

## 発刊にあたって

いま、日本の放送サービス、とりわけ多チャンネル放送サービスを取り巻く環境は、大きな変化を遂げつつある。

周知の通り、日本の放送における「多チャンネル」の担い手は、長らくケーブルテレビと衛星放送であった。人々を結びつけ、社会の統合的な役割を担ってきた総合編成を中心とした地上テレビ放送とは異なり、多チャンネル放送サービスは、言うなれば、日本の放送サービスの多様性を象徴するチャンネル群として、視聴者に受け入れられ、それが市場の発展につながってきた。

それがここに来て、日本の多チャンネル放送市場の伸長に陰りが見える一方、動画配信サービスなど、新たなサービスも登場。米国で急速な成長を遂げたNetflixが日本でもサービスを開始した2015年は、新たな動画配信事業者が多数登場するなど、「動画配信元年」と言われた。加えて、2016年春には、無料動画配信サービスのAbemaTVが登場するなど、ウェブ・メディアを中心とした新たなメディアサービスの登場は、既存のメディアサービスにも少なからず影響を与えつつある。

そのような中であって、放送の多様性を象徴する存在でもあった多チャンネル放送の担い手たちは、将来を見据え、時代状況にあわせた変革が求められている。

日本における多チャンネル放送は、総合編成を中心とした地上テレビ放送に伴走しつつも、より専門性を有するチャンネルを提供するケーブルテレビ、アナログ衛星放送などによってスタートしたが、1996年にパーフェクTV!がCSデジタル放送のプラットフォームとしてサービスを開始したことで新たな段階に入った。そのCSデジタル放送がサービスを開始してから10年後

の2006年3月には、有料多チャンネル放送サービスの加入件数が1,000万件を越えた。そのような中で、当時、衛星放送協会会長であった植村伴次郎氏（現・(株)東北新社最高顧問）が、多チャンネル放送の健全な普及・発展に向け、多チャンネル放送の専門的な研究の拠点作りを提唱。2008年10月に、衛星放送協会の下に多チャンネル放送研究所が設立された。

多チャンネル放送研究所では、多チャンネル放送の歩みや現状について、科学的な手法に基づいて整理・分析を行うとともに、放送業界、メディア業界全体における多チャンネル放送の政策的な問題や、構造的な課題などを長期的な視野に立って分析、戦略的提言を行なってきた。

本書は、多チャンネル放送研究所が設立以来続けてきた多チャンネル放送に関する実態調査、メディア利用者調査などの調査研究の成果を踏まえつつ、「動画配信」元年と言われた2015年を対象に2016年6月に実施した各種調査結果を中心に、多チャンネル放送を中心としたメディア状況の現状と将来について、その知見をまとめたものである。本書で紹介する本研究のこれまでの研究成果が、今後の多チャンネル放送の発展に資することができれば幸いである。

最後に、多チャンネル放送研究所の活動をご支援下さっている衛星放送協会会員各社をはじめとした関係者の方々、本書の作成にあたってインタビュー・調査等でご協力いただいた方々、並びに、本書の出版にご尽力下さった池和田一里氏をはじめとしたサテマガBI編集部の方々に、心からお礼を申し上げたい。

2016年12月  
多チャンネル放送研究所 所長  
音 好宏

## 目次

2 …… 発刊にあたって

4 …… 目次

### 第1章

7 …… 有料多チャンネル放送の歴史とビジネス構造

8 …… 1. 有料多チャンネル放送誕生までの歩み

16 …… 2. プラットフォームの機能と沿革

23 …… 3. 専門性の高い有料多チャンネル放送サービスの特徴

24 …… 4. 放送事業者と番組供給事業者という立場の違い

29 …… 5. 2011年の放送法改正における多チャンネル放送

32 …… 6. 質の高い放送番組の確保という課題

34 …… 7. 有料専門チャンネル プラットフォーム一覧

### 第2章

43 …… 有料多チャンネル放送の現状 —収益と普及状況—  
～「2016年多チャンネル放送実態調査」より～

45 …… 1. 有料多チャンネル放送事業者の収支状況  
～微増ながらも売上は拡大を続ける～

50 …… 2. 各プラットフォーム別の加入者数推移と加入予測  
～有料多チャンネル放送全体では微増傾向から横ばいに～

56 …… 3. 経営課題  
～放送の伸び悩みと新たな技術への対応～

78 …… まとめ 市場規模の拡大・活性化のためにすべきこと

### 第3章

79 …… 有料動画配信サービスの現状 —ユーザー意識と課題—  
～「有料動画配信サービス利用実態把握調査」より～

81 …… 1. 有料動画配信サービスユーザー動向調査  
4つのセグメントに分類

102 …… 2. 各サービスの認知率&サービス上で重視するポイント

114 …… 3. ロイヤルティ

117 …… 4. クラスタ分析

120 …… まとめ 加入時のコストとハードルの低さが若者層に支持

### 第4章

123 …… 有料チャンネル放送事業者のコンテンツへの取り組み  
～「多チャンネル放送実態調査」と「機械式ペイテレビ接触率調査データ」より～

124 …… 1. 各プラットフォームの人気コンテンツ

142 …… 2. 有料チャンネル放送のコンテンツ構成

149 …… まとめ 「オリジナリティ」の強化に向かう有料チャンネル

### 第5章

151 …… Conduit から Contents へ  
—多チャンネル放送の新たな変革—

### 資料編

166 …… 有料多チャンネル放送の歴史年表

174 …… 用語解説

180 …… 図説 多チャンネル放送・配信の仕組み