

有料放送、過度な価格競争などが成長に影響

有料放送市場はいくつかの課題を抱えながらも、人口、収入の増加を背景としたニーズの増加を受け、堅調に成長を続けている。

情報通信省の報告によると、2015年の同市場は契約数990万件、売上は約4.6億ドルとなる。2015年までに世帯の3分の1が有料放送サービスに加入するという政府の開発目標が掲げられており、それが達成されている形だ。2010～2014年にかけて、有料放送の料金収入はCAGR（年平均成長率）22%を記録した。さらに、政府は「公共情報の強化」、「メカニズムや法的な枠組みの改善」、「投資資本の動員」、「サービス品質向上」の4つを柱とした政策を通じて、2020年までに世帯の60%から70%が有料放送サービスに加入することを目標としており、放送事業者にとっては追い風環境が築かれている。

ただ、現在、同市場は価格競争に陥っている。ユーザー1人当たりの平均売上は月平均4～5ドルであり、東南アジア地域他国の9～32ドルに比べ安価だ。この価格競争は、中小規模の事業者を潰すために大手が行った施策に端を発したと言われているが、2011年には55だった事業者数は、参入や退出を繰り返して、2015年終盤には31となった。過度な価格競争が市場の健全な成長を妨げているとも言われ、事業者の長期的な利益と結びついておらず、サービス品質は高くなく、事業者間の差別化も少なく、顧客のロイヤリティは低くなっている。

有料放送はケーブルTV、衛星放送、地上デジタル放送、IPTV、モバイルTVで展開されている。中でも有料放送黎明期から存在するケーブルTVの存在感が大きく、2015年、全契約数のうち80.8%を占めている。衛星放送は堅調に増加しており、2015年の契約数は140万件を超えている。同セクターでは、フランスの放送事業者Canal Plusグループが出資するK+が大手となっており、同市場において唯一の外資となる。同社は英国プレミアリーグやその他のスポーツ番組を中心に放送し、比較的高価格ではあるが、VTCやAVGを抑えてシェアを急速に伸ばし、2013年には衛星放送の契約数のうち約60%を占めている。一方、地上デジタル放送については、2020年までの全視聴世帯のアナログ放送からの移行を目指す政策も影響し、他放送波に移る事業者があったため縮小している。IPTVはインターネットサービスプロバイダーが中心であり、顧客獲得戦略の1つとしての側面も持っている。2013年、IPTVの契約数は110万であり、VNPT社によるMyTVが80%を占めている。同社は最初にIPTV事業を展開し、年間約55ドルで複数の番組を視聴できる。IPTV、とりわけVODサービスは世界的に見てもこれからの成長が注目される市場であるが、著作権侵害について政府の取り締まりは十分でなく、著作権を守らず安価にサービスを提供する事業者も多い。

有料放送市場は人口、収入の増加を背景としたニーズの増加を受け、これからも成長を続けていくと思われるが、過度な価格競争、著作権侵害といった問題が解決され健全な市場が構築されなければ、成長速度に陰りが見られるのも早いかもしれない。