

第21回「多チャンネル放送市場・事業者予測調査」結果発表 収入増を目指し各事業者が新しい取り組みを検討

多チャンネル放送研究所（所長：音 好宏）では、第21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11月で、『1年後』は2018年後半、『2年後』は2019年後半になります。

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。

2017年には衛星系プラットフォームで加入者の減少傾向が明らかになったことに加えて、ケーブル系プラットフォームの伸び悩み傾向など、視聴料収入に直接影響する市場の傾向が、各事業者の厳しい見通しに要因になっていると考えられます。一方で、「その他事業収入」が増加していくという事業者が増えていくという傾向からも、各事業者が収入増を目指し、新しい取り組みを検討していることも推察されます。

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、

どの時点でも「減少」が5割を超えるという調査結果に

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「減少」(53.4%)が最も多く、続いて「横ばい」(28.4%)「増加」(17.0%)の順となっている。『1年後』についても、「減少」(54.5%)「横ばい」(27.3%)「増加」(17.0%)、『2年後』は「減少」(53.4%)が最も多く、「横ばい」(22.7%)「増加」(22.7%)が同順位となった。

『現状』から『1年後』、『2年後』と、年を追う毎に「横ばい」が28.4%→27.3%→22.7%と縮小し、その分「増加」が17.0%→17.0%→22.7%と上向きとなっているものの、いずれも「減少」が5割を超える結果となっており、厳しい見通しが大勢を占めている。

2. 多チャンネル放送全体の加入者動向でも、これまでにない厳しい見通しに

本調査では自社チャンネルだけでなく、多チャンネル放送の全体的な加入者動向についても見通しを訊ねている。その結果、『現状』では「減少」(69.3%)が最も多く、続いて「横ばい」(29.5%)「大幅減」(1.1%)の順となっている。『1年後』については、「減少」(64.8%)「横ばい」(33.0%)「大幅減」(2.3%)、『2年後』は「減少」(70.5%)「横ばい」(23.9%)「増加」(3.4%)「大幅減」(2.3%)の順となった。

『現状』『1年後』『2年後』いずれも「減少」が約7割を占める結果となった。『2年後』に「増加」が3.4%と若干の上向きを見せているが、「減少」の見方は急速に拡大しており、本調査始まって以来、最も厳しい結果となった。

3. 視聴料収入も当面減少するとの見通しが支配的

視聴料に関して、『現状』は、「大幅増」が初めて0%となった。「増加傾向」は合計14.8%と前回の18.0%から3.2%減少となった。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26.1%で前回の40.4%から大幅減、「減少傾向」も合計59.1%で前回の41.6%より大幅に増加した。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、前回と変わらず、「増加」が17.0%で前回14.6%から微増、「横ばい」は前回の34.8%から26.1%と減っており、その結果「減少傾向」の合計は56.8%で前回の50.6%から6.2%増加する結果となった。

『2年後』の予測については、「増加傾向」が23.9%で少し上向きな回答もあったが、「横ばい」が21.6%、「減少傾向」が54.6%と減少傾向が当面続くという回答結果となっている。

4. 今後の広告収入の将来には若干改善するとみる事業者も

『現状』では「横ばい」が42.0%と最も多く、次いで「減少」25.0%、「増加」13.6%と続き、

『現状』への厳しい見方をする事業者が多い。

今後に関しては、「減少」とみる事業者は、『1年後』『2年後』とも25.0%で変動はない。一方、「増加」は、『1年後』に21.6%と8ポイント上昇し、『2年後』も20.5%と同水準を維持していることから、今後の広告収入については、若干改善するとみる事業者も『現状』より増えている。

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14.8%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」は『1年後』以降は「増加」が最も多い回答に

『現状』では「横ばい」が37.5%と最も多く、次いで「増加」が31.8%、「減少」が10.2%となった。「横ばい」とみる事業者は、『1年後』33.0%、『2年後』28.5%と減少する一方、「増加」は『1年後』36.4%、『2年後』40.9%と伸びており、『1年後』以降では「横ばい」を抜いて最も多い回答となっている。「減少」は10.2%のまま変化はみられず、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19.3%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

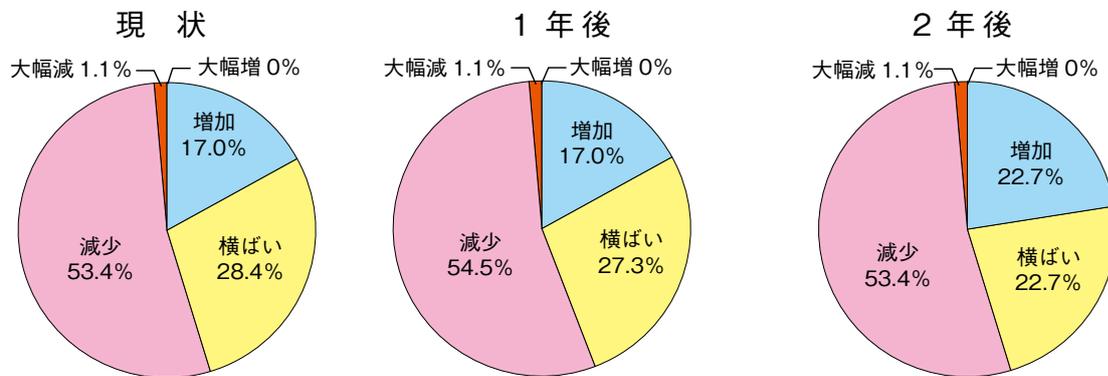
1. 調査時期 2017年11月
2. 調査対象 衛星放送協会正会員社の有料チャンネル（88チャンネル）
3. 調査方法 webによる回答・回収法
4. 回答回収数 88チャンネル
5. 回答回収率 100%

調査結果詳細

1. 自社チャンネルの加入者動向

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」(53.4%)が最も多く、続いて「横ばい」(28.4%)「増加」(17.0%)の順となっている。『1年後』についても、「減少」(54.5%)「横ばい」(27.3%)「増加」(17.0%)、『2年後』は「減少」(53.4%)が最も多く、「横ばい」(22.7%)「増加」(22.7%)が同順位となった。

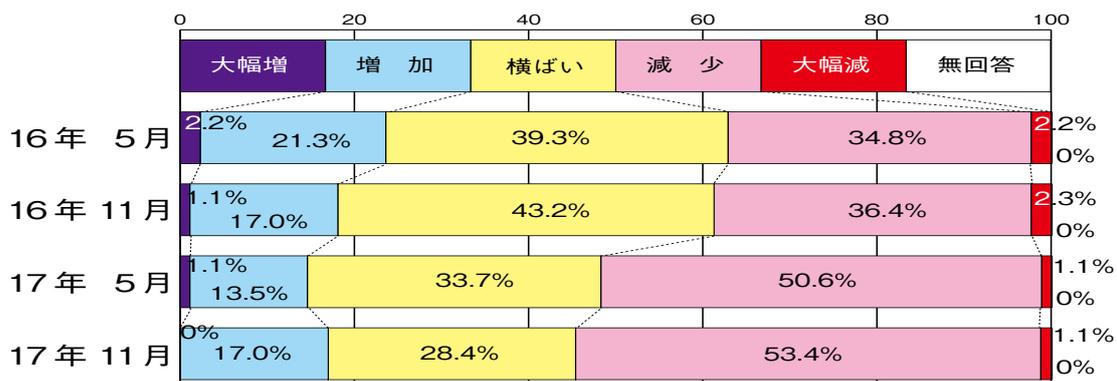
『現状』から『1年後』、『2年後』と、年を追う毎に「横ばい」が28.4%→27.3%→22.7%と縮小し、その分「増加」が17.0%→17.0%→22.7%と上向きとなっているものの、いずれも「減少」が5割を超える結果となっており、厳しい見通しが大勢を占めている。



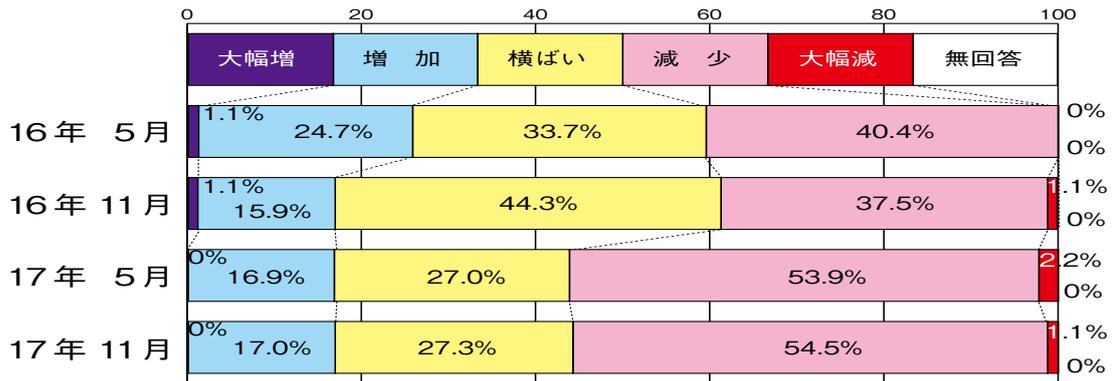
2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

前回調査(2017年5月)と比較して、『現状』においては、「増加」が3.5ポイント、「減少」が2.8ポイント、それぞれ拡大している。『1年後』は前回調査と大きな変化はないものの、『2年後』においては、「増加」が4.7ポイント、「減少」が4.0ポイント拡大しており、自社チャンネルの加入者動向に厳しい見方を強める事業者が増えている一方で、同時に「増加」を見込む事業者が増えていることは、興味深い結果と言える。

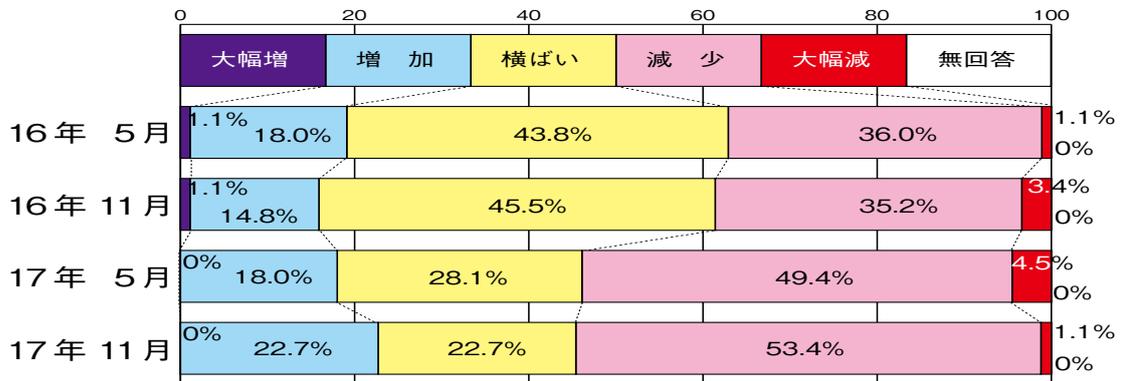
自社加入者数予測(現状)―前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)ー前回調査との比較



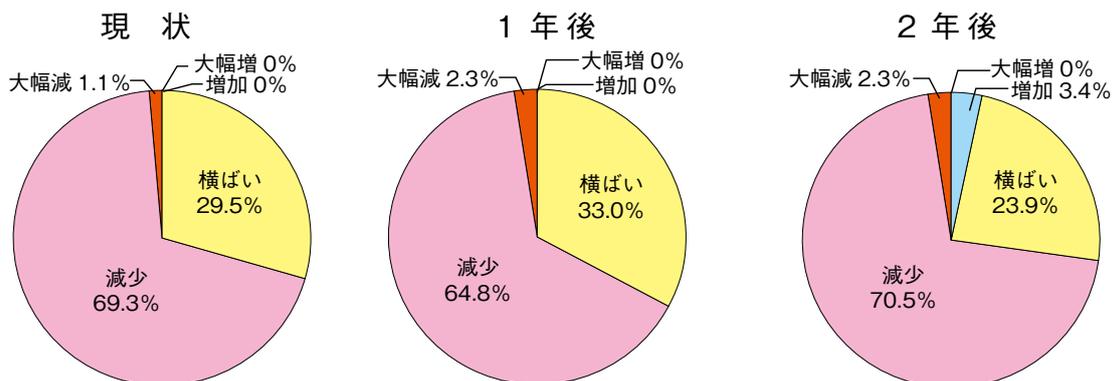
自社加入者数予測(2年後)ー前回調査との比較



3. 多チャンネル放送全体の加入者動向

多チャンネル放送の全体的な加入者動向としては、『現状』では「減少」(69.3%)が最も多く、続いて「横ばい」(29.5%)「大幅減」(1.1%)の順となっている。『1年後』については、「減少」(64.8%)「横ばい」(33.0%)「大幅減」(2.3%)、『2年後』は「減少」(70.5%)「横ばい」(23.9%)「増加」(3.4%)「大幅減」(2.3%)の順となった。

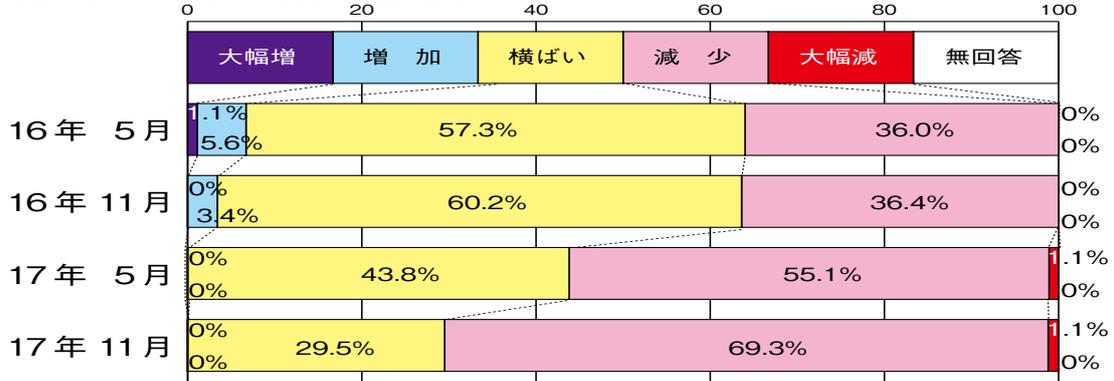
『現状』『1年後』『2年後』いずれも「減少」が約7割を占める結果となった。『2年後』に「増加」が3.4%と若干の上向きを見せているが、「減少」の見方は急速に拡大しており、本調査始まって以来、最も厳しい結果となった。



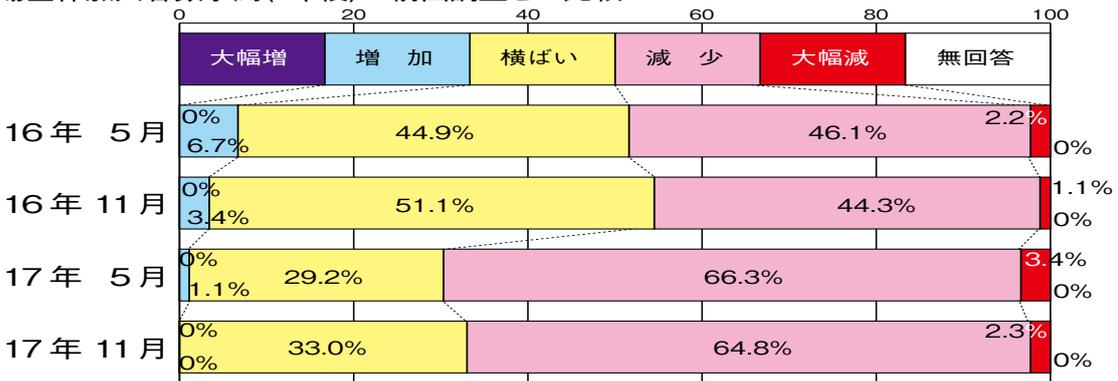
4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

前回調査と比較して、『現状』においては、「減少」が14.2ポイント拡大、『1年後』においては、1.5ポイント縮小するものの、『2年後』においては、4.2ポイント拡大しており、前回調査で急速に悪化した景況感が続いているものと考えられる。

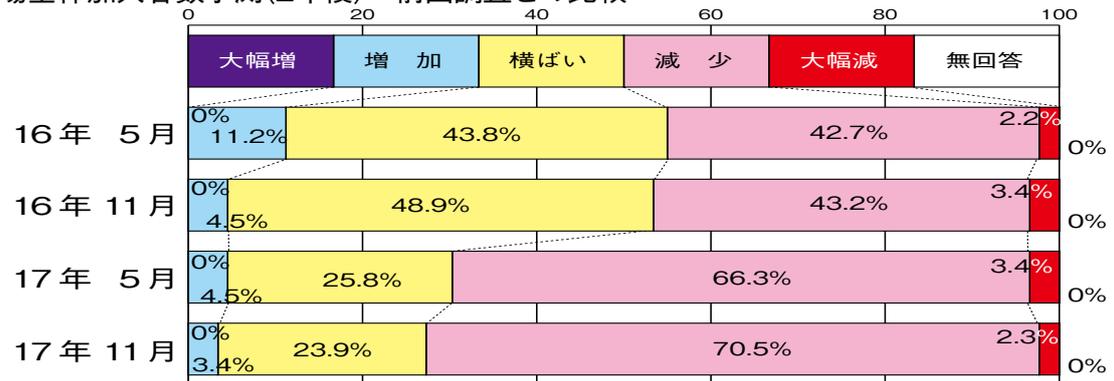
市場全体加入者数予測(現状)ー前回調査との比較



市場全体加入者数予測(1年後)ー前回調査との比較



市場全体加入者数予測(2年後)ー前回調査との比較

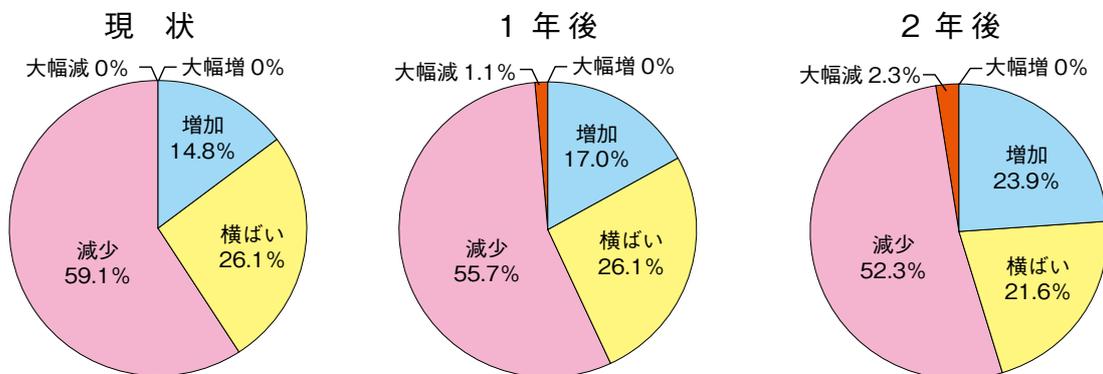


5. 視聴料収入予測

視聴料に関して、『現状』は、「大幅増」が初めて0%となった。「増加傾向」は合計14.8%と前回の18.0%から3.2%減少となった。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26.1%で前回の40.4%から大幅減、「減少傾向」も合計59.1%で前回の41.6%より大幅に増加した。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、前回と変わらず、「増加」が17.0%で前回14.6%から微増、「横ばい」は前回の34.8%から26.1%と減っており、その結果「減少傾向」の合計は56.8%で前回の50.6%から6.2%増加する結果となった。

『2年後』の予測については、「増加傾向」が23.9%で少し上向きな回答もあったが、「横ばい」が21.6%、「減少傾向」が54.6%と減少傾向が当面続くという回答結果となっている。



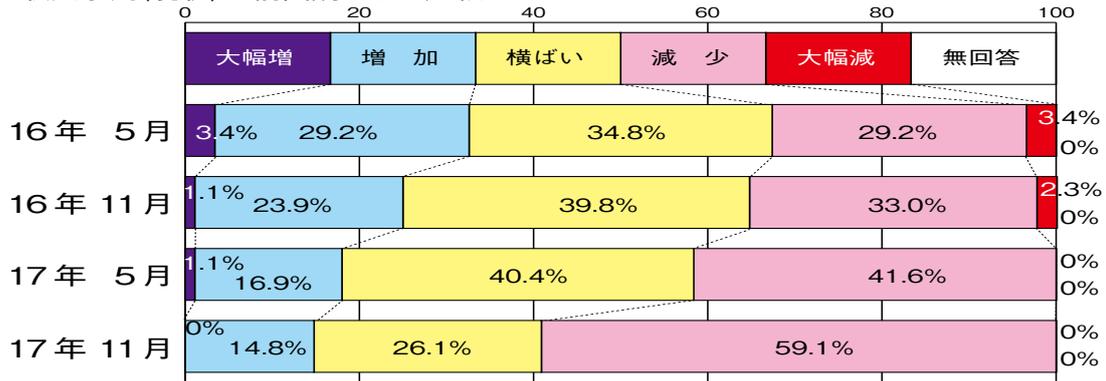
6. 視聴料収入・全体の推移

『現状』について、前々回（16年11月調査）・前回（17年5月調査）と比較すると、「増加傾向」と答えた事業者は前々回、前回から減っている（25.0%→18.0%→14.8%）。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（35.3%→41.6%→59.1%）。

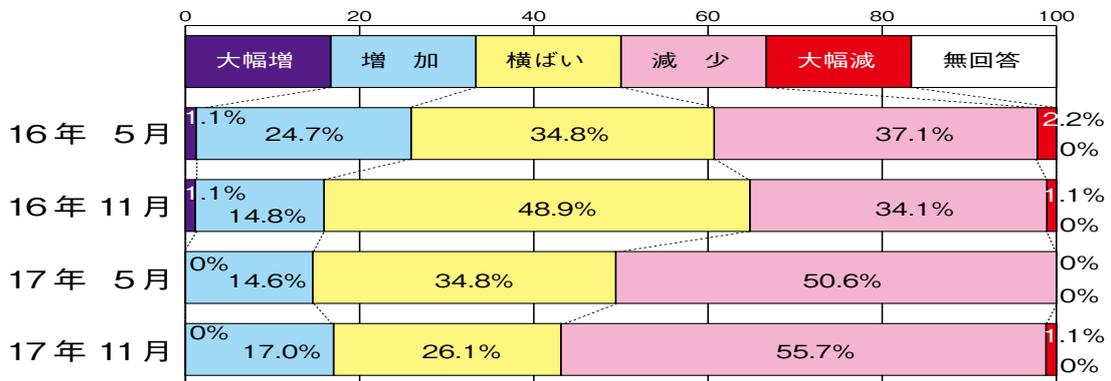
『1年後』の予測では、「増加傾向」という回答は前々回、前回よりも低い水準にあり（15.9%→14.6%→17.0%）、一方で「減少傾向」との回答は、前々回、前回より大きく増える結果となった（35.2%→50.6%→56.8%）。

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（14.7%→18.0%→23.9%）、一方「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（37.5%→51.7%→54.6%）。

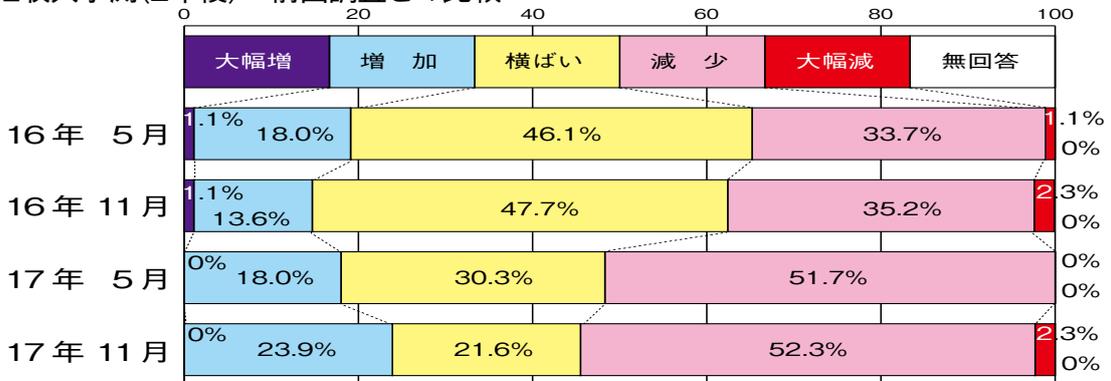
自社収入予測(現状)ー前回調査との比較



自社収入予測(1年後)ー前回調査との比較



自社収入予測(2年後)ー前回調査との比較

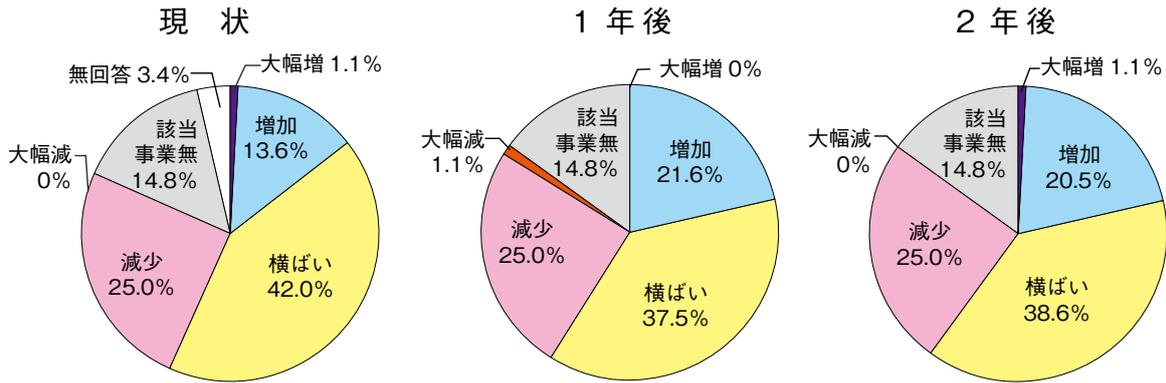


7. 広告収入の動向

『現状』では「横ばい」が42.0%と最も多く、次いで「減少」25.0%、「増加」13.6%と続き、『現状』への厳しい見方をする事業者が多い。

今後に関しては、「減少」とみる事業者は、『1年後』『2年後』とも25.0%で変動はない。一方、「増加」は、『1年後』に21.6%と8ポイント上昇し、『2年後』も20.5%と同水準を維持していることから、今後の広告収入については、若干改善するとみる事業者も『現状』より増えている。

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14.8%存在していることについても留意されたい。

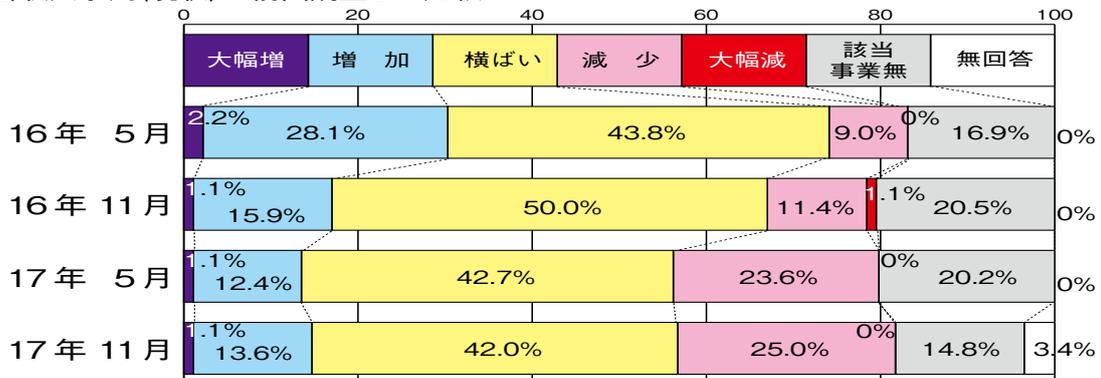


8. 広告収入予測の推移

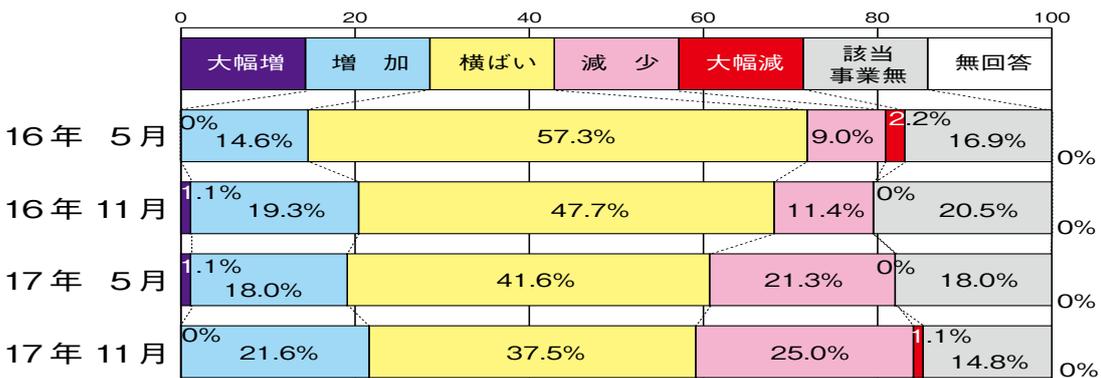
『現状』については、「横ばい」と回答した事業者が42.0%と前回とほぼ同じ結果となった。「大幅増」「増加」合計は、前回まで減少傾向が続いていたが、今回は1.2ポイント微増の14.7%と下げ止まった。「大幅減」「減少」合計も、前回まで3回連続で大幅に上昇していたが、今回は前回より1.4ポイント微増の25.0%に留まった。

『1年後』『2年後』では、「横ばい」がそれぞれ37.5%、38.6%と4回連続で減少している。一方、「大幅増」「増加」の合計は、『1年後』『2年後』とも21.6%と前回より増え、「大幅減」「減少」の合計も、『1年後』26.1%、『2年後』25.0%と前回から上昇している。将来については、厳しい見方と期待する見方が前回より分かれる結果となった。

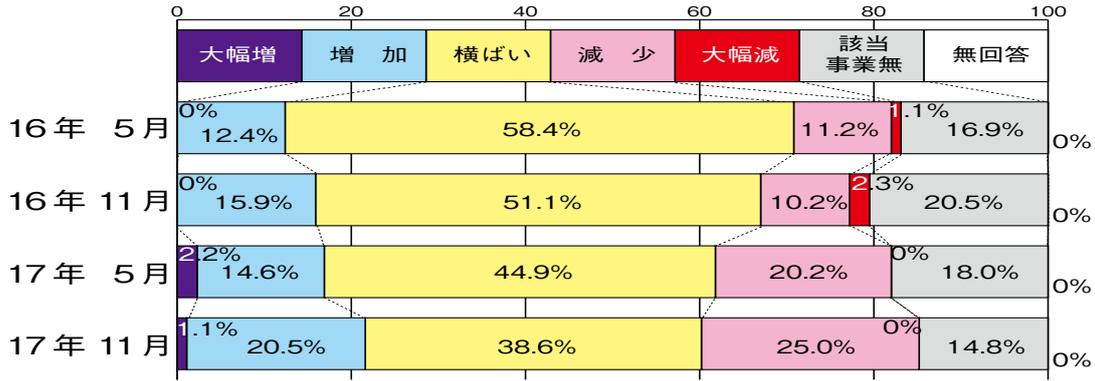
広告収入予測(現状)―前回調査との比較



広告収入予測(1年後)―前回調査との比較



広告収入予測(2年後)ー前回調査との比較

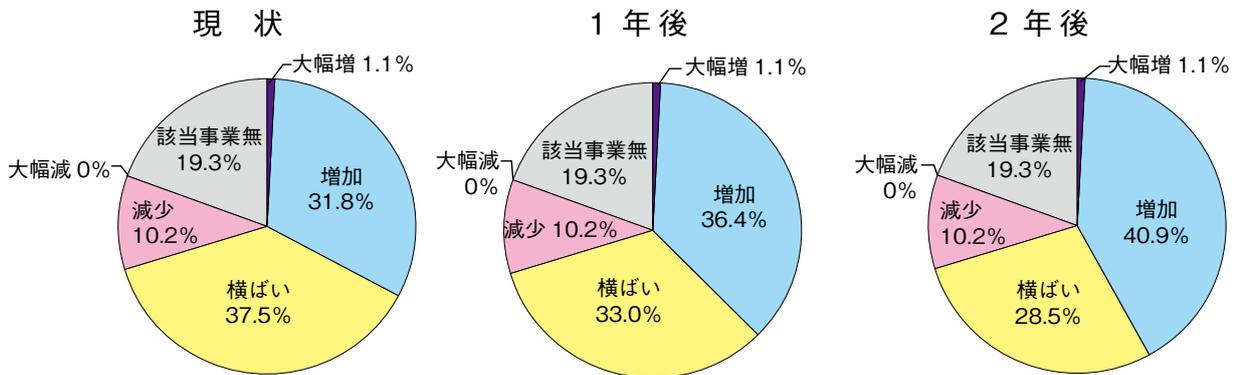


9. その他事業収入予測

『現状』では「横ばい」が37.5%と最も多く、次いで「増加」が31.8%、「減少」が10.2%となった。

「横ばい」とみる事業者は、『1年後』33.0%、『2年後』28.5%と減少する一方、「増加」は『1年後』36.4%、『2年後』40.9%と伸びており、『1年後』以降では「横ばい」を抜いて最も多い回答となっている。「減少」は10.2%のまま変化はみられず、将来に期待する事業者が多い結果となった。

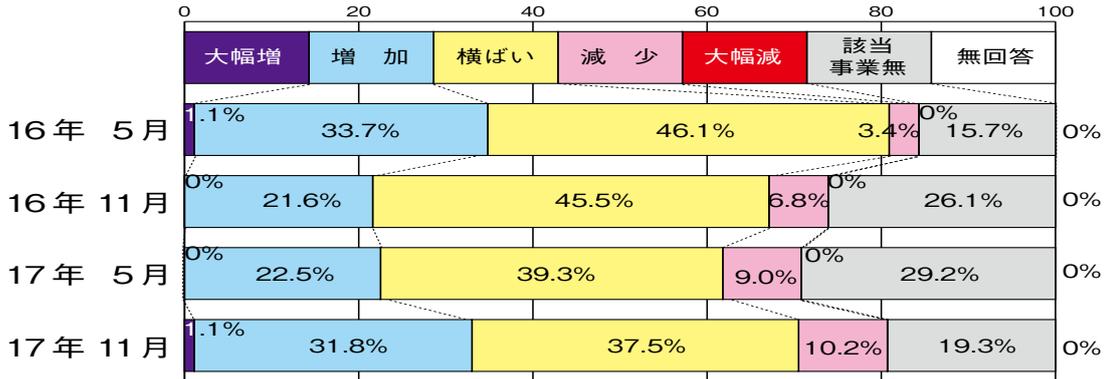
なお、「該当事業無」と回答した事業者が19.3%存在していることについても留意されたい。



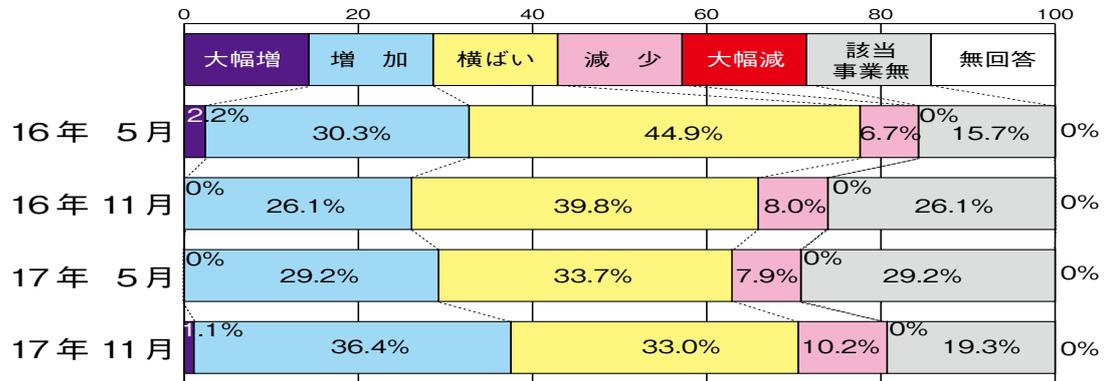
10. その他事業収入予測の推移

「大幅増」「増加」の合計は、『現状』32.9%、『1年後』37.5%、『2年後』42.0%といずれも前回より大きく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4回連続で減少となった。一方で「減少」は、『現状』『1年後』『2年後』とも10.2%といずれも前回調査から微増となり、その他収入は好転するとみる事業者が増えた結果となった。

その他の収入予測(現状)ー前回調査との比較



その他の収入予測(1年後)ー前回調査との比較



その他の収入予測(2年後)ー前回調査との比較

