第8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 市場拡大に対する期待感、続く。

多チャンネル放送研究所 (所長:音 好宏) は、第8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2011年5月で、『1年後』は2012年前半、『2年後』は2013年前半になります。 調査の結果、現状や1年後の衛星放送事業者の加入者数、視聴率収入についての見通し は、震災などがあったにもかかわらず、前回調査(2010年11月実施)に比べても楽観的 な基調が続く結果になりました。さらに『2年後』に向けては、加入者数、視聴率収入の 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。

広告や、その他の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

■前回同様自社チャンネルの加入者に対する見方は楽観的

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」(51.4%) が最も多く、それに「横ばい」(26.4%)、「減少傾向」(20.8%) が続く構成となった。

「増加傾向」は『1 年後』では 56.9% と更に上がり、『2 年後』ではやや下回るものの 52.8% と過半数を占めている。

一方、「減少傾向」は、「大幅減」も含めると『1 年後』19.5%、『2 年後』18.1%と、『現 状』よりやや下がった。

『1年後』『2年後』においては、やや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市場の伸びは『2年後』に向けて微増

多チャンネル放送全体については、『現状』では「増加傾向」(51.4%)、「横ばい」(31.9%)、 「減少傾向」(9.7%) の順になった。

「減少傾向」を見ると、『1年後』では13.9%と高まっているが、『2年後』では9.7%と、『現状』と同様の結果となった。また、「横ばい」も『1年後』は26.4%と減少しているが、『2年後』には31.9%と『現状』と同様の結果となっている。このことから、『1年後』にはわずかながら悲観的な見方を持っているものの、『2年後』には、多チャンネル放送全体として停滞~微増傾向が続いていくと見る事業者が大勢を占めていることが分かる。

3。 自社の視聴料収入は横ばいとの見方が中心

視聴料収入に関しては、どの時点においても「増加傾向」という回答が過半数を占めている。これは自社のチャンネルの加入者予測に対する見方と近い傾向があるが、ただし、自社加入者予測よりは「増加傾向」の回答より数ポイント程度低く、その分「横ばい」が多くなっている。また『現状』では「減少」との回答が25%ほどになっている。ただし『1年後』『2年後』では「減少」が10ポイント程度ほど下げて、その代わりに「横ばい」が増える傾向がみられる。現状から1年後までについては、震災とそのマクロな経済への影響、また『2年後』に関しては新BSの開始などが要因として挙げられるかもしれない。

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、「増加傾向」とみる回答が『現状』では 36.1% と最も多く、『1 年後』 (43.1%)、『2 年後』 (48.6%) と増えている。一方、「減少」は『現状』 (19.4%)、『1 年後』 (13.9%)、『2 年後』 (8.3%) と減っている。

『現状』では「増加」と「減少」の差が 16.7 ポイントなのに対して、『2 年後』には 40.3 ポイントにまで開いており、将来への期待が伺える結果となった。

なお、無回答が9.7%ある。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も留意されたい。

5 各事業者はその他事業収入が増えると予測

自社チャンネルのその他事業収入の予測では、「横ばい」とみる回答が『現状』では 44.4%と最も多いが、『1 年後』37.5%、『2 年後』34.7%と減っている。一方、「増加」は『現 状』で34.7%だが、『1 年後』『2 年後』いずれも41.7%と増え、「横ばい」を逆転しており、その他事業収入でも将来への期待が伺える結果となった。

調査の概要について

- 1. 調査時期 2011 年 5 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 (91 チャンネル)
- 3. 調査方法 郵送法
- 4. 回答回収数 72 チャンネル
- 5. 回答回収率 79.1%

調査結果詳細

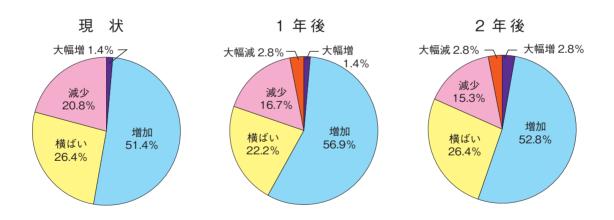
1 自社チャンネルの加入者動向予測

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」(51.4%) が最も多く、それに「横ばい」(26.4%)、「減少傾向」(20.8%) が続く構成となった。

「増加傾向」は『1 年後』では 56.9%と更に上がり、『2 年後』ではやや下回るものの 52.8%と過半数を占めている。

一方、「減少傾向」は、「大幅減」も含めると『1 年後』19.5%、『2 年後』18.1%と、『現 状』よりやや下がった。

『1 年後』『2 年後』においては、やや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。



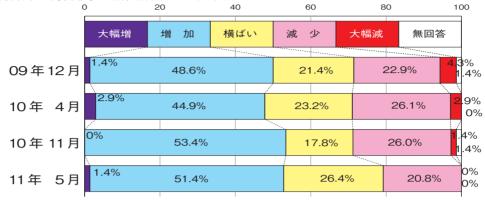
2 自社チャンネルの加入者動向予測推移

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」、「減少傾向」がともに若干減り、一方で「横 ばい」が8.6 ポイント増加している。

『1年後』では「大幅増」「増加傾向」が合わせて 0.8 ポイント増え、「大幅減」「減少傾向」が合わせて 0.3 ポイント増加。やや分かれる結果となったが、『2年後』を見ると、「大幅増」「増加傾向」が 2.1 ポイント増加、「大幅減」「減少傾向」が 3.8 ポイント減となっている。

直近『1年後』までは大きな変化は見られないが、『2年後』については前回調査よりも やや楽観的な見方をしている事業者が増えてき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

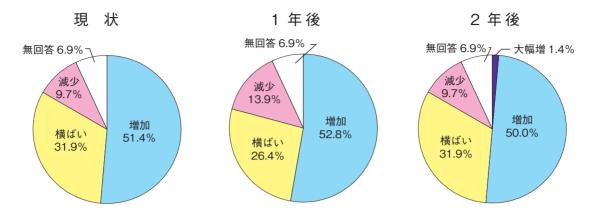


3。多チャンネル放送全体の加入者動向

多チャンネル放送全体については、『現状』では「増加傾向」(51.4%)、「横ばい」(31.9%)、 「減少傾向」(9.7%) の順になった。

「減少傾向」を見ると、『1 年後』では 13.9%と高まっているが、『2 年後』では 9.7%と、『現状』と同様の結果となった。また、「横ばい」も『1 年後』は 26.4%と減少しているが、『2 年後』には 31.9%と『現状』と同様の結果となっている。このことから、『1 年後』に

はわずかながら悲観的な見方を持っているものの、『2年後』には、多チャンネル放送全体として停滞~微増傾向が続いていくと見る事業者が大勢を占めていることが分かる。

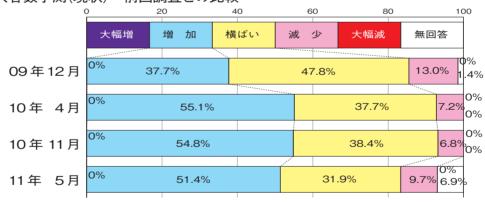


4 多チャンネル放送全体についての予測推移

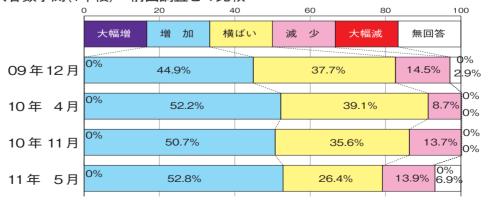
マーケット全体の加入者予測を前回調査と比べると、『現状』では、「増加傾向」「横ばい」が減少している一方で、「減少傾向」が2.9ポイント増加している。ただ、『1年後』、『2年後』の「増加傾向」を見ると、それぞれ前回調査より2.1ポイント、7.5ポイントの増加となっている。特に『2年後』については、過去3回の調査では「増加傾向」が着々と下がってきていたが、今回増加に転じた。

直近ではやや悲観的な見方があるものの、『2年後』については、ある程度楽観的な見方が戻ってきていると考えられる。

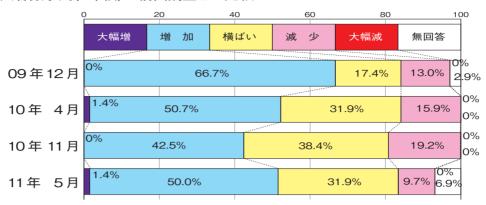
市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較



市場全体加入者数予測(1年後)―前回調査との比較

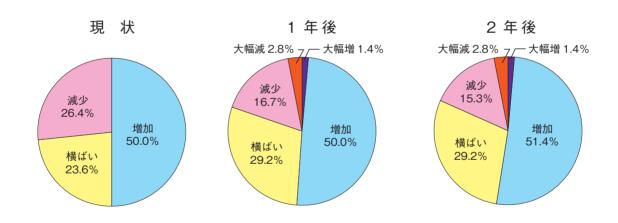


市場全体加入者数予測(2年後)―前回調査との比較



5。視聴料収入予測

視聴料収入に関しては、どの時点においても「増加傾向」という回答が過半数を占めている。これは自社のチャンネルの加入者予測に対する見方と近い傾向があるが、ただし、自社加入者予測よりは「増加傾向」の回答より数ポイント程度低く、その分「横ばい」が多くなっている。また『現状』では「減少」との回答が25%ほどになっている。ただし『1年後』『2年後』では「減少」が10ポイント程度ほど下げて、その代わりに「横ばい」が増える傾向がみられる。現状から1年後までについては、震災とそのマクロな経済への影響、また『2年後』に関しては新BSの開始などが要因として挙げられるかもしれない。



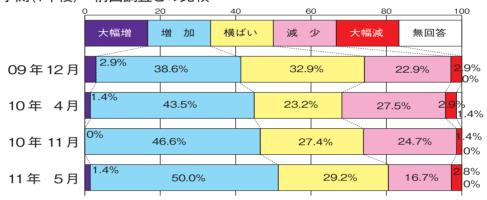
6。自社チャンネル視聴料予測の推移

視聴料収入の全体動向について、前回調査と比較すると『現状』『1年後』『2年後』ともに、「増加」との回答が半数を上回った。「増加」との回答が50%を上回ったのは『現状』『1年後』ともに調査開始以来初めてで、『2年後』でも10年4月調査以来である。一方「大幅減」が『現状』では0ポイントになって、減少傾向と回答とした事業者が初めて3割を下回わり、『1年後』『2年後』でも「減少」との回答が低下している。これらを見ると、視聴料収入についてより楽観的な見方をしている事業者が増えていることがわかる。

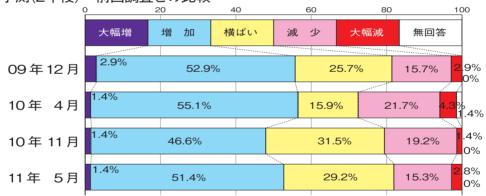
自社収入予測(現状)―前回調査との比較



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

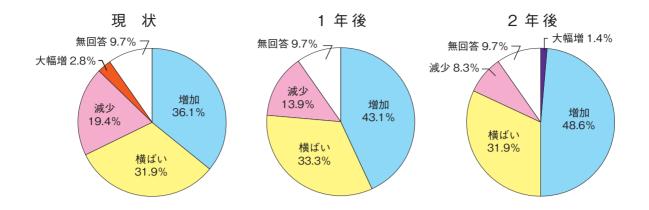


7。広告収入の動向

自社チャンネルの広告収入の予測では、「増加傾向」とみる回答が『現状』では 36.1% と最も多く、『1 年後』 (43.1%)、『2 年後』 (48.6%) と増えている。一方、「減少」は『現状』 (19.4%)、『1 年後』 (13.9%)、『2 年後』 (8.3%) と減っている。

『現状』では「増加」と「減少」の差が16.7 ポイントなのに対して、『2 年後』には40.3 ポイントにまで開いており、将来への期待が伺える結果となった。

なお、無回答が 9.7%ある。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も留意されたい。

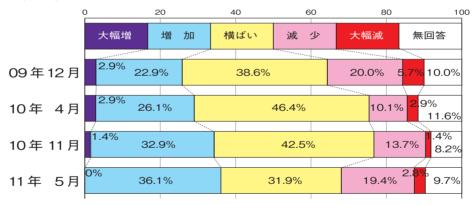


●広告収入予測の推移

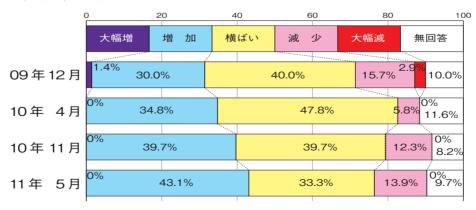
前回調査と比べて、『現状』では「増加」が3.2 ポイント上昇、「横ばい」が10.6 ポイント下降し、初めて「増加」が「横ばい」を上回りトップとなった。『1 年後』『2 年後』でも同様に「増加」が上昇、「横ばい」が下降する傾向が見られる。

一方、「減少」も前回調査より『現状』で 5.7 ポイント、『1 年後』で 1.6 ポイント増えており、前回に引き続き、事業者によって見方が分かれていく傾向がみられる。

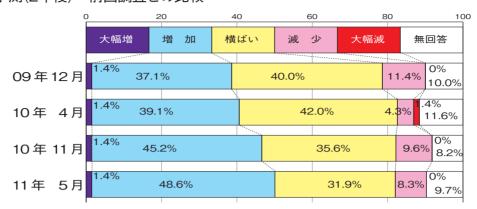
広告収入予測(現状)―前回調査との比較



広告収入予測(1年後)―前回調査との比較



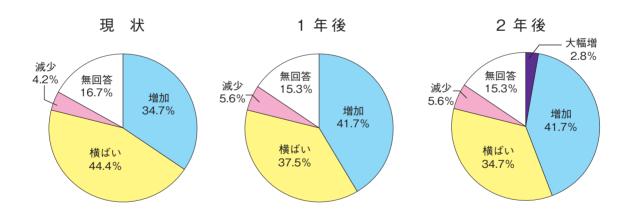
広告収入予測(2年後)―前回調査との比較



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の予測では、「横ばい」とみる回答が『現状』では 44.4%と最も多いが、『1 年後』 37.5%、『2 年後』 34.7%と減っている。一方、「増加」は『現 状』で 34.7%だが、『1 年後』『2 年後』いずれも 41.7%と増え、「横ばい」を逆転しており、 その他事業収入でも将来への期待が伺える結果となった。

なお、本項目でも「無回答」が15%以上あることに留意されたい。

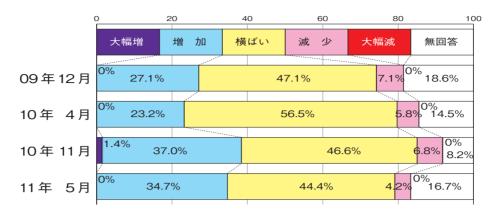


10。その他事業収入予測の推移

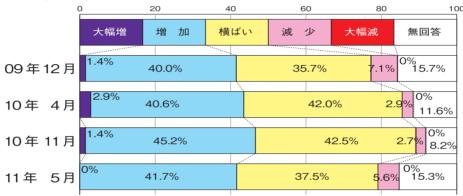
前回調査と比べて、『現状』では「増加」が 2.3 ポイント、「横ばい」が 2.2 ポイント減った。『1 年後』『2 年後』でも同様の傾向が見られる。

一方、「無回答」が前回調査より 8.5 ポイント増え、16.7%となっていることも今回の結果に影響を与えたものと思われる。

その他の収入予測(現状)―前回調査との比較



その他の収入予測(1年後)―前回調査との比較



その他の収入予測(2年後)―前回調査との比較

