

第18回「多チャンネル放送市場・事業者予測調査」結果発表 多チャンネル放送を取り巻く環境の変化を意識した結果に

多チャンネル放送研究所（所長：音 好宏）では、第 18 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。本調査は、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、多チャンネル放送市場の現状と見通しについて年 2 回実施しているものです。

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放送市場の動向をどのように捉えているかを調べるものです。調査時点が 2016 年 5 月で、『1 年後』は 2017 年前半、『2 年後』は 2018 年前半になります。

今回の調査では、前回（2016 年 11 月調査）の結果に同様、今後の先行きに対して厳しい見方をする事業者が多いもの、一部では将来的に向けてややポジティブな見通しを持つ事業者も出てきています。

今回調査に先立ち、総務省から、より具体的な 4K / 8K 放送のロードマップが提示され、調査直後の 2016 年 8 月には BS における 4K8K 試験放送が開始、2018 年は BS や 110° 衛星における 4K8K の実用放送の開始が予定されるなど衛星を中心にした「放送の高度化」の日程が明らかになったことが一部の事業者の将来予測に好影響を与えている可能性があります。

多チャンネル放送研究所では、今後も定期的に本調査を実施し、会員各社における多チャンネル放送市場の経営戦略に資することが出来れば幸いです。

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/laborelease.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はやや見方が分かれる結果に

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「横ばい」(39.3%) が最も多く、続いて「減少」(34.8%)「増加」(21.3%) の順となっている。また『1年後』については「減少」(40.4%) が最も多く、「横ばい」(33.7%)、「増加」(24.7%)、『2年後』は「横ばい」(43.8%)、「減少」(36.0%)、「増加」(18.0%) の順となった。

『現状』～『2年後』いずれも「横ばい」～「減少」が多数を占める。『現状』『2年後』では「横ばい」が最も多くなっているのに対し、『1年後』は「減少」が最も多くなる一方、「増加」とする回答もやや拡大しており、やや見方が分かれる結果となった。

2. 加入者動向からは、多チャンネル放送市場の更なる成長への期待が広がる

『現状』の回答は「横ばい」が最も多く 57.3%、次いで「減少」の 36.0%となっているが、『1年後』は「減少」が 46.1%、「横ばい」が 44.9%と僅かながら「減少」が「横ばい」を上回る。『2年後』については、再び「横ばい」が最も多く 43.8%、次いで「減少」が 42.7%という結果となった。『現状』では「横ばい」が半数を超えるものの、『1年後』『2年後』は「減少」「横ばい」が拮抗している。一方で、『2年後』には「増加」が『1年後』より 4.5 ポイント拡大して 11.2%となっており、少数ながら多チャンネル放送市場の更なる成長への期待も広がっている。

3. 視聴料収入に対して「増加傾向」が大きく強まった結果に

視聴料に関して、『現状』は、「大幅増」が前回(15年11月調査)1.1%から 3.4%と増加した。「増加」は、前回 16.7%から 29.2%となり、「増加傾向」は合計 32.6%と大きく伸ばす結果となった。「横ばい」は 34.8%で前回 41.1%から 6.3 ポイント減、「減少傾向」は合計 32.6%で前回 41.1%より 8.5 ポイント減となった。今回は「増加傾向」が大きく強まった結果となっているものの、「大幅減」の回答も 3.4% (前は 0%) あったことは注意が必要である。

『1年後』の予測では、「大幅増」が 1.1%、「増加」が 24.7%となり、『現状』の「大幅増」「増加」よりはポイントを下げているものの比率は大きくなっている。「横ばい」は『現状』と変わらず 34.8%、「減少」は 7.9 ポイント増となった。『現状』より「増加」が減り「減少」と見る向きが増えているので、現状好調でも楽観視はできないと見る傾向がうかがえる。

これが『2年後』の予測になると、「増加」が『1年後』よりさらに 6.7 ポイント減となり、「横ばい」は 11.3 ポイントも増加する。一方「減少」は『1年後』より 3.4 ポイント減となった。現状好調なところも勢いは弱まっていくと同時に、現状減少傾向のところも徐々に落ち着いていくという見方であるといえる。

4. 今後の広告収入について「横ばい」に向かうと見る事業者が増えた

『現状』については、14年11月以降、「増加」「大幅増」合計の減少傾向が続いてきたが、今回調査では、前回より 10.3 ポイント上昇し 30.3%となった。また、「減少」と回答した事業者は、

過去3回で大きな変化はなかったが、今回は9.0%と前回の約半分にまで縮小しており、『現状』に関しては、前向きにとらえる事業者が増えた。

ただし、『1年後』『2年後』については、「大幅増」「増加」の合計は、『1年後』14.6%、『2年後』12.4%といずれも3回連続の減少となった。一方、「横ばい」は『1年後』6.2ポイント、『2年後』5.1ポイント増加。「減少」「大幅減」の合計は、『1年後』11.2%、『2年後』12.3%といずれも前年から大きな変化はみられないことから、今後の見通しについては、横ばいに向かうと見る事業者が増えた結果となった。

5. 「その他事業収入」では『1年後』『2年後』で見方が分かれた

「増加」「大幅増」の合計は、『現状』34.8%、『1年後』32.5%といずれも前年を上回ったが、『2年後』は30.4%と0.7ポイントの減少となった。『2年後』については、「横ばい」が2.7ポイント、「減少」が2.3ポイントの増加となっており、『現状』『1年後』に関しては前向き、『2年後』に関しては厳しい見方が増えた結果となった。

調 査 の 概 要 に つ い て

1. 調査時期 2016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（89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 89チャンネル
5. 回答回収率 100%

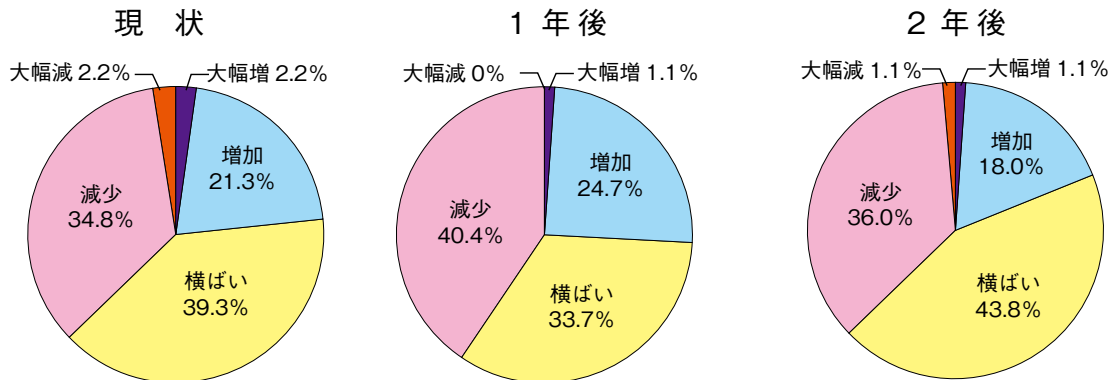
資 料

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「横ばい」(39.3%)が最も多く、続いて「減少」(34.8%)「増加」(21.3%)の順となっている。また『1年後』については「減少」(40.4%)が最も多く、「横ばい」(33.7%)、「増加」(24.7%)、『2年後』は「横ばい」(43.8%)、「減少」(36.0%)、「増加」(18.0%)の順となった。

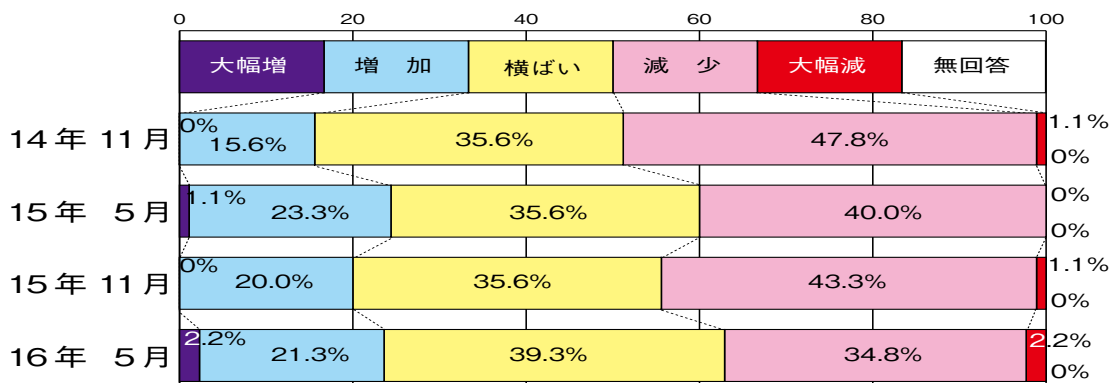
『現状』～『2年後』いずれも「横ばい」～「減少」が多数を占める。『現状』『2年後』では「横ばい」が最も多くなっているのに対し、『1年後』は「減少」が最も多くなる一方、「増加」とする回答もやや拡大しており、やや見方が分かれる結果となった。



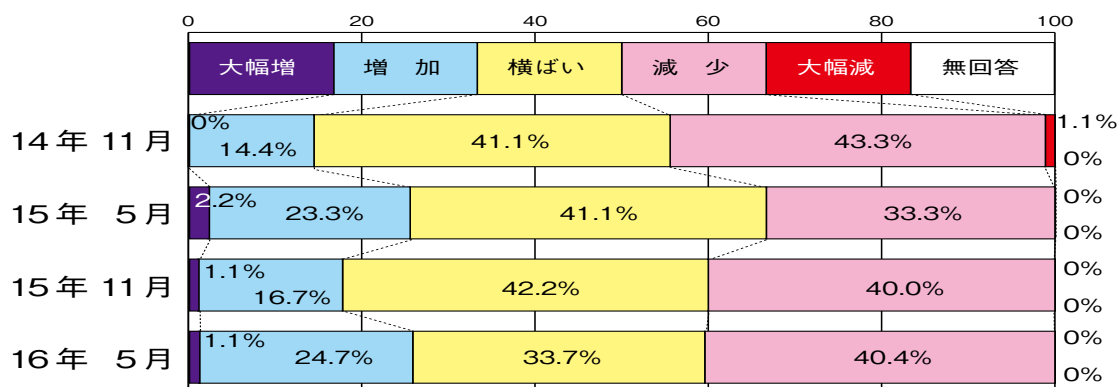
2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

前回調査(2015年11月)では全体的に「減少」が拡大、「増加」が縮小し、悲観的な見方が広がる結果となっていたが、今回調査ではやや持ち直した感がある。『現状』では、「増加」の予測が前々回調査(2015年5月)の水準近くまで戻しているほか、「減少」は「大幅減」を含めても37.0%と、前々回の40.0%、前回の43.4%よりそれぞれ3.0ポイント、7.0ポイント縮小した。また、『1年後』についても、「減少」はほぼ前回並みながら、「増加」は8.0ポイントもの改善となっている。ただ、『2年後』については、前回調査より「増加」「減少」いずれも改善が見られた。

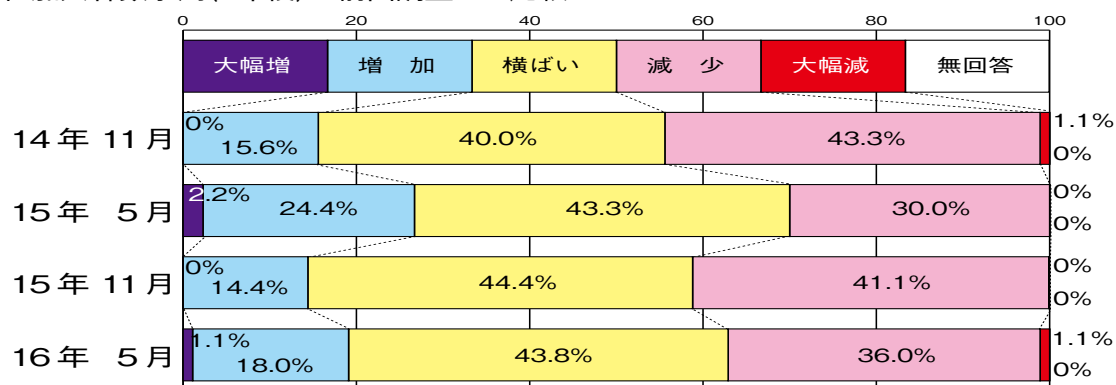
自社加入者数予測(現状)―前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)―前回調査との比較

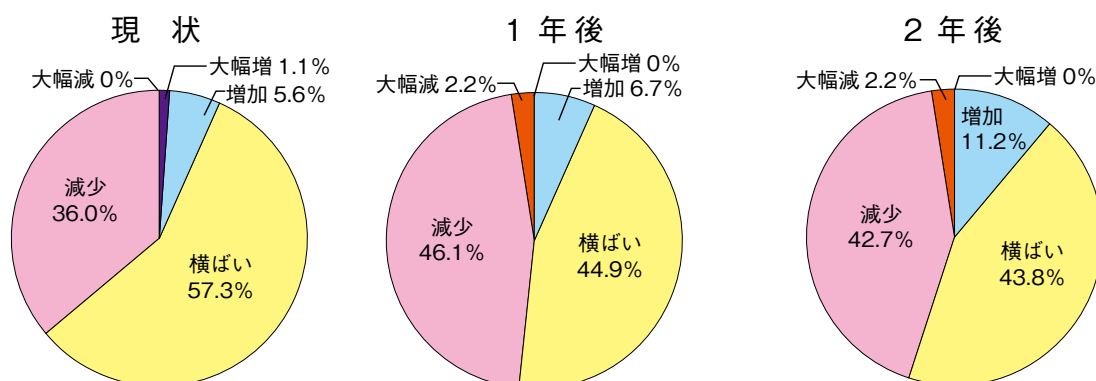


自社加入者数予測(2年後)―前回調査との比較



3. 多チャンネル放送全体の加入者動向

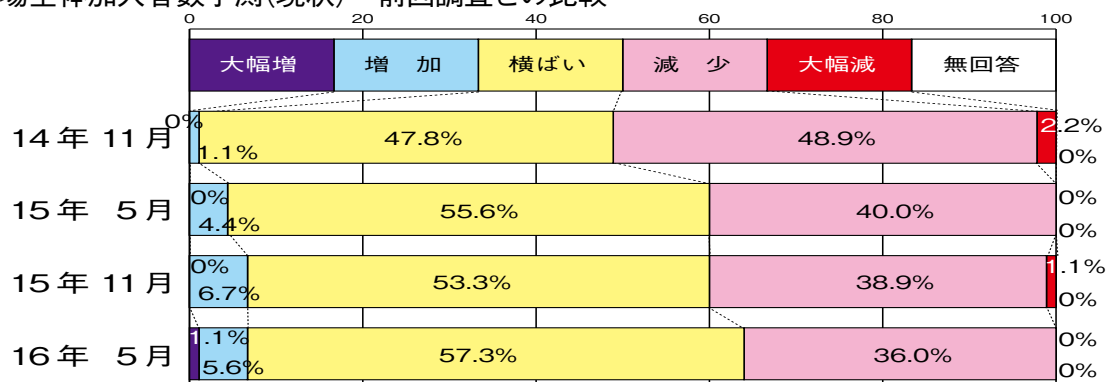
『現状』の回答は「横ばい」が最も多く57.3%、次いで「減少」の36.0%となっているが、『1年後』は「減少」が46.1%、「横ばい」が44.9%と僅かながら「減少」が「横ばい」を上回る。『2年後』については、再び「横ばい」が最も多く43.8%、次いで「減少」が42.7%という結果となった。『現状』では「横ばい」が半数を超えるものの、『1年後』『2年後』は「減少」「横ばい」が拮抗している。一方で、『2年後』には「増加」が『1年後』より4.5ポイント拡大して11.2%となっており、少数ながら多チャンネル放送市場の更なる成長への期待も広がっている。



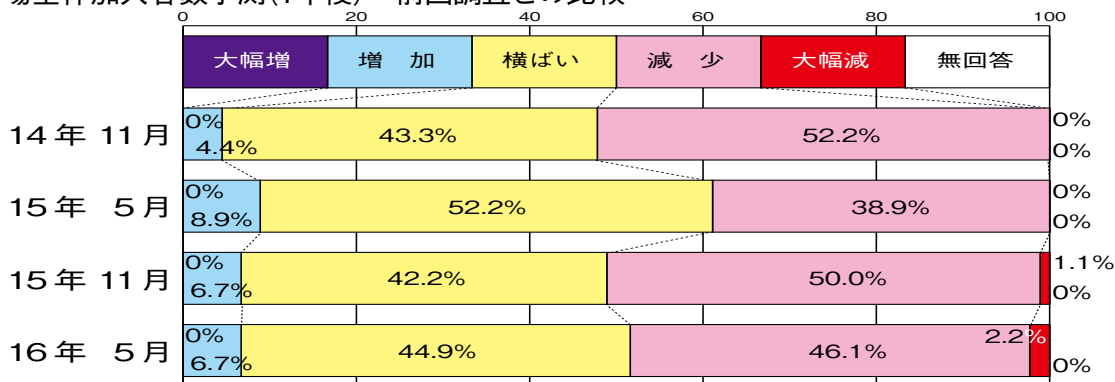
4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

『現状』『1年後』は前回調査（2015年11月）から「横ばい」がやや拡大、その分「減少」が縮小する結果となっており、僅かながら改善が見られる結果となっている。一方で、『2年後』については、「増加」が4.5ポイント拡大、「大幅減」「減少」を合わせた「減少傾向」は5.1ポイント縮小しており、『現状』『1年後』より改善の幅は大きく、厳しい中でも将来的にややポジティブな見通しを持つ事業者が増えつつあるようにも感じられる。今回調査に先立ち、総務省から、より具体的な4K／8K放送のロードマップが提示されたことも、一部の事業者の将来予測に好影響を与えている可能性がある。

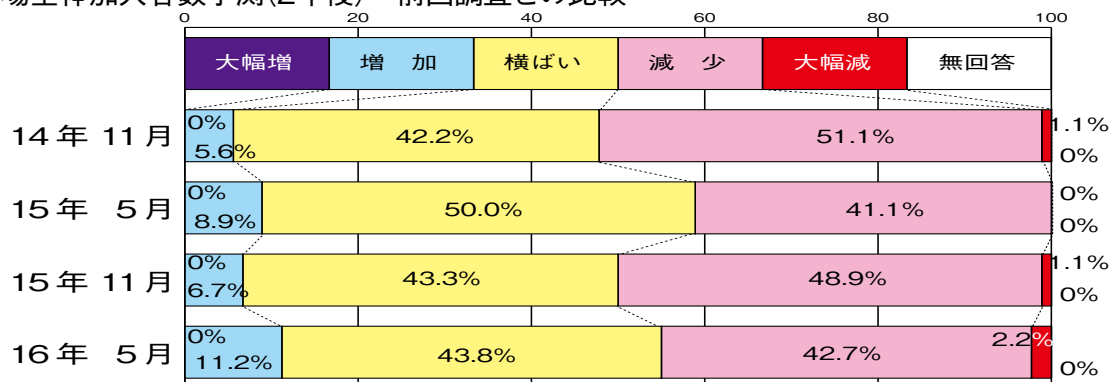
市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較



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

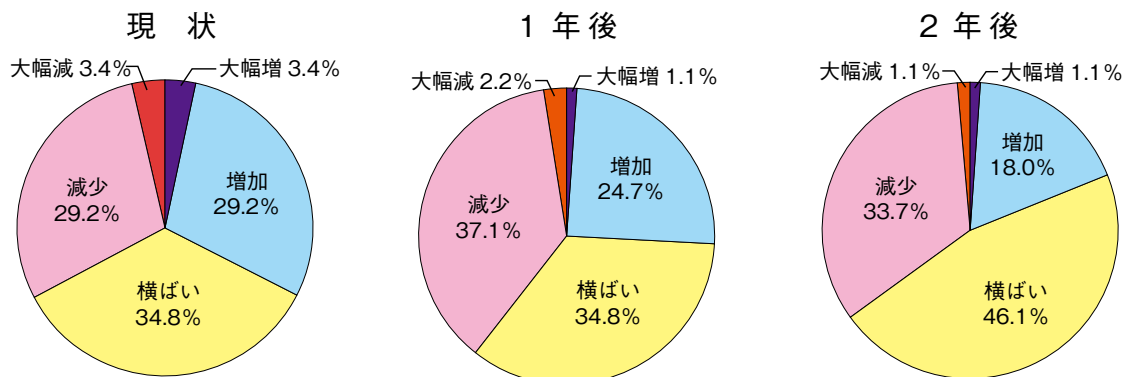


5. 視聴料収入予測

視聴料に関して、『現状』は、「大幅増」が前回（15年11月調査）1.1%から3.4%と増加した。「増加」は、前回16.7%から29.2%となり、「増加傾向」は合計32.6%と大きく伸ばす結果となった。「横ばい」は34.8%で前回41.1%から6.3ポイント減、「減少傾向」は合計32.6%で前回41.1%より8.5ポイント減となった。今回は「増加傾向」が大きく強まった結果となっているものの、「大幅減」の回答も3.4%（前は0%）あったことは注意が必要である。

『1年後』の予測では、「大幅増」が1.1%、「増加」が24.7%となり、『現状』の「大幅増」「増加」よりはポイントを下けているものの比率は大きくなっている。「横ばい」は『現状』と変わらず34.8%、「減少」は7.9ポイント増となった。『現状』より「増加」が減り「減少」と見る向きが増えているので、現状好調でも楽観視はできないと見る傾向がうかがえる。

これが『2年後』の予測になると、「増加」が『1年後』よりさらに6.7ポイント減となり、「横ばい」は11.3ポイントも増加する。一方「減少」は『1年後』より3.4ポイント減となった。現状好調なところも勢いは弱まっていくと同時に、現状減少傾向のところも徐々に落ち着いていくという見方であるといえる。



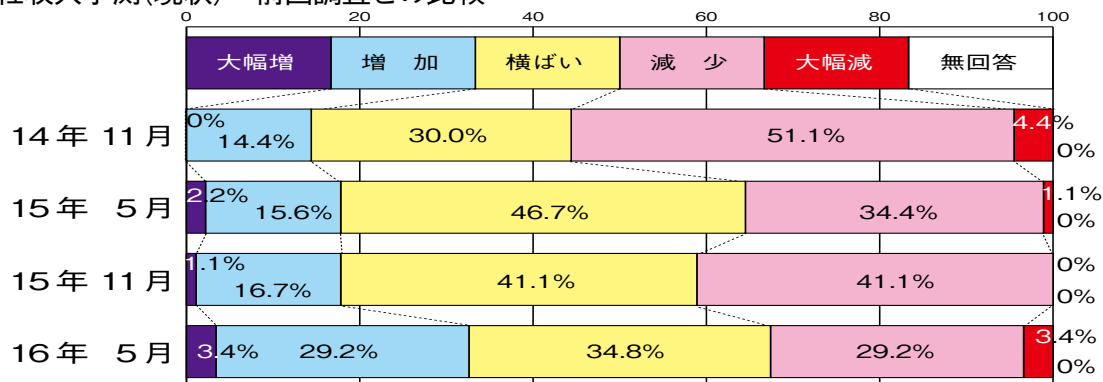
6. 自社チャンネル視聴料予測の推移

『現状』について、前々回（15年5月調査）・前回（15年11月調査）と比較すると、「増加傾向」と答えた事業者は前々回、前回から今回は大きく伸ばした（17.8%→17.8%→32.6%）。一方「減少傾向」との回答は、前々回から前回で増えたが、今回は下げている（35.5%→41.1%→32.6%）。全体としては前年度より視聴料収入が底上げされている印象である。

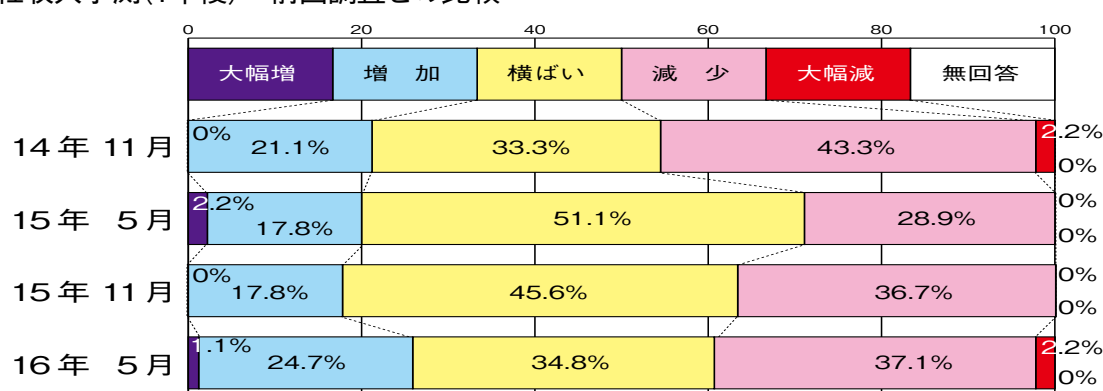
『1年後』の予測では、「増加傾向」という回答は前々回、前回に比べ増やしている（20.0%→17.8%→25.8%）、一方「減少傾向」との回答も、前々回、前回、今回と増えており（28.9%→36.7%→39.3%）、「増加傾向」「減少傾向」で見方の分かれる結果となった。

さらに『2年後』については、「増加傾向」は横ばい（22.2%→18.9%→19.1%）、「減少傾向」は前々回から前回で増えたものの今回は横ばいとなり（30.0%→35.6%→34.8%）、ほとんど傾向は変わらないが若干「横ばい」と捉える向きが増した結果であった。

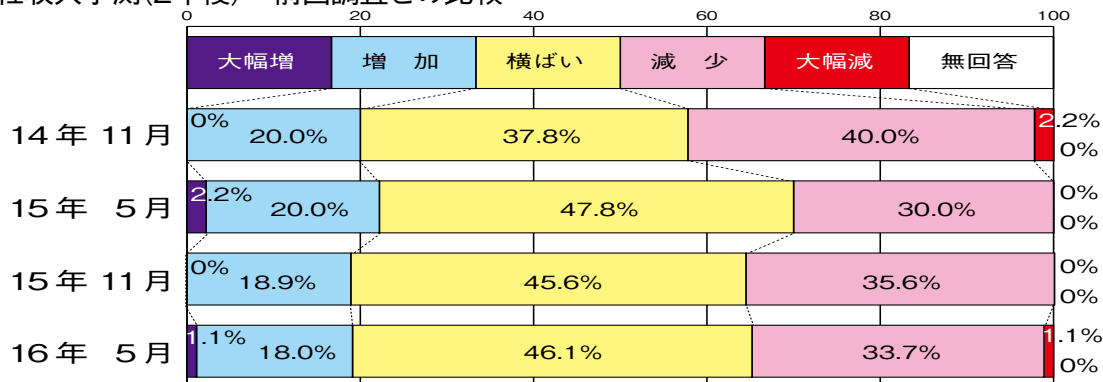
自社収入予測(現状)―前回調査との比較



自社収入予測(1年後)―前回調査との比較



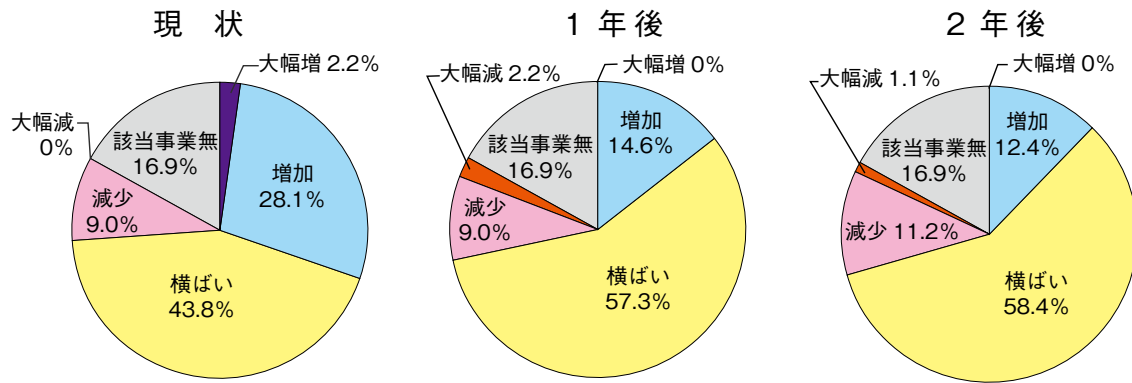
自社収入予測(2年後)―前回調査との比較



7. 広告収入の動向

『現状』では「横ばい」が43.8%と最も多く、次いで「増加」28.1%となった。「減少」は9.0%。「増加」と回答した事業者は、『現状』28.1%、『1年後』14.6%、『2年後』12.4%と次第に減少している。一方、「横ばい」が『現状』43.8%、『1年後』57.3%、『2年後』58.4%と増加していることから、今後の広告収入は横ばいに向かうとみる事業者が多い結果となった。「減少」は、『現状』9.0%、『1年後』9.0%、『2年後』11.2%と大きな変化は見られない。

なお、「該当事業無」と回答した広告未実施の事業者が16.9%存在していることについても留意されたい。

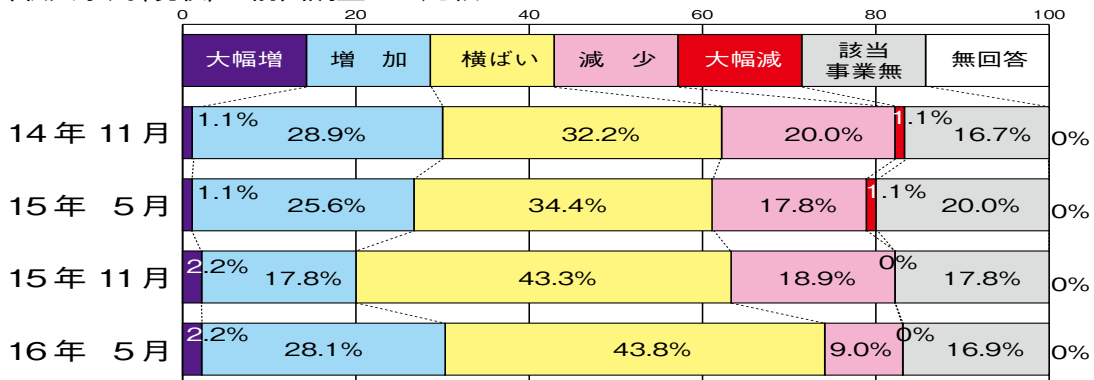


8. 広告収入予測の推移

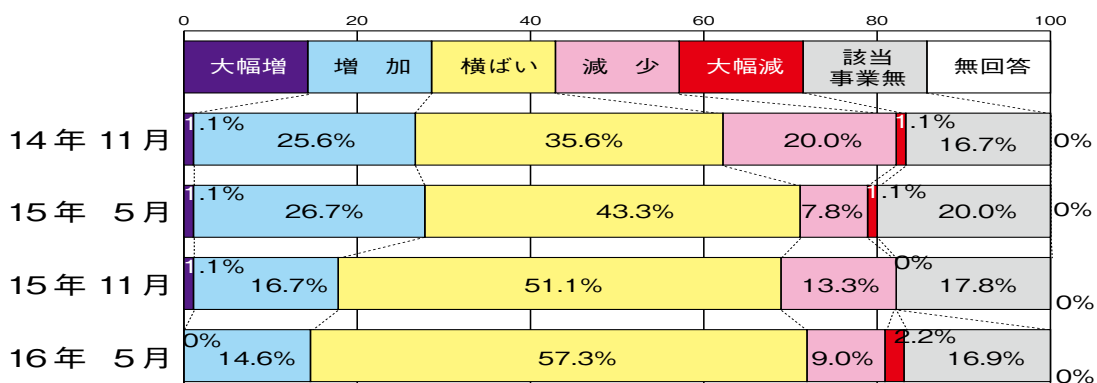
『現状』については、14年11月以降、「増加」「大幅増」合計の減少傾向が続いてきたが、今回調査では、前回より10.3ポイント上昇し30.3%となった。また、「減少」と回答した事業者は、過去3回で大きな変化はなかったが、今回は9.0%と前回の約半分にまで縮小しており、『現状』に関しては、前向きにとらえる事業者が増えた。

ただし、『1年後』『2年後』については、「大幅増」「増加」の合計は、『1年後』14.6%、『2年後』12.4%といずれも3回連続の減少となった。一方、「横ばい」は『1年後』6.2ポイント、『2年後』5.1ポイント増加。「減少」「大幅減」の合計は、『1年後』11.2%、『2年後』12.3%といずれも前年から大きな変化はみられないことから、今後の見通しについては、横ばいに向かうと見る事業者が増えた結果となった。

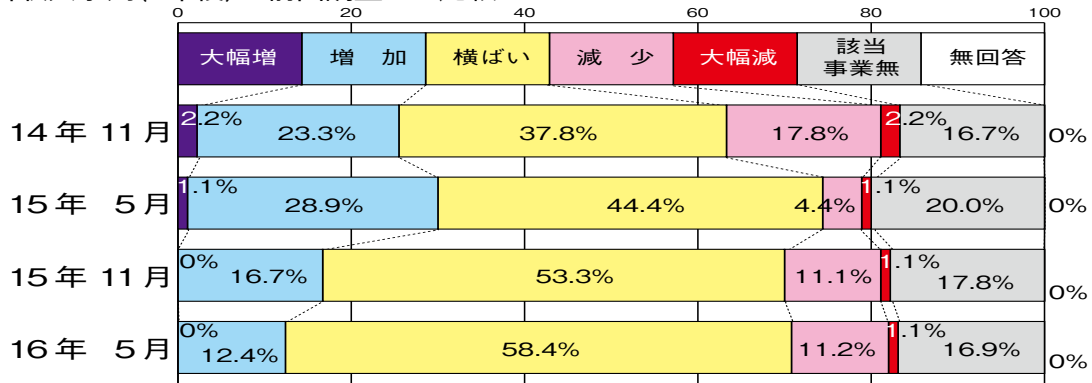
広告収入予測(現状)―前回調査との比較



広告収入予測(1年後)―前回調査との比較

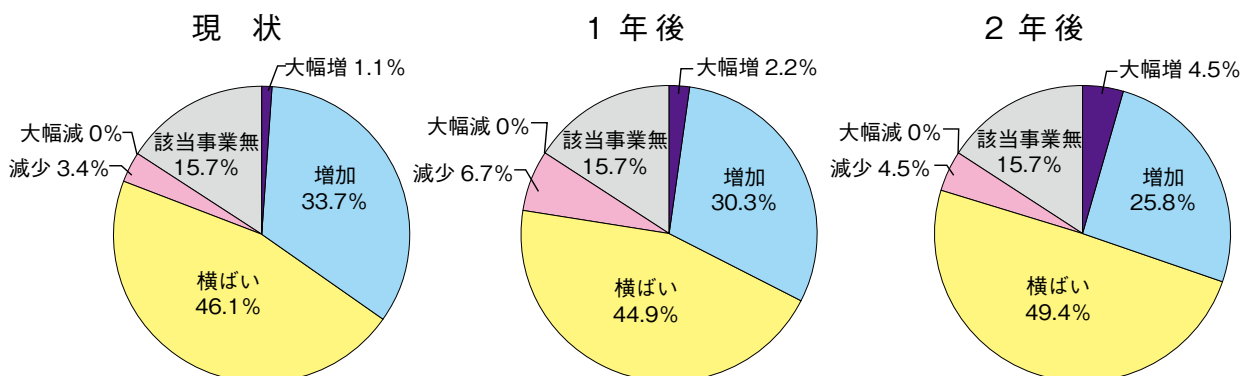


広告収入予測(2年後)―前回調査との比較



9. その他事業収入予測

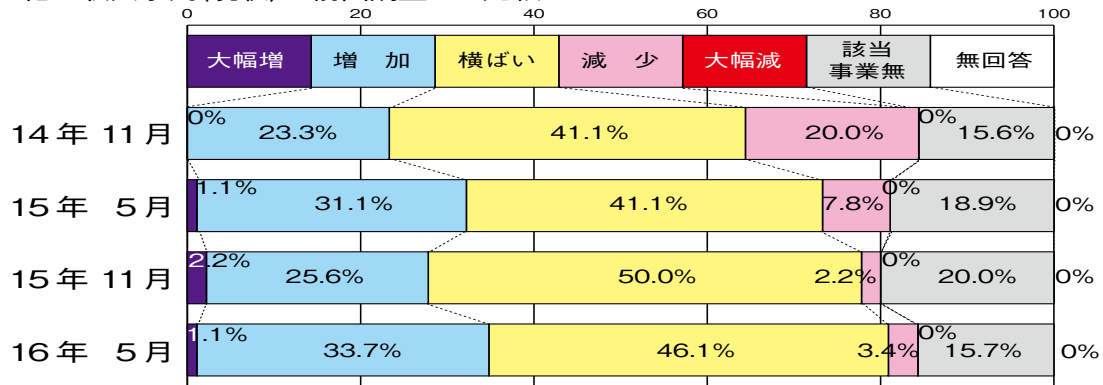
『現状』では「横ばい」が46.1%と最も多く、次いで「増加」が33.7%、「減少」が3.4%となっており、「増加」「横ばい」の合計が79.8%となった。『1年後』『2年後』ともこの順番は変わらないが、「増加」は、『1年後』30.3%、『2年後』25.8%と次第に減少している。



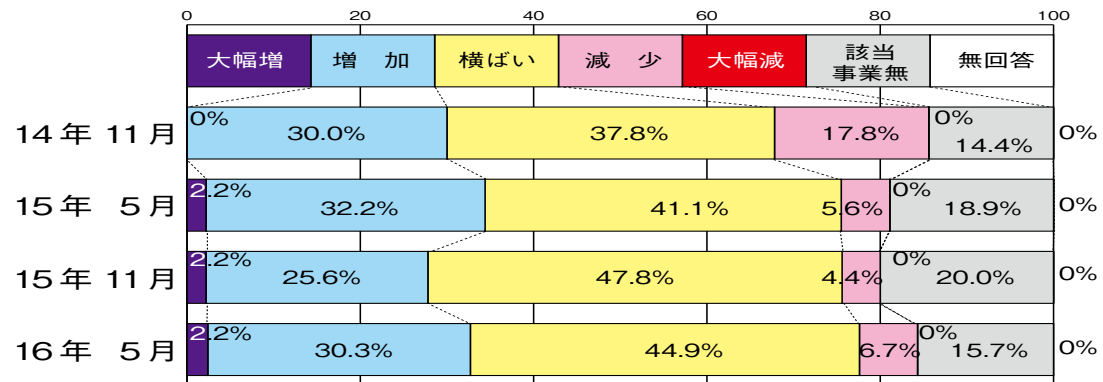
10. その他事業収入予測の推移

「増加」「大幅増」の合計は、『現状』34.8%、『1年後』32.5%といずれも前年を上回ったが、『2年後』は30.4%と0.7ポイントの減少となった。『2年後』については、「横ばい」が2.7ポイント、「減少」が2.3ポイントの増加となっており、『現状』『1年後』に関しては前向き、『2年後』に関しては厳しい見方が増えた結果となった。

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

