改正)商業登録法(Commercial Registration Act B.E. 2499)では商業登録の義務がある13事業のうち、(11)ゲームサービス業があげられている。当該事業を営むにあたっては、管轄当局へ申請し営業許可を受ける必要がある。

(3) 内容に関する規制

ゲームを含む映像のレーティング(対象年齢)の内容規制については以下の法令に定められている。

- 2008年映画・映像法(Film and Video Act B.E.2551)
- 2009年映画内容規制に関する省令(Ministerial Regulation- License, Issued under the 2008 Films and Videos Act Classifies)

(4) その他の関連法

① 2005年CD製造法(Optical Disc Production Act.B.E.2548)

CD(ゲーム)の製造(プレス)における手続きについては、以下の法令において定められている。第1章第2条にCDプレス発注時に著作権者が商務省知的財産局(DIP)に提出しDIPコードを申請するためには、著作権者の氏名・住所、製作者の氏名・住所、音源の詳細を提出する必要があることが定められている。

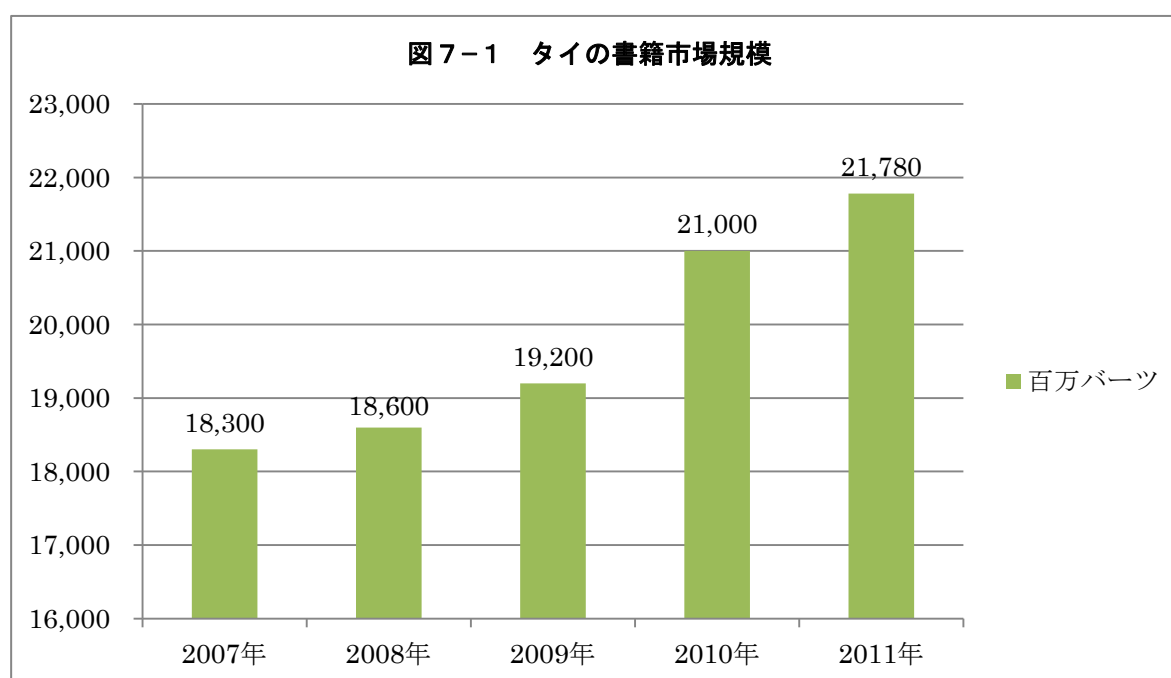
② 2001年電子商取引法(Electronic Transaction Act B.E.2544)

楽曲のダウンロードサイトなど、インターネットにおける商取引に関して法令にて定められている。

第7章 書籍・雑誌

1. 市場規模

タイの書籍市場規模は、PUBAT（タイ国出版社・書籍販売業者協会／The Publishers & Booksellers Association of Thailand）によると、2007年の183億バーツから2011年の217億8,000万バーツへ、約19%増加している。この数値はPUBAT会員企業（2011年は562社）のみを対象としており、必ずしも市場全体の規模を表してはいないが、同協会の会員企業数は出版業界の80%以上、販売額では90%以上をカバーしている。尚、2012年の書籍新刊タイトル数は、3万1,237タイトルである（表7-1）。PUBATによると、2013年は約5%の成長率を予測しており、市場規模はおよそ228億バーツになると見込んでいる。



（出所）PUBAT（タイ国出版社・書籍販売業者協会／The Publishers & Booksellers Association of Thailand）

（注）コミックは含まれる。雑誌・新聞は含まれない。

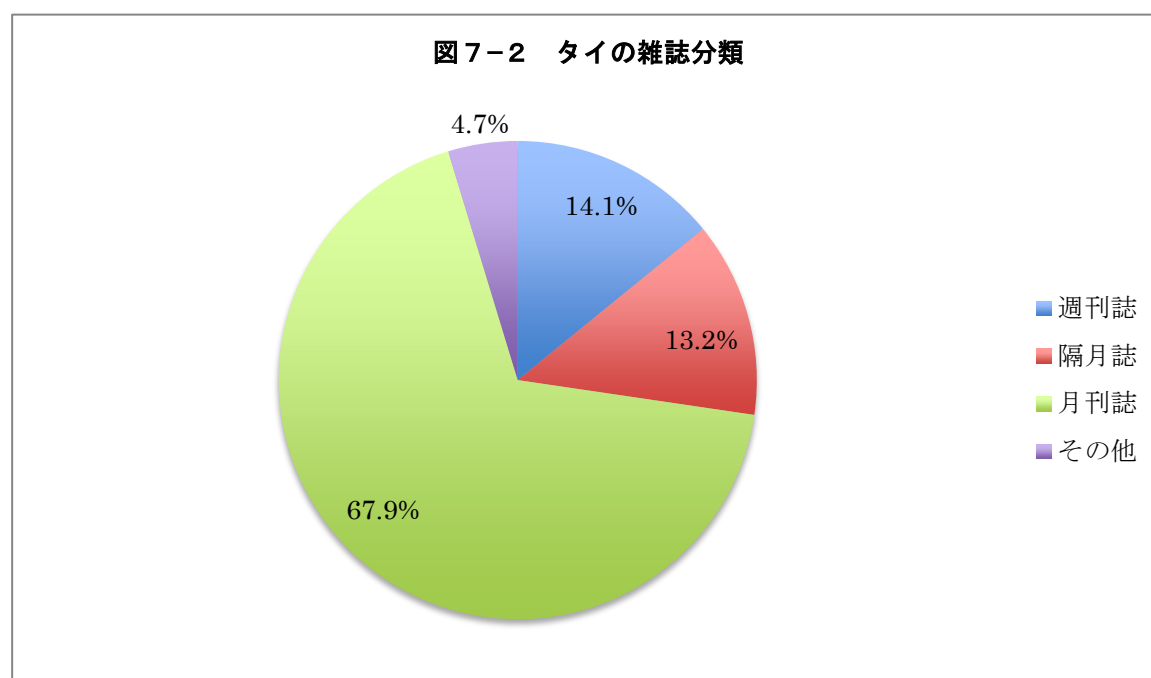
表7-1 書籍新刊タイトル数（ISBN登録数推移）（単位：タイトル）

2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
26,839	26,745	28,289	28,749	31,237

（出所）タイ国立図書館（The National Library of Thailand）

一方、雑誌の市場規模は公的なデータは無く、TMAT(タイ雑誌協会/The Magazine Association of Thailand)でも把握していない。大手出版社のインスパイア³²によると、タイでは雑誌の発行部数の監査を受けることが無く、正確な発行部数の公表がなされていないことが理由としている。また、新刊、廃刊の動きが激しいことも背景にある。尚、インスパイアによると、雑誌広告の市場規模は約49億バーツ(2012年)で、前年比マイナス13%である。広告市場全体に占める割合は、約4.5%である。

ニールセン・メディア・リサーチによると、2012年のタイの雑誌タイトル数は234誌で、月刊誌の割合が67.9%と最も高い(図7-2)。



(出所)ニールセン・メディア・リサーチ、2012年

³² Inspire Entertainment Co.,Ltd.

2. 主要プレーヤーとそのシェア

(1) 出版社

PUBAT によるとタイの出版事業社数は 700 社以上で、PUBAT 会員企業数は 577 社 (2012 年) である。この内、上位 12 社が市場の約 6 割を占有している。シー・エド (Se-Education Public Co., Ltd.) が最大手であるが、同社の中核事業は書籍の流通・小売で、自社出版物の売上構成比は約 6.9%³³ である。教育関連書籍、ハウツー本を中心に出版している。日本コンテンツの翻訳出版はほとんど見受けられない。アマリン (Amarin Printing And Publishing Co., Ltd.) は、書籍・雑誌ともに出版しており、日本コンテンツの翻訳出版も多い。グループ企業の Amarin Book Center Co., Ltd. が、書店「ナイン」を展開している。ネーション (Nation Multimedia Group PCL.) は、英字紙「Nation」の発行を中核とし、書籍やコミックスでは日本コンテンツの翻訳出版も豊富である。読売新聞国際版の印刷も行っている。

表7-2 タイの主な出版社

(単位:百万バーツ)

社名	メイン	売上 (2010 年)	売上 (2011 年)
Se-Education Public Co., Ltd.	書籍	5,054	5,441
Amarin Printing And Publishing Co., Ltd.	書籍・雑誌	1,845	1,911
Nation Multimedia Group PCL.	書籍・新聞	1,905	1,084
Aksorn Charoen Tat Act. Co., Ltd	書籍	917	974
Siam Inter Multimedia Public Co., Ltd.	書籍	577	635
True Digital Contents And Media Co., Ltd.	雑誌	380	548
Inspire Entertainment Co., Ltd.	雑誌	483	489
Nanmee Books Co., Ltd.	書籍	522	474
Jamsai Publishing Co., Ltd.	書籍	389	408
Pailin Booknet PCL.	書籍	-	346
Wattana Panich Co., Ltd.	書籍	340	310
Rak Luk Group Co., Ltd.	雑誌	251	291
12 社合計	-	-	12,911

(出所) PUPBAT 及び商務省事業開発局 (DBD)

³³ Annual Report 2011, Se-Education PCL.

(2) 書店

PUBAT によると、タイの書店は全国で約 2,500 店³⁴数。その大半が伝統的小売店であり、取扱商品も雑誌が中心で、書籍はほとんど扱っていないのが現状である。表 7-3 はタイの主な書店である。最大手はシー・エド・ブックセンターで、全国に約 500 店舗を展開している。販売書籍のうち自社出版の書籍が占める割合は約 8% である。同社は科学・技術・教育関連の書籍を主に出版しているため、取扱商品も教育関連や自己啓発の品揃えが豊富である。ナインも大手出版社アマリン傘下の書店である。全国に 200 店舗を展開。扱い書籍は主に自社出版の書籍で、雑誌の品揃えが豊富なことが特徴と言える。B2S は流通・小売大手のセントラルグループが展開する書店で、書籍の扱いは約 60%、残りはステーションナリー、雑貨、CD、DVD などである。以上の 3 書店が全国展開している書店グループである。アジア・ブックスは主に洋書(英語書籍)を扱い、バンコクのみを展開。ナンミー・ブックスは、児童書、児童用教育グッズを中心に販売しており、こちらもバンコクのみ。チュラロンコン・ブックセンターはチュラロンコン大学が運営しており、全国展開しているものの、店舗数は少なく、学術書や英語書籍がメインとなっている。紀伊国屋はバンコクの百貨店に 3 店舗展開。日本語、中国語、英語、タイ語の書籍を豊富に取り揃えている。

雑誌は主に露店での販売が中心で、大手出版社のインスパイアによると、雑誌の販売チャンネルは、7割が伝統的小売店である。

表7-3 タイの主な書店

書店名	URL	店舗数
SE-ED Book Center(シー・エド・ブックセンター)	www.se-ed.com	約 500
Nai-In(ナイン)	www.naiin.com	約 200
B2S(ビー・トゥー・エス)	www.b2s.co.th	79
Asia Books (アジア・ブックス)	www.asiabooks.com	11
NAMMEE Books (ナンミー・ブックス)	www.nanmeebooks.com	8
Chulalongkorn Book Center(チュラロンコン・ブックセンター)	www.chulabook.com	7
紀伊国屋	www.kinokuniya.com/th/	3

(出所)各社へのヒアリング

³⁴ PUBAT へのヒアリングによる。



(写真) 露店の雑誌・新聞販売店

3. 最近の市場動向

(1) E-Book

タイの E-Book は Kindle などのデバイスが国内で正式販売されていないこともあり、普及は進んでいない。アマリンでは書籍の E-Book 化には至っておらず、コンテンツは雑誌のみである。ネーションでは一部の国内書籍を E-Book 化しているが、iOS のみ対応で、アンドロイド OS には対応していない。日本の書籍の翻訳を扱う同社によると、日本の出版社は E-Book による販売を許可してくれないようである。その中で、2013 年 3 月に、日本コンテンツの E-Book 化第一号として、講談社のコミックを発売する予定である。

販売チャンネルは大手携帯キャリアの AIS による「AIS Book Store³⁵」と同 TRUE による「TRUE Bookstore³⁶」のみとなっている。尚、タイの E-Book のファイル形式は PDF である。

(2) 新たな販売チャンネル

全国で約 2,500 店しか無いと言われるタイの書店。その中で新たな販売チャンネルとして期待されているのが、コンビニエンスストアのセブンイレブンである。「ブックスマイル(Book Smile)³⁷」というサービス名のもと、2001 年から E コマースと店頭販売の双方で書籍の扱いを始めており、6,000 店舗を超える実店舗を背景に書籍の販売を拡大させている。出版各社も

³⁵ <http://www.aisbookstore.com>

³⁶ <http://book.truelife.com/>

³⁷ サービス開始当初は「7-Today」というサービス名。2008 年に名称変更。

この販売網に注目しており、ブックスマイル限定の書籍を販売するなど新たな試みが生まれている。2 万部で「ベストセラー」と言われるタイの出版界で、アマリンでは販売部数を「数十万単位まで上げる³⁸」ために「ブックスマイル・プロジェクト」を立ち上げた。ブックスマイル限定に自社の書籍を再編集、廉価版として 59 パーツで販売したところ爆発的な販売部数を記録した。現在までにブックスマイル向けに販売した書籍は 4 タイトル(表 7-4)。合計 50 万部の販売を達成し、現在も数字を伸ばしている。シー・エドでは、今まで書店で購入していた客層は中間層以上であったが、セブンイレブンで販売することにより、今まで読書をしてこなかった層への販売網を確立できたと見ている。

表7-4 アマリンが出版したブックスマイル向け書籍

タイトル	定価(パーツ)	販売部数
ナイルアン・コーン・ラオ(わたしたちの国王)	59	15 万部
プッタ・プラワット(仏教の歴史)	59	15 万部
タンマパールアイ(徳行が財を招く)	59	10 万部
プラアーノン(アーノン僧)	59	10 万部

(注)タイトルの日本語訳は意訳。販売部数は 2013 年 1 月現在。

(出所)アマリンへのヒアリング

オンラインによる販売も、出版及び書店各社が取り組んでいる(販売サイトは表 7-3 の URL 参照)。シー・エド・ブックセンターでは、同社のサイトへの月間アクセス数は約 500 万件³⁹としている。同社の書店(実店舗)面積は平均 220 平米と小規模であり、在庫を全て陳列できない状況である。このような問題へのソリューションとして、オンライン販売は有効と捉えており、売上に十分貢献しているという。書籍の受取に実店舗を指定する場合は送料無料、郵送の場合は有料(600 パーツ以上の注文で送料無料)である。

(3) 海外コンテンツ

大手書店シー・エド・ブックセンターの翻訳本の比率は約 12%⁴⁰。海外コンテンツの翻訳で最も多いのは米国や英国の英語書籍である。ネーションによると、同社の海外コンテンツの国籍比率は、英語圏 80%、日本及びその他 20%である。アマリンの海外コンテンツの国籍

³⁸ アマリンへのヒアリングによる。

³⁹ ユニーク IP

⁴⁰ Se-Education PCL.へのヒアリングによる。

比率は、欧米 60%、韓国 20%、日本 15%、中国・台湾 5%である。英語圏の書籍で翻訳の需要が高いジャンルは、ビジネス関連書籍、小説、IT 関連、ディズニー作品などの児童書である。また、シー・エド・ブックセンターによると、韓国コンテンツでは英語学習教材や児童向け小説などが多く翻訳されているという。日本のコンテンツでは、ネーションによると、自己啓発、実用書、健康、美容などの人気が高いという。但し、日本翻訳書籍を多く扱っていた BLISS Publishing が出版事業から撤退し、日本のコンテンツのプレゼンスは年々減ってきているのも事実である。

(4) 日本のコンテンツ

表7-5 アマリンの日本コンテンツ出版事例(同社のベストセラー10位以内のみ)

タイトル	年	定価	販売部数	売上(パーツ)
鏡の法則	2008	109	10,786	1,076,950
B型自分の説明書	2009	95	7,431	661,708
O型自分の説明書	2009	95	7,429	660,868
ミネラル豆乳ダイエット	2010	155	7,585	1,079,844

(出所)アマリン

表7-6 ネーションの日本コンテンツ出版事例

タイトル	年
日本茶カテキンダイエット	2011
脳がみるみる甦る 53 の実践	2011
脳を鍛える大人の計算ドリル3	2011
3時間で1052万円稼ぐ! トップスピード・マーケティング	2011
流星の絆	2011
白夜行	2011
夜明けの街で	2011
女子大生会計士の事件簿<DX.4>	2011
まんがで読破 レ・ミゼラブル	2011
まんがで読破 資本論	2011
もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら	2012

まんがで読破 君主論	2012
まんがで読破 ドン・キホーテ	2012
山手線ぐるり おみやげ散歩	2012
TOKYO 地下鉄ぐるり おみやげ散歩	2012
『徹底反復 プレ百ます計算』	2012
『徹底反復 百ます計算2 2けたと1けた』	2012
『徹底反復 新計算プリント』	2012
脳を鍛える大人の計算ドリル 4	2012
脳をきたえる習慣術	2012
人間まるわकारいの動物占い	2012
相性まるわकारいの動物占い	2012

(注)販売部数及び売上は非公開。

(出所)ネーション

表7-7 タイ国内でライセンス出版されている日本雑誌例

誌名	カテゴリ	タイ出版社	創刊年
Option Thailand	車輜	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2010
Best car	車輜	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2012
Ray	美容・ファッション	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2006
S-Cawaii!	美容・ファッション	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2005
Vivi	美容・ファッション	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2010
Popteen	美容・ファッション	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2011
Garage Life (季刊誌)	車輜	Grand Prix International Co.,Ltd.	2012
VoCE	美容・ファッション	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2013 創刊予定
GENROQ	車輜	Inspire Entertainment Co.,Ltd.	2013 創刊予定

(出所)ジェトロ・バンコク調べ

4. 市場の課題と展望

(1) 読書人口

PUBATによると、タイ人が1年間に読む書籍(コミック含む)は5冊。出版業界にとっての一番の課題は、読書人口をいかに増加させるかだという。特に地方では書籍に触れる着替えさえ無い人口が多く、書店網の整備、図書館の充実などが求められている。政府は「ブック・キャピタル・キャンペーン」と銘打って、2012年に8,000万バーツの予算を組み、読書の啓蒙事業に取り組むとしたが、適正な予算の使用が見受けられないとの批判もある⁴¹

(2) 20年変わらない書籍の価格

シー・エドによると、この20年で印刷・用紙、人件費、輸送費のコストが上昇しているにもかかわらず、書籍の販売価格に変動がないという。同社によるとタイの消費者は読書への投資に理解が少なく、書籍に対する付加価値を認めていない傾向にあるという。このため、海外のコンテンツを翻訳出版する場合、ライセンス料が販売価格に見合わないため、扱いたいコンテンツがあっても出版までこぎ着けないことが多々あるという。

5. 売れ筋作品

表7-8 シー・エド・ブックセンターのベストセラー(2011年)

順位	タイトル名	カテゴリ	出版社	定価
1	苦しみを乗り越えて幸せが降ってくる	宗教	PRAN PUBLISHING	99
2	飛行機で、ドライブで	観光	タイ国政府観光局	50
3	愛の分析	自己啓発	THEE NUM THEE THAA	195
4	(★)パーシー・ジャクソンとオリンポスの神々-魔海の冒険	文芸	JAMSAI	189
5	人生コンパス第3巻-幸福の法則	哲学	KHEM TID CHIVIT	99
6	(★)パーシー・ジャクソンとオリンポスの神々-盗ま	文芸	JAMSAI	239

⁴¹ マスコミでは関連事業の汚職などが報道されていた。

	れた雷撃			
7	(★)テイルズランド 第1巻(コミックス版)	コミック	SE-EDUCATION	169
8	(★)パーシー・ジャクソンとオリンポスの神々-タイタンの呪い	文芸	JAMSAI	199
9	日常の英会話(コミック版/MP3 付属)	教育	MIS SOFTECH	169
10	ベン 10(コミック) 第1巻	コミック	WORKPOINT	59

(注1)タイトルの日本語は意訳。タイトルの(★)印は、翻訳本。(注2)部数は非公開。

(出所)シー・エド・ブックセンター

表7-9 アマリンのベストセラー(2012年)

順位	カテゴリ	定価	販売部数	売上(パーツ)
1	宗教	119	23,623	2,673,652
2	実用書(風水)	99	13,764	1,287,327
3	(★)ノンフィクション(韓国コンテンツ)	199	11,696	2,197,144
4	(★)美容(韓国コンテンツ)	215	10,880	2,200,128
5	宗教	129	10,257	1,246,707
6	旅行ガイド(中国)	139	9,578	1,257,354
7	実用書(ヨガ)	195	9,283	1,709,168
8	旅行ガイド(日本)	129	9,190	1,111,494
9	旅行ガイド(ソウル)	129	8,615	1,051,758
10	実用書(ガーデニング)	79	8,442	635,466

(注)タイトルの(★)印は翻訳本。

(出所)アマリン

6. 外資に対する規制・法的制約

1999年外国人事業法(Foreign Business Act B.E.2542)に基づき、規制業種を3種類43業種に分け、それらの業種への外国企業(外国資本50%以上)を規制している。書籍の輸入販売や出版は第3表(21)に定められている。

参照: 外国人事業法(日本語訳)

<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=722&L=1>

また、書籍の出版は 2007 年出版登録法に定められた規定に基づき出版を行う。

- 2007 年出版登録法

新聞やその他の定期刊行誌の取り扱い、表示などについて規定されている。第 1 章第 8 条には、タイ国内で印刷された定期刊行誌(不定期刊行誌、新聞を除く)には出版社名、印刷業者名、広告主の氏名と住所、国家図書館(National Library of Thailand)登録番号、を明記するよう定められている。また第 1 章第 10 条には、王族を侮辱したり不敬な記載があったりした場合、国家警察が出版の差し止めを指示する権利を有することが記されている。

アンケート返送先 FAX : 03-3582-5309

e-mail : ORA@jetro.go.jp

日本貿易振興機構 海外調査部 調査企画課宛

JETRO

● ジェトロアンケート ●

調査タイトル：タイのコンテンツ市場調査

今般、ジェトロでは、標記調査を実施いたしました。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：今回、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？（○をひとつ）

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

(<http://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。

～ご協力有難うございました～