

第 6 回「多チャンネル放送市場・事業者予測調査」結果発表

衛星放送事業者を対象とした市場の予測に関するアンケート
楽観論基調だが、市場拡大に対する懸念も。

多チャンネル放送研究所(所長:林尚樹)は、第 6 回目となる「多チャンネル放送市場・事業者予測調査」を実施しました。これは、同研究所が(社)衛星放送協会の正会員社の各チャンネルを対象に、多チャンネル放送マーケットの現状と先行き見通しについて調査しているものです。

本調査では、『現状』、『1 年後』、地上波のデジタル放送移行後の『2 年後』という 3 つの時点について、会員各社が多チャンネルマーケットの動向をどのように捉えているかを訊ねています。

この結果、衛星放送事業者の加入者数、視聴率収入についての見通しは、現状や 1 年後の厳しい状況から、『2 年後』に向けて増えていくという期待感を反映したものになりました。

一方で、将来に向け多チャンネル放送市場全体の停滞を懸念する事業者も見受けられました。

広告、事業収入についても、2 年後に向けて改善されると見る傾向があることが明らかになりました。

多チャンネル放送研究所では、今後も同調査を定期的実施し、会員各社の多チャンネル放送のマーケット観を立体的に捉えていく方針です。

■調査結果の概要

1. 自社チャンネルの加入者について、現状の見方は厳しいものの、先に向けては楽観的な見方が優勢

自社チャンネルの加入者予測の全般的な動向を見ると、『現状』では「増加傾向」(44.9%)が最も多く、それに「減少傾向」(26.1%)、「横ばい」(23.2%)が続く構成になった。『1 年後』では「増加傾向」が 52.2%と過半数になり、『2 年後』では更に増えて 55.1%となる。一方で、「減少」は 21.7%、17.4%とそれぞれ下がった。厳しい見方をする事業者もあるが、自社チャンネルの加入者動向については楽観的な見方が優勢と言える。

2. 多チャンネル放送全体には停滞との見解

多チャンネル放送全体については、『現状』では「増加傾向」(55.1%)、「横ばい」(37.7%)、「減少傾向」(7.2%)の順になった。『1 年後』は「増加傾向」が 52.2%、『2 年後』では「増加傾向」が 50.7%となり、「横ばい」が 31.9%と若干下がることから、市場全体としては停滞～微増傾向が続くと見る事業者が多い。自社チャンネルの加入者動向と比較すると、市場の微増傾向に呼応してチャンネル加入件数もわずかに増えるとする事業者が最も多い。その一方で、停滞気味のマーケット環境の中で加入件数を落としていくとする事業者もそれなりにあった。

3. 自社の視聴料収入の全体は楽観論が主流。一方で減収を予測する事業者も

自社チャンネルの視聴料収入の全体の動向では、『現状』、『1 年後』、『2 年後』を通して増加傾向が最も多く、収入増を予測している事業者が多いことがわかる。特に 2 年後に向かって視聴料収入増を期待している事業者が半数を越えている。ただし、「減少」「大幅減」の減少傾向であると回答する事業者も『現状』、『1 年後』で 3 割、『2 年後』でも 26.0%を占めていることにも注意が必要だ。

4. 広告収入では『2年後』に向けてさらなる期待感

自社チャンネルの広告収入の予測では、「横ばい」とみる回答が『現状』(38.6%)、『1年後』(40.0%)、『2年後』(40.0%)とも最も多い。

一方で、「増加」と見る事業者は『現状』(22.9%)、『1年後』(30.0%)、『2年後』(37.1%)と2年後に向けて増えていき、「減少」は『現状』(20.0%)、『1年後』(15.7%)、『2年後』(11.4%)と減っていく。将来に向けて広告収入増への期待が伺える結果となっている。なお、無回答も1割あるが、チャンネルの中には広告を実施していないところもあることに留意されたい。

5. 各事業者はその他事業収入の確保を目指す

自社チャンネルのその他事業収入においては、『現状』では「横ばい」がもっとも多く56.5%、次いで「増加」が23.2%と続く。『1年後』では「増加」が40.6%、「横ばい」が42.0%に、『2年後』では「増加」が46.4%と増え、「横ばい」は36.2%まで減少する。各事業者が、将来に向けて視聴料や広告以外の事業による収入拡大を検討していることがわかる。なお、本項目でも「無回答」が多い点に注意が必要である。

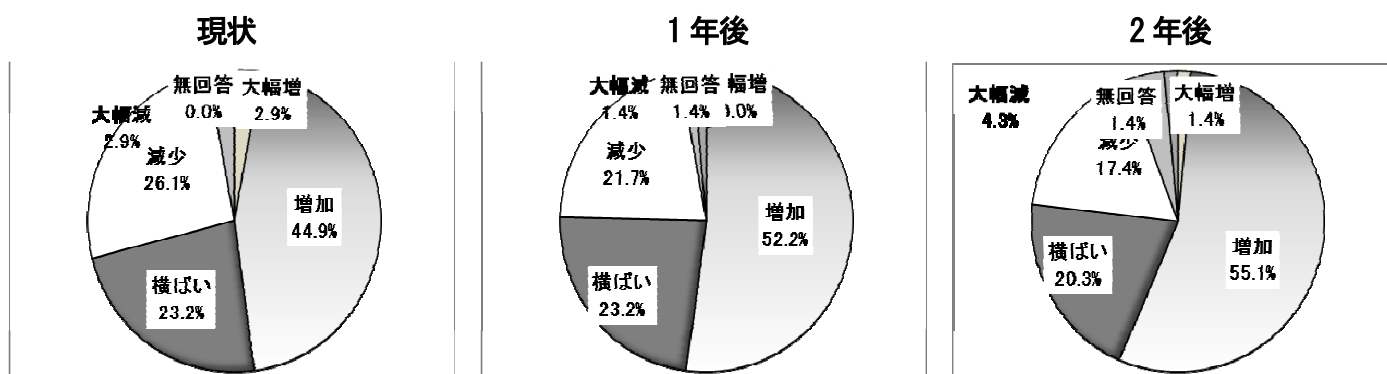
■調査の概要について

- 1.調査時期 2010年4月
- 2.調査対象 衛星放送協会正会員社のCS有料チャンネル(97チャンネル)
- 3.調査方法 郵送法
- 4.回答回収数 69チャンネル
- 5.回答回収率 71.1%

■調査結果詳細

1. 自社チャンネルの加入者動向予測

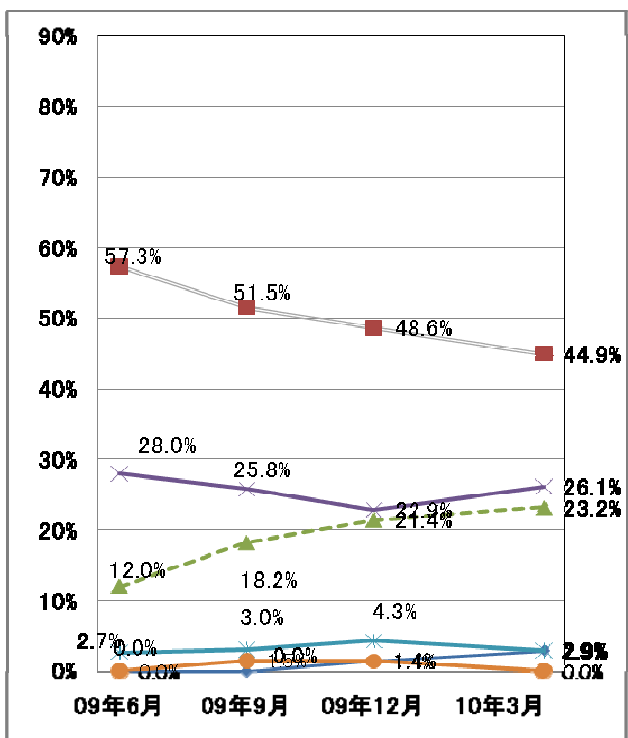
自社チャンネルの加入者予測の全般的な動向を見ると、『現状』では「増加傾向」(44.9%)が最も多く、それに「減少傾向」(26.1%)、「横ばい」(23.2%)が続く構成になった。『1年後』では「増加傾向」が52.2%と過半数になり、『2年後』では更に増えて55.1%となる。一方で、「減少」は21.7%、17.4%とそれぞれ下がった。厳しい見方をする事業者もあるが、自社チャンネルの加入者動向については楽観的な見方が優勢と言える。



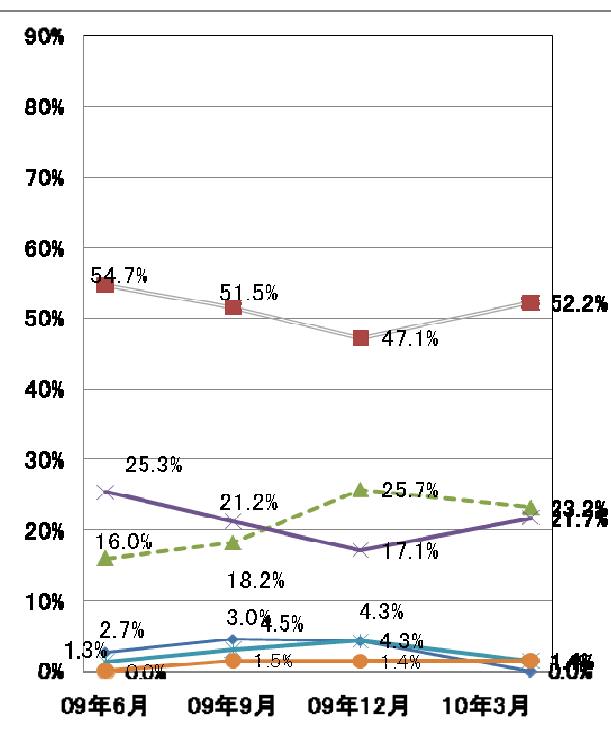
2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

自社チャンネルの加入者動向を、これまでの調査結果と比較した。前回調査に比べると、『現状』では「増加傾向」がやや減り「減少傾向」が3.2ポイントほど増えた。『1年後』では「増加」「減少」がともに増加、『2年後』では「増加」が変わらないのに対して、「減少」が3ポイントほど伸ばしている。このことから、自社加入者予測については増加傾向と減少傾向が事業者によって少しずつ明確化してきたことがわかる。

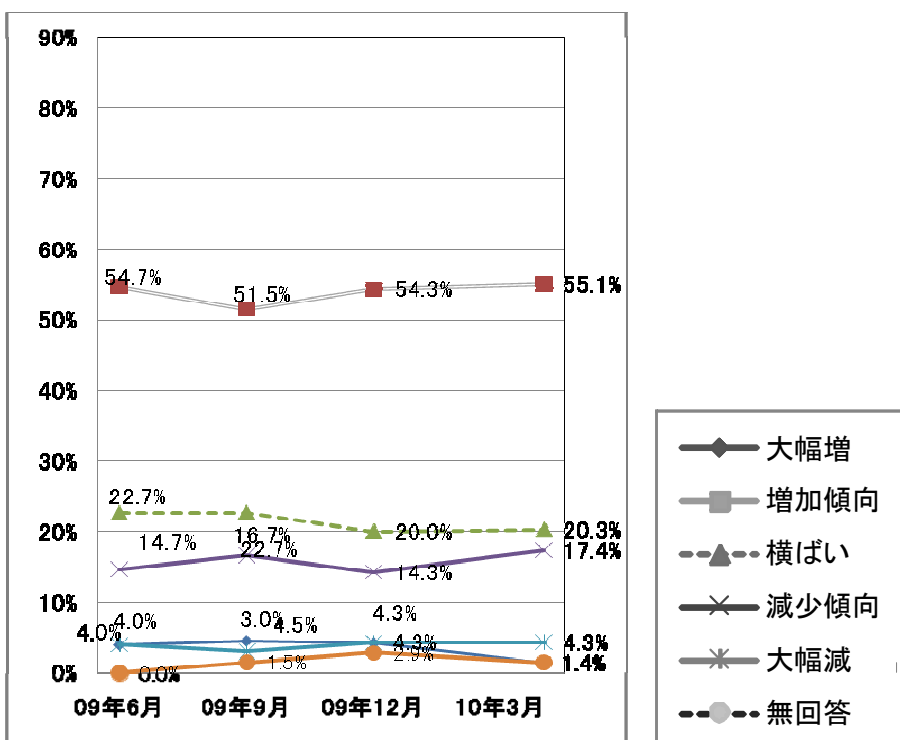
自社加入者数予測(現状)—前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)—前回調査との比較



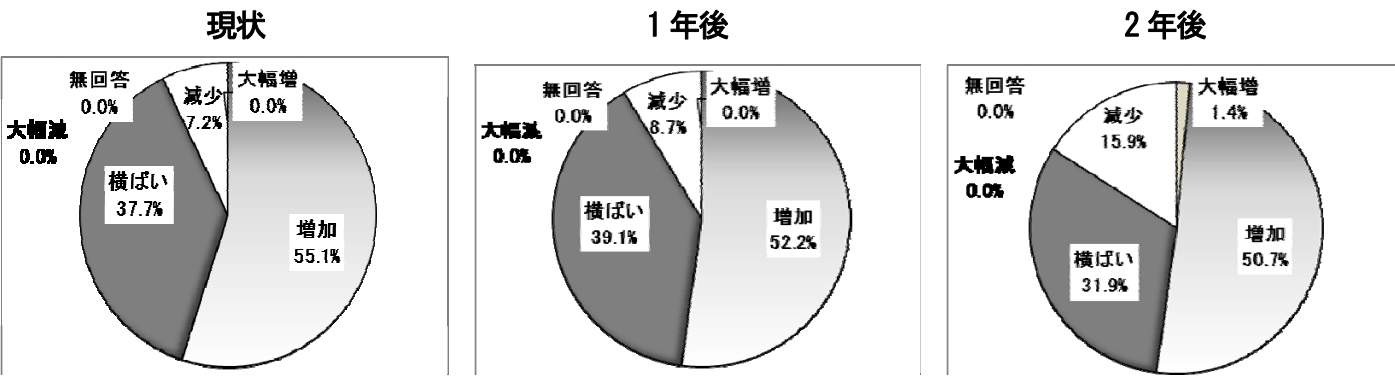
自社加入者数予測(2年後)—前回調査との比較



3.多チャンネル放送全体の加入者動向

多チャンネル放送全体については、『現状』では「増加傾向」(55.1%)、「横ばい」(37.7%)、「減少傾向」(7.2%)の順になった。『1年後』は「増加傾向」が52.2%、『2年後』では「増加傾向」が50.7%となり、「横ばい」が31.9%と若干下がることから、市場全体としては停滞～微増傾向が続くと見る事業者が多い。自社チャンネル

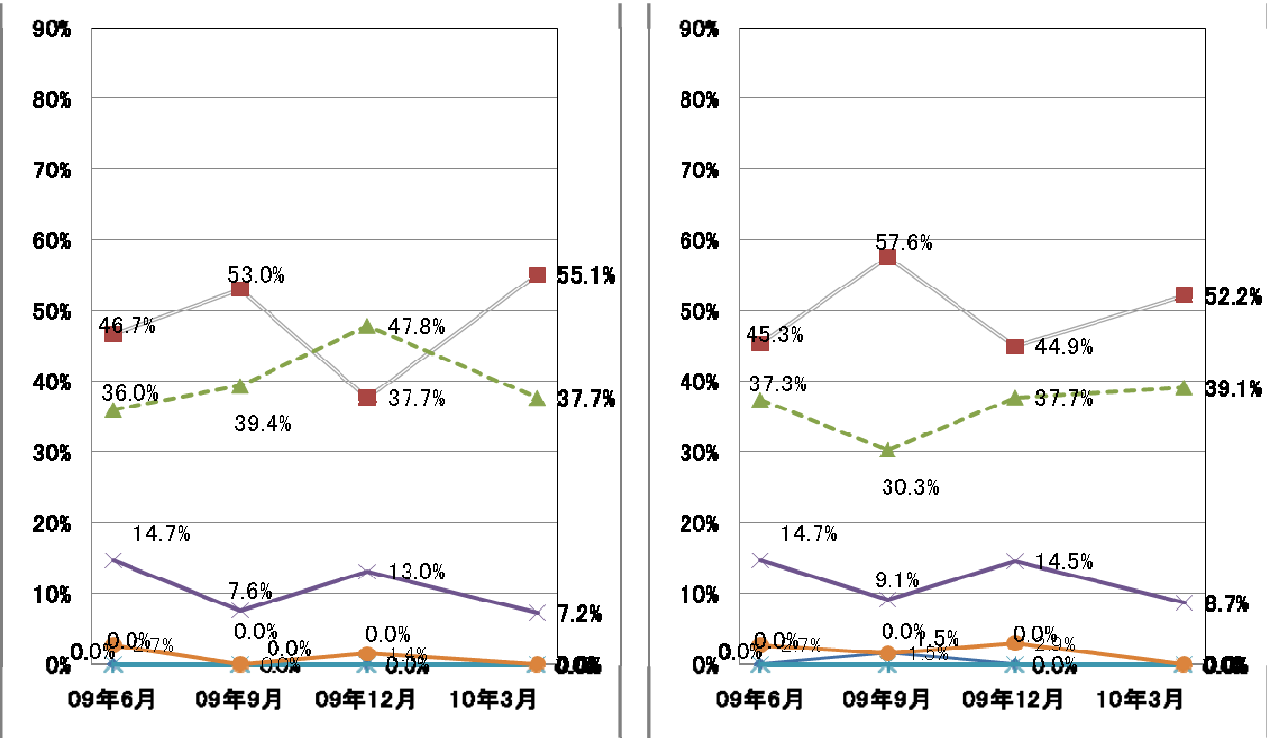
の加入者動向と比較すると、市場の微増傾向に呼応してチャンネル加入件数もわずかに増えるとする事業者が最も多い。その一方で、停滞気味のマーケット環境の中で加入件数を落としていくとする事業者もそれなりにあった。



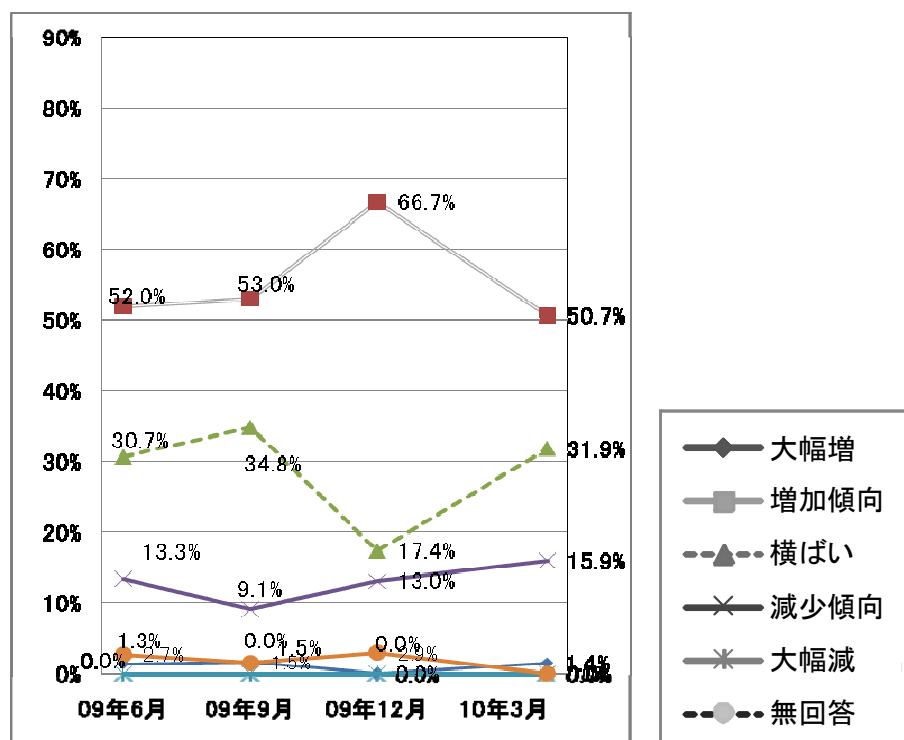
4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

マーケット全体の加入者予測を前回調査と比べると、『現状』では「増加傾向」が大きく伸ばし「横ばい」「減少」が減った。半年前の調査結果と同じような形となっている。『1 年後』でも同じ傾向だが、『2 年後』では逆に「増加」が落として「横ばい」が増えている。このことから、現状の停滞感は一時期よりも弱まっており、ある程度着実に市場が増加傾向にあるとする事業者が増えている一方で、2 年後には横ばい・減少とみる事業者もわずかながら増え始めたといえる

市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較 市場全体加入者数予測(1 年後)―前回調査との比較

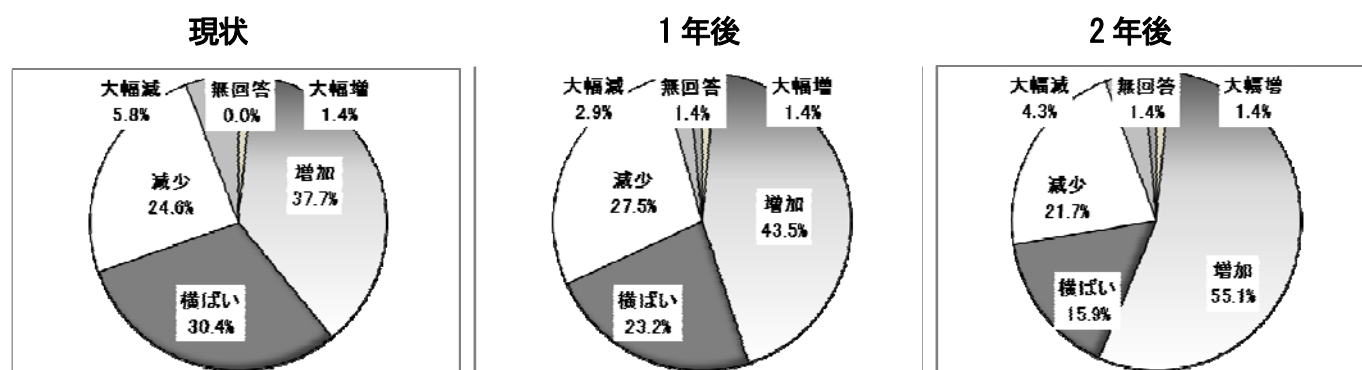


市場全体加入者数予測（2年後）—前回調査との比較



5 視聴料収入予測

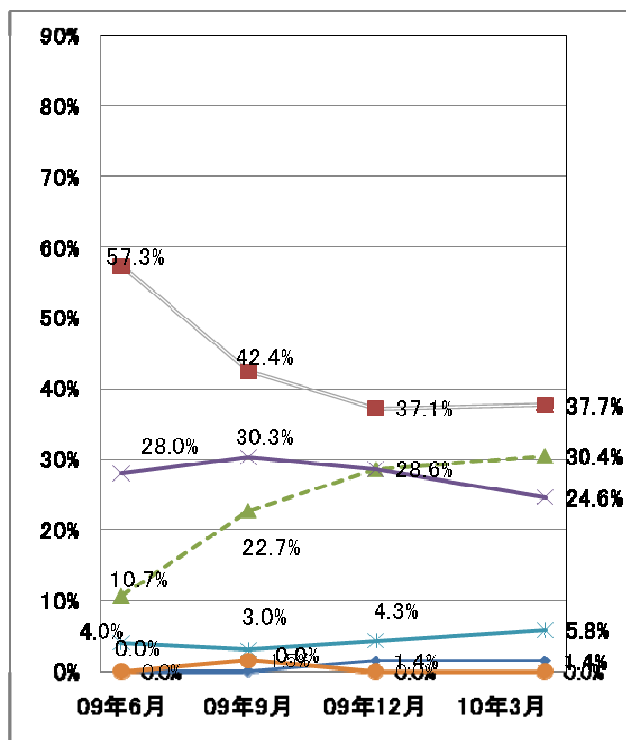
自社チャンネルの視聴料収入の全体の動向では、『現状』、『1年後』、『2年後』を通して増加傾向が最も多く、収入増を予測している事業者が多いことがわかる。特に2年後に向かって視聴料収入増を期待している事業者が半数を越えている。ただし、「減少」「大幅減」の減少傾向であると回答する事業者も『現状』、『1年後』で3割、『2年後』でも26.0%を占めていることにも注意が必要だ。



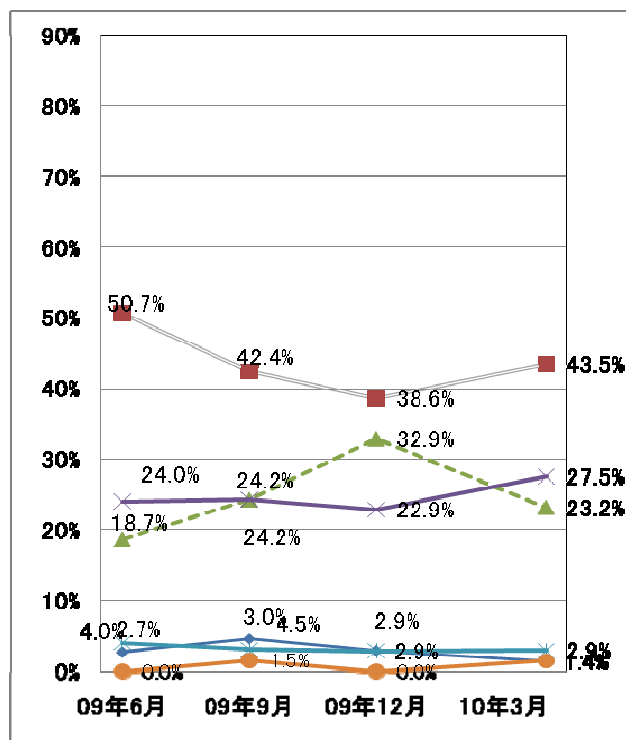
6. 自社チャンネル視聴料予測の推移

『現状』、『1年後』では、「増加」が最も多いが、前回調査から「横ばい」の回答が減りそれぞれ「増加」と「減少」に転じている。前回調査では回復傾向であった「減少」「大幅減」の回答が4分の1を占め過去の調査から最低となった。

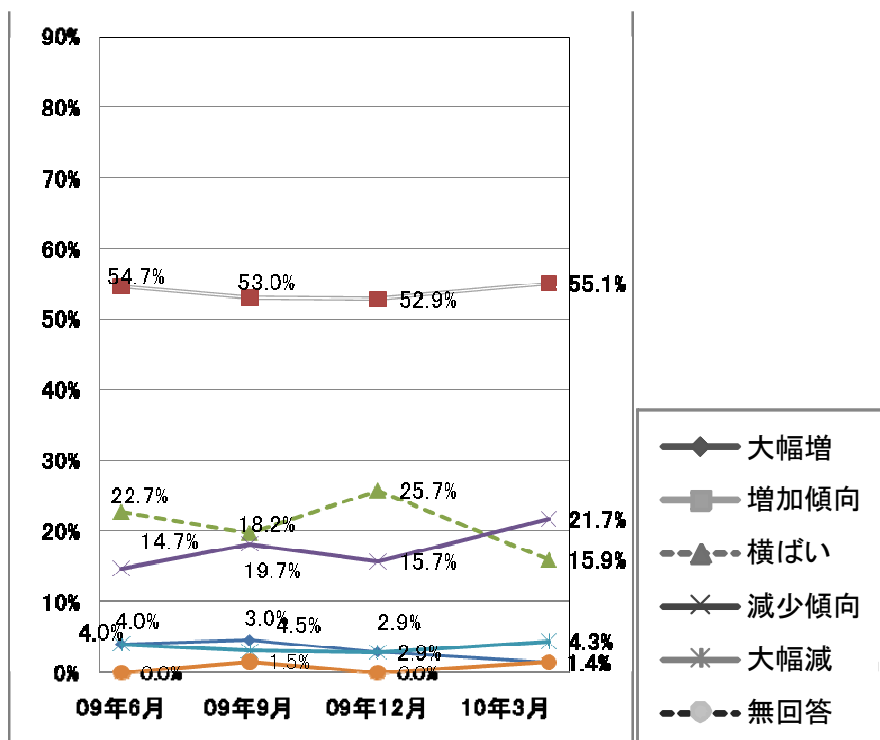
自社収入予測（現在）—前回調査との比較



自社収入予測（1年後）—前回調査との比較



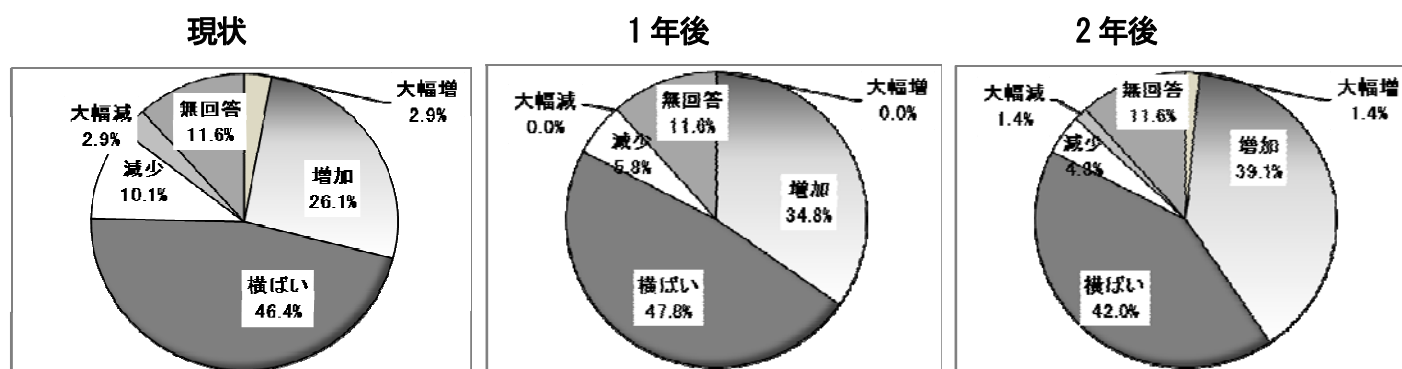
自社収入予測（2年後）—前回調査との比較



7. 広告収入の動向

自社チャンネルの広告収入の予測では、「横ばい」とみる回答が『現状』（38.6%）、『1年後』（40.0%）、『2年後』（40.0%）とも最も多い。

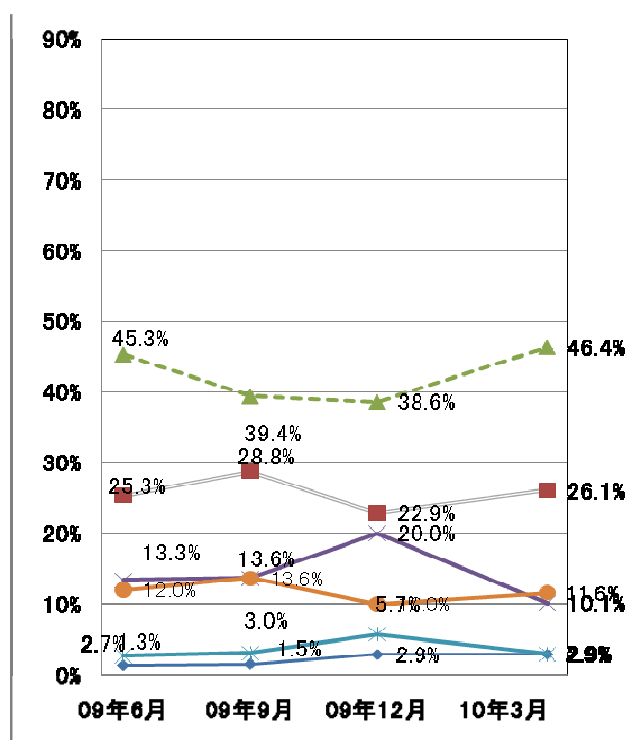
一方で、「増加」と見る事業者は『現状』(22.9%)、『1年後』(30.0%)、『2年後』(37.1%)と2年後に向けて増えていき、「減少」は『現状』(20.0%)、『1年後』(15.7%)、『2年後』(11.4%)と減っていく。将来に向けて広告収入増への期待が伺える結果となっている。なお、無回答も1割あるが、チャンネルの中には広告を実施していないところもあることに留意されたい。



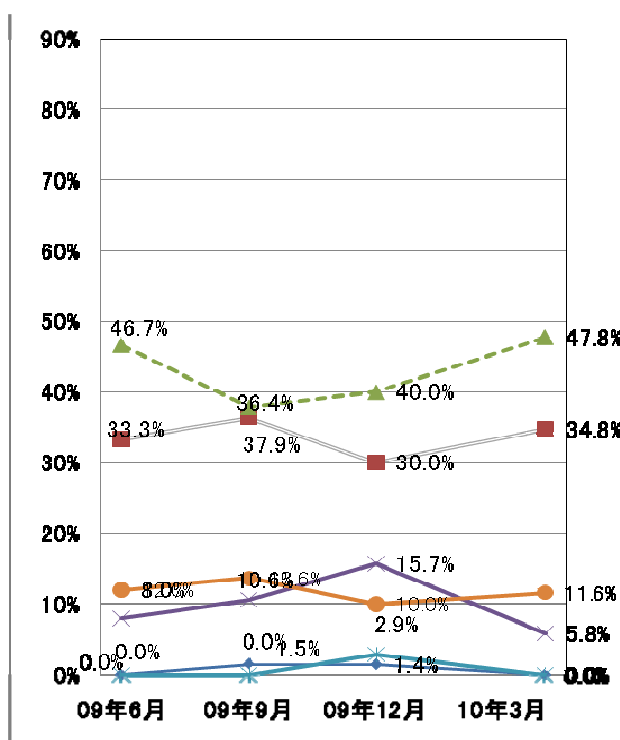
8. 広告収入予測の推移

「減少」が『現状』では9.9ポイント、『1年後』で9.9ポイント、『2年後』で7.1ポイントといずれも大幅に低下している。一方で「増加」「横ばい」とみる事業者が増えていることから2年後に向けて広告収入を期待する回答が増えている。

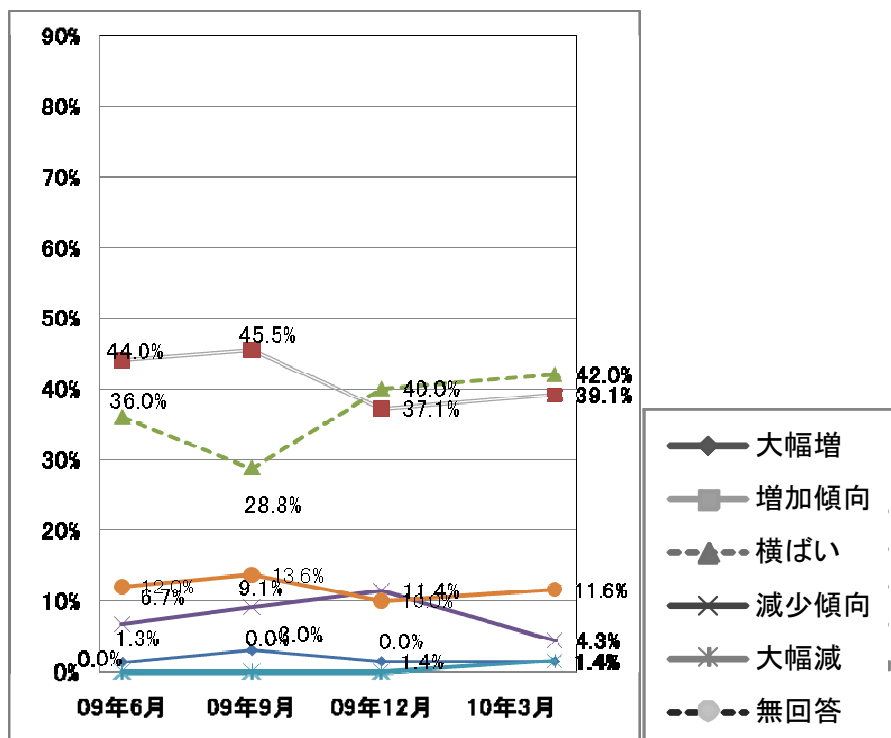
広告収入予測(現状) —前回調査との比較



広告収入予測(1年後) —前回調査との比較

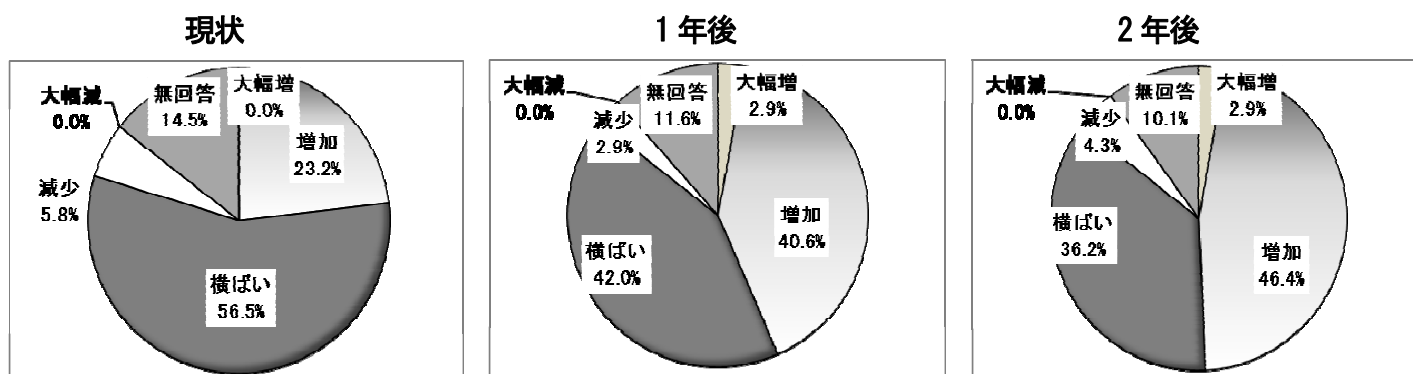


広告収入予測(2年後) —前回調査との比較



9. その他事業収入予測

自社チャンネルのその他事業収入においては、『現状』では「横ばい」がもっとも多く56.5%、次いで「増加」が23.2%と続く。『1年後』では「増加」が40.6%、「横ばい」が42.0%に、『2年後』では「増加」が46.4%と増え、「横ばい」は36.2%まで減少する。各事業者が、将来に向けて視聴料や広告以外の事業による収入拡大を検討していることがわかる。なお、本項目でも「無回答」が多い点に注意が必要である。

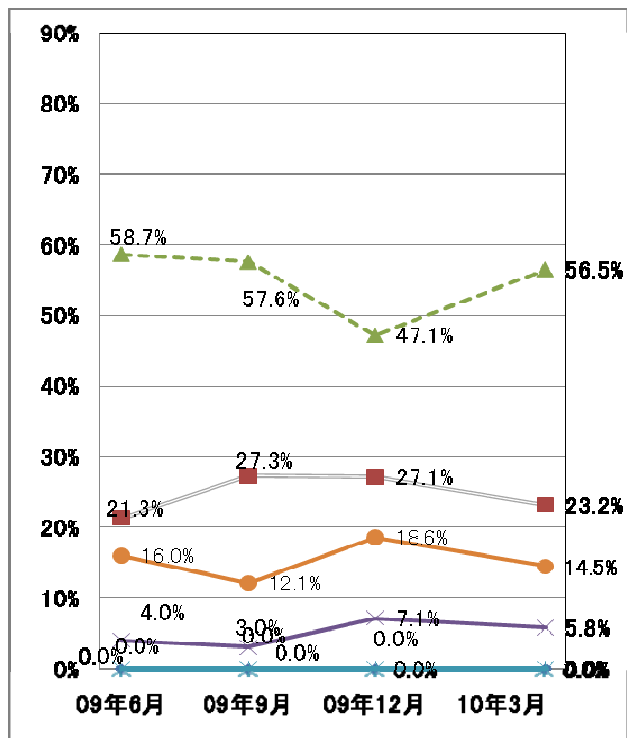


10. その他事業収入予測の推移

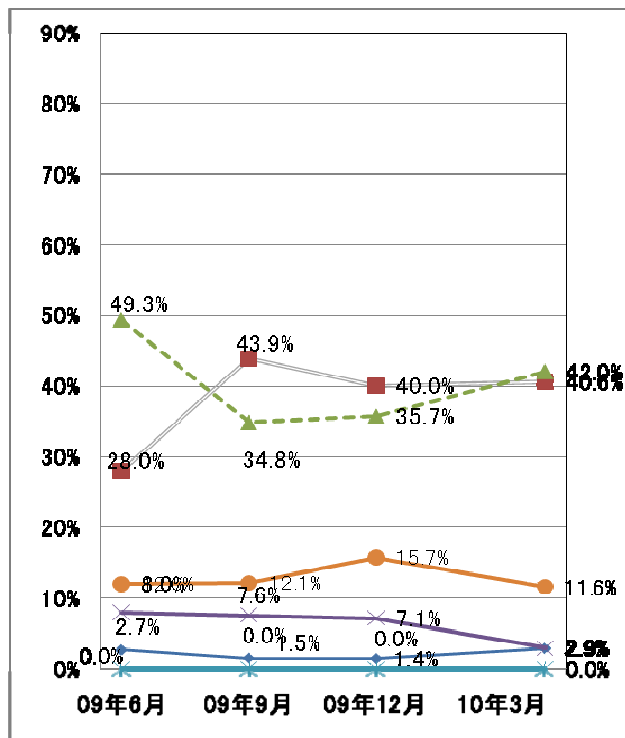
前回調査に比べて『現状』では「横ばい」のポイントが大幅に増え、入れ替わるように「増加」がポイントを減らした。『1年後』でも同様の傾向がみられる。『2年後』については、前回調査と比べて大きな変化は

見られなかった。

その他収入予測(現状) —前回調査との比較



その他収入予測(1年後) —前回調査との比較



その他収入予測(2年後) —前回調査との比較

