

第16回「多チャンネル放送市場・事業者予測調査」結果発表

前回結果よりも好転するも楽観視するほどの段階にはない

多チャンネル放送研究所（所長：音 好宏）は、第16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2015年5月で、『1年後』は2016年前半、『2年後』は2017年前半になります。今回の調査は、前回（2014年11月調査）の結果に比べ、やや好転した結果になりました。前回調査は「減少」傾向が強く表れ、各チャンネルが自社や市場全体に対して非常に厳しい見方をしていることを示すものでしたが、今回の調査結果は、やや回復基調を示しているようにも見える一方、「横ばい」傾向の増加を示すものも多く、今後の動向を楽観視するほどの段階にはないと、多くのチャンネルが考えていることがうかがわれます。

この秋には、アメリカの動画配信サービス「Netflix」が国内でサービス開始を予定するなど、動画配信による様々な動きが起きつつあります。さらに、来年にはBSで4K・8Kの試験放送が予定されており、多チャンネルを取り巻く環境は目まぐるしく変わろうとしております。

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、会員各社における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。

なお、調査結果については当研究所ホームページでも掲載しているので参照下さい。

→ <http://www.eiseihoso.org/labo/release.html>

調査結果の概要

1. 自社チャンネルの加入者動向について「横ばい」との見方が拡大

自社チャンネルの全体的な加入者動向としては、『現状』では「減少」(40.0%)が最も多く、続いて「横ばい」(35.6%)「増加」(23.3%)の順となっている。

また『1年後』については「横ばい」(41.1%)が最も多く、「減少」(33.3%)、「増加」(23.3%)、『2年後』も「横ばい」(43.3%)、「減少」(30.0%)、「増加」(24.4%)の順となった。

「減少」だけで見ると『現状』では40.0%と最も多いものの、『1年後』『2年後』は「横ばい」が「減少」を上回る結果となり、昨今の「減少」傾向はやや落ち着き、今後は「横ばい」傾向となるとの見方が拡大する結果となった。

2. 多チャンネル放送全体について停滞感が色濃く感じられる

『現状』『1年後』『2年後』いずれも「横ばい」が最も多く、それぞれ55.6%、52.2%、50.0%と半数を超え、次いで「減少」がそれぞれ40.0%、38.9%、41.1%となっている。

一方、「増加」の回答は4.4%、8.9%、8.9%といずれも1割未満となっており、多チャンネル放送全体としては、停滞感が色濃く感じられる結果となっている。

3. 視聴料収入に対するの将来予測は現状より「増加」「横ばい」傾向

視聴料に関して、『現状』は「大幅増」が2.2%出現、「増加」も15.6%と「増加傾向」は合計17.8%となった。一方で「減少」は34.4%、「大幅減」も1.1%あり、「減少傾向」は合計35.5%と増加傾向の2倍となった。但し最大なのは「横ばい」で46.7%と半数近くを占めている。

『1年後』の予測では「増加傾向」がやや増え20.0%に、「横ばい」は過半数を超える51.1%となり「減少傾向」との回答は28.9%まで後退する。

『2年後』の予測でも「増加傾向」は増え続けて22.2%に、「横ばい」は47.8%とやや後退するも現状以上であり、「減少傾向」は30.0%と微増するも現状以下の数値となった。

「増加」と「減少」では「増加」<「減少」の図式は続くものの、「横ばい」との回答が最も多かった。また将来予測は現状より「増加」「横ばい」傾向の回答が多くなった。

4. 今後の広告収入は改善していくという見方が多く見られる

『現状』では「横ばい」が34.4%と最も多く、次いで「増加」が25.6%となっており、2つの回答を合わせると全体の60%を占める結果となった。

2つの回答を合わせた割合は、『1年後』70.0%、『2年後』73.3%と増加している。一方「減少」とみる事業者は、『現状』17.8%、『1年後』7.8%、『2年後』4.4%と次第に少なくなっており、今後の広告収入は改善していくという見方をしている事業者が多い。

なお、「該当事業無」と回答した広告未実施の事業者が20.0%存在していることについても留意されたい。

5. 「その他事業収入」では現状からの拡大を期待する見方

『現状』では「横ばい」が41.1%と最も多く、次いで「増加」が23.3%、「減少」が20.0%となっており、「増加」「減少」と回答した事象者の割合は同程度であった。

『1年後』『2年後』の予測になると、「横ばい」が最も多い傾向は変わらないが、「増加」「大幅増」の割合が上がり、「減少」が下がっている。

2014年5月実施の前回調査に引き続き、その他事業収入については現状からの拡大を期待する見方が強い。

調 査 の 概 要 に つ い て

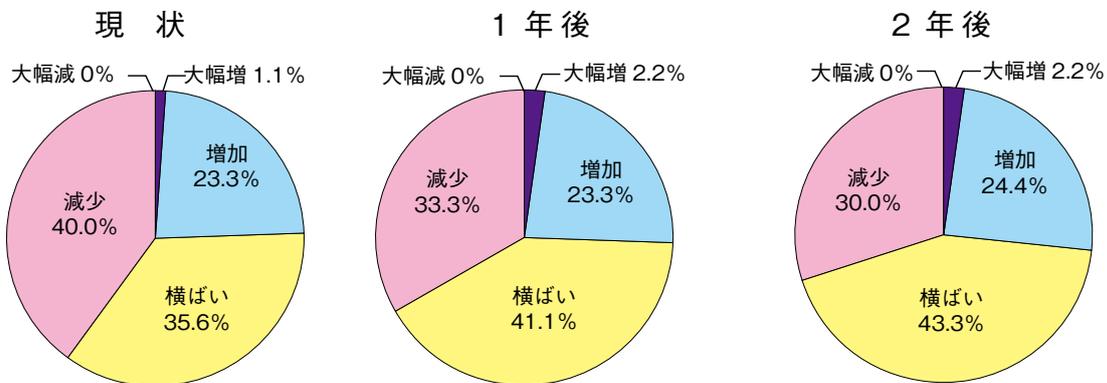
1. 調査時期 2015年5月
2. 調査対象 衛星放送協会正会員社の有料チャンネル（90チャンネル）
3. 調査方法 webによる回答・回収法
4. 回答回収数 90チャンネル
5. 回答回収率 100%

調査結果詳細

1. 自社チャンネルの加入者動向予測

自社チャンネルの全体的な加入者動向としては、『現状』では「減少」(40.0%)が最も多く、続いて「横ばい」(35.6%)「増加」(23.3%)の順となっている。

また『1年後』については「横ばい」(41.1%)が最も多く、「減少」(33.3%)、「増加」(23.3%)、『2年後』も「横ばい」(43.3%)、「減少」(30.0%)、「増加」(24.4%)の順となった。「減少」だけで見ると『現状』では40.0%と最も多いものの、『1年後』『2年後』は「横ばい」が「減少」を上回る結果となり、昨今の「減少」傾向はやや落ち着き、今後は「横ばい」傾向となるとの見方が拡大する結果となった。

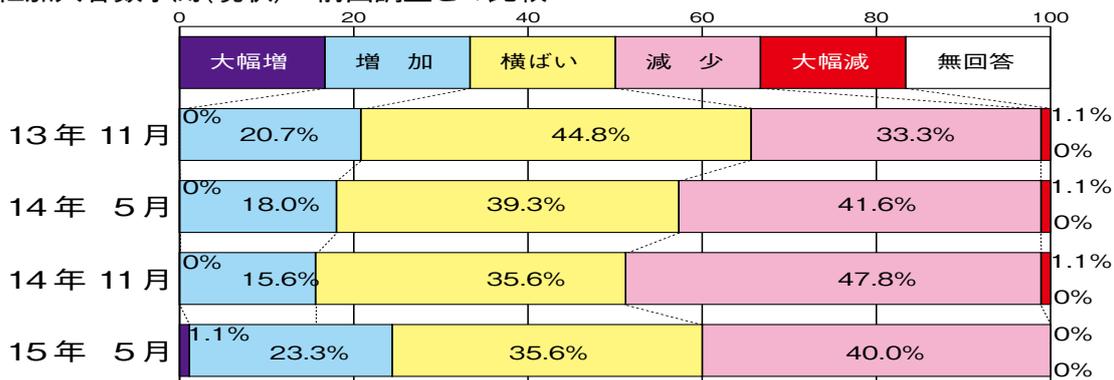


2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

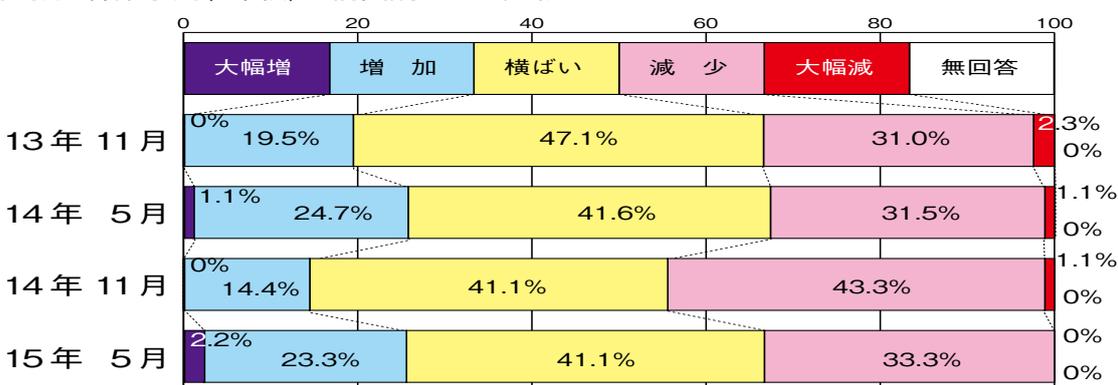
「減少」が大きく拡大した前回調査(2014年11月)とは打って変わって、『現状』『1年後』『2年後』いずれも「減少」が縮小し、「増加」の見方が拡大している。「大幅減」「減少」を合わせた「減少傾向」は『現状』『1年後』『2年後』それぞれ8.9ポイント、11.1ポイント、14.4ポイント縮小し、一方「大幅増」「増加」を合わせた「増加傾向」はそれぞれ8.8ポイント、11.1ポイント、11ポイントの拡大となっており、「横ばい」は前回調査から大きな変化はないことから、「減少傾向」から「増加傾向」に転じた回答が多くなっているということが分かる。

ただ、前々回調査(2014年5月)と比較した場合、『現状』『2年後』で「増加傾向」の見方がやや拡大している他は大きな変化はないため、各事業者のマーケットに対する見方が今回調査で楽観的に転じた、というより、前回調査時に一時的に広がった悲観的な見方が、自社チャンネルにおいては前々回調査時の水準に回復したものと考えられる。

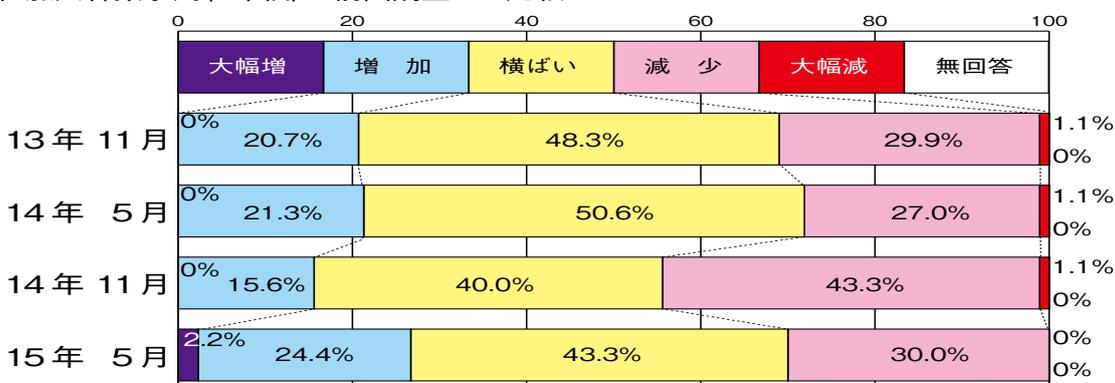
自社加入者数予測(現状)―前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)―前回調査との比較

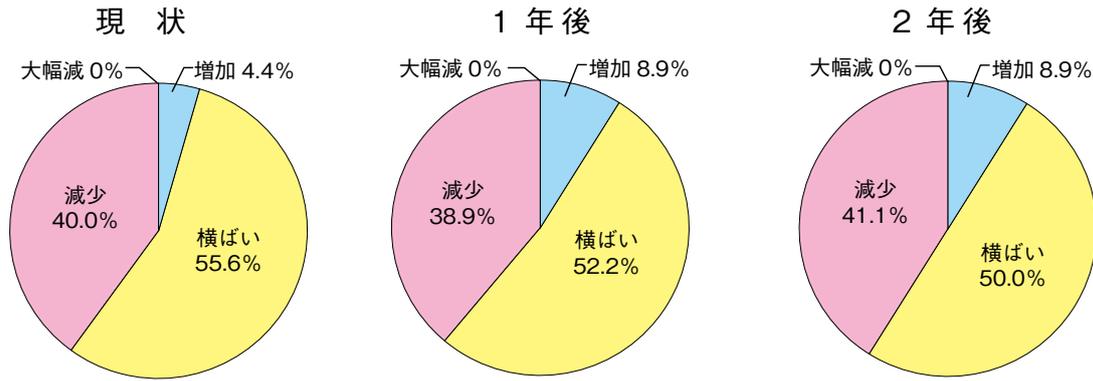


自社加入者数予測(2年後)―前回調査との比較



3. 多チャンネル放送全体の加入者動向

『現状』『1年後』『2年後』いずれも「横ばい」が最も多く、それぞれ55.6%、52.2%、50.0%と半数を超え、次いで「減少」がそれぞれ40.0%、38.9%、41.1%となっている。一方、「増加」の回答は4.4%、8.9%、8.9%といずれも1割未満となっており、多チャンネル放送全体としては、停滞感が色濃く感じられる結果となっている。

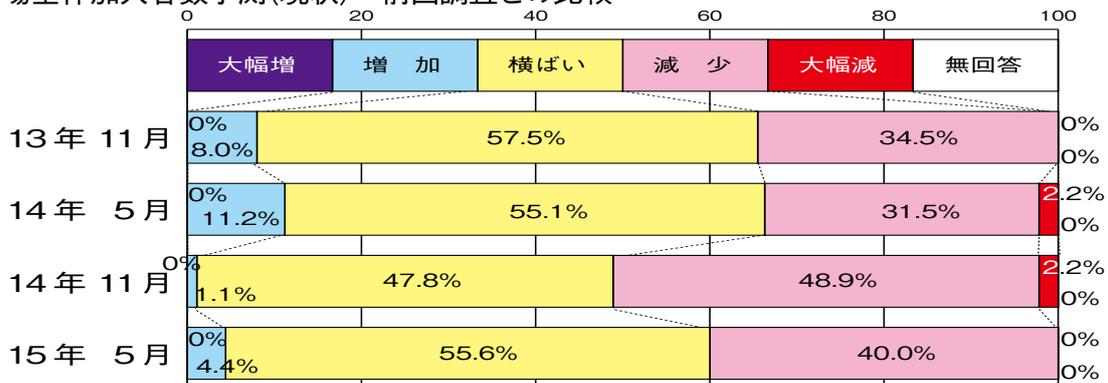


4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

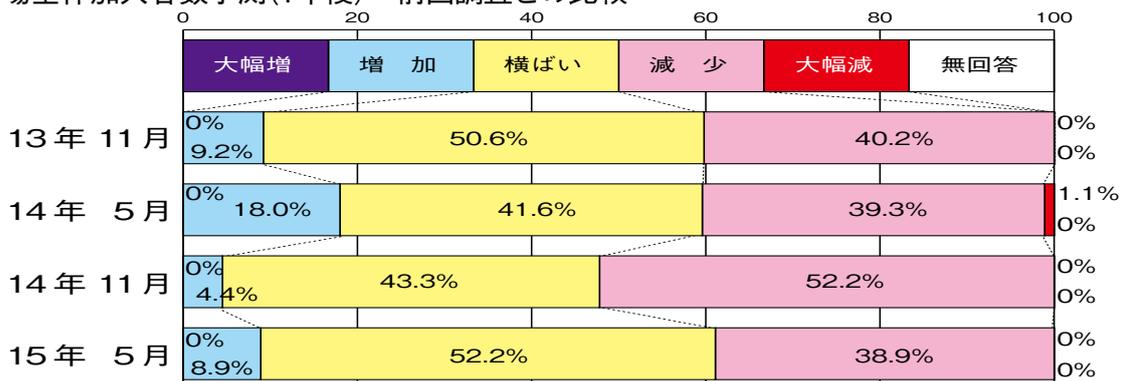
前回調査（2014年11月）で大きく拡大していた「減少」の回答は、『現状』『1年後』『2年後』いずれも4割程度と、前々回調査（2014年5月）並みまで縮小した。一方で「増加」の回答は、前回調査よりやや回復しているものの、前々回調査の水準までは届いていない。2（P.1）で述べた自社チャンネルについての予測は「増加傾向」が約25%と、前々回調査よりやや拡大している部分もあったが、この多チャンネル放送全体に対する予測では1割を下回っており、依然厳しい見方が支配的であることが見て取れる。

自社チャンネルの「増加」の予測がマーケットのそれを上回っていることは、マーケットサイズが「横ばい」または「減少」となる中で、各チャンネル単位では「増加」と「減少」に分かれ、“勝ち組”と“負け組”の二極化が進行しつつある状況を示唆する結果と考えられる。

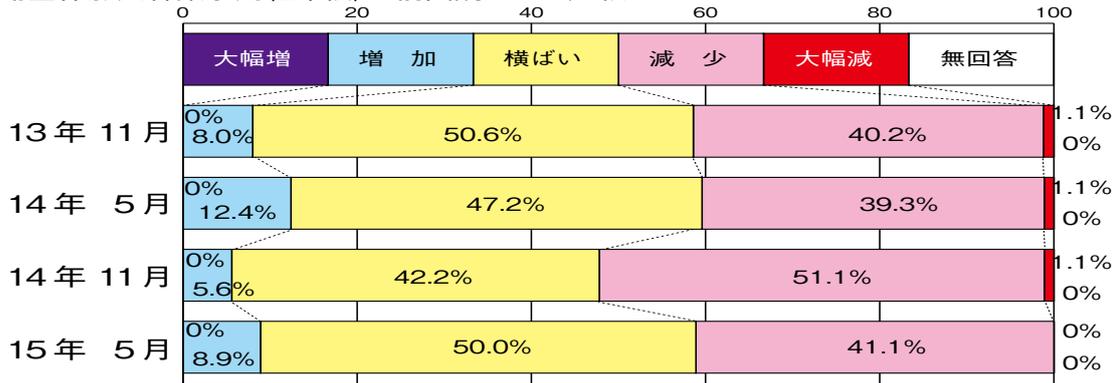
市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較



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)ー前回調査との比較



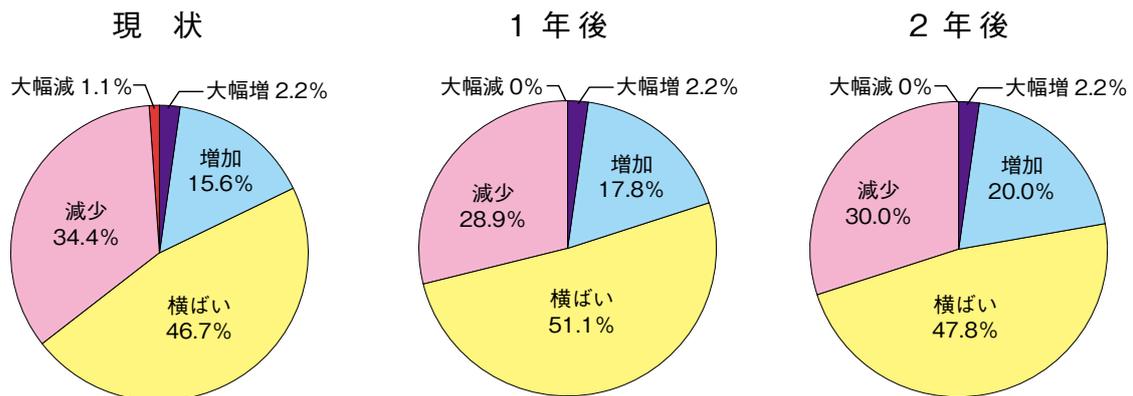
5. 視聴料収入予測

視聴料に関して、『現状』は「大幅増」が2.2%出現、「増加」も15.6%と「増加傾向」は合計17.8%となった。一方で「減少」は34.4%、「大幅減」も1.1%あり、「減少傾向」は合計35.5%と増加傾向の2倍となった。但し最大なのは「横ばい」で46.7%と半数近くを占めている。

『1年後』の予測では「増加傾向」がやや増え20.0%に、「横ばい」は過半数を超える51.1%となり「減少傾向」との回答は28.9%まで後退する。

『2年後』の予測でも「増加傾向」は増え続けて22.2%に、「横ばい」は47.8%とやや後退するも現状以上であり、「減少傾向」は30.0%と微増するも現状以下の数値となった。

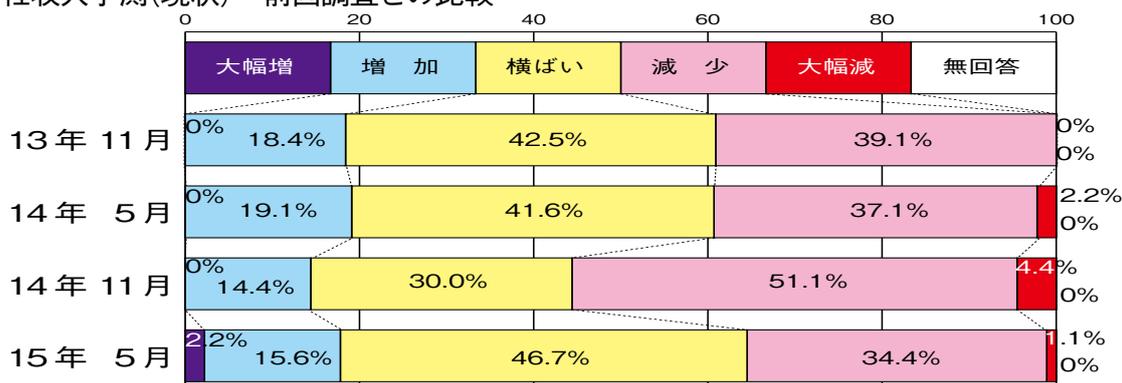
「増加」と「減少」では「増加」<「減少」の図式は続くものの、「横ばい」との回答が最も多かった。また将来予測は現状より「増加」「横ばい」傾向の回答が多くなった。



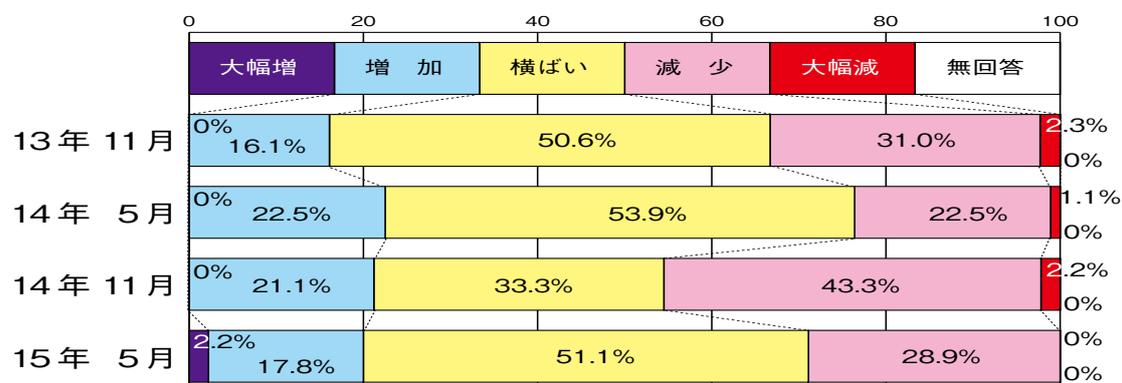
6. 自社チャンネル視聴料予測の推移

過去の調査と比較すると、『現状』では増え続けていた「減少傾向」との回答が前回の55.5%から今回は35.5%へと低下しており、風向きの変化が見える。この傾向は『1年後』『2年後』の予測でも同様であり、「減少傾向」トレンドから一転、下げ止まりの様相を見せている。

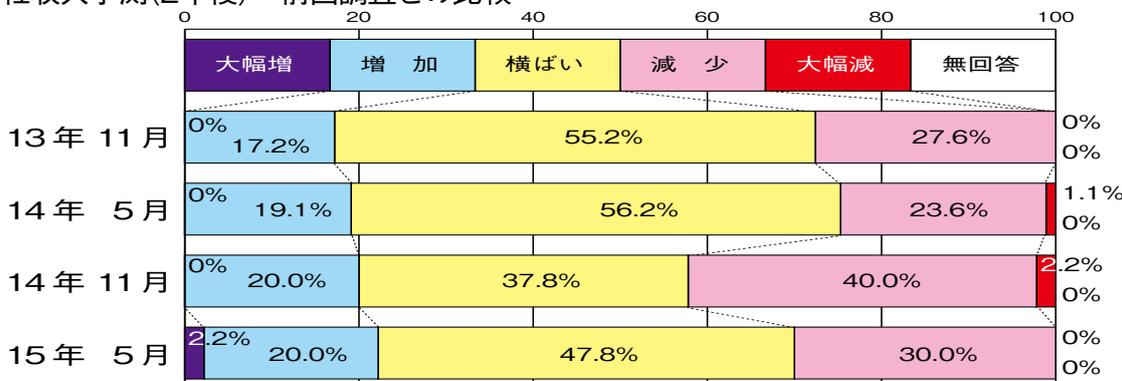
自社収入予測(現状)―前回調査との比較



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

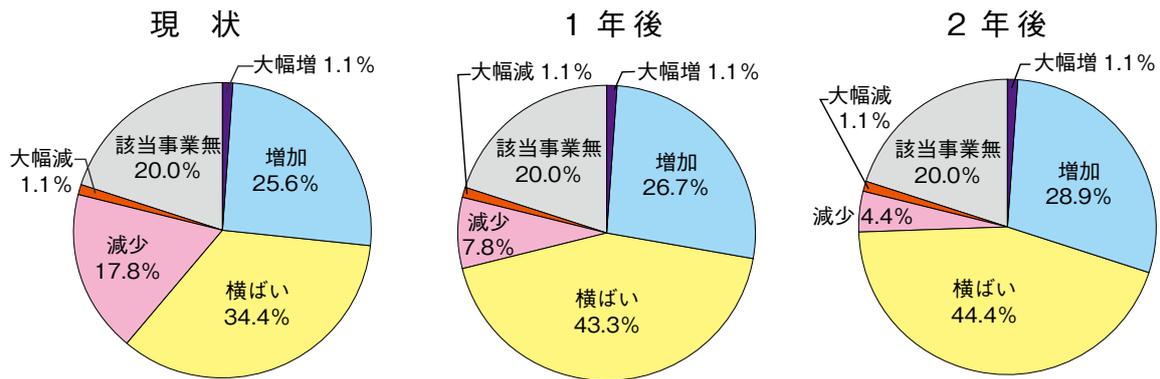


7. 広告収入の動向

『現状』では「横ばい」が34.4%と最も多く、次いで「増加」が25.6%となっており、2つの回答を合わせると全体の60%を占める結果となった。

2つの回答を合わせた割合は、『1年後』70.0%、『2年後』73.3%と増加している。一方「減少」とみる事業者は、『現状』17.8%、『1年後』7.8%、『2年後』4.4%と次第に少なくなっており、今後の広告収入は改善していくという見方をしている事業者が多い。

なお、「該当事業無」と回答した広告未実施の事業者が20.0%存在していることについても留意されたい。



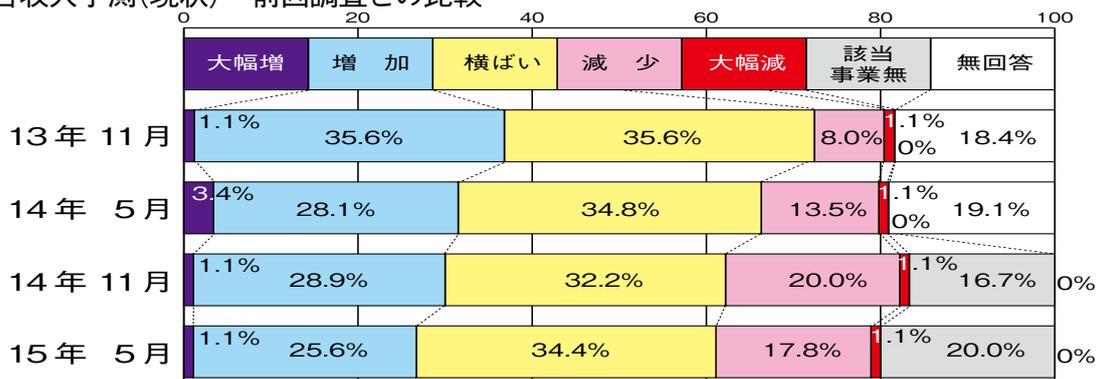
8. 広告収入予測の推移

『現状』については、2013年11月以降、「増加」「大幅増」の合計の減少が続き、今回調査では、初めて30%を切り26.7%となった。一方、「減少」と回答した事業者も前回より減っており、17.8%となった。

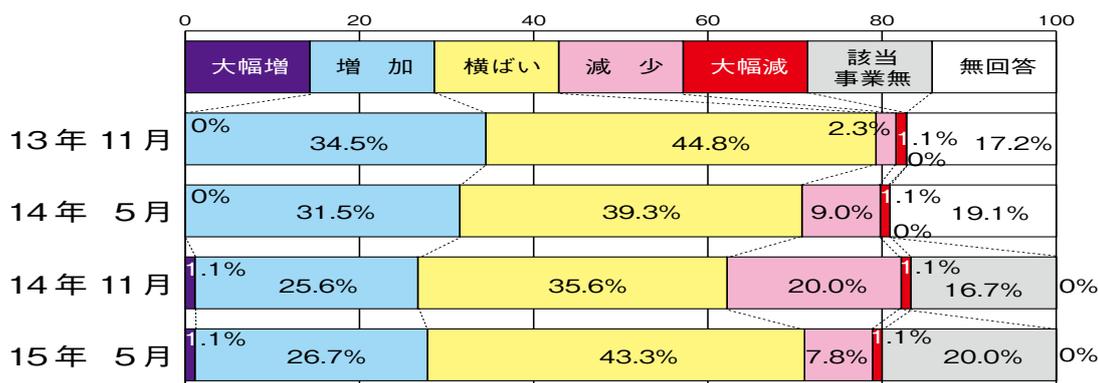
なお、「横ばい」と回答した事業者は34.4%と微増、「該当事業無」と回答した事業者は20.0%に増加している。

『1年後』『2年後』についても、「横ばい」が最も多く、次いで「増加」が多いという傾向は変わらないが、「大幅増」「増加」「横ばい」の合計は、『1年後』71.1%、『2年後』74.4%と前年より大きく拡大した。一方、「減少」の回答は、『1年後』7.8%、『2年後』4.4%といずれも前年を10ポイント以上下回っており、今後の見通しについては、改善とみる事業者が増えた結果となった。

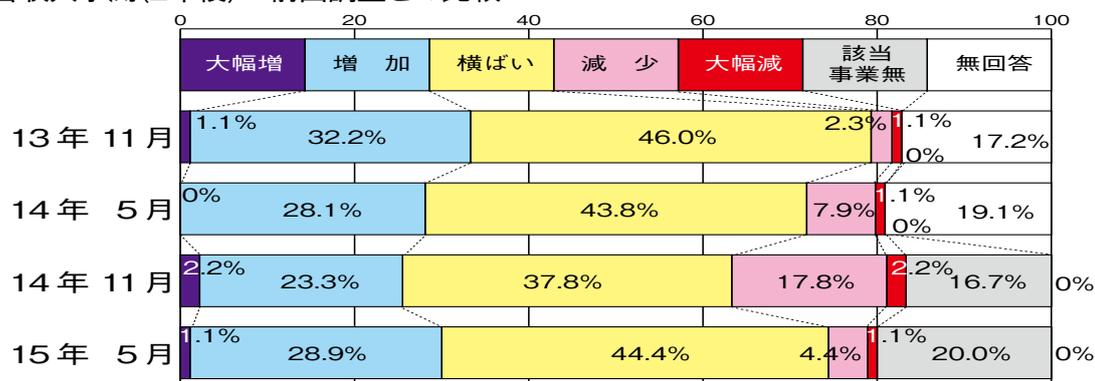
広告収入予測(現状)ー前回調査との比較



広告収入予測(1年後)ー前回調査との比較



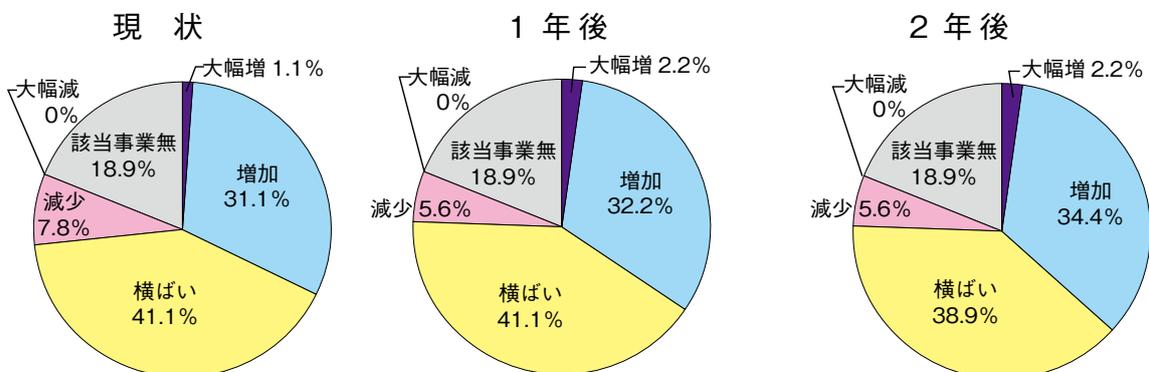
広告収入予測(2年後)ー前回調査との比較



9. その他事業収入予測

『現状』では「横ばい」が41.1%と最も多く、次いで「増加」が31.1%、「減少」が7.8%となっており、「増加」「横ばい」の合計が72.2%となった。

『1年後』『2年後』の予測になると、「横ばい」が最も多い傾向は変わらないが、「増加」の割合が次第に上がっている。

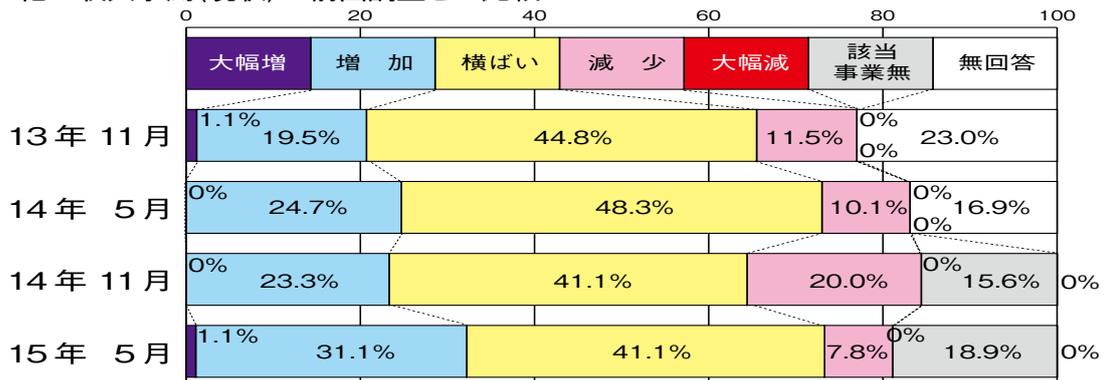


10. その他事業収入予測の推移

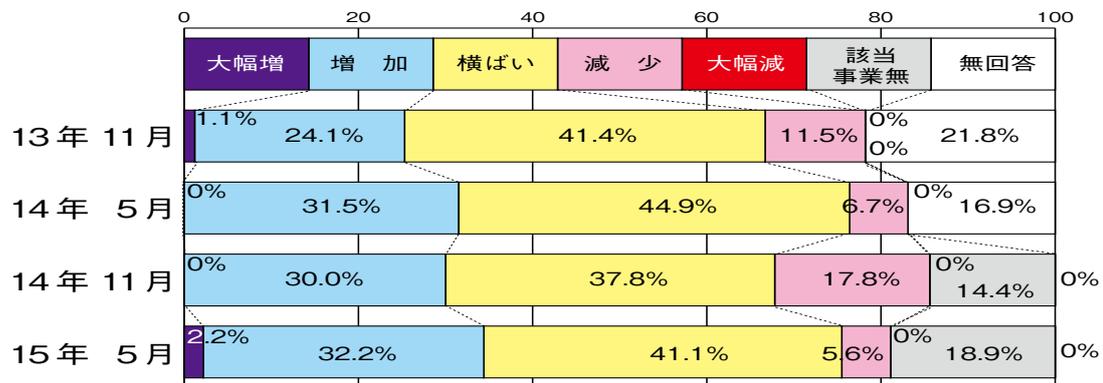
『現状』『1年後』『2年後』のいずれにおいても2014年11月実施の前回調査から「減少」が、それぞれ7.8%、5.6%、5.6%と10ポイント以上の大幅減少となった。

一方で「増加」「大幅増」の合計は、『現状』32.2%、『1年後』34.4%、『2年後』36.6%といずれも前回調査から上がっており、2014年11月に一度落ち込んだ、その他事業収入の拡大を見込む事業者の数は再び増えてきたと言える。

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

