

元気とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐　勉　　2026年10月26日　第1290「週刊五十嵐レポート」

ニッチ市場攻め伸長

10月22日付日経新聞、「BS放送、ニッチ攻め伸長」という記事。

テレビ離れが進む中、独立系のBS局が気を吐いている。三井物産傘下の「BS12」の2026年3月期は11期連続増収増益。ジャパネットHD傘下の「BS10」も今期は初の黒字を狙う。ニッチやシニアを的にした戦略が消費者や広告主の心をつかむ。

地上波テレビ広告市場(2025年)は1兆6,333億円(2012年比 −8%)。無料BS広告市場(2025年)は958億円(2012年比 ＋47%)。ただし、2025年の広告市場規模では、無料BSは地上波の約5.9%にすぎない。BSは市場規模こそ小さいものの、成長余地がある市場。テレビ離れが進んでいるといっても、すべてのテレビ市場が衰退しているわけではない。

テレビ局は視聴者から直接料金を徴収するのではなく、視聴者の注目を広告主に販売する。テレビ局には二つの顧客が存在する。1. 視聴者: 番組を見る人。番組の面白さや有益さを求める。2. 広告主: 広告費を支払う企業。商品やサービスの認知、購入、ブランド価値の向上を求める。

地上波の基本戦略:幅広い視聴者への訴求。主要な指標:視聴率、視聴者属性、広告価値。番組編成:ニュース、ドラマ、バラエティーなど。収益源:広告、配信、IP、イベントなど。強み:全国的な認知度と到達力。課題:若い世代のテレビ離れ、制作費。

BSの基本戦略:特定の趣味・関心に集中。指標:視聴者の満足度、専門性、収益性。番組編成:スポーツ、旅行、趣味、映画など。収益源:広告、通販、IPなど。強み:特定分野での強い支持。課題:視聴者規模、認知度。

中小企業経営に置き換えて考えてみる。1. 市場全体が縮小しても、成長する細分市場は存在する。テレビ離れの中でBS広告市場が成長。2. 顧客の数だけでなく、顧客の熱量を重視する。BS12のサメ映画や野球中継は、特定のファンの満足度を高めている。3. 本業と関連事業を組み合わせて収益を増やす。

私は「ヒロシのぼっちキャンプ」「ケンコバのほろ酔いビジホ泊」を見る。

ちょっと気になる出来事

10月19日付日経新聞、「図書館で会話・飲食OK」という記事。

静かに本を読み学習する場から「おしゃべりOK」に一。図書館のコンセプトを見直す自治体が増えている。老朽化による建て替えなどを機に、会話や飲食ができる施設として運営する。人口減が進む中、地域の交流拠点としてにぎわいを生み出す狙いがある。

図書館が単なる「本を読む場所」から、「人が集まり、交流し、新しい活動が生まれる場所」へと変化していること。

今年4月旅行で訪れた別府。別府市の「こもれびパーク・別府市立図書館」は、図書館を中心にカフェ、地域・郷土資料館、交流スペースなどを備えている。3種類の「コモンズ」という考え方。

- ラーニングコモンズ：学びを共有する場所
- アクティブコモンズ：人々が集まり活動する場所
- クリエイティブコモンズ：創造的な取り組みを生み出す場所

図書館を核に地域の活動を活性化させる投資ですね。



一口メモ
知識

自らの価値を成果に変える

強みを生かす者は、仕事と自己実現を両立させる。自らの知識が組織の機会となるよう働く。貢献に焦点を合わせることによって、自らの価値を組織の成果に変える　（「経営者の条件」より）

ドラッカー名言集　仕事の哲学　(ダイヤモンド社)より

自分が得意なことを、会社やお客の役に立つことに使いなさい。それが自分自身の成長にもつながる。

自分の強みが、組織の外にある機会、つまりお客や市場のニーズに結びついて初めて成果になる。自分の強みを成果に結びつける必要がある。

●「戦略社長塾東京」小岩校　毎週日曜日・水曜日　午前10時～12時
●「戦略社長塾東京」銀座校、武蔵村山校、豊岡校　開講中。

㈱五十嵐コンサルティングオフィス　〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5
TEL03-3659-7703　Fax03-3659-7077　info@igarashireport.com

