報道関係者各位

2012年7月25日
多チャンネル放送研究所
所長　音　好宏

第10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
市場はやや飽和状態との見方が広がる。

多チャンネル放送研究所（所長：音　好宏）は、第10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（一社）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2012年5月で、『1年後』は2013年前半、『2年後』は2014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、前回調査（2011年11月実施）に比べ、ほぼすべての時点で「横ばい」が、「増加」「減少」を抑えて拡大していることがわかりました。

広告収入についても同様な傾向がみれ、その他の事業収入だけが増加傾向が最も多いという状態が続いています。

今回の調査では、新BS開始やHD化の進展などの市場全体に関する変化要素も多い一方で、多くの放送事業者が多チャンネル放送市場全体に対して、一種の閉塞感的なものを持っていることが明らかになっているようにも思われます。

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. 自社の加入者予測は「増加傾向」多いが「横ばい」との差は縮む

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」（42.7%）が最も多く、それに「横ばい」（41.3%）、「減少」（16.0%）が続く形となった。

『1年後』では「横ばい」が最も多く42.7%、それに続いて「増加傾向」が40.0%、「減少」「大幅減」を合わせた「減少傾向」が14.6%となった。『1年後』で「増加」を「横ばい」

が上回ったのは当調査開始以来、初めてのこと。ただし『2 年後』では「増加傾向」が再び最も多くなり 45.3%、続いて「横ばい」(34.7%)、「減少傾向」17.3%という結果になった。

しかしながら、『現状』『2 年後』では「増加傾向」が最も多いものの、「横ばい」との差は小さくなっており、やや悲観的な見方が拡大しているものと思われる。

2. 全体の加入者予測の「増加傾向」ポイントは年々低下、悲観的な見方も

多チャンネル放送全体については、「横ばい」が『現状』で 49.3%、『1 年後』で 45.3%、『2 年後』で 50.7%と、いずれも最も多い結果となった。一方で、「増加傾向」は『現状』で 42.7%、『1 年後』で 37.3%、『2 年後』で 29.3%と、年を追うごとに低下する厳しい見方となった。また、「減少傾向」についても『現状』で 6.7%、『1 年後』で 13.3%、『2 年後』で 16.0%と、徐々に「減少」の見方が増えており、多チャンネル放送市場全体に対しても悲観的な見方が広がっ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

自社の視聴料収入について、これまで推移をみると、今回の調査で特徴的なのが、『現状』『1 年後』『2 年後』のすべてにおいて、「横ばい」と見ると事業者の増加である。これに伴い、「増加」「減少」ともに直近の 3 回の調査に比べて減っているが、特に調査時期によっては 5 割を超えていた「増加」が大きく減らしたことが分かり、視聴料収入でも横ばいが優勢な見方になった。

4. 今後も広告収入は「横ばい」もしくは「増加」するとの回答が多い

自社チャンネルの広告収入については、『現状』では「横ばい」が 45.3%と最も多く次いで「増加」が 36.0%となっており、「減少」とする回答は 6.7%と少ない。この傾向は『1 年後』『2 年度』の予測でも大きくは変わらず、今後も広告収入は「横ばい」もしくは「増加」すると考えている事業者が多い。

なお、無回答が『現状』『1 年後』『2 年後』のいずれも 12.0%あり、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. 自社のその他事業収入は短・中期的には拡大に期待する事業者が多い

自社チャンネルのその他事業収入については、『現状』では「横ばい」が 58.7%と最も多く次いで「増加」が 29.3%となっており「減少」とする回答は 4.0%と少ない。

『1 年後』『2 年後』の予測では、「横ばい」とする回答が最も多い傾向は変わりないが、その比率は若干低く、「増加」とする回答の比率が若干高い。

直近ではその他事業収入は横ばいではあるが、短・中期的にはその拡大に期待している事業者が多いものと見られる。

調 査 の 概 要 に つ い て

1. 調査時期　2012 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（90 チャンネル）
3. 調査方法　郵送法
4. 回答回収数　75 チャンネル
5. 回答回収率　83.3%

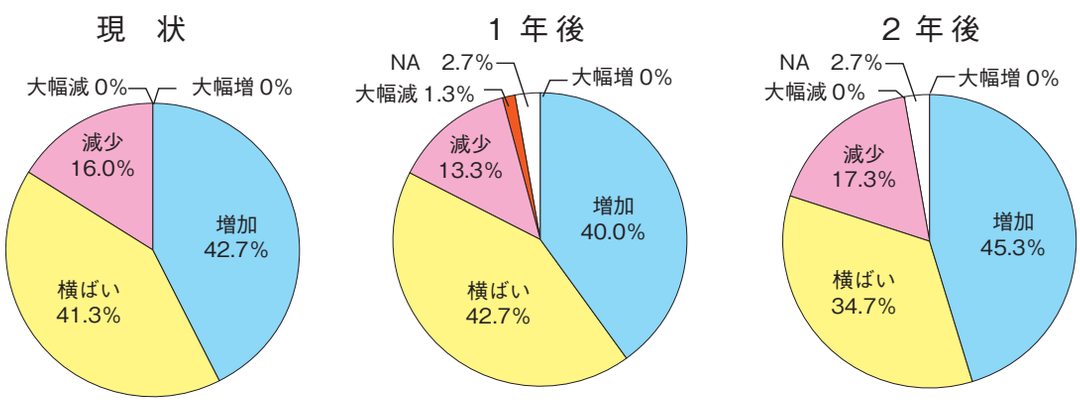
調 査 結 果 詳 細

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」（42.7%）が最も多く、それに「横ばい」（41.3%）、「減少」（16.0%）が続く形となった。

『1 年後』では「横ばい」が最も多く 42.7%、それに続いて「増加傾向」が 40.0%、「減少」「大幅減」を合わせた「減少傾向」が 14.6%となった。『1 年後』で「増加」を「横ばい」が上回ったのは当調査開始以来、初めてのこと。ただし『2 年後』では「増加傾向」が再び最も多くなり 45.3%、続いて「横ばい」（34.7%）、「減少傾向」17.3%という結果になった。

しかしながら、『現状』『2 年後』では「増加傾向」が最も多いものの、「横ばい」との差は小さくなっており、やや悲観的な見方が拡大しているものと思われる。

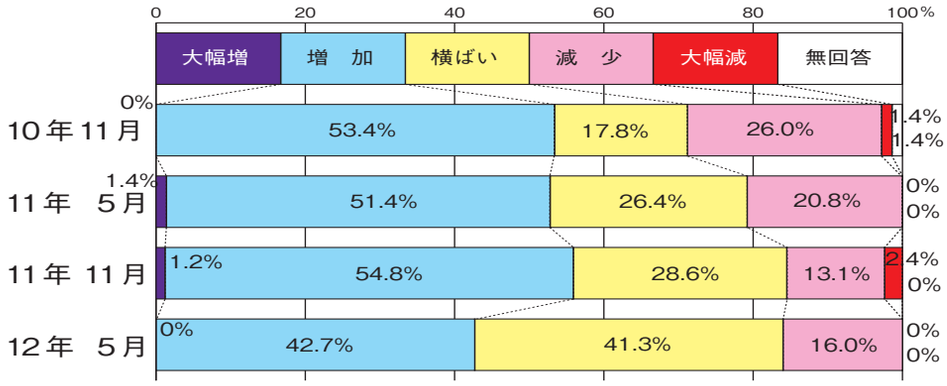


2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

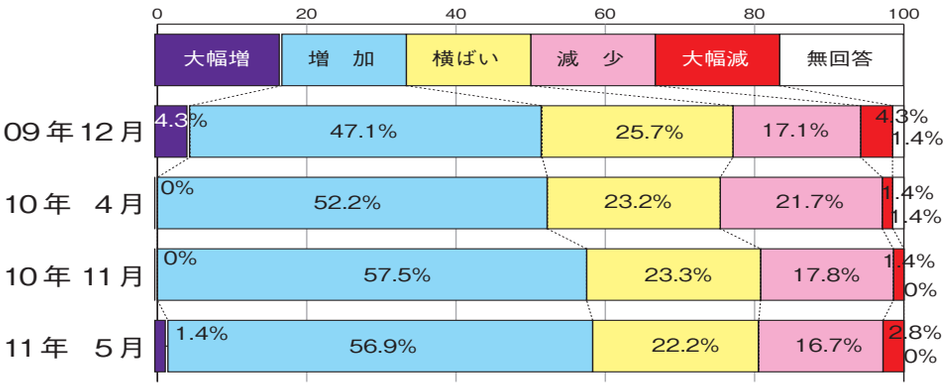
自社チャンネルの加入者動向を、これまでの調査結果と比較した。

前回調査に比べると、「増加傾向」は『現状』『1 年後』『2 年後』いずれも大きく下げており、12 ～ 17 ポイントの減となっている。そのうち大半は「横ばい」に流れた形となった。前回調査では比較的楽観的な見方が優勢となっていたが、今回調査では停滞感が急速に広がっていることが見て取れる。　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。

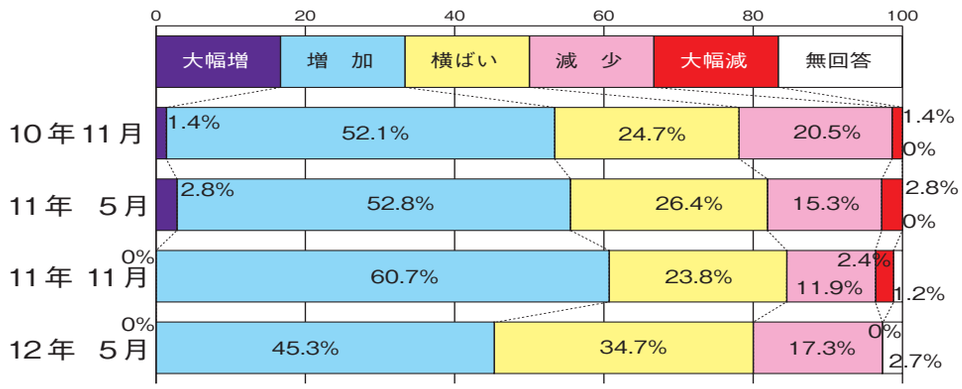
自社加入者数予測(現状)―前回調査との比較



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

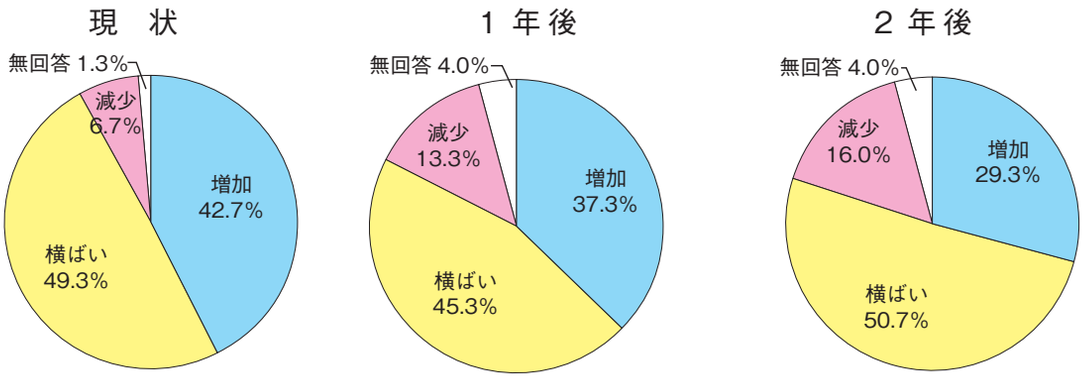


3. 多チャンネル放送全体の加入者動向

多チャンネル放送市場全体の加入者予測を各事業者に尋ねた。

多チャンネル放送全体については、「横ばい」が『現状』で 49.3%、『1 年後』で 45.3%、『2 年後』で 50.7%と、いずれも最も多い結果となった。一方で、「増加傾向」は『現状』で 42.7%、『1 年後』で 37.3%、『2 年後』で 29.3%と、年を追うごとに低下する厳しい見方となった。また、「減少傾向」についても『現状』で 6.7%、『1 年後』で 13.3%、『2 年後』で 16.0%と、徐々に「減少」の見方が増えており、多チャンネル放送市場全体に対しても

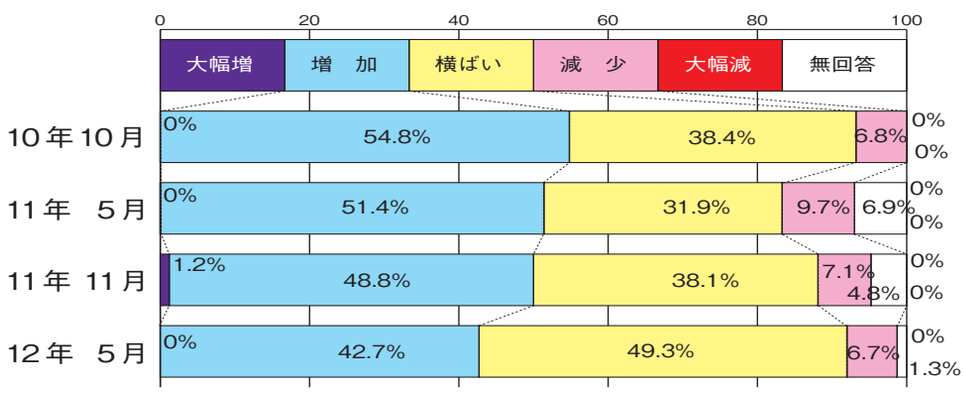
悲観的な見方が広がっていることが分かる。



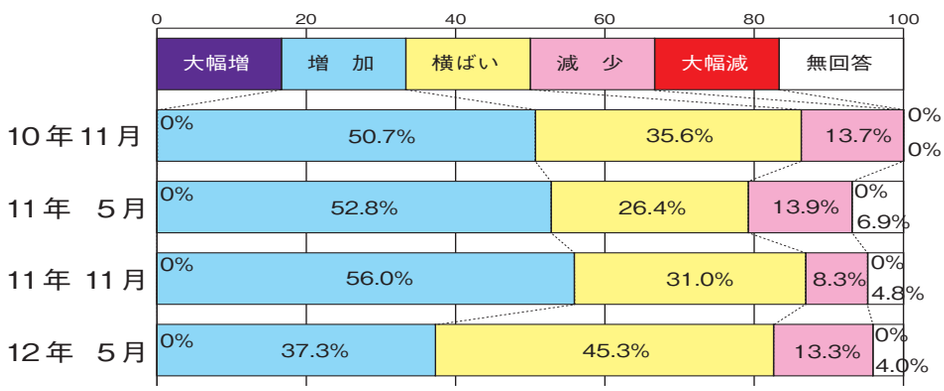
4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

マーケット全体の加入者予測を前回調査と比べると、「増加傾向」が『現状』では 6.1 ポイントの低下、これが『1 年後』には 18.7 ポイント、『2 年後』には 21.9 ポイントと、大きく下げていることが分かる。また、「横ばい」は『現状』で 11.2 ポイント、『1 年後』で 14.3%、『2 年後』で 17.4 ポイントの増加、「減少傾向」は『現状』で 0.4 ポイント下げているものの、『1 年後』は 5 ポイント、『2 年後』は 5.3 ポイントの増加となっており、停滞感の広がりが見られる。

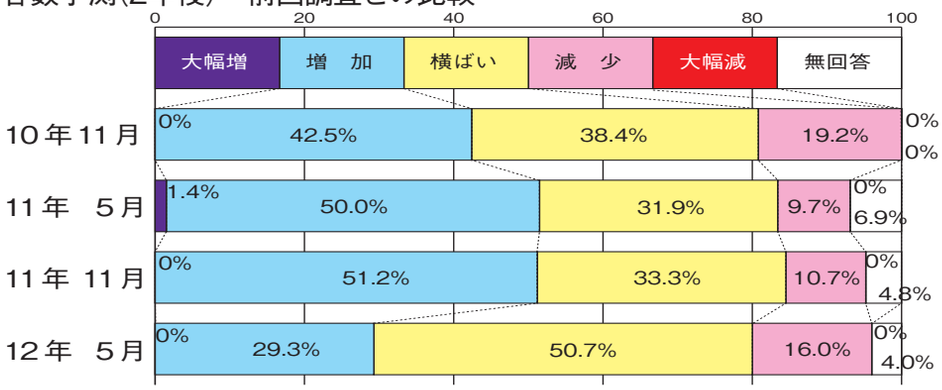
市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較



市場全体加入者数予測(1年後)―前回調査との比較

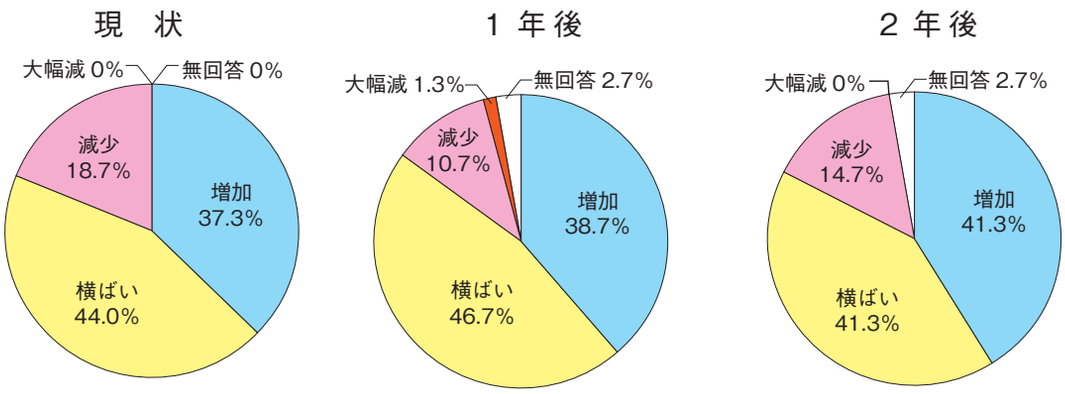


市場全体加入者数予測(2年後)―前回調査との比較



5. 視聴料収入予測

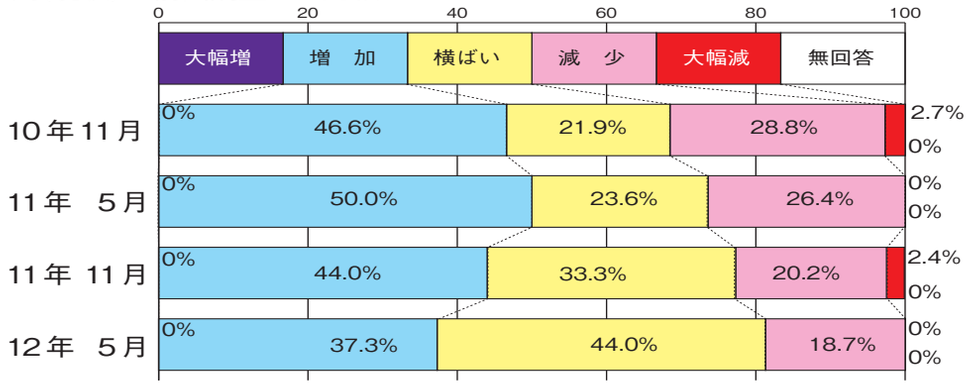
今回調査では、視聴料収入で『現状』『1 年後』『2 年後』すべての時点で、「横ばい」が最も多く、次いで「増加」、「減少」の順となり、視聴料収入について各事業者が停滞感を感じていることがわかる。また、「現状」では「減少傾向」が 20%弱おり、視聴料収入において厳しい状態にある事業者も少ないことが明らかになった。



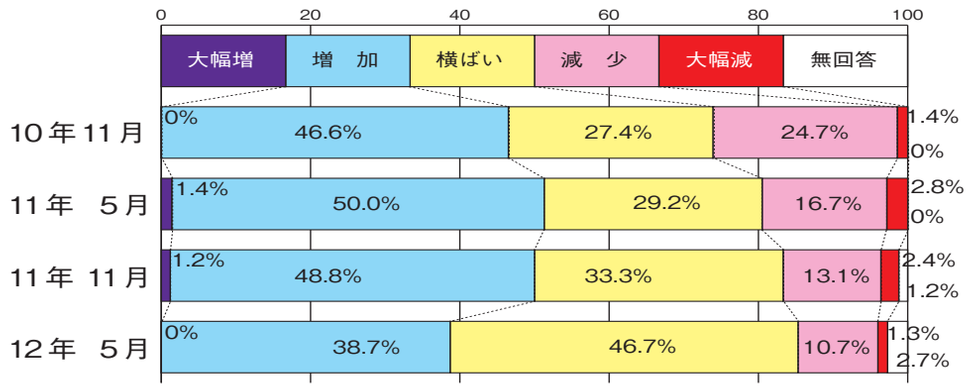
6. 自社チャンネル視聴料予測の推移

自社の視聴料収入について、これまで推移をみると、今回の調査で特徴的なのが、『現状』『1 年後』『2 年後』のすべてにおいて、「横ばい」と見ると事業者の増加である。これに伴い、「増加」「減少」ともに直近の 3 回の調査に比べて減っているが、特に調査時期によっては 5 割を超えていた「増加」が大きく減らしたことが分かり、視聴料収入でも横ばいが優勢な見方になった。

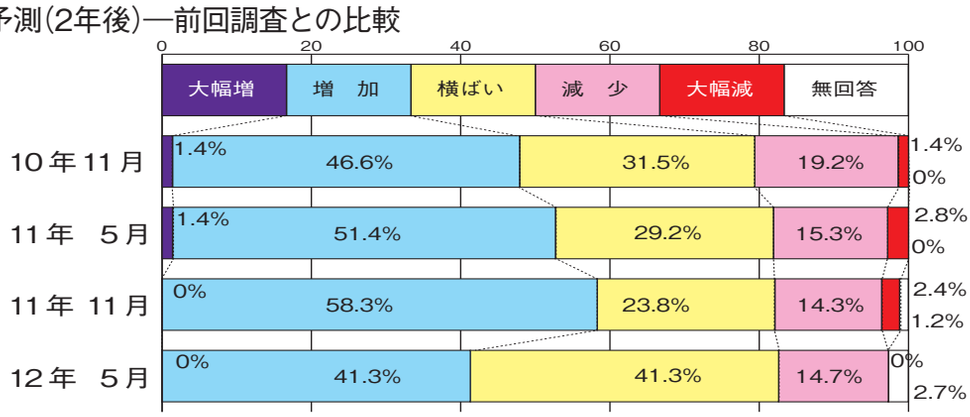
自社収入予測(現状)―前回調査との比較



自社収入予測(1年後)―前回調査との比較



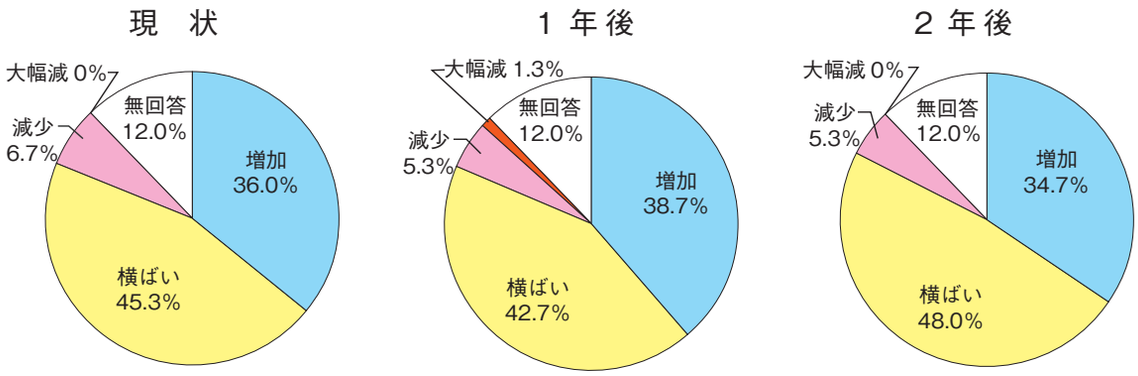
自社収入予測(2年後)―前回調査との比較



7. 広告収入の動向

自社チャンネルの広告収入については、『現状』では「横ばい」が 45.3%と最も多く次いで「増加」が 36.0%となっており、「減少」とする回答は 6.7%と少ない。この傾向は『1 年後』『2 年度』の予測でも大きくは変わらず、今後も広告収入は「横ばい」もしくは「増加」すると考えている事業者が多い。

なお、無回答が『現状』『1 年後』『2 年後』のいずれも 12.0%あり、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。

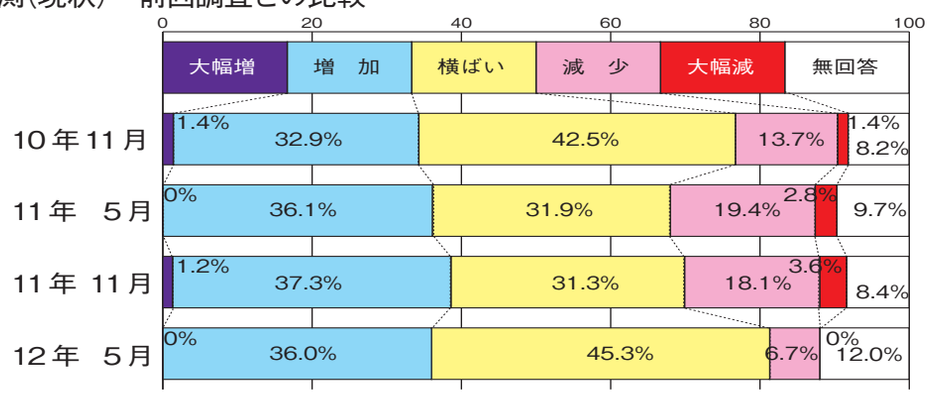


8. 広告収入予測の推移

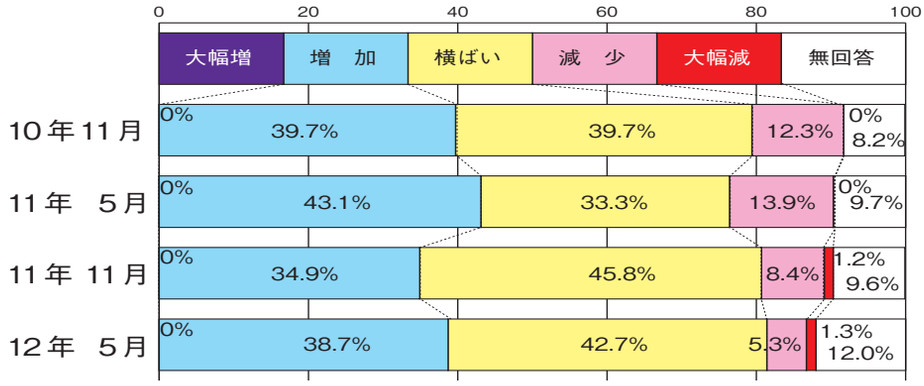
前回調査と比べると、『現状』では「横ばい」が 14.0 ポイントと大きく上昇する一方、「上昇」が 1.3 ポイント下降し逆転する結果となった。前回調査においては、『1 年後』の結果で「横ばい」が「上昇」を逆転しており、それが約半年後にほぼ現実のものとなったと言える。

一方で、「減少」とする回答は『現状』で 11.4 ポイント、『1 年後』3.1 ポイント、『2 年後』0.7 ポイントといずれも下降しており、短期的にも中期的にも広告収入が縮小する懸念は後退し、「横ばい」もしくは「増加」すると考えている事業者が増えている。

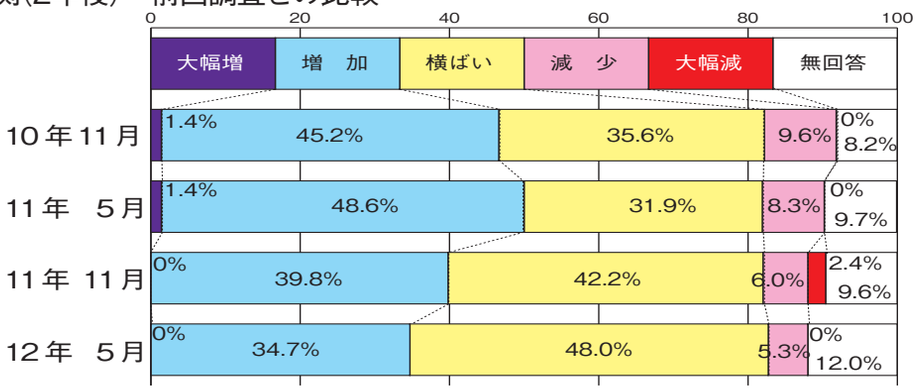
広告収入予測(現状)―前回調査との比較



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

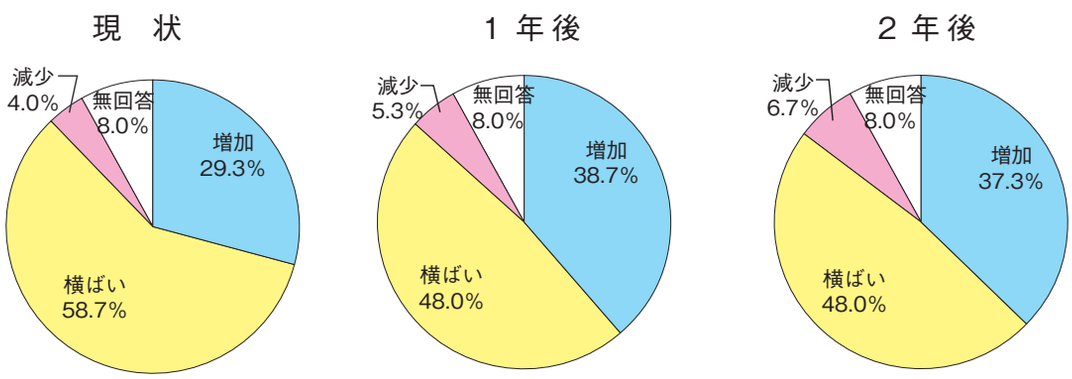


9. その他事業収入予測

自社チャンネルのその他事業収入については、『現状』では「横ばい」が 58.7%と最も多く次いで「増加」が 29.3%となっており「減少」とする回答は 4.0%と少ない。

『1 年後』『2 年後』の予測では、「横ばい」とする回答が最も多い傾向は変わりないが、その比率は若干低く、「増加」とする回答の比率が若干高い。

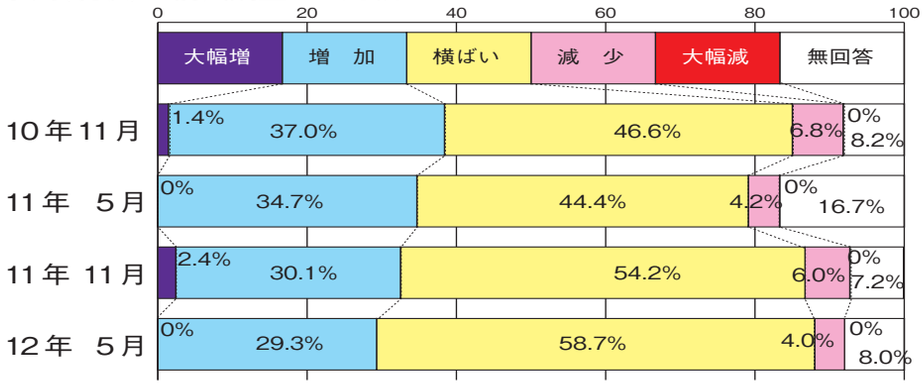
直近ではその他事業収入は横ばいではあるが、短・中期的にはその拡大に期待している事業者が多いものと見られる。



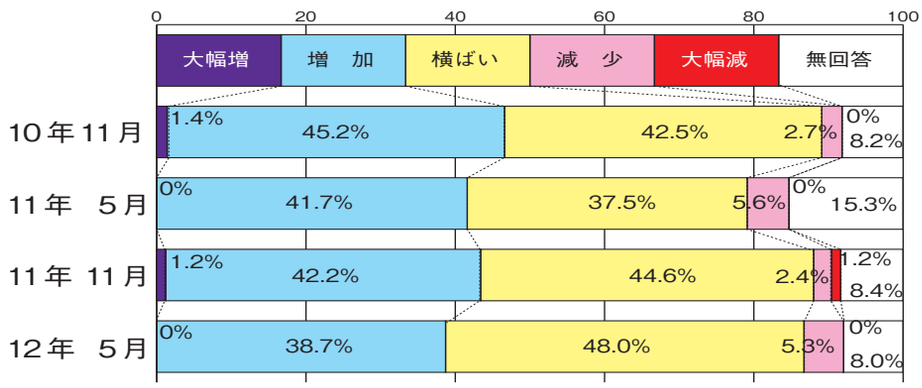
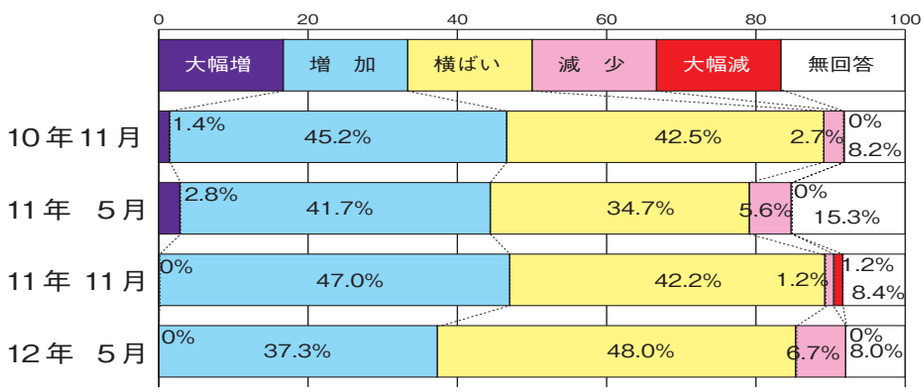
10. その他事業収入予測の推移

前回調査と比べて、「横ばい」が『現状』で 4.5 ポイント、『1 年後』3.4 ポイント、『2 年後』5.8 ポイント上昇している。一方、「増加」は『現状』で 0.8 ポイント。『1 年後』3.5 ポイント、『2 年後』9.7 ポイントといずれも下降しており将来に向けて期待はする一方で、楽観視する事業者は減っていると言える。

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