

# 動画配信時代のスポーツ放映（前編）

放映権ビジネスとユニバーサルアクセス権

## 米谷 南海（よねたに なみ）

### <専門分野>

- 専門は放送産業論、メディア産業論、情報政策論。
- 北米や中東を中心とする諸外国の情報通信政策・市場動向に関する調査研究に従事。近年は、メディアの収益性と公益性の両立や、動画配信の既存メディア産業への影響について調査研究を実施。

### <自主研究テーマ実績>

- 諸外国におけるメタバース展開動向（2023年度）
- 5G/6G時代を見据えた仮想空間活用サービスの最新動向（2022年度）
- With/Aftreerコロナ時代における国内外のOTT-V動向（2021年度）
- 5Gで変わる映像メディアサービス（2020年度）
- 日本でコード・カッティングは起きているのか？（2019年度）



# 報告内容

- **問題意識と目的**
- スポーツ放映の概略史
- 米国の最新市場動向
- 欧州の最新政策動向
- 日本の現況と展望
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

## 問題意識

- 近年、放送の独壇場であった**スポーツ放映権市場に動画配信が参入**している。
- 欧米では、その市場・制度面への影響や対応策について議論が開始されている。
- 日本では、動画配信時代のスポーツ放映について論じる調査研究は実施されていない。

## 目的

- **日本のスポーツ放映の商業的・社会的価値を再評価し、その在り方を見直すための定性的・定量的データを提供する。**
  - ・ スポーツ放映権ビジネスの先端を拓く米国と、政策議論の先端に立つ欧州の動向を整理する。
  - ・ 日本のスポーツ放映の実態や特徴を明らかにする。

## 調査方法

- 文献調査：米国、欧州、日本におけるスポーツ放映権市場やスポーツ放映制度を調査
- アンケート調査：日本におけるスポーツ放映の視聴実態を調査（2024年8月実施）

# 報告内容

- 問題意識と目的
- **スポーツ放映の概略史**
- 米国の最新市場動向
- 欧州の最新政策動向
- 日本の現況と展望
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

# 用語の定義

- **スポーツ放映とはテレビ放送や動画配信による試合の実況中継を指し、**  
 スポーツニュースやスポーツ選手を扱ったドキュメント番組、対談番組等は含まない。

## スポーツ産業の領域

ソフト	スポーツサービス業
	情報関連：報道業、イベント業、旅行業 等
	用品関連：流通業、レンタル業、宅配業 等
	空間関連：施設運営業、スクール業、人材派遣業 等
ハード	スポーツ製造業
	用品製造業、関連品（飲食料等）製造業 等
	スポーツ空間業
	施設開発業、施設建設業、施設リフォーム業 等

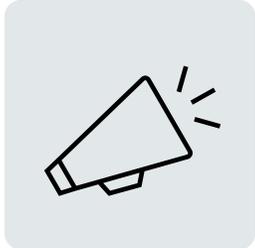
## スポーツ組織の4大収入源



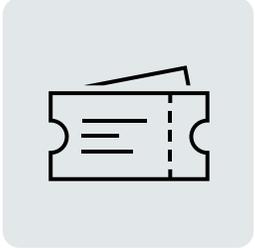
放映権収入



スポンサー収入



物販収入

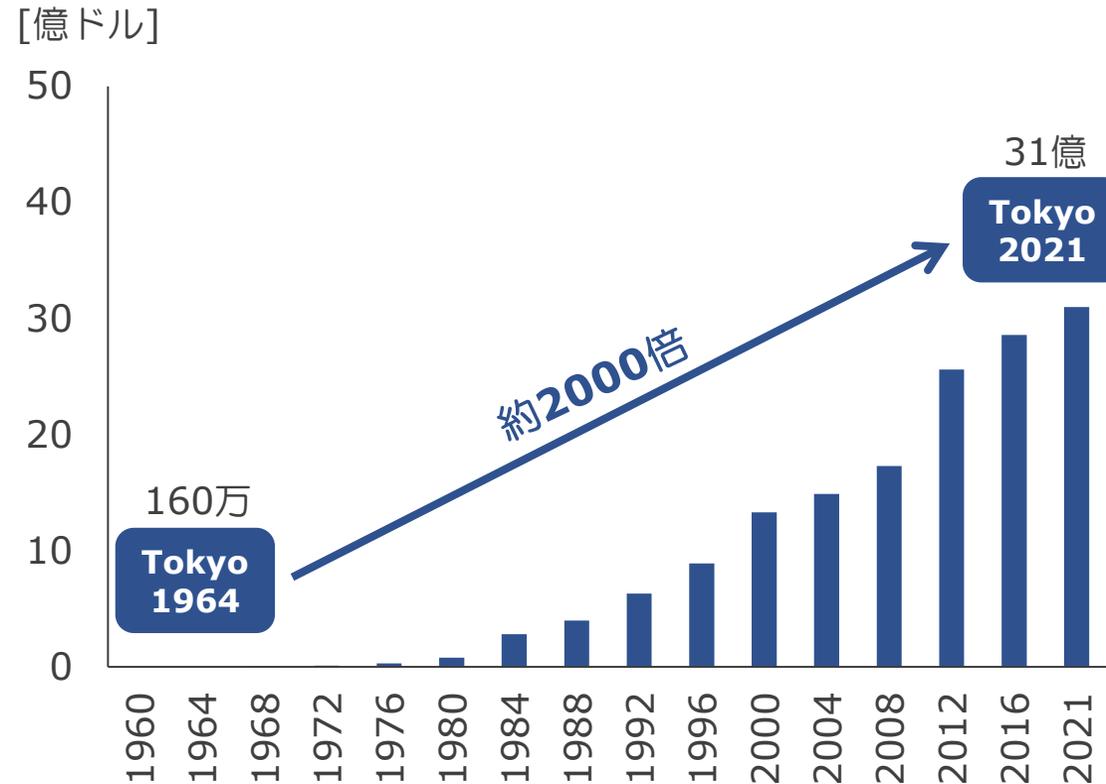


チケット収入

# 放映権料の高騰

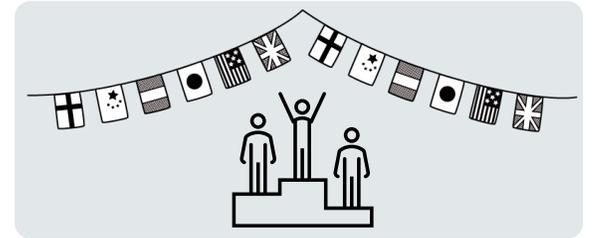
- スポーツ放映権料は世界的に高騰を続けている。
- 高騰の要因の一つには、動画配信の参入によるスポーツ放映権市場の競争激化がある。

例：夏季五輪の放映権収入



放映権料高騰の主要因

興行規模  
の拡大



選手給与  
の高騰

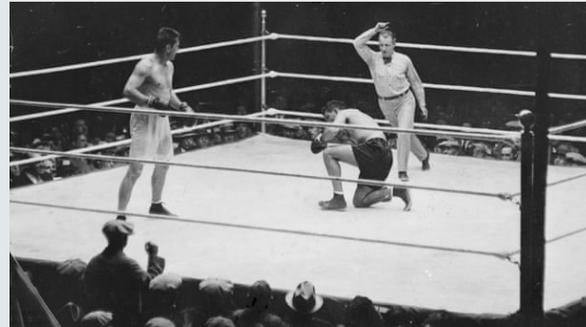


市場競争  
の激化



# 放映権ビジネスの成立

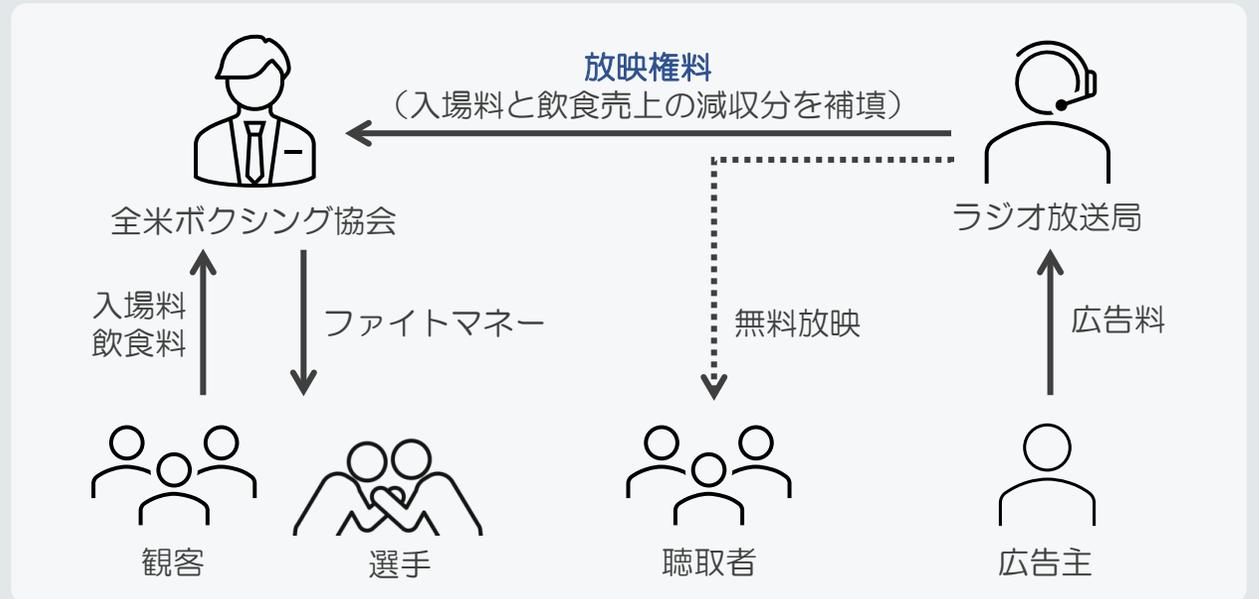
- 1921 **世界初のラジオ放映**  
米国：ボクシング世界ヘビー級王座
- 1927 **世界初の放映権料徴収**  
米国：ボクシング世界ヘビー級王座
- 1960 **五輪初のテレビ放映**  
伊国：欧州全土での放映、放映権料徴収の開始
- 1964 **五輪初の国際テレビ放映**  
日本：衛星放送による国際放映
- 1984 **五輪初の民間資金による財源確保**  
米国：商業五輪による放映権料の高騰
- 2016 **世界初のスポーツ専門動画配信**  
欧州：英DAZNが欧州3か国でサービス提供開始



Jack Dempsey vs Gene Tunney



実況者 Graham McNamee



# スポーツへのユニバーサルアクセス

- 英国において世界で初めて「スポーツへのユニバーサルアクセス」概念が確立した。
- 同概念は、視聴者の権利を保護するだけでなく、スポーツ振興や国家アイデンティティ醸成も支援する。

## 情報へのユニバーサルアクセス

- 誰もが自由に情報にアクセスできる権利
- 知る権利

「世界人権宣言」 1948年 国連総会採択  
 第19条 すべて人は、意見及び表現の自由に対する権利を有する。この権利は、干渉を受けることなく自己の意見をもつ自由並びにあらゆる手段により、また、国境を越えると否とにかかわらず、情報及び思想を求め、受け、及び伝える自由を含む。

## スポーツへのユニバーサルアクセス

- 誰もが自由に主要スポーツ行事の放映にアクセス（視聴）できる権利

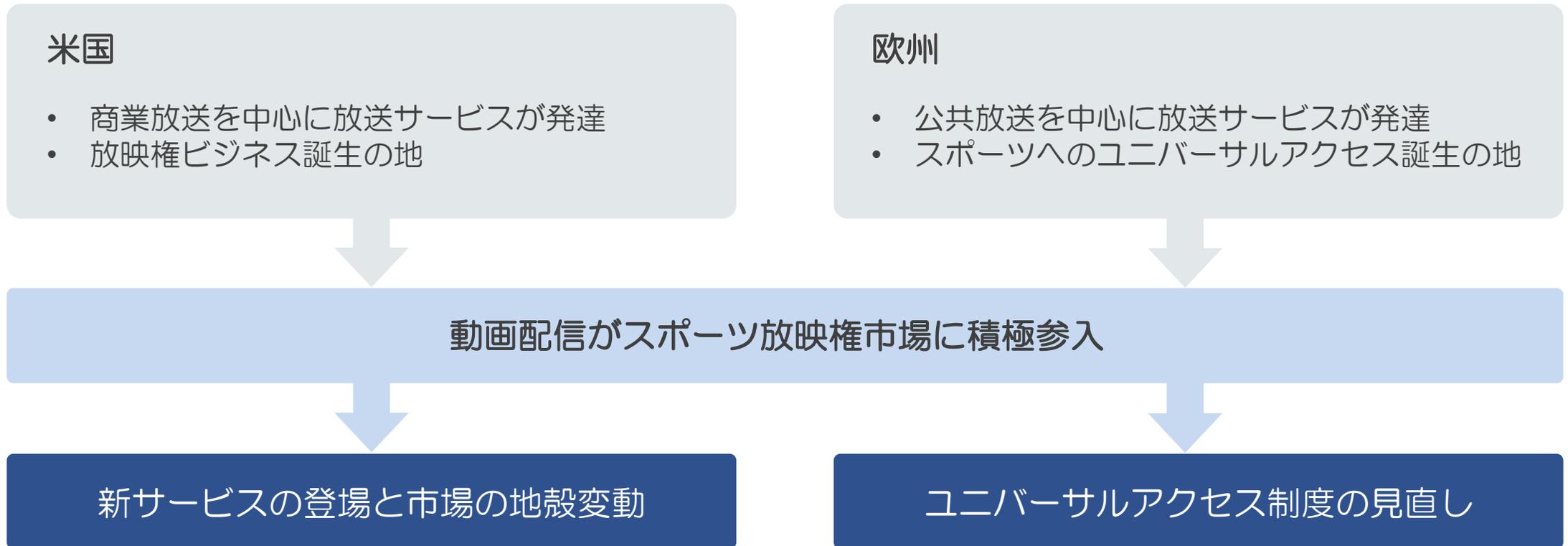
英国での政策議論（1954年～）  
 スポーツ放映は国民のライフスタイルを活性化し国益に資するとして、主要スポーツ行事を無料であまねく放送することを義務付け

諸外国への波及（1989年～）  
 有料放送の普及を背景に、欧州諸国や（旧）英連邦諸国が主要スポーツ行事の有料放送による独占放映を禁止

※米国でも同様の規則が導入されたが後に無効化した

# 小括

- 米国では商業放送、欧州では公共放送を中心に放送サービスが発達した。
- 両者のスポーツ放映の在り方は異なるが、ともに動画配信時代を迎え変革期に突入した。



# 報告内容

- 問題意識と目的
- スポーツ放映の概略史
- **米国の最新市場動向**
- 欧州の最新政策動向
- 日本の現況と展望
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

# 動画配信の放映権市場への参入

- 若年層のファンを獲得したいスポーツ組織は動画配信での放映に前向きである。
- 昨今は飽和状態にある総合型動画配信がスポーツ放映権市場に参入する動きが目立つ。



\*地域スポーツネットワーク（Regional Sports Network：RSN）＝ローカル放映を専門とするスポーツ専門チャンネル

# 米国内のNFL放映権取得状況

- **Amazon Prime Video**は動画配信として初めて**NFL**と独占放映権契約を締結した。
- **NFL**は放映者と直接利害が対立しないモバイル向け**D2C**型動画配信「**NFL+**」を提供。

	放映権	放映者	放映方法	契約期間	推定契約金額
全国	月曜夜	ABC/ESPN	放送 動画配信	2022-33	27億ドル
	木曜夜	Amazon	動画配信	2022-33	10億ドル
	日曜昼	Google	動画配信	2023-33	20億ドル
	日曜夜	NBC	放送 動画配信	2023-30	20億ドル
	クリスマス	Netflix	動画配信	2024-26	1.5億ドル
ローカル	AFC日曜昼	CBS	放送 動画配信	2023-33	21億ドル
	NFC日曜昼	FOX	放送 動画配信	2023-33	22億ドル

NFL+の概要	
開始時期	2022年7月
月額料金	4.99ドル～
対象地域	米国
対応端末	原則モバイル端末のみ
配信内容	主要試合をライブ配信 (ローカル放映試合は 視聴者居住地の試合の み視聴可能)
特徴	モバイル端末向けサー ビスであるため、CTV 視聴が主な左記と利害 が直接対立しない

# 地域スポーツネットワーク（RSN）の対抗戦略

- RSNは「有料放送離れに伴う需要低下」と「放映権料の高騰」の二重苦に直面中。
- 大手RSNが事業撤退するなか、一部RSNはローカル放映専門動画配信を提供している。

## 大手RSNの衰退

RSN最大手「Bally Sports」の運営会社DSGが経営破綻

- 2023年3月、「連邦破産法」第11条（日本の「民事再生法」に相当）の適用を申請
- 2024年11月、裁判所が再建計画を承認
- 2025年1月、破綻処理が完了
- 社名はMain Street Sports Group、RSN名はFanDuel Sports Networkに変更

## メディア大手のRSN事業撤退

- Comcast「NBC Sports」
  - 2021年9月、Northwest局閉鎖
  - 2022年8月、Washington局売却
  - 2024年9月、Chicago局閉鎖
- Warner Bro. Discovery「AT&T SportsNet」
  - 2023年10月、AT&T SportsNet閉鎖

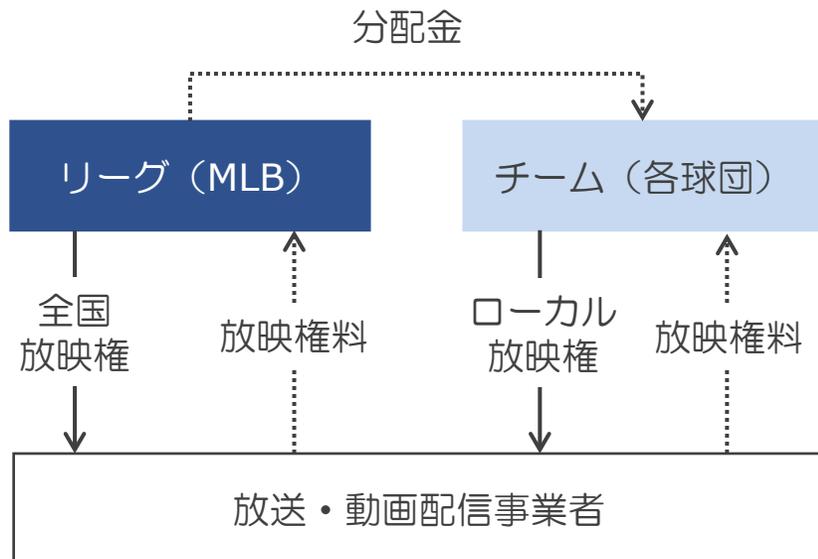
## RSNによるローカル放映専門動画配信

サービス	NESN 360	SNP 360
運営者	NESN	SNP
開始時期	2022年6月	2024年4月
月額料金	29.99ドル	17.99ドル
対象地域	NESN放送エリア	SNP放送エリア
配信内容	NESNで放送するBoston Red Sox（MLB）とBoston Bruins（NHL）の試合をライブ配信	SNPで放送するPittsburgh Pirates（MPB）とPittsburgh Penguins（NHL）の試合をライブ配信

# (参考) 大手RSN衰退によるMLB球団への余波

- 大手RSNの破産・撤退に伴い、一部MLB球団はローカル放映契約を破棄・終了した。
- ローカル放映権収入の不安定化により、一部MLB球団は選手年俸の減額を実施した。

## MLBの放映権管理



MLB選手会によれば、各球団の収入全体に占めるローカル放映権収入の割合は平均21%

## ローカル放映契約を破棄・終了したMLB球団

MLB球団	大手RSNとの契約	今後の放映
San Diego Padres	Bally Sportsと契約破棄	ローカル放映権を暫定的にMLBに移管し、MLBが制作と放映を担う。視聴者居住地の試合を有料放送チャンネルのほか、MLBのD2C型動画配信（月額19.99ドル）で放映する。
Arizona Diamondbacks	Bally Sportsと契約破棄	
Colorado Rockies	AT&T SportsNetと契約終了	
Minnesota Twins	Bally Sportsと契約終了	
Cleveland Guardians	Bally Sportsと契約終了	
Texas Rangers	Bally Sportsと契約終了	
		FAST「Victory+」の有料オプションとして放映する。

ローカル放映権収入の不安定化に伴い、一部球団は選手年俸を減額  
 (例) San Diego Padresの推定選手年俸総額：  
 2億5604万ドル（2023年）→ 1億7176万ドル（2024年）

# 放送事業を傘下に持つメディア企業の対抗戦略

- メディア大手3社がスポーツ専門動画配信「**Venu Sports**」の合併事業を計画。
- 新たな訴訟や他事業への影響を危惧し、**2025年1月に計画中止を発表した。**

## Venu Sportsの概要

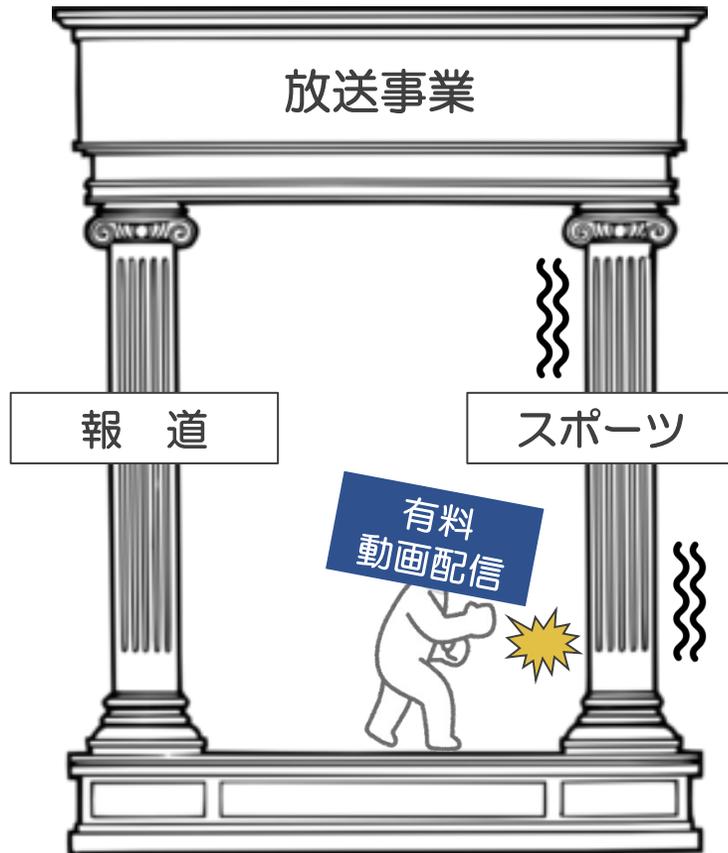
運営者	メディア大手3社による合併事業者 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Walt Disney (株式33.33%所有)</li> <li>• Warner Bros. Discovery (同上)</li> <li>• FOX (同上)</li> </ul>
開始時期	2024年9月 (ただし訴訟により延期)
月額料金	42.99ドル
対象地域	米国
配信内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3社の傘下にある地上ネットワークや計14のスポーツ専門チャンネルのスポーツ関連コンテンツをライブ配信</li> <li>• 3社の傘下にある動画配信の一部スポーツ関連コンテンツをオンデマンド配信</li> <li>• Venu Sportsでの独占放映は行わない</li> </ul>

## Venu Sportsの法的課題

反トラスト訴訟 (2024年2月～)	
原告	<u>動画配信「FuboTV」</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3社は米スポーツ放映権の54%を保有</li> <li>• 合併事業は競合他社のスポーツ放映を阻害</li> <li>• 合併事業の停止または制限を請求</li> </ul>
被告	<u>メディア大手3社</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 合併事業は競争を促進し消費者に新たな選択肢を与える</li> </ul>
現況	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2024年8月、ニューヨーク市マンハッタン連邦地方裁判所はFuboTVの主張を認め合併事業開始を一時差止。判事はバンドリング全般の合法性を疑問視した。</li> <li>• 2025年1月、Disney傘下のHulu+Live TVとFuboTVを統合する新たな合併事業計画が発表され、FuboTVは訴訟を取り下げた。</li> <li>• 2025年1月、衛星放送事業者2社が判事の提起した法的疑問は解決されていないとする書簡を同地裁に送付した。</li> <li>• 2025年1月、メディア大手3社はVenu Sportsの提供中止を発表した。</li> </ul>

# 小括

- 放送は「ライブ性」という優位性を失いつつある。
- スポーツ放映の視聴方法について選択肢が広がる一方、視聴者の負担も増大している。



## 米国成人のスポーツ放映視聴に対する不満（2022年調査）

試合の視聴場所がわからずストレスを感じる

62%

試合の視聴場所がわからず試合を見逃したことがある

54%

過去1年間、スポーツ視聴ために有料動画配信に加入した

53%

複数サービスへの加入が経済的負担となっている

49%

# 報告内容

- 問題意識と目的
- スポーツ放映の概略史
- 米国の最新市場動向
- **欧州の最新政策動向**
- 日本の現況と展望
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

# ユニバーサルアクセス制度の見直し

- 諸外国のユニバーサルアクセス制度は基本的に「放送」を前提としたものである。
- 近年、動画配信によるスポーツ放映に対応するための制度見直しが進行している。



# 英国での制度見直し

- 公共サービス放送事業者（**PSB**）を維持・強化するための放送制度改革が進行中。
- 新法では**PSB**が無料動画配信をスポーツ放映手段とすることを認める。

法律名		1996年放送法	2024年メディア法（※実施規則策定中）
行事リスト		国務大臣は、国益に資する行事のリストを作成する権限を有する	同左
独占放映		リストに掲載されたスポーツ行事は適格サービスと非適格サービスの両方で放映されるものとするが、通信庁の承認を得られた場合に限り独占放映が認められる	同左
スポーツ行事	グループA	非適格サービスでの独占放映は認められない	同左？
	グループB	適格サービスに二次利用権を付与する場合に限り、非適格サービスでの独占放映が認められる	同左？
放映手段	適格サービス	人口カバー率95%以上の無料放送	<b>PSBによる無料放送や無料動画配信</b>
	非適格サービス	上記以外の放送	上記以外の放送及び <b>国内外を拠点とする動画配信</b>
変更点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 旧法では「放映手段」として放送のみを想定していたが、新法では動画配信による放映も認める</li> <li>・ 旧法では「適格サービス」提供事業者としてPSBを間接的に指名していたが、新法ではPSBと明記</li> <li>・ 新法では国外を拠点とする動画配信を規制監督下に置く</li> </ul>		

\*本制度は、リストに掲載されたスポーツ行事の放映を義務付けるものではない

\*公共サービス放送（Public Service Broadcaster：PSB）＝公益を目的とした番組制作・編成が放送免許の認可要件として課されている放送事業者

# オランダでの制度見直し

- 現行法は動画配信によるスポーツ放映を認めている。
- ただし、アプリが技術的にユニバーサルな視聴手段として認められるのか議論が進行中。

法律名		2008年メディア法
大臣の権限		教育文化科学大臣は、国家的重要行事のリストを作成する権限を有する
スポーツ行事	グループA	オープンなテレビ番組チャンネルで完全に放映
	グループB	オープンなテレビ番組チャンネルで部分的に放映
	グループC	オープンなテレビ番組チャンネルで部分的に時間差放映
放映手段		リストに掲載されたスポーツ行事は、 <b>オープンなテレビ番組チャンネル</b> （75%以上の世帯が視聴可能で、かつ受信機設置料金や有料放送基本料金以外の視聴費用が不要なテレビ番組）で放映されなければならない

\*本制度は、リストに掲載されたスポーツ行事の放映を義務付けるものではない

## 議論の発端（2022～）

- 有料放送ZiggoがグループA行事の独占放映権を獲得
- 加入者向けにはスポーツ専門チャンネルで放映予定
  - 非加入者向けには無料動画配信アプリで放映予定

### 議会や市民団体から懸念を表明

- 現行法は動画配信での放映を禁止するものではない
- ただし、アクセスが容易なウェブブラウザならまだしも、**端末へのダウンロードが必要となるアプリはデジタル弱者のユニバーサルアクセス権を侵害する可能性がある**

### メディア委員会は判断を先送り

- 現行法はオープンなテレビ番組チャンネルの伝送路を指定していないことを再確認
- アプリが放映手段として適切かは事後的に判断する

# 豪州での制度見直し

- 改正法では、有料放送と動画配信による独占放映を禁止し、無料放送を保障した。
- ただし、英国新法のように無料動画配信も保障すべきとの批判の声が上がっている。

法律名	1992年放送サービス法	2024年通信法改正（プロミネンス及び反サイフォン）法
行事リスト	インフラ・運輸・地方開発・通信・芸術大臣は国家的重要行事のリストを作成する権限を有する	同左
放映手段	<p>有料放送事業者がリストに掲載されたスポーツ行事を放映できるのは以下の場合に限定される</p> <p>①公共放送事業者が無料放送する場合 又は ②人口カバー率50%以上の商業地上放送事業者が無料放送する場合</p>	<p><b>メディアコンテンツサービス</b>（公共放送事業者及び商業地上放送事業者を除く）事業者がリストに掲載されたスポーツ行事を放映できるのは以下の場合に限定される</p> <p>①公共放送事業者が無料放送する場合 又は ②人口カバー率50%以上の商業地上放送事業者が無料放送する場合</p>

変更点	<ul style="list-style-type: none"> <li>旧法では「放映手段」として放送のみを想定していたが、改正法では放送とオンラインコンテンツ提供サービス（動画配信等）の総称として「メディアコンテンツサービス」という新しい概念を導入し、同サービスによる放映を認める</li> <li>旧法では有料放送による独占放映を禁じていたが、改正法では有料放送に加えオンラインコンテンツ提供サービスによる独占放映も禁じる</li> </ul>
-----	---

\*本制度は、リストに掲載されたスポーツ行事の放映を義務付けるものではない

# (参考) 米国での制度

- 連邦通信委員会（FCC）が1975年に有料放送でのスポーツ放映を制限する規則を発表。
- 控訴裁判所が憲法修正第1条違反等を理由に規則を無効とする判断を下し、現在に至る。

## 反サイフォン規則の発表（1975年）

- FCCは、有料放送でのスポーツ放映を制限する「反サイフォン規則」を発表
- 背景には、1960年代後半から普及し始めた有料放送がその資金力を武器に地上放送からスポーツ放映権を吸い上げる（siphon）ことへの懸念があった

### 反サイフォン規則の主な規定

- 過去5年間で地上放送で放映されたスポーツ行事は有料放送で放映することを禁じる
- 地上放送でのスポーツ放映数を減らす場合は有料放送での放映数も比例して減らす
- ケーブルネットワーク（番組供給事業者）が番組編成の90%以上をスポーツ番組とすることを禁じる

## 反サイフォン規則の無効化（1977年）

### Home Box Office v. FCC

原告	ケーブルネットワークHBO ケーブルテレビ事業の経済的支柱となる可能性が最も高い番組の放送を禁止されれば、FCCの目標であるはずの番組の多様性が損なわれる
被告	FCC 地上放送で無料放映されていたスポーツ行事が有料放送で放映されるようになることで、一部の視聴者が重要なスポーツ行事にアクセスできなくなる懸念がある
判決	ワシントンDC巡回区控訴裁判所 以下3点を根拠に反サイフォン規則は無効と判断 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 規則はFCCの規制監督権限を超過している</li> <li>• スポーツ放映が地上放送から有料放送へと移行することで視聴者のスポーツ放映へのアクセスが損なわれるというFCCの主張を裏付ける証拠がない</li> <li>• 規則は、地上放送で放映されないであろうスポーツ行事を有料放送で放映することを妨げるものであり、合衆国憲法修正第1条（言論の自由）の下で違憲である</li> </ul>

- いずれの国においても誰もが経済的負担なく主要スポーツ行事を視聴できる環境を整備することが目指されているが、動画配信に対するアプローチには相違がある。
- ユニバーサルアクセス制度の見直しはEU諸国や（旧）英連邦諸国に波及することが見込まれ、各国が動画配信に対してどのようなアプローチを採用するかが注目される。

## 動画配信時代においてスポーツへのユニバーサルアクセスを保障する方法

### 英国

リストに掲載されたスポーツ行事は、PSBの無料放送又は無料動画配信での放映が優先される。

### オランダ

リストに掲載されたスポーツ行事は、放送と動画配信を問わずオープンなテレビ番組チャンネルで放映される。ただし、アプリのダウンロードを強いることの妥当性については検討が必要である。

### 豪州

リストに掲載されたスポーツ行事は、公共放送事業者又は人口カバー率50%以上の商業地上放送事業者による無料放送での放映が優先される。

# 報告内容

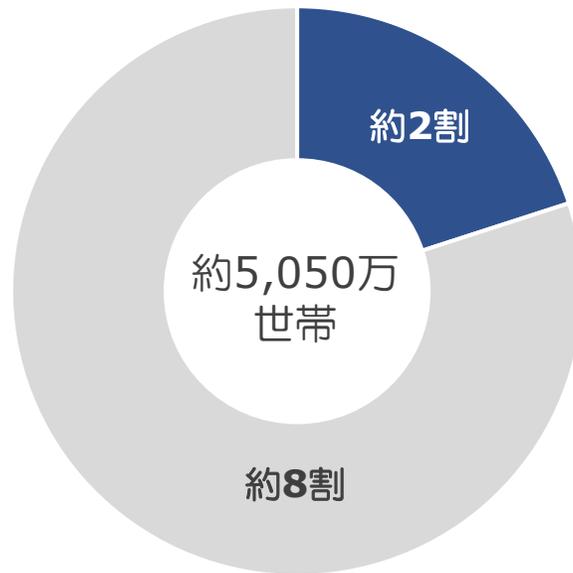
- 問題意識と目的
- スポーツ放映の概略史
- 米国の最新市場動向
- 欧州の最新政策動向
- **日本の現況と展望**
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

# 日本におけるスポーツ放映

- 日本ではユニバーサルアクセス制度がないにもかかわらず無料放送が行われてきた。
- ただし、放映手段は「無料」から「有料」へ、「放送」から「動画配信」へと移行中。

## 日本のテレビ所有世帯

- 有料放送加入世帯
- 地上波直接受信世帯



## ユニバーサルアクセス制度を巡る国レベルでの議論

生涯にわたる心身の健康の保持増進のための今後の健康に関する教育及びスポーツの振興の在り方について  
(1997年9月 文部省保健体育審議会 答申)

「放映の形態によっては特別の契約をしていない一般の視聴者は見ることができなくなるなど、スポーツの普及の観点からの支障が出ることも考えられる。(略) 今後、我が国における有料テレビ放送の普及状況や諸外国における動向を見守りつつ、**必要な場合には、契約に際しての具体的な基準の設定などについても研究していく必要がある**」

放送法第三十七条第二項の規定に基づき、承認を求めるの件  
(2001年3月 第151回国会参議院総務委員会 質疑)

「今後、有料放送事業者の買い占めによりまして国民的に非常に大きな弊害が生じるようなことがありますれば、こういった諸外国の状況を見まして、**総務省としても厳しい対応を図っていかなくてはならない**と、こういうふうに検討していきたいと思っております」

# 「無料」から「有料」へ、「放送」から「動画配信」へ

## 例：J1リーグ（全国放映）

時期	主な放映手段	放映者
1993   1995	無料放送 (地上放送)	無料：NHK、民放各局
1996   2002	無料放送 (BS放送)	無料：NHK、TBS 有料：J Sports
2002   2016	有料放送	無料：NHK、TBS 有料：J Sports、スカパー！
2017   現在	有料動画配信	無料：NHK 有料：DAZN

\*「主な放映手段」は試合放映数が多いものを指す

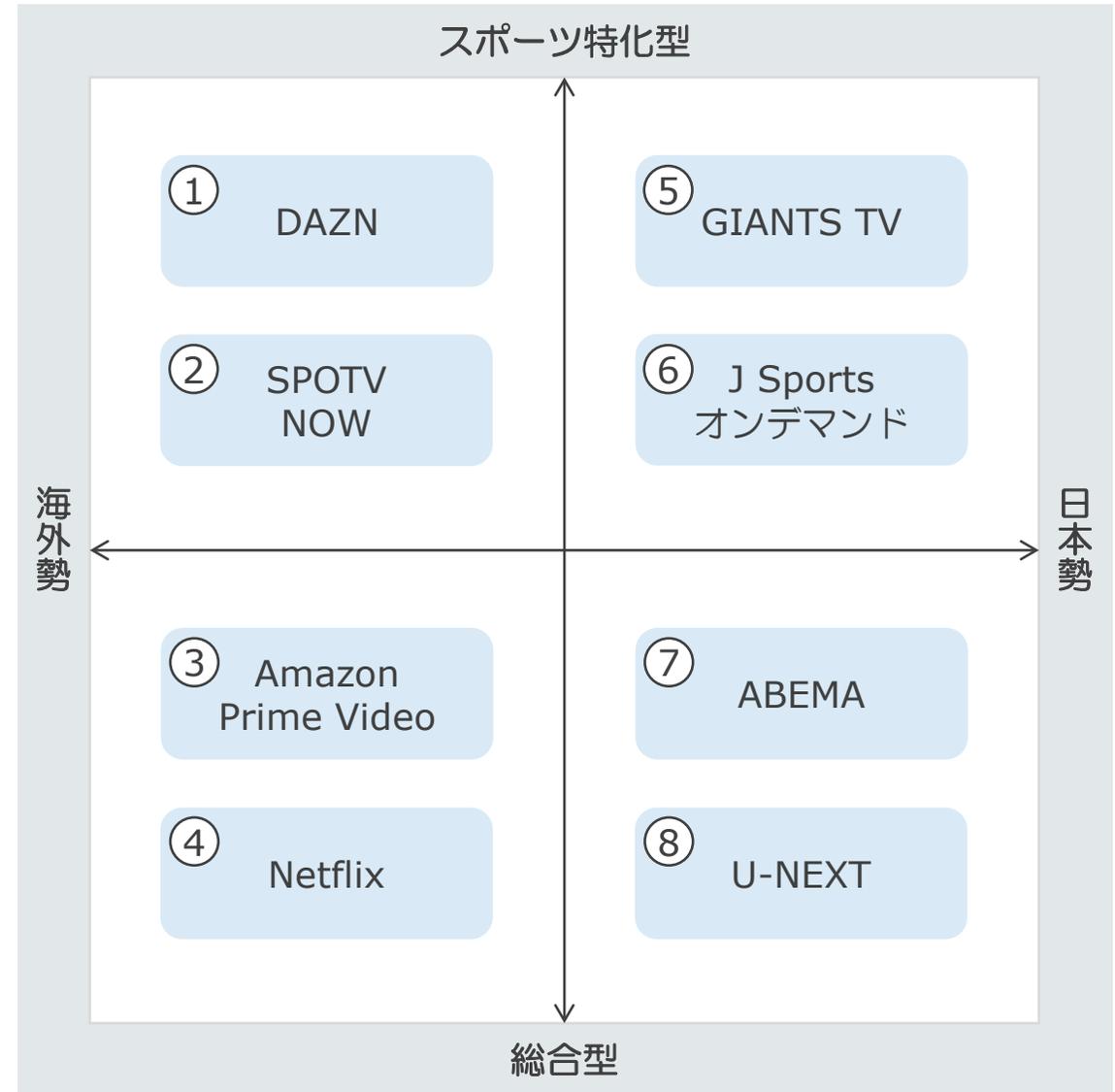
## 例：FIFAワールドカップ（日本国内放映）

大会	主な放映手段	放映者	推定放映権料
1998年大会	無料放送	NHK	6億円
2002年大会	有料放送	NHK+民放5局 スカパー！	65億円
2006年大会	有料放送	NHK+民放5局 スカパー！	160億円
2010年大会	有料放送	NHK+民放5局 スカパー！	200億円
2014年大会	無料放送	NHK+民放5局	400億円
2018年大会	無料放送	NHK+民放4局	400億円
2022年大会	無料動画配信	NHK+民放2局 ABEMA	350億円

\*「主な放映手段」は試合放映数が多いものを指す

# (参考) 日本でスポーツ放映を行う主な動画配信サービス

- ① **DAZN**
  - ・英国の動画配信事業者DAZNが運営
  - ・2016年より日本で提供開始
- ② **SPOTV NOW**
  - ・韓国のスポーツメディア企業Eclat Media Groupが運営
  - ・2020年より日本で提供開始
- ③ **Amazon Prime Video**
  - ・米国のテック企業Amazon.comが運営
  - ・2015年より日本で提供開始、2017年にスポーツ放映権市場参入
- ④ **Netflix**
  - ・米国の動画配信事業者Netflixが運営
  - ・2015年より日本で提供開始、2024年にスポーツ放映権市場参入
- ⑤ **GIANTS TV**
  - ・日本プロ野球 読売ジャイアンツが運営
  - ・2022年より提供開始
- ⑥ **J Sportsオンデマンド**
  - ・番組供給事業者J Sportsが運営
  - ・2015年より提供開始
- ⑦ **ABEMA**
  - ・テック企業サイバーエージェントの子会社AbemaTVが運営
  - ・2016年より提供開始、同年スポーツ放映権市場参入
- ⑧ **U-NEXT**
  - ・有線放送企業USENが運営
  - ・2009年より提供開始、2021年にスポーツ放映権市場参入



# スポーツ放映を巡る近年の議論

- 地上放送事業者とスポーツ組織は、放映権料の高騰と無料放送機会の減少について懸念。
- ただし、動画配信の放映手段としての妥当性を問う議論はまだ起こっていない。

<p>地上放送事業者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「受信料で運営されているNHKとしましては、<b>高額な放送権料を無制限に支払うことはできない</b>と考えております。（略）放送権料の抑制に努めながら、必要な放送権を取得すべく交渉に臨んでいるところでございます」（NHK専務理事、国会総務委員会、2023年3月）</li> <li>「適正な放送権料が決まる新しい形がないと、このまま高騰が続き、<b>視聴者の皆様にスポーツ中継をお届けできないことが連続して発生する</b>のではと危機感を強めている」（民放連会長、定例会見、2023年11月）</li> </ul>
<p>スポーツ組織</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>注目度の高い日本代表戦を<b>無料で視聴できる法整備を国に求める方針</b>を発表。「やっぱり誰もが見られる環境にしていかなければならないとすごく感じた。お金の問題だけで動かれるのは残念でしかたない」（日本サッカー協会会長、取材会見、2022年3月）</li> </ul>
<p>政府機関</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>スポーツ庁：スポーツへのユニバーサルアクセスは競技参加や現地観戦の文脈で議論されており、スポーツ放映の在り方については未議論</li> <li>総務省：NHKの財源や受信料制度の在り方を巡る議論で放映権料の高騰について言及しているが、スポーツ放映の在り方については未議論</li> </ul>
<p>視聴者</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2024年8月にアンケート調査を実施（付録参照）</li> <li>若年層と高年層において潜在的な「スポーツ視聴弱者」が存在することが確認された</li> </ul>

# 日本におけるスポーツ放映の課題

## 放映環境の変化

- スポーツ放映は「無料」から「有料」へ、「放送」から「動画配信」へと移行しつつある。
- 国際的スポーツ行事は無料放送や無料動画配信で放映されているが、持続可能性に懸念がある。
- 地上放送事業者からは、放映権料の高騰に対して危機感の声が聞かれる。

## 潜在的スポーツ視聴弱者の存在

- アンケート調査の結果、若年層と高年層におけるスポーツ視聴弱者の存在が浮き彫りになった。  
若年層（18～20代）：有料視聴に慎重・動画配信利用に前向き ⇒ 経済的障壁  
中壮年層（30～50代）：有料視聴に前向き・動画配信利用に前向き ⇒ 放映環境の変化に対応可  
高年層（60～70代）：有料視聴に前向き・動画配信利用に慎重 ⇒ 技術的障壁

## ユニバーサルアクセスを巡る議論の不在

- 一部スポーツ組織からは、ユニバーサルアクセス制度の導入を求める声があがっている。
- 政府機関によるスポーツ視聴弱者対策のための議論は行われていない。

## スポーツ基本法（平成23年法律第78号）前文

「スポーツを通じて幸福で豊かな生活を営むことは、全ての人々の権利であり、全ての国民がその自発性の下に、各々の関心、適性等に応じて、安全かつ公正な環境の下で日常的にスポーツに親しみ、スポーツを楽しみ、又はスポーツを支える活動に参画することのできる機会が確保されなければならない」

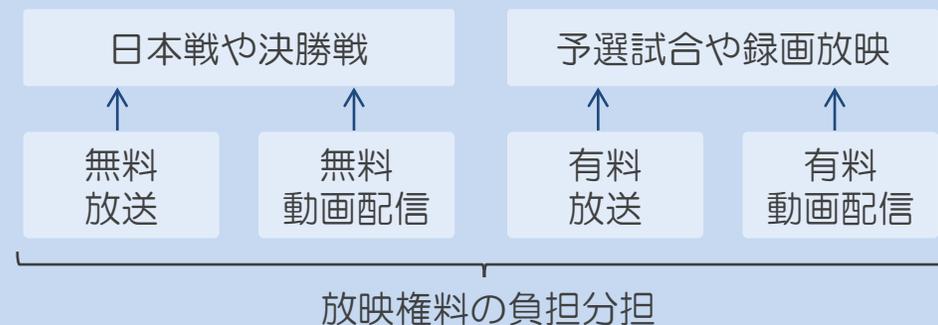
## スポーツへのユニバーサルアクセスを確保するために

- スポーツ基本法の理念に照らし合わせると、スポーツ視聴弱者対策の検討は喫緊の課題である。
- ただし、日本におけるユニバーサルアクセス制度の導入には高いハードルがあることは否めない。
- 法的規制によらない業界合意等、現実的かつ柔軟な独自方策を模索することが求められる。

### ユニバーサルアクセス制度導入にあたっての課題

- どのスポーツ種目や試合を制度対象とするか？
- 放映権の獲得と配分の仕組みは？
  - A) 指定事業者が放映権を獲得し放映する
  - B) 税金で放映権を獲得し指定事業者に分配する
- 予算不足の場合は税金で放映権料を補填するか？
- 技術的にユニバーサルな視聴手段とは何か？
- 政府がコンテンツに介入する妥当性は？

### メディア間協業モデル（案）



# 報告内容

- 問題意識と目的
- スポーツ放映の概略史
- 米国の最新市場動向
- 欧州の最新政策動向
- 日本の現況と展望
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

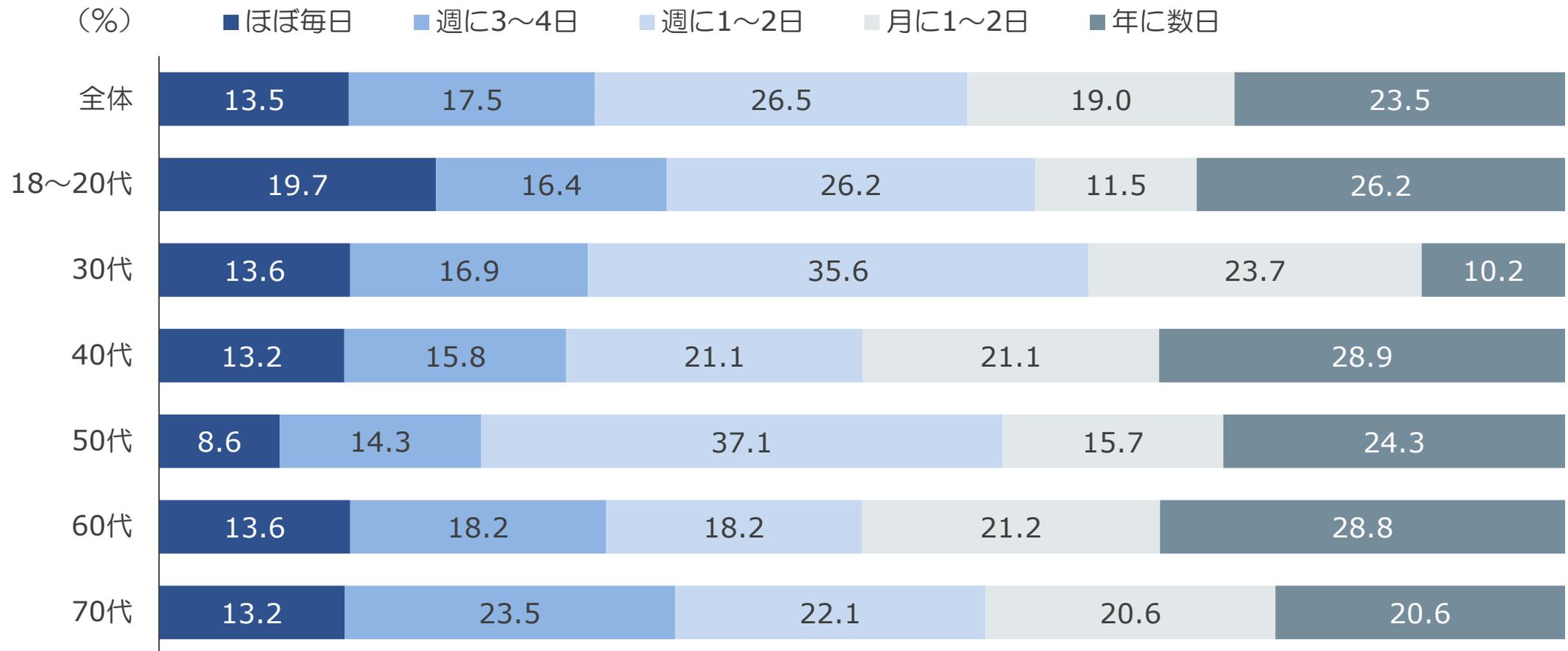
# アンケート調査の概要

調査目的	日本におけるスポーツ放映の視聴実態を把握する
調査期間	2024年8月9日～2024年8月15日
調査方法	ウェブアンケート調査
調査対象	過去1年間にスポーツ放映を視聴した18～79歳の男女400名 (性年代別の人口構成比割付に基づいて回収)
調査委託	株式会社クロス・マーケティング

\*スポーツ放映とは、テレビ放送や動画配信サービスで視聴できるプロ競技の中継のことを指す。  
五輪大会、高校野球、フィギュアスケート等のアマチュア選手中心の競技や大会は対象外とする。  
また、飲食店等でのパブリックビューイングも対象外とする。

# 視聴頻度（単一回答）

- 回答者全体の**57.5%**が週**1**回以上スポーツ放映を視聴している。
- **30代**は**66.1%**が週**1**回以上視聴しており、他年代よりも視聴頻度が高い傾向にある。



# よく視聴するスポーツ TOP10（複数回答）

- 全体的な傾向として、野球・相撲・サッカーが3大スポーツとなっている。
- TOP10の後には日本プロバスケ、ウィンブルドン、F1等が続く。

(%)	日本プロ野球	大相撲	WBC	FIFA W杯	MLB	Jリーグ	ラグビーW杯	中央競馬	マスターズ	日本オープン
全体	62.8	31.8	30.3	28.3	27.8	25.5	16.3	13.8	11.5	10.5
18~20代	12.7	6.3	13.2	8.8	9.0	13.7	12.3	16.4	15.2	9.5
30代	15.1	9.4	13.2	18.6	16.2	25.5	9.2	12.7	6.5	7.1
40代	18.7	18.1	19.8	31.9	15.3	18.6	18.5	20.0	13.0	9.5
50代	17.1	17.3	17.4	16.8	18.0	17.6	27.7	20.0	15.2	21.4
60代	18.3	18.1	13.2	11.5	18.0	11.8	16.9	10.9	8.7	14.3
70代	17.9	30.7	23.1	12.4	23.4	12.7	15.4	20.0	41.3	38.1

# 視聴方法（複数回答）

- 全年代で無料放送（地上放送・**BS無料放送**）での視聴が一般的である。
- 動画配信の利用率は**40代**以下は高く、**50代**以上は低い傾向にある。

（%）	地上放送	BS無料放送	有料放送		無料動画配信		有料動画配信	
			本人契約	同居人契約	本人登録	同居人登録	本人契約	同居人契約
全体	86.5	36.3	9.0	3.5	11.8	4.0	5.3	1.8
18～20代	77.0	23.0	6.6	6.6	16.4	8.2	6.6	4.9
30代	83.1	32.2	10.2	5.1	18.6	5.1	6.8	5.1
40代	90.8	31.6	7.9	1.3	17.1	3.9	11.8	1.3
50代	88.6	38.6	10.0	1.4	8.6	1.4	4.3	0.0
60代	84.8	42.4	9.1	6.1	4.5	4.5	0.0	0.0
70代	92.6	48.5	10.3	1.5	5.9	1.5	1.5	0.0

# 月間支払総額（単一回答）

- スポーツ放映視聴のための月間支払総額は全年代で「0円」が最多割合を占める。
- 18～20代は他年代よりも月間支払総額が低い傾向にある。

(%)	0円	1～4000円	4001～8000円	8001円～	わからない
全体	74.0	7.0	2.8	2.1	14.3
18～20代	63.9	1.6	1.6	3.2	29.5
30代	72.9	8.5	0.0	3.4	15.3
40代	73.7	10.5	5.2	1.3	9.2
50代	71.4	7.2	2.9	2.8	15.7
60代	84.8	4.5	3.0	1.5	6.1
70代	76.5	8.8	2.9	0.0	11.8

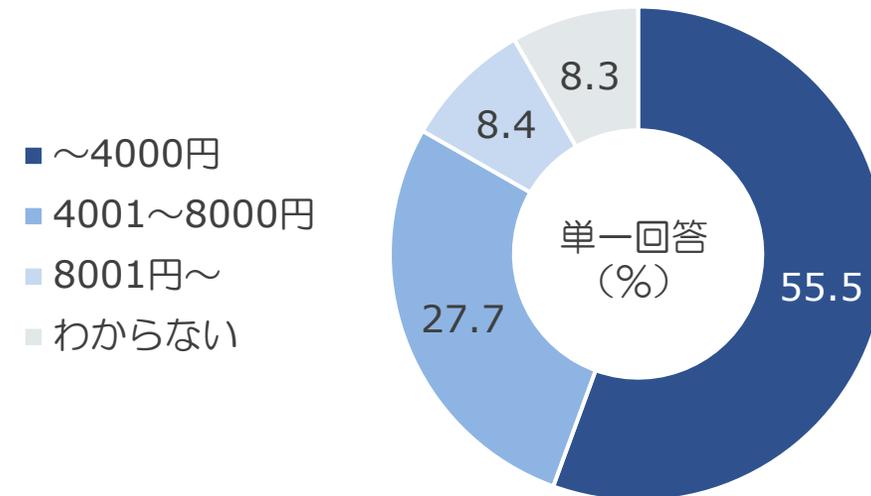
# 有料放送の視聴状況

- 有料放送の基本プランで視聴できるチャンネルが人気である（オプション追加は稀）。
- 視聴チャンネルTOP5の後には「フジテレビ One Two Next」等が続く。

## スポーツ放映視聴チャンネル TOP5（複数回答）

チャンネル名	主なスポーツ放映	視聴率
J Sports	野球、ゴルフ、ラグビー 等	58.3%
スカイA	野球、ボウリング、卓球 等	44.4%
GAORA	野球、テニス、格闘技 等	41.7%
日テレ ジータス	野球、ゴルフ、サッカー 等	41.7%
WOWOW プライム	テニス、サッカー、格闘技 等	27.8%

## 月間支払額\*



\*ケーブルテレビ／衛星放送／IPTVの月額基本料金。  
スポーツ放映視聴のためにオプションでチャンネルを追加契約している場合は、その月額料金も合計。

# 無料動画配信の視聴状況

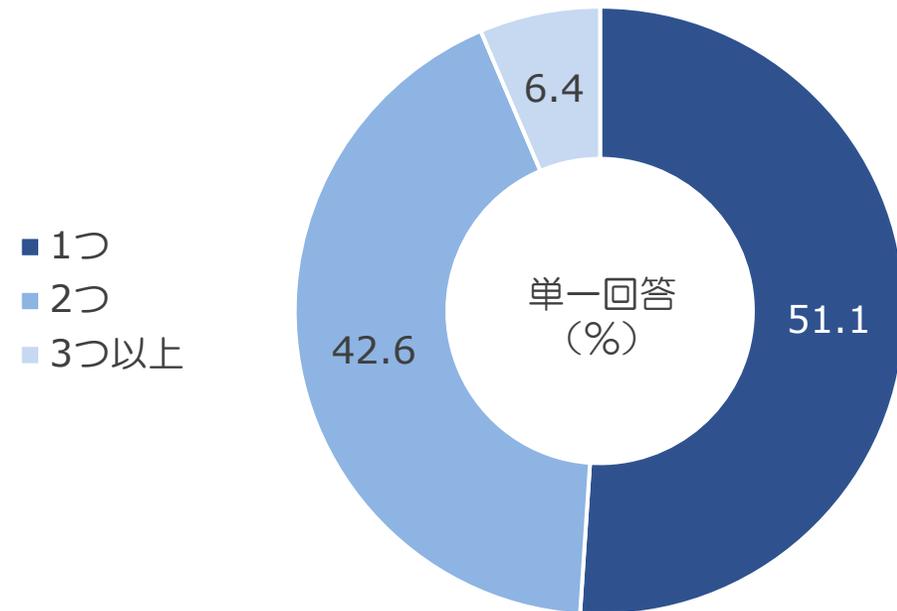
- **ABEMA**や**Tver**等、日本を拠点とする無料動画配信サービスが人気である。
- 無料動画配信登録者の**49.0%**が複数の無料動画配信サービスを併用している。

スポーツ放映を視聴する無料動画配信（複数回答）

サービス名	主なスポーツ放映	視聴率
ABEMA	野球、ゴルフ、サッカー等	74.5%
Tver	野球、サッカー等	53.2%
DAZN Freemium	サッカー等	12.8%
Lemino	ラグビー等	2.1%

\*本調査の範囲外ではあるが動画共有サービス「YouTube」の視聴率は8.5%であった。YouTubeでは、スポーツ放映の海賊版配信だけでなく、スポーツ組織による公式放映チャンネルや映像転載のない合法的な解説系チャンネルも提供されている。

スポーツ放映視聴のための無料動画配信登録数



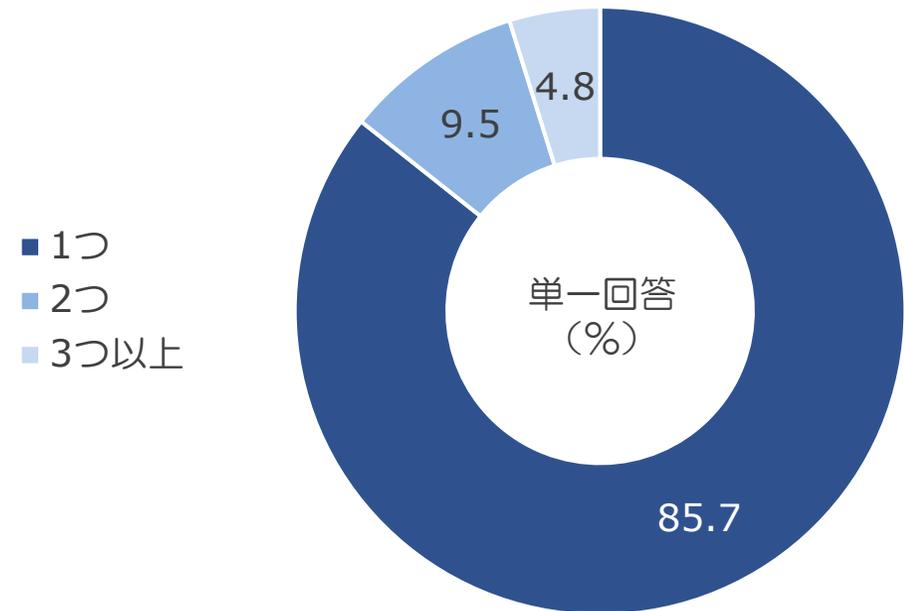
# 有料動画配信の視聴状況

- **DAZN**や**Amazon Prime Video**等、海外拠点の有料動画配信サービスが人気である。
- 有料動画配信契約者の**85.7%**が単一の有料動画配信サービスのみ利用している。

スポーツ放映を視聴する有料動画配信（複数回答）

チャンネル名	主なスポーツ放映	視聴率
DAZN	サッカー、野球、ゴルフ 等	42.9%
Amazon Prime Video	格闘技、サッカー 等	33.3%
U-NEXT	サッカー、野球、ゴルフ 等	14.3%
ABEMA プレミアム	野球 等	14.3%
ABEMA de J Sports	サッカー、モータースポーツ 等	9.5%

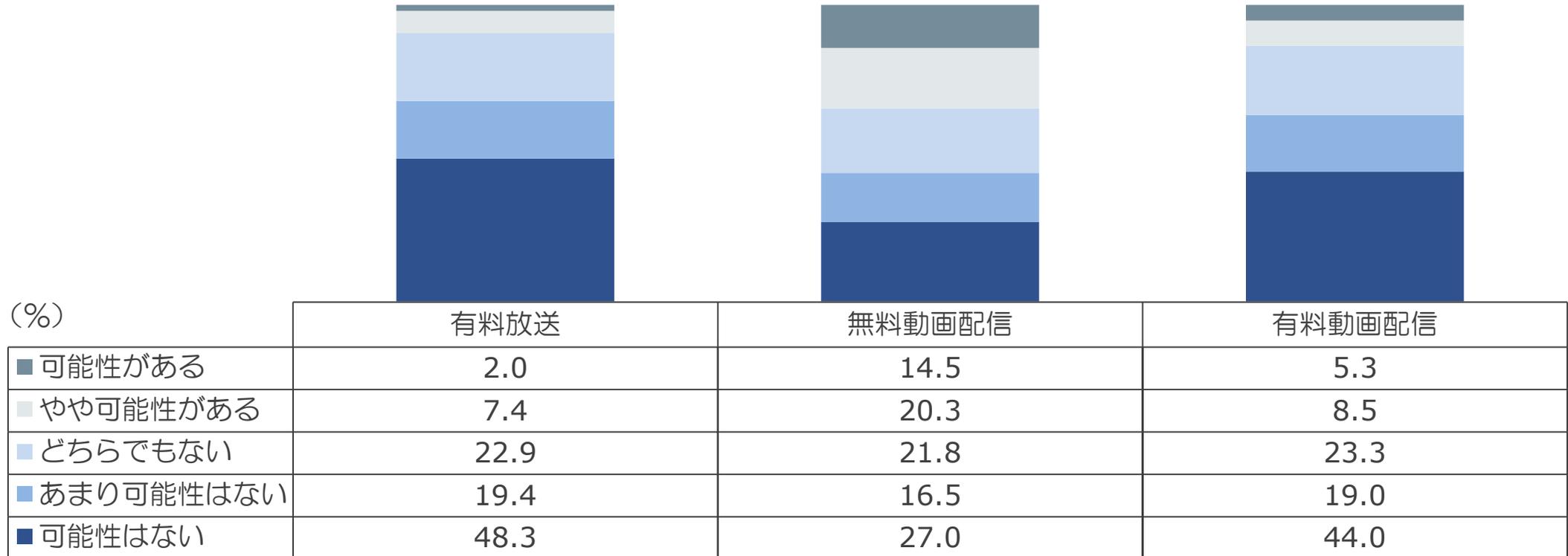
スポーツ放映視聴のための有料動画配信登録数



# 有料放送や動画配信への新規登録・契約可能性

- 有料放送や有料動画配信への新規契約には消極的な姿勢がうかがえる。
- 一方、無料動画配信については**34.8%**が新規登録の可能性があると回答した。

スポーツ放映視聴のために有料放送/無料動画配信/有料動画配信に新規契約・登録する可能性（単一回答）



# 統合型スポーツ専門動画配信への支払意思額

- 全年代で「無料ならば使用する」が最多割合を占める。
- ただし、**30～50代**は他年代よりも支払意思額が高い傾向にある。

視聴したいスポーツ放映をすべて1か所で視聴できる動画配信に支払う月額料金（単一回答）

(%)	無料ならば使用する	～1,000円	1,001～3,000円	3,001円～	無料でも利用しない
全体	56.5	18.8	15.8	6.9	2.3
18～20代	60.7	13.1	14.8	8.1	3.3
30代	47.5	22.0	18.7	11.9	0.0
40代	51.3	25.0	13.1	10.4	0.0
50代	48.6	21.4	22.9	2.8	4.3
60代	59.1	15.2	16.7	4.5	4.5
70代	72.1	14.7	8.9	3.0	1.5

# 報告内容

- 問題意識と目的
- スポーツ放映の概略史
- 米国の最新市場動向
- 欧州の最新政策動向
- 日本の現況と展望
  
- 付録（アンケート調査結果）
- 参考文献

## <日本語文献>

- 菊・齋藤・真山・横山 (2011) 「スポーツ政策論」 成文堂.
- 電通メディアイノベーションラボ (2023) 「情報メディア白書2023」 ダイヤモンド社.

## <英語文献>

- Cox, Phillip. (1995) "Flag on the Play? The Siphoning Effect on Sports Television" in Federal Communications Law Journal, vol. 47, no. 3, pp. 571-591.
- Giorgio, Pete. et al. (2022) "[A winning strategy for the future of sports streaming](#)" in Deloitte Insights.
- Perrine, James. (2001) "Constitutional Law Challenges to Anti-Siphoning Laws in the United States and Australia" in Legal Issues in Business. Vol. 3, pp.21-31.
- Stoll, Julia. (2023) "[Broadcast revenue from the Summer Olympic Games from 1960 to 2020](#)" in Statista.

- 英国 1996年放送法 ([Broadcasting Act 1996](#))
- 英国 2024年メディア法 ([Media Act 2024](#))
- オランダ 2008年メディア法 ([Media Act 2008](#))
- オーストラリア 1992年放送サービス法 ([Broadcasting Services Act 1992](#))
- オーストラリア 2024年通信法改正（プロミネンス及び反サイフォン）法 ([Communications Legislation Amendment \(Prominence and Anti-siphoning\) Act 2024](#))
- 日本 [2011年スポーツ基本法](#)



一般財団法人

マルチメディア振興センター

Foundation for MultiMedia Communications