

動画配信時代のスポーツ放映 —欧米の最新市場・政策動向—  
一般財団法人マルチメディア振興センター (FMMC)  
ICT リサーチ&コンサルティング部 チーフ・リサーチャー  
米谷 南海



## はじめに

これまで放送事業者の独擅場であったスポーツ放映権市場に、動画配信サービスを提供する大手テック企業が巨額資金を携えて参入している。様々な端末から視聴可能で、試合中継数も多い動画配信サービスを好む視聴者は多い。このような動きは世界的に共通するもので、諸外国のスポーツ放映に少なからぬ影響を及ぼしている。

本稿では、動画配信時代におけるスポーツ放映について欧米の最新動向を紹介する。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きをまとめ、今後、日本のスポーツ放映の在り方について考察する際の材料としたい。

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や対談番組等は含まない。

## 1. スポーツ放映の超概略史

世界初のスポーツ放映は 1960 年のローマ五輪で実施され、放映権料の徴収も同大会から始まった。更に「テレビ五輪」とも呼ばれる 1964 年の東京五輪では衛星を利用した海外中継が行われ、世界的なスポーツの祭典である五輪は、巨大なメディアイベントとしての側面も持ち合わせるようになった。これ以降、スポーツ放映権ビジネスは本格化し、放映権収入は今や様々なスポーツリーグにとって重要な収入源となっている。

放映権という概念が生まれたのはラジオ時代の米国だった。1921 年にラジオによる初のボクシング中継が行われ、聴取者は瞬く間に 5,000 万人を超えたという。これを面白く思わなかったのが興行主側で、1927 年の世界ヘビー級王者ジャック・デンプシー引退戦では、放送事業者がラジオ中継による入場料と飲食売上の減収分を補填する支払契約を迫り、事業者側もこれを承諾した。当時の正式な文書は残っていないが、これが放映権の始まりだと言われている<sup>1</sup>。

一方、この放映権という新たなビジネスモデルに対し、世界で初めて視聴者保護対策を講じたのは英国である。同国では長らく公共放送 BBC が単独でスポーツ放映を行っていたが、1950 年代に開始した地上波商業放送（当時は英国全土をカバーするネットワークを有していなかった）や、1990 年代に勢いを得た有料放送が、高額な放映権を獲得し独占放映を行えば、国民的関心の高い競技を視聴できない視聴者が発生するとの懸念が生じた。そこで

<sup>1</sup> 杉山茂. スポーツは誰のものか. 慶應義塾大学出版会, 2011.

「1954年テレビジョン法（現在廃止）」「1984年ケーブル放送法（現在廃止）」「1996年放送法」に無料かつ地理的に普遍的なスポーツ放映を担保する条項を盛り込み、スポーツにおけるユニバーサルアクセス権（以下 UA 権とする）を確立したのである。UA 権とは誰もが自由に情報にアクセスできる権利であり、1948年の国連総会で採択された「世界人権宣言」の第19条においてもコミュニケーションの権利として謳われている。このような英国での議論は EU にも波及し、EU の放送法として位置付けられる「視聴覚メディアサービス指令（旧国境なきテレビジョン指令）」にも英国法に類似する規制枠組みが組み込まれた。

なお、米国ではスポーツにおける UA 権を保障する法制度は存在しない。1975年に独立規制機関 FCC が、有料放送が主要スポーツ大会を独占放映し（無料）地上波放送から番組ソフトを「吸い上げる（サイフォン）」ことを禁じる「反サイフォニング規制」を発表したが、裁判所がこれを表現の自由を謳った合衆国憲法修正第1条に違反すると判断したため無効となり、今日に至る。

このようにスポーツ放映に対する考え方は、早期から商業放送がスポーツビジネスを盛り立ててきた米国と、公共放送を中心に放送市場が発展してきた欧州とで大きく異なるが、いずれの市場も動画配信時代を迎え、変革期に突入したという点においては共通点を有する。以下ではその最新動向を紹介する。

## 2. 米国：スポーツ放映権市場の牙城を崩す大手テック企業

スポーツ放映権ビジネス誕生の地である米国では、市場で劇的な地殻変動が起きている。これまでは地上波放送の4大ネットワークや有料放送のスポーツ専門チャンネルがスポーツ放映を担ってきたが、近年、動画配信サービスを提供する大手テック企業とその資金力を武器に放映権争いに参入している。

例えば、キラコンテンツとして知られるプロフットボールリーグ NFL の中継では Amazon が木曜夜の試合の独占放映権を獲得した（表1）。NFL が大手テック企業と独占放映契約を締結するのはこれが初めてで、これにより月曜夜と日曜昼夜の試合が放送と動画配信の両方で視聴できるのに対し、木曜夜の試合は Amazon の動画配信サービス「Prime Video」でのみ視聴可能となった。また、独占放映ではないものの、Google も日曜昼の試合を「YouTube TV」と「YouTube Primetime Channel」で配信する権利を得ている。

若い世代のファンを獲得したいプロスポーツリーグは動画配信での試合中継に積極的だ。大手テック企業と放映権契約を締結するだけでなく、独自の D2C（Direct to Consumer）型動画配信サービスを立ち上げるリーグも少なくない。NFL も昨年夏に主要スポーツリーグに先駆けて月額4.99ドルの「NFL+」を開始した。主だった試合を中継するが、モバイル端末限定サービスなので、表1の放映権取得者と利害が直接対立することはない。

表 1 NFL の米国内放映権取得状況

試合中継	放映者	放映方法	契約期間	年間契約金額
月曜夜（全国）	ESPN/ABC	放送・動画配信	2022～2033	27 億ドル
木曜夜（全国）	Amazon	動画配信	2022～2033	10 億ドル
日曜夜（全国）	NBC	放送・動画配信	2023～2033	20 億ドル
日曜昼（全国）	Google	動画配信	2023～2030	20 億ドル
AFC 日曜昼 （ローカル）	CBS	放送・動画配信	2023～2033	21 億ドル
NFC 日曜昼 （ローカル）	Fox	放送・動画配信	2023～2033	22 億ドル

\*NFL は AFC と NFC の二つのグループで構成され、各グループ 16 チームが所属している。CBS と Fox は各グループの日曜昼の試合中継を担うが、同時帯に複数の試合が実施されるため、地域によって中継される試合が異なる。これに対し Google は日曜昼に実施されるすべての試合を中継する。

出典：NFL 公式サイト等を基に筆者作成

動画配信サービスがスポーツ放映権市場での存在感を増す中、地域スポーツネットワーク（RSN）も転機に立たされている。RSN とはローカル放映を専門とする有料放送のスポーツ専門チャンネルのことを指す。米 4 大プロスポーツのうち、NFL はリーグが全国・ローカル放映権を一括管理しているが、プロ野球リーグ MLB、プロバスケットボールリーグ NBA、プロホッケーリーグ NHL では各チームがそれぞれのローカル放映権を RSN に売却しており、RSN からの放映権収入を生命線とするチームもある。

ところが、コードカット（有料放送から動画配信に乗り換える消費者行動）に伴う加入者の減少と放映権料の高騰という二重の負担に耐え切れず、破産や事業撤退に追い込まれる RSN が出てきた。今年 3 月には、RSN 最大手「Bally Sports」を運営する Diamond Sports Group が日本の「民事再生法」に相当する「連邦破産法」第 11 条の適用申請を行ったほか、メディア大手 Warner Bros. Discovery も RSN 事業から撤退する計画であることが報じられている。

動画配信大国として知られる米国だが、放送事業者は動画配信サービスとの競争に比較的楽観的な姿勢を示してきた印象を受ける。その根拠となっていたのは彼らの専売特許ともいえる報道中継とスポーツ中継だった。しかし、大手テック企業がスポーツ放映権市場の牙城を崩しつつある今、放送事業者の事業の二大柱は以前ほど盤石なものではなくなってきている。

### 3. 欧州：動画配信時代におけるユニバーサルアクセス権

先述した通り、欧州ではスポーツにおける UA 権を保障しており、国民的関心の高い競技については誰もが無料で視聴できる環境を整備している。しかし、現行制度はテレビ放送を念頭に置いたものであり、基本的には動画配信サービスを想定していない。そこで、このままでは制度が現状にそぐわない状況が生じる懸念があるとして、昨年冬頃から一部の国で動画配信

サービスと UA 権を巡る議論が開始された。

例えば、英国では昨年 11 月に規則見直しに着手した<sup>2</sup>。現行の「1996 年放送法」は、主要スポーツ大会等の国民的行事を「特別指定行事」としてリストアップし、公共サービス放送 (PSB) が地上波で無料放映すべき行事と、有料放送での独占放映は可能だが PSB に 2 次利用 (ハイライト放送等) 権を付与すべき行事とに大別している<sup>3</sup>。今回の見直しでは、PSB が地上波放送だけでなくオンラインプラットフォームでもスポーツ放映を行うべきかを検討する。

オランダでも昨年 11 月に議論が始まった<sup>4</sup>。発端は有料放送大手 Ziggo が欧州サッカー連盟主催の UEFA チャンピオンズリーグ、UEFA 欧州リーグ、UEFA カンファレンスリーグの独占放映権を獲得したことにある。同社は Ziggo 加入者にはスポーツ専門チャンネル「Ziggo Sport」で、非加入者には無料アプリ「Ziggo GO」で、それぞれナショナルチームの試合を中継すると発表した。これが EU の「視聴覚メディアサービス指令」に基づいて制定された「2008 年メディア法」に抵触する可能性があるとの批判が議会等から提起された。同法はナショナルチームが参加する主要国際スポーツ大会を「オープンなテレビ番組チャンネル」で放送することを義務付けている。オープンなテレビ番組チャンネルとは、75%以上の世帯が無料視聴できるチャンネルを指し、テレビ番組を無料同時配信するウェブサイトもこれに含まれる。Ziggo は無料アプリ「Ziggo GO」での試合中継によってこの条件をクリアする考えだが、議会側は端末へのダウンロードが必要となるアプリはオープンなテレビ番組チャンネルに該当しないとの見解で、アプリ経由での配信は高齢者や障がい者、デジタル弱者の UA 権を侵害すると主張している。政府は 2023 年より本格的な規則見直しを実施する予定である。

EU から離脱したとはいえ、欧州の放送政策議論における英国の影響力は依然大きい。同国で本格的に開始した動画配信時代の UA 権に関する議論が欧州全体に波及する見込みは高く、昨今のメディア環境と視聴者利益を考慮した新たなスポーツ放映の在り方が模索されることになるだろう。

## おわりに

日本におけるスポーツ放映は米国とも欧州とも異なる発展の仕方をしてきた。民間活力によってスポーツビジネスを成長させ、有料独占放映も認めている米国や、1990 年代に台頭した有料放送をけん制する目的でスポーツ分野に UA 権という概念を導入し、無料放映を義務付ける欧州と比べ、日本ではスポーツにおける UA 権が保障されていないにもかかわらず地上波放送事業者が試合を無料中継してきた。日本は難視聴地域が少なく地上波放送事業者が圧倒的な制

<sup>2</sup> Department for Digital, Culture, Media & Sport. Review of broadcast rules around major sporting events, 2022-11-15. (参照 2023-04-18)

<https://www.gov.uk/government/news/review-of-broadcast-rules-around-major-sporting-events>

<sup>3</sup> PSB とは公共の利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地上波放送事業者のことを指す。公共放送の BBC、商業放送の Channel3 と Channel5、非営利の Channel4 が該当する。

<sup>4</sup> NLconnect. NLconnect: meer sport op evenementenlijst en moderniseer definitie van open net, 2022-11-16. (参照 2023-04-18)

<https://www.nlconnect.org/nieuws/nlconnect-meer-sport-op-evenementenlijst-en-moderniseer-definitie-van-open-net>

作力を持つため、有料放送に対する需要が低く、欧州のように UA 権が取り沙汰されるような事態が発生しなかったのである。スポーツの UA 権について国レベルでの議論があったのは、1997 年 9 月 22 日付文部省保健体育審議会答申でのただ一度だけだったと思われる<sup>5</sup>。

しかしながら、放映権料の上昇に歯止めがかからない現状に鑑みると、果たしてこのまま地上波放送による無料放映が続くのかという疑問が頭をもたげる。事実、日本プロ野球や J リーグ等の国内プロスポーツは地上波放送から有料放送や有料動画配信サービスでの中継に移行しており、国際的なスポーツ大会が同じ道を辿る可能性は十分にあるだろう。

国際サッカー連盟主催の FIFA ワールドカップを例にとってみると、2000 年代以降、2014 年ブラジル大会までは NHK と地上波商業事業者（民放）が共同で無料放映権を購入していたが、2018 年ロシア大会ではテレビ東京が撤退し、2022 年カタール大会では TBS と日本テレビがそれに追随した。視聴者にとっては幸運なことに、カタール大会では動画配信大手「ABEMA」が参入し「W 杯は公共財に近い」として全試合を無料放映したが、ABEMA を運営するサイバーエージェントの 2023 年度第 1 四半期営業利益は、放映権料やサーバ増強費等の莫大なコストを理由に、約 20 年ぶりに赤字転落した<sup>6</sup>。このような状況で今後もボランティアな無料放映が続くとむやみに期待するのは非現実的ではないか。ちなみに、NHK は「NHK 経営計画（2021-2023 年度）」において 700 億円規模の経費削減を目標として掲げており、その中にはスポーツ放映権料の絞り込みも含まれている<sup>7</sup>。

動画配信サービスの台頭に伴い、世界のスポーツ放映権市場は明らかに潮目が変わった。米国では大手テック企業が主要プレイヤーとして存在感を高める代わりに一部放送関連事業者が市場からの退場を余儀なくされ、欧州ではスポーツにおける UA 権を引き続き保障するための方法を模索する議論が始まった。日本においてもスポーツ放映の商業的価値と社会的価値を再評価し、スポーツリーグ、放送/配信主体、視聴者等のステークホルダーを意識した多角的な視点から、その在り方を見直す時期に来ている。本稿では残念ながらそこまで踏み込んで議論することはできなかったが、引き続き欧米の動向を注視し、今後の調査研究課題としたい。

<sup>5</sup> 文部省保健体育審議会. 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, 1997.

<sup>6</sup> 日刊スポーツ. 【W杯】無料放送の決断「W杯は公共財に近いと、僕らは思っています」／ABEMA インタビュー, 2022-11-20. (参照 2023-04-18)

<https://www.nikkansports.com/soccer/qatar2022/news/202211190001450.html>

CyberAgent. 2023 年 9 月期 第 1 四半期決算発表について, 2023-01-25. (参照 2023-04-18)

<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=28472>

<sup>7</sup> NHK. 「NHK 経営計画（2021-2023 年度）議決を受けて」, 2021-01-13. (参照 2023-04-18)

[https://www.nhk.or.jp/info/pr/plan/assets/pdf/2021-2023\\_mix.pdf](https://www.nhk.or.jp/info/pr/plan/assets/pdf/2021-2023_mix.pdf)