

UAEのコンテンツ市場に関する調査

2010年3月

日本貿易振興機構(ジェトロ)
海外市場開拓部

本報告書に関する問合せ先：
日本貿易振興機構（ジェトロ）
海外市場開拓課
〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32
TEL： 03-3582-5313
FAX： 03-5572-7044
E-mail： OMA@jetro.go.jp

【免責条項】

ジェトロは本レポートの記載内容に関して生じた直接的、間接的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロがかかる損害の可能性を知らされていても同様とします。

© JETRO 2010

本報告書の無断転載を禁ずる

アンケート返送先：〈FAX〉 03-5572-7044

ジェトロ 海外市場開拓課宛

● ジェトロ海外マーケティング調査報告書のご利用アンケート ●
～「UAEのコンテンツ市場に関する調査」～

■ ジェトロでは将来の市場として、潜在的需要が高い可能性のある国や地域のマーケット情報を日本の中堅中小企業の方々に紹介することを目的に本調査を実施いたしました。報告書をお読みいただいた後、是非アンケートにご協力をお願い致します。

■ 質問 1： 今回、本報告書で提供させていただきました「UAEのコンテンツ市場に関する調査」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： 上記のように判断された理由、またその他本報告書に関する感想をご記入ください。

■ 質問 3： その他、ジェトロへの今後のご希望等がございましたら、ご記入願います。

貴社・団体名	
部署名	

★ご記入頂いたお客様の情報は適切に管理し、ジェトロのサービス向上のために利用します。お客様の個人情報保護管理者：海外市場開拓課長
TEL:03-3582-5313

★日本貿易振興機構(ジェトロ)海外市場開拓課 〒107-6006 東京都港区赤坂 1-12-32 アーク森ビル 6 階 Eメール：OMA@jetro.go.jp

はじめに

近年、経済成長が著しいUAEは日本の消費財輸出市場としても関心が高まっており、日本のコンテンツ産業も関心を示している。

しかし、UAEはイスラム教国でもあり、日本企業にとっては、市場の概況や規制を知ることすら難しい。

今回、ジェトロでは、このUAEのコンテンツ市場を俯瞰するため、二つの方法で調査を行った。一つは現地の調査会社へ関連データを主体とした調査の委託、二つ目は日本人の業界関係者を専門家として現地に派遣し、日本製コンテンツ参入の可能性を調査した。二つの方法で調査を行うことにより、現地の見方と日本人専門家の見方を複合し、UAEの実情をより正確に把握することができると考えた。日本人専門家による報告書は、ジェトロ・ウェブサイトに掲載予定である。

本調査は調査会社に委託したものである。本調査により、日本人ではなかなか実態がつかみにくい規制の実態が明らかになった。

例えば、UAEはアラブ諸国の中では規制が緩やかと考えられているが、実際には米国アカデミー賞受賞作品である「ブロークバック・マウンテン」でさえも同性愛を扱うということで上映禁止になっているなど、やはり戒律の影響は大きい。

また、テレビでは、衛星放送が力を持っており、このため、最大の市場であるサウジアラビアの厳しい基準をクリアしないとなかなか放映が難しいことも判明した。

それでも現地紀伊國屋書店などでは日本のアニメのDVDや英訳されたコミックスが多く売られており、日本のコンテンツのファンは確実に存在する。

ゲームはよりポテンシャルの高い市場である。ただし、UAEではFacebookやTwitter, You Tubeなどのプラットフォームの一部はアクセス制限されることからわかるように、規制についても考えなくてはいけないということがわかる。

目次

UAEのコンテンツ市場

メディアコンテンツ市場

テレビコンテンツ市場

商業映画コンテンツ市場

ゲームコンテンツ市場

コンテンツ規制基準

UAEの日本アニメ市場

アニメ放送(テレビ)のトレンド

機会評価

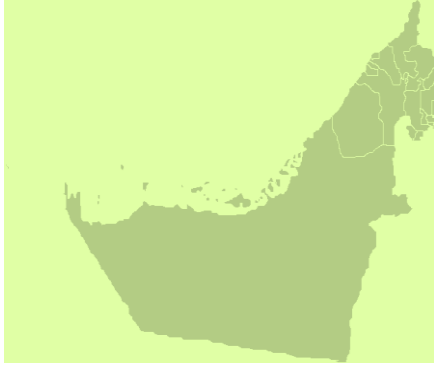
日本アニメのキャラクター付商品

UAEで流通する日本アニメDVD

UAEで日本のアニメを放送している公式ウェブ

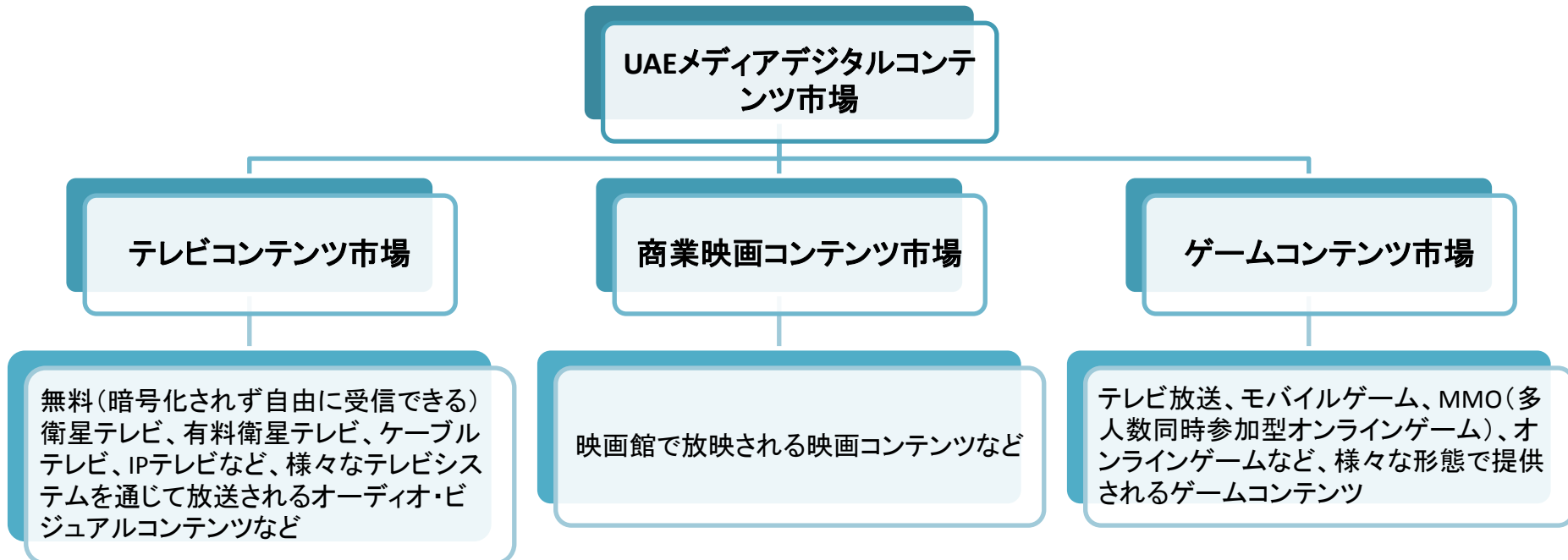
■メディアコンテンツ市場

・概略



UAEの人口構成は非常に独特で、若年層の割合が多く、全人口の80%以上を外国人が占める。メディアコンテンツ消費者の大きな基盤を構成する外国人は、多様な文化的背景、言語、および消費パターンを持ち、様々なメディアプラットフォームにとって重要な市場と言えるだろう。

UAEデジタルメディアコンテンツ市場の主な形態



■メディアコンテンツ市場

・市場の成長

UAEにおけるメディアの浸透度 - 2009 (%)¹



アラブ地域の中で最もメディアの浸透度が高く、メディア・フリーゾーンの数が多いUAEは、メディアコンテンツ市場にとって大きなマーケット。

UAEにおいてコンテンツ市場の需要を推進する要因²

- 強力な経済
 - UAEは2009年に、2280億米ドル相当のGDPを記録した
 - 2009年にはアラブ地域において、国民一人当たりのGDPがカタールに次いで第2位となった
- 若年層が主力を握る消費者ベース
 - UAE全人口の約50%が30歳未満
- メディア・フリーゾーン
 - UAEはメディア・フリーゾーンの数が多い
 - ドバイ・メディアシティ
 - ドバイ・スタジオシティ
 - フジャイラ・クリエイティブシティ
 - 国際メディアプロダクションゾーン
 - RAKメディアシティ
 - Twofour54
- 高いメディア浸透度
 - UAEはメディア浸透度が高く、テレビ、商業映画、お遊びゲームコンテンツに巨大な市場機会を提供している

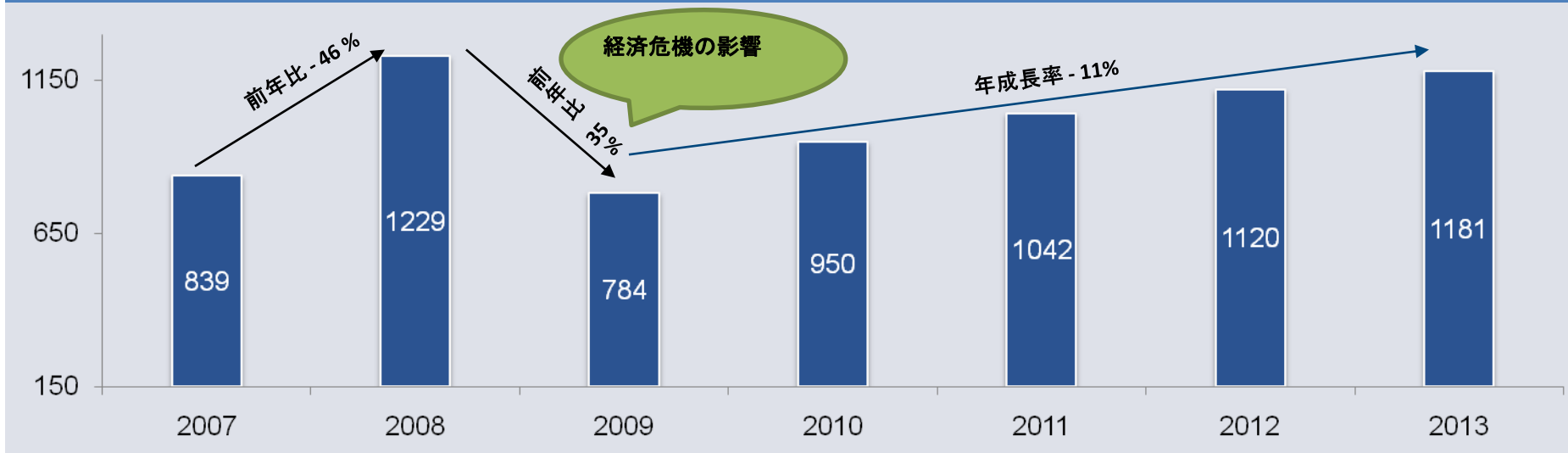
Copyright © 2010 JETRO. All rights reserved.

資料: 1. ドバイ・プレスクラブ; 2. ドバイ・プレスクラブ * 専門家インタビュー

■メディアコンテンツ市場

・広告収入

広告収入予想 UAE- 2007-2013 (単位100万米ドル)¹

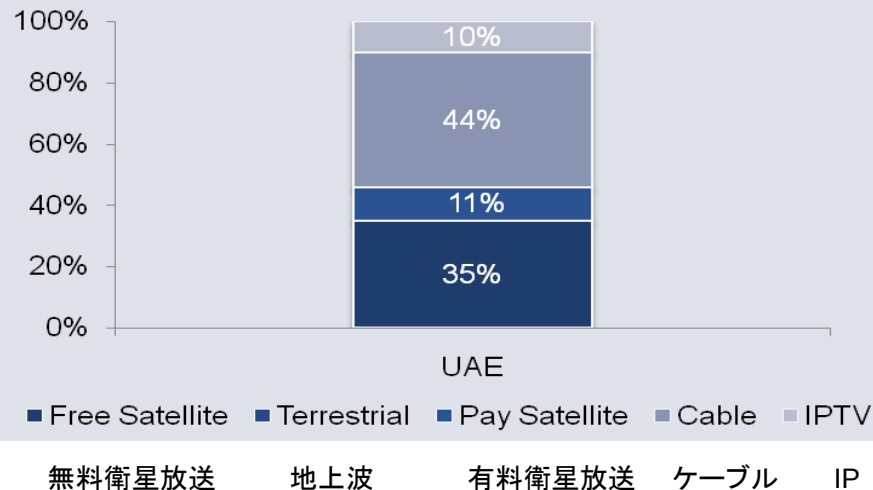


- 2009年の経済危機による広告収入の落ち込みにも関わらず、アラブ地域の広告収入予想は成長の見通しで、2009年から2013年にかけて年成長率8.4パーセントの予想
- 世界不況によりUAEでもメディアコンテンツ市場の広告収入が大幅に落ち込み、2008年に12億2900万ドルであったものが、2009年には35%減の7億8400万ドルとなっている。この減少は不況の影響を最も受けた不動産と銀行の二大部門に起因する。
- しかし経済回復とともに、メディアコンテンツ市場（印刷媒体、ラジオ、インターネット、テレビ）は成長が期待される。メディア広告収入も年成長率11パーセント増の見通しであり、2009年の7億8400万ドルが2013までには12億ドルになると予想される¹

■テレビコンテンツ市場

・概略

TVプラットフォーム別浸透度 - 2008 (%)¹



- テレビコンテンツは現在UAE全世帯の84パーセントに届き、無料衛星放送、地上波、有料衛星放送、ケーブルテレビ、IPテレビなど、様々なプラットフォームが運営されている。
- UAEには2009年現在13のテレビ地上局があり、地上波チャンネルの大半はアラビア語で放送している。¹

UAEテレビコンテンツ市場における主要事業者

- UAEのテレビコンテンツ市場の主要事業者²
 - Abu Dhabi Media Company (アブダビ・メディアカンパニー)
 - Dubai Media Incorporated (ドバイメディア株式会社)
 - MBC
 - Emirates Media Inc (エミレーツ・メディア株式会社)

■テレビコンテンツ市場

・概略

テレビチャンネルの主なカテゴリー¹

• アラビア語番組

- このカテゴリーには家族をテーマにした連続ドラマなどがある。特にアラビア語圏視聴者向け。
- 飲酒、ギャンブル、肌を見せるような服装の女性が登場するコンテンツは厳しく禁じられている。

• ヨーロッパ／米国で作製された番組

- このカテゴリーには有名なヨーロッパやアメリカのショーなどが含まれる。オリジナルの形で放送され、アラビア語の字幕がつく。
- 放送局は時々法的要件を満たしているかどうか検閲を行う。

• スポーツ番組

- このカテゴリーにはスポーツイベントを放送するチャンネルが含まれる。アルジャジーラが地域最大の放送局である。
- 「Showtime」や「Orbit (<http://www.osnetwork.com/>)」などの衛星チャンネルは国際スポーツイベントを放送し、ローカルチャンネルは国内スポーツを放送している。

• 映画番組

- このカテゴリーには映画を放送するテレビチャンネルが含まれる。アラビア語映画、アクション映画、ファミリー向け映画、およびコメディ映画を放送するものに細分される。

• 専門番組

- このカテゴリーには、専門家、女性、不動産投資家など、ニッチな分野の視聴者を対象とするチャンネルが含まれる。

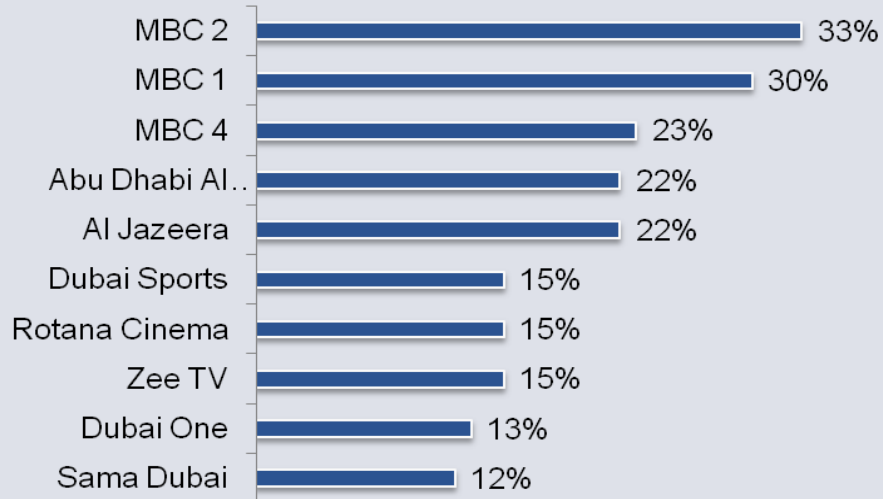
■テレビコンテンツ市場

テレビチャンネル	放映されている主なコンテンツカテゴリー
MBC 1	地域アラビア語番組 (アラビア語の家族向け連続ドラマ)
MBC 2	大ヒット映画 (最新映画のプレミアショー)
MBC-4	米国の番組 (“Friends”や“American Idol”などの有名な米国の番組)
Dubai One(ドバイ・ワン)	米国の番組 (アラビア語の字幕がついた有名な米英の番組)
Rotana Cinema(ロタナ・シネマ)	アラビア語の映画 (アラビア語の映画)
Dubai Sports(ドバイ・スポーツ)	スポーツチャンネル (国内のスポーツや大会)
Al Jazeera(アルジャジーラ)	ニュースチャンネル (アラビア語ニュースと時事問題)
Zee TV(ズイーテレビ)	娯楽全般 (ヒンディー語の家族向け連続ドラマ)

■テレビコンテンツ市場

・消費者の嗜好

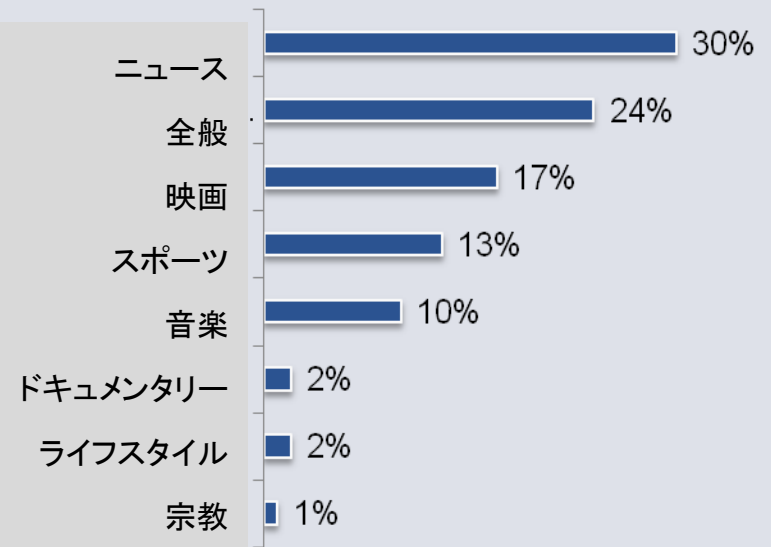
2009年UAE在住視聴者が好きと答えたチャンネル(複数回答)(%)¹



アラブ・メディアの展望2009-13報告 (Report Arab Media Outlook 2009-13) に発表された市場調査の結果によると、MBCグループが運営するチャンネルが最もUAE視聴者の人気が高い。これに次ぐのが地上波のAbu Dhabi Al Oulaチャンネルである。報告では視聴者が最も見る率が高いのがニュースと娯楽全般である。

最新のヒット映画を放送するMBC2がUAE視聴者の中で最も人気の高いテレビチャンネルである。

2009年最も見られているテレビ番組のジャンル(複数回答)(%)¹



■テレビコンテンツ市場

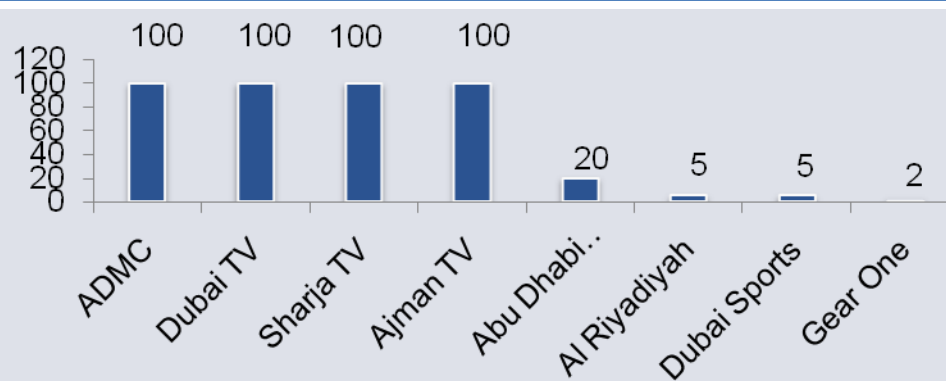
・市場成長

「中東のメディア市場は今後5年間、すなわち2010-2014年には二桁の伸びが見込まれる。」

- Dominic McGill

CEO of Nexus Global Events³

テレビチャンネル世帯浸透度予想 UAE - 2008 (%)* (対象:テレビ保有者のみ)



●電気通信調査会社であるBuddeComm社が発表した報告によると、UAEは中東地域における無料テレビと直接受信(DTH)有料衛星放送テレビチャンネルの約25パーセントを占める。

●UAEの有料放送契約者数も他の中東諸国の契約者数より多い。²

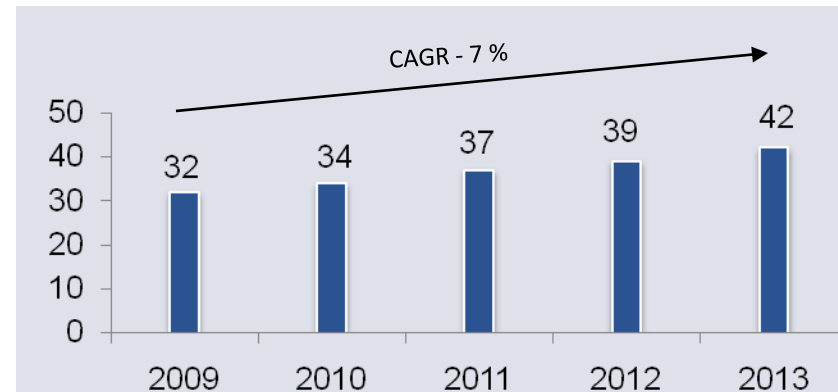
●テレビ広告収入は年成長率7パーセントの割合で増加し、2009年の3200万ドルから2013年には4200万ドルに達する見通し。

●UAEでは新たな国内テレビプラットフォームが導入される見込み。

●電気通信規制当局(TRA)がこの地域で初のモバイルテレビ放送ライセンスを付与

●電気通信オペレーターEtisalat1によるFTTH(家庭向け光ファイバー)ベースのIPテレビサービスの展開

テレビ広告収入増予想(単位100万ドル)¹



■商業映画コンテンツ市場

UAEの映画産業はまだ初期段階にあるが、商業映画にはテレビ放送で大きな需要がある。

UAE 商業映画コンテンツ市場

- UAEには商業映画の強力な市場が存在する。しかしUAEの映画産業はまだ初期段階にあり、映画製作会社の大半はテレビ広告しか製作していない。¹
- Pan Arab Research Centre (全アラブ研究センター) の報告によると、UAEの2008年における映画広告収入は1000万ドルであり、国全体の広告収入の1パーセントを占めた。²
- UAEには50以上の映画館があり、最も大きいのはCineStarとReel Cinemasである。^{*}
 - CineStarは大手映画配給会社の一つであり、年間300本以上リリースしている。
 - 2009年創業のReel Cinemasは、月間10-15万人が訪れる。ドバイ・モールにあるReel Cinemasホールは、22スクリーンあり、ドバイ最大の映画館である。
- 注: UAEの映画のチケットは10年前から8米ドル(30 AED: ディルハム)である。
- CineStarについては、ジェトロ発行の報告書『アラブ首長国連邦(UAE)の消費市場とビジネスグループ』を参考のこと。

http://www.jetro.go.jp/jfile/report/07000220/uae_20100331.pdf

テレビ局の間で有名な映画祭

- テレビ局の間では最新のヒット作をめぐって熾烈な競争がある。テレビチャンネルはヒンディー語、アラビア語、英語など様々な言語で映画を放送している。
 - テレビ局は中東国際映画祭 (<http://www.meiff.com/>) や、ドバイ国際映画祭 (<http://www.dubaifilmfest.com/en>) などの映画祭を特に重視する。
 - テレビ局は映画祭で映画製作会社関係者と会い、放映権契約を結ぶこともある。
 - 契約1件(回)につき支払われる金額は、映画の合計本数、およびヒット作の本数によって決まる。
 - 例えば、MBCがヒット作10本を含む映画50本の権利購入契約をパラマウント社と結んだとする。契約金額は推定1000万ドル程度で、そのうちかなりの金額が「シュレック」や「スターウォーズ」のようなヒット作品に対して支払われる。^{*}

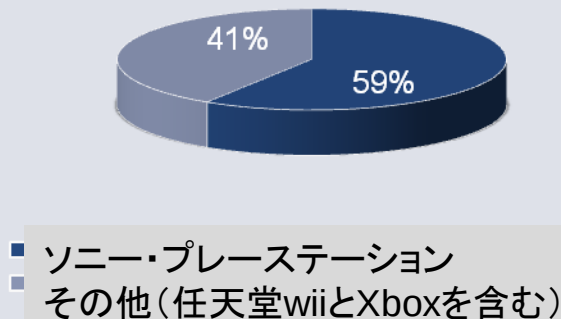
■ゲームコンテンツ市場

・概略

ゲームコンテンツの主要セグメント

- UAEのゲームコンテンツ市場は以下のジャンルに分類できる。
 - テレビゲーム : テレビチャンネルを通じて提供されるゲームで、視聴者は携帯電話で送信するテキストメッセージを通じて参加することができる。
 - モバイルゲーム : モバイル式ハンドセットでプレーするゲーム
 - パソコンゲーム : Heavy Rainのようにパソコンでプレーするゲーム
 - オンラインゲーム : インターネット(オンライン上)でプレーするゲーム
 - MMO ゲーム : 多人数同時参加型オンラインゲーム

ゲーム機会社の市場シェア – 2008 (%)



UAEのゲーム機市場は2008年1月から5月までで合計485万ドルの売上を記録した。

Jacky's Electronicsが行った調査結果によると、Sony PlayStation 3が最も人気のあるゲーム機であり、市場シェア59パーセントを占める。任天堂Wiiと Microsoft Xboxがこれに続く。³

■ゲームコンテンツ市場

・テレビゲーム

テレビゲーム市場の最新トレンド*

UAEの視聴者の間でSMSゲームが人気

- SMSゲームは賞金獲得のチャンスがあるため、UAEでは特に人気が高い。UAEでは12以上のチャンネルがゲーム番組を放送している。
- ほとんどのゲームは、有名なスポーツ番組やリアリティショーに投票やテキストメッセージを送り、賞金獲得を目指す形になっている。

双方向型ゲームチャンネルの視聴者が増加

- UAEのテレビコンテンツ市場では、TXTテレビのような双方向型ゲームチャンネルの人気が上昇中である。双方向型ゲームチャンネルが提供する番組では、視聴者が司会者と対話することができ、また送ったテキストメッセージが生でテレビで放映される。

ゲーム放送はテレビ局にとって収益率の高いビジネス

- 放送局は製作会社が作ったゲームのプロモーションとマーケティングを担当する。利益は両者の間で折半される。
- MBCのゲーム番組は週10万ドルを稼ぐが、小さなテレビ局の番組の収益は1万ドル程度である。

■ゲームコンテンツ市場

・モバイルゲーム

モバイルコンテンツ市場のトレンド

UAEは人口構成が多様で複雑な市場なため、コンテンツデザインと開発戦略を決定するのは難しい。¹

- 外国人の居住率が非常に高い
 - 南アジア出身者が全人口の47.2パーセントを占める。
 - インド、パキスタン、スリランカ、およびバングラディッシュ出身者の嗜好がモバイルゲーム市場に大きな影響を与える。*
- 中流階級が多い社会
 - 全人口の約55パーセントが中流階級に属し、23パーセントが下流、13パーセントが中の上、残りの9パーセントが上流階級である。*

UAEのモバイルゲームコンテンツは、アラビア系および南アジア系ユーザー両方の嗜好に合う必要がある。

政府資本の電気通信会社がモバイルコンテンツ市場を支配

- UAEのモバイル市場にはほとんど競争がなく、サービスプロバイダーはEtisalat (<http://www.etisalat.ae/>)とDu Telecom(<http://www.du.ae/en/default>)の2社のみである。
- 電気通信会社の経営上の決定にはUAE政府の強い影響がある。

■ゲームコンテンツ市場

・モバイルゲーム

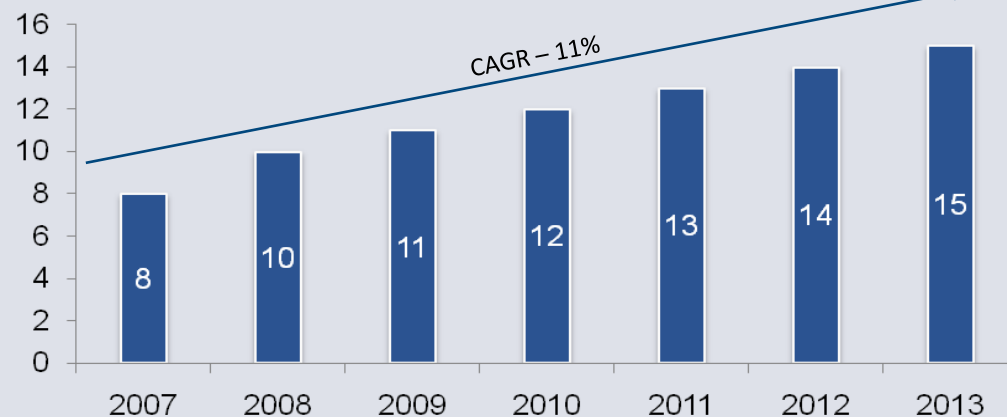
アラビア系ユーザーと全世界ユーザーのモバイルゲーム人気の比較*

ゲームのジャンル	アラビア系ユーザー	世界のユーザー
スポーツ	クリケット、テニス、サッカー、バスケットボール	サッカー
アクション	ファイティングゲーム	ファイティングゲーム、シューティングゲーム
ボードゲームとパズル	ルド、チェス	バックギャモン、チェッカー
カード	Rang, Double Sirr, Rami	Tameep
アーケードゲーム	パックマンのような古典的アーケードゲームの大半	パックマンのようなアーケードゲームの大半
レース	ラリー、モトバイク、グランド・セフト・オート	ラリー、モトGP, グランド・セフト・オート
ストラテジーゲーム	IPLマネジメント、ワールドカップチケットマネジメント、RTAビジネス、リアルエステートタイクーン	FIFAチームマネジメント、EPLチームマネジメント、RTAビジネス、リアルエステートタイクーン
スキル	音楽ミキシング、カラオケ、ダンス	ビリヤード、スヌーカー
シミュレーション	音楽ミキシング、カラオケ、ダンス	フライング、砂漠ドライブ

■ゲームコンテンツ市場

・モバイルゲーム

携帯電話加入契約数予想 - 2007-13年 (単位: 100万)



浸透度が高い携帯電話はUAEにおけるメディア消費の重要なプラットフォーム

政府所有の電気通信会社Etisalatでは、モバイルゲームのダウンロードがARPU(加入者一人当たりの平均売上)の22パーセントを占める。電気通信会社のウェブサイトから一つのゲームをダウンロードするには4.3ドルの料金がかかる。

モバイルテレビは2010年第4四半期までにはEU市場に参入

- UAE電気通信規制当局は、Etisalat、アブダビ・メディア会社、ドバイ・メディア株式会社、およびエミレーツ・コミュニケーション・アンド・テクノロジー社の合併企業に対し、10年間のモバイルテレビ放送ライセンスを与えた。
- Emirates Mobile Television Corporation (エミレーツ・モバイル・テレビジョン・コーポレーション)と呼ばれる合併企業は5年間のモバイルテレビ独占放送権も手に入れた。モバイルテレビはDVB-H技術で運営され、2010年第4四半期までには消費者が利用できるようになる。²

■ゲームコンテンツ市場

・PCゲーム

➤著作権侵害と検閲がUAEのパソコンゲーム市場の成長を阻害

パソコンゲームはUAEで極めて人気が高く、世界の主要ゲームのほぼ全てがUAEでも流通している。中東地域全体ではパソコンゲーム業界は10億ドル(36.7億ディルハム)を上回る。¹

「UAEに出回る全コンピューターゲームの半分近くは違法に作成されたものだ。消費者を教育し、偽造コピーを密売する業者に『抑止的処罰』を与えることにより、コンプライアンスが確保できるであろう。」

- Michael Wombwell

CEO Red Entertainment and Distribution ²

概略*

- 海賊行為と検閲がUAEにおけるパソコンゲームの成長に対する最大の抑制因子²
- UAEに導入予定の最新パソコンゲーム
 - エイリアンvs. プレデター
 - ダイナスティ・ウォーリアーズ(真・三國無双): ストライクフォース
 - ナポレオン: トータルウォー

UAEの主要パソコンゲーム販売会社

大手パソコンゲーム販売会社

- Red Distribution and Marketing (レッド・ディストリビューション・アンド・マーケティング) (<http://www.red-me.com/>)
- Pluto Games (プルート・ゲームズ) (<http://www.pluto-games.com/plutogames/intro.htm>)

■ゲームコンテンツ市場

・オンラインゲーム

オンラインゲーム*

- オンラインゲーム部門は世界最速の成長を見せているメディア部門
 - オンラインゲーム産業は2013年までに市場規模が130億ドルに達する見通しで、中東は業界の中で大きなシェア達成を目指す。
 - インターネットゲームは今後4年間で平均39パーセントの年成長率を達成する見込み。
- 中東内でのオンラインゲーム取引の大半は、サウジアラビア、クウェート、エジプト、およびUAEで行われている。
 - 中東におけるオンラインゲーム取引件数は2008年から2010年にかけてほぼ5倍に増加している。
 - UAEはまだ中東ゲーム市場の主要国ではない。主要市場は人口の多いサウジアラビア、クウェート、およびエジプト。
- ドバイ・ワールド・ゲーム・エキスポ^①(<http://www.gameexpo.ae/index.php>) は中東最大で、かつ唯一のオンラインゲーム専門イベント^②
 - 第2回のイベントは、サウジアラビアを拠点とする中東最大の多機能電子マネー決済ゲートウェーサービスプロバイダーであるOneCardがスポンサーとなった。
 - これはアラブ地域におけるオンラインゲーム人気の急速な拡大、および経済の停滞に関わらず世界の年間IPTトラフィック量が飛躍的に伸びている表れである。

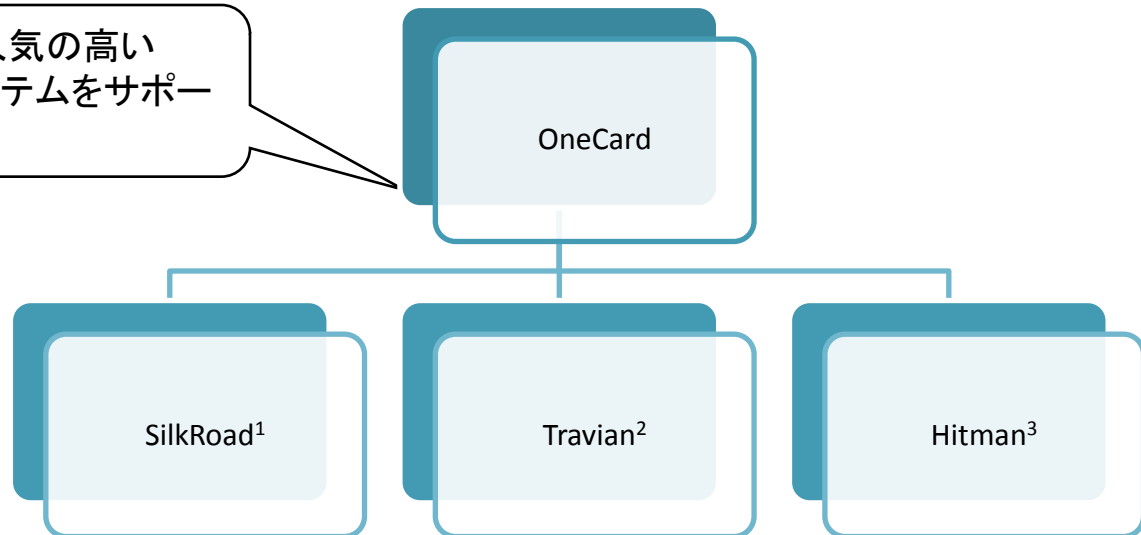
■ゲームコンテンツ市場

・MMO

多人数同時参加型オンラインゲーム (MMO)*

- MMOゲームを積極的に発表している多人数同時参加型オンラインゲーム会社は、今後数年間着実なペースで成長する見通し。
- 大手電子マネー決済ゲートウェーサービスプロバイダーであるOneCardは、Travian, Silk Road, Arabian HitManなど人気の高いMMOゲームについて支払システムをサポートしている。同社の総合サービスポートフォリオには、携帯から確認できるチャージカード、映画のダウンロード、ウェブサイト作成、チャット、モバイルアプリケーション、株と為替のサービスまである。
- UAEで最大のオンラインMMOゲームおよび関連のデジタルメディアパブリッシャー・デベロッパーはGame Power 7 (<http://www.gamepower7.com/>) であり、中東・北アフリカ(MENA)地域初のゲーム会社として誕生した。

OneCardは中東で最も人気の高い
MMOゲームの支払システムをサポート*



■ゲームコンテンツ市場

・事例

Tahadi Games *

- Tahadi Gamesは最近オンラインゲーム事業を立ち上げた
 - 同社(Tahadi Games)はAl Jabbar Internet Groupに所属
 - 親会社はMaktoob。2009年8月、米Yahoo!はMaktoob.comを買収することで合意したと発表した。

Game Power 7*

- Game Power 7 は中東・北アフリカ(MENA)初のゲーム会社として誕生
 - 同社(Game Power 7)はMENAおよび東南アジア地域のメディア業界をリードするWeiss Investmentの子会社であり、Spacetoon(統合メディアグループ)、Space Power TV(テレビ局)、およびメディアハブを所有している。
 - 地域初のMMOオンラインゲームArabic Rappelzを発表し、MENAの新たな開発市場を目指す。
 - 付加価値の高いゲームサービスを提供するゲームデベロッパーを備えた最新施設を建設³

「オンラインゲームのセグメントは世界市場に比べるとまだ小さく、ウェブブラウザゲームに支配されている。」

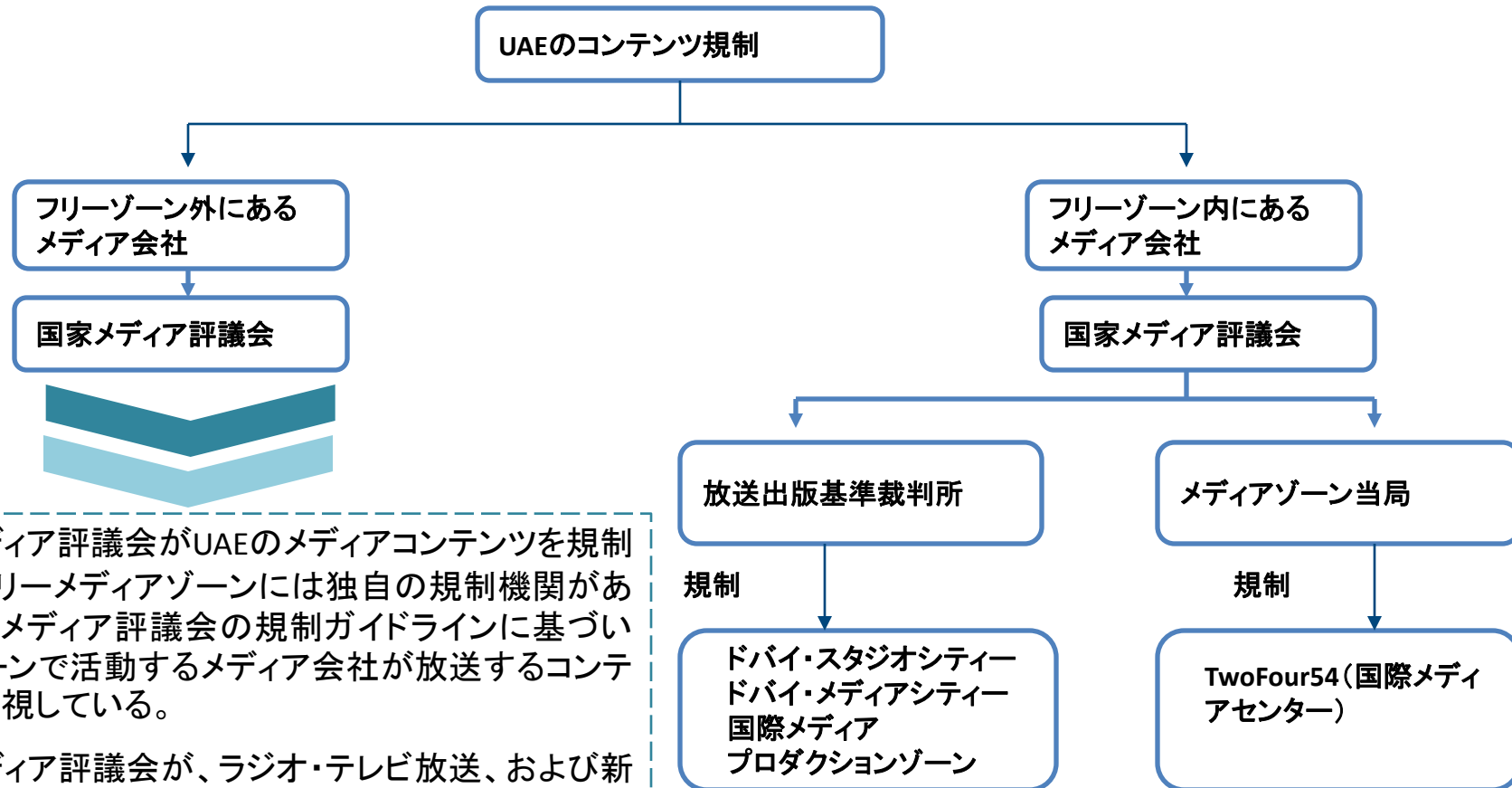
「中国やフィリピンのインターネットユーザー数と比べると、MENAには成長の可能性がある、地域で国に合わせたコンテンツが入手できるようになっている。UAEでは世界のゲームへのアクセスが多く、いまだに外国のコンテンツになじんでいる。」¹

- Steve Tsao
CEO, Tahadi Games

■コンテンツ規制

・規制機関

国家メディア評議会 (National Media Council) がUAEの主要コンテンツ規制機関



- 国家メディア評議会がUAEのメディアコンテンツを規制する。フリーメディアゾーンには独自の規制機関があり、国家メディア評議会の規制ガイドラインに基づいて各ゾーンで活動するメディア会社が放送するコンテンツを監視している。
- 国家メディア評議会が、ラジオ・テレビ放送、および新聞、雑誌、書籍などの印刷媒体の発行に従事する会社に対するライセンス付与に関連した決定を下す。¹

¹ TwoFour54については、<http://www.uaeinteract.com/japanese/news/default.asp?ID=42>を参考。

■コンテンツ規制

・規制機関

- UAEは厳格なコンテンツ規制基準を守っているが、放送局がイスラム教の基本原理を守っている限り、規制当局と問題が起こる可能性は少ないことに注目すべきである。
- UAEのコンテンツ規制基準は、飲酒、ギャンブル、および肌を見せる女性の服装を含む内容を放送することを厳しく禁じている。しかし他の多くの国のような、宣伝、プロダクトプレイスメント(テレビや映画の中で企業の商品を登場させる宣伝方法)、スポンサーシップなどに関する規制は存在しない。

コンテンツ規制機関*

- ・コンテンツ規制に関与している機関

ー国家メディア評議会

- ・評議会はUAEにおけるメディア活動を規制するため、「メディア活動規制法 (Regulation of Media Activities Law)」という新しい法案を作成した。この法律は現行の1980年「報道出版法 (Press and Publications Law)」に取って代わるものである。⁵
 - 法案は連邦国家評議会 (Federal National Council) で承認され、UAE大統領の承認待ちとなっている。⁴
 - 新法によると、UAE政府はUAE国内で活動するメディア機関を選別する権利を行使することができる。¹ 新しい法案は印刷媒体とジャーナリズムの自由を侵害する可能性があるとして論争の的になっている。

ーメディアゾーン当局 (Media Zone Authority)³

- ・当局の権限は、メディアゾーン内にある事業所へのライセンス付与、事業の運営とコンテンツ流布に関連した行動規範の監視などである。

ー放送出版基準裁判所

- ・ゾーン内で活動するメディア会社は、コンテンツについて裁判所の承認を求めることを義務付けられてはいないが、製作したメディアコンテンツの適正さに関連して裁判所に申請を行うことはできる。²

放送局がコンテンツ規制基準に違反した映画やビデオを放映した場合、違反の最終責任は放送局にある。

■コンテンツ規制

・コンテンツ制限とガイドライン

メディア活動規制法

- ・メディア活動規制法の主なガイドラインである。¹

- メディア活動規制法またはメディア法案は、UAEフリーゾーン外に所在するジャーナリストと出版社に適用される。
- 政府職員、王族のメンバー、またはイスラム教を批判するジャーナリストに対する罰則規定を含む。
- この法律により、国家メディア評議会(NMC)は保証金(金額は不特定)の提出をメディア会社に要求する権限を与えられる。これは会社が課せられる可能性のある罰金として使用される。

■コンテンツ規制

・コンテンツ制限とガイドライン

ドバイ・テクノロジー・アンド・メディア・フリーゾーンガイダンス規約 (Dubai Technology And Media Free Zone Codes Of Guidance) 2006 ²

- ドバイ・メディアシティー、ドバイ・スタジオシティー、ドバイ・テクノロジー・アンド・メディアフリーゾーンで活動する放送・メディア会社は、「ドバイ・テクノロジー・アンド・メディア・フリーゾーンガイダンス規約2006」を守らなければならない。ガイダンス規約は、“公正とプライバシー”に関する規約と“基準”に関する規約に分かれている。

• 公正とプライバシーに関する規約

▪ 公正に関する規約

- 全般: 放送局は番組の対象となる人物または団体との不公正な関係を避けなければならない。
- 関係者の公正な扱い: 放送局はプログラムに関係する人物または団体を公正に扱わなければならない。
- 正確さ: 放送局は番組を放送する前に、あらゆる重要な事実が相応に配慮されていることを確認しなければならない。
- 修正と謝罪: 放送局はメディア会社が不当な表現を行った場合、謝罪しなければならない。
- 弁明の機会: 放送局は番組を通じて不正行為を行ったと指摘・非難された人物または団体に対し、弁明/事実説明する機会を与えなければならない。
- 不参加: 放送局は番組に参加しない人物または団体の意見や見解が、公正に表現されるようにしなければならない。
- 策略: 事実を描く番組を制作する会社は、策略的に不当な手段で情報や写真を入手してはならない。

■コンテンツ規制

・コンテンツ制限とガイドライン

ドバイ・テクノロジー・アンド・メディア・フリーゾーンガイダンス規約2006(続き)²

・プライバシーに関する規約

- 全般: 放送局は公共の利益のためになる場合に限り、個人のプライバシーに言及することができる。
- 苦悩や悲嘆: 放送局は悲嘆にくれる人に強制的にインタビューを行ってはならない。
- 過去の出来事の再現: 過去のトラウマ的出来事を再現する番組は、生存者に苦しみを与える可能性をなるべく減らすかたりにて製作されなければならない。
- 子ども: 放送局は子どもが家族の問題について、あるいは子どもの理解を超えた問題について質問されないようにしなければならない。16歳未満の子どもへのインタビューは、通常親または後見人の同意を得てから行うべきである。
- 公的機関の業務: 放送局は警察や法執行機関などの業務を扱うときに要求される条件を知っておかなければならない。

・基準規約: 基準規約は、以下の要素を対象とする。

- 表示と警告: 放送局はコンテンツの性質に関する情報を視聴者に提供しなければならない。
- 敬意と尊厳: 放送局は不適切な金銭のやり取りを行ってはならない。
- 悲しい出来事や死別: 放送局は悲嘆にくれる人にインタビューを強要してはならない。
- 宣誓: メディア会社は人のスピーチを放送するとき相応の配慮を払わなければならない。
- 宗教感覚を傷つけること: 放送局は神聖な名前、言葉、シンボルなどを扱うときには慎重でなければならない。
- 歌詞: 放送局は薬物使用を擁護するもの、攻撃性を扇動するような内容を放送してはならない。

■コンテンツ規制

・コンテンツ制限とガイドライン

ドバイ・テクノロジー・アンド・メディア・フリーゾーンガイダンス規約2006（続き）²

- 薬物：放送局は薬物の違法使用を認める放送をしてはならない。
- アルコールと喫煙：番組中で飲酒/喫煙を広めてはならない。
- 人種：放送局は異なる人種の違いに対する共感を持たなければならない。
- ステレオタイプ：ステレオタイプの表現には十分に注意を払う必要がある。
- 犯罪：番組を通じて犯罪や犯罪者を助長してはならない。
- 言語：放送局はアラビア語を尊重すべきであり、その品位を落とす、または誹謗するような行動を取ってはならない。
- ニュース、時事問題、ドキュメンタリー番組、レポートなどにおける暴力：放送局は暴力事件に関連したニュースや放送を見せるときには適切な時間帯を選択しなければならない。
- 露骨な暴力表現：放送局はやむを得ない理由がない限り、暴力を露骨に見せたり遺体のクローズアップを見せたりしてはならない。放送局は怪我のクローズアップなども極力避けること。
- ラジオニュースにおける暴力：放送局は犯罪、性的暴力、あるいは子どもに関連した事件のレポートを正確かつ慎重に行わなければならない。ニュースの放送時間も配慮すべきである。
- ドラマの中の暴力：ドラマの暴力シーンには細心の注意を払うこと。
- 映画：このガイドラインは、ウェスタン、SF、アクション・アドベンチャー、漫画、または漫画を通じて暴力を表現するアクションスリラーなどのジャンル映画にも適用される。放送局は視聴者が放送の映画を見るかどうかの適切な判断が出来るように、番組表を提供が必要。また、放送局も適切に放映スケジュールを組む必要がある。

■コンテンツ規制

・コンテンツ配布に関するガイドライン

ドバイ・テクノロジー・アンド・メディア・フリーゾーンガイダンス規約2006（続き）²

- 子どもとドラマ: 子ども向けに作られたドラマは、成人向けのものよりテーマと内容が限定され、暴力を少なくすべきである。
- 動物: 視聴者や子どもを動揺させないために、番組内で動物に対する暴力を慎重に表現するよう定めている。放送局は番組中で動物が実際に虐待されていないことを告知することもできる。
- 自殺: 自殺シーンの放映には厳重なる注意を払い、自殺手段の詳細な説明を行わないようにすべきである。
- 性的行為の描写: 性的問題に関連した内容には細心の注意を払うべきである。
- 事実を描く番組: 性的問題に関連した事実を描く番組は、いかなる搾取なしに製作しなければならない。番組の内容は、放送される時間帯(家族で見るのが一般的な時間帯か否か)など配慮して決めるべきである。
- フィクション: 放送局はフィクション映画やドラマにおけるレイプなどの性的表現を慎重に行い、細かい性的描写を減らしてドラマの目的が正しく伝わるよう配慮しなければならない。
- 子ども: 成人と子ども、あるいは未成年間の性的関係を描くドラマでは、そのような行為を促進、またはそのような行為自体が合法であると示唆してはならない。
- 近親相姦と子どもの虐待: 放送局はテレビやラジオで近親相姦や子どもの虐待を放送する場合、放送時間を慎重に配慮し、またその旨を表示しなければならない。
- 裸体: 放送局は人間の裸体を選択的に見せる必要がある。見せ方は明確な編集上、理論的根拠に従わなければならない。
- ほのめかし: 放送局は性的ユーモアや、それをほのめかす番組の放送時間を慎重に決めなければならない。¹

■コンテンツ規制

・コンテンツ配布に関するガイドライン

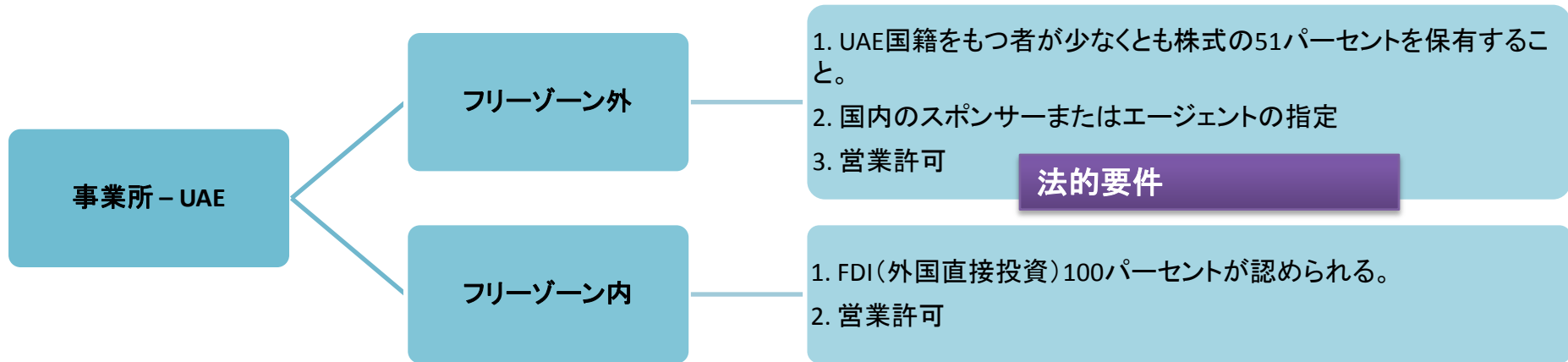
2008年10月付放送許可条例(Dissemination Licensing Regulations) ²

- この条例はメディアゾーン当局が管轄し、アブダビのメディアゾーンで活動するメディア放送会社に適用される。コンテンツ放送に関連した条例によると、広告、番組、印刷材料などを通じて伝播される内容は、人間の尊厳と他者の基本的権利を尊重するものでなければならない。
- 放送されるコンテンツには以下のものがあってはならない。
 - わいせつな内容やポルノ
 - 暴力を不当に重視し、人種、性、宗教、国籍などに基づく憎悪を促進するもの
 - UAEの一般的な社会的、文化的、宗教的価値観に反するもの
 - 犯罪や治安の混乱を促進する内容を含むもの
 - 当局が発する行動規範や番組製作基準の違反となるもの
- 子どもや未成年者の身体的、精神的、または道徳的発達を阻害する可能性のある内容は、彼らが見る可能性のある時間帯に放送してはならない。かかる内容は子どもや未成年者が簡単に入手できる出版物に記載してはならない。
- 放送許可を付与されているものは、ニュース記事が事実や出来事を正しく表現し、自由な意見形成を促進するようつとめるべきである。
- 放送許可を持つものは、放送内容の中でいかなる人々にも不当または不公正な扱いをしてはならない。
- 放送許可を持つものは、放送内容や情報収集を含め、いかなるかたちでもプライバシーを侵害してはならない。

■コンテンツ規制

・外国企業/事業所

外国企業でもUAEで事業所を設立することができるが、フリーゾーン外で事業を行うためにはUAE国籍保有者の参加が義務付けられる。



・外国企業のための関連ガイドライン¹

ーフリーゾーン外に所在する外国企業は、国内スポンサーまたはサービス代理店を持つこと、および事業を行うための営業許可を取得することを義務付けられる。スポンサーはUAE籍でなければならない。影響力を持つ強力なスポンサーの存在は、ビジネスの設立と拡大のための重要な判断基準である。

ーUAEでは外国企業は通常以下のいずれかの事業形態により営業する。

- ・エージェントと契約
- ・有限責任会社を設立
- ・支店または代表部を設立
- ・専門の個人事業主体またはパートナーシップを設立
- ・フリーゾーンに支社または会社を設立

■コンテンツ規制

・UAEで禁止されている外国のメディアコンテンツ

UAE国家メディア評議会は、ビデオゲームや商業映画がUAE市場で販売するのに適しているかどうか判定する。^{1,2}

UAEで外国のメディアコンテンツが禁止されるケース	
名称	メディアコンテンツ禁止の理由
ゲーム	
ゴッドファーザー II	ゲームに裸体と悪態が出てくるため ³
GTA(グランド・セフト・オート)4	ゲーム内容が暴力と薬物摂取を見せているため3
ゴッド・オブ・ウォー	ゲームにはイスラム信仰に反するとみなされる好ましくない言葉の使用や神の殺害などが含まれるため ⁴
コール・オブ・デューティー：モダン・ウォーフェア	ゲームにイスラムの兵士を撃つ場面が出てくるため
ヘビーレイン	ゲームには好ましくないセックスシーンが出てくるため ⁵
ダークサイダーズ	ゲームのテーマがUAEの慣習や伝統と合わないため ⁵
映画とテレビドラマ	
God Tussi Great Ho – インド	映画ではインド人俳優 (Amitabh Bachchan) を神としていることがイスラムの教えに違反しているため ⁶
The Killer – インド	映画はドバイの警察官を悪いイメージで描いているため。背後にあるもう一つの理由は、映画のキャラクターとして裏社会のボスDawood Ibrahimを描いたためとも考えられる。 ⁷

■コンテンツ規制

・UAEで禁止されている外国のメディアコンテンツ

UAEで外国のメディアコンテンツが禁止されるケース

名称	メディアコンテンツ禁止の理由
映画	
ブローックバック・マウンテン(米国)	映画のテーマである同性愛は、イスラム諸国の信仰に反した概念であるため、文化情報省は映画の上映を認めなかった。 ⁷
シリアナ(米国)	映画はUAEでは2分間のシーンをカットして上映された。排除されたシーンは湾岸地域のアジア人労働者に対するひどい扱いを見せる場面であり、また死去したサウジの王とアル・カイダのリーダー、オサマ・ビンラディンについて述べている場面もある。 ⁶
ウェブサイト	
Hi5 フリッカー	ウェブサイトの内容がUAEの道徳的、宗教的、文化的価値観に反しているとみなされたため、2007年にTRAによりブロックされた。サイト利用者は、内容がUAEの宗教的、文化的、政治的、および道徳的価値観に合わないとした「サイトブロック」のメッセージを見ることになった。 これらのサイトは、その前の2006年1月にブロックされていたが、2006年10月にブロックを解除された。 ¹
Facebook	フェイスブックの中でデートを奨励する部分が2008年2月に電気通信規制当局によりブロックされた。 ³
Twitter	ブロガー保護委員会(Committee to Protect Bloggers)によると、UAEでは2007年に何人かのツイッターユーザーがブロックされている。 ⁴
YouTube	ビデオ共有ウェブサイトが2006年にブロックされた。UAEの道徳的、宗教的、および文化的価値観に反するとみなされる成人向けコンテンツを含んでいたためである。 ² しかしこのサイトは2007年2月にブロックを解除されている。 ¹
Orkut	このサイトにはドバイ・セックス・コミュニティのような性的内容が含まれていたため、UAEの電気通信規制当局(TRA)により禁止された。Orkutはそれ以前にすでに禁止されていたが、サイトユーザーからの苦情を受けてブロックを解除されていた。 ⁵

■アニメ放送(テレビ)のトレンド

Cartoon Network とDisney Channelが中東市場にはじめて登場したアニメ専門チャンネル

UAEで放送されている主な子ども向けチャンネル¹

テレビチャンネル	UAE/MENAにおける放送開始年
Cartoon Network(カトゥーン・ネットワーク) EMEA	1993
Disney Channel Middle East(ディズニーチャンネル中東)	1997
Spacetoon TV(スペーストゥーン・テレビ)	2000
E-Junior(E-ジュニア)	2001
MBC 3	2004
Al Jazeera Children(アルジャジーラ・チルドレン)	2005
Nickelodeon Arabia(ニッケルオデオン・アラビア)	2008
Jim Jam(ジム・ジャム)	2008
Boomerang(ブーメラン)	2008

ドバイ国際キャラクター・ライセンス見本市
(Dubai International Character and
Licensing Fair)² – 中東初のアニメ専門イベ
ント(<http://www.character.ae/news.php>)

■中東では見本市がキャラクター、アニメ、
ロゴ、映画、ブランド、アート、デザインなど
の製作、マーケティング、およびライセンス
を専門に扱う初めて、かつ唯一のイベント
である。

■毎年下半期にドバイ国際会議展示セン
ター(Dubai International Convention and
Exhibition Centre)で開催される。

■イベントは数多くのビジネス契約、パート
ナーシップ、代理店契約などが行われるワ
ンストップショップになっている。

■2008年の見本市では、アニメ制作スタジ
オである東映がイベントでカタログを紹介す
る試みを行った。東映はドラゴンボール、ワ
ンピース、プリキュア・シリーズ、デジモン・
シリーズなど、人気の高い日本アニメ作品
の製作会社である。

■機会評価

UAEにおける日本アニメに関連したトレンド

人数は少ないが熱心な漫画ファン

- 日本の漫画は、UAEでは人数は少ないが熱心なファンを獲得している。昨年ドバイモールに開店した紀伊国屋は、開店以来5万冊の漫画を販売し、その大半はUAEのファンである。

日本アニメ市場は小さい

- UAEには日本アニメ製品ファンの基盤が存在するが、総売上がそれほど多くなるとは思われない。ただし日本人駐在員(約3万人)には一定の需要。

大手の日本アニメサイトはない

- 漫画専門のウェブサイトやブログが少数存在する。日本のアニメを提供する正規の大手サイトはない。

国内アニメシリーズへの挑戦

- Freejなど国内で製作されたアニメシリーズが人気。Freejはグッズの展開も行っている。

■機会評価

・UAEの日本製アニメ

• 放送のトレンド*

- UAEと日本の社会的価値観が似ているため、日本アニメの人気はUAEで高まりつつある。
- しかし市場はまだ初期段階にあり、現在日本の人気アニメシリーズで地域(UAE)で放映されているものはまだない。
- 全世界で人気の高い日本のコミックをもとにしたアニメが時々テレビで放送される程度である。

• 市場の伸び*

- 漫画ファンの数はUAEで急速に増えつつある。それによりアニメと呼ばれる動画／アニメーションの人気も高まると予想される。

最初のアラビア語の漫画、『Gold Ring』¹

- 2009年に発表された「Gold Ring」ははじめてアラビア語で書かれたオリジナルの漫画作品である。
- ドバイを拠点とする2人UAE人のライターと、日本の有名な漫画作家とのコラボレーションにより作られた。
- 本に出てくるキャラクターはアラビア的背景に漫画の特徴的外見を持つ。*
- 初版 刷数: 14,000冊
- Gold Ringに次ぐ主要作品はまだない。

■機会評価

・アニメ規制基準

UAE政府はサイトを監視し、政治的信念や宗教的信仰に基づいたコンテンツをフィルタリングしている。メディアコンテンツはポルノ、同性愛、薬物摂取または飲酒、およびギャンブルや出会い系などについてもチェックされる。また政府はナチや歴史修正主義的内容を含むサイトもブロックしている。³

ドバイ・テクノロジー・アンド・メディア・フリーゾーンガイドンス規約2006¹

■以下の規約がアニメ／動画コンテンツ、もしくはドバイ・メディアシティ、ドバイテクノロジー、メディアフリーゾーン、およびドバイ・スタジオシティに所在する会社が製作したコンテンツに適用される。

- －ひどい暴力シーンのある漫画は、適切な予告が必要。
- －幼児向けに作られたドラマは、成人向けに作られたものと比べ、狭いテーマで作ってはならない。ドラマの内容は以下のものを含まないようにしなければならない。
 - 暴力(心理的／身体的)
 - 子どもが模倣する可能性のある危険な行為
 - すぐに暴力を使って問題解決しようとする事

UAEで禁止されている漫画

• 電気通信規制当局(TRA)はAhmed and Salimというイスラエルのウェブサイトをブロックした。このサイトはアラブおよびイスラム社会を攻撃する内容のエピソードを含むとみなされた。

－TRAはこの漫画のビデオクリップをフィーチャーしたユーチューブのウェブページもブロックしている。³

■日本のアニメキャラクター付商品

・基準とライセンス付与

ライセンス付与者

ライセンシング・エージェント

ライセンス取得者

小売店

□ライセンス付与者⁷

ライセンスを付与するのは通常以下のいずれかである。

- アニメ製作者(国内外)
- コンテンツ・クリエイター
- グラフィック・デザイナー
- メーカー

□ライセンス取得者⁷

ライセンスを受けるのは以下のいずれかに関与する商業団体である。

- 開発
- マーケティング
- 販売

アニメキャラクターがついた一般的な商品には、玩具、文房具、衣服、食品と飲料、アクセサリ、靴、健康器具、パーソナルケア製品(身の回りの小物)などがある。^{3,4}

キャラクター・ドバイ(ドバイ国際キャラクター・ライセンス見本市)は2008年からはじまった見本市で、漫画キャラクター、アニメ映画などの製作、マーケティング、およびライセンシングが主である。2010年のドバイ国際キャラクター・ライセンス見本市は2010年11月29日から12月1日まで開催される予定である。⁶

Copyright © 2010 JETRO. All rights reserved.

36

資料: 1. [PR.com](#), 2. [Digital Production](#), 3. [GNA Media](#), 4. [AmelInfo](#), 5. [Arabasianlicensing](#), 6. [Character Dubai](#), 7. Primary Research

■日本のアニメキャラクター付商品

・事例

✓日本のコンテンツ会社がドバイの商業団体とコラボレーション¹

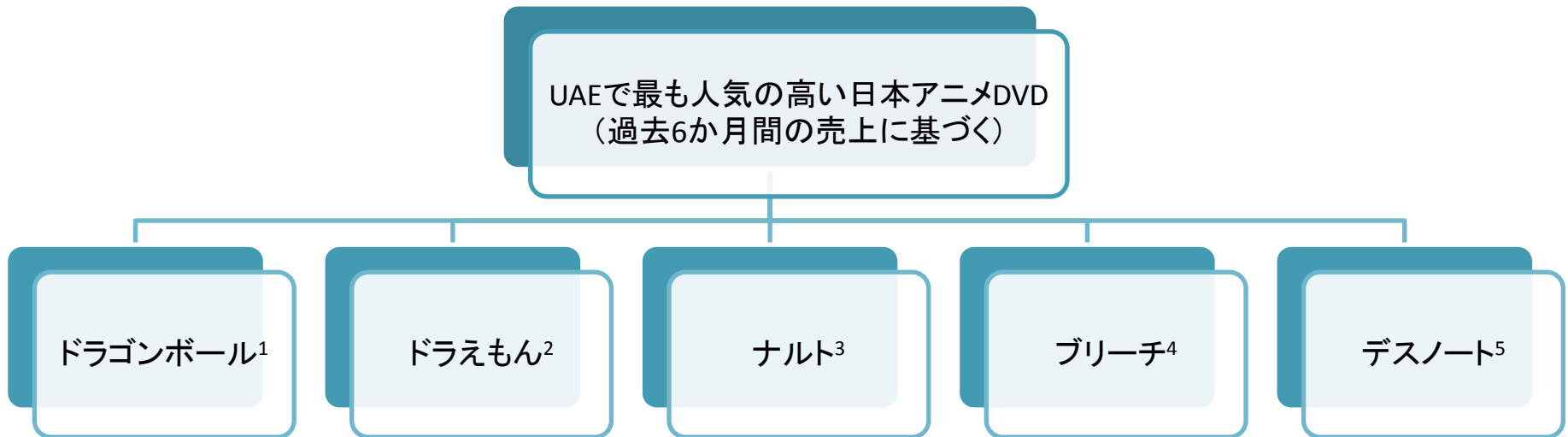
日本の総合プロダクション会社であるd-rights Inc.がドバイを拠点とする商社NewBoy FZCO.
(<http://corporate.newboy.com/>)と契約

- 契約は2008年12月に締結された。
- これによると、両社は共同で52話のテレビアニメを製作する。アニメは4-12歳の男児を対象とする。製作されるアニメは、新しい玩具のコンセプトと連動する。
- NewBoy社は中東最大の玩具会社。
- 三菱商事の子会社であるd-rights Inc.は、世界規模でアニメおよび実写映画コンテンツの計画、製作、およびライセンスを行っている。

■UAEで流通する日本アニメDVD

専門家の見積によると*、日本アニメはDVDが販売されているが、日本での販売数と比較するとわずかな量である。

—UAEではビデオの違法コピーがまん延し、日本のアニメDVD販売数の約50パーセントが違法コピーであるとの声もある。



■UAEで日本アニメを放送している公式ウェブ

日本アニメを放映している公式ウェブサイト

□UAEには日本アニメを放映している公式ウェブサイトはない。

- UAEには日本のアニメを放送する公式サイトは存在しない。しかし日本アニメを含む様々なアニメの違法ダウンロードを提供するサイトがいくつかある。その中にはアラビア語の字幕がついたものもあるが、大半は英語字幕のみである。
- 専門サイト以外に、アニメ作品に関する意見や、エピソードをダウンロードしたり、情報交換を行うフォーラムや掲示板を提供するサイトが多数存在する。英語のものとアラビア語のものがある。
- アニメの違法ダウンロードは、トレントのようなP2Pファイル共有ソフトを使って行われる。
- ビデオ以外にも多くのサイトが、カレンダーや壁紙などアニメキャラクター関連の商品を提供している。

日本アニメ専門のUAEサイトの例

[4us](#)

様々なアニメシリーズに関する情報とダウンロードできるコンテンツを提供

[Arteden](#)

アニメを含む様々な話題に関するフォーラムや掲示板

[Bin3aiah](#)

様々なアニメシリーズのダウンロードを提供

[Anime](#)

アニメテレビ、アニメ映画、漫画、およびテレビシリーズと映画専門のフォーラム

■UAEアニメ業界：外国企業とのコラボレーション作品

・事例

Hello Hamdoon(ハロー、ハムドゥーン)

- Ajyaal Entertainmentと韓国企業のSaerom AnimationがUAEアニメ市場向けに「ハロー、ハムドゥーン」というアニメシリーズを製作した。ハムドゥーンとは大きすぎるkhandouraという衣装を着たUAE人のアニメキャラクターである。¹
- このアニメはアラブ社会の日常生活と文化を描いている。UAEの愛国的アイデンティティが強調されている。アニメのテーマは、祖父母からティーンエイジャーまでを含むアラブの家族に関連している。²
- Freejのヒットによりアラブ地域ではアニメ産業開発が促進され、Shaabiyat AlやFwazeer Khashom wa Zaggomなど、地域の文化とユーモアを描いたアニメキャラクターの人気の高まったことは注目に値する。³

以上