

ケーブルテレビ業界の現状と連携への動き

【要約】

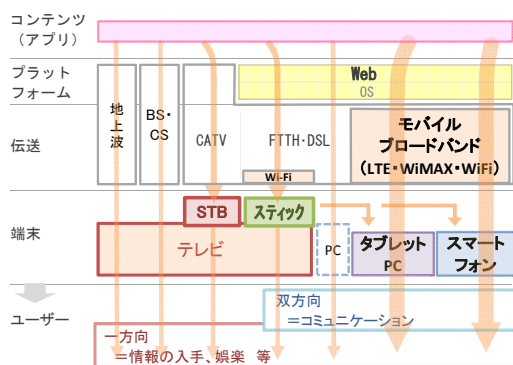
ケーブルテレビ事業は、通信・放送業界における技術革新や競争激化に直面している。放送（多チャンネル）事業は成長鈍化が著しく、これまで堅調に推移していた通信（インターネット）事業でもさらなる営業施策が不可欠となっている。モバイルブロードバンドやスマートテレビ等への対応も迫られている中、ケーブルテレビ業界の競争力強化を企図した連携への動きが顕在化しつつあり、当行調査では回答事業者の8割以上が「連携が必要」と回答した。今後、各事業者・地域における連携戦略の具体化が注目される。

※本稿は「ケーブルテレビ事業の現状（12年度決算版）」（以下「本年度レポート」）の概要版である。

1. コンテンツの流れ、トリプルプレイ関連市場の現状

近年、ケーブルテレビ業界においては、新たな通信技術により放送サービスの高度化が進んでいる。特に近年では、モバイルブロードバンドやモバイル端末の普及を背景として、映像サービスとインターネットの融合、テレビとモバイル端末の連携を実現するスマートテレビが普及しつつある。ケーブルテレビ業界の従来からの強みである上位レイヤのコンテンツの魅力に加え、視聴時間や場所、パッケージにおける自由度の高さや直感的な操作といった、ユーザーの利便性を追求する新たな競争が始まっている（図表1）。

図表1 コンテンツ視聴環境の多様化

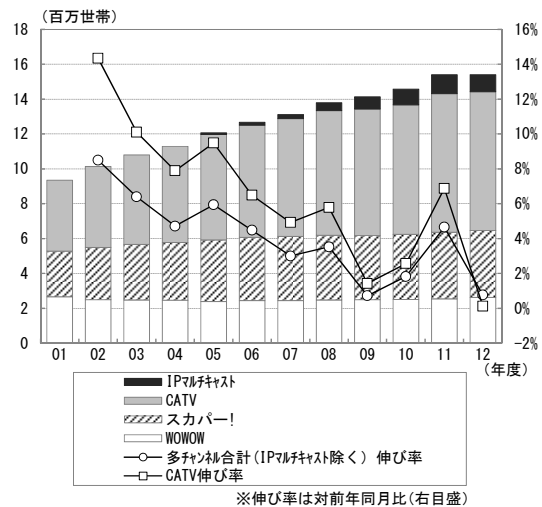


（備考）日本政策投資銀行作成

① 多チャンネル市場

多チャンネル市場はここ数年、IPマルチキャスト放送が市場拡大を牽引してきており、IPマルチキャスト放送を除くと2012年度末では前年比横ばいとなっている（図表2）。ケーブルテレビ加入世帯数の前年比伸び率は0.1%程度に低下しており、多チャンネル市場拡大への寄与度も大幅に低下した。多チャンネル加入世帯数の底上げが業界における喫緊の課題となっている。

図表2 多チャンネル市場推移（加入世帯数）



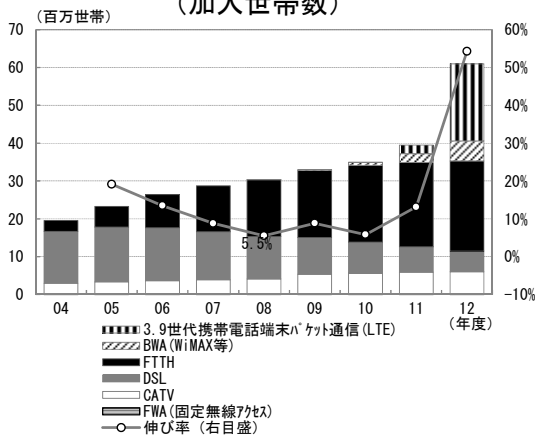
※伸び率は対前年同月比(右目盛)

（備考）総務省、(株)放送ジャーナル社「月刊放送ジャーナル（2013年7月号）」、各社IRより作成

② ブロードバンド市場

ブロードバンド市場では、2010年度頃までは FTTH への加入増が市場拡大を牽引してきたが、2011年度以降、3.9世代携帯電話端末パケット通信 (LTE) が急速に加入数を伸ばし、ブロードバンド市場の拡大を再加速している (図表3)。BWA (WiMAX 等) も含め、モバイルブロードバンドが市場全体の牽引役として急速に台頭している。

図表3 ブロードバンド市場推移 (加入世帯数)

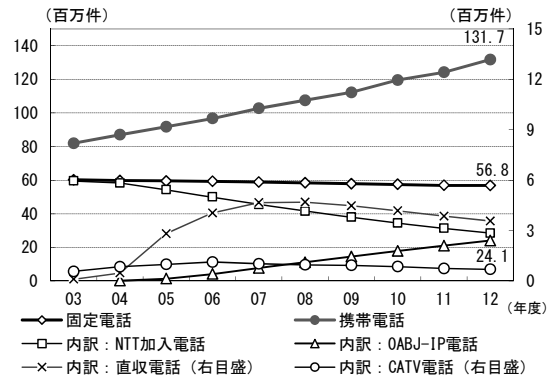


(備考) 1. 総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データ」より日本政策投資銀行作成
2. CATV事業者の提供する FTTH の加入世帯数は FTTH に含まれる

③ 電話市場

固定電話の契約数は、1998年をピークに漸減傾向にある (図表4)。内訳を見ると、OABJ-IP 電話の契約数は増加しているものの、NTT 加入電話の減少により、固定電話全体では漸減傾向が続いている。一方、携帯電話の契約数は増加し続けており、2012年度末時点で約1億3,100万契約に達した。携帯電話は固定電話を代替しつつあることに加え、LTE がモバイルブロードバンド回線として普及する見通しであり、今後さらに存在感を増していくとみられる。また、近年スマートフォンの普及とともに世界規模で浸透しつつある無料通話アプリの電話事業へのインパクトも注目される。

図表4 固定電話の契約数の推移



(備考) 1. 総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表」より日本政策投資銀行作成
2. CATV事業者が提供する IP 電話サービスは、IP 電話にカウントされている。

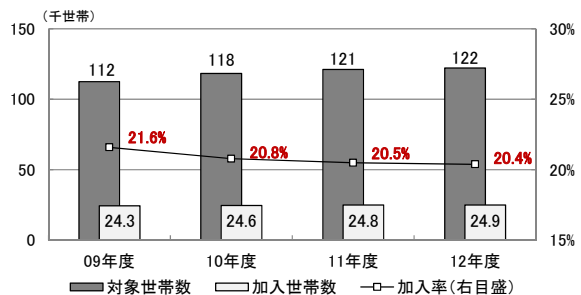
2. ケーブルテレビ事業者の各事業の動向

① 放送事業

本年度レポートにおいては、全国のケーブルテレビ事業者約 150 社から回答を得た。

多チャンネル契約について、1社あたり多チャンネル加入世帯数と加入率の推移を見てみると、2012年度の加入率は 20.4%となり、低下傾向が続いている (図表5)。

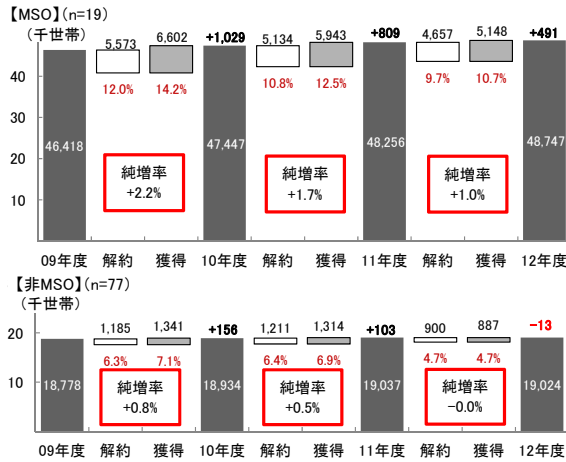
図表5 1社あたり多チャンネル加入世帯数と加入率の推移 (n=96)



(備考) 日本政策投資銀行作成

また、1社あたり多チャンネル獲得・解約世帯数を MSO (Multiple System Operator; ケーブルテレビ事業統括運営会社)・非 MSO 別にみると、MSO は 2012年度も純増を維持したが、非 MSO では純減に転じた (図表6)。

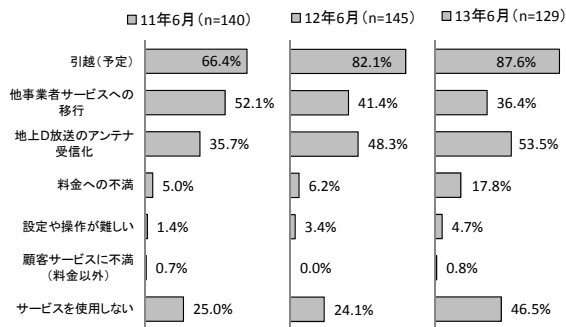
図表6 1社あたり多チャンネル獲得・解約世帯数の推移



(備考) 日本政策投資銀行作成

解約理由について尋ねたところ、「引越」との回答割合が最も高く、特にサービスエリアが主に都市部となるMSOにおいてその割合が高い(図表7)。また、本年度の回答では「サービスを使用しない」の割合が急増している。この背景には、スマートフォン等の普及に伴う嗜好の多様化等があるものとみられる。

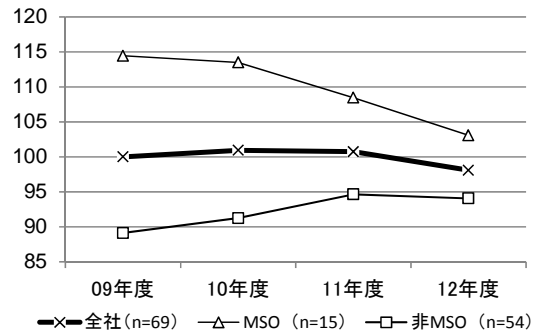
図表7 解約理由経年変化



(備考) 日本政策投資銀行作成

ARPU (Average Revenue Per User ; 1契約あたりの月間売上高) については、2010年度までは多チャンネル契約のデジタル契約への切り替えにより上昇してきたが、足下では下落基調に転じている(図表8)。

図表8 多チャンネルARPUの推移 (09年度での全社平均=100)



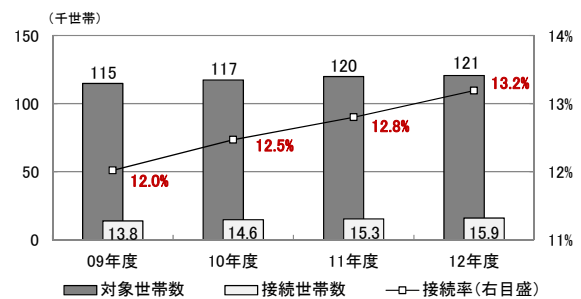
(備考) 日本政策投資銀行作成

これは、地デジ化の完了や、加入促進のための割引策等によるものと考えられる。MSO/非MSOで見ると、2012年度は、非MSOは概ね横這いで推移した一方、MSOは低下傾向が継続している。MSOにおける低価格帯コースの拡販の影響等が要因として考えられる。

② 通信事業

2012年度のケーブルインターネット加入率は13.2%に上昇した。全体の約1/4の事業者が放送区域の拡張等を行い、対象世帯数が増加したことに加え、メニューの多様化や高速コースの拡販等により新規加入を獲得したことによる(図表9)。

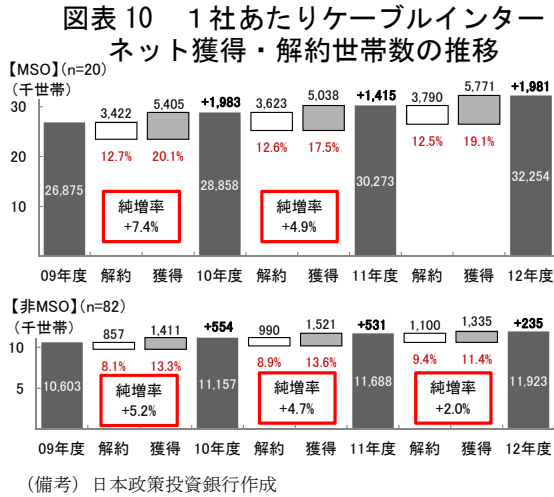
図表9 1社あたりケーブルインターネット加入世帯数と加入率の推移 (n=102)



(備考) 日本政策投資銀行作成

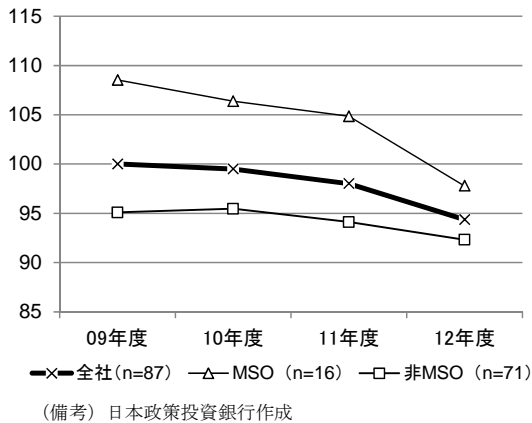
獲得・解約の状況を見ると、全体では純増基調は維持されたものの、純増ペースは

鈍化している。特に非 MSO については、解約率の上昇が継続しており、12 年度には獲得率も下落した（図表 10）。



ARPU は、全社平均で 2009 年度から 2012 年度にかけて一貫して低下基調にあり、特に 2012 年度の落ち込み幅は大きい（図表 11）。MSO 事業者では 2012 年度において対前年比で ARPU が大きく低下している点の特徴的である。この背景として、顧客囲い込みのための営業施策や通信事業者との厳しい競争状況等があるものと考えられる。

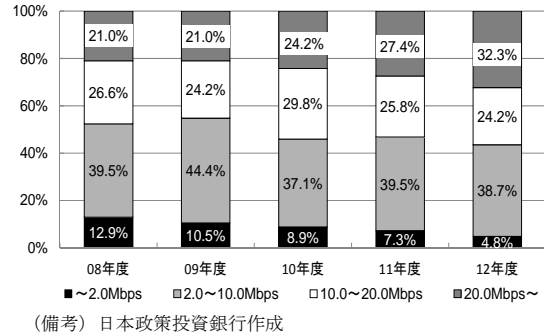
図表 11 ケーブルインターネット ARPU の推移



インターネットの提供速度（加入が最も多いコース）の割合をみると、直近 5 ヶ年度を通じて、最も速度の遅い 2Mbps 未満の

事業者の割合が低下する一方、最も通信速度の速い 20Mbps 以上の事業者の割合が上昇する状況が継続しており、全体として低速コースから高速コースへ遷移する傾向となっている（図表 12）。

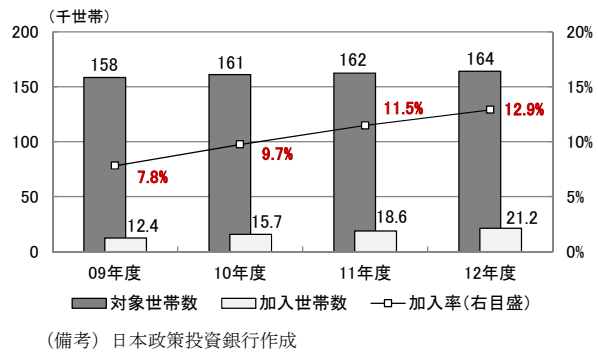
図表 12 各事業者の加入世帯が最も多いサービス提供速度



③ 固定電話サービス事業

固定電話サービスは、導入開始が最近で、伸びしろの多い事業者が多いこともあり、加入世帯数・加入率ともに順調に増加・上昇を続けている（図表 13）。

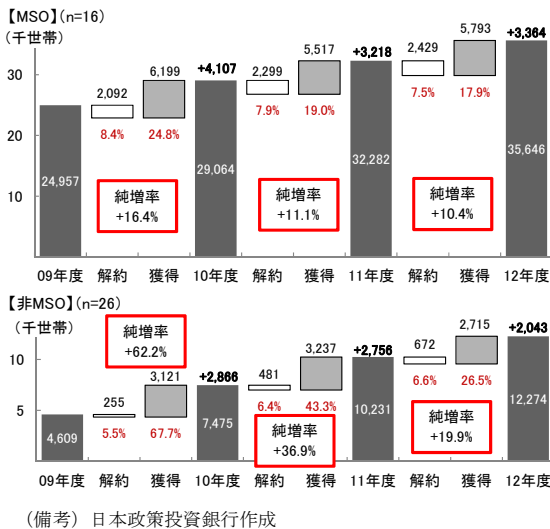
図表 13 1社あたり固定電話サービス加入世帯数と加入率推移 (n=42)



MSO/非 MSO 別にみると、固定電話サービスが MSO において先行的に導入が進んだことから、2008 年度時点では MSO と非 MSO のサービス提供事業者の割合に大きな較差があったが、非 MSO においても直近 5 期の間に急速に導入が進み、60%以上の事業者が同サービスを提供している。

非 MSO では、電話加入率が多チャンネルよりも低く、既存加入世帯への拡販により今後も増加基調は続くものと考えられる。一方 MSO では、電話加入率が多チャンネルに近づいており、今後は伸び率が鈍化する可能性がある（図表 14）。

図表 14 1社あたり固定電話サービス獲得・解約世帯数の推移



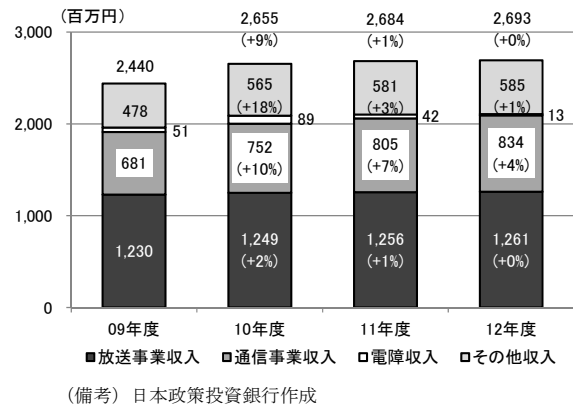
3. 経営状況

本年度レポートでは、ケーブルテレビ事業者の 2012 年度の売上高は前年度比横ばいに留まり、前年に引き続き伸び率の鈍化が顕著となった。

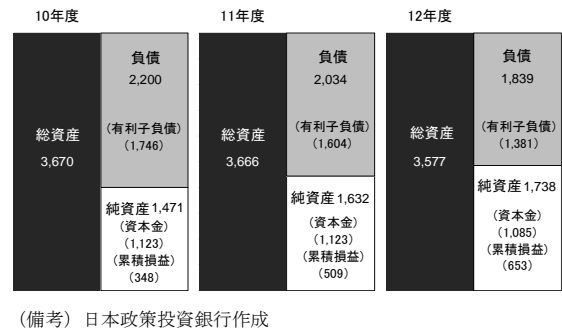
事業収入の内訳を見ると、通信事業収入が増加している一方で、放送・その他事業の収入はほぼ横ばいであり、構成に大きな変化は無かった（図表 15）。

総資産規模の水準は、全体平均では 3 カ年度を通じて有利子負債の圧縮が進み、縮小傾向にある（図表 16）。継続的な当期黒字の計上に伴い累積利益の蓄積が進行していることから、貸方（右側）では純資産の割合が高まっている。

図表 15 各事業収入の推移（当行取引先平均）



図表 16 平均的事業者のバランスシート



4. 通信と放送における新しい動き

① キャリアによるスマートテレビ展開

ケーブルテレビ業界でスマート TV が実用化される中、移動体通信キャリアも独自のスティック型端末によるスマートテレビサービスを一斉に開始した。これは、通信キャリアがこれまでスマートフォン等モバイル端末向けに集積・構築してきたコンテンツを家庭のテレビに拡大する動きである。

② プラットフォーム整備への動き

上記のような内外の厳しい環境の中、業界全体の競争力強化を企図した「ケーブルプラットフォーム」の実現に向けた動きが具体化しつつある。日本ケーブルテレビ連盟内の「地域力」検討特別委員会において

議論が行われてきたほか、総務省においても、2012年秋の「放送サービスの高度化に関する検討会」の中で、「ケーブル・プラットフォームWG」が設置され、ケーブルテレビ業界のための独自プラットフォーム構築に向けた議論が行われた。2013年5月に示された総務省の検討結果では、プラットフォームの5つの機能が提示された(図表17)。

図表 17 総務省によるプラットフォームの5つの機能

- ① IP映像伝送プラットフォーム機能
- ② 既存IDの事業者間連携プラットフォーム機能
- ③ 監視プラットフォーム
- ④ AJC-CMS機能
- ⑤ お客様管理システム(SMS)プラットフォーム機能

(備考) 総務省資料より日本政策投資銀行作成

一方、事業者側においてもいくつかの取組が進められている。

日本デジタル配信(株)(JDS)では、J:COMによるIPベースのVODサービスと連携し、プラットフォームを構築しつつある。

一方、独立系ケーブルテレビ事業者同士の連携による「J.COTT」では、アクトビラ

等と連携しながら、各地の事業者がVODサービス等を実現できるプラットフォーム構築を進めている。

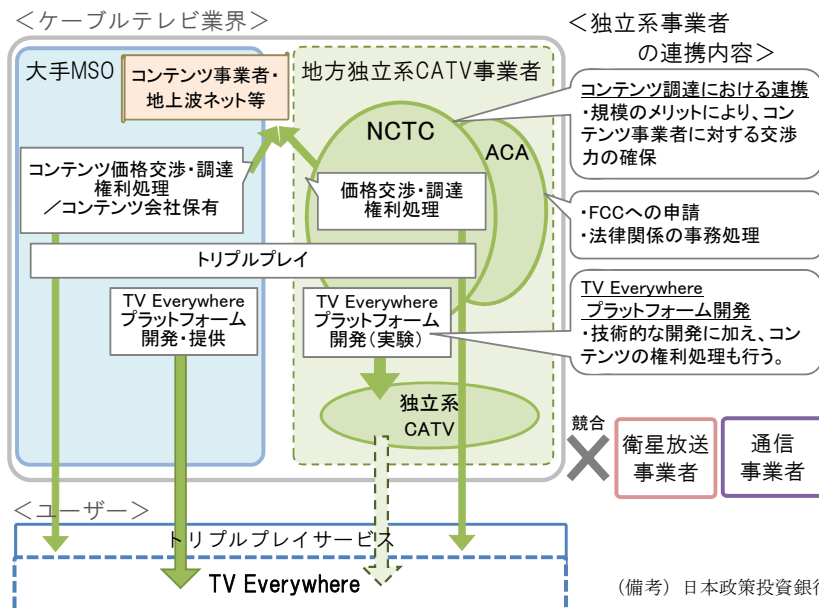
5. 連携への動きと実現に向けた方策

① 米国における状況

米国でも、日本と同様に通信事業者等との競争が激化する中、米国の地方部の独立系事業者においては、地域経済低迷や衛星放送事業者との競合、政策の影響等により業況は厳しい。こうした中、一部で独立系ケーブルテレビ事業者間の連携の動きがみられる。

独立系事業者が加盟する協同組合であるNCTC(National Cable Television Cooperative)は、番組の共同購入や権利処理に加え、近年は中小向けTV Everywhereプラットフォーム構築等を行う。また、ACA(American Cable Association)は再送信に関する法律関連の事務処理やFCCとの調整等を担う。この両者が協働して独立系事業者をサポートしている(図表18)。

図表 18 米国における連携の状況



また、独立系事業者向けに、IPTV/OTT サービスを手軽に実現する技術と番組の権利処理を併せたコンサルティングを行うサービスも出てきている（図表 19）。

図表 19 地方電話会社や CATV 事業者向けの OTT/IPTV サービスも現れている（写真は「Skitter TV」）



（備考）当社資料

米国中部では、当地域の独立系事業者が一堂に会する”Mid-American Cable Show”が毎年開催されている。2013 年のショーは 9/4～9/6 にミズーリ州スプリングフィールドで開催された。セッションでは、NCTC や独立系事業者による TV Everywhere の取り組み状況、技術ロードマップ等が紹介された（図表 20）。また、展示ブースでは、独立系事業者の強みである地元の高校のフットボールやバスケットボールといったコンテンツをタブレット端末等で視聴できるサ

図表 20 パネルディスカッションの様相



（備考）図表 20、21 は日本政策投資銀行撮影

ービスが目立った（図表 21）。

個々の事業者も連携を意識している。ある地方独立系事業者へのヒアリングにおいては、TV Everywhere が地方部でも普及すると見据えた上で、それを実現するための連携先として、MSO ないし、NCTC のような中小事業者連合の 2 つを挙げた。また、近隣で CATV 事業を手がける電力事業者等との連携により活路を見出そうとしている。加えて、連携に際しては各事業者の個性を多少犠牲にすることも必要である、との意見もあった。

② 日本における連携への意向

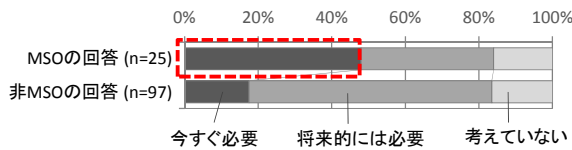
ケーブルテレビ業界をめぐる競争環境の激化、技術革新が進む中、業界内の連携への機運も高まりつつあるとみられる。そこで、本年度レポートでは連携に関するアンケート調査を実施した。

まず、連携への意向については、回答事業者の 8 割以上が「連携が必要」と回答した。MSO/非 MSO 別では、「今すぐ必要」という回答が MSO で 4 割を超えるのに対し、非 MSO では 2 割未満にとどまり、連携への意向の強さに相違がみられた（図表 22）。

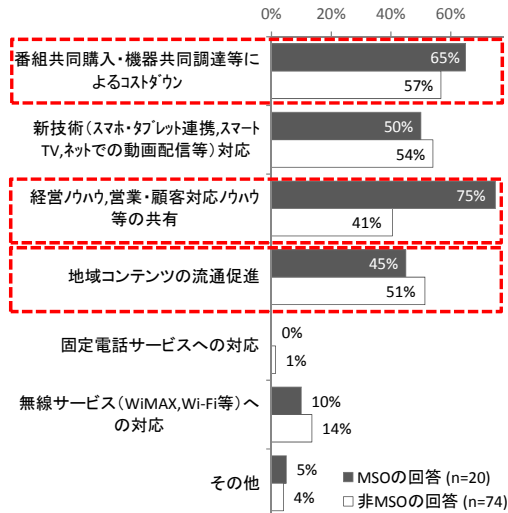
図表 21 地元高校のスポーツコンテンツをタブレットで視聴



図表 22 連携への意向
(単回答, MSO/非 MSO 別)



図表 24 連携で期待する効果
(複数回答, MSO/非 MSO 別)

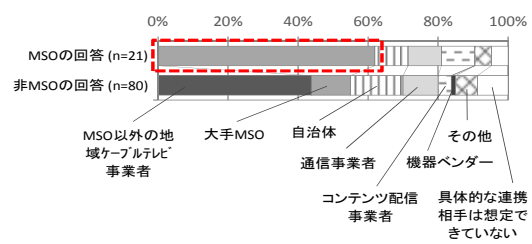


(備考) 図表 22~25 は日本政策投資銀行作成

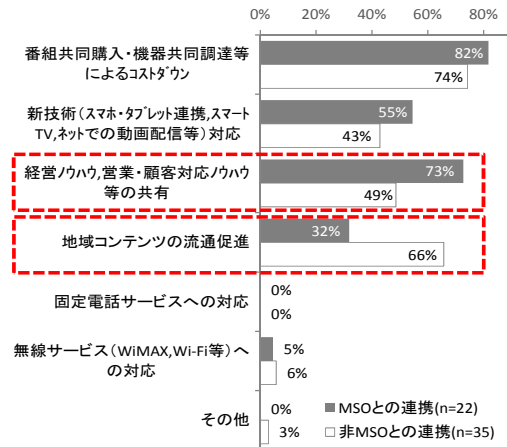
次に、「連携が必要」と回答した事業者を対象に、想定する連携相手を探ねると、「MSO以外の事業者」との回答が最も多く、次いで「MSO」となった。ただし、MSO/非MSO 別に見ると構成は大きく違っており、非MSO では「MSO以外の事業者」が最も多く、「自治体」も比較的多い一方、MSO では連携相手として「MSO以外の事業者」を回答する事業者は無かった(図表 23)。

また、連携で期待する効果については、「番組共同購入・機器共同調達等によるコストダウン」との回答が約 6 割と最も多く、「新技術」や「経営・顧客対応ノウハウ」、「地域コンテンツ流通促進」等も 5 割近くが回答した。MSO/非MSO 別に見てみると、「コストダウン」や「経営・顧客対応ノウハウ」では MSOの方が非MSOより回答割合が高く、特に「経営・顧客対応ノウハウ」

図表 23 想定する連携相手
(単回答, MSO/非 MSO 別)



図表 25 連携で期待する効果
(複数回答, 連携先が MSO/非 MSO 別)



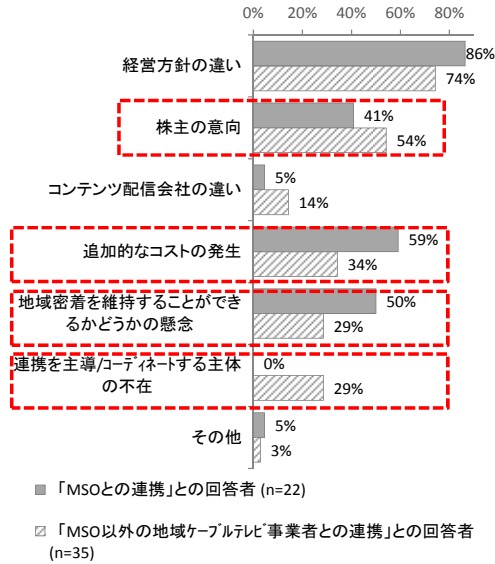
での期待が大きいことが窺える(図表 24)。一方、「地域コンテンツ流通促進」や「新技術」では非MSOで高い期待度が窺える。

さらに、効果について想定する連携相手別に見ると、MSOとの連携、MSO以外の地域ケーブルテレビ事業者との連携ともに、「コストダウン」への期待が最も多い(図表 25)。ただし、2番目に多い回答は、MSOとの連携が「経営・顧客対応ノウハウ」である一方、地域ケーブルテレビ事業者との連携では「地域コンテンツの流通促進」である。

最後に、連携実現に向けた課題としては、7割以上の事業者が「経営方針の違い」と回答した。これを連携相手別に見ると、MSOとの連携では「追加的なコストの発生」や「地域密着を維持できるか懸念」の回答割合が、地域ケーブルテレビ事業者との連携より高い。一方、地域ケーブルテレビ事業

者との連携では「株主の意向」の回答割合が2番目に高い(図表26)。

図表26 連携実現に向けた課題(複数回答)

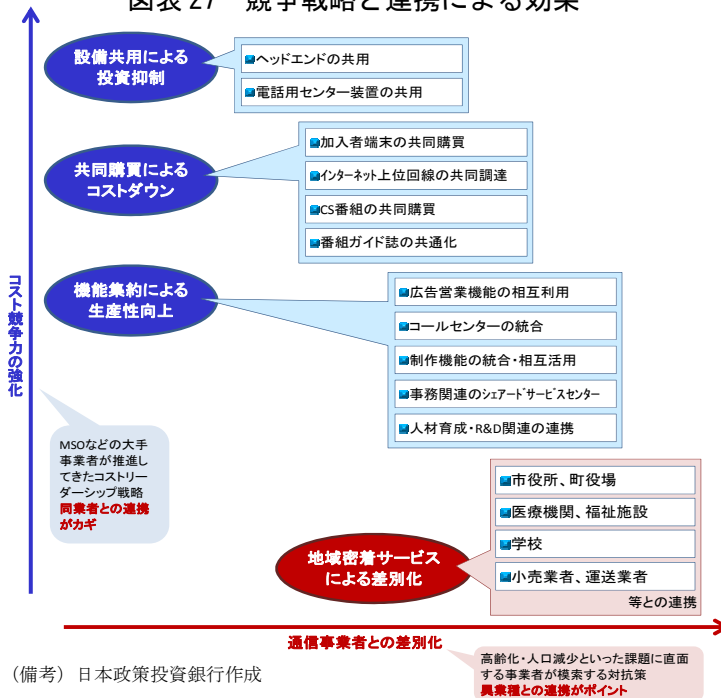


(備考) 日本政策投資銀行作成

③ 連携戦略

今後、技術革新や通信事業者等との競合激化が予想される中、ケーブルテレビ事業者の経営戦略は、大きく分けて「コスト競争力の強化」と「地域密着によるサービス

図表27 競争戦略と連携による効果



(備考) 日本政策投資銀行作成

の差別化」の2つの方向性があり(図表27)、いずれも連携がキーポイントとなる。縦軸の「コスト競争力の強化」では、同業他社との「設備共用」「端末・番組等の共同購買」や「機能集約」といった方策が考えられ、すでに実践している一部事業者においては、相応の効果を上げている。

一方、横軸の「地域密着サービスによる差別化」は、地域内の様々な主体との連携により、地域住民の課題解決や豊かな暮らしを実現するものである。この連携では、地域の各主体と地域住民を結ぶ役割がケーブルテレビ事業者に期待される。

ケーブルテレビ事業者としては、事業環境の変化を見据えて、まずは自社の中長期的な業績見通しと経営計画を策定し、どのような連携が自社にとって望ましいのかという連携戦略を具体化することが求められよう(図表28)。連携に対する考え方や期待される効果は事業者によって異なるため、プラットフォーム整備の議論や国内外の連携の先行事例も参考にしながら、

個々の事業者の特徴や置かれている環境を踏まえて検討を進めることが重要であろう。

図表28 連携戦略の具体化

連携相手： 例) MSO、独立系事業者、通信事業者、自治体等...
連携範囲： 例) 設備の共用化、番組の共同購買、新技術対応...
連携で期待される効果・メリット： その具体的(経済的)効果 例) 投資抑制効果、生活支援サービス、... 〇〇円規模のコスト削減
阻害要因・デメリット： 例) 資本関係、独自性の維持...
自社に適合する連携か： 例) エリア、規模、...

(備考) 日本政策投資銀行作成

(担当)

企業金融第2部 澤田 裕之

産業調査部 清水 誠

- ・本資料は、著作物であり、著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い、引用する際は、必ず出所: 日本政策投資銀行と明記して下さい。
- ・本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。

お問い合わせ先 株式会社日本政策投資銀行 産業調査部

Tel: 03-3244-1840

E-mail: report@dbj.jp