



マスメディア事情



インド チェンナイ

BOP層実態調査レポート

インドでは伝統的に各種の民族的形式が情報伝達的手段として利用されてきた。これには太鼓やダンス、歌、パントマイム、語り、人形劇、宗教的な講話など色々な組み合わせがあった。

伝統的な伝達方法は、過去数十年の間に、印刷やラジオ、テレビ、映画などの現代的な媒体に取って代わられ、さらに最近では、デジタルによる情報配信が急速に発展している。

インドのメディア・娯楽産業は、2011年の7,284億ルピーから2012年の8,204億ルピーへと12.6%の成長を見せている。最近の推計では、メディア産業は2013年に11.8%成長し9,173億ルピーに、2017年までに1兆6,611億ルピーに達すると予想されている。

メディア産業の規模(単位:10億ルピー)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013P	2014P	2015P	2016P	2017P
テレビ	211	241	257	297	329	370.1	419.9	501.4	607.4	725	847.6
印刷	160	172	175.2	192.9	208.8	224.1	241.1	261.4	285.6	311.2	340.2
映画	92.7	104.4	89.3	83.3	92.9	112.4	122.4	138.3	153.6	171.7	193.3
ラジオ	7.4	8.4	8.3	10	11.5	12.7	14	15.4	18.7	22.7	27.4
音楽	7.4	7.4	7.8	8.6	9	10.6	11.6	13.1	15.3	18.3	22.5
OOH	14	16.1	13.7	16.5	17.8	18.2	19.3	21.1	23	25	27.3
アニメ&VFX	14	17.5	20.1	23.6	31	35.3	40.6	46.9	54.2	63.1	73.5
ゲーム	4	7	8	10	13	15.3	20.1	23.8	30.9	36.2	42.1
デジタル広告	4	6	8	10	15.4	21.7	28.3	37.1	48.9	65.1	87.2
合計	514.5	579.8	587.4	651.9	728.4	820.4	917.3	1058.5	1237.6	1438.3	1661.1

出所: FICCI – KPMG Media and Entertainment Report 2013

表から、テレビが最も産業規模が大きく、印刷メディアは成長率が低下しているものの、依然として2番目の規模の媒体であることが分かる。

■ テレビ ■

テレビは最大のメディアで、普及率は現在約60%、2016年までに70%まで上昇すると予想されている。インドはテレビ受像機の市場として米国、中国に次ぐ第3位にあり、現在、主要都市でケーブルテレビのデジタル化が進められている。



印刷メディア

新聞は印刷メディアの中の最大の産業で、規模は推定で約1,964.6億ルピー(2011年)であり、対する雑誌は125.4億ルピーとなっている。

インターネットやモバイルが普及し、都市圏の消費者の関心や行動も変化しており、出版産業は販売の重点を急速な都市化や経済成長が進む中小都市に移してきている。

印刷産業の規模(単位: 10億ルピー)



出所: FICCI KPMG Report 2012

デジタルメディア

デジタルメディアは成長を続けており、収入は2011年の154億ルピーから、2012年の約217億ルピーに増加した。インターネットの普及とモバイル機器の急増により消費の拡大が期待されている。2016年までにはインターネット接続数は4億を超え、約90%が無線接続になると予想されている。

ソーシャルメディア

FacebookやTwitter、YouTubeなどのソーシャルメディアは、情報や娯楽の新たな源泉になっている。インターネットの成長とソーシャルメディアの出現によって、企業の広告戦略は、より幅広く人々に直接届くようになった。ソーシャルメディアの利用者が共有した記事や映像から新聞社のウェブサイトに入ることが増え、また、ソーシャルメディア利用者が作成する記事・映像が増えている。



訪問結果



Swaroop氏

年齢: 28歳
職業: 求職中
場所: チェンナイ

Swaroop氏は、新聞や雑誌からニュースや情報を得ている。聴覚障害者であるため、人と連絡をとるにはこれまで多くの問題があったが、現在は携帯電話やソーシャルメディアを利用して家族や友人と常に連絡が取れるようになった。また、これらのネットワークを通じて、最新の就職情報を入手している。



Raksha氏

年齢: 24歳
職業: 学生
場所: チェンナイ

Rakshaさんは、時間がある時にテレビやインターネットを見ている。平均すると1日に2時間程度になる。Facebookなどのソーシャルメディアで家族や友人と連絡を取り、また世界の出来事について常に情報を得ている。

JETRO

【免責事項】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。ジェトロでは、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。