

# ケーブルテレビ事業者が直面する課題と対応策

中田 郷

Nakata Go  
みずほコーポレート銀行  
産業調査部情報通信チーム調査役



## 有料放送市場・ ブロードバンド市場の 成熟化

### 圧倒的に低い 多チャンネル普及率

5月号では構造的な変化要因として、以下、①有料放送市場、ブロードバンド市場の成熟化、②番組供給会社の規模拡大について整理を行いたい。その後、ケーブルテレビ事業者が直面する課題と対応策について考察を加える。

まず、構造的な事業環境の変化として、有料放送市場の成熟化が挙げられる。2009年3月末時点で有料放送加入世帯数の累計は1,442万世帯まで増加した。但し、加入のペースは減少傾向にあり対前年増加率では、2003年以降の伸び率が10%以下の水準で推移しており、有料放送市場全体が伸び悩んでいるという事が窺える【図表1】。

米国における多チャンネル加入率約87%やフランスにおける多チャンネル加入率56%と比べた場合、我が国の多チャンネル普及率は未だ3割にも届いておらず、我が国の普及率は圧倒的に低いのが現状であ

る。2008年度純増実績では有料放送全体で75万件の増加となった。内訳別ではケーブルテレビ多チャンネルが44万件の増加、IPマルチキャスト方式による増加が23万件となっており、両者が足許の有料放送市場全体を牽引していると言えよう。

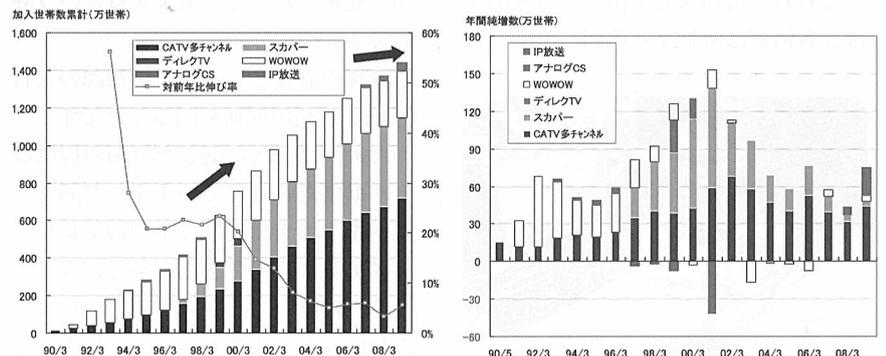
### ケーブルインターネットは 小幅ながら純増傾向

続いて、ブロードバンドサービス市場の飽和について説明したい。ブロードバンドの加入者は増加が継続し、順調な普及拡大を続けていたが、足許は増加幅が減少している状況にある。既にADSL利用者やCATVインターネット利用者の内でFTTHへ移行している利用者が多数存在していることや、2008年9月のリーマンショックに端を発した景況感の悪化による消費動向の変化等が影響していると思われる。4月号(前号)で記載したが、ケーブルテレビインターネットについては小幅ではあるもののコンスタントに純増傾向を維持しており、2009年3月末時点で411万まで加入者数を拡大させている。ケーブルテレビインターネットはブロードバンド市場全体の13.5%のシェアを占めており、ブロードバンド市場において一定の存在感を示していると言えよう。

### 規模拡大が進行する 番組供給会社

ケーブルテレビ事業者を取り巻く事業環境の変化における構造的な変化要因の2番目として、番組供給会社の規模拡大が挙げられる。2007年9月、我が国で17チャンネルに出資する我が国最大の番組事業統括会社であるジュピターTVが①CS有料チャンネル事業(16ch)を中核とする(新)ジュピターTVと、②ショッピング専門チャンネル「ショッピングチャンネル」を中核とするSCメディアコムに会社分割され、①J:COMが吸収合併、②住友商事が100%子会社化することになった。また、2009年10月にはJ:COMは持分法適用関連会社であるジェイ・スポーツブロードキャストの株式を追加で取得することで、連結子会社化している。本件により、ジュピターテレコムは従来からのケーブルテレビ事業に加え、より上位の番組事業会社を垂直統合することで、他プラットフォーム経由の視聴者へのサービス展開を視野に入れた潜在的な成長領域を取り込むことが可能となっている。今後は、より能動的にチャンネル事業者の整理統合を進め、優良コンテンツ拡充を通じた多チャンネル市場全体の拡大に繋げる方向であると思われる。

【図表1】有料放送市場の動向



(出所)各社公表資料等によりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表2】我が国主要都市におけるトリプルプレイサービスの状況 (2009年9月時点)

	NTTグループ (NET、TELはサービス済)			KDDI	電力系 通信事業者	J:COM	CATV 事業者 (各エリア)	特徴
	フレッツTV	NGN	提携					
札幌		×	×	×	×		—	■ NTTグループとJ:COMによる競争が激化の方向性
仙台	×	×	△	×	×		△	■ トリプルプレイを提供するのはJ:COMのみ
金沢	×	×	×	×	×	×	×	■ トリプルプレイサービス提供者は不在 (NTTが本格サービス開始の場合は周辺事業者にはリスク)
首都圏			×	×	×			■ 関西に次ぐ激戦地域
東海圏		×	×	×	×	×		■ NTTグループと地域のCATV事業者がトリプルプレイを提供
関西圏			×	×	×			■ 全国最激戦地域であり、NTT、J:COM、電力系通信事業者とCATV事業者が競争を展開
広島	×	×	×	×	△	×	△	■ 一部限定エリアでトリプルプレイが実現
徳島		×	×	×		×		■ NTTと電力系通信事業者がトリプルプレイを展開
福岡	×	×	×	×	×		△	■ 唯一J:COMがトリプルプレイサービスを展開

■全国的にはトリプルプレイサービスの提供が出来ているCATV事業者は少ないのが現状

出所) 各社公表資料等によりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

## 競争条件の変化に対応した課題

### 今後トリプルプレイの必要性が確実に高まる

ここからは個別に課題と対応策について考察を加える。通信系事業者との競争激化により顕在化する各種課題と対応策について考察を加えた後に、構造変化に対応した課題と対応策について述べることにしたい。

まず始めに「トリプルプレイサービス(高速インターネット・プライマリ電話・映像サービス)の提供」から整理をしたい。

トリプルプレイサービスについて、我が国全体を概観すると、サービス提供が可能な事業者は多くはない。【図表2】は主要都市における、NTTグループ、KDDI、電力系通信事業者、ジュピターテレコム、各ケーブルテレビ事業者のトリプルプレイサービスの状況であるが、現状では政令指定都市クラスの大都市でも再送信を含むトリプルプレイサービスは展開されていないエリアが存在する。長期間に亘りエリア独占であり、競争の激しい環境になかった事が原因と考えられるが、今後はNTTグループによる映像サービスのエリア拡大により、トリプルプレイサービスの必要性が確実に高まるものであろう。

### プライマリ電話導入の検討を行う必要がある

地方中核都市を中心に展開するケーブルテレビ事業者がトリプルプレイサービスを提供するに際して、課題となるのはプライマリ電話の導入である。一般的に、加入者の規模が8,000~10,000世帯を越えないと採算がとれないと言われているプライマリ電話であるが、各ケーブルテレビ事業者にとっては①そもそも加入者の数が少なく採算が合わない、②伝送路の改修や導入にあたっての一定の初期コストが発生する等の理由から、実際には導入まで踏み込めない事業者も多い。但し、プライマリ電話自体には映像サービス、通信サービスの解約防止という効果があることや、今後、大手通信事業者による再送信を含めたトリプルプレイサービスが全国レベルで一般化する状況では、ケーブルテレビ事業者にとっては必須のサービスとなる可能性

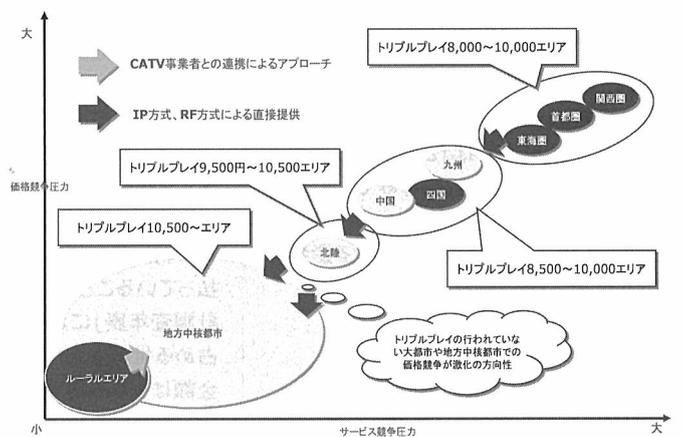
があり、各事業者はプライマリ電話導入に向けた検討を行う必要があるものと思われる。

### 今後は全国的に競争圧力が高まる方向性

一般的にトリプルプレイサービスを行う事業者の数が多いほど、価格競争圧力は強く、当然ながらサービス・価格の競争が進むこととなる。前述したように我が国においては関西圏が最激戦区であるが、次いで首都圏、東海圏の順で競争圧力が強い。上記エリアについてはNTTグループの映像サービス(ひかりTV:IPマルチキャスト方式、フレッツテレビ:RF方式)が既に進出しているエリアでもあり、トリプルプレイの価格としては8,000円~10,000円程度で推移している。競争・サービス競争圧力の強まりに応じグループ分けすると、前述した関西圏・首都圏・東海圏が第1グループ(トリプルプレイ8,000円~10,000円)、九州・四国・中国地方が第2グループ(同8,500円~10,000円)、北陸等が第3グループ(同9,500円~10,500円)、次いで地方中核都市、ルーラルエリア(同10,500円~)とグループ分けが可能となる【図表3】。

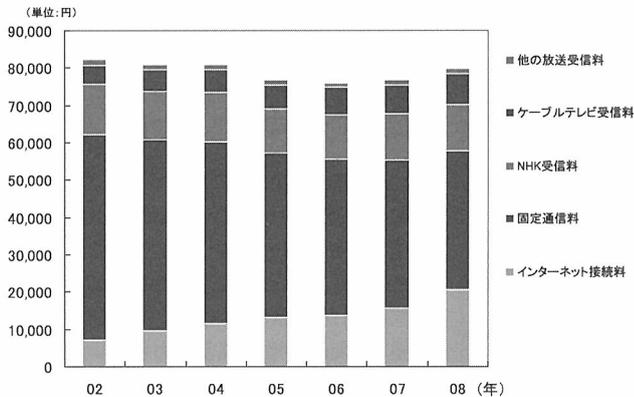
NTTグループによる全国均一の映像サービスの普及次第であるが、今後は第3グループ、地方中核都市、ルーラルエリアの事業者が厳しい競争に晒されることになる。我が国の地方中核都市では多くの事業者がトリプルプレイサービスで10,000円を超える水準でサービス提供している事を勘案すると、今後、NTTグループの映像サービスの進出状況に合わせて利用者の価格対

【図表3】各地方のトリプルプレイサービスの現状とNTTグループの進出状況



(出所) みずほコーポレート銀行産業調査部作成

【図表4】我が国におけるトリプルプレイサービス等への支出



(出所) 総務省「家計調査年報」よりみずほコーポレート銀行産業調査部作成

する見方は厳しくなる事が想定され、今までのような高いARPUを維持することは困難になるだろう。

### 今後はルーラルエリアでも価格競争圧力は高まることに

価格競争に対抗するための戦略としては、事業者は構造的なコスト優位の体制を構築したうえでその分のコストの差を低価格に繋げる戦略が必要となろう。代表的なアプローチとしては、顧客にとって価値の低い機能をなくす(減らす)ことでコスト削減を図ることや規模の経済によってコスト削減を図る等が考えられる。ケーブルテレビ事業者が行うトリプルプレイサービスを前提とした場合にはサービスを減らす戦略を採ることは難しく、規模の経済の追求によってコスト削減を図るアプローチが有効な施策となろう。

また、今後はルーラルなエリアにおいてもケーブルテレビ事業者にとっての競争圧力が強まっていくことが想定される。前述したようにNTTグループはケーブルテレビ事業者とアライアンスを組むことでルーラルなエリアにおいてもトリプルプレイサービスの提供を行っている。2009年9月にケーブルテレビ山形はNTT東日本との協業によるサービスを一部エリアにおいて開始した。トリプルプレイの価格自体は12,000円を上回る水準になっており、全国的にみても比較的高い水準でのサービス開始となっていることから、現状では価格競争における影響は限定的と考えられる。

### 地域独占の考え方を 変える必要性

本件サービスを展開するに際してケーブルテレビ山形は従来の有線テレビジョン放送

事業者ではなく有線役務利用放送事業者としてサービスを提供しており、広範なエリアでの事業展開が可能となっている。従って、ケーブルテレビ山形がNTTグループのFTTHインフラを活用し、周辺の既存ケーブルテレビ事業者のサービス展開エリア上でサービスを展開することも可能となる。斯

かる事態がすぐに起こり得るとは考え難いが、ケーブルテレビ事業者は、改めて、地域独占の考え方を考える必要があると言えよう。更に言えば、映像配信の技術動向次第であるものの、将来的にNTTグループは、例えば都道府県単位で夫々1つのケーブルテレビ事業者とアライアンスを行い、各事業者を有線テレビジョン放送事業者から有線役務利用放送事業者へ転換させ、各ケーブルテレビ事業者を既存のFTTH(フレッツ)利用者向けの多チャンネル放送サービス配信事業者としてしまうといった映像戦略を展開する可能性もあり得ると考えられる。

## 構造変化に 対応した 課題と対応策

### 有料放送市場の潜在的加入者層は 2,600万世帯と考えることも

有料放送市場、ブロードバンド市場の成熟化という課題に対する対応策としては、新規顧客の獲得と既存有料放送サービス顧客の囲い込みといった事が考えられる。前述したが、我が国のトリプルプレイサービスについては多くのエリアで約10,000円を超える水準となっている。この場合、ケーブルテレビ事業者のトリプルプレイサービスに加入している利用者は単純に年間で12万円程度支払っていることになる。一方で、総務省「家計調査年表」において、家計の消費支出に占める世帯あたりの通信料・放送料の合計金額は8万円程度になっている【図表4】ことを勘案すると、実際にトリプルプレイサービスへ支払っている世帯については、全国

平均よりも4万円多く通信・放送関連サービスへ支出していると考えられる。このような世帯は相応の収入がある顧客であると考えられ、ケーブルテレビ事業者は優良な顧客を保有していると言えよう。例えば、有料放送サービスに加入する所得層を年収400万円以上と想定した場合、我が国における世帯年収の推移によると、潜在的加入者層は2,600万程度と考えることも可能である。WOWOWを含む有料放送サービスへの加入者数は既に1,400万を越えており、潜在的な市場としては1,200万世帯しか残されていないと考えることも可能である。

### 規模拡大で高めたい 番組調達パワー

取り組むべき課題の最後として、番組供給会社の規模拡大によるケーブルテレビ事業者の番組供給会社に対する交渉力の低下について整理したい。前述したが、我が国では番組供給会社の規模拡大が進んでおり、各ケーブルテレビ事業者にとっては相対的に価格交渉力が低下してしまう可能性を孕んでいるといえよう。一般的に番組の調達交渉においては、加入者ベースで行われていることが多く、当然ながら、多くの加入者(視聴者)を抱える事業者の方が番組供給会社との交渉に際して相対的に交渉力は強いと言えよう。交渉上の対応策としては、ケーブルテレビ事業者としての規模の拡大(加入者の拡大)によるバイイングパワーの拡大といった視点が重要になるだろう。

ここで米国の事例を概観したい。米国のケーブルテレビ事業者のコンテンツ調達価格(総額)は上昇傾向にある(2004年12,680[MUS\$]→2007年24,770[MUS\$])。米国においてはIPTVや衛星放送の加入者獲得が堅調に推移していることで、番組供給会社は多くのチャンネルを獲得するに至っていることから、番組供給会社のケーブルテレビ事業者に対する交渉力が強まっていると推察される。我が国でもIPTVサービスは立ち上がり始めており、米国と同様の事例に陥る可能性も考えられる。番組供給会社との関係においても、規模の経済の追求による交渉力の確保といった戦略が課題の解決にとって、必要かつ重要になるものと推察される。

最終回である今回はケーブルテレビ事業の展望として、通信事業者との関係について触れながら、ケーブルテレビ事業者の進むべき方向性について考察を加えることとしたい。