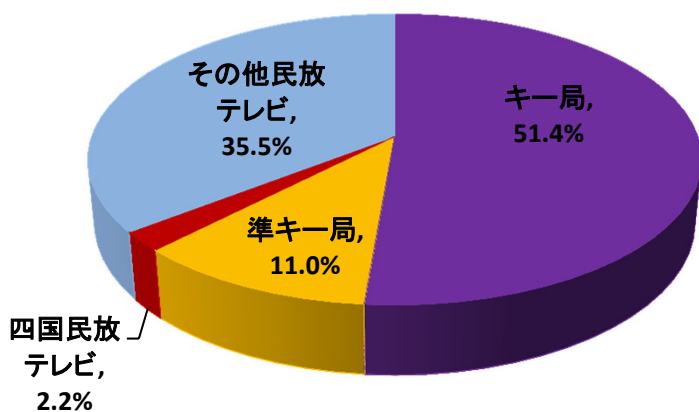


# 四国の民間放送事業者のポジション

## 1 事業収支報告からみた四国の民間放送事業者

### (1) 民間地上テレビジョン放送事業者

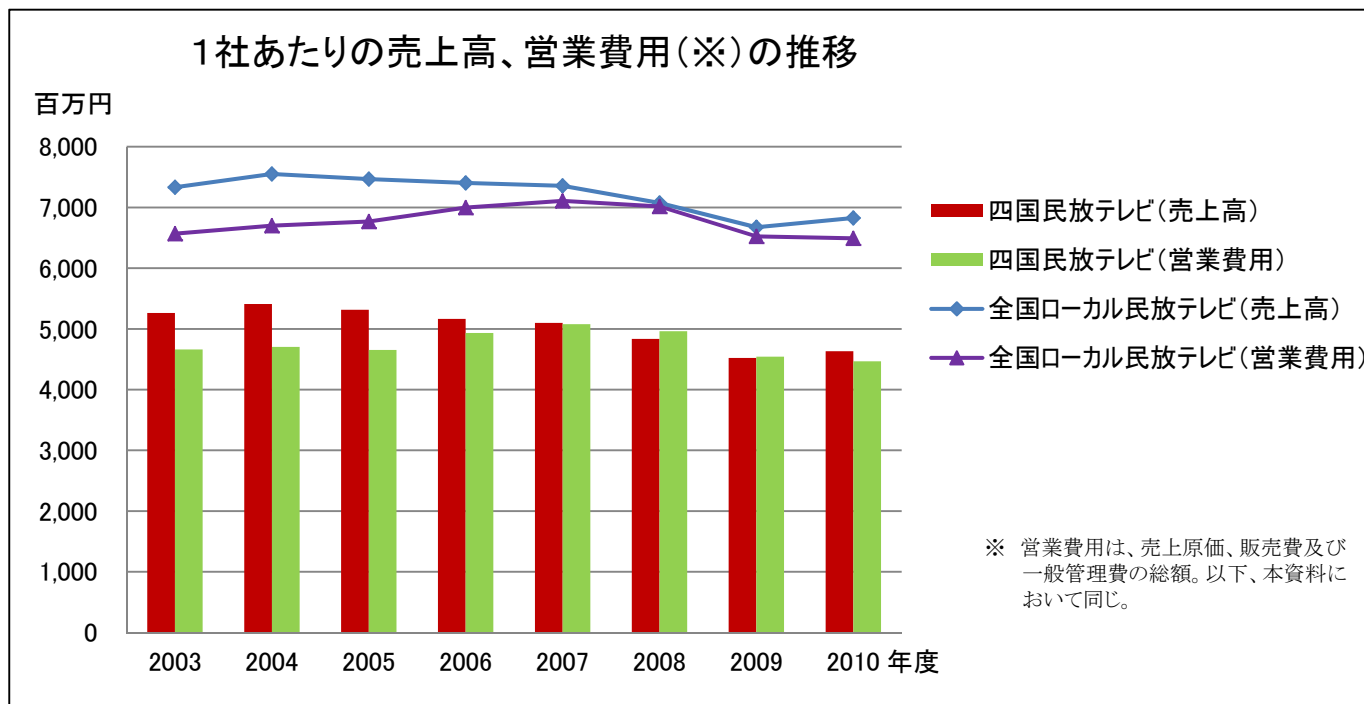


民間地上テレビジョン放送事業者の売上高

	社数	2010年度 売上高(百万円)
キー局	5	1,100,077
準キー局	4	236,015
四国民放テレビ	10	46,315
その他民放テレビ	108	759,424
合計	127	2,141,830

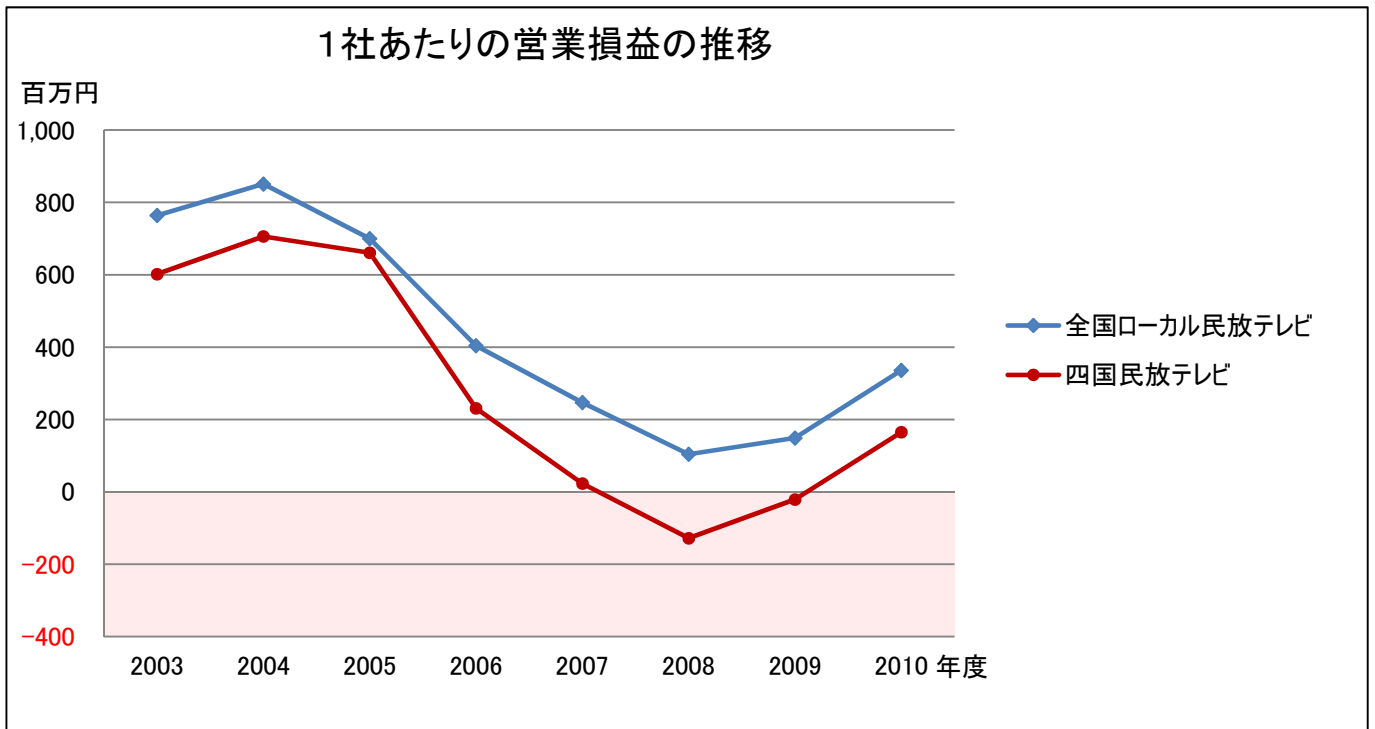
- 地上テレビジョン放送事業者の2010年度の売上高は、キー局5社で全体の5割強を、また、準キー局4社で1割強をそれぞれ占めている。
- 四国民放テレビは全体の2.2%を占めており、四国民放テレビ及びその他民放テレビの合計118社(以下「全国ローカル民放テレビ」という。)の売上高は全体の4割弱である。

このような状況であることから、この項では、主に、全国ローカル民放テレビと四国民放テレビを比較することとする。

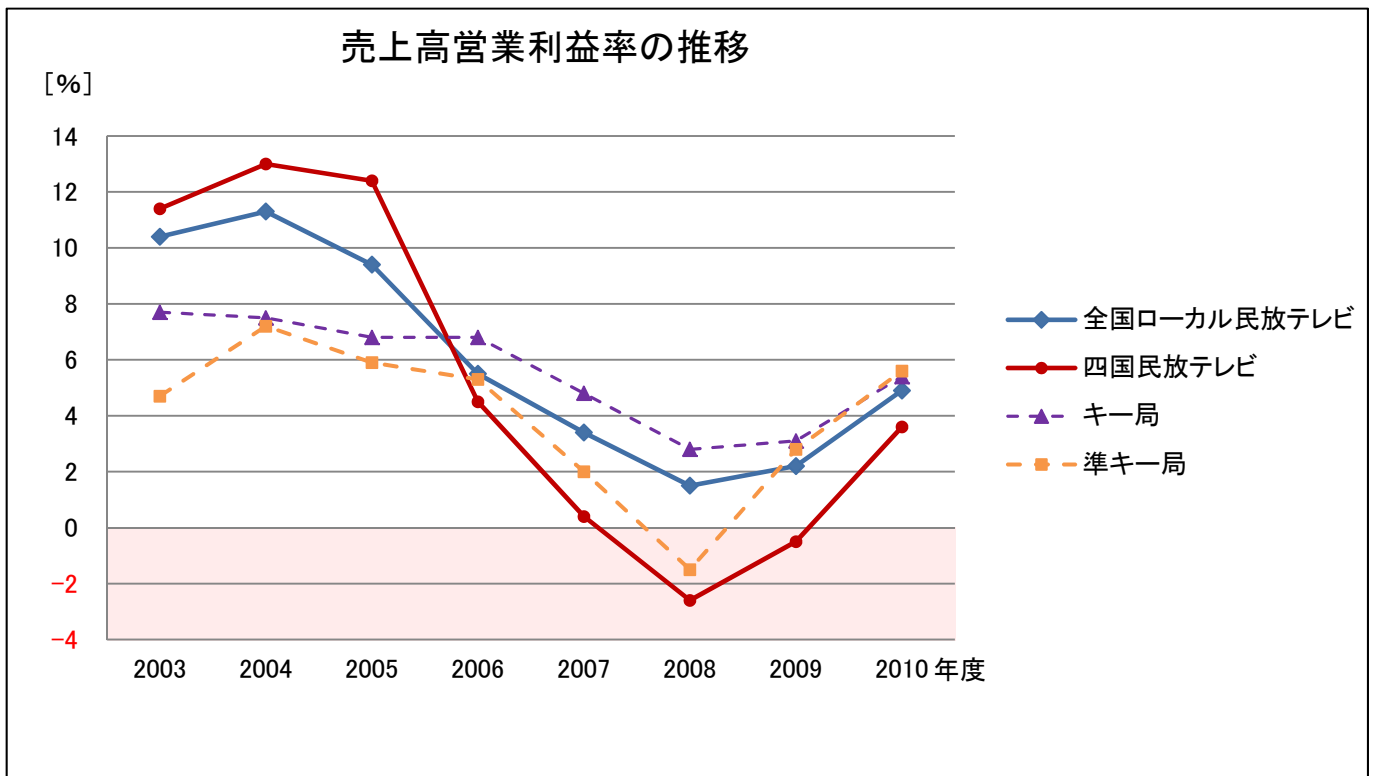


- 売上高は、全国ローカル民放テレビ及び四国民放テレビとも2004年度以降減少傾向であり、特に2009年度の減少幅が大きい。
- 営業費用は、いずれも2007年度まで増加傾向であったが以降減少傾向にある。

(民間地上テレビジョン放送事業者)

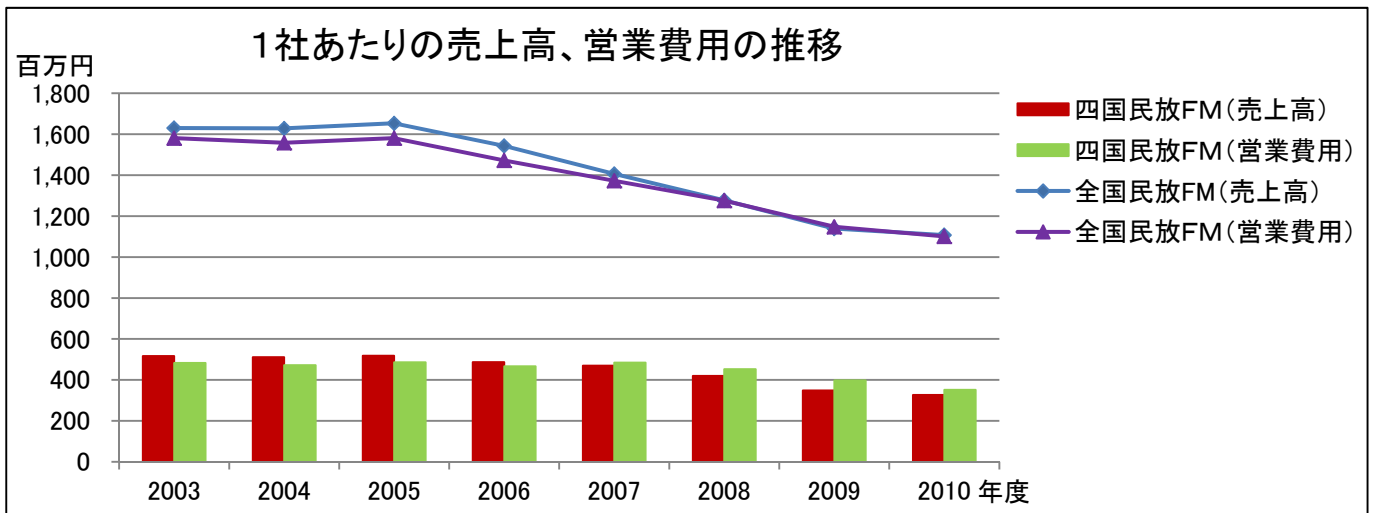


- 全国、四国とも2008年度に大きく落ち込んでいるが、2009年度以降改善の方向である。
- 営業損益の改善は、営業費用の圧縮が大きい要因を占めていると推察される。

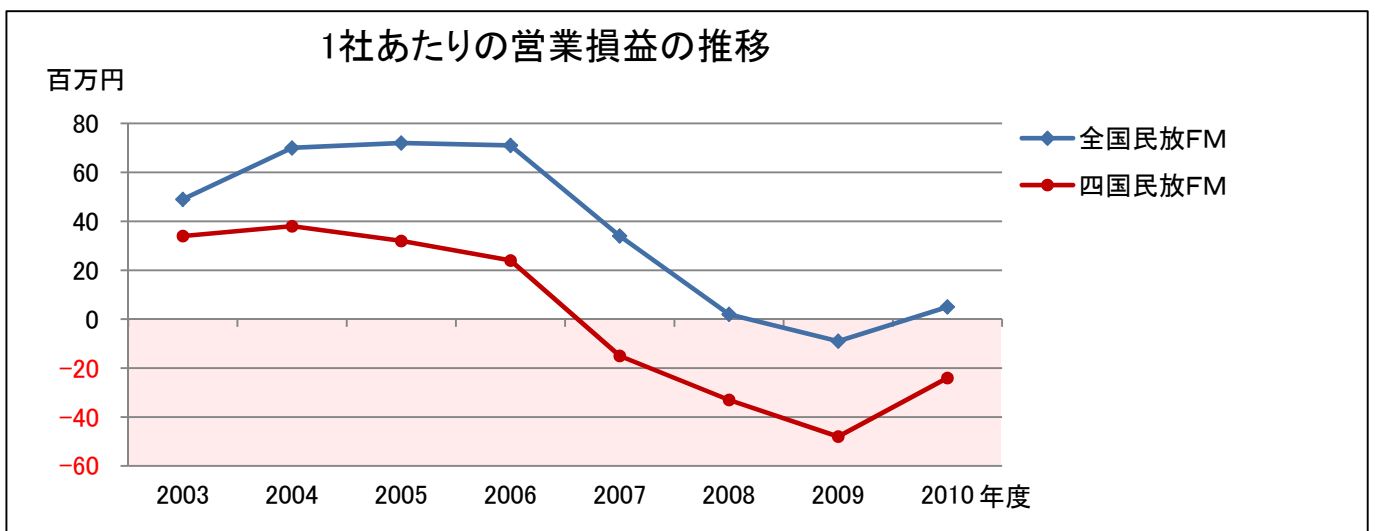


- 営業利益率でも、2008年度に大きく落ち込んでいる。  
その傾向は、キー局及び全国ローカル民放テレビでは緩やかな変動であるのに対して、準キー局及び四国民放テレビでは変動が大きくなっている。

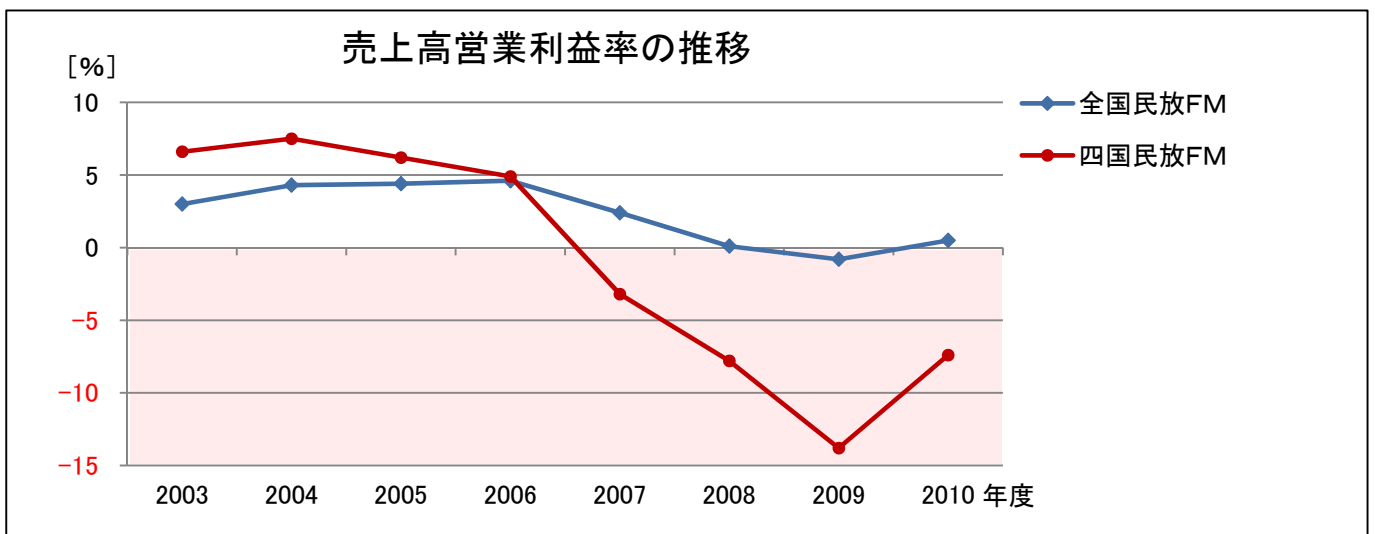
## (2) 民間FM放送事業者



- 売上高は、2006年度以降減少傾向にある。
- 売上高の減少を踏まえ、各社とも営業費用の圧縮に努めているものと推察される。

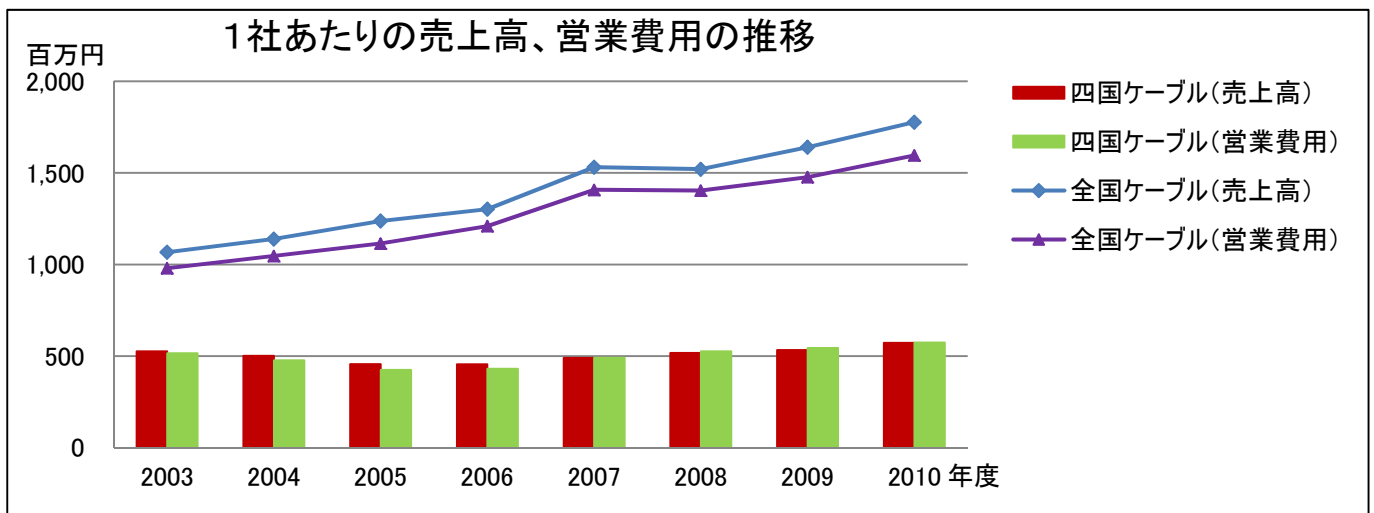


- 全国、四国とも2010年度に改善したものの、四国民放FMでは2007年度以降マイナスの状況が継続している。

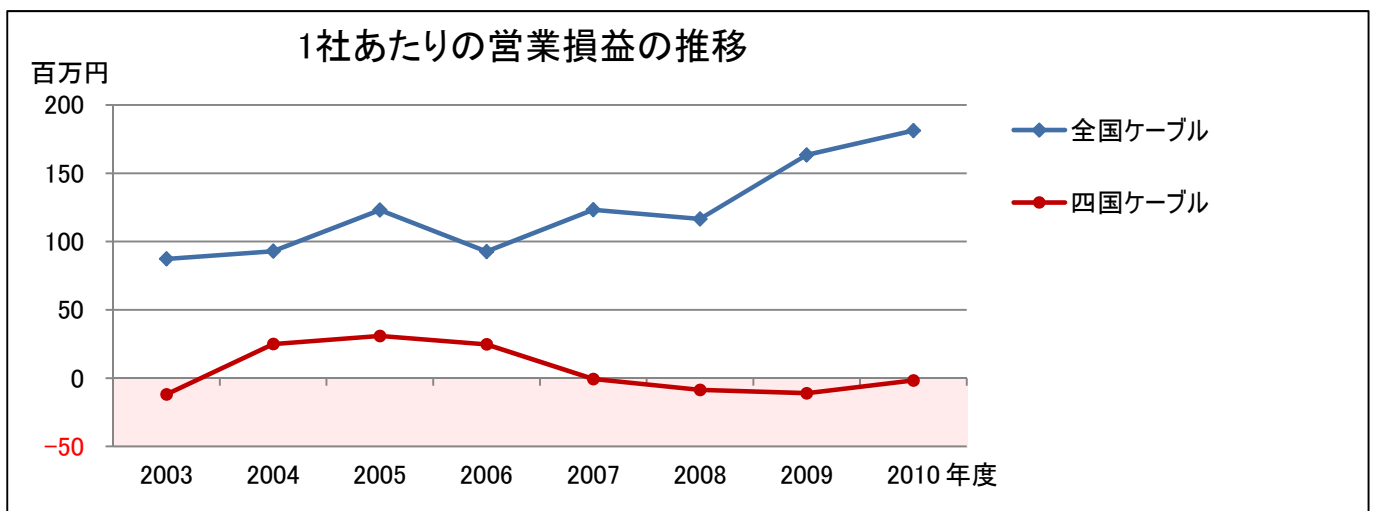


- 全国民放FMでは変動幅が少ないのに対し、四国民放FMでは大きく変動している。

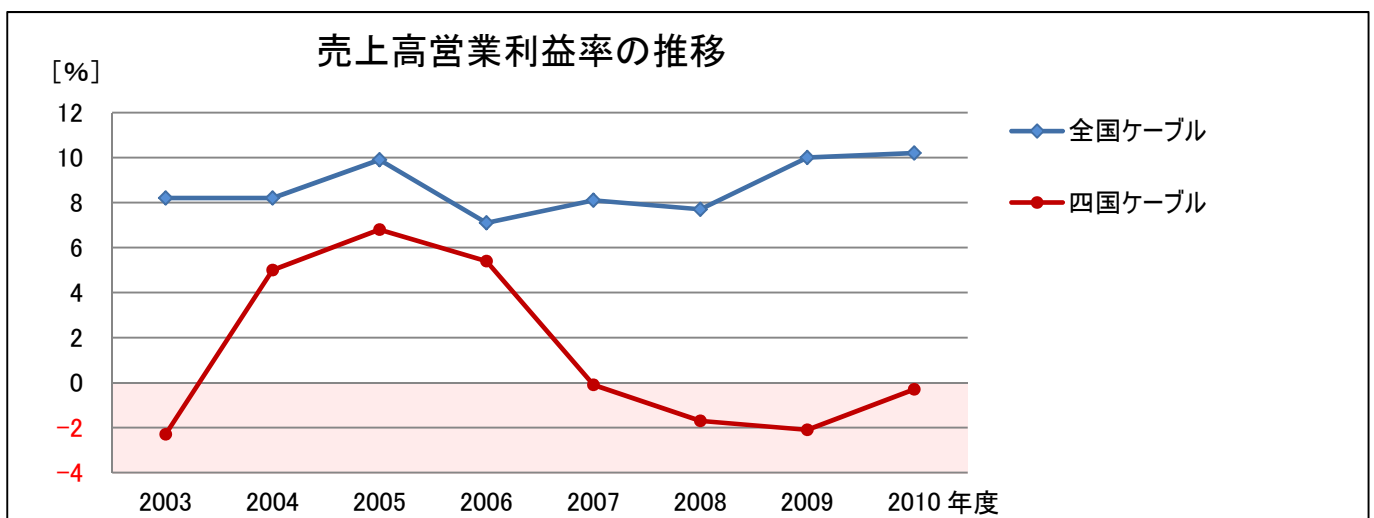
### (3) ケーブルテレビ事業者(ケーブルテレビ事業のみの収支)



- 全国ケーブルの売上高は、2008年度に若干減少したもの、全体として順調に増加している。
- 四国ケーブルの売上高は、2006年度まで減少傾向、以降増加傾向となっている。



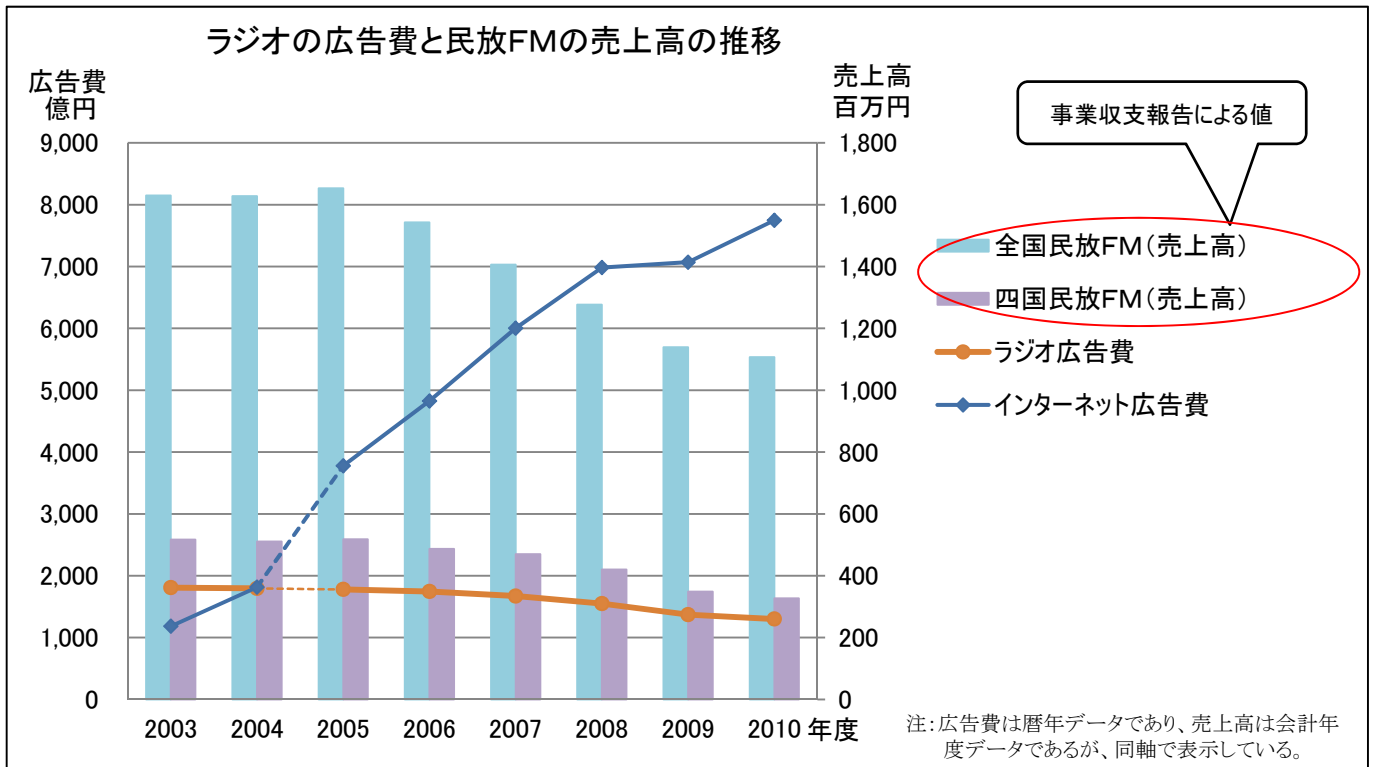
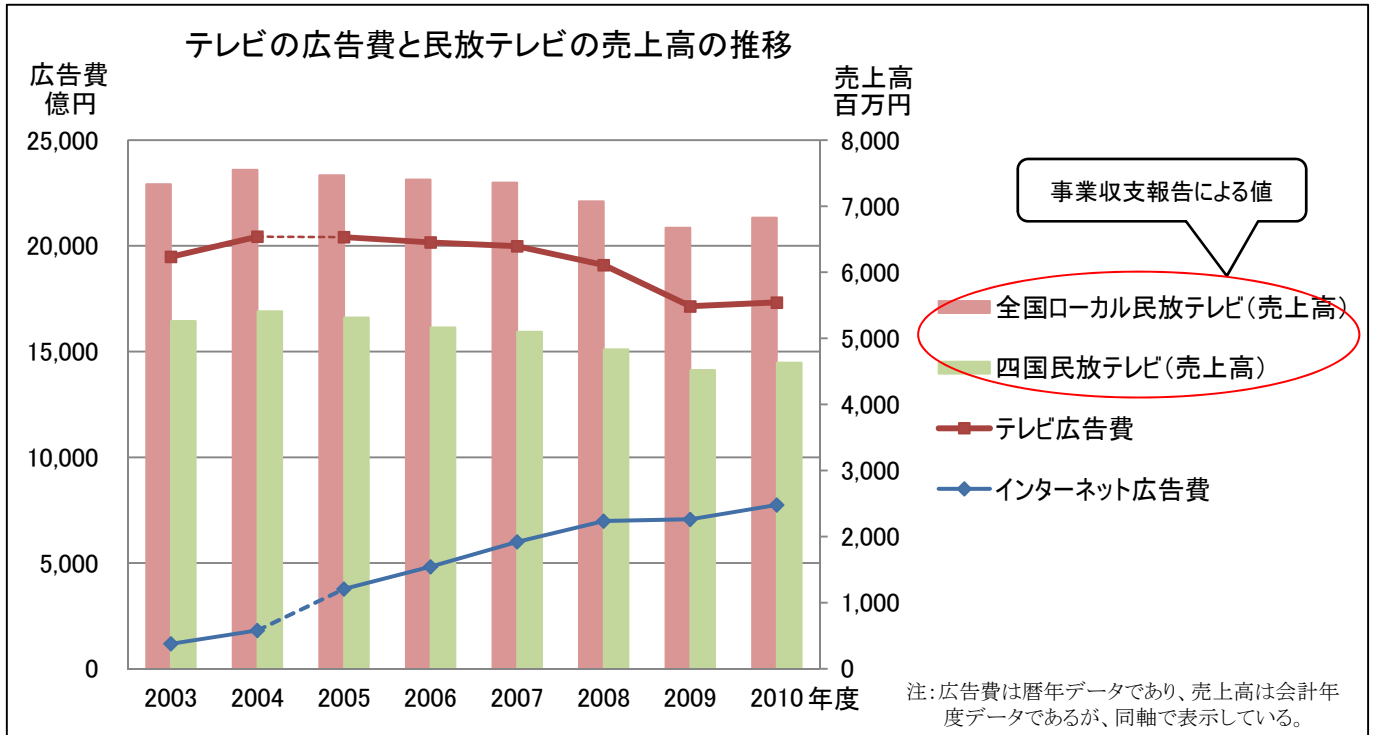
- 全国ケーブルでは、若干の増減はあるものの全体として増加傾向にある。
- 四国ケーブルでは、2007年度以降マイナスの状況が継続している。  
なお、通信事業等を含めたケーブルテレビ会社全体の営業損益は、プラスである(報道資料参照)。



- 全国ケーブルでは、若干の増減はあるもののテレビやFMに比べて変動幅が少なく、安定的である。
- 四国ケーブルでは、四国民放テレビや四国民放FMの傾向と同様に大幅な変動が見られる。

## 2 他の指標と比較した四国の民間放送事業者(ケーブルテレビ事業者を除く)

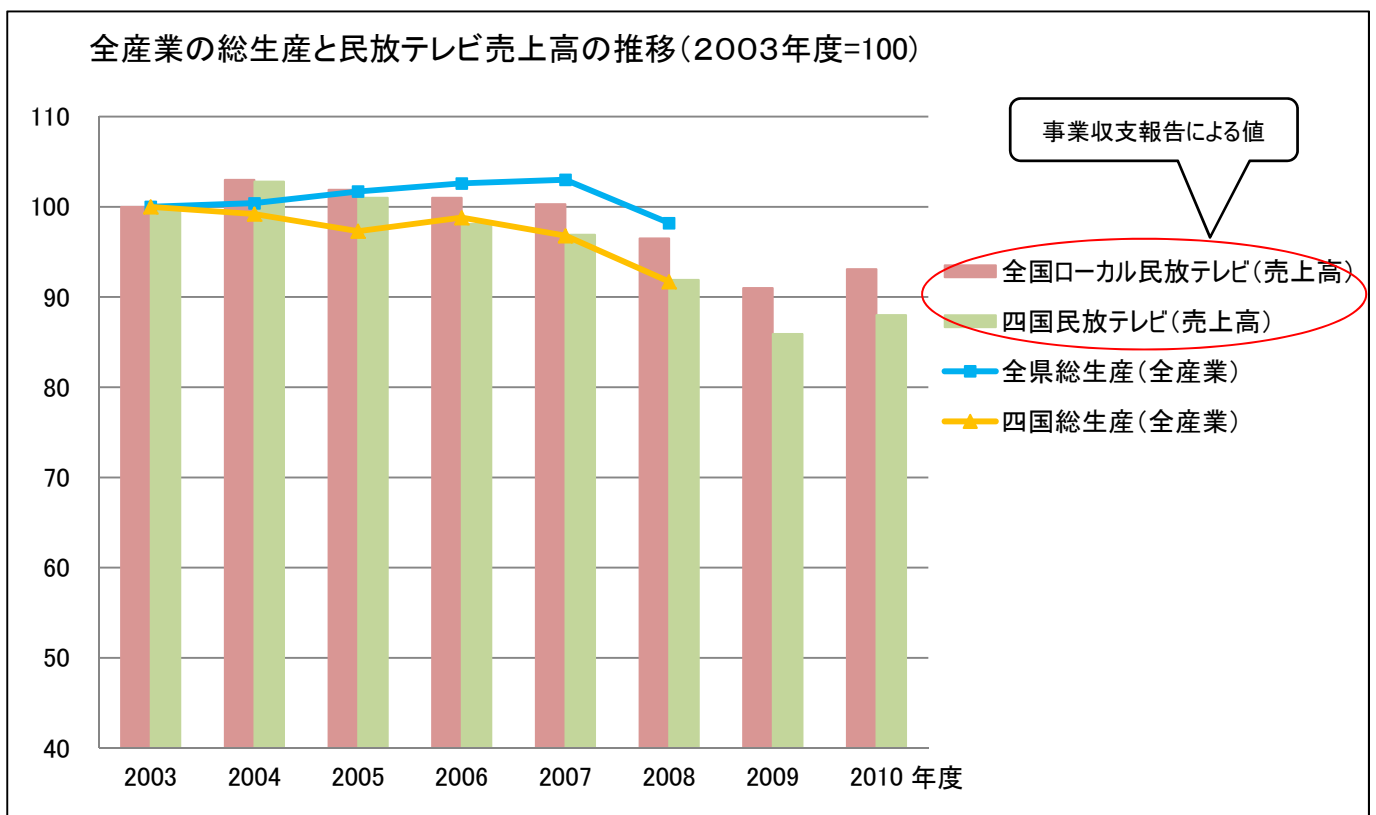
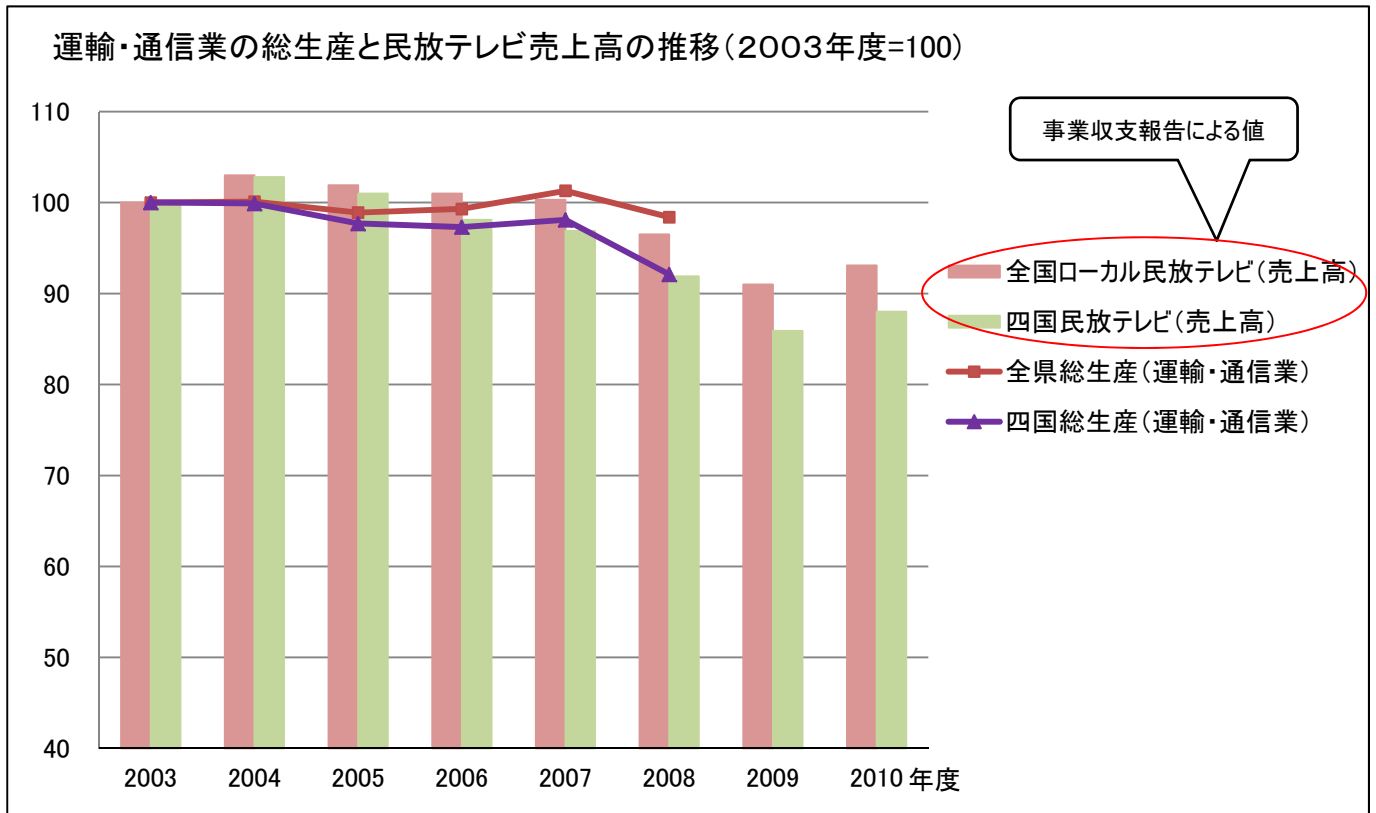
### (1) 各種メディアの広告費と民間放送1社あたりの売上高



- テレビ又はラジオの広告費と、民放売上高の変動の傾向は、当然のことながら酷似している。
  - 一方で、インターネット広告費は、大幅な伸びとなっている。
- なお、広告費全体では減少傾向であり、メディア別では、インターネット及び衛星メディアが増加傾向、プロモーションメディア、テレビ、新聞、雑誌及びラジオが減少傾向となっている(P13参照)。

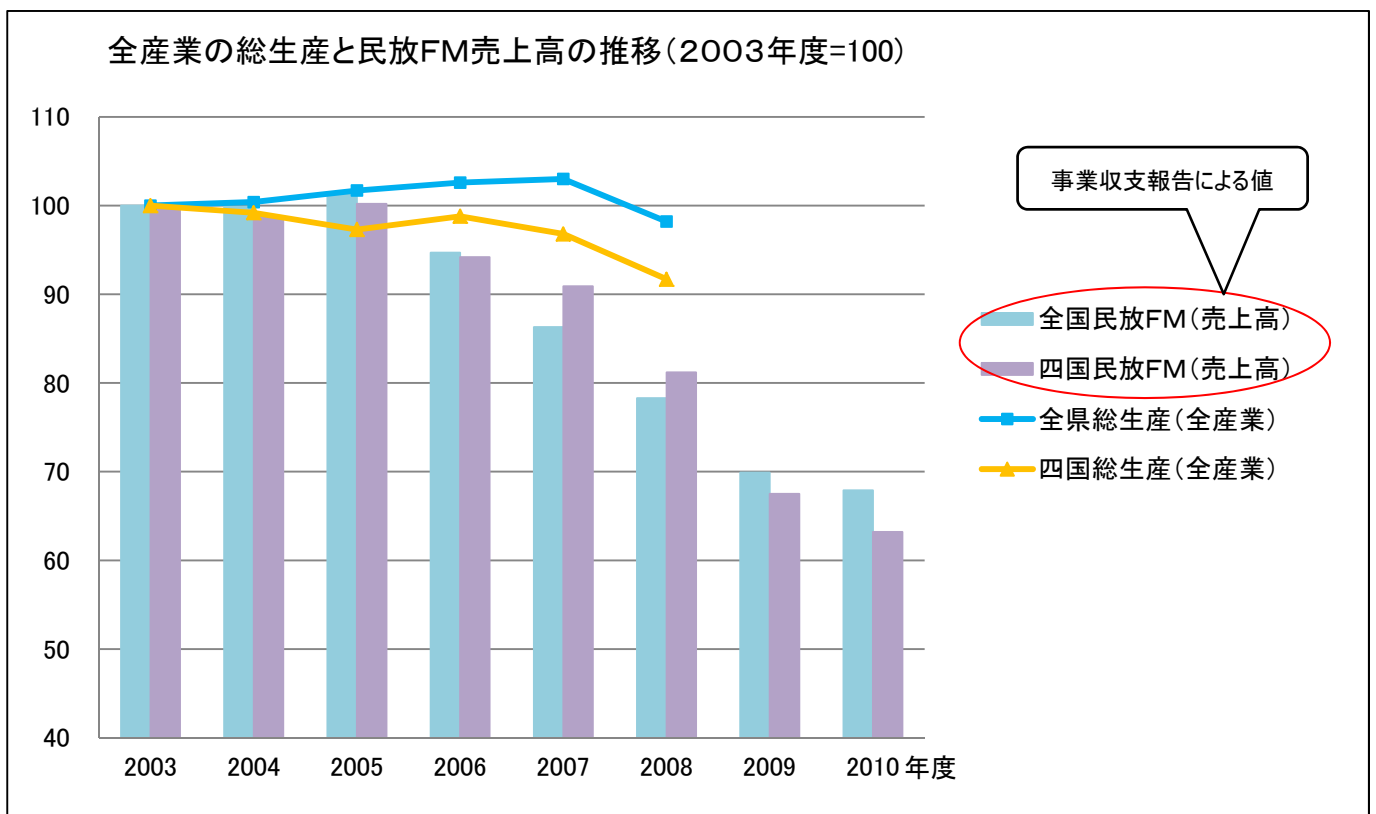
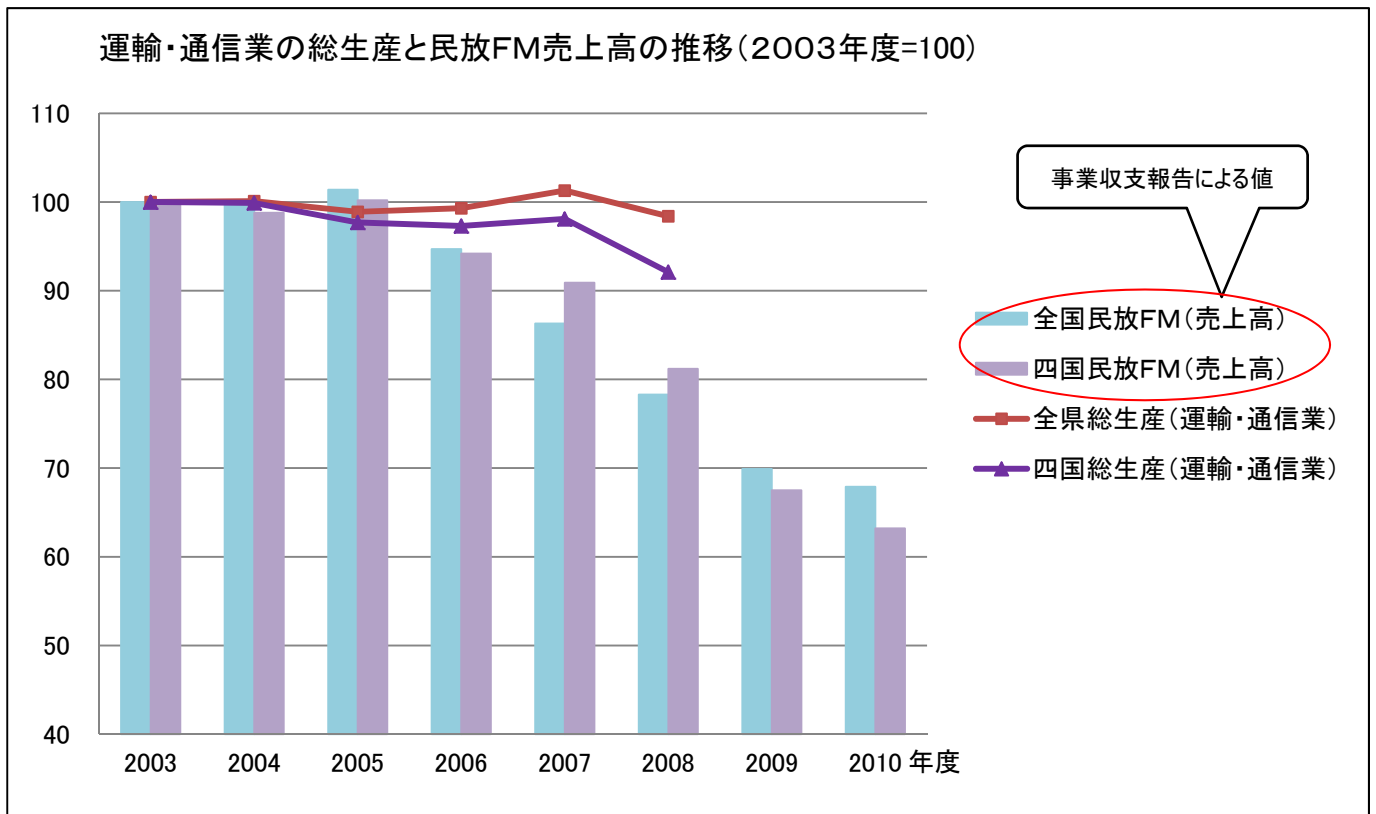
出展:「日本の広告費(電通)」各年版  
2005年から、媒体別広告費の区分・推定範囲を改訂している。

## (2) 県内総生産と民間放送の売上高の伸び



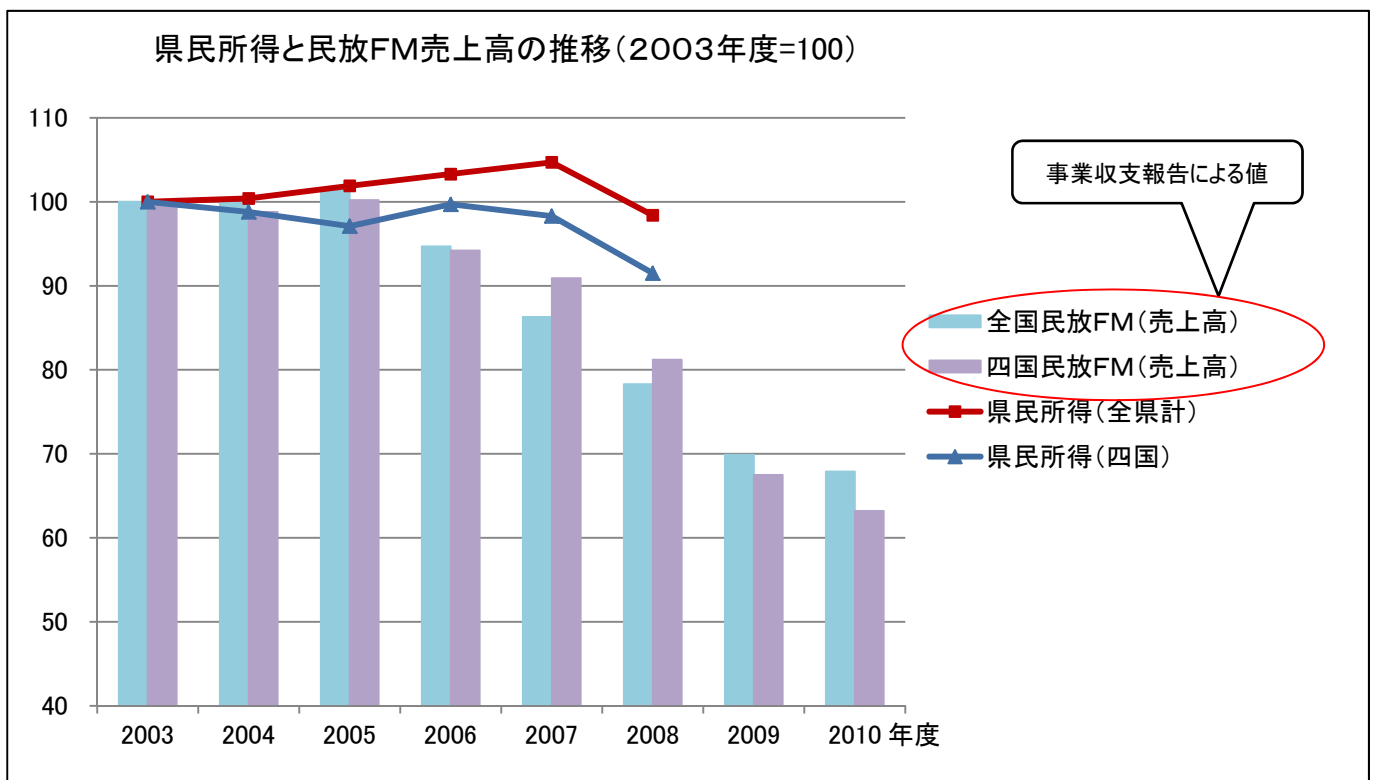
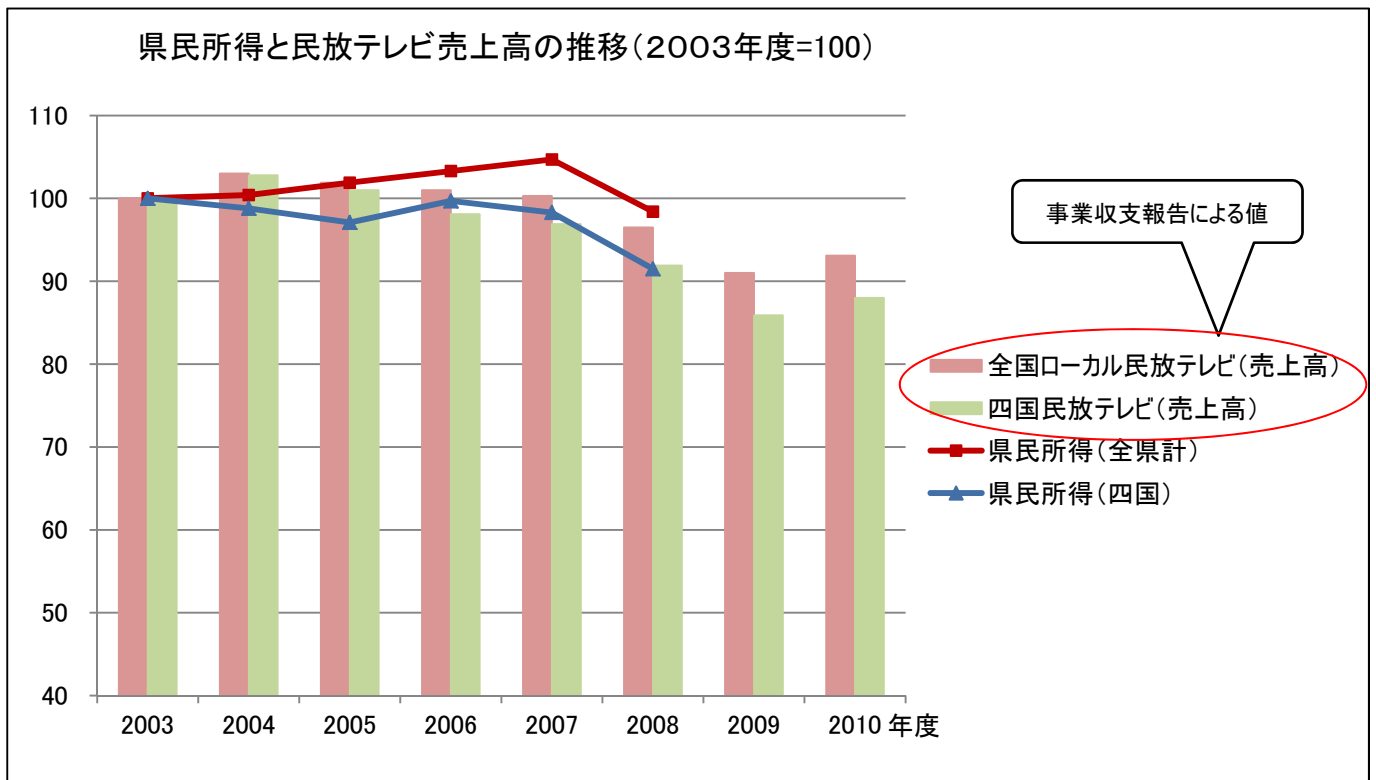
- 運輸・通信業の総生産は、2003年度以降伸びが少なく、特に四国では2008年度に大きく減少している。
- 全産業における四国の総生産においても同様の傾向となっている。

(県内総生産と民間放送の売上高の伸び)



○ 民放FMの売上高の減少幅は、総生産の変化より大きくなっており、厳しさが推察される。

### (3) 県民所得と民間放送の売上高の伸び

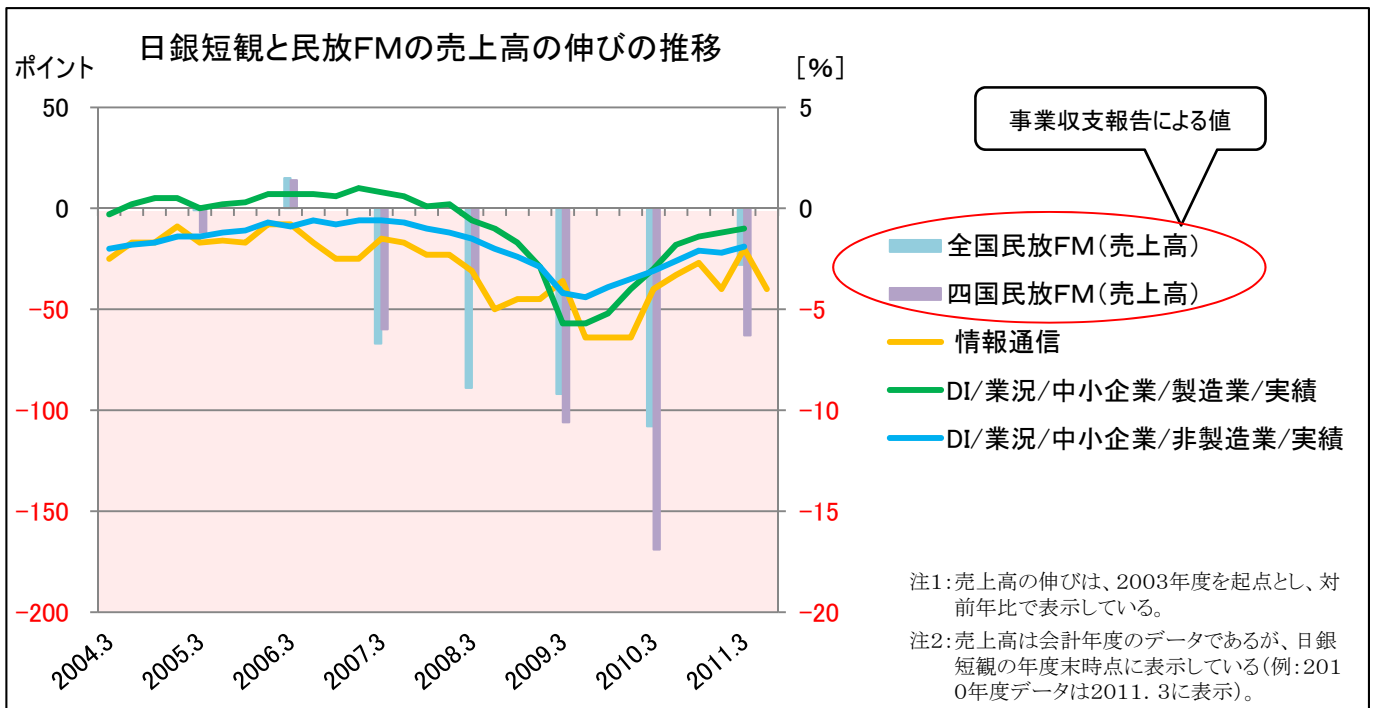
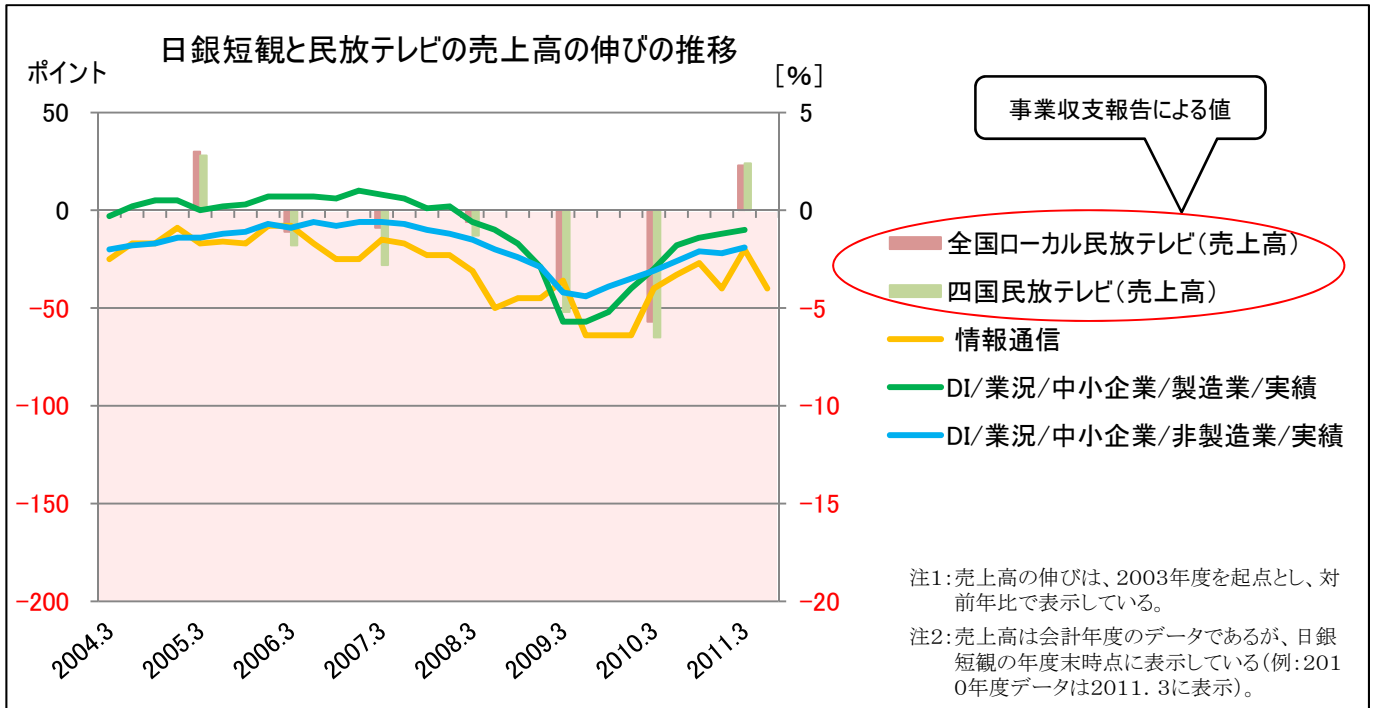


○ 県民所得の推移と比較した場合でも、民放テレビではほぼ同様の傾向で減少しているが、民放FMでは県民所得の変化より大きくなっている。



## (4) 日銀短観(※)と民間放送の売上高の伸び

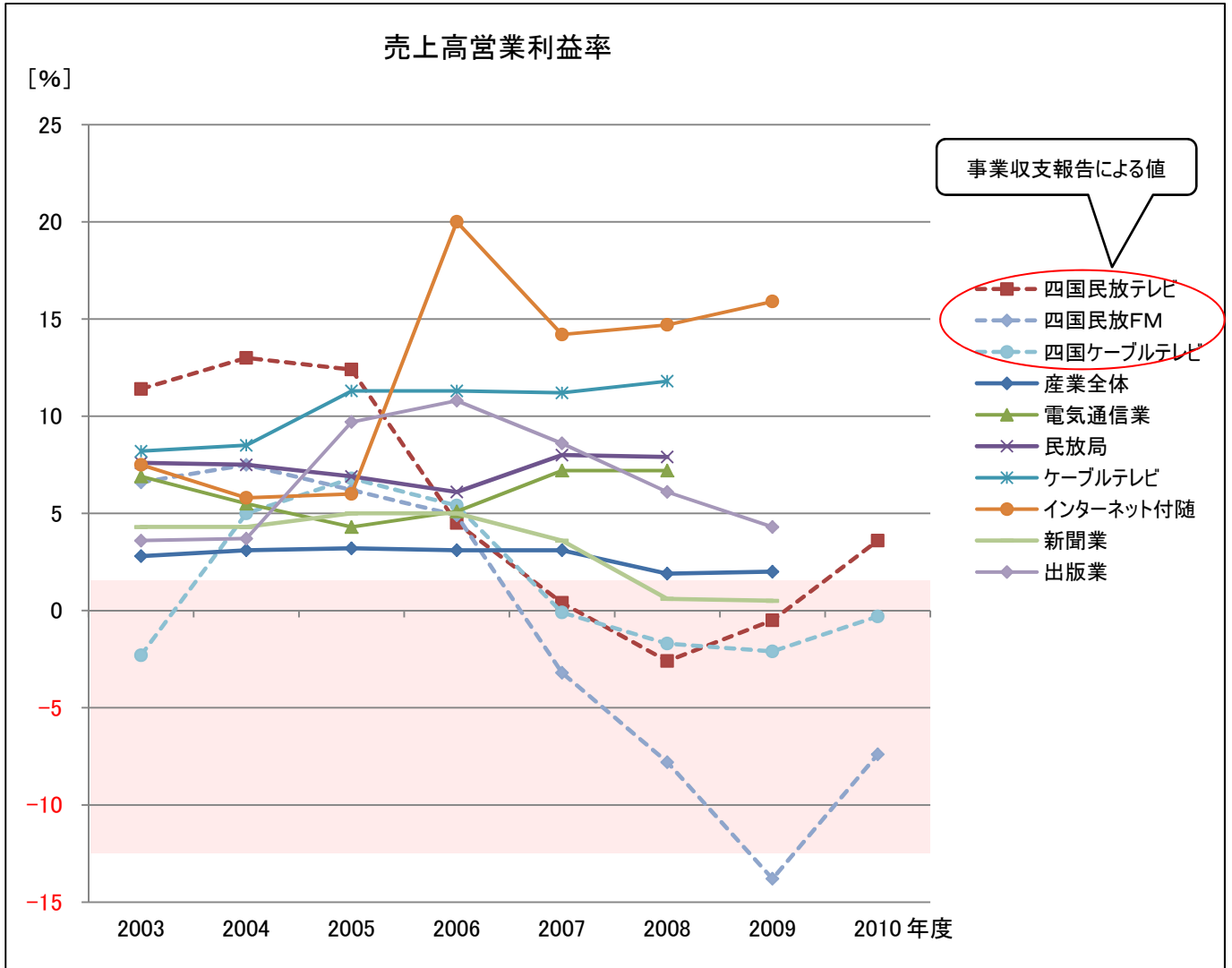
※ 日本銀行 全国企業短期経済観測調査  
四国地域業況判断D.I.



○ 民放テレビではほぼ同様の傾向で減少しているが、民放FMではより大きく変動している。

### 3 他の情報通信産業と比較した四国の民間放送事業者

#### (1) 売上高営業利益率の経年変化



○ 四国の放送業の売上高営業利益率(グラフの点線のデータ)は、他の情報通信関連産業のそれと比較すると、その変動が著しい。特に民放FMの変動が顕著である。

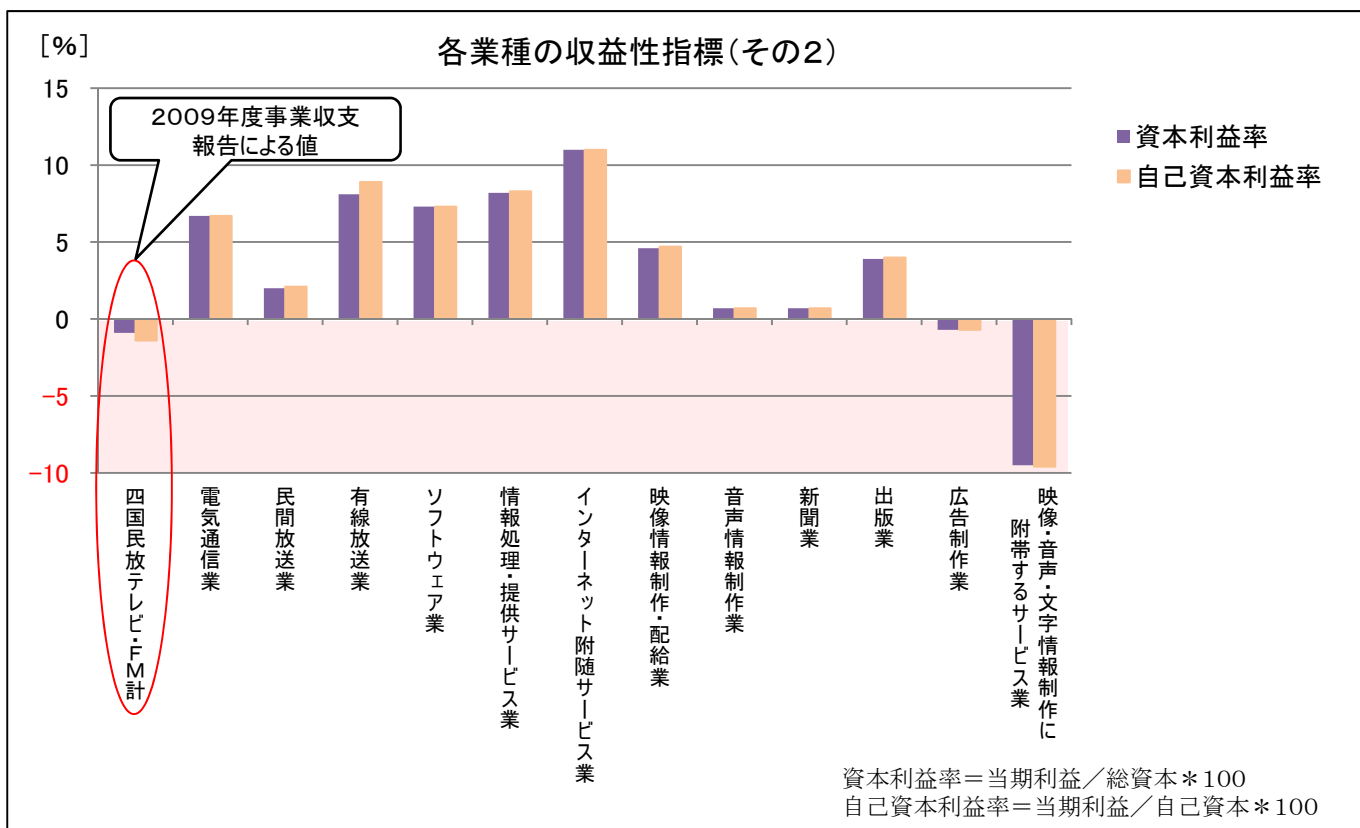
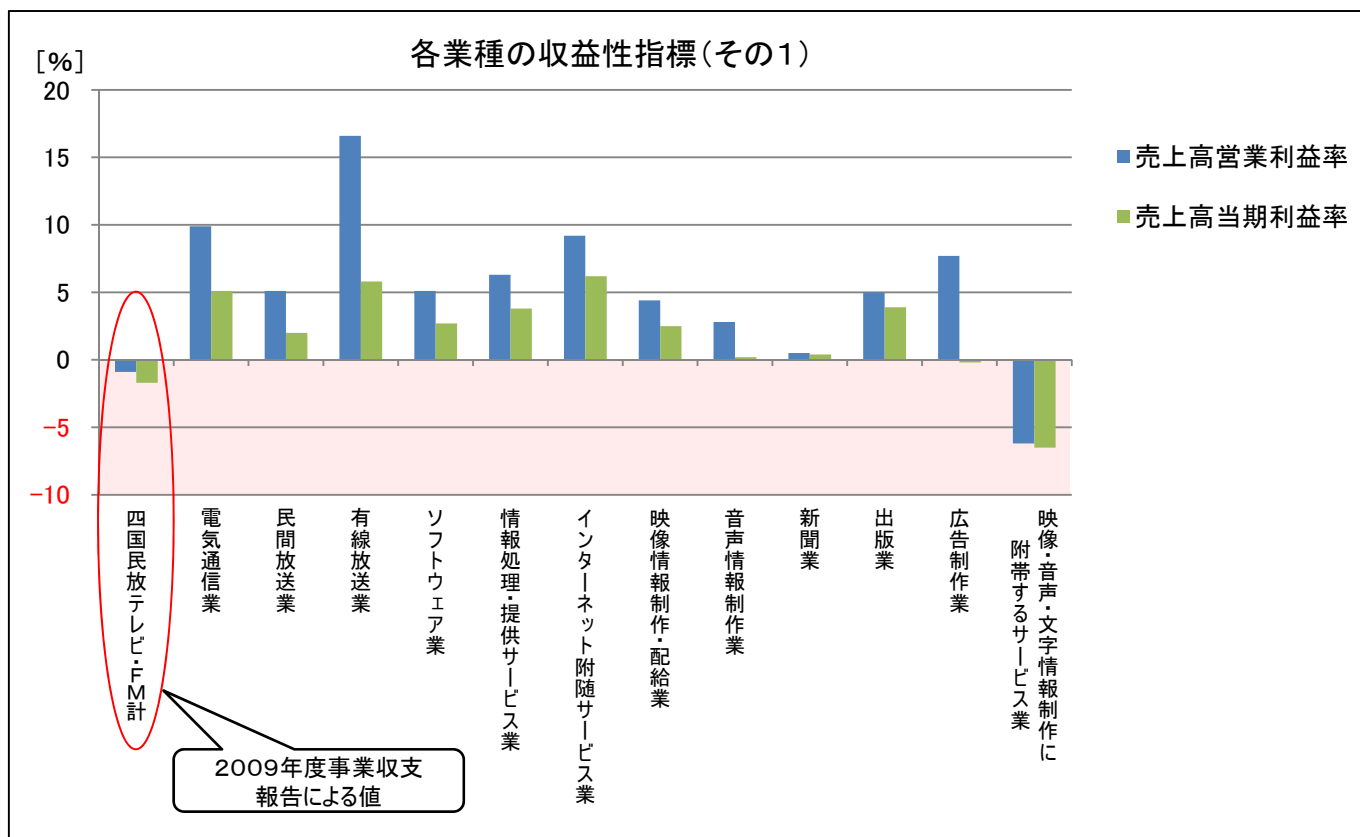
出展：法人企業統計報告(財務省)・・・産業全体

経済産業省企業活動基本調査(経済産業省)・・・インターネット付随サービス、新聞業及び出版業

通信・放送産業基本調査(総務省)・・・電気通信業、民放業及びケーブルテレビ

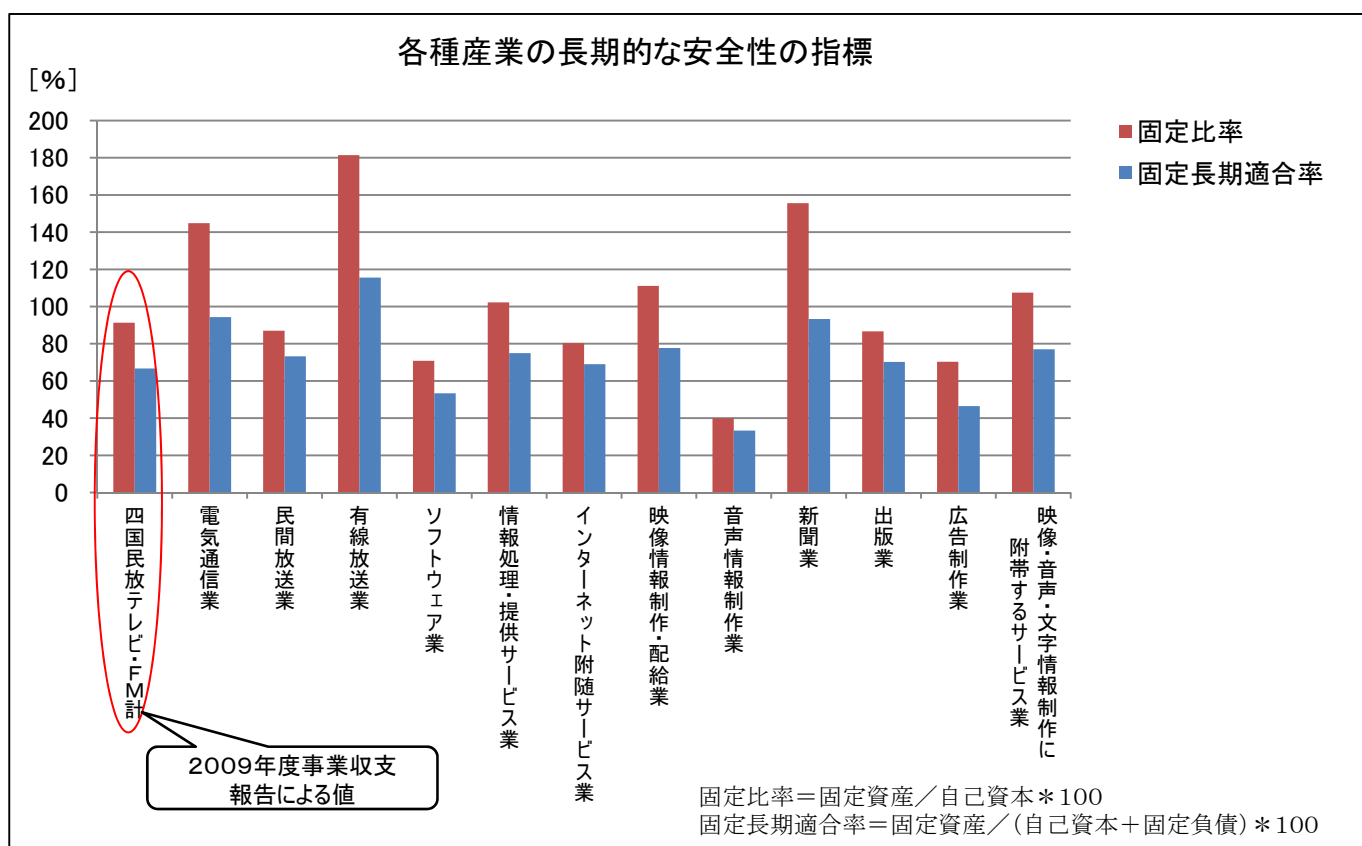
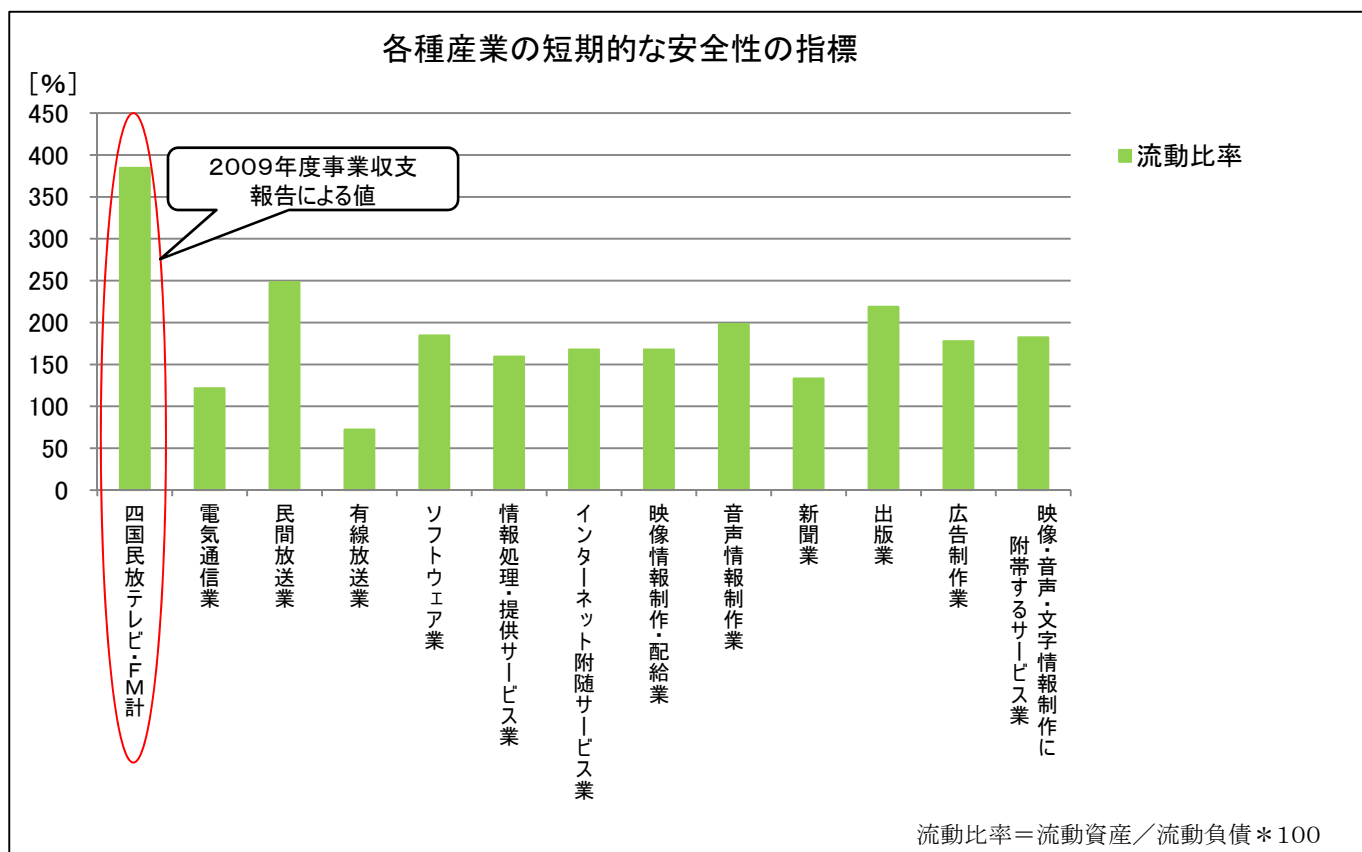
本調査は2008年度で終了。2009年度以降は情報通信業基本調査となったが、経年比較ができないため掲載していない。

## (2) 2009年度における各種産業の経営健全性



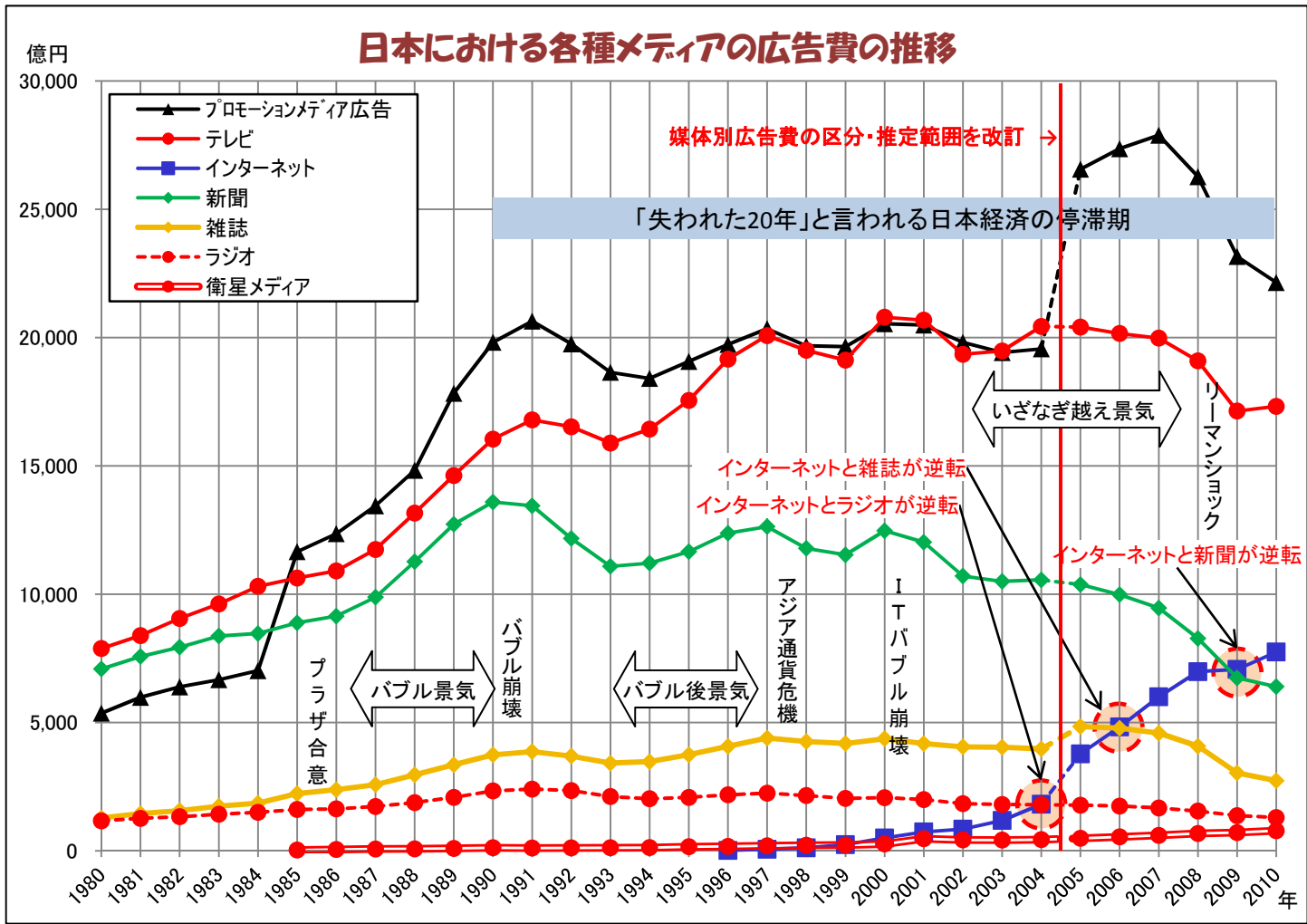
- 四国の民放テレビ及び民放FMの合計は、2008年度～2009年度に損益が最低ライン(マイナス)であったため、収益性指標もマイナスとなっている。
- 全国統計においても民間放送業が他産業より低いレベルとなっている。

## (2009年度における各種産業の経営健全性)



- 短期的安全性を示す流動比率では、四国の民放テレビ及び民放FMでは、他の産業に比較して安全性が高いという結果になっている。
- 長期的安全性を示す固定比率及び固定長期適合率においては、全国統計での民間放送業とほぼ同程度となっている。

## 日本における各種メディアの広告費の推移



## 日本における各種メディアの広告費の伸び(1997年=100)

