

第12回「多チャンネル放送市場・事業者予測調査」結果発表

衛星放送事業者を対象とした市場の予測に関するアンケート 市場への期待が薄らぐなか打開策を探る事業者のトレンドが明確に。

多チャンネル放送研究所(所長:音 好宏)は、第12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2013年5月で、『1年後』は2014年前半、『2年後』は2015年前半になります。

調査の結果、現状や1年後の衛星放送事業者の加入者数、視聴率収入についての見通しは、前回調査(2012年11月実施)に比べ、ほぼすべての時点で「横ばい」が、「増加」「減少」を抑えて拡大していることがわかりました。

広告収入についても同様な傾向がみられ、その他の事業収入だけが増加傾向が最も多いという状態が続いています。

今回の調査では、加入者や収入でけん引役であったケーブルやIP系プラットフォームに対する期待度の低下基調が明らかになってきたとともに、放送以外の事業に期待を寄せる事業者が増えてきた等、市場に対する消極的な見方が優勢になるなか、打開策を探る事業者のトレンドが明らかにも思えます。

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、会員各社の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。

調査結果の概要

1. 消極的市況観が、中期的視野においても同様に

自社チャンネルの加入者予測の全般的な動向を見ると、『現状』では「大幅増」と「増加」を合わせた「増加傾向」(23.4%)、「横ばい」(51.9%)、「減少」(24.7%)となった。前回(2012年11月)の結果で「増加傾向」と「横ばい」が逆転し「横ばい」が最多となったところから、今回はさらに「増加傾向」が大幅に縮小(-9.1%)、「横ばい」が2.5%、「減少」が6.5%と拡大した。

『1年後』では「大幅増」が0%、「増加」が26.0%、「横ばい」が42.9%、「減少」が29.9%、「大幅減」が1.3%と、前回わずかに上回っていた「増加傾向」が今回は「横ばい」「減少」いずれも下回る結果となった。前回から「減少」は拡大傾向にあったが、今回はさらに顕著に「増加傾向」が大きく縮小し(-15.6%)、「減少傾向」(31.2%)は前回(22.1%)よりも大きく上昇している。

『2年後』では「増加」23.4%、「横ばい」が53.2%、「減少」が23.4%と、前回「増加」に逆転し最も多かった「横ばい」(41.6%)が更に拡大し(+11.6%)、「増加」が大幅に縮小(-11.7%)、「減少」(23.4%)と同比率となった。

全体としては、前回調査時から「増加」への期待感がさらに縮小し、『現状』『1年後』『2年後』全体を通じて「横ばい」が最も多く、さらに「減少」が拡大したことから、「増加」を逆転した。自社チャンネル加入動向の見通しについて、前回調査時には、直近に限られていた消極的市況観が、中期的視野においても同様となっており、各チャンネルが既存の事業領域(構造)のままでは、今後の成長拡大は容易ではないという認識を強く感じているように思われる。

2. 停滞感・縮小感といった消極的な見方が支配的に

多チャンネル放送全体については、「横ばい」が『現状』で71.4%(前回58.4%)、『1年後』で58.4%(前回57.1%)、『2年後』で63.6%(前回55.8%)と、いずれも最も多く、かつ継続して拡大。一方で、「増加」は『現状』で7.8%(前回26.0%)、『1年後』で13.0%(前回23.4%)、『2年後』で14.3%(前回22.1%)と、前回に引き続き激しく縮小する厳しい市況観を顕著にした。また、「減少」についても『現状』で18.2%(前回14.3%)、『1年後』で26.0%(前回16.4%)、『2年後』で19.5%(前回19.5%)と、従来に引き続き「減少」の見方が増えており、多チャンネル放送市場全体に対しても「増加」への期待感が急速に薄れ、停滞感あるいは縮小感といった消極的な見方が伸長し支配的になっていることが分かる。

3. 1年後は厳しい予測、2年後は「横ばい」とみる傾向に

自社の視聴料収入については、『現状』について前回(12年11月調査)より「横ばい」

と見る向きがさらに9.1ポイント増え最も多く54.5%、「増加」という回答は14.3ポイント減り、「減少」が5.2ポイント増えた。総じて「横ばい」もしくは「減少」という予測の傾向である。

『1年後』の予測では前回より「横ばい」と見る向きが3.9ポイント増え、「増加」という回答は9.1ポイント減り、「減少」が3.9ポイント増えた。特筆すべきは「大幅減」との回答も0から2.6ポイント増えており、1年後は厳しい予測がでていることが特徴的である。

『2年後』の予測では前回より「横ばい」と見る向きが15.6ポイント増の51.9%と大幅に増え、「増加」という回答は9.1ポイント減った。「減少」も6.5ポイント減っており、おおむね「横ばい」とみる傾向にある。

4. 今後も広告収入は「横ばい」もしくは「増加」との回答が多い

自社チャンネルの広告収入については、『現状』では「増加」が40.3%と最も多く、次いで「横ばい」が33.8%となっており、「減少」とする回答は7.8%と少ない。『1年後』でも順位は変わらないが「増加」と「横ばい」の差は縮まっており、『2年後』の予測で「増加」と「横ばい」の順位は逆転する。ただし、2つの回答を合わせて約80%程度を占める状態は変わらず、今後も広告収入は「増加」もしくは「横ばい」と考えている事業者が多い。

なお、無回答が『現状』『1年後』で14.3%、『2年後』で13.0%あり、チャンネルの中には広告を実施していないところもあることにも留意されたい。

5. 短・中期的には「その他事業収入」の拡大に期待している事業者が多い

自社チャンネルのその他事業収入については、『現状』では「横ばい」が41.6%と最も多く次いで「増加」が35.1%となっており「減少」とする回答は3.9%と少ない。

『1年後』『2年後』の予測では「増加」が「横ばい」を上回っており、短・中期的には拡大に期待している事業者が多いものとみられる。

なお、「無回答」が19.5%あることにも留意されたい。

調査の概要について

1. 調査時期 2013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 郵送法
4. 回答回収数 75チャンネル
5. 回答回収率 83.3%

調査結果詳細

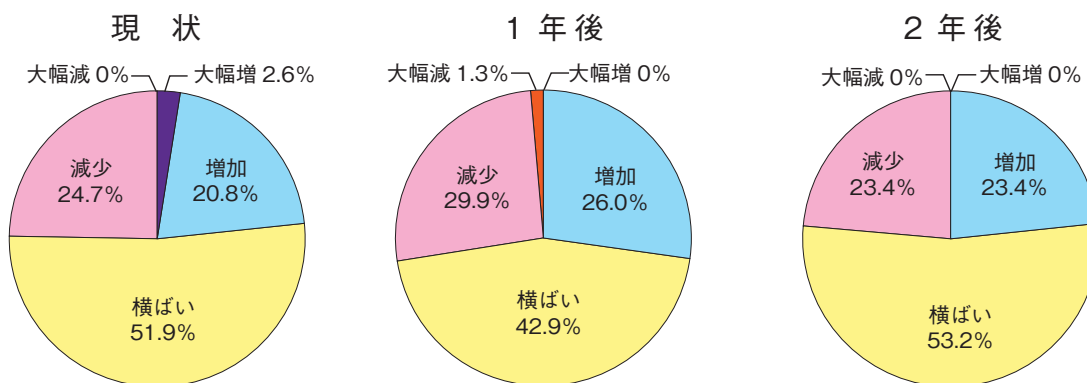
1. 自社チャンネルの加入者動向予測

自社チャンネルの加入者予測の全般的な動向を見ると、『現状』では「大幅増」と「増加」を合わせた「増加傾向」(23.4%)、「横ばい」(51.9%)、「減少」(24.7%)となった。前回(2012年11月)の結果で「増加傾向」と「横ばい」が逆転し「横ばい」が最多となったところから、今回はさらに「増加傾向」が大幅に縮小(-9.1%)、「横ばい」が2.5%、「減少」が6.5%と拡大した。

『1年後』では「大幅増」が0%、「増加」が26.0%、「横ばい」が42.9%、「減少」が29.9%、「大幅減」が1.3%と、前回わずかに上回っていた「増加傾向」が今回は「横ばい」「減少」いずれも下回る結果となった。前回から「減少」は拡大傾向にあったが、今回はさらに顕著に「増加傾向」が大きく縮小し(-15.6%)、「減少傾向」(31.2%)は前回(22.1%)よりも大きく上昇している。

『2年後』では「増加」23.4%、「横ばい」が53.2%、「減少」が23.4%と、前回「増加」に逆転し最も多かった「横ばい」(41.6%)が更に拡大し(+11.6%)、「増加」が大幅に縮小(-11.7%)、「減少」(23.4%)と同比率となった。

全体としては、前回調査時から「増加」への期待感がさらに縮小し、『現状』『1年後』『2年後』全体を通じて「横ばい」が最も多く、さらに「減少」が拡大したことから、「増加」を逆転した。自社チャンネル加入動向の見通しについて、前回調査時には、直近に限られていた消極的市況観が、中期的視野においても同様となっており、各チャンネルが既存の事業領域(構造)のままでは、今後の成長拡大は容易ではないという認識を強く感じているように思われる。



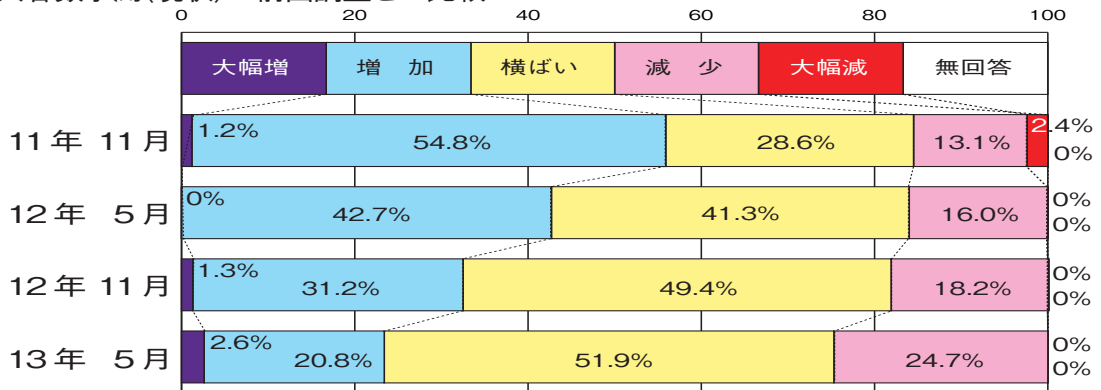
2. 自社チャンネルの加入者動向予測推移

今回の自社チャンネルの加入者動向を、1年前同時期の調査結果(前々回2012年5月)と比較した。

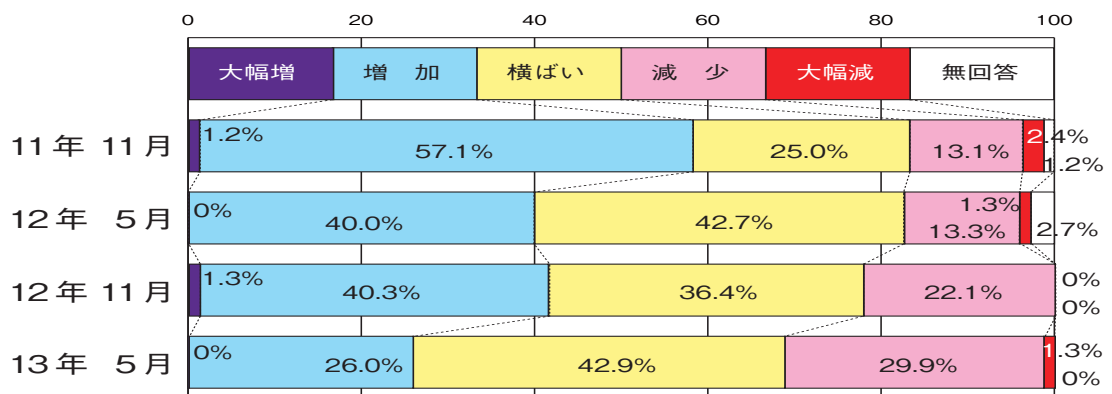
1年前の調査結果に比べると、『現状』『1年後』『2年後』全体として「増加傾向」に対する期待感は大幅に縮小し(平均で前々回比-9.2ポイント)、「横ばい」(全体平均で前々回比+9.8ポイント)、とりわけ「減少傾向」(全体平均で前々回比+10.4ポイント)が拡大している。これまでも段階的には縮小傾向にあった「増加傾向」への期待感であったが、

今回はそれがさらに縮小し、「減少傾向」の拡大に移行したことは、各チャンネルが現実
に直面している強い危機感が、明確に表れた結果と考えられる。

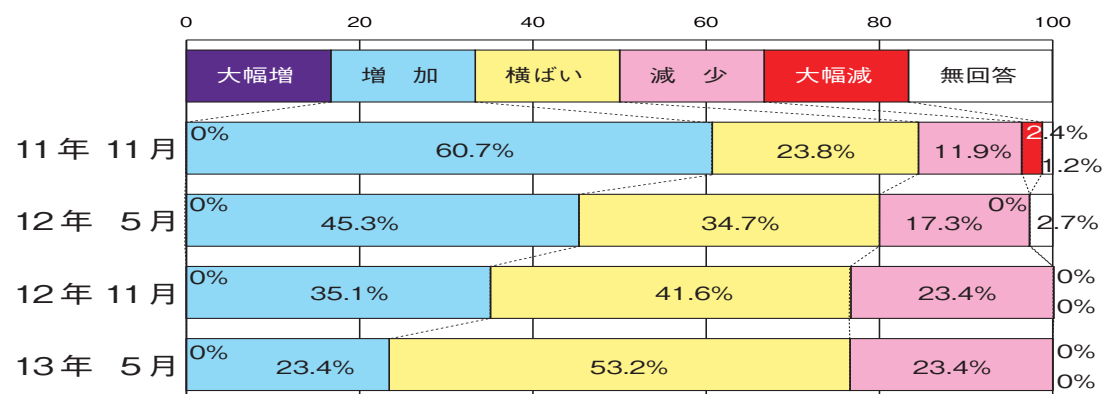
自社加入者数予測(現状)―前回調査との比較



自社加入者数予測(1年後)―前回調査との比較

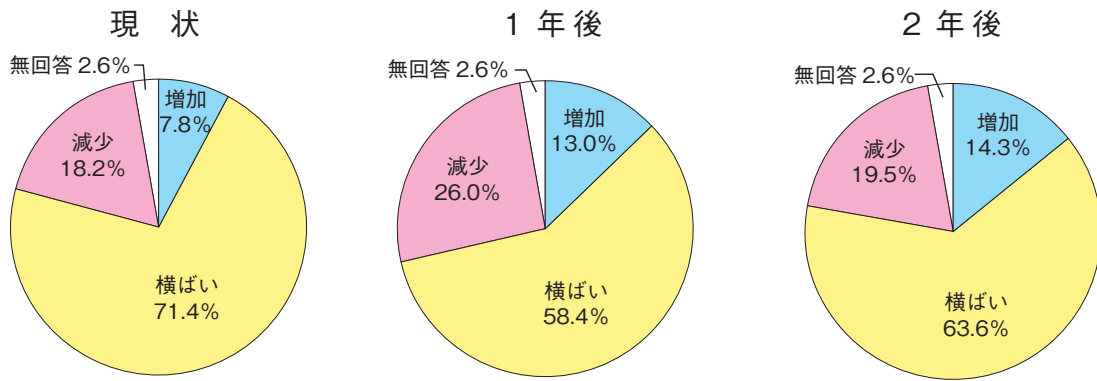


自社加入者数予測(2年後)―前回調査との比較



3. 多チャンネル放送全体の加入者動向

多チャンネル放送全体については、「横ばい」が『現状』で71.4%（前回58.4%）、『1年後』
で58.4%（前回57.1%）、『2年後』で63.6%（前回55.8%）と、いずれも最も多く、かつ
継続して拡大。一方で、「増加」は『現状』で7.8%（前回26.0%）、『1年後』で13.0%（前
回23.4%）、『2年後』で14.3%（前回22.1%）と、前回に引き続き激しく縮小する厳しい
市況観を顕著にした。また、「減少」についても『現状』で18.2%（前回14.3%）、『1年後』
で26.0%（前回16.4%）、『2年後』で19.5%（前回19.5%）と、従来に引き続き「減少」

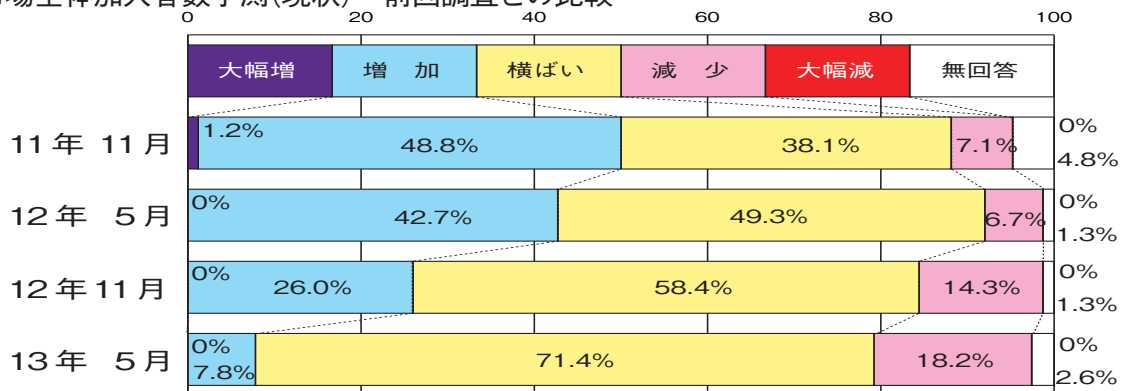


の見方が増えており、多チャンネル放送市場全体に対しても「増加」への期待感が急速に薄れ、停滞感あるいは縮小感といった消極的な見方が伸長し支配的になっていることが分かる。

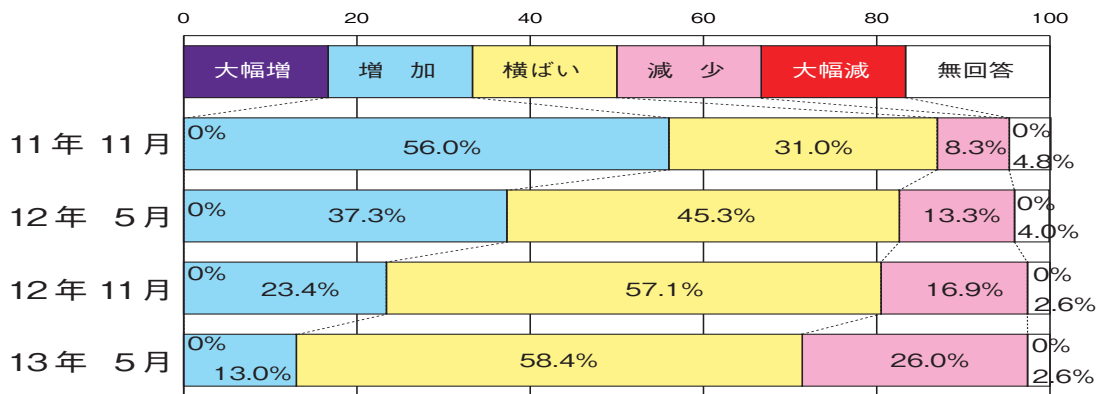
4. 多チャンネル放送全体についての予測推移

マーケット全体の加入者予測を1年前同時期の調査結果（前々回2012年5月）と比較してみた。「増加」が『現状』では-34.9ポイント、『1年後』には-24.3ポイント、『2年後』には-15.0ポイントと、この1年で「増加」に対する期待感が急速に縮小してきたことが分かる。また、「横ばい」は『現状』で+22.1ポイント、『1年後』で+13.1ポイント、『2年後』で+13.0ポイント、「減少」は『現状』で+11.5ポイント、『1年後』は+12.6ポイント、『2年後』は+3.5ポイントと拡大しており、「増加」への期待感の縮小から「横ばい」を中心として、さらに「減少」の市況観へもシフトしたことが分かる。現実に各プラットフォームの事業環境が変化してきている中で、漠然とした期待感は薄れ、現実的かつ厳正な認識に基づく市況観にシフトしていることと、今後の多チャンネル放送全体の成長は、従前の事業領域（構造）の単純な継続で実現するものではないという認識を、各チャンネル事業者が共有しつつあることの表れではないかと考えられる。

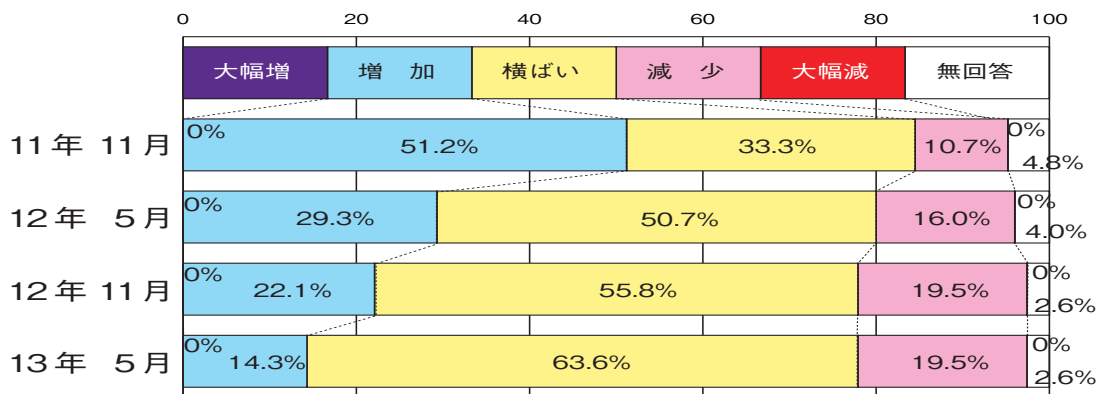
市場全体加入者数予測(現状)―前回調査との比較



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)―前回調査との比較

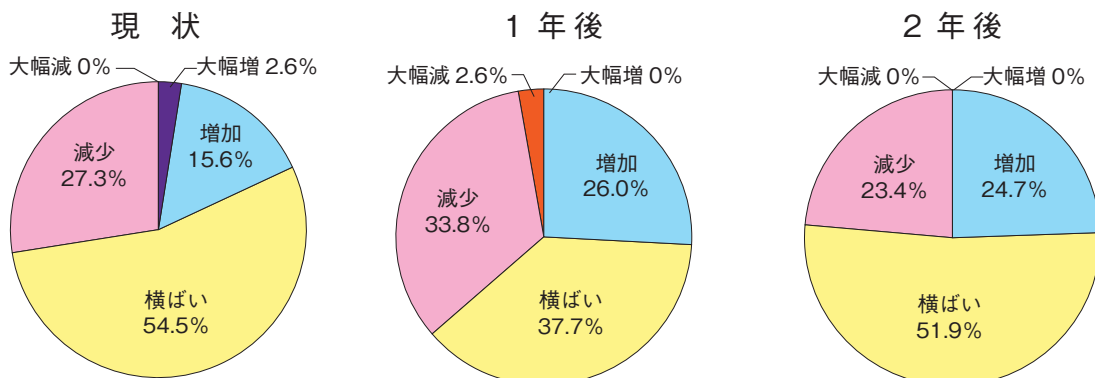


5. 視聴料収入予測

『現状』については、前回（12年11月調査）より「横ばい」と見る向きがさらに9.1ポイント増え最も多く54.5%、「増加」という回答は14.3ポイント減り、「減少」が5.2ポイント増えた。総じて「横ばい」もしくは「減少」という予測の傾向である。

『1年後』の予測では前回より「横ばい」と見る向きが3.9ポイント増え、「増加」という回答は9.1ポイント減り、「減少」が3.9ポイント増えた。特筆すべきは「大幅減」との回答も0から2.6ポイント増えており、1年後は厳しい予測がでていることが特徴的である。

『2年後』の予測では前回より「横ばい」と見る向きが15.6ポイント増の51.9%と大幅に増え、「増加」という回答は9.1ポイント減った。「減少」も6.5ポイント減っており、おおむね「横ばい」とみる傾向にある。



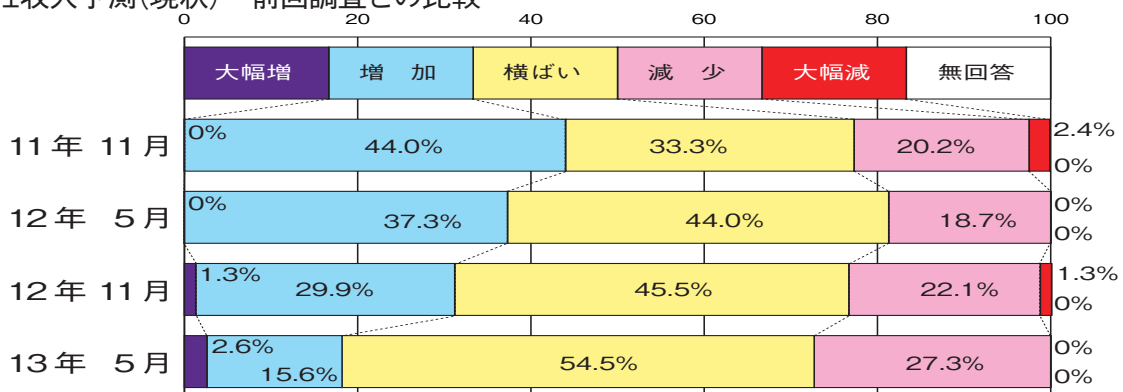
6. 自社チャンネル視聴料予測の推移

『現状』については、「横ばい」と見る向きが1年前と比較して10.8ポイント増えている。「増加」は1年前と比較して15.0ポイント下がり、「減少」は1年前と比較して8.6ポイントあがっている。1年前との比較でも状況が厳しくなっているのが分かる。

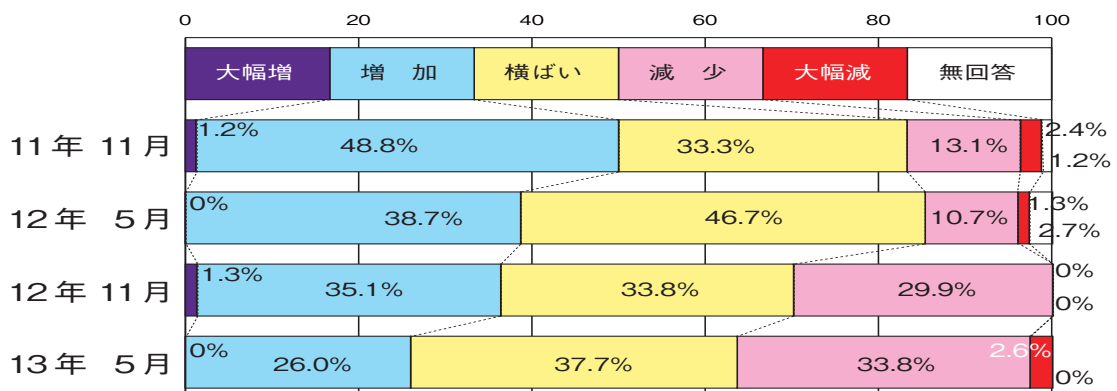
『1年後』については、「横ばい」と見る向きが1年前と比較して9ポイント下がり、「増加」も1年前と比較して12.7ポイント下がっている。一方「減少」は1年前と比較して23.1ポイントと大幅に上昇しており、状況を厳しく予測されている。

『2年後』については、「横ばい」と見る向きが1年前と比較して10.6ポイントあがり、「増加」は1年前と比較して16.7ポイント下がっている。一方「減少」は1年前と比較して8.7ポイントとあがっており、1年後同様、厳しさが続くことが予測されている。

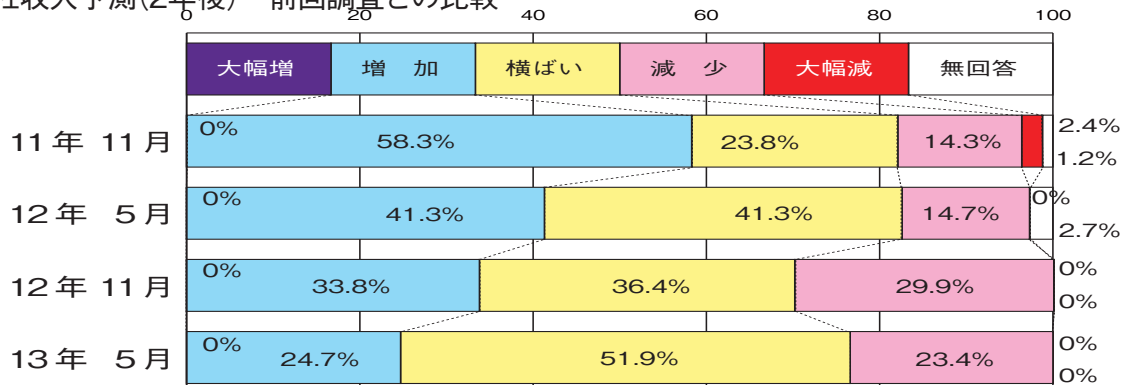
自社収入予測(現状)―前回調査との比較



自社収入予測(1年後)―前回調査との比較



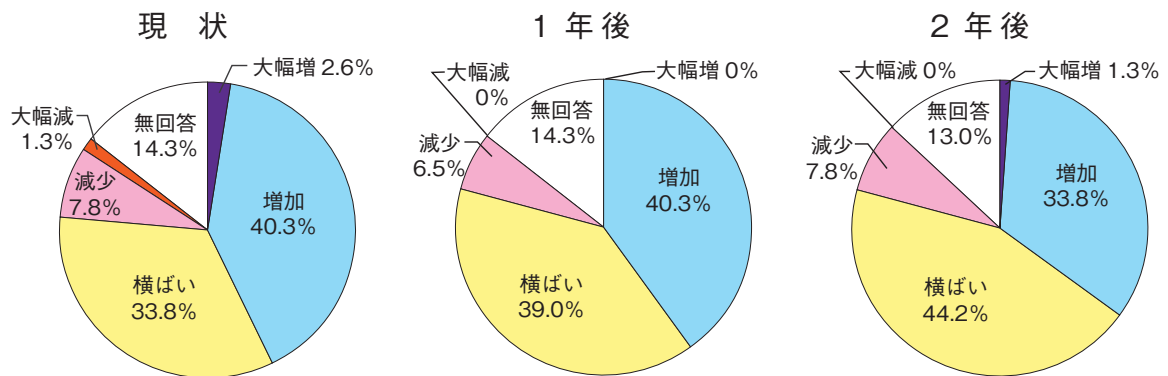
自社収入予測(2年後)―前回調査との比較



7. 広告収入の動向

自社チャンネルの広告収入については、『現状』では「増加」が40.3%と最も多く、次いで「横ばい」が33.8%となっており、「減少」とする回答は7.8%と少ない。『1年後』でも順位は変わらないが「増加」と「横ばい」の差は縮まっており、『2年後』の予測で「増加」と「横ばい」の順位は逆転する。ただし、2つの回答を合わせて約80%程度を占める状態は変わらず、今後も広告収入は「増加」もしくは「横ばい」と考えている事業者が多い。

なお、無回答が『現状』『1年後』で14.3%、『2年後』で13.0%あり、チャンネルの中には広告を実施していないところもあることにも留意されたい。

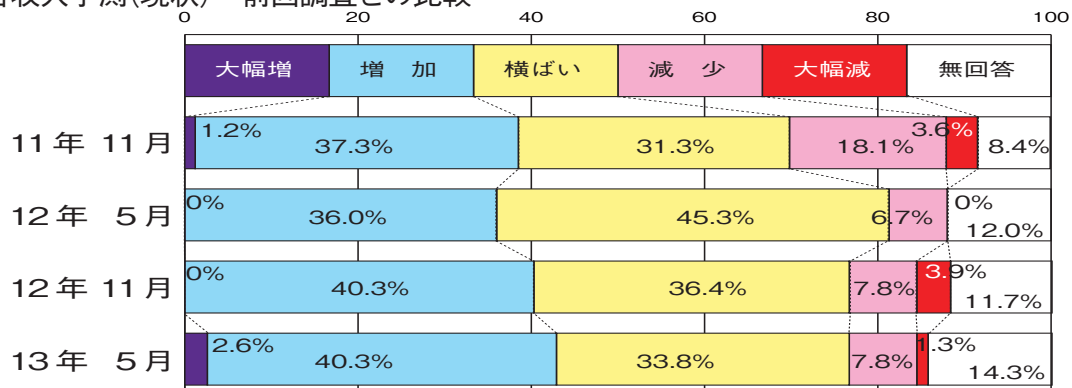


8. 広告収入予測の推移

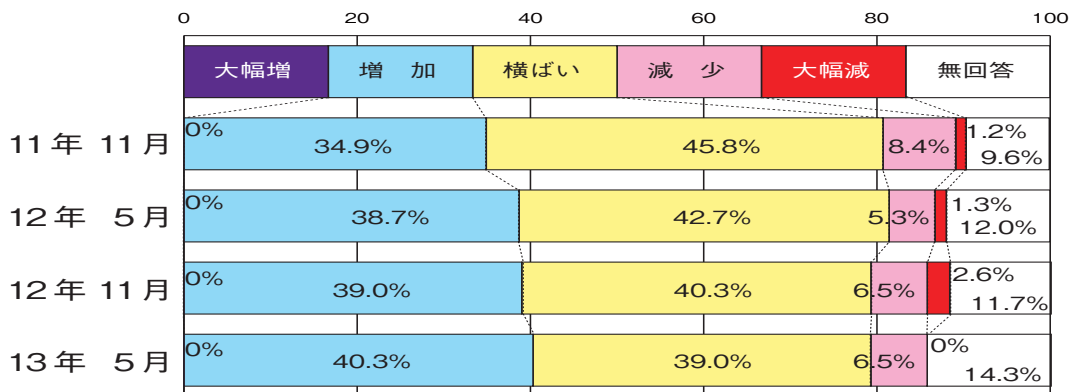
『現状』については、2回連続で「増加」が「横ばい」が上回り最も多い回答となった。「横ばい」は微減。一方、「減少」は3回連続で10%を切る回答となった。

『1年後』では、「横ばい」が3回連続の下落となり、「増加」が最も多い回答となった。『2年後』では、前回調査で縮まった「横ばい」と「増加」の差が再び広がった。いずれも「減少」は10%を切る数値で推移しており、広告収入に対する今後の期待度も高いものと考えられる。

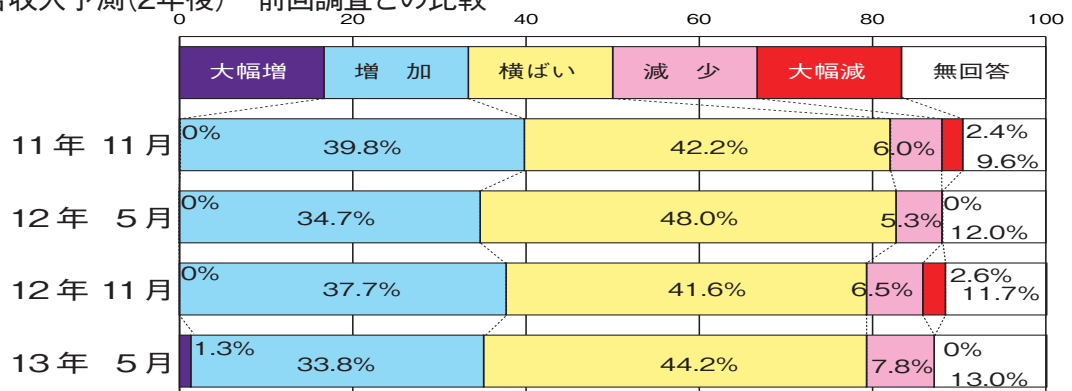
広告収入予測(現状)ー前回調査との比較



広告収入予測(1年後)―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

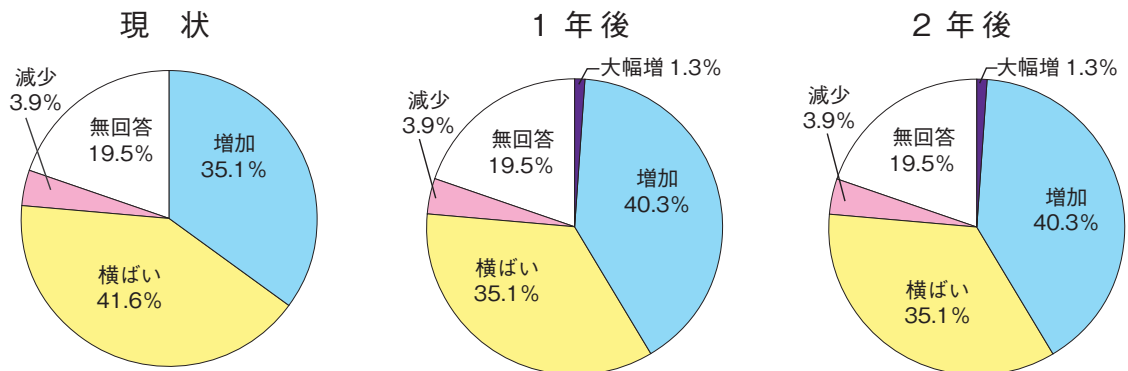


9. その他事業収入予測

自社チャンネルのその他事業収入については、『現状』では「横ばい」が41.6%と最も多く次いで「増加」が35.1%となっており「減少」とする回答は3.9%と少ない。

『1年後』『2年後』の予測では「増加」が「横ばい」を上回っており、短・中期的には拡大に期待している事業者が多いものとみられる。

なお、「無回答」が19.5%あることにも留意されたい。

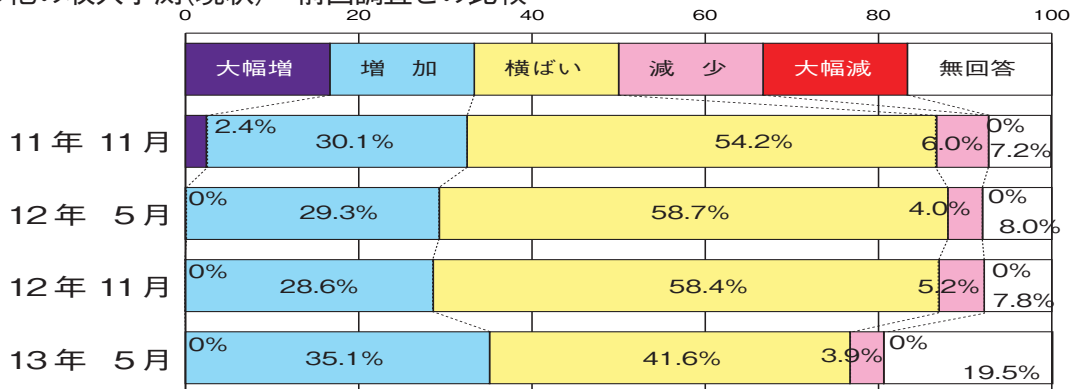


10. その他事業収入予測の推移

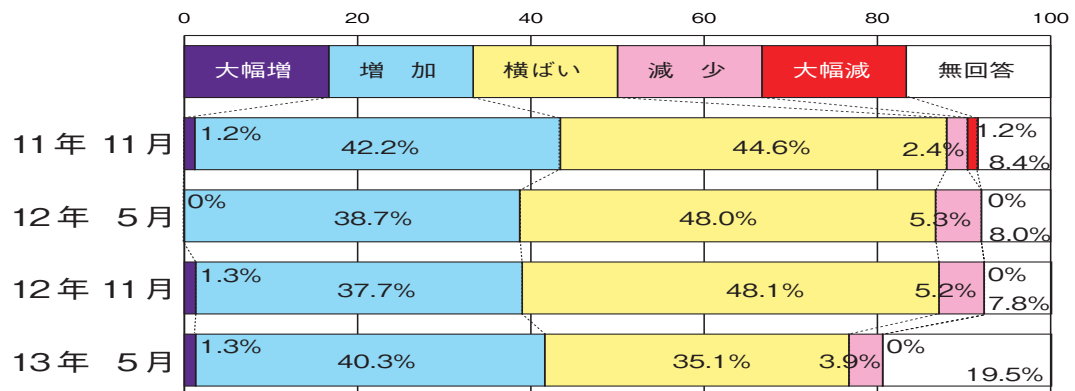
『現在』『1年後』『2年後』のいずれにおいても「横ばい」が大きく数値を下げ、「増加」が上昇している。『1年後』『2年後』では順位が逆転。将来に向けて拡大に期待をしている事業者が増えたものとみられる。

一方、「無回答」が19.5%と大きく増加したことにも留意されたい。

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

