

ケーブルテレビ事業の現状

(2015 年度決算版)

2016 年 11 月

株式会社日本政策投資銀行

企業金融第 2 部

産業調査部

目次

要旨	1
I. 通信・放送業界	3
1. 放送業界の歩み	
(1) 年表	3
(2) これまでの主なケーブルテレビの制度に関する改正状況	4
2. 通信・放送業界における環境変化とケーブルテレビの位置づけ	
(1) コンテンツ視聴環境の多様化	5
(2) 通信・放送業界の業績動向	6
(3) 国民の所得・支出の動向	7
3. トリプルプレイサービス関連市場の動向	
(1) 多チャンネル市場の動向	8
(2) ブロードバンド市場の動向	9
(3) 電話市場の動向	12
4. ケーブルテレビ事業の海外動向(米国)	
(1) ケーブル事業者が提供するサービスの加入動向	13
(2) 米国放送業界を巡る最近の動向	16
II. ケーブルテレビ市場	21
1. 概況	
(1) ケーブルテレビの普及状況	21
(2) ケーブルテレビ事業者数および設備数の推移	21
(3) ケーブルテレビ事業者の経営状況	22
(4) 対象世帯数(当行調査)	22
2. 対象世帯数等の長期動向	
(1) 対象世帯数の長期動向	23
(2) 多チャンネル加入世帯数の長期動向	24
(3) ケーブルインターネット加入世帯数の長期動向	25
3. 放送事業の現状	
(1) 多チャンネル加入世帯の状況	26
(2) 多チャンネル加入率(MSO/非MSO別)	27
(3) 多チャンネル獲得・解約世帯数の推移(MSO/非MSO別)	28
(4) 多チャンネル加入率(集合住宅比率別)	29
(5) 多チャンネル獲得・解約世帯数の推移(集合住宅比率別)	30
(6) 多チャンネル解約率(集合住宅比率別)	31
(7) 解約理由(MSO/非MSO別)	31
(8-1) 解約理由の経年変化(MSO/非MSO別)	32
(8-2) 解約理由の経年変化(集合住宅比率別)	33
(9) 多チャンネルARPUの推移	34
(10) トリプルプレイの加入率	34
4. 通信(ケーブルインターネット)事業の現状	
(1) ケーブルインターネット加入世帯の状況	35
(2) ケーブルインターネット加入率(MSO/非MSO別)	36
(3) ケーブルインターネット獲得・解約世帯数の推移(MSO/非MSO別)	37
(4) ケーブルインターネット加入率(集合住宅比率別)	38
(5) ケーブルインターネット獲得・解約世帯数の推移(集合住宅比率別)	39
(6) ケーブルインターネット解約率(集合住宅比率別)	40
(7-1) 解約理由(MSO/非MSO別)	41
(7-2) 解約理由(集合住宅比率別)	41
(8) ケーブルインターネットARPUの推移	42
(9) ケーブルインターネットサービスの提供速度	43

5. 固定電話サービス事業の現状	44
(1) 固定電話サービスの提供事業者、加入世帯数の状況	
(2) 固定電話サービス加入率(MSO／非MSO別)	45
(3) 固定電話サービス獲得・解約世帯数の推移(MSO／非MSO別)	46
(4) 固定電話サービス加入率(集合住宅比率別)	47
6. MVNOサービス事業の現状	
(1) MVNOサービスの提供事業者割合、通信容量の状況	48

Ⅲ. ケーブルテレビ事業者	49
----------------------	-----------

1. 概況及び最近の動向	
(1) 事業規模別ケーブルテレビ事業者の状況	49
2. ケーブルテレビ業界の収支動向	
(1) 平均的事業者の経営状況	50
3. ケーブルテレビ業界の事業戦略動向	
(1) 15年度及び過去3年間における事業規模の状況	53
(2) 顧客層について	53
(3) 設備投資計画について	54
(4) 放送サービスにおいて効果をあげた新規加入獲得施策について	55
(5) 4K放送の取り組み状況	55
(6) 通信サービスにおいて効果をあげた新規加入獲得施策について	56
(7) FTTH化の取り組み状況	56
(8) 光回線のサービス卸制度の取り組みについて	57
(9) 電力小売り事業への取り組みについて	58
(10) 地域の防災・減災対策への取り組みについて	58
【コラム】DBJ BCM格付と防災・減災対策/事業継続対策への取組事例	59
4. ケーブルテレビ事業に関する小括	62

Ⅳ. 成長・競争力強化に向けて-法人向けビジネスの現状と成長可能性-	63
---	-----------

1. ケーブルテレビ事業者を取り巻く環境と成長・競争力強化に向けて新事業に取り組む事業者の状況	
(1) ケーブルテレビ事業者を取り巻く環境	63
(2) 米国で収益の柱に成長したケーブル事業者の法人向けビジネスと我が国	64
2. ケーブルテレビ事業者による法人向け美辞エンスの取組状況(アンケート調査)	
(1) 事業者へのアンケート調査概要	65
(2) ケーブルテレビ事業者による法人向けビジネスの取組状況	66
3. ケーブルテレビ事業者が実施する法人向けサービスの需要動向	
(1) 企業経営者へのアンケート調査概要	78
(2) ケーブルテレビ事業者が実施する法人向けサービスの需要動向 (アンケート調査結果)	80
【参考資料】業種別サービス関心度	98

- 各項目にて使用した構成比については、四捨五入による処理をしているため、合計が必ずしも100%とならない場合がある。
- 出所の記載の無いグラフやデータ等については日本政策投資銀行作成。

要 旨

1. ケーブルテレビ事業の概況

難視聴対策から始まったケーブルテレビ事業は、都市部でも成長し、現在では我が国の半数を超える2,948万世帯が加入する、国民の重要な情報通信インフラとなっている。

ケーブルテレビ事業者の多くが、放送・固定ブロードバンド・固定電話で構成される「トリプルプレイ・サービス」を複合的に提供することで加入世帯数を伸ばしてきたが、長期的に減少傾向にある世帯所得やモバイルブロードバンドの普及により、事業環境は必ずしも楽観的とは言えない状況になっている。

海外の動向としては、米国のケーブル事業では、引き続き放送サービス・固定電話サービスの加入世帯数減と固定ブロードバンド加入世帯数の増加基調は変わらない状況にある。これに加え、通信規制強化や大手通信事業者による放送サービスの拡充によりますます厳しい事業環境にある。こうした中で、VR/ARなどの映像技術へも注目が寄せられている。

2. 主要なサービスの動向

(1) 放送事業

近年、事業エリアの拡張工事等により対象世帯数が増加しているにもかかわらず、多チャンネル加入世帯数は伸び悩んでいたが、2015年度は増加に転じた。一方、ARPUは、低下基調を継続している。また、多チャンネルサービスの解約理由では、「サービスを使用しない」の回答割合が上昇基調にあり、スマートフォン等の普及に伴う嗜好の多様化等の影響を受けた可能性が考えられる。

(2) 通信事業

ケーブルインターネット加入世帯数は、堅調に増加基調を継続している。一方、ARPUに関しては、特に高速回線を主力商品とする事業者のARPUが全体平均よりも高水準にあるものの、近年は低下基調にある。近年、通信事業者との競争から同サービスの提供速度は高速化する傾向にある。

(3) 固定電話事業

固定電話サービスを提供する事業者は増加を続けており、8割以上事業者がサービスを提供している。郊外エリアを含めた集合住宅比率の低い地域においても固定電話サービスの普及が進んでいる。

(4) MVNO 事業

開始間もない中、5割を超える事業者がMVNOサービスを実施している。また、92%の事業者がサービスのデータ容量が3.0GB以下となるなど比較的ライトプランでの提供が多い。

3. 業績動向(2015年度決算)

ケーブルテレビ事業者の売上高は3期連続の増収となったが、年々主業である放送事業収入の売上高に占める割合が減少し、通信その他の事業の割合が上昇している。また、投資回収の進展による資本蓄積により資産規模も増加基調を継続している。

4. ケーブルテレビ事業の成長・競争力強化に向けて—法人向けビジネスの現状と成長可能性—

海外(特に米国)のケーブルテレビ事業者において、現在最も成長が著しいサービスが法人向けサービスとなっている。そこで我が国のケーブルテレビ事業者の法人向けビジネスの成長可能性を調査した。

(1) ケーブルテレビ事業者の法人向けビジネスの現状(事業者アンケート調査結果)

約 8 割の事業者が法人向けサービスを提供している。サービスとしては、固定インターネットや固定電話といった通信サービスの他、コミュニティチャンネルへの CM 制作・出稿、番組・映像コンテンツ制作といった放送事業者ならではのサービスが提供されている。一方で、売上高に占める規模としては、まだまだ矮小となっている。

(2) ユーザー企業の法人向けサービスへの需要動向(ユーザー企業の経営者へのアンケート調査結果)

企業経営者 2,325 人に対してアンケート調査を実施したところ、ケーブルテレビ事業者の法人向けサービスの認知度は約 2 割となった。特に従業員規模や売上高規模が小さくなるほど認知度が下がる傾向にあった。また、認知度の高い経営者ほどサービスへの関心度が高くなる傾向にあることから、サービスを周知していくことが急務といえる。尚、サービス導入時の課題としても、「お金がかかりそう」「効果が不明」といった回答が多く寄せられたことから、サービスの認知が法人向けサービスの拡大には必須ということがわかる。

関心度が高い企業経営者の属する業種は、宿泊業や生活関連サービス業であった。こうした業種は、地域に多く存在することから、地域密着の ICT インフラを担うケーブルテレビ事業者の法人向けサービスの潜在的ニーズは大きい。

以上