

日本におけるスポーツ放映の実態～スポーツ放映視聴弱者という新たな課題～ 一般財団法人マルチメディア振興センター（FMMC）

調査研究部 上級研究員

米谷 南海



概要

2025 年 8 月、米国の定額制動画配信サービスである「Netflix」がワールド・ベースボール・クラシック（WBC）2026 年大会の日本国内における独占放映権を獲得したことが明らかになった。放送での中継は予定されていない。この発表は「大型スポーツイベントは無料で視聴できるもの」と考えてきた日本の視聴者に動揺を与え、一部試合の主催者である読売新聞社が非難とも受け取れる声明を発表するなど、社会的な反響を呼んだ。

もっとも、これは突発的な事象ではない。海外では既に数年前から動画配信事業者が主要スポーツイベントの独占放映権を獲得し、従来のテレビ放送に代わって中継を担う動きが進展してきた。今回の出来事は、その潮流が数年遅れて日本にも及んだものと理解すべきである。

本稿では、『ICT ワールドレビュー（2025 年 1 月）』に掲載された論考を抜粋及び一部改編する形で、日本におけるスポーツ放映の実態と、筆者が独自に実施したアンケート調査で明らかになった政策的課題について報告する¹。動画配信時代におけるスポーツ放映の在り方について、今後活発な議論が展開されることを期待しつつ、その一助となれば幸いである。なお、本稿で言う「スポーツ放映」はテレビ放送又は動画配信による試合の実況中継を意味し、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等は含まないので留意されたい。

1. スポーツ放映環境の変化

有料放送への加入が一般的な欧米諸国とは異なり、地上放送が主流の日本においては、スポーツ放映も地上放送で無料視聴できることが多かった。しかし、地上放送局が放映権料の高騰に対応できず、資金力のある動画配信事業者が放映権市場に参入したことで、近年では放映手段が「無料」から「有料」へ、「放送」から「動画配信」へと移行している。

例えば、日本プロサッカーリーグの 1 部リーグである J1 の場合、1990 年代は地上放送局による無料放映（地上放送・BS 放送）が一般的だったが、2000 年代には多くの試合が有料放送局の手によって提供されるようになり、2017 年以降は英国の定額制動画配信サービスである「DAZN」が全試合を放映している。また、国際サッカー連盟（FIFA）主催の世界選手権大会

¹ 米谷（2025）「動画配信時代のスポーツ放映—放映権ビジネスとユニバーサルアクセス権—」『ICT ワールドレビュー』Vol.17 No.5, pp.28-33.

欧米における市場・政策動向や、より詳細なアンケート調査結果については、米谷（2025）「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—」を参照されたい

（<https://www.fmmc.or.jp/activities/report/itemid488-007377.html>）。

FIFA ワールドカップの場合は、NHK と民放キー局が放映権を共同購入していたが、2018 年大会以降は民放局が相次いで撤退し、2022 年大会では日本の動画配信サービスである

「ABEMA」が全試合を無料放映した。更に、野球の国際大会である WBC も、2023 年大会では読売新聞社を通じて複数の放送局や動画配信事業者に放映権が付与されたが、2026 年大会は Netflix が有料会員向けに全試合を独占放映する予定である。

このような状況に対し、地上放送局からは無料放映の持続可能性を危惧する声が上がってきた。2023 年 3 月の第 211 回参議院総務委員会では、NHK の林理恵専務理事（当時）が「受信料で運営されている NHK としましては、高額な放送権料を無制限に支払うことはできないと考えております。（中略）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」と発言した²。また、2023 年 11 月の日本民間放送連盟定例会見では、「昨日開催されたサッカー日本代表戦は放送権料が高騰したことから、日本国内では放送も配信もされなかった。こうした事態についてどう考えているか」との記者質問に対し、遠藤龍之介会長（当時）が「残念だと思ふ半面、放送権料が上がると権利の獲得が難しい。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、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のではと危機感を強めている」と回答している³。

2. ユニバーサルアクセス制度を巡る議論

有料放送への加入が一般的な欧州諸国等では、国家的に重要なスポーツイベントについては誰しものが無料で視聴できる権利があるとする、いわゆる「スポーツへのユニバーサルアクセス権」が確立しており、放送を前提とする現行のユニバーサルアクセス制度を動画配信に対応させるための制度改革が進められている。

一方、無料放映が長く当たり前になっていた日本では、ユニバーサルアクセス制度が導入される機会のないまま今日に至る。1997 年の文部省保健体育審議会答申や 2001 年の国会参議院総務委員会において、有料放送局による放映権の買い占めでスポーツの普及に弊害が生じるようなことがあれば対応が必要となるとの指摘はあったものの、その後、議論が発展することにはなかった⁴。

また、文部科学大臣が「2011 年スポーツ基本法」第 9 条に基づいて 5 年ごとに策定する「スポーツ基本計画」でもユニバーサルアクセス制度に関する言及は見当たらない。同計画は、「する」「みる」「ささえる」という様々な形でのスポーツへの自発的参画を推進することを基本方針としているが、ここでいう「みる」はスタジアム等での直接観戦を指しており、放送や動画配信での放映視聴は対象外となっている。

² 2023 年 3 月 30 日第 211 回参議院総務委員会第 8 号

(<https://kokkai.ndl.go.jp/#/detail?minId=121114601X00820230330¤t=1>)。

³ 2023 年 11 月 22 日日本民間放送連盟遠藤会長定例会見 (<https://j-ba.or.jp/category/interview/jba106127>)。

⁴ 保健体育審議会（1997 年 9 月 22 日）「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 保健体育審議会答申」。

第 151 回国会参議院総務委員会第 5 号（2001 年 3 月 29 日）「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」(<https://kokkai.ndl.go.jp/#/detail?minId=115114601X00520010329¤t=1>)。

ただし、スポーツ組織のなかからは、ユニバーサルアクセス制度の必要性を主張する意見が挙がっている。例えば、日本トップリーグ連携機構は2010年8月公表の「スポーツ環境の整備に関する調査研究事業報告書」において、広くスポーツ振興を図るためには日本独自のユニバーサルアクセス制度を検討すべきだとする提言をまとめた⁵。また、日本サッカー協会の田嶋幸三会長（当時）は2022年3月、FIFAワールドカップ2022年大会アジア予選の日本代表アウェイ戦がDAZNでの有料放映に限られたことを受け、国民的関心の高い日本代表戦についてはすべて無料で視聴できる法整備を政府に求める考えを明らかにした。同氏は、市場原理にまかせれば動画配信での有料放映が主流になり、将来のサッカー界を担う子ども達が試合を視聴できなくなると説明し、「お金の問題だけで動かれるのは残念でしかたない」として地上放送による無料放映の必要性を訴えた⁶。

3. スポーツ放映の視聴実態

日本においてスポーツ放映がどのように視聴されているか、その実態を把握する目的でアンケート調査を実施した。以下に調査結果を一部抜粋して報告する。

- ・調査方法：ウェブアンケート調査
- ・調査期間：2024年8月9日～15日
- ・調査対象：過去12か月の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）
- ・調査委託先：株式会社クロス・マーケティング

※本調査では、スポーツ放映を「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生中継」と定義した。そのためアマチュア選手中心の競技や大会の生中継は調査対象外である。また、飲食店等でのパブリックビューイングも対象外した。

スポーツ放映の視聴方法と月間支払総額（図表1・図表2）

スポーツ放映の視聴方法について尋ねたところ、全年代で「地上放送」の割合が最も高く、「BS 無料放送」が次点についた。一方、動画配信の利用率は年代によって差異がみられ、40代以下の20%超が「無料動画配信」、10%超が「有料動画配信」を利用しているのに対し、50代以上ではそれぞれの利用率が10%以下及び5%以下にとどまった。特に60代と70代の「有料動画配信」利用率はほぼ0%と著しく低い。

無料放送（地上放送・BS 無料放送）での視聴が一般的であることを反映するように、スポーツ放映を視聴するために月々支払っている費用の総額は、全年代で「0円」との回答が最も多かった。ただし、何かしらの費用を支払っている人の割合をみると、18～20代は6.4%と他の年代よりも割合が低く、有料視聴に慎重な姿勢がうかがえる。

⁵ 日本トップリーグ連携機構（2010）「スポーツ環境の整備に関する調査研究事業報告書」（<https://japantopleague.jp/static/column/sportsenvironment/>）。

⁶ 東スポWEB（2022.03.28）「田嶋会長が日本代表戦の無料放送維持を国に要請へ『お金の問題だけで動かれるのは残念』」（<https://www.tokyo-sports.co.jp/articles/-/166955>）。

図表 1 スポーツ放映の視聴方法（年代別・複数回答・％）

	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
全体	86.5	36.3	12.5	15.7	7.0
18～20 代	77.0	23.0	13.1	24.5	11.5
30 代	83.1	32.2	15.3	23.7	11.9
40 代	90.8	31.6	9.2	21.0	13.2
50 代	88.6	38.6	11.4	10.0	4.3
60 代	84.8	42.4	15.2	9.0	0.0
70 代	92.6	48.5	11.8	7.3	1.5

図表 2 スポーツ放映視聴のための月間支払総額（年代別・単一回答・％）

	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

スポーツ放映サービスの新規利用の可能性（図表 3・図表 4）

視聴したいスポーツ放映が普段利用していないサービスでしか放映されない場合、それを視聴するために当該サービスの利用を新たに開始するかを質問した。その結果、新規利用の可能性が最も高いのは無料動画配信で、34.8%がスポーツ放映を視聴するために無料動画配信に新規登録する可能性があるかと回答した。有料放送や有料動画配信に新規契約する可能性はそれぞれ 9.4%と 13.8%にとどまり、有料サービスの新規利用には消極的な傾向がみられた。

また、もし視聴したいスポーツ放映をすべて 1 か所で視聴できる新しい動画配信サービスが登場したら、同サービスを利用するためにいくら支払うかを尋ねたところ、全年代で「無料なら使用する」が最多割合となり、ここでも視聴者の無料志向の根強さが示唆される結果となった。ただし、中壮年層（30 代、40 代、50 代）の約半数は有料であっても利用すると回答しており、若年層や高年層よりも有料動画配信の利用に前向きであることがわかった。

図表 3 スポーツ放映視聴のための新規登録・契約可能性（単一回答・％）

	可能性がある	やや可能性がある	どちらでもない	あまり可能性はない	可能性はない
有料放送	2.0	7.4	22.9	19.4	48.3
無料動画配信	14.5	20.3	21.8	16.5	27.0
有料動画配信	5.3	8.5	23.3	19.0	44.0

図表 4 統合型スポーツ専門動画配信サービスへの支払意思額（年代別・単一回答・%）

	無料なら使用する	1～1000 円	1001～3000 円	3001 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

4. スポーツ放映視聴弱者の救済に向けて

日本のスポーツ放映は「無料」から「有料」へ、「放送」から「動画配信」へと移行しつつあるが、アンケート調査の結果、若年層と高年層における潜在的なスポーツ放映視聴弱者の存在が浮き彫りになった。有料視聴や動画配信の利用に前向きな中壮年層（30 代、40 代、50 代）は放映環境の変化に対応可能であるのに対し、若年層（18～20 代）は経済的障壁を、高年層（60 代、70 代）は技術的障壁を抱える傾向にある。このような状況にもかかわらず、スポーツ放映視聴弱者の救済に向けた政策議論は進んでいない。

その方策を検討する際には、欧州のユニバーサルアクセス制度が参考になるであろう。しかしながら、放送制度や放送産業の成り立ちが異なる欧州の制度を日本にそのまま導入するには、クリアすべきさまざまな障壁があるように思われる。制度の対象となる競技や試合の選定基準、放映権の獲得と配分の仕組み作り、放送局が負う放映権料の不足を政府が国庫から補填したり、政府自らが放映権を購入したりすることの是非、政府が優先的に扱うスポーツコンテンツを指定することの妥当性等、慎重に検討すべき論点は少なくない。

そのため日本においては、ユニバーサルアクセス制度のような法的規制によらない、独自の現実的かつ柔軟な方策を模索することも並行して進めていくべきだと考える。例えば、NHK と民放局が放映権を共同購入する従来型の「放送間協業モデル」を拡大し、放送局と動画配信事業者が連携する「メディア間協業モデル」を構築することも一案であろう。具体的には、予選試合は有料放送・動画配信、決勝戦や日本代表戦は無料放送・動画配信とするなど、複数の事業者がメディアの壁を越えて協業体制を形成すれば、放映権料の負担を分担しつつ、より多くの人がスポーツ放映にアクセスできる環境を整備することが叶うのではないかと考える。

本稿では公平なスポーツ放映視聴環境を確保するための具体的な解決策を提示するには至らなかったが、今後も諸外国の市場・政策動向に目を向けつつ、日本におけるスポーツ放映のあり方について検討を続けていきたい。その過程では、若年層のスポーツ放映離れ（放送・動画配信でスポーツ放映を視聴するよりも SNS でハイライト映像を視聴することを好む現象）や、海賊版ライブ配信とスポーツベッティングの普及拡大にも注目して分析を進めたい。