

第 7 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 7 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』、『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。

調査時点が 2010 年 11 月で、『1 年後』は地上波のデジタル放送移行直後の 2011 年後半、『2 年後』は 2012 年後半になります。

調査の結果、現状や 1 年後の衛星放送事業者の加入者数、視聴料収入についての見通しは、経済環境の緩和を受けて、前回調査(2010 年 4 月実施)に比べてやや楽観的な見通しになりました。さらに『2 年後』に向けては、加入者数、視聴料収入のいずれについても増えていくという期待感も表れています。

広告、事業収入については、2 年後に向けて改善すると見る傾向があることも明らかになりました。

その一方で、今回の調査では、将来的な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。

多チャンネル放送研究所では、今後も定期的に調査を実施し、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対する楽観的な見方は前回と変わらず

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」と見る事業者が最も多く 53.4%、それに「減少傾向」(26.0%)、「横ばい」(17.8%)が続いた。

先への見通しでは、さらに楽観的な見方がより優勢になる。「増加傾向」と見る事業者の割合は、『1 年後』が 57.5%と『現状』よりも高い。『2 年後』はこれよりやや低いものの、52.1%と半数を超えた。これに対し、「減少」と答えた事業者の割合は、『1 年後』が 17.8%、『2 年後』が 20.5%と、いずれも『現状』より低くなった。

『2 年後』には、厳しい見方をする事業者もあるものの、自社チャンネルの加入者動向については概ね楽観的な見方が多数を占めている。この傾向は前回調査と変わらない。

2. 多チャンネル放送全体市場の伸びは『2 年後』には踊り場か

多チャンネル放送全体の加入者の動向については、『現状』では「増加傾向」(54.8%)、「横ばい」(38.4%)、「減少傾向」(6.8%)の順になった。

項目別に見ると、「増加傾向」と見る事業者は、『1 年後』では 50.7%、『2 年後』では 42.5%となっている。その一方、「減少傾向」と見る事業者の割合は、『1 年後』(13.7%)よりも『2 年後』(19.2%)の方が高い。多チャンネル放送全体については、停滞もしくは微増傾向が続くと見る事業者が大勢を占める。ただし、微

減傾向が進むと見る事業者もそれなりにおり、その割合は、『1年後』、『2年後』と先になるほど高い。

3. 自社の視聴料収入は安泰との見方が主流

自社の視聴料収入について『現状』は「増加傾向」(46.6%)が最も多く、次いで「減少」(26.6%)、「横ばい」(21.9%)となっている。『1年後』『2年後』でも「増加傾向」と見る事業者が最も多い。加えて、『1年後』には『横ばい』が『減少』よりも高くなり、『2年後』にはその差が一層広がることから、視聴料収入については安泰と見る向きが強いようだ。同様の傾向は自社のチャンネルの加入状況にも見ることができる。

なお、自社チャンネルの加入者傾向と自社の視聴料収入の回答を見比べた場合、加入者傾向に関して『増加傾向』と答えた事業者よりも、視聴料収入に関して『増加傾向』と答えた事業者の方が、7～10%ほど低くなっている。これは、比較的、番組提供単価の高いDTHの加入者の減少が収入面に与える影響が、加入者が増加傾向にあるCATVやIPTVの収入増よりも大きいという判断があるとも考えられる。

4. 広告収入では『2年後』に向けて期待感が高まる

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、「増加傾向」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、「減少傾向」と見る事業者は『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「増加傾向」が23.2%となっている。『1年後』は「増加」が40.6%、「横ばい」が42.0%と僅差。『2年後』は「増加」が46.4%、「横ばい」が36.2%と逆転した結果になった。各事業者は、将来に向けて視聴料や広告以外の事業による収入を拡大する方針と推測できる。なお、本項目では「無回答」も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11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(96チャンネル)
- 3.調査方法 郵送法
- 4.回答回収数 73チャンネル
- 5.回答回収率 76.0%

■調査結果詳細

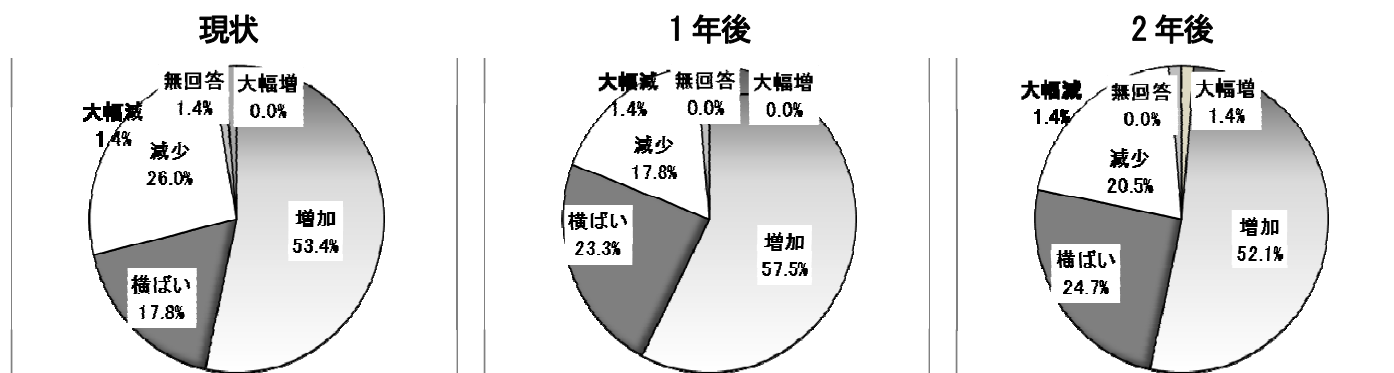
1. 自社チャンネルの加入者動向予測

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」と見る事業者が最も多く

53.4%、それに「減少傾向」(26.0%)、「横ばい」(17.8%)が続いた。

先への見通しでは、楽観的な見方がより優勢になる。「増加傾向」と見る事業者の割合は、『1年後』が57.5%と『現状』よりも高い。『2年後』はこれよりやや低いものの、52.1%と半数を超えた。これに対し、「減少」と答えた事業者の割合は、『1年後』が17.8%、『2年後』が20.5%と、いずれも『現状』より低くなった。

『2年後』には、厳しい見方をする事業者もあるものの、自社チャンネルの加入者動向については概ね楽観的な見方が多数を占めている。この傾向は前回調査と変わらない。



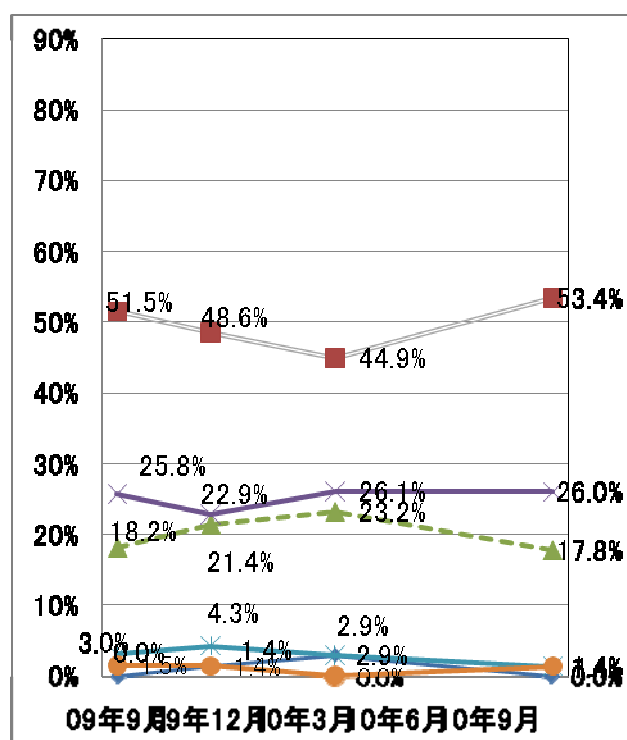
2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

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。

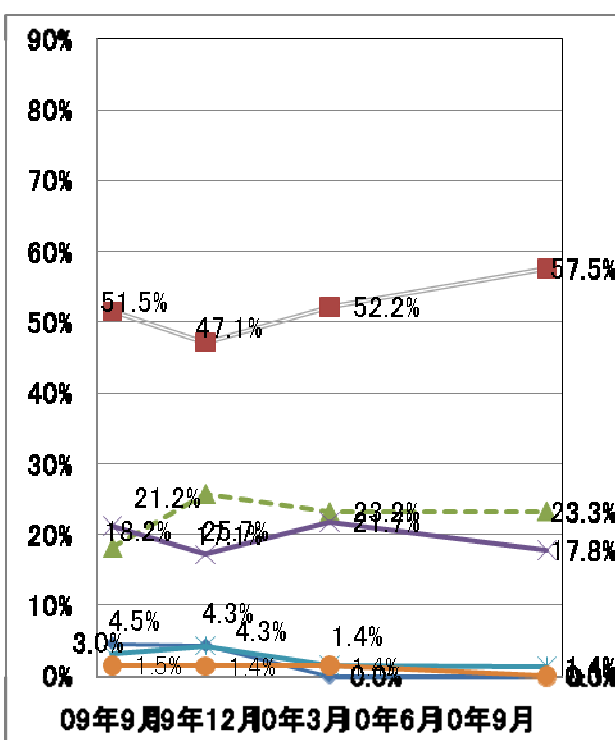
前回調査に比べると、『現状』では「増加傾向」が8.5ポイント増え、「減少傾向」が若干減った。『1年後』では「増加傾向」が5.3ポイント増え、「減少傾向」が3.9ポイント減った。『2年後』では「増加傾向」が3ポイント減り、「減少傾向」が3.1ポイント増えた。

このことから、直近『1年後』までは、前回調査よりも楽観的な見方をしている事業者が増えていること、半面、『2年後』についてはやや厳しい予測をしている事業者が増えていることがわかる。

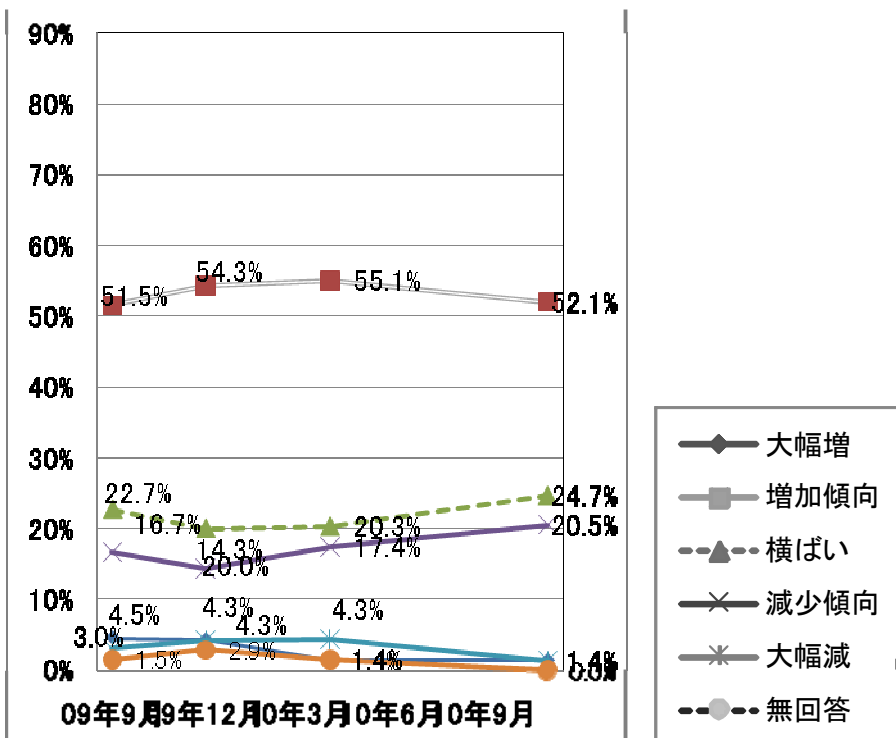
自社加入者数予測(現状)—前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)—前回調査との比較



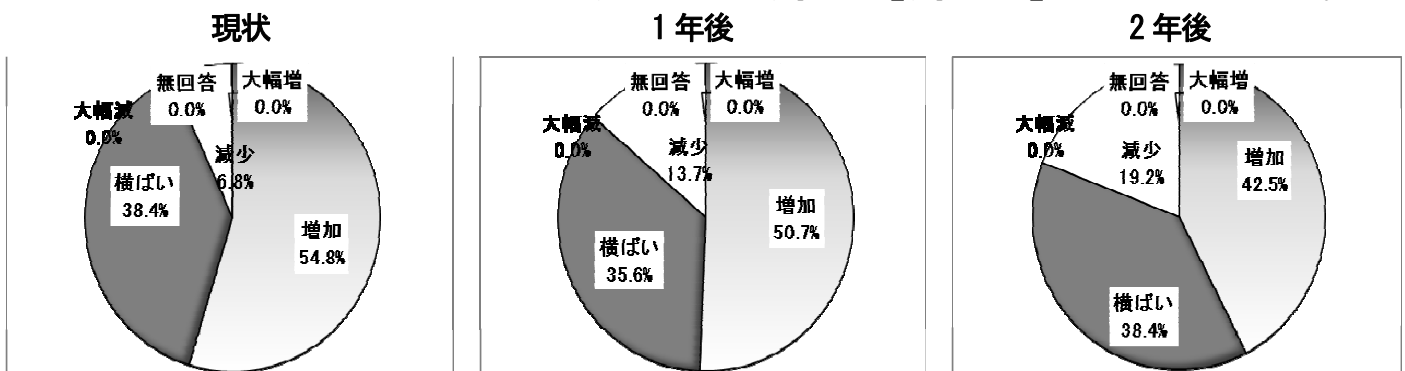
自社加入者数予測(2年後) —前回調査との比較



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の加入者の動向については、『現状』では「増加傾向」(54.8%)、「横ばい」(38.4%)、「減少傾向」(6.8%)の順になった。

項目別に見ると、「増加傾向」と見る事業者は、『1年後』では50.7%、『2年後』では42.5%となっている。その一方、「減少傾向」と見る事業者の割合は、『1年後』(13.7%)よりも『2年後』(19.2%)の方が高い。多チャンネル放送全体については、停滞もしくは微増傾向が続くと見る事業者が大勢を占める。ただし、微減傾向が進むと見る事業者もそれなりにおり、その割合は、『1年後』、『2年後』と先になるほど高い。

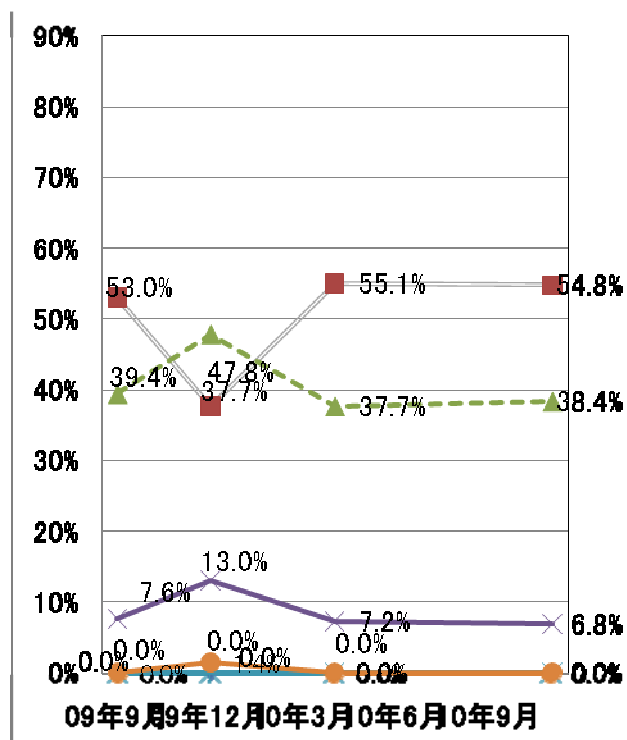


4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

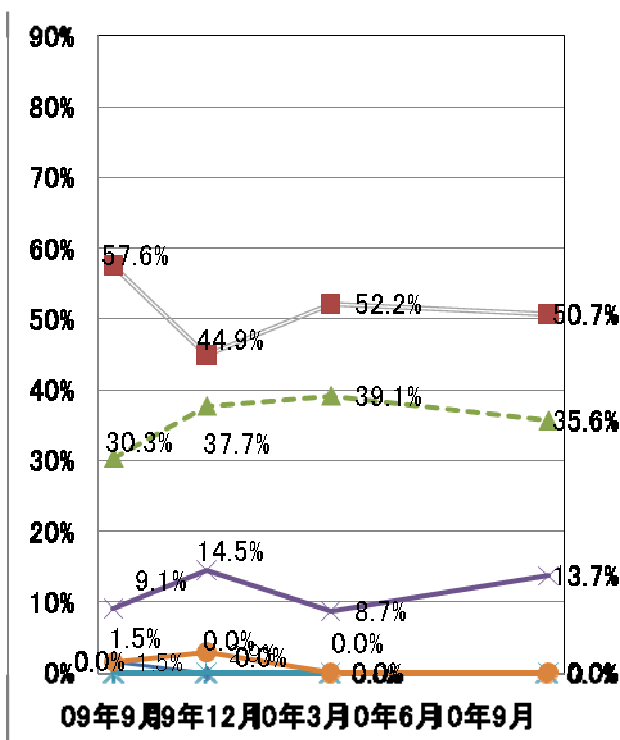
マーケット全体の加入者予測を前回調査と比べると、『現状』は前回並みの結果となった。『1年後』では、「増加傾向」、「横ばい」が下がり、「減少傾向」が3.3ポイント上がっている。また、『2年後』では、「増加

傾向」が8.2ポイント下がり、「横ばい」、「減少傾向」が上がっている。このことから、『2年後』に向けてマーケットが拡大するとみる事業者が減り、逆にマーケットの縮小を予測している事業者が増えていることがわかる。

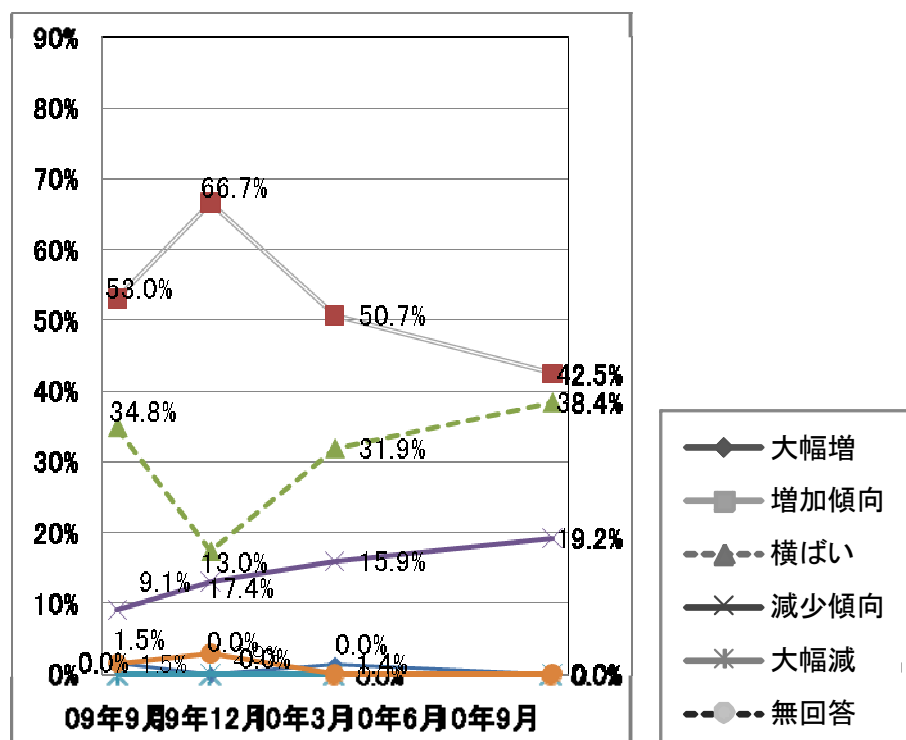
市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較



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

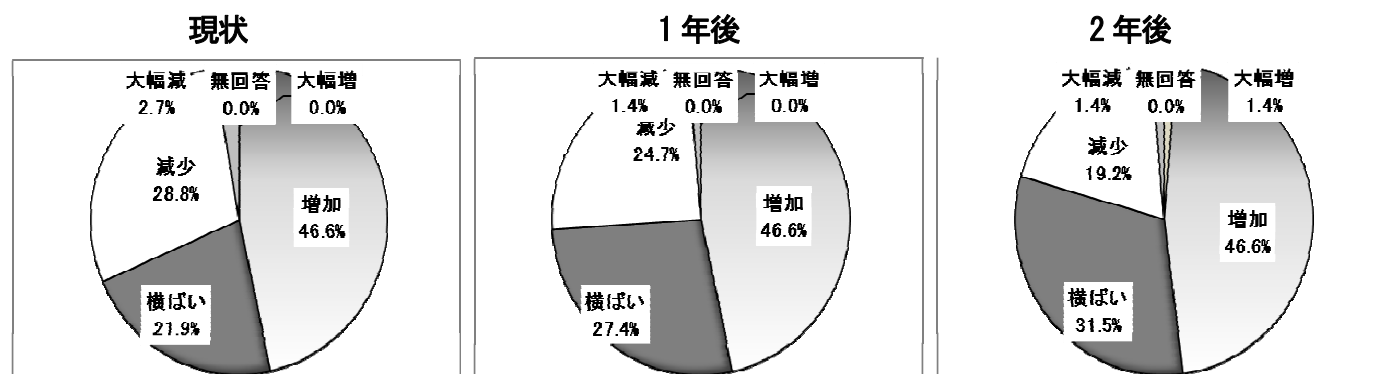


5.視聴料収入予測

自社の視聴料収入について『現状』は「増加傾向」(46.6%)が最も多く、次いで「減少」(26.6%)、「横ばい」

い」(21.9%)となっている。『1年後』『2年後』でも「増加傾向」と見る事業者が最も多い。加えて、『1年後』には『横ばい』が『減少』よりも高くなり、『2年後』にはその差が一層広がることから、視聴料収入については安泰と見る向きが強いようだ。同様の傾向は自社のチャンネルの加入状況にも見ることができる。

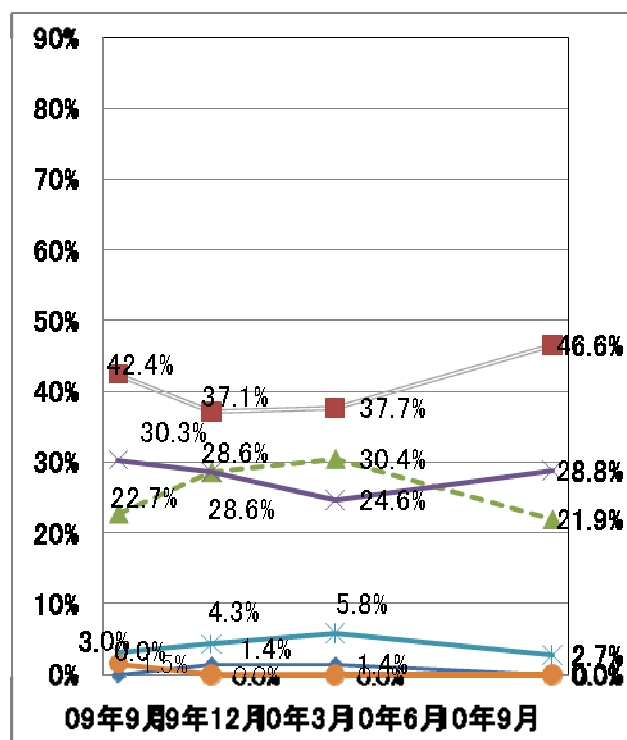
なお、自社チャンネルの加入者傾向と自社の視聴料収入の回答を見比べた場合、加入者傾向に関して『増加傾向』と答えた事業者よりも、視聴料収入に関して『増加傾向』と答えた事業者の方が、7～10%ほど低くなっている。これは、比較的、番組提供単価の高いDTHの加入者の減少が収入面に与える影響が、加入者が増加傾向にあるCATVやIPTVの収入増よりも大きいという判断があるとも考えられる。



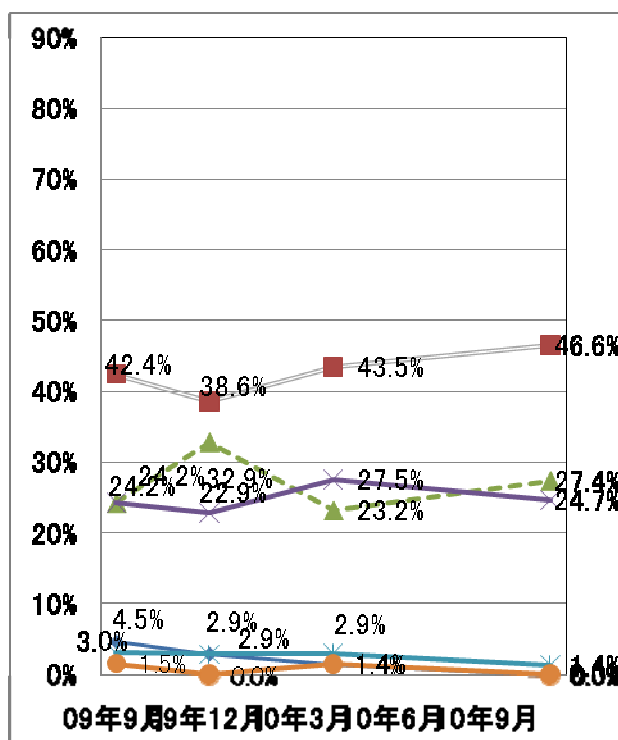
6. 自社チャンネル視聴料予測の推移

『現状』『1年後』『2年後』ともに「増加傾向」が最も多い。ただし、前回調査と比べると、『現状』『1年後』でその割合が伸びているのに対し、『2年後』は「増加傾向」の割合が減って「横ばい」が2倍程度と増えている。また、いずれの質問でも「大幅増」と「大幅減」の回答比率は下がる傾向にある。

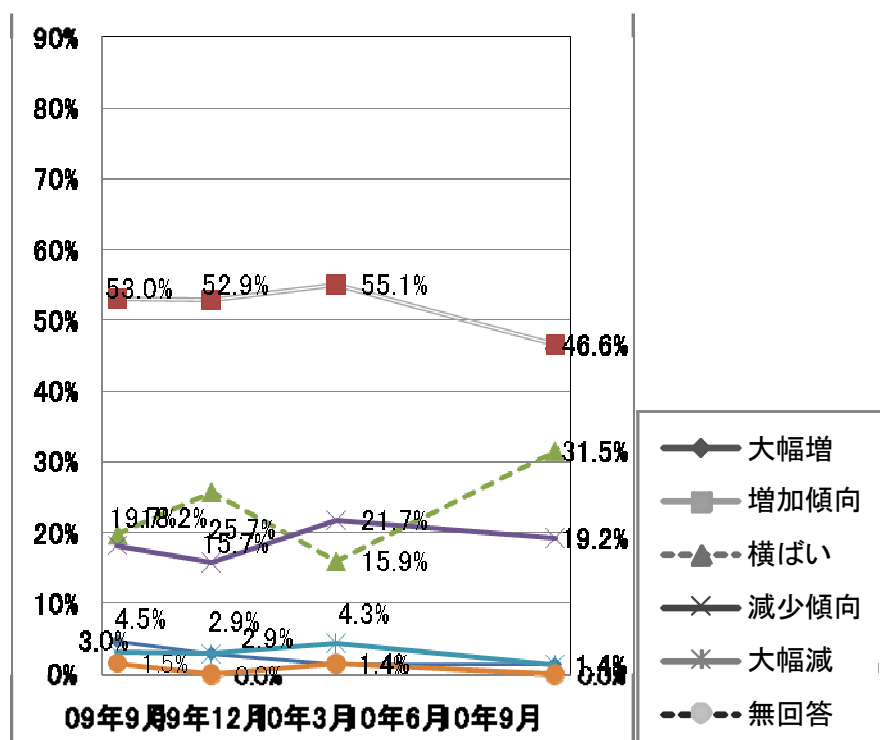
自社収入予測（現在）—前回調査との比較



自社収入予測（1年後）—前回調査との比較



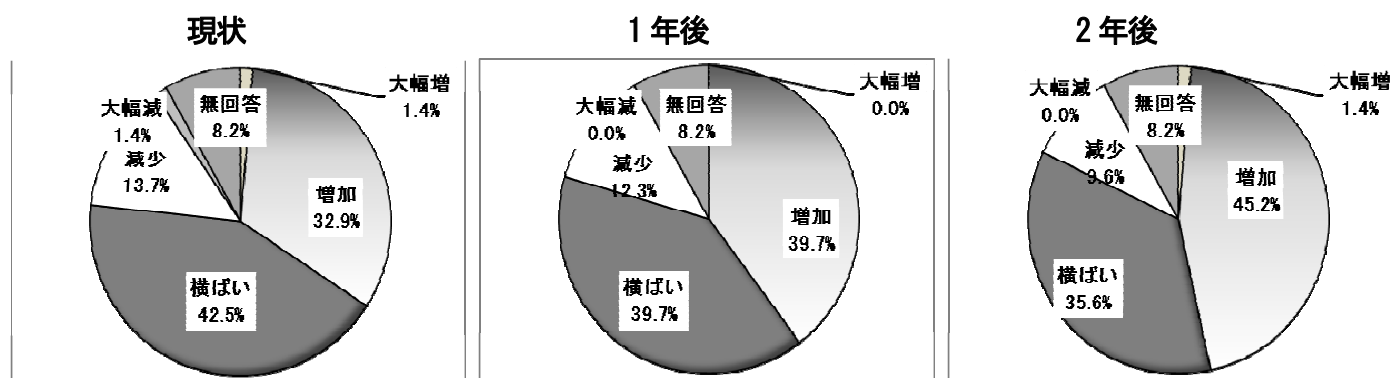
自社収入予測（2年後）—前回調査との比較



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。

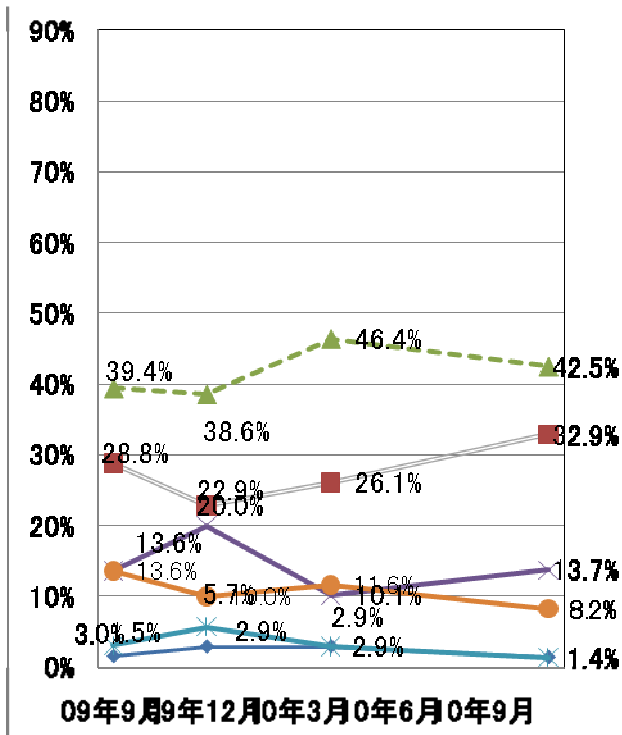
一方で、「増加傾向」と見る事業者は『現状』（22.9%）、『1年後』（30.0%）、『2年後』（37.1%）と2年後に向けて増えていき、「減少傾向」と見る事業者は『現状』（20.0%）、『1年後』（15.7%）、『2年後』（11.4%）と減っていく。将来に向けて広告収入増への期待が伺える結果となっている。なお、無回答も1割あるが、チャンネルの中には広告を実施していないところもあることに留意されたい。



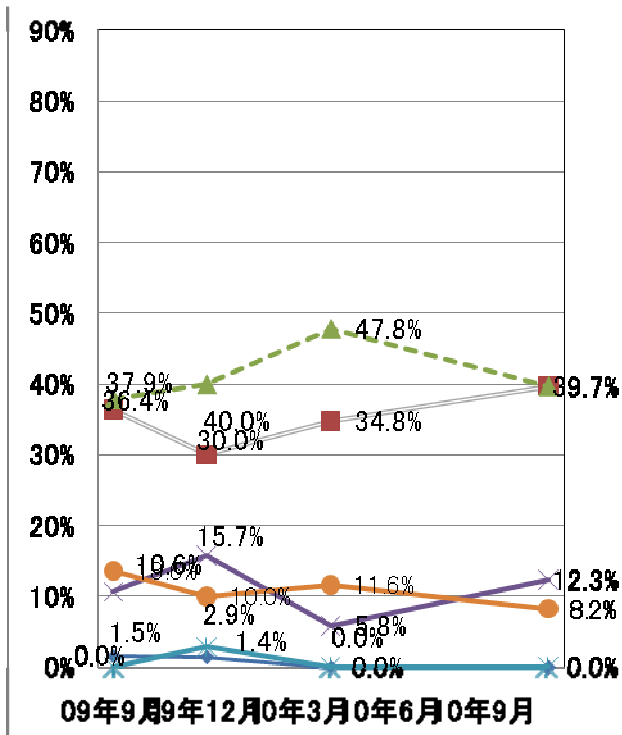
8. 広告収入予測の推移

前回調査と比べて、『現状』では「増加傾向」が6.8ポイント、「減少傾向」が3.6ポイント上昇した。『1年後』『2年後』でも同様の傾向が見られる。一方、「横ばい」とみる回答は、いずれも減っており、事業者によって「増加」と「減少」の見方が分かれていく傾向がみられた。なお、「無回答」が前回調査を3.4ポイント下回り8.2%となった。

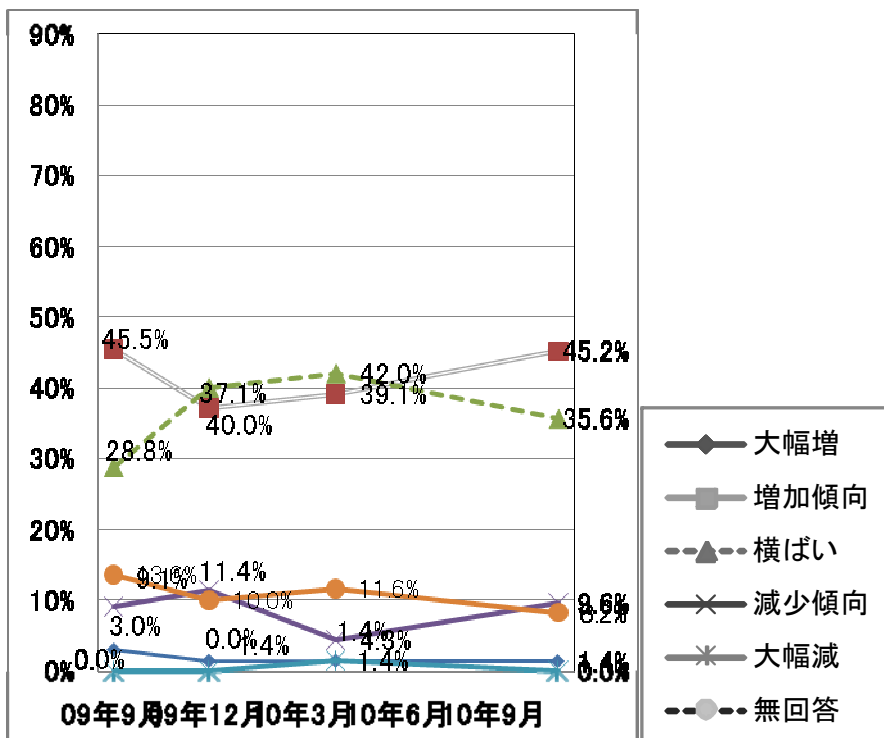
広告収入予測(現状) —前回調査との比較



広告収入予測(1年後) —前回調査との比較



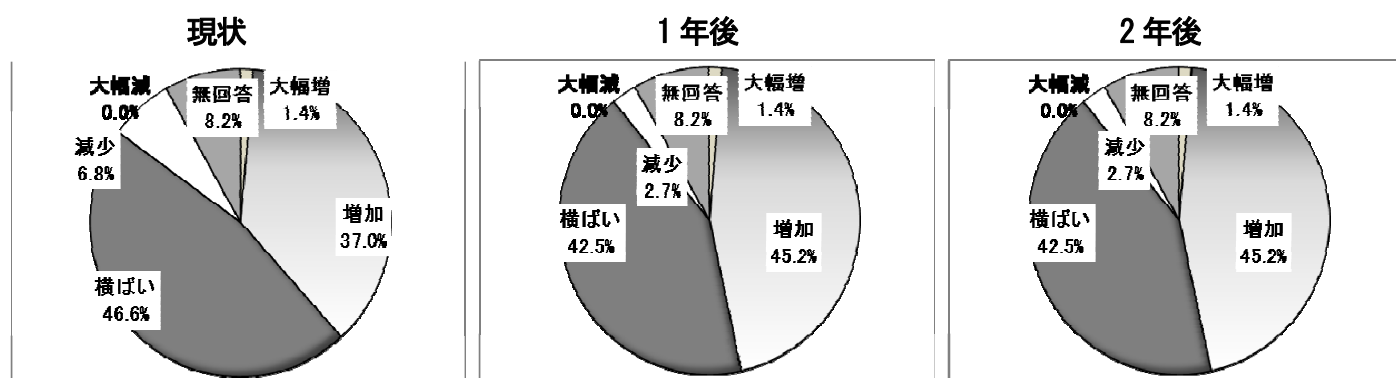
広告収入予測(2年後) —前回調査との比較



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

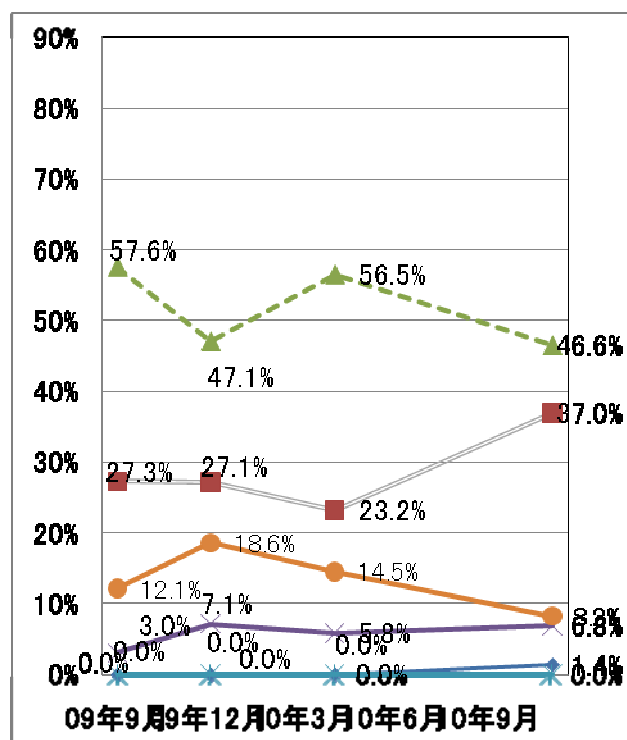
加傾向」が23.2%となっている。『1年後』は「増加」が40.6%、「横ばい」が42.0%と僅差。『2年後』は「増加」が46.4%、「横ばい」が36.2%と逆転した結果になった。各事業者は、将来に向けて視聴料や広告以外の事業による収入を拡大する方針と推測できる。なお、本項目では「無回答」も多い点に注意が必要である。



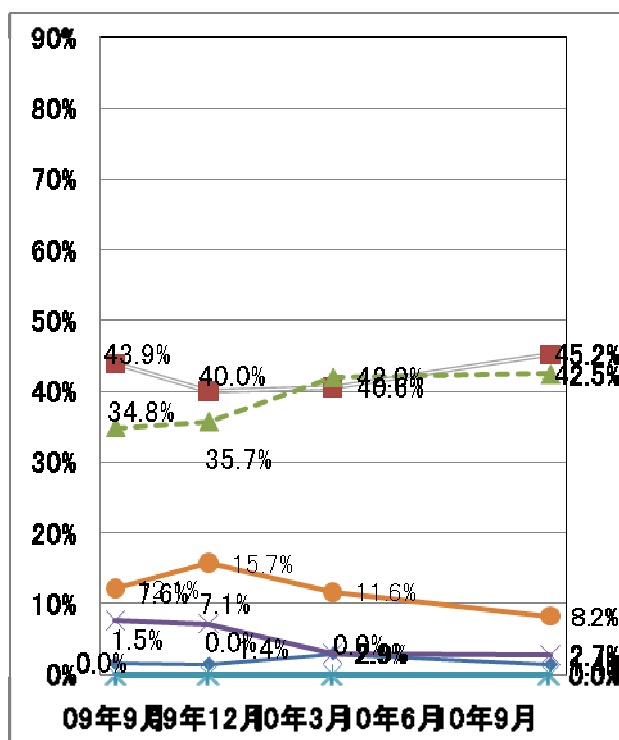
10. その他事業収入予測の推移

前回調査と比べて、『現状』では「増加傾向」が13.8ポイント増え、「横ばい」が9.9ポイント減った。「増加傾向」は『1年後』では4.6ポイント、「横ばい」は『2年後』で6.3ポイント増えている。「減少傾向」に大きな変化は見られない。なお、「無回答」は2回連続で前回調査を下回り8.2%となった。

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

