



躍進する 中国のメディアコンテンツ市場 日本から見た期待と課題

中国のメディアコンテンツ産業の現況はどうなのだろうか。世界のメディアコンテンツ産業の統計・分析の第一人者である小野打恵さんにまとめていただいた。なお、本原稿では香港の統計は含まれてはいない。もちろん、台湾も含まれていない。中国の有線テレビ(ケーブルテレビ)市場は詳細統計がないため、テレビ放送の一部としてとらえている。その将来や、1兆円強の香港・台湾市場との関係など、可能性は大きい。(編集部)



中国は「BIRTV」イベントをNAB、IBC、InterBEEと並ぶ放送界のビッグイベントとして位置づけている

小野打 恵

Onouchi Megumi
㈱ヒューマンメディア
代表取締役



中国は世界第2位の メディアコンテンツ大国

弊社、㈱ヒューマンメディアは、2007年から世界各国のメディアコンテンツ市場の規模を調査し、ランク付けしてきた。その間、トップは米国、続いて日本、欧州諸国が上位であったが、躍進する中国

が、英、仏、独を次々と抜き去り、2013年には日本を超えて世界第2位となった。米・日・欧州各国の市場規模は、通貨の変動により数値は揺れ動くものの、実質は横ばいといえるのに対し、中国は2009年から2013年の5年間で2.5倍となる激増である。

2013年の中国の市場規模は12兆6734