

表 インド国内メディア・エンターテインメント市場規模の推移

(単位：10億ルピー、%)

セグメント	2022年	2023年	2024年		
				構成比	前年比
デジタルメディア	571	686	802	32.1	17.0
テレビ	726	711	679	27.1	△4.5
紙媒体	250	259	260	10.4	0.1
オンラインゲーム	222	236	232	9.3	△1.6
映画	172	197	187	7.5	△4.6
アニメーション・VFX	107	114	103	4.1	△9.4
ライブイベント	73	88	101	4.0	14.9
アウトオブホームメディア (OOH)	48	54	59	2.4	9.6
音楽	46	54	53	2.1	△2.0
ラジオ	21	23	25	1.0	9.1
合計	2,237	2,422	2,502	100.0	3.3

(注) OOHは屋外広告など家庭以外の場所で接触するメディアの総称。

(出所) FICCIとEYの共同レポートを基にジェトロ作成