

**2010 年多チャンネル放送実態調査 調査報告書**  
**2010 年 9 月**

|            |
|------------|
| <b>要 約</b> |
|------------|

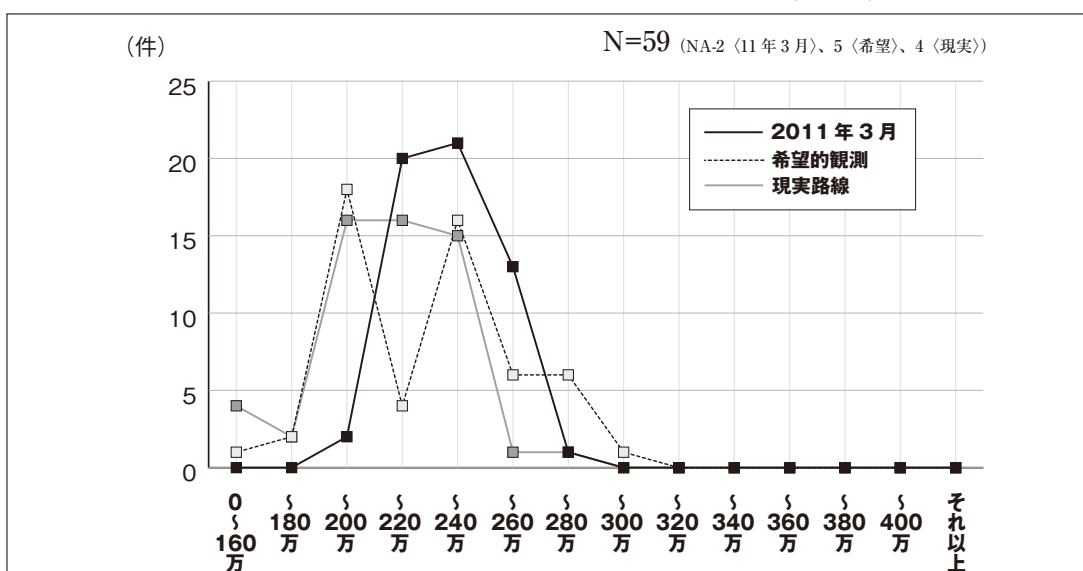
## (1) スカパー！サービスについての加入者数予測

スカパー！の加入者数予測について、「2011年3月末」時点で、最も多く回答を集めたのは「221～240万件」(21件)。次いで「201～220万件」(20件)、「241～260万件」(13件)と続き、平均は「229万件」であった。

「2012年3月末」の「希望的観測」で最も多かったのは「181～200万件」(18件)、次いで「221～240万件」(16件)と両方で多数を占め、平均は「222万件」となった。また「2012年3月末」の「現実路線」では「181～200万件」、「201～220万件」(各16件)が同数で最も多く、次いで「221～240万件」(15件)。平均は「208万件」という結果になった。

「2011年3月末」での加入者数予測で最も多かったのは「221～240万件」、一方「希望的観測」で最も多かったのは「181～200万件」、「現実路線」では「181～200万件」、「201～220万件」であったことから、加入者数はやや減少すると予測されていることがわかる。

スカパー！サービスの加入者数予測（全体）



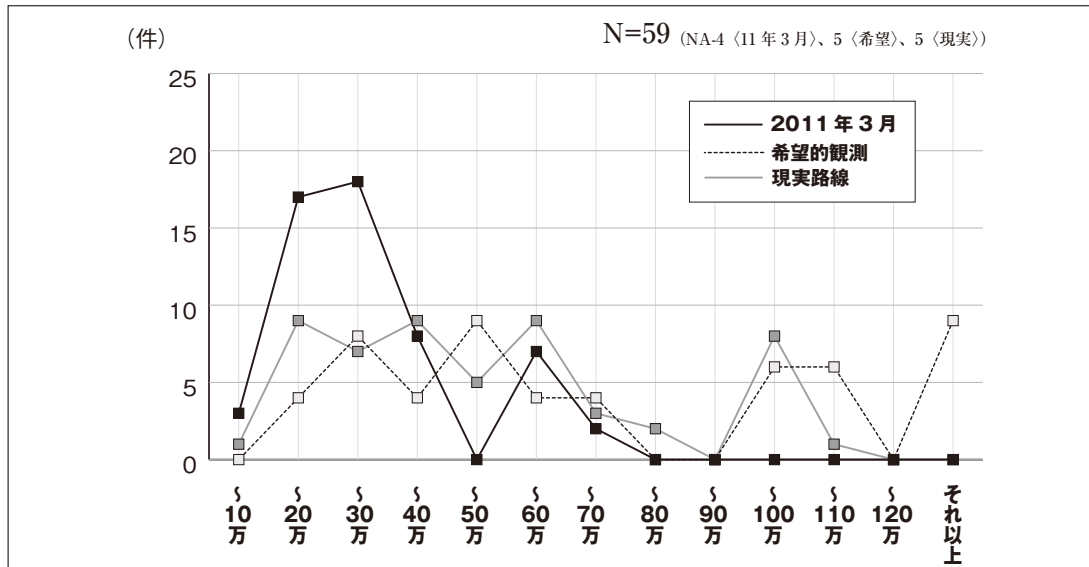
## (2) スカパー！HDの加入者数予測

スカパー！HDの加入者数予測について、「2011年3月末」時点で最も多かった回答は「21～30万件」が18件、次いで「11～20万件」が17件、「31～40万件」が8件だった。平均は「27.7万件」であった。

「2012年3月末」の「希望的観測」で最も多かったのは「41～50万件」と「121万件以上」で同数の9件、次いで「21～30万件」が8件、「91～100万件」「101～110万件」が同数の6件で、平均は「72.2万件」となった。また「現実路線」では「11～20万件」「31～40万件」「51～60万件」が同数の9件、次いで「91～100万件」が8件で、平均は「50万件」となった。

「2011年3月末」は「11～40万件」の間に集中しているのに対し、「希望的観測」は「30～50万件」の山と「100万件以上」に二極化しており、さらに「現実路線」では「100万件以上」の山だけが小さくなっている。スカパー！HDに対しては全般的に期待はされているものの、その期待度には開きがあり、急速に伸びるという見方と堅実に成長する見方が拮抗する結果となった。

## スカパー！ HD の加入者数予測



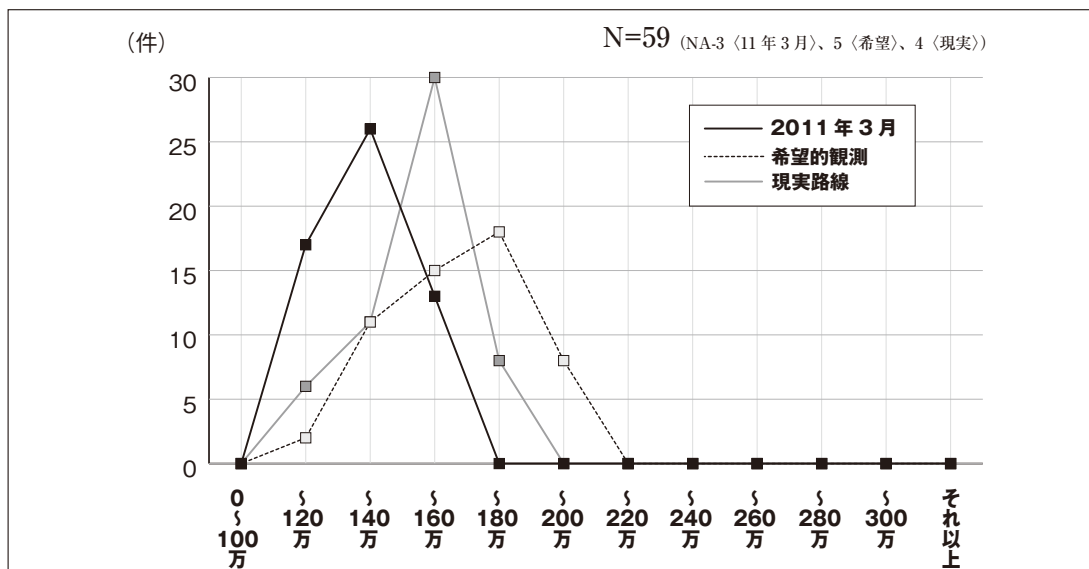
### (3) スカパー！ e2 の加入者数予測

スカパー！ e2 の加入者数予測について、「2011年3月末」時点で最も多かった回答は「121～140万件」で26件、次いで「101～120万件」が17件と続いた。殆どの回答が101万件～160万件の間に集中する結果となり、この平均は「129.7万件」となった。

「2012年3月末」の「希望的観測」においては、「161～180万件」が最も多く18件、次いで「141～160万件」が15件、「121～140万件」が11件となり、平均は「160.9万件」であった。また「現実路線」では、「141～160万件」が30件で最も多く、次いで「121～140万件」が11件で、平均は「147.4万件」となった。

「希望的観測」「現実路線」の推移からみても、今後も順調な上昇傾向になると予測されていることがわかる。

## スカパー！ e2 の加入者数予測



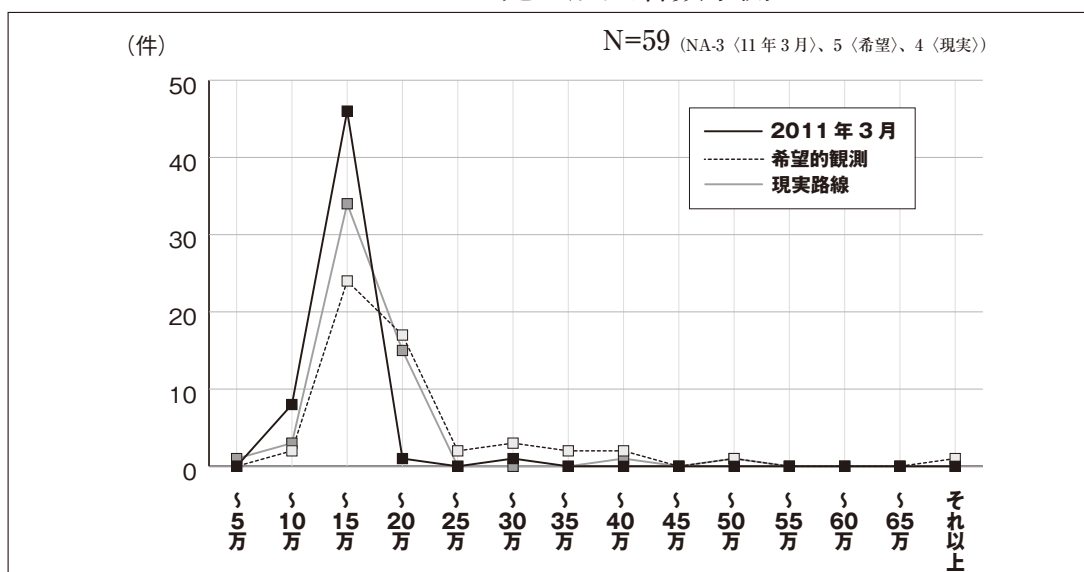
#### (4) スカパー！光の加入者数予測

スカパー！光の加入者数予測について、「2011年3月末」では「11～15万件」が最も多く46件で全体の8割近くを占め、平均は「12万件」であった。

「2012年3月末」の「希望的観測」で最も多かったのは「11～15万件」で24件、次いで「16～20万件」が17件で、平均は「20.5万件」。また、「現実路線」で最も多かった回答は「11～15万件」で34件、次いで「16～20万件」で15件となり、平均は「15万件」であった。

全体のグラフからみても、若干の加入者数増加を希望するものの、現実的にはほぼ横ばいと予測されていることがわかる。

スカパー！光の加入者数予測



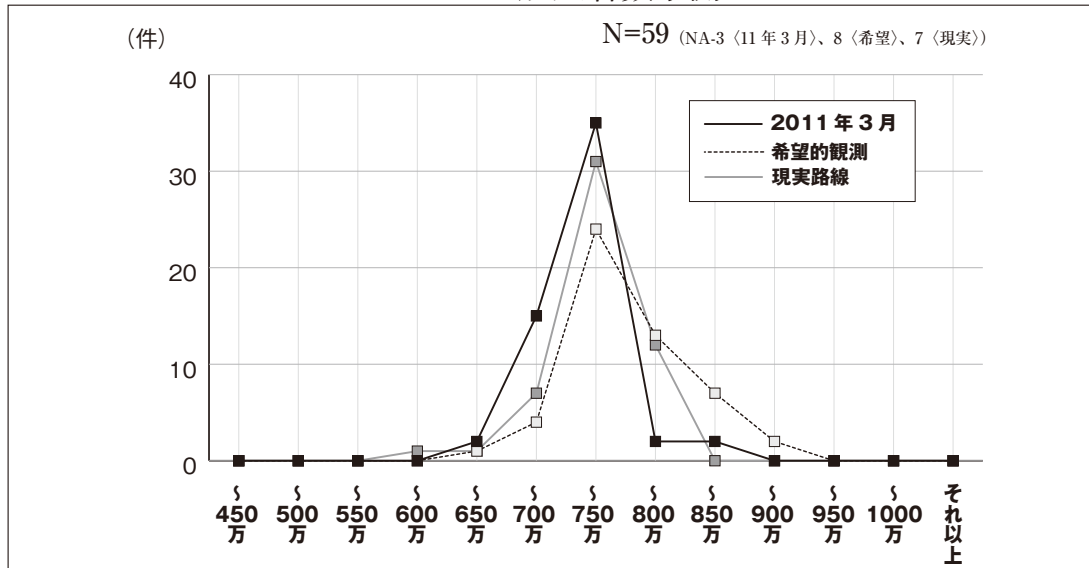
#### (5) CATVの加入者数予測

CATVの加入者数予測についての回答は、「2011年3月末」では「701～750万件」が35件と最も多く、次いで「651～700万件」が15件と続いた。平均は「719.7万件」となった。

「2012年3月末」の「希望的観測」では「701～750万件」が24件で最も多く、次いで「751～800万件」が13件という結果となり、平均は「756.8万件」だった。一方「現実路線」も「701～750万件」が31件で最も多く、次いで「751～800万件」が12件と続き、平均は「728万件」だった。

すべての項目で「701～750万件」に回答が集中しており、若干の成長を期待してはいるものの、ほぼ横ばいとの見方が強いようだ。

## CATV の加入者数予測



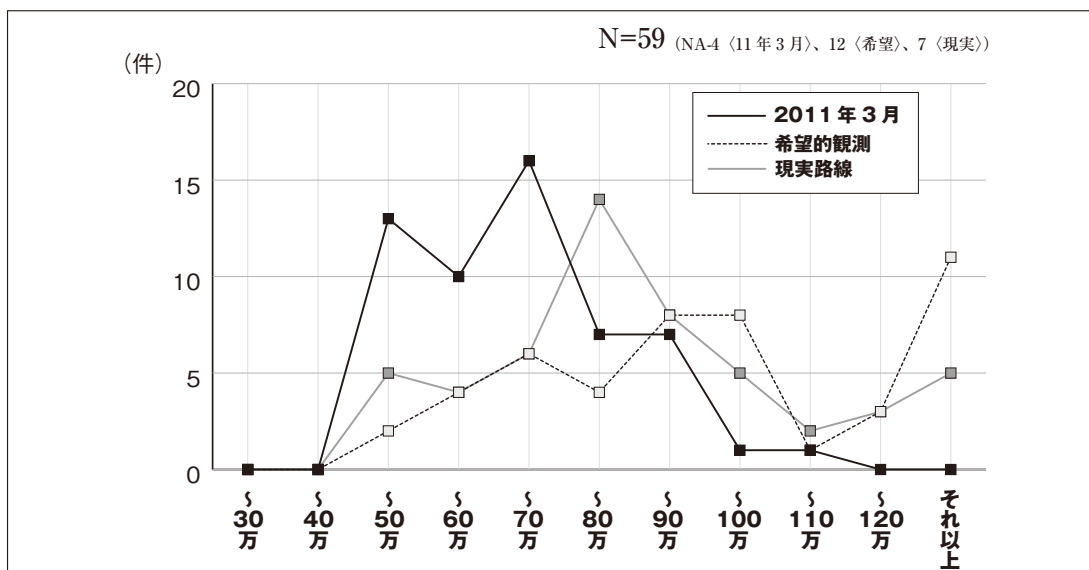
### (6) IPTV の加入者数予測

IPTV の加入者数予測についての回答は、「2011 年 3 月末」では「61 ～ 70 万件」が 16 件で最も多く、次いで「41 ～ 50 万件」が 13 件、「51 ～ 60 万件」が 10 件と続き、平均は「64.8 万件」であった。

「2012 年 3 月末」の「希望的観測」では「121 万件以上」が最も多く 11 件、次いで「81 ～ 90 万件」「91 ～ 100 万件」が同数の 8 件という結果になり、平均は「98.3 万件」となった。また「現実路線」では「71 ～ 80 万件」が 14 件で最も多く、次いで「81 ～ 90 万件」が 8 件で、平均は「83 万件」だった。

「希望的観測」で「121 万件以上」が最も多かったことから、IPTV が急速に普及する可能性を秘めたプラットフォームとして高い期待を受けているのが窺えるが、一方で「現実路線」の平均値を見ると、成長可能性についてはまだ未知の要素も含んでいると捉えられているようだ。

## IPTV の加入者数予測



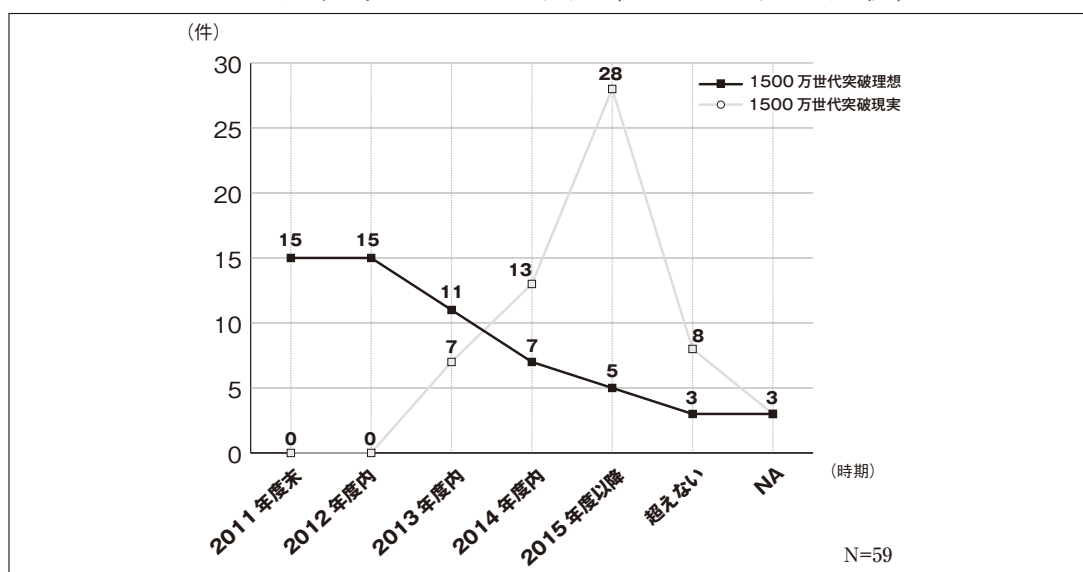
## (7) 多チャンネルマーケット全体が 1500 万世帯を超える時期について

次にマーケット全体が 1500 万世帯を超える時期について、「理想」と「現実」についてたずねた。

「理想」的な場合では、最も多く選択されたのが「2011 年度末」と「2012 年度内」が各 15 件で同数であった。一方「現実」的な場合で最も多く選ばれたのは「2015 年度以降」で 28 件、次いで「2014 年度内」で 13 件であった。また、「超えない」と回答したものは 8 件であった。

この結果からも理想としては 1500 万世帯を早く超えたいものの、現実としてはなかなか厳しい状況であることがわかる。

1500 万世帯を超える時期（理想と現実の比較）



## (8) 今後重視するプラットフォームの順位

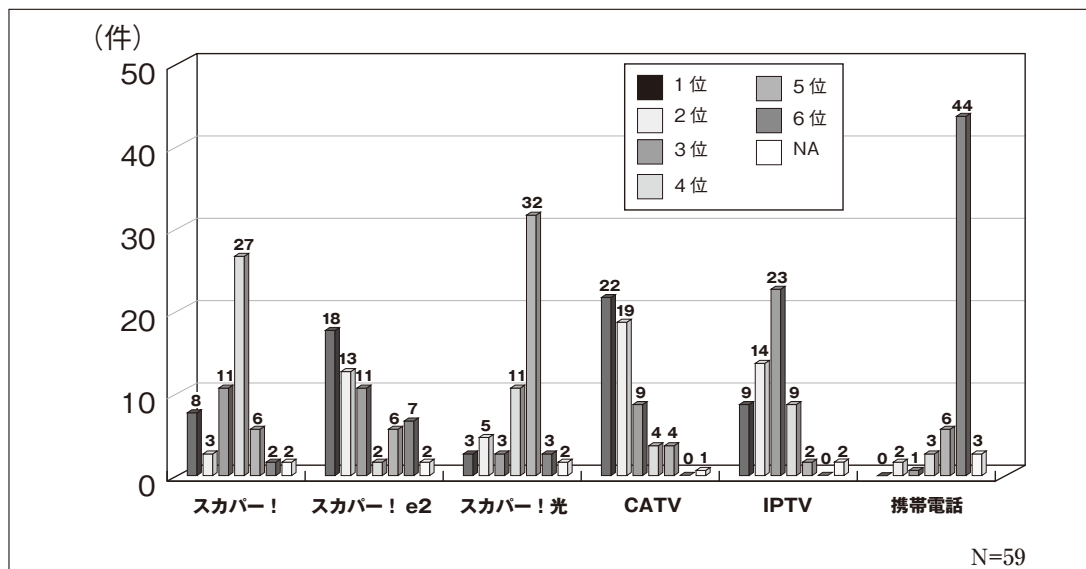
今後重視するプラットフォームについても質問した。この質問では、各チャンネルに優先順に 1～6 位までを選択してもらう形式をとった。最も多くの「1 位」に挙げられたのは、「CATV」(22 件) だった。次が、「スカパー！ e2」(18 件)、「IPTV」(9 件) の順となり、伸張が見込まれるプラットフォームをそのまま重視する傾向が読み取れる。

「2 位」では「CATV」が最も多く (19 件)、次が「IPTV」(14 件)、「スカパー！ e2」(13 件) となった。3 位では「IPTV」(23 件) が最も多く、次いで「スカパー！」、「スカパー！ e2」(11 件) で同数となった。

「4 位」は「スカパー！」(27 件)、「5 位」では「スカパー！ 光」が 32 件で、「6 位」は「携帯」(44 件) が最も多かった。

次に、各プラットフォーム別に、順位の結果を整理して見ていく。

## 今後重視するプラットフォームの順位

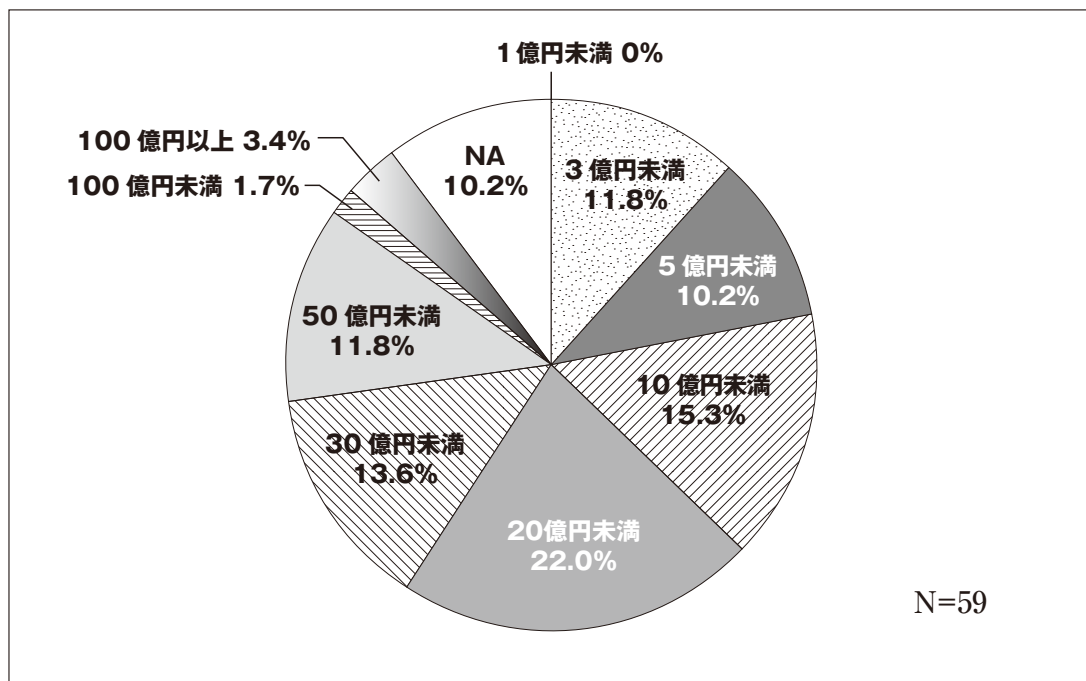


## (9) 収入の合計

収入の合計について聞いてみたところ、最も多く回答があったのは「10 億円以上 20 億円未満」で 13 件、全体の 22% を占めた。次いで「5 億円以上 10 億円未満」が 9 件で 15.3%、「20 億円以上 30 億円未満」が 8 件で 13.6% と続いた。

「50 億円以上 100 億円未満」は 1.7%、「100 億円以上」は 3.4% と少ないが、それ以外の部分ではすべてが 10% 以上で分布していることから、各チャンネルで収入にばらつきがあることがわかる。また回答全体の平均は、約 20 億 8000 万円であった。

## 収入の合計



## (10) プラットフォーム別のベーシック平均単価の分布

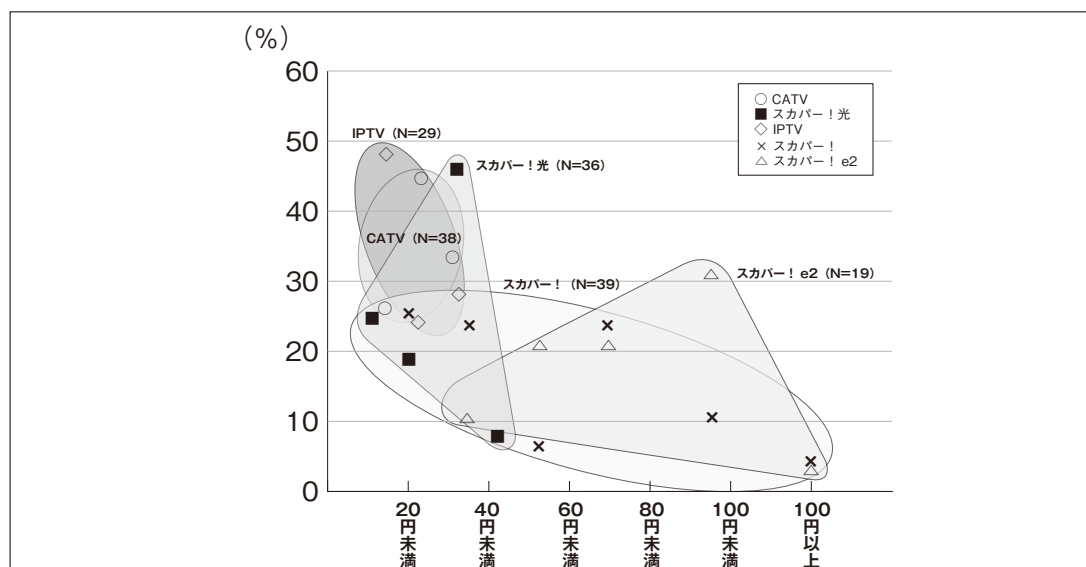
プラットフォーム別にベーシックの平均単価がどの様に分布しているかを見る為に、チャンネルの平均単価の分布を比較分析した。

分析に当たって、各プラットフォーム別の回答数が大きく異なることも考慮し（最大でスカパー！の39、最小でスカパー！e2の19と倍近い開きがある）、回答実数ではなく各プラットフォーム毎の回答総数を母数としたパーセンテージを利用した。

その結果、平均単価の分布はプラットフォーム毎に大きく異なる。全般的な傾向としては、スカパー！とスカパー！e2の衛星から受信する衛星系グループは「100円以上」から「20円未満」の広範囲に分布している。これに対してCATVなどの有線系プラットフォームは、衛星系に比べると「平均単価」がおおむね低く狭い範囲に分布していることがわかった。

- ※1 スカパー！及びスカパー！e2についてはプラットフォーム手数料を差し引いたネットで比較した。  
 ※2 各プラットフォーム毎の平均単価の回答レンジは微妙に食い違いがある為、グラフ上のそれぞれの横方向の位置は厳密に言うとは正確ではない。

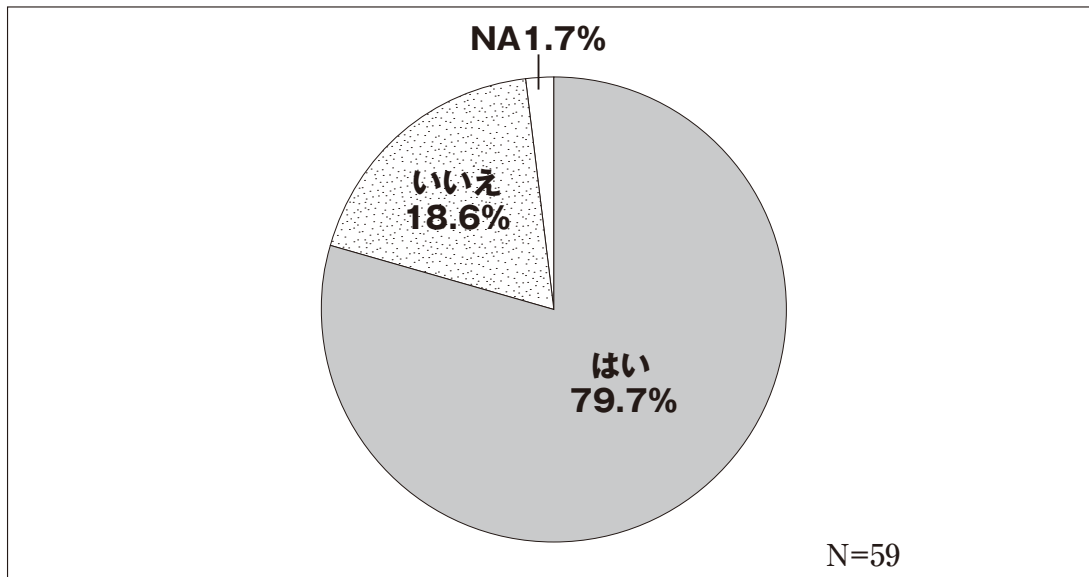
プラットフォーム別のベーシック平均単価の分布



## (11) 広告営業活動について

多チャンネル放送は有料放送のため、視聴料収入が主だが、広告も主要な収入源になっている。各チャンネルに、広告営業活動を実施しているかたずねたところ、「はい」と答えたチャンネルが79.7%と全体の約8割を占めた。この結果から、3/4以上のチャンネルが広告営業を行っていることがわかった。

### 広告営業活動の有無

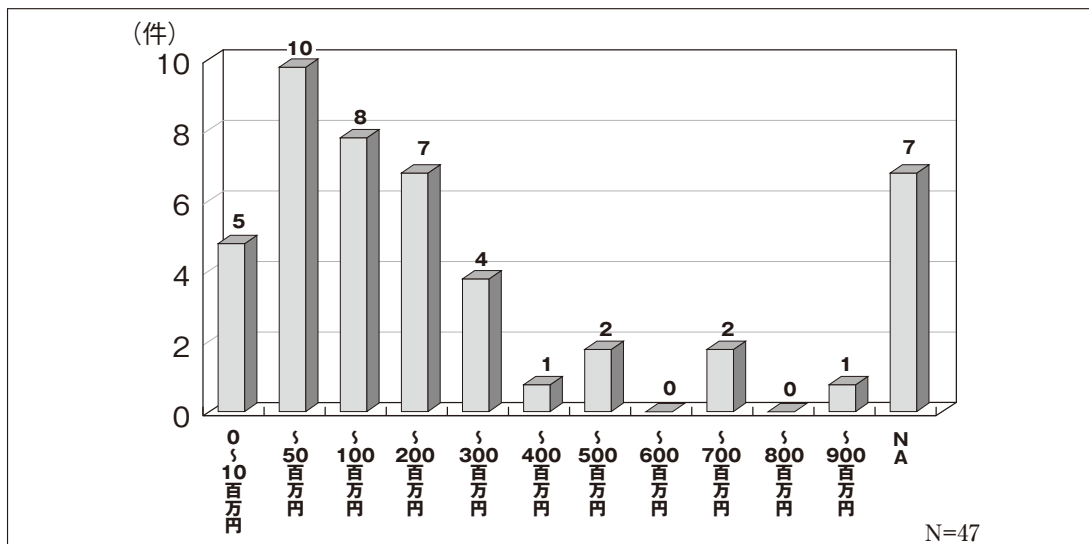


09 年度上半期（4 月～9 月期）における広告営業活動の売上げについて、各チャンネルに回答を求めた。

まず、広告売上げの合計を聞いたところ、回答したチャンネルは 40 チャンネルであった。「1000 万円～5000 万円以下」の回答が最も多く 10 件、「5000 万円～1 億円以下」が 8 件と、昨年は 0 件だった〈1 億円以下〉に 23 件（57.5%）と半数以上が集中していることがわかる。また、〈1 億円～5 億円以下〉が 14 件（35.0%）、〈5 億円～10 億円以下〉が 3 件（7.5%）あった。

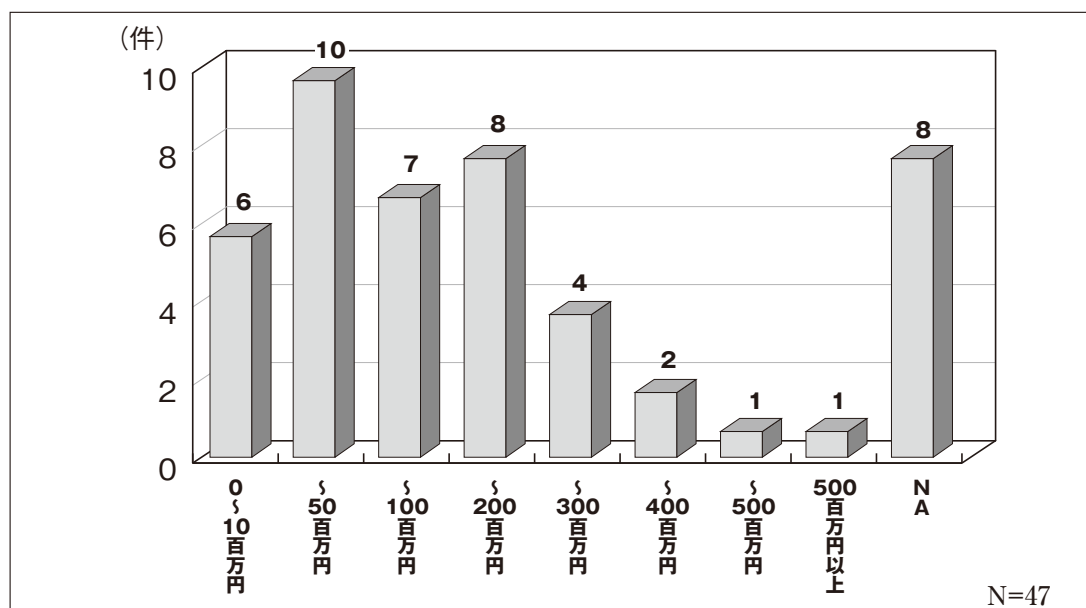
なお、各チャンネルの回答を平均すると約 1 億 6000 万円程度となった。

### 09 年度上半期の売上げ合計



2009 年度の下半期（10 月～3 月）の広告売上げの見通しを聞いた。回答があったのは 39 件で、うち「1000 万円～5000 万円以下」10 件、「5000 万円～1 億円以下」が 7 件、「1000 万円以下」が 6 件と 6 割近くを 1 億円以下が占めている。加えて、実際の数字の比較では各チャンネルの回答を平均すると約 1 億 2000 万円程度となり、平均値から見ても上半期の総売上げ量に比べて減少するとみている。

09 年度下半期の広告売上げ予測



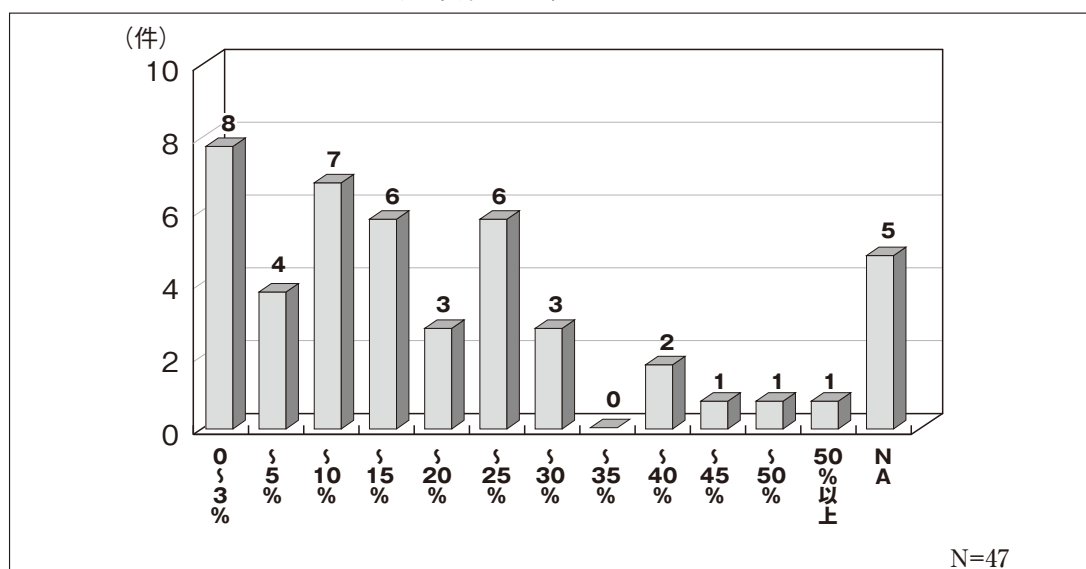
因みに上半期と下半期の両方に回答しているのは 36 件であった。これらを上半期・下半期で比較すると、下半期の売上げが伸びると考えているチャンネルが 17 件 (47.2%)、横ばいの「0」が 9 件 (25.0%)、売上げが減ると考えているのが 10 件 (27.8%) となった。NA が 23 件ありその内容は確認できないものの、「厳しい」「かなり厳しい」が半数近くを占めていた昨年度に比べれば、かなり改善され则认为しているチャンネルが増えたと言える。

## (12) 総売上げに対する広告売上げのシェア

売上げ全体に占める、広告売上げのシェアについては、実収を記述してもらった。以下は、その回答を 5% ごとに集計したもの (5% 以下は 2 分割) である。

回答は 42 件あり、結果は 5% 以下が 12 件、次いで「5%～10% 以下」が 7 件で、「10%～15% 以下」と「20%～25% 以下」が 6 件で並んでいる。その他は 0 件から 3 件と大きな差異は見られなかった。回答値の平均は 16.8% となった。

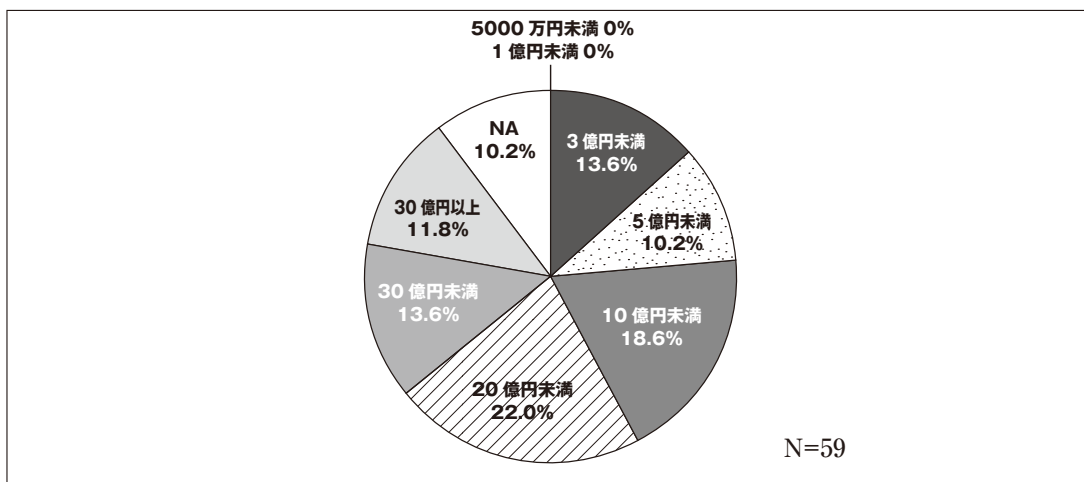
広告売上げのシェア



### (13) 費用について

次に、費用の現状について各チャンネルに聞いた。まずは、直近の決算期における費用の合計について、回答が多かったのは「10 億円以上 20 億円未満」が 22.0%、2 位が「5 億円以上 10 億円未満」が 18.6%、次いで「1 億円以上 3 億円未満」「20 億円以上 30 億円未満」が同率で 13.6%となった。前年同様「5000 万円未満」と「5000 万円以上 1 億円未満」は選択肢はあったが、選んだチャンネルはなかった。

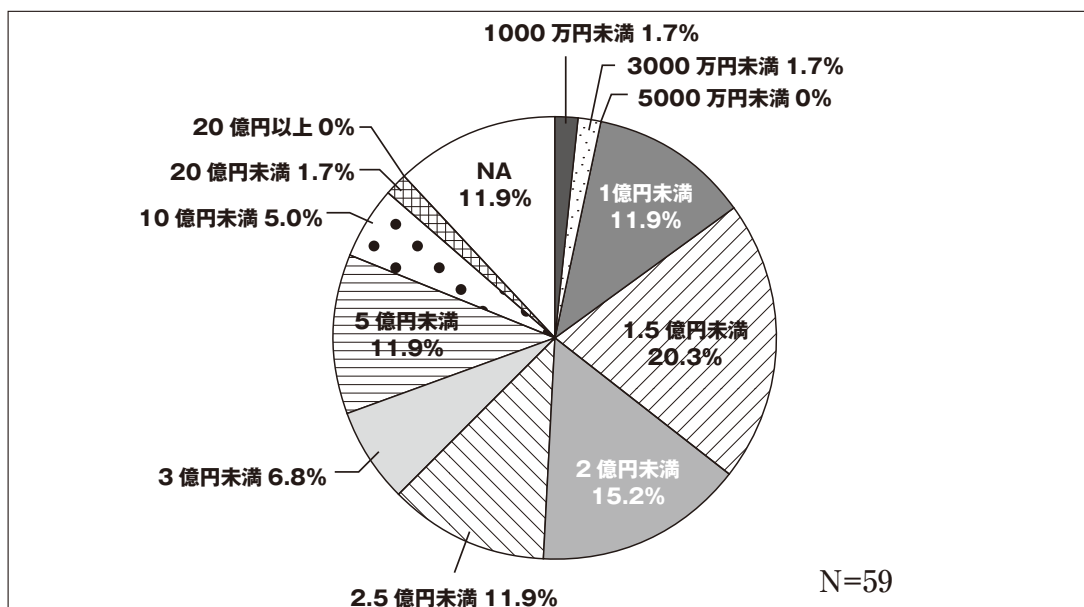
費用について



続いて、費用の内訳について聞いた。内訳は『番組送信費（トラポン、送信料など）』、『番組制作・購入費』、『マーケティング・宣伝販促費』、『一般管理費・その他』である。

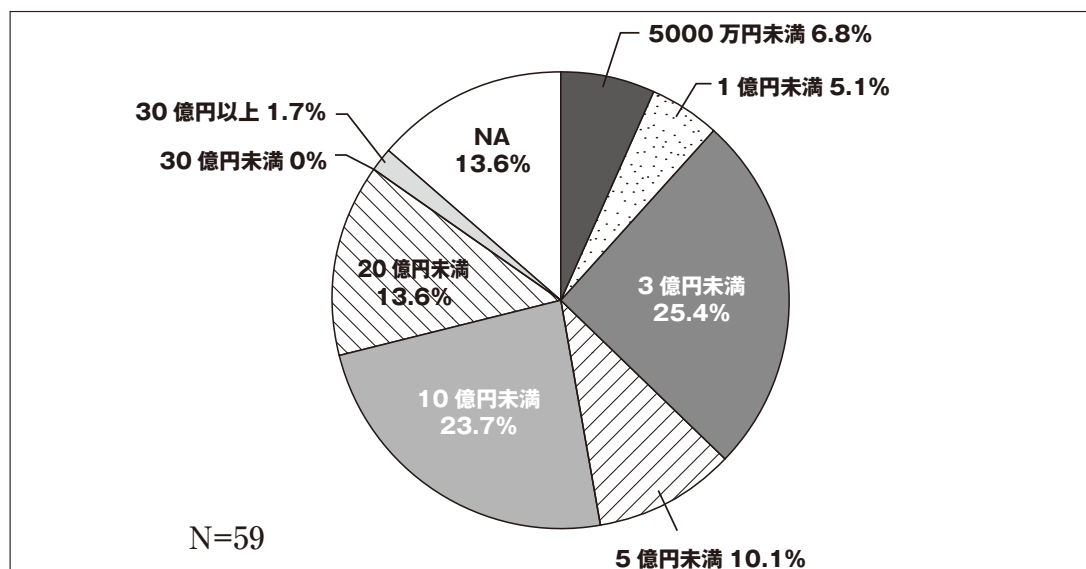
まずは『番組送信費（トラポン、送信料など）』であるが、一番多かった回答が「1 億円以上 1.5 億円未満」で 20.3%、次いで「1.5 億円以上 2 億円未満」の 15.2%となった。続いて「5000 万円以上 1 億円未満」「2 億円以上 2.5 億円未満」「3 億円以上 5 億円未満」は同率で 11.9%の回答があった。「3000 万円以上 5000 万円未満」「20 億円以上」は選択肢があったが、選択したチャンネルはなかった。

番組送信費



次に『番組制作・購入費』であるが、最も回答が多かったのは「1億円以上3億円未満」で25.4%、わずかの差で「5億円以上10億円未満」が23.7%となった。続いて「10億円以上20億円未満」が13.6%、「3億円以上5億円未満」が10.1%、「5000万円未満」が6.8%という分布となっている。「20億円以上30億円未満」は選択肢はあったが、昨年同様回答者はなかった。

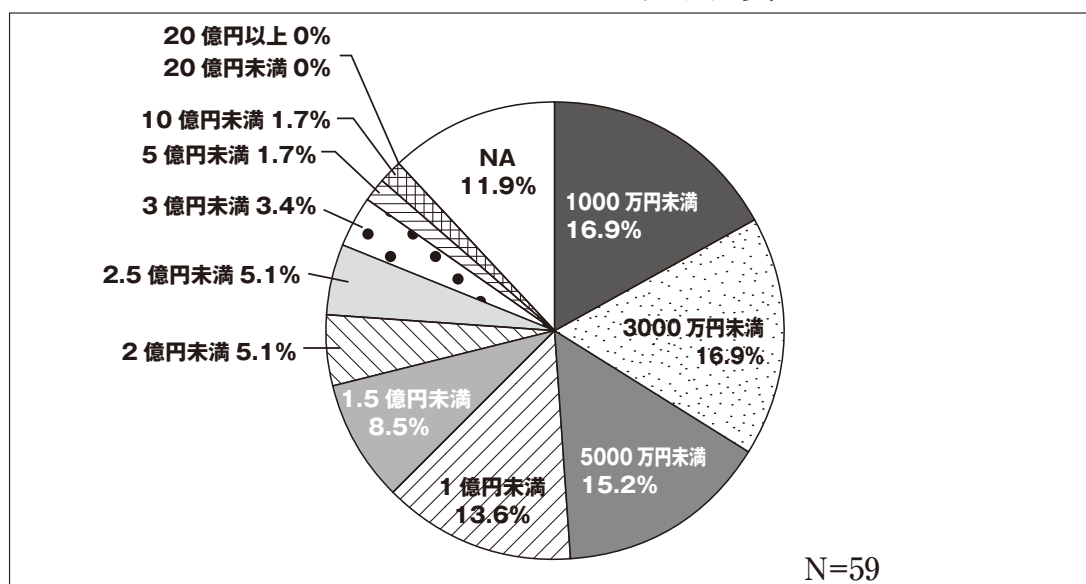
番組制作・購入費



#### (14) マーケティング・宣伝販促費

『マーケティング・宣伝販促費』については、「1000万円未満」「1000万円以上3000万円未満」が共に16.9%、「3000万円以上5000万円未満」が15.2%で3位までを占めた。そして「5000万円以上1億円未満」が13.6%、「1億円以上1.5億円未満」が8.5%、「1.5億円以上2億円未満」と「2億円以上2.5億円未満」が同率で5.1%と続き、金額の低い順に並んでいることになる。結果、5000万円未満で半分近くを占め、また3億円未満で有効回答の96%を占めることとなった。「10億円以上20億円未満」「20億円以上」は選択肢はあったが、回答はなかった。

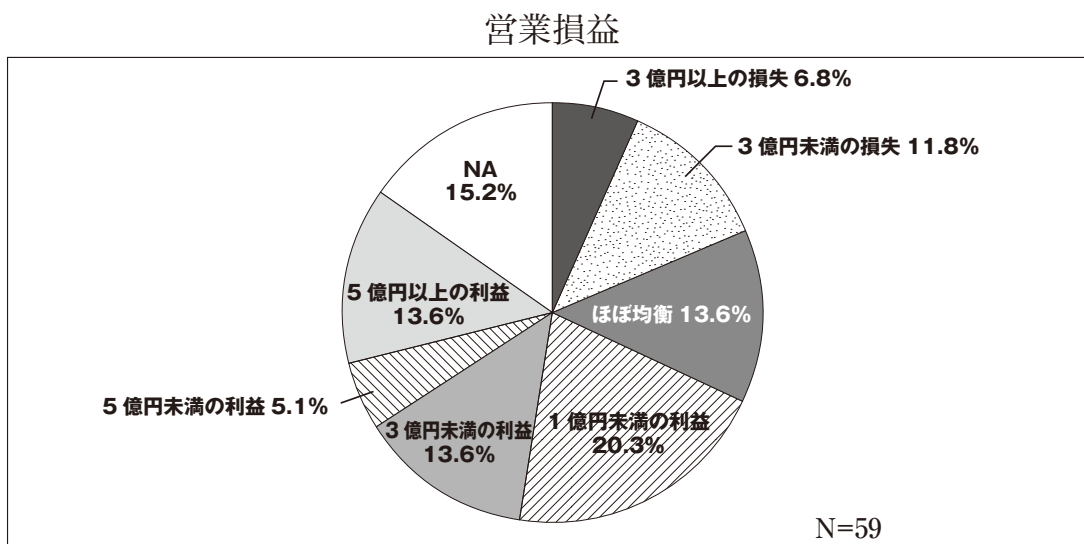
マーケティング・宣伝販促費



### (15) 営業損益

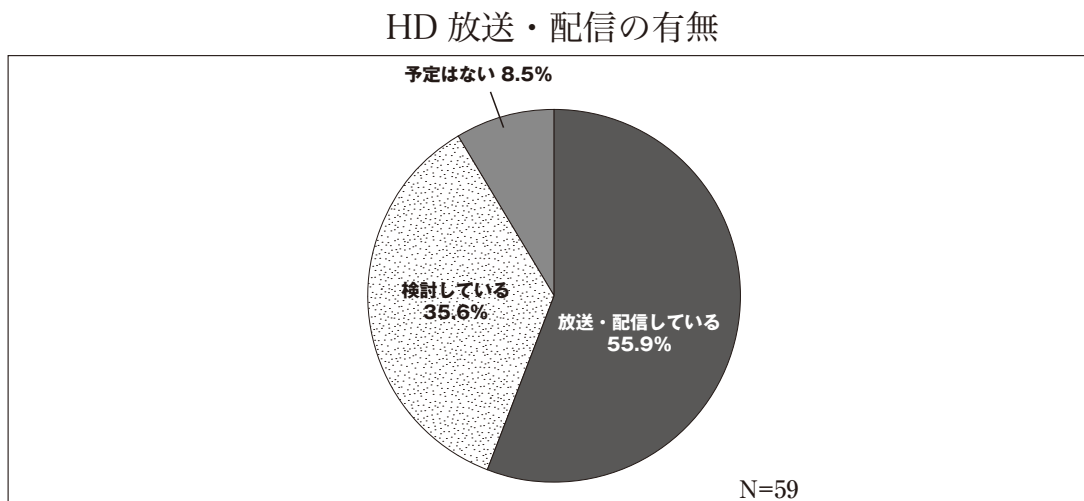
直近の決算期末における営業損益について聞いた。結果は「1 億円未満の利益」が最も多く 20.3%、次いで「ほぼ均衡」「1 億円以上 3 億円未満の利益」「5 億円以上の利益」が同率で 13.6%となっている。

全体として見ると、「損失があった」との回答が 18.6%、「ほぼ均衡」が 13.6%、「利益があった」と回答したのが 52.6%あり、半数以上は利益が出ていることがわかる。



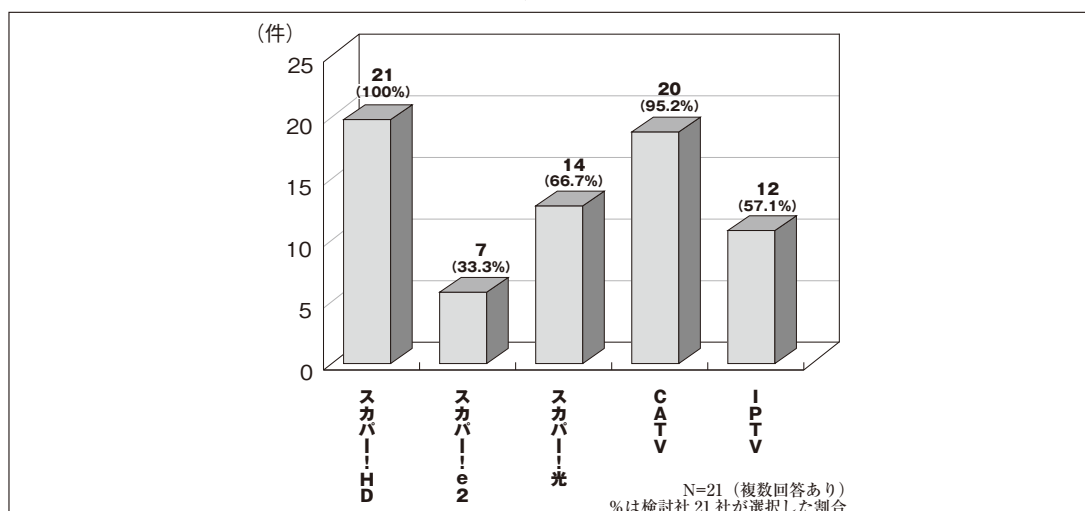
### (16) HD 放送の開始 (予定)

HD 放送の放送・配信についての有無について質問をした。すでに「放送・配信している」との回答は 55.9%、「検討している」が 35.6%となった。一方で「今後も検討する予定がない」と答えたのは 8.5%に留まっている。



まだどのプラットフォームにも HD 放送・配信していないが、「放送・配信を検討している」と回答したのは 21 社で、そのうち 100%の 21 件が『スカパー！HD』を検討中と回答した。次いで『CATV』が 20 件 (95.2%)、『スカパー光』が 14 件 (66.7%)、『IPTV』が 12 件 (57.1%) と続いた。

## HD 放送・配信していないが、検討しているプラットフォーム

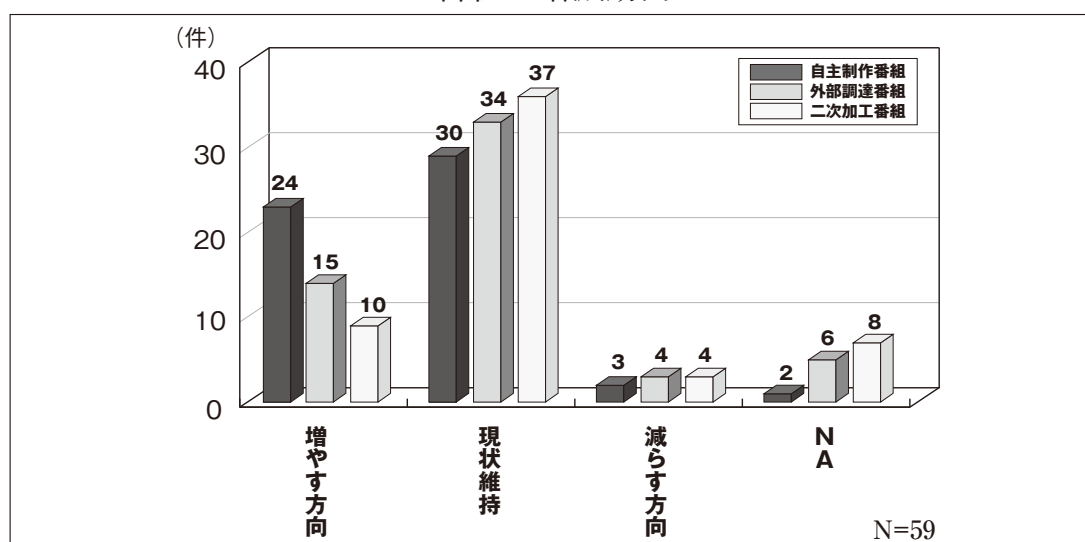


### (17) 今後の番組の増減動向

次に、番組の制作形態別に今後の番組の増減動向についてたずねた。すべての制作形態で『現状維持』との回答が一番多く、「自主制作番組」は 30 件、「外部調達番組」は 34 件、「二次加工番組」は 37 件となっている。次に多かったのが『増やす方向』で「自主制作番組」は 24 件、「外部調達番組」は 15 件、「二次加工番組」は 10 件となった。

以上の結果から、いずれの制作形態の番組も『減らす方向』と考えるチャンネルは少なく、『現状維持』または『増やす予定』とする傾向が見られる。

#### 番組の増減動向



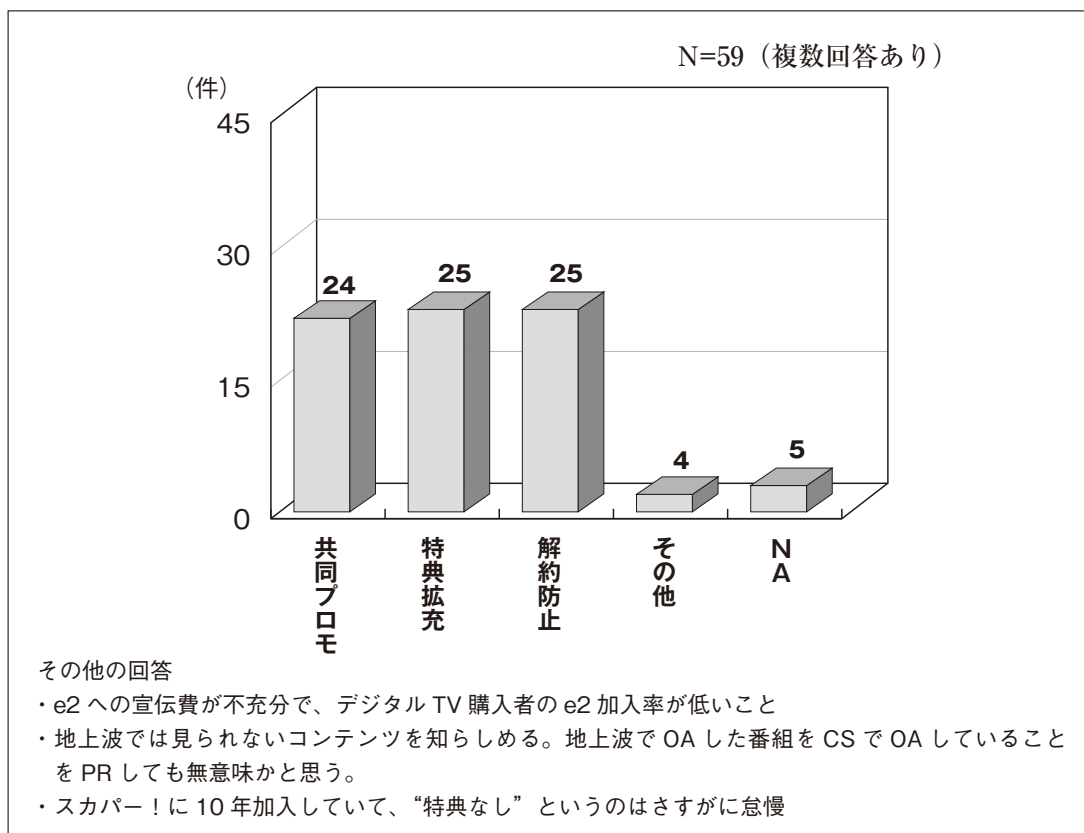
## (18) 多チャンネル市場の伸び悩みの原因

「多チャンネルマーケット全体が伸び悩むとすれば、どのような理由が考えられますか？」という設問に、フリーアンサーで回答してもらった。その回答の一部を整理して紹介すると、「プロモーション面で、これまでの手法と同じことの繰り返しで進歩がない」、「トラポン等の物理的な環境整備の遅延」「プラットフォームとチャンネルの収益構造のアンバランス」、「視聴者不在のわかりにくい衛星施策」、「不況・景気の低迷」、「地デジ+ BS デジタルコースの拡販」、「20 歳代の加入の鈍化」などがあげられた。

加入者獲得・加入者サービスについては、「放送事業者とプラットフォームの共同プロモーションの強化」、「新規加入者特典の拡充」、「解約防止としての既加入者サービスの充実」の3項目で聞いた。

結果は「新規加入者特典の拡充」と「解約防止としての既加入者サービスの充実」が同数で25件、ほぼ同数の24件が「放送事業者とプラットフォームの共同プロモーションの強化」と回答、すべてに注視していると見てとれる。フリーアンサーでは、「プラットフォームの経営要因に左右されない加入者獲得施策の実行」「スカパー！に10年加入していて、“特典なし”というのはさすがに怠慢」「e2への宣伝費が不十分で、デジタルTV購入者のe2加入率が低いこと」といった具体的な回答があった。

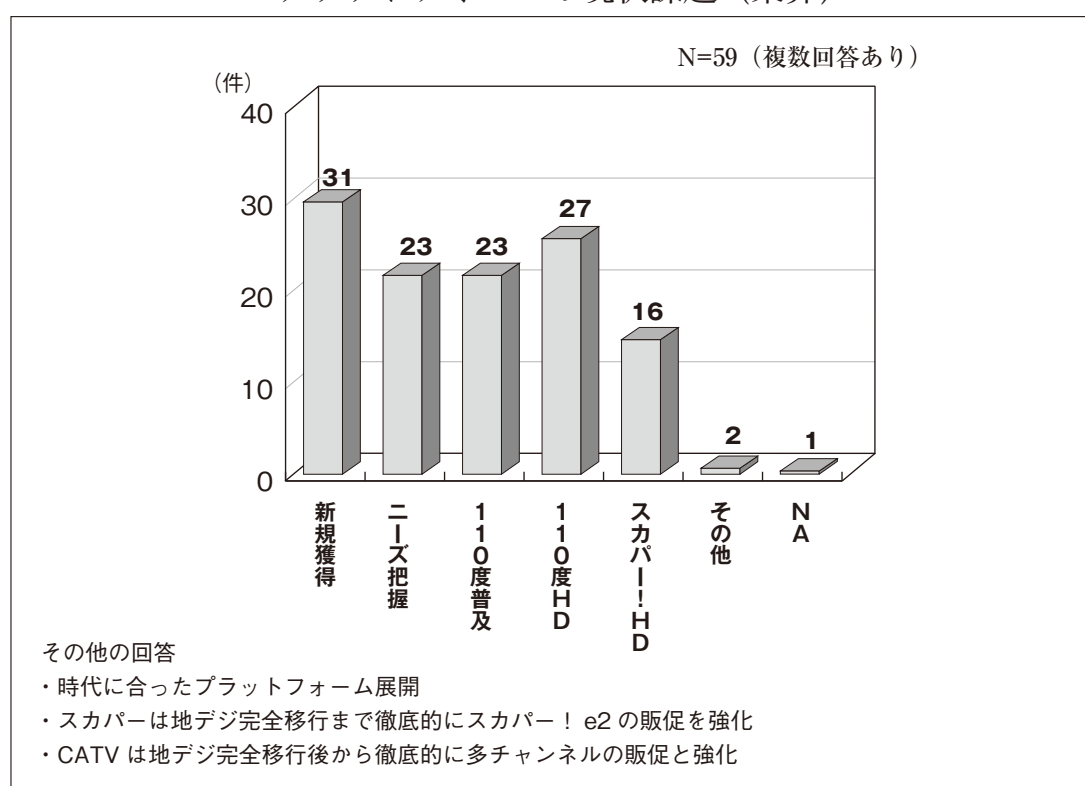
加入者獲得・加入者サービスの現状課題（業界）



プラットフォームについて、5項目で回答を求めた。（グラフ内、左から「プラットフォームによる新規加入獲得キャンペーンの積極的实施と予算投下」、「定期的な市場調査による顧客ニーズの把握と各社へのフィードバック」、「スカパー！e2のさらなる認知・普及」、「スカパー！e2におけるHDチャンネル増に向けての帯域調整」、「スカパー！HDの訴求」）

一番回答が多かったのは「プラットフォームによる新規加入獲得キャンペーンの積極的实施と予算投下」で31件、続いて「スカパー！e2におけるHDチャンネル増に向けての帯域調整」で27件となった。「定期的な市場調査による顧客ニーズの把握と各社へのフィードバック」と「スカパー！e2のさらなる認知・普及」が同数で23件、「スカパー！HDの訴求」にも16件の回答があった。

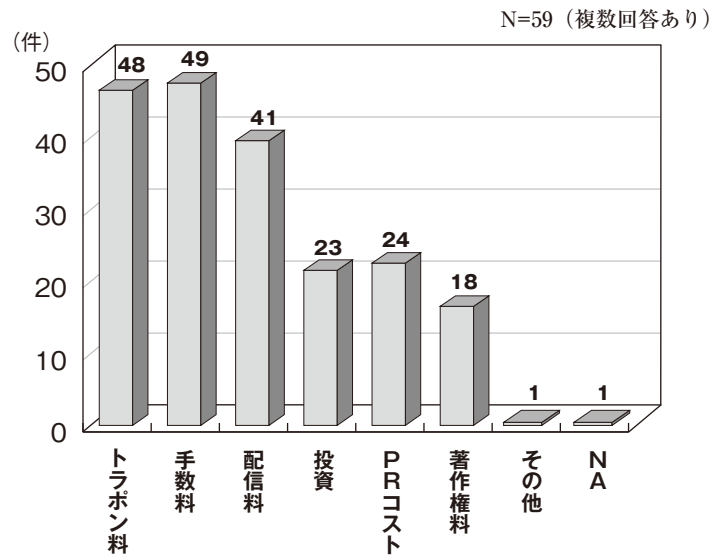
プラットフォームの現状課題（業界）



コストに関しては、6つの項目で回答を求めた。

結果は、「プラットフォーム手数料の低減」が49件、「衛星トラポン料、送信業務委託料の低減」が48件、「CATV、IPTV向け配信コストの低減」が41件となり、昨年同様、上位を占めた。

## コストの現状課題（業界）



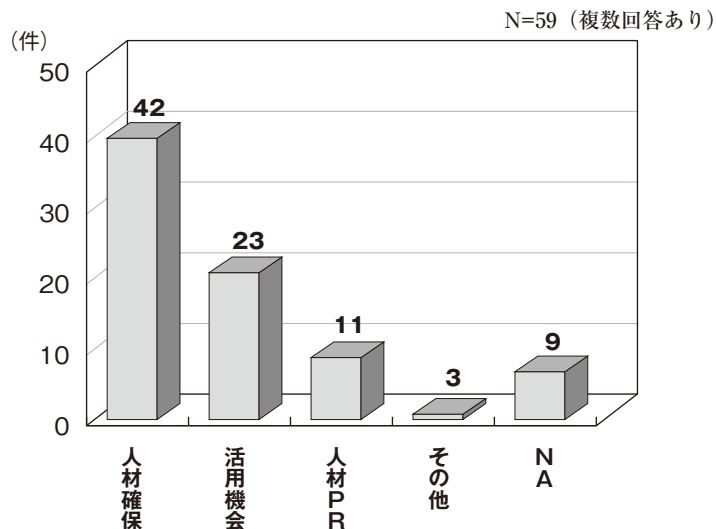
### その他の回答

- ・トラポン料は小規模事業者の経営をいちじるしく圧迫している。多チャンネルのおもしろい番組はこれからは増えないし減るだけ。

組織・人材育成について、「業界内での優秀な人材確保・育成とその人材を業界発展の為に活用する機会の確立」、「優秀な人材を業界発展のために活用する機会の確立」、「新卒者・転職者にとって魅力的な業界としてのPR活動の拡充」の3項目の質問をした。

有効回答の8割を超える回答を「業界内での優秀な人材確保・育成とその人材を業界発展の為に活用する機会の確立」（42件）が集め、他の項目を引き離している。このことから「人材の確保・育成」を大きな課題と考えていることがわかる。

## 組織・人材育成の現状課題（業界）



### その他の回答

- ・経営職の人達に対する勉強会が必要、特に営業戦略戦術等。
- ・異業種からの新しい考えを持った人材の積極的活用

最後に技術について、3項目にわたる質問をした。内容は、「HD化に対する業界としての積極的取り組み」、「チューナー・アンテナの一層の普及」、「HDチューナー付き受像機開発など、家電業界への家庭用受像機などの積極的開発提案」である。

結果は、「HDチューナー付き受像機開発など、家電業界への家庭用受像機などの積極的開発提案」が35件、「チューナー・アンテナの一層の普及」が32件、「HD化に対する業界としての積極的取り組み」が31件とほぼ拮抗して、大きな差異はみられなかった。

このことから、技術面からの課題は均等に取り組んでいくべきものだと考えていることがうかがえる。

技術の現状課題（業界）

