第20回「多チャンネル放送市場·事業者予測調査」結果発表 ネット配信系サービスへの「意識」と懸念が示される

多チャンネル放送研究所(所長:音 好宏)では、第20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 2017 年 6 月で、『1 年後』は 2018 年前半、『2 年後』は 2019 年前半になります。

今回の調査では、今後の先行きに対して、加入者、収入ともに、これまでで最も厳しい見方 をする事業者が多いという結果になりました。

多チャンネルサービスの多様化によって、2016 年後半には衛星系プラットフォームで加入者の伸び悩み傾向が明らかになったことに加えて、2017年になって明らかになったスカパー! のJリーグ放送権喪失とそれに伴う加入者減に象徴されるように、ネット配信系サービス (OTT) が有料多チャンネル放送と競合する存在になりつつあるという各事業者の意識と今後の動向に対する懸念を示していると考えられます。

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する予定です。これらが会員各 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/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は消極的な見通しが大勢を占めた

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」(50.6%)が最も多く、続いて「横ばい」(33.7%)「増加」(13.5%)の順となっている。『1 年後』についても、「減少」(53.9%)「横ばい」(27.0%)「増加」(16.9%)、『2 年後』も同じく「減少」(49.4%)「横ばい」(28.1%)「増加」(18.0%)の順となった。

『現状』『1 年後』『2 年後』いずれも「減少」が 5 割前後となり、「大幅減」が $1.1\% \rightarrow 2.2\% \rightarrow 4.5\%$ と拡大している一方、「増加」は年を追う毎に $13.5\% \rightarrow 16.9\% \rightarrow 18.0\%$ と若干上向きとなり、今後増加傾向とみる事業者もいるものの、「減少」「大幅減」の拡大傾向は色濃く現れており、消極的な見通しが大勢を占めている。

2 加入者動向の推移では、近年例をみないほどの厳しい見方に

前回調査(2016年11月)と比較して、『現状』においては、「減少」が14.2ポイント拡大、「横ばい」が9.5ポイント縮小、「増加」が3.5ポイント縮小していることから前回調査と比べると、改めて減少傾向が顕著となった。さらに『1年後』『2年後』においても、「減少」「大幅減」が合わせて約16ポイントもの拡大となり、全体のほぼ半数を占める結果となった。

スポーツ・ドラマ・映画の独占配信/低価格化/サービスの多様化などを強みとしたネット配信系サービス(OTT)の普及による顧客流出が影響しているとみられ、近年例をみないほどの厳しい見方になっているといえる。

3 視聴料収入に対しては減少寄りの未来予測

視聴料に関して、『現状』は、「大幅増」が「前回調査(2016 年 11 月)と変わらず 1.1%となった。「増加」も前回の 23.9%から 16.9%となり、「増加傾向」は合計 18.0%と前回の 25.0%から大きく減る結果となった。前々回の 1 年前の調査から減る結果が続いている。「横ばい」は 40.4%で前回の 39.8%から増加、「減少傾向」も合計 41.6%で前回の 35.3%より増加した。前々回から前回、今回と減少寄りの結果となっている。

『1年後』の予測では、「大幅増」が 0%で、前回の 1.1%から減り、「増加」が 14.6%で前回 14.8%から微減、「増加傾向」の合計でも 14.6%で前回の 15.9%から減っており、『現状』の 18.0%から大きく下げる結果となっている。一方「減少傾向」の合計は 50.6%で前回の 35.2% から減り、『現状』の 41.6%からも減り大半を占める結果となっている。「横ばい」との予測が 34.8%で前回 48.9%からも減る結果となっている。

『2年後』の予測については、「増加傾向」が 18.0%で少し上向きな回答もあったが、「横ばい」が 30.3%、「減少傾向」が 51.7%と『 1 年後』と比較しても減少傾向ととらえる回答結果、未来予測となっている。

4 今後の広告収入の将来には、期待を持ちつつも前回より厳しい見方

『現状』については、「横ばい」と回答した事業者が前回より7.3 ポイント減少し42.7%となった。「大幅増」「増加」合計は、前々回の30.3%、前回の17.0%から、今回は13.5%となり、3 回連続で大きく下げている。一方、「大幅減」「減少」合計は、前々回の9.0%、前回の12.5%、今回の23.6%と3回連続で大幅に上昇した。

『1 年後』『2 年後』についても、「横ばい」がそれぞれ 6.1 ポイント、6.2 ポイントと減少している。 「大幅増」「増加」の合計は、『1 年後』 19.1%、『2 年後』 16.8%と前回とほぼ変化はないが、「大幅減」「減少」の合計は、『1 年後』 21.3%、『2 年後』 20.2%と前回から大きく上昇している。

全体として、「現状」よりは将来に若干の期待を持ちつつも、前回よりは厳しい見方が増える結果となった。

5 「その他事業収入」は将来に期待する事業者が多い結果に

『現状』では「横ばい」が 39.3%と最も多く、次いで「増加」が 22.5%、「減少」が 9.0%となった。「横ばい」とみる事業者は、『1 年後』 33.7%、『2 年後』 30.3%と減少する一方、「増加」は『1 年後』 29.2%、『2 年後』 31.5%と伸びており、『2 年後』 では「横ばい」を抜いて最も多い回答となっている。「減少」に大きな変化はみられず、将来に期待する事業者が多い結果となった。

なお、「該当事業無」と回答した事業者が29.2%存在していることについても留意されたい。

調査の概要について

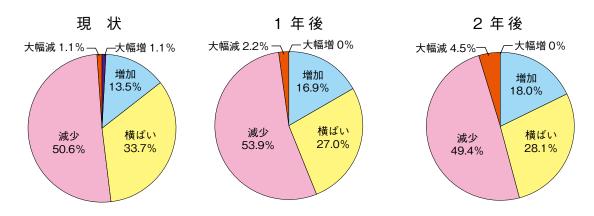
- 1. 調査時期 2017 年 6 月
- 2. 調査対象 衛星放送協会正会員社の有料チャンネル (89 チャンネル)
- 3. 調査方法 web による回答・回収法
- 4. 回答回収数 89 チャンネル
- 5. 回答回収率 100%

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」(50.6%)が最も多く、続いて「横ばい」(33.7%)「増加」(13.5%)の順となっている。『1 年後』についても、「減少」(53.9%)「横ばい」(27.0%)「増加」(16.9%)、『2 年後』も同じく「減少」(49.4%)「横ばい」(28.1%)「増加」(18.0%)の順となった。

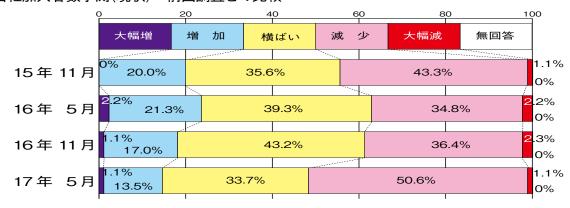
『現状』『1年後』『2年後』いずれも「減少」が5割前後となり、「大幅減」が1.1% \rightarrow 2.2% \rightarrow 4.5%と拡大している一方、「増加」は年を追う毎に13.5% \rightarrow 16.9% \rightarrow 18.0%と若干上向きとなり、今後増加傾向とみる事業者もいるものの、「減少」「大幅減」の拡大傾向は色濃く現れており、消極的な見通しが大勢を占めている。



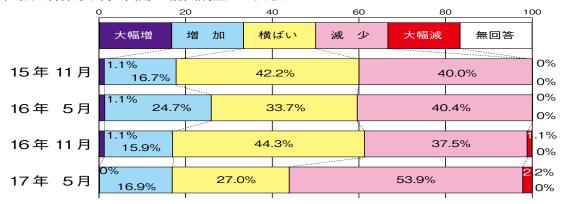
2。 自社チャンネルの加入者動向予測推移

前回調査(2016年11月)と比較して、『現状』においては、「減少」が14.2ポイント拡大、「横ばい」が9.5ポイント縮小、「増加」が3.5ポイント縮小していることから前回調査と比べると、改めて減少傾向が顕著となった。さらに『1年後』『2年後』においても、「減少」「大幅減」が合わせて約16ポイントもの拡大となり、全体のほぼ半数を占める結果となった。スポーツ・ドラマ・映画の独占配信/低価格化/サービスの多様化などを強みとしたネッ

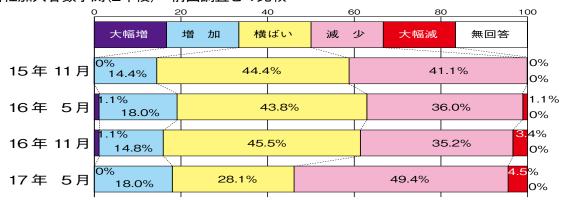
自社加入者数予測(現状)―前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)―前回調査との比較



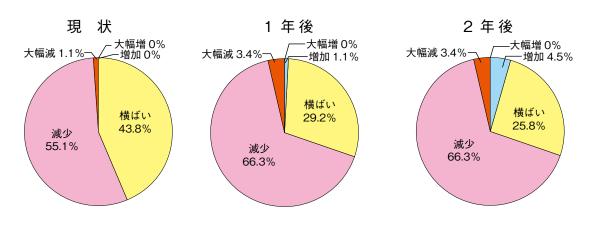
自社加入者数予測(2年後)―前回調査との比較



ト配信系サービス(OTT)の普及による顧客流出が影響しているとみられ、近年例をみないほどの厳しい見方になっているといえる。

3。多チャンネル放送全体の加入者動向

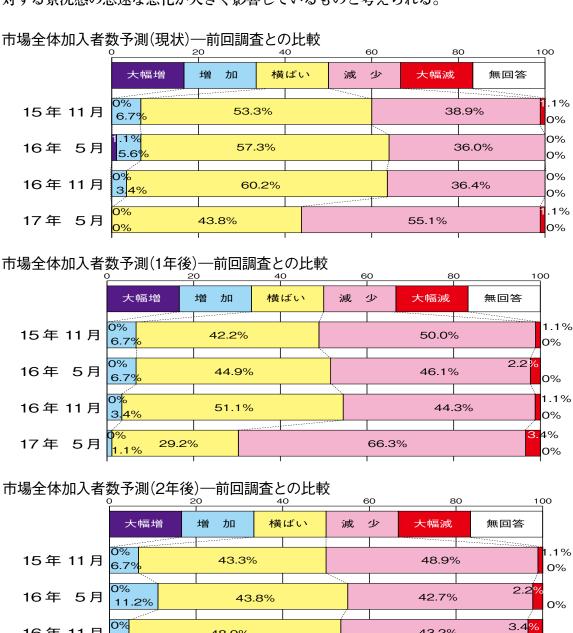
多チャンネル放送の全体的な加入者動向としては、『現状』では「減少」(55.1%) が最も多く、続いて「横ばい」(43.8%)「大幅減」(1.1%)「増加」(0%) の順となっている。『1年後』については、「減少」(66.3%)「横ばい」(29.2%)「大幅減」(3.4%)「増加」(1.1%)、『2年後』は「減少」(66.3%)「横ばい」(25.8%)「増加」(4.5%)「大幅減」(3.4%)の順となった。『現状』『1年後』『2年後』いずれも「減少」が大半を占め、『1年後』『2年後』では6割を超える結果となった。「増加」は年を追う毎に0%→1.1%→4.5%と若干の上向きを



見せているが、全体的に「減少」の見方は急速に拡大しており、自社チャンネルの加入者 動向と同様に、本調査始まって以来、未曾有の厳しい結果となった。

▲ 多チャンネル放送全体についての予測推移

前回調査(2016年11月)と比較して、『現状』においては、「横ばい |が16.4ポイント縮小、 「増加」が 3.4 ポイント縮小、「減少」が 18.7 ポイント拡大、「大幅減」が 1.1 ポイント拡 大した。『1 年後』においては、「横ばい」が 21.9 ポイント縮小、「増加」が 2.3 ポイント 縮小、「減少」が22ポイント拡大、「大幅減」が2.3ポイント拡大した。『2年後』におい ては、「横ばい」が23.1 ポイント縮小、「減少」が23.1 ポイント拡大した。『現状』『1 年後』 『2年後』共通して「横ばい」が縮小し、「減少」が大きく拡大している。特に、DTH に 対する景況感の急速な悪化が大きく影響しているものと考えられる。



48.9%

25.8%

43.2%

66.3%

0%

0%

16年11月

17年 5月

4 5%

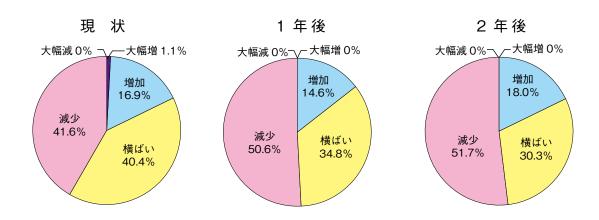
4 5%

5。視聴料収入予測

視聴料に関して、『現状』は、「大幅増」が前回調査 (2016 年 11 月) と変わらず 1.1%となった。「増加」も前回の 23.9%から 16.9%となり、「増加傾向」は合計 18.0%と前回の 25.0% から大きく減る結果となった。前々回の1年前の調査から減る結果が続いている。「横ばい」は 40.4%で前回の 39.8%から増加、「減少傾向」も合計 41.6%で前回の 35.3%より増加した。前々回から前回、今回と減少寄りの結果となっている。

『1 年後』の予測では、「大幅増」が 0%で、前回の 1.1%から減り、「増加」が 14.6%で前回 14.8%から微減、「増加傾向」の合計でも 14.6%で前回の 15.9%から減っており、『現状』の 18.0%から大きく下げる結果となっている。一方「減少傾向」の合計は 50.6%で前回の 35.2%から減り、『現状』の 41.6%からも減り大半を占める結果となっている。「横ばい」との予測が 34.8%で前回 48.9%からも減る結果となっている。

『2年後』の予測については、「増加傾向」が18.0%で少し上向きな回答もあったが、「横ばい」が30.3%、「減少傾向」が51.7%と『1年後』と比較しても減少傾向ととらえる回答結果、未来予測となっている。

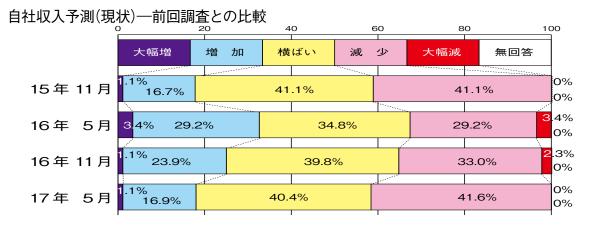


6。視聴料収入・全体の推移

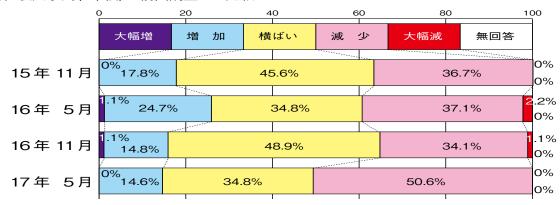
『現状』について、前々回調査(2016年5月)・前回調査(2016年11月)と比較すると、「増加傾向」と答えた事業者は前々回、前回から大きく減っている(32.6% \rightarrow 25.0% \rightarrow 18.0%)。一方で「減少傾向」との回答は、前々回から前回、今回と増える結果となった(32.6% \rightarrow 35.3% \rightarrow 41.6%)。

『1 年後』の予測では、「増加傾向」という回答は前々回、前回よりも低い水準にあり (25.8% \rightarrow 15.9% \rightarrow 14.6%)、一方で「減少傾向」との回答は、前々回、前回より大きく増える結果となった (39.3% \rightarrow 35.2% \rightarrow 50.6%)。

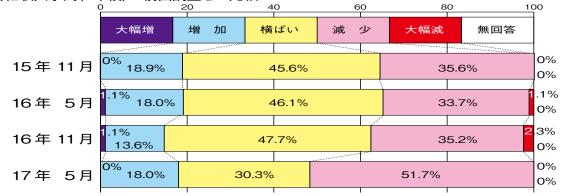
さらに『2 年後』については、「増加傾向」という回答は前回より増えた(19.1% \rightarrow 14.7% \rightarrow 18.0%)、一方で「減少傾向」との回答は、こちらも前々回、前回より大きく増える結果となった(34.8% \rightarrow 37.5% \rightarrow 51.7%)。



自社収入予測(1年後)―前回調査との比較

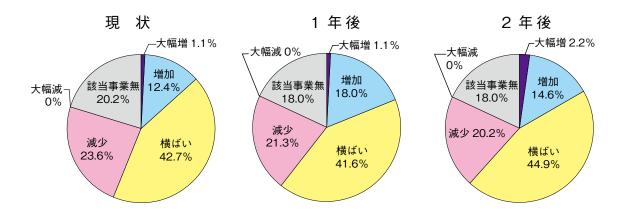


自社収入予測(2年後)―前回調査との比較



7。広告収入の動向

『現状』では「横ばい」が42.7%と最も多く、次いで「減少」23.6%、「増加」12.4%と続く。「減少」とみる事業者は、『1 年後』21.3%、『2 年後』20.2%と微減している。一方、「増加」「横ばい」の合計は、『現状』の55.1%から、『1 年後』59.6%、『2 年後』59.5%と伸びていることから、今後の広告収入は、現状よりは若干改善するとみる事業者が多い結果となった。なお、「該当事業無」と回答した広告未実施の事業者が『現状』で20.2%存在していることについても留意されたい。



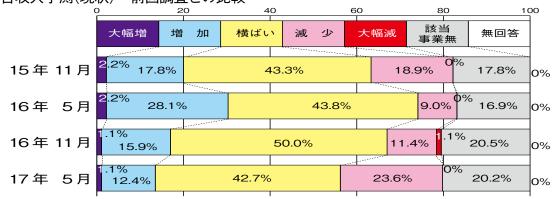
8。広告収入予測の推移

『現状』については、「横ばい」と回答した事業者が前回より 7.3 ポイント減少し 42.7% となった。「大幅増」「増加」合計は、前々回の 30.3%、前回の 17.0%から、今回は 13.5% となり、3 回連続で大きく下げている。一方、「大幅減」「減少」合計は、前々回の 9.0%、前回の 12.5%、今回の 23.6%と 3 回連続で大幅に上昇した。

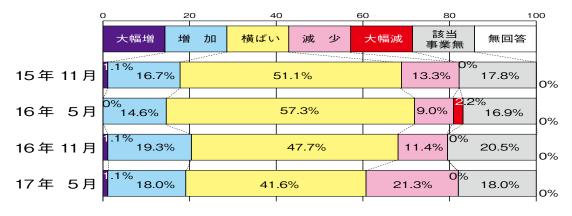
『1 年後』『2 年後』についても、「横ばい」がそれぞれ 6.1 ポイント、6.2 ポイントと減少している。「大幅増」「増加」の合計は、『1 年後』19.1%、『2 年後』16.8%と前回とほぼ変化はないが、「大幅減」「減少」の合計は、『1 年後』21.3%、『2 年後』20.2%と前回から大きく上昇している。

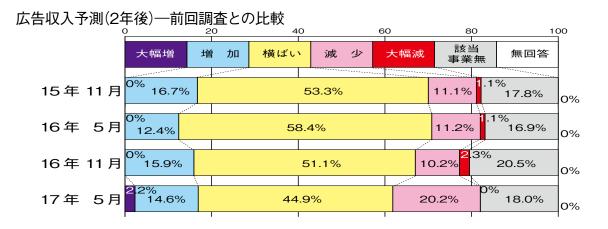
全体として、「現状」よりは将来に若干の期待を持ちつつも、前回よりは厳しい見方が 増える結果となった。

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



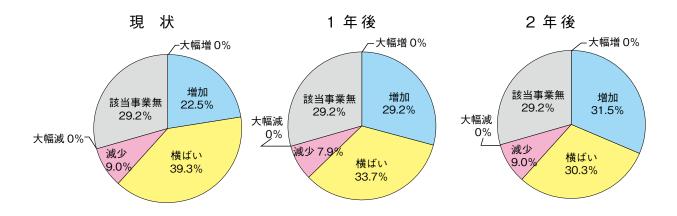


9。その他事業収入予測

『現状』では「横ばい」が 39.3%と最も多く、次いで「増加」が 22.5%、「減少」が 9.0% となった。

「横ばい」とみる事業者は、『1年後』33.7%、『2年後』30.3%と減少する一方、「増加」は『1年後』29.2%、『2年後』31.5%と伸びており、『2年後』では「横ばい」を抜いて最も多い回答となっている。「減少」に大きな変化はみられず、将来に期待する事業者が多い結果となった。

なお、「該当事業無」と回答した事業者が 29.2%存在していることについても留意されたい。

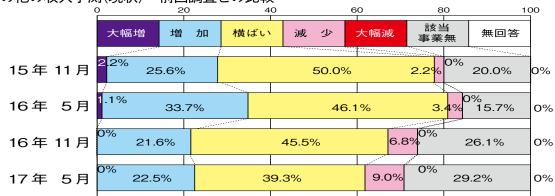


10。その他事業収入予測の推移

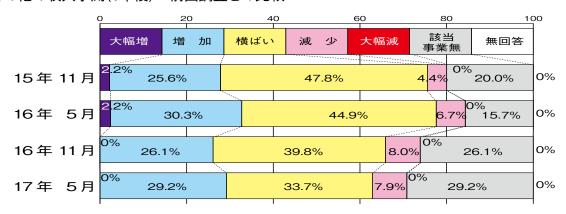
『「大幅増」「増加」の合計は、『現状』では22.5%と前回並だが、『1年後』29.2%、『2年後』31.5%といずれも前回よりやや数字を伸ばしている。「横ばい」と見る事業者は、『現状』『1年後』『2年後』のいずれも過去調査に比べ最も低い結果となった。一方で「減少」は、『現状』で9.0%と前回よりやや伸ばしたものの、『1年後』7.9%、『2年後』9.0%といずれも前回調査から大きな変動は見られない。

なお、「該当事業無」と回答した事業者が29.2%と3回連続で大幅に増加していること についても留意されたい。

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

