

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

田村 和人 福田 泰久 浅利 光昭

1. はじめに

1-1 本稿について

本稿は、2023年7月8日に行われた情報通信学会コンテンツビジネス研究会による公開研究会「ネットにシフトするスポーツ中継」の内容に加筆しながら、集められた知見を整理したものである。

執筆者である田村（本学教授）および浅利（メディア開発総研）は研究会のメンバーであり、福田（スポーツジャーナリスト）は公開研究会のゲストスピーカーとして招聘された。福田は日本テレビ勤務時にスポーツ番組を長く担当し、2014年から2021年までは東京オリンピック・パラリンピック組織委員会でヘッドオブブロードキャスト¹⁾を務めたスポーツ中継のエキスパートである。

1-2 本稿の目的

スポーツ中継といえば、“ビールを飲みながらプロ野球中継をテレビでみる”といった姿が思い浮かぶ。実際、プロ野球中継（主にナイター）は1993年に発足したJリーグ（正確には日本プロサッカーリーグ）などによってプロスポーツの人気分散されるまでの、日本の国民的娯楽というべきものだった。

後述するが、野球に加え、同じく長い歴史を誇る大相撲、サッカー、ゴルフ、テニス、各種格闘技などのスポーツ中継は、多チャンネル化したテレビの格好のコンテンツとなった。スポーツ中継といえば、車中などでラジオ中継を聴くことを除けば、あくまでテレビでみるというのが常識だったといってよい。テレビ番組には様々あるが、スポーツ中継は其中でも中心的なもののひとつであり続けた。

もちろんスポーツ中継は現在でもテレビ放送の重要な要素であることに変わりはないが、プロ野球中継が視聴率低迷により地上波でほとんど放送されなくなったり、放送権料の壁にあたって放送ができないスポーツイベントが出現したりしている。そして、これまでテレビにしかできないと思われてきたスポーツ中継が、ネットで配信されることが増えている。例えば、JリーグのJ1からJ3までの中継はすべてネットサービスのDAZNによるものとな

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

り、ほとんどテレビでは放送されなくなっている。こうした、スポーツ中継がネットにシフトすることの背景や現時点での課題を検討することが本研究ノートの目的である。

1-3 本稿の構成と執筆分担

「1. はじめに」(担当 田村)では、本稿執筆の経緯、目的、構成が述べられる。

「2. テレビとスポーツ中継」(担当 福田：2-1, 2-2, 2-3, 2-7 浅利：2-4, 2-5, 2-6)では、テレビ草創期以来、スポーツ中継とテレビ放送の大きなつながりを振り返る。

「3. スポーツ中継のネット配信化」(担当 田村：3-1 福田：3-2)では、ネット配信によるスポーツ中継が増加している経緯やその背景を探る。

「4. スポーツ中継のネット配信に係る諸課題」(担当 福田：4-1, 4-2, 4-5, 4-6, 4-7 田村：4-3 浅利：4-4)では、ネット配信化することの諸課題を検討する。

「5. 最後に」(担当 田村)では、テレビ放送とネット配信の技術的な違いと今後の展望に触れる。

2. テレビとスポーツ中継

2-1 スポーツ中継の黎明期

1953年にNHKと日本テレビがテレビ放送を開始してから70年が経つ。日本テレビの後楽園球場での野球中継「巨人対阪神」は開局の翌日、カメラ台数はわずか2台だった²⁾。日本テレビはプロレス中継にも力を入れ(1954～)、力道山の空手チョップで外国人レスラーを打ちのめす姿に敗戦国日本の国民は熱狂した。一方、NHKは『全国高校野球選手権大会』(1953～)というアマスポーツや『大相撲』(1953～)を定期的の中継し、根強い人気を確立していった³⁾。日本テレビは開局当時、テレビの普及を図るために街頭テレビを都内26ヶ所に設置し、多くの観衆が小さなブラウン管に群がったが、そこでも人気は大相撲、プロ野球、アイスショー等のスポーツ中継だった⁴⁾。

1960年代に入るとプロ野球が国民的な人気を呼ぶ。その背景にはON砲(オーエヌほう)を放つ王、長嶋というスター選手や巨人軍の9連覇の様子(1965～1973)などが、連夜のように地上波で放送されたことがある。日本一を賭けた日本シリーズ「巨人対西鉄」における西鉄・稲尾の快投(1958)など、数々の名場面も生まれた。また力道山以降もプロレス人気は高く、さらにプロボクシング中継ではファイティング原田が当時の世界チャンピオン、エデル・デフレを破る姿(1965)は高視聴率を獲得した。

オリンピック中継については、NHKが1956年のメルボルン大会で実験的に開始、1960年のローマ大会から本格的に開始したが、生放送ではなくビデオテープをイタリアから空輸して対応、放送時間は計15時間35分だった⁵⁾。そして1964年の東京大会は初の自国開催

図表 1 FIFA ワールドカップ中継視聴率ランキング (世帯, 関東地区)

順位	大会名	視聴率	日時
1	2002FIFA ワールドカップ (日本対ロシア)	66.1%	2002/06/09
2	2002FIFA ワールドカップ (ドイツ対ブラジル)	65.6%	2002/06/30
3	ワールドカップサッカー (日本対クロアチア)	60.9%	1998/06/20
4	ワールドカップサッカー (日本対アルゼンチン)	60.5%	1998/06/14
5	2002FIFA ワールドカップ (日本対ベルギー)	58.8%	2002/06/04
6	2010FIFA ワールドカップ (日本対パラグアイ)	57.3%	2010/06/29
7	2006FIFA ワールドカップ (日本対クロアチア)	52.7%	2006/06/18
8	ワールドカップサッカー (日本対ジャマイカ)	52.3%	1998/06/26
9	2006FIFA ワールドカップ (日本対オーストラリア)	49.0%	2006/06/12
10	2018FIFA ワールドカップ (日本対コロンビア)	48.7%	2018/06/19

データ出典：ビデオリサーチ

で、多くの日本人の関心と呼んだ。実際に歴代のスポーツ中継で今日に至るまで一番の高視聴率を獲得したのは、東京オリンピックでの女子バレーボール決勝「日本対ソ連」の66.8% (世帯・関東地区) である。その後もオリンピック種目で日本人がメダルを獲得できる競技や種目が人気となり、中継機会が格段に増えていった⁶⁾。

オリンピックをはじめ、アマチュアスポーツを数多く中継していたNHKの存在はスポーツ界にとって大きかった。当初、放送権料は廉価あるいは無料同様の時代で、NHKで全国放送されることがそのスポーツの人気の獲得や普及に資するというのがスポーツ団体の考えだった。

そしてFIFA ワールドカップの中継も1978年からNHK独占 (ワールドコンソーシアムという世界的な座組による) となったことで、オリンピックと合わせて視聴者にとって関心の高い中継番組となった⁷⁾。

図表1はFIFA ワールドカップで高視聴率をとった試合の一覧である。テレビ離れが進んだ現在でも、試合内容によっては強い求心力があることが理解できる。

2-2 テレビとスポーツ中継

特筆すべきは、NHKでも民放でも、この70年を振り返った時、テレビ放送とスポーツ中継の相性は非常に良かったということである。ドラマ番組のような脚本、キャスティング、スタジオ収録、編集といった手の込んだ作業に比べて、競技場にカメラを持ち込み生中継することで成立するのがスポーツ番組の利点である。むしろ手を加えない、スポーツの持つありのままの感動を同時体験する機会を提供するテレビには、国民にとって最高の娯楽となる要素が多くあった。その理由として以下を挙げられよう。

・1960年代から80年代は放送権料も適正で、ドラマや報道のような制作コストがかからな

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

かった。

- ・そのスポーツの普及や人気獲得を目指すという目的が、スポーツ団体とテレビ局に共通していた。
- ・スポーツ競技そのものにドラマ性があり、視聴者に感動を与える機会が多い。
- ・2022年のWBCやワールドカップのように急激な人気上昇は局のイメージアップにも貢献する。

いずれにしてもスポーツ競技とテレビ放送の蜜月は長く続いた。そして時にはテレビのためにルール改正をしたり⁸⁾、テレビ放送に合わせて試合時間の設定をしたりするなど、テレビが絶対的なスポーツ中継のメディアとして地位を確立していた。

80年代以降になると、スポーツ中継の中心はNHKから民放へと移行していく。NHKは伝統あるアマチュアスポーツを中心に放送していたが、バブル景気もあって、大型スポンサーが多くスポーツ大会に協賛し、新規のスポンサー冠大会も大きく増えた。トヨタカップ、キリンカップ、日産ゴルフ、サントリーテニス、レナウンカップ、東芝アメリカンボウル等である。電通を筆頭とした広告代理店がテレビ広告の買い切りを保証するなどで、スポンサー収入を財源とした民放テレビ局の後押しをしたこともあり、スポーツ大会は百花繚乱の時代へと進んでいった。

スポンサー冠を付けたエキシビジョンとしての大会もあったが、チャンピオンシップ（各スポーツ団体の正式な世界大会）が充実していき、そのテレビ放送機会も増加していく。視聴者も次第に目が肥えて、真剣勝負のスポーツ大会にこそ魅力を感じるようになっていった。各スポーツ団体もテレビと連携して露出を増やすことで、そのスポーツの普及や発展を期して戦略を立てていった。

例えば、バレーボールはFIVB（国際バレーボール連盟）の戦略により、4年ごとに開催される世界大会を4つ、すなわち、世界選手権（世界バレー）、ワールドカップ、オリンピック、グランドチャンピオンズカップをローテーションで毎年1大会ずつ開催した。競技人気の高い日本では4つの世界大会を各民放局が契約して放送した。ラリーポイント制（サーブ権がなくとも得点が入る）の導入などのルール改正による放送しやすい試合時間の実現や、アリーナ観客席と競技コート近づけて盛り上げを図るなどの施策も行い、テレビとスポーツ競技の蜜月な関係を示した。

いくつかのチャンピオンシップの大会は視聴率が見込めて、かつスポンサーも付きやすいことから、その放送権の争奪戦も生まれていく。それは欧米を筆頭に世界的な風潮であったが、日本でも次第に放送権料が高騰していった。するとスポンサー広告収入に頼らない、受信料を財源とするNHKは高い放送権料を払えない時代になり、オリンピックなど一部大会を除いて、こうした大会の放送は民放にシフトしていく。広告代理店と手を組む民放が冠ス

ポンサーを付けるなどの営業的な対応をするようになり、放送権料が高額でも採算が取れる仕組みが成立した時代であった。

さらに1990年代に入ると、地上波以外のプラットフォームでもスポーツコンテンツが増加する。NHKはBS放送にも力を入れ、WOWOW、(現在の)スカパー！、Jスポーツなどの有料放送が開始されて、スポーツのキラーコンテンツ争奪戦に拍車がかかった。これらのサービスにとっては、加入促進とスポーツコンテンツは表裏一体であるのでなおさらである。特に海外サッカーは、世界的スターの存在、多くのリーグ戦試合による長い放送時間が若年層を中心とした加入者確保に結びついた。

1993年のJリーグ開幕以降はサッカー日本代表戦などがキラーコンテンツに成長していき、世界水泳、世界フィギア、スーパーボウルなど一流の大型スポーツ大会は地上波放送の目玉商品となった。

2-3 地上波放送の放送枠の限界について

日本テレビでは開局当時から編成されたプロ野球・巨人戦中継の場合、18時プレーボールにもかかわらず、また、後続の番組も放送する必要があったため、19時から21時までの放送枠（のちに30分程度の延長枠が設定されたが、それ以上はなかった）しかなかった。いくら試合が盛り上がっていても中継は中断され、ファンはラジオ中継に頼る以外はなかった。しかし、そうしたことが許容された時代は終焉を迎えている。試合をフルでみられない編成は視聴者のニーズに合わなくなっている。

とはいえ、地上波では放送設定の限界がある。2023年バスケットボールBリーグファイナル第1戦において、延長戦に突入した試合の様子は地上波日本テレビでは結果までは放送されなかった。2023年世界柔道（フジテレビ）では、男子66kg級の決勝戦が試合延長となり最後まで地上波放送されなかった。ゴルフ中継では生放送を設定していても、悪天候などの場合に試合が長引くことを考慮してVTR収録放送に切り替えて放送枠に収める処置が必要となる。競技スタートを早める、アウトイン一斉スタートなど運営のコントロールをしたうえでのことだが、有料ネット配信やWOWOW等の有料放送は原則として完全生放送を実施している。地上波放送がこれをするには、番組編成的にも営業的にも条件をクリアした十分な放送枠確保が必須となるが実際はむずかしい。

2-4 NHK 衛星放送におけるスポーツコンテンツの位置づけ

NHK衛星放送では、1987年の衛星第1テレビの独自編成による24時間放送開始に伴い、米大リーグ（以下「MLB」）の録画中継を開始した。1989年の本放送開始以降は現地映像による生中継を中心とした編成に移行している。

1995年からは、同年よりロサンゼルス・ドジャースに移籍した野茂英雄投手の登板試合

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

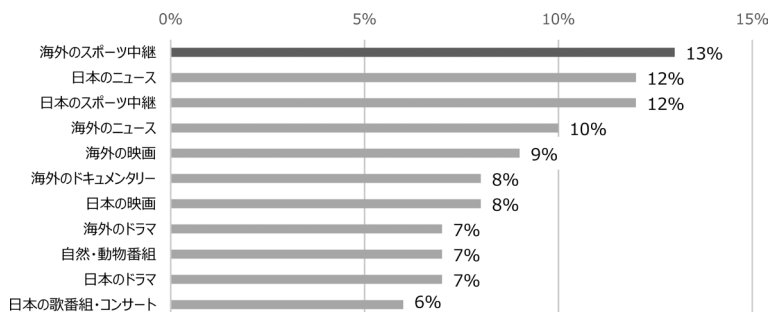
の生中継を中心に放送すると、同投手の活躍も相まって、NHK 衛星放送の認知および普及拡大に貢献した。その後、イチロー選手や松井秀喜選手、長谷川滋利投手、佐々木主浩投手等の活躍もあり、NHK を中心とした MLB 生中継は NHK のみならず衛星放送全体のブランドを確立する上で大きく寄与したと思われる。ちなみに、BS デジタル放送の普及に貢献した番組に贈られる「BS デジタル大賞 2003」（一般社団法人 BS デジタル放送推進協会）には、NHK と BS-i（現 BS-TBS）、BS フジが制作した「MLB 中継」が受賞、同特別賞は野茂投手が受賞した⁹⁾。

NHK による FIFA ワールドカップ中継は、1978 年に開催されたアルゼンチン大会からである¹⁰⁾。これは、国際サッカー連盟（FIFA）がアジアにおけるサッカーの普及促進を狙い、公共放送が多く加盟するアジア放送連合（ABU）を通じて「6 大会¹¹⁾ 一括、安価」という条件で販売した日本における同大会の放映権を NHK が取得したためである。NHK 衛星放送における FIFA ワールドカップ中継は 1986 年開催のメキシコ大会からである。本放送開始後のイタリア大会（1990 年開催）では、予選リーグと決勝トーナメント全 52 試合について、生中継を中心とした BS1（合計 222 時間）と録画中継を中心とした NHK 総合テレビ（合計 80 時間）で放送した。その後の米国大会、フランス大会は、NHK 衛星放送にて生中継と録画をあわせ全試合を放送した。ジャパン・コンソーシアム（JC：NHK と全民放局で構成）体制に移行した 2002 年大会以降も、日本代表戦や主要カードを除く試合の一部を NHK 衛星放送にて放送した。

NHK 放送文化研究所「衛星放送に関する世論調査 2007」（2007 年 3 月実施）によると、「ふだん見ている NHK BS の番組ジャンル」のトップは「海外のスポーツ中継」（13%）である。「日本のスポーツ中継」（12%）も合わせると、NHK 衛星放送においてスポーツ中継が視聴者から評価を受ける番組ジャンルであることが見受けられる¹²⁾。

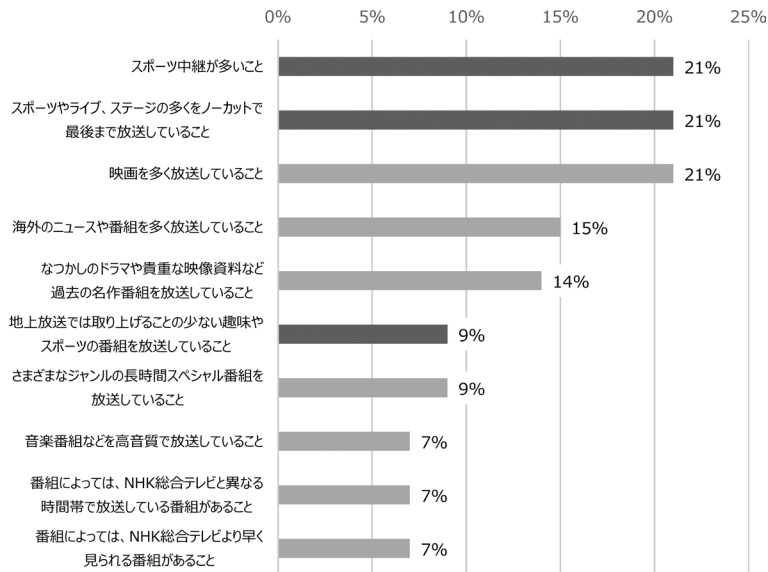
NHK 衛星放送の魅力については、「スポーツ中継が多いこと」（21%）、「スポーツやライブ、ステージの多くをノーカットで最後まで放送していること」（21%）などが上位である。

図表 2 ふだん見ている NHK BS の番組ジャンル



日本放送協会「NHK の衛星放送の視聴状況について」（平成 19 年 9 月 25 日）、
総務省「NHK の衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」第 2 回会合説明資料より引用

図表 3 NHK BS 放送の魅力



日本放送協会「NHKの衛星放送の視聴状況について」(平成19年9月25日)、
 総務省「NHKの衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」第2回会合説明資料より引用

「地上放送で取り上げられることの少ない趣味やスポーツの番組を放送していること」(9%)との評価もある¹³⁾。

こうした視聴者の評価をみると、スポーツコンテンツの放送がNHK衛星放送の普及および視聴に一定程度寄与したことが伺える。

2-5 WOWOWにおけるスポーツコンテンツの位置づけ

BS放送を活用した日本初の民間放送事業者である日本衛星放送(以下「WOWOW」)は、1990年より、こちら日本初となる有料放送サービスを開始した。それまで一部のケーブルテレビを除き、民間放送の視聴に料金を支払う経験を持たない視聴者に対して、「お金を支払ってでも視聴したい番組」を提供することが求められる中で、同社はスポーツのライブ中継をひとつのキラーコンテンツとして番組編成に加えることとした。

WOWOWは、地上波テレビ放送との差別化を図るため、ボクシングや総合格闘技「RINGS」のライブ中継とともに、1991年、当時世界的に人気が高かったイタリア国内1部リーグのセリエAの日本国内独占中継を実施した。開始当初は日本でも人気の高かったクラブチームの対戦(ミラノダービー等)のみ衛星生中継で、多くは録画中継であった。その後、週末の注目対戦カードの衛星生中継が基本となる等、日本でもファン層を爆発的に拡大しつつあったサッカーファンの興味・関心を惹くコンテンツとして注目されるようになった。

その後、WOWOWでは、ブンデスリーガ(ドイツ国内1部リーグ)¹⁴⁾やリーガ・エスパ

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

ニョーラ（スペイン国内1部リーグ¹⁵）等の主要欧州プロサッカーリーグの中継に加え、UEFAチャンピオンズリーグ¹⁶やUEFA欧州選手権など、海外サッカーファンの注目度が高い中継を実施した。2023年10月時点において、サッカー以外のスポーツ競技ではNBA（北米男子プロバスケットボールリーグ）、総合格闘技のUFCやボクシング、テニスの4大トーナメント¹⁷を含むATPツアーなど、年間を通じて世界のスポーツ競技の中継が編成されている。

2-6 スカイパーフェクト・コミュニケーションズによる2002FIFAワールドカップ放映権確保

1996年にサービスを開始したCSデジタル放送サービスは、日本初のデジタル放送技術を活かした多チャンネル放送サービスであり、各ジャンルに特化した専門チャンネルの有料プラットフォーム事業として登場した。同サービスの開始当初は、CSデジタル放送の電波を受信するパラボラアンテナと専用のセット・トップ・ボックス（STB）の設置がBS放送の受信とは別に必要であり、こうした設備の設置を受信者に求める点において、同サービスの普及を進める上での課題とも考えられた。こうした課題を乗り越えるため、CSデジタル放送のプラットフォーム事業者であるスカイパーフェクト・コミュニケーションズ（現スカパーJSAT）は、地上波放送やBS放送との差別化戦略を求められていた。1999年にはイタリアのセリアAの放送権を獲得するなどサッカーには精通していたこともあり、差別化戦略としてのマーケティング施策のひとつとしてキラーコンテンツの確保、自国開催で注目度の高い2002FIFAワールドカップ（日本・韓国の2国開催）の放映権確保へとつながった。

同大会の放映権については、前述の6大会一括での放映権の終了に伴い、新たな放映権確保に向けた交渉が必要であった。2002年大会からの放映権はスポリスとキルヒ・メディアという民間企業に買い取られた（28億スイスフラン）こともあって、同大会の放映権に関しては、それまでの放映権料から大幅に引き上げられたことでJCとの交渉が停滞した。こうした状況において、2000年9月、スカイパーフェクト・コミュニケーションズは、同大会全64試合と本大会抽選会のCS放映独占権を約135億円で獲得したと発表した¹⁸。なお、スポーツイベントに対して1社が支払う放映権料としては国内過去最高額（当時）であった。

その背景として、「近い将来に予定される株式上場で豊富な資金調達が見込めることに加え、『今後BSデジタル放送との競争激化が予想される。全試合放送という大セールスポイントをぜひとも獲得したい』（同社幹部）という思惑があった¹⁹」と報じられている。スポーツ放映権の高騰が今後とも続くことが予測される中で、スポーツコンテンツを自らのサービス普及につなげるキラーコンテンツとして活用する潮流が生まれたとも言えるだろう。

2-7 課題となってきた放送権料

ここまで述べてきた通り、テレビによるスポーツ中継は、テレビ黎明期から始まって、衛星放送やケーブルテレビといった多チャンネル環境になっても、主要な番組としてあり続けた。しかし、昨今のスポーツ大会の放送権料の高騰は、スポーツ大会とテレビの蜜月関係に水を差しつつある。

1980年のオリンピックモスクワ大会はテレビ朝日が独占契約をしたが、ロシアのアフガニスタン侵攻により多くの西側諸国が出場をボイコットし、何より日本も参加しなかったことで、オリンピック中継としての魅力が失われてしまった。その苦い経験もあって、NHKが主導しながらJCとして国際オリンピック委員会（IOC）と長期契約を継続することになったため、放送局間での争奪戦こそないが、IOCの放送権料自体は毎回高騰を続け課題となっている。

また1991年世界陸上で番組編成および収益で成功を取めた日本テレビも、パッケージ契約により東京大会以外の様々な大会（ジュニアや室内陸上など）の放送を義務付けられ、すべての放送の採算が合ったわけではなかった。

そして2000年以降、各放送権料の高騰から、地上波の広告収入だけでは成立がむずかしい時代になった。高額化する放送権料を含む制作費と広告収入のバランスが取れなくなったのである。FIFA（国際サッカー連盟）、WR（世界陸上連盟）、WA（世界水泳連盟）などの競技団体は、その運営収入確保のために放送権料を収入の主軸にすえるようになっている。オリンピックの放送権料として米・NBCが莫大な金額を払っていることは知られているが、日本の放送権者（RHB: Rights Holding Broadcaster）であるJCも現在では高い放送権料に苦しんでいる。2012年ロンドン大会から収支は赤字が続いているが、それでもこのスキームが壊せないため、電通による広告枠の買い取り保証や各局の経営判断により、かろうじてJC体制を維持している。さらに、テレビの広告収入が落ち込んできたこともある。

そして、高視聴率が期待できるオリンピックはともかく、あまり人気のないスポーツ中継を番組編成することは収支の上でも、視聴率の上でも厳しい状況が生まれ始めた。地上波では特に、視聴率、営業収支面などの条件を満たさないスポーツ中継は敬遠されるようになった。よって、各地上波テレビ局も、放送権獲得に関しては慎重な時代になっている。

そのような状況から、特番（特別番組）という形で、スポンサーからの営業収入が見込める大型スポーツイベントに力を入れる傾向にある。2023年だけでもWBC、世界水泳、世界陸上、バスケットボールワールドカップ、バレーボールワールドカップなどがあり、すべて地上波中心の編成が実現している。これらは放送権料と制作費等の支出とスポンサー広告収入のバランスがとれているとともに、番組価値としても高視聴率獲得の可能性や実績があったからである。

3. スポーツ中継のネット配信化

3-1 これまでのネット配信事例

多額の放送権料にテレビ局が苦慮する中、スポーツ中継のネット配信が徐々に増加している。1990年代、インターネット上で動画を配信する試みは数多く行われてきたが、実用レベルに達するには、サーバー、回線（とりわけCDN²⁰⁾、端末、アプリケーションのすべてが一定のスペックに発展するのを待つ必要があった。映像配信自体は、2000年前後から、テスト的とはいえ商業サービスにも応用されるようになった²¹⁾。

スポーツジャンルで早くからネット配信に取り組んだのはプロ野球中継だった。理由としては、権利処理は主催球団の許諾だけで済むこと、地上波から野球中継が減少したこともあって野球中継に適した新たなメディアが模索されていたこと、映像素材は衛星・ケーブル放送向けに制作が続いていたために新たに制作する必要がないこと等である。ソフトバンクや楽天、DeNAはオーナー企業がIT系ということもあり、早くから配信に積極的で、巨人や阪神といった老舗球団もアクセスポイントを増やして人気回復を図るための一つの方策とした。

こうした試行錯誤の末、2012年、パ・リーグの全試合を視聴できるサービス、「パ・リーグTV」²²⁾が開始された。この統合的といえるサービスを開始にこぎつけることができた理由としては、比較的最近にオーナー会社となった先述IT系企業たちの意識、6球団を株主としたパシフィックリーグマーケティング社がパ・リーグTVを運営するなど、ビジネス面での結束が固いことがあげられよう。ともあれ、ワンストップで全試合を視聴できるこのサービスはファンにとって価値が高い²³⁾。

そしてスポーツ中継のネット配信への傾斜を決定づけたのは、2016年のDAZNの日本でのサービス開始である。公式HPによると、当時英国に本社があったDAZNは同年、ドイツ、スイス、オーストリアとともに日本でサービスを展開、2023年現在ではサービスエリアは200カ国を超えるという。

そのDAZNがJリーグ放映権を10年間で2000億円（のち2100億円と訂正）の契約をするというニュースが流れた²⁴⁾。まだまだ試行段階と考えられていたスポーツのネット配信だったが、一気に巨大な金額が動くビジネスの領域に成長した。2007年から2016年までのJリーグの放映権はスカパーJSATが権利を所有していたが、「Jリーグの2015年度決算で、計上収益約133億円のうち約50億円がスカパーJSAT社などとのテレビ放映権料収入で占め」²⁵⁾たという。つまり、DAZNの契約が年平均210億円とするとそれまでの4倍以上の額ということになる。この額まで高騰すると、もはや日本のメディアは太刀打ちできない。また、それまではテレビ放送の補完と思われてきたネット配信だが、今後はテレビ放送がな

くネット配信だけということが、多少の不安と同時に新しい時代の到来を感じさせた。

DAZNはWEリーグ(女子サッカー)やBリーグなど配信対象を拡大してきたが、2019年以降は広島と一部の中日の主催試合を除くセ・リーグの配信も開始している(ただし、非独占)。

ボクシング中継は今後、地上波中継からネット配信中心となると考えられる。2021年12月に井上尚弥 vs アラン・ディパエン(タイ)戦がひかりTVとABEMAで生配信されたことを皮切りに、2022年にはプロボクシング「村田諒太 VS ゲンナジー・ゴロフキン」, 「井上尚弥 VS ノニト・ドネア」の2試合は、フジテレビが放送するのが順当と思われたが、国内向けはamazonプライム・ビデオで、海外向けはDAZNでライブ配信された。この背景には巨額のファイトマネーの問題があったが、「村田諒太 VS ゲンナジー・ゴロフキン」について読売新聞は以下のように報じた。

国内の世界戦は数千万円規模で開催される例が少なくないが、村田戦は別格だった。関係者によれば、世界的スターのゴロフキン側の報酬は推定15億円。これを動画配信サービ

図表4 主なスポーツ中継配信事例

2004以降	プロ球団が試験的に配信開始(例:SB, 楽天, DeNA「niconico」・巨人「G流」・阪神「虎テレ」など)
2008	北京五輪に際してgorin.jpスタート(民放テレビ132社) NHKも同様サービス開始しNHKプラスに引き継がれる
2012	スカパー!(Jリーグ)やWOWOWがネット配信を付加 パ・リーグTV開始(パシフィックリーグマーケティング)
2016	DAZNが日本でもサービス開始(現DAZNグループ), Jリーグ配信権を10年間 2100億円で購入, Vリーグ全試合も取得 広島戦をDAZNが配信(ただし当初は広島県からは視聴できない措置)
2018	大相撲(ABEMA)
2019	ラグビーW杯で地上波と同時に無料生配信(TVer・NHKオンライン) 巨人戦をDAZNが配信(その後, 広島以外のセ・リーグ全体が加わる)
2020	韓国系のSPOTV NOWがサービス開始, MLBやセリアAなど
2021	井上尚弥 VS アラン・ディパエン(ABEMA) DAZNがVリーグとの契約解消
2022	村田諒太 VS ゲンナジー・ゴロフキン, 井上尚弥 VS ノニト・ドネア(ともに amazonプライムビデオ, 海外はDAZN) W杯アジア最終予選アウェー5試合(DAZN), テレビ放送なし W杯全64試合を無料配信(ABEMA) WBC日本戦および準決勝・決勝全8試合(amazonプライムビデオ)
2023	DAZNとJリーグで契約のし直し, 年平均額は下がり, 2024よりJ3が外れる(J3 の権利はJリーグに戻る。) スペインサッカーリーグのラ・リーガをDAZNに加えてU-NEXTがSPOTV NOWと提携して配信 WBC日本代表全試合および強化試合をamazonプライムビデオが配信

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

ス「DAZN（ダゾーン）」が賄って海外向け配信を担当。推定6億円の村田側の報酬を支払うアマゾンが国内向け配信を担い、フジテレビは制作に回った。²⁶⁾

2022 FIFA ワールドカップアジア最終予選のうちアウェー5試合はテレビ放送がなくDAZNの配信のみとなった。これも高額な放映権料をテレビ局が支払えないという共通の事情があった。この件について、前Jリーグチェアマンの村井満氏は、「放映権料の値上がりでアジアサッカー連盟（AFC）とテレビ局の契約が成立せず、日本ではアウェー戦を全く視聴できない可能性もありました。ダゾーンは地上波テレビを排除したわけではなく、サッカーを救ってくれました。ただ、会員以外の視聴機会は失われました」²⁷⁾と述べ、日本サッカー協会会長の田嶋幸三氏は、「残念なのは、子どもたちがパッとテレビをつけて、代表選手を応援したいと思っても見られないこと」²⁸⁾と述べている。

そして、2022FIFA ワールドカップカタール大会は、ABEMAが64試合すべてを配信し、「日本が予選3戦を戦った3日間で見ると累計の視聴者数は4100万人を超えた」²⁹⁾という。

3-2 ネット配信の優位性

同じライブ伝送でも、テレビ放送とネット配信ではメディア特性の違いがある。従来の地上波や衛星放送のように電波を使用するものと、インターネット回線を使用する配信との違いである。まず、テレビ放送が発信側からの一方通行のコミュニケーションなのに対して、ネット配信は双方向のコミュニケーションが可能である。次に、ネット配信ではマルチアングル、マルチ編成が可能となり、その中からユーザーが選んで視聴できるという長所がある。

実際に2022FIFA ワールドカップの中継で全試合を放送したABEMAは、HBS（ホストブロードキャストサービス）制作の国際信号³⁰⁾の中から4つの別アングルを提供し、視聴者が選択できるようにした³¹⁾。その4つの別アングルとは、スパイダーカメラという上空を縦横無尽に動く俯瞰のアングル、両チームの注目選手、両チームのベンチカメラであった。日本戦では森保監督を狙ったカメラはマニアックな視聴者へのサービスとして好評だった。こうしたマルチアングルはテレビ放送では真似をすることはできない。地上波には流れなかったスペイン・エンリケ監督と森保監督の試合後の握手の映像は、先のマルチアングル映像の中に収められ、ABEMAでしか見られなかった³²⁾。

さて、テレビ放送とスポーツ中継の相性がよかった理由は先に挙げたが、別アングル映像でも理解できるように、ネット配信にも独自の優位性がある。以下、ネット配信とスポーツ中継との相性の良さ、放送に比較しての優位性を挙げる。

- ・一つの大会権利を獲得すると、予選から決勝まで多くの試合が配信可能になり、編成枠を大きく埋めることができる。視聴者は日本戦以外の多くの試合も楽しめる。

- ・試合時間が決まっていないゴルフやテニスなども柔軟な延長対応が容易。地上波ではみられない試合前の様子や試合後のインタビューも配信可。
- ・マルチアングル配信など視聴者がみたい映像を複数提供できる。
- ・地上波などではみられないヨットレースや自転車ロードレースなどのややマニア寄りの大会も長時間配信できる。例えばサッカーでも、男女、年代別の世界大会やリーグ戦など多数ある。
- ・中継映像を国際信号だけで済ませ、ユニ映像の制作をしなければ制作費は廉価である。その場合はアナウンサーによる実況やゲストの解説を付けるだけでよいが、場合によっては現場音だけの中継でも成立する。
- ・契約を交わせば、すみやかに配信を開始できる。
- ・視聴者は生放送を見逃しても、スマホ等でいつでもどこでもすぐに視聴できる。時差がある大会でも視聴しやすい。また、倍速視聴をすればタイムパフォーマンス向上にもつながる。

4. スポーツ中継のネット配信に係る諸課題

4-1 最近の事例から

先述のように2022年FIFAワールドカップ・カタール大会のアジア最終予選において、アウエーのオーストラリア対日本の試合はDAZNの有料配信のみで、地上波放送はできなかった。アジア最終予選のアウエー試合はAFC（アジアサッカー連盟）が放送権をハンドリングしており、そこに至るまでも有料配信しかなかったが、この試合でワールドカップ出場が決定する大一番になったことで、テレビ放送がなかったことは多くの注目を集めた。日本サッカー協会・田嶋会長は地上波放送の可能性を探ると発言したが、結局、それはできなかった³³⁾。DAZNの2022年時点での月額料金は3,000円（税込）で、その試合のためだけに加入したファンも多かったであろう。また本大会のテレビ中継も放送権料の高騰から、2002年から続いていたJC体制が崩壊した。

最後は全試合の権利をABEMAが獲得し、全64試合の無料配信に踏み切った。同時に、NHK、テレビ朝日、フジテレビによる日本戦を含む地上波放送も数試合できるスキームとなったことで、視聴者の不満を生むことはなかった。

また、2023女子ワールドカップの放送権料が低すぎると、FIFA会長が欧州の公共放送に対して不満を表明する等の異例の事態も起きた。そして日本でのテレビ放送について、開幕1週間前によくNHKが契約に至るという前代未聞な出来事まで起こっている。

以上の件は、すべて放送権料の高騰が原因であり、スポーツ団体の考える放送権料の基準と放送局側の基準にギャップが生じているといえる。かつ、スポーツ団体や広告代理店は放

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

送権の契約について長期的な独占契約を望む傾向にあり、その金額は高騰の一途を辿っている。もはや、低い放送権料でかまわないから、テレビで放送してもらおうという姿勢はごく限られたマイナー競技にしか当てはまらない。

4-2 なぜ放送権料は高騰するのか

IOC や FIFA を筆頭に、その団体の維持や大会運営費用の財源として放送権料が占める割合がさらに大きくなってきた。例えばオリンピックでは、2017 年から 2020 年までの IOC の財源の実に 61% が放送権収入である³⁴⁾。では、なぜ放送権料が高くなるのか。

オリンピックやワールドカップでは、団体から開催都市や組織委員会に割り当てられる費用の比率も大きい。東京オリンピック 2020 組織委員会の最終収支報告では、総収入 6404 億円のうち 868 億円が IOC からの分配金で、全体の 13.6% だった³⁵⁾。つまり、IOC の放送権収入は開催都市の組織委員会活動にとっても重要な財源となっている。

ほかにも、スポーツ団体の活動維持と各加盟協会への助成金、さらには大会の出場給やボーナス、賞金などに大きな金額が必要になってきている。しかも安定した収入を望むようになったため、協会や団体は、長期大型契約を望むようになっていく。

FIFA ワールドカップは、従来参加 32 チームから 2026 年大会からは 48 チームへ拡大する。資金力のあるカタールなどの中東諸国や中国の出場可能性を増やし、また参加国が増えれば放送機会の拡大（放送権料の増大）も期待できるが、同時に運営費用やチーム参加費、賞金も増大するために費用総額は拡大、それを埋め合わせるために放送権料も上がる構造である。スポーツ大会の規模が大きくなれば、人件費を含む運営費も増大し、スポンサー協賛費以上に放送権料が収入の中心となってくる。

また女子のワールドカップも 2023 年大会から従来の 24 チームから 32 チームへ拡大した。それを放送する RHB も増えるが、その一方で高い放送権料に見合った高品質な放送体制も RHB から要求される。するとカメラ台数の増加など手厚い技術体制の構築のために国際信号制作費も増加し、放送権料が上がるということもある。

これまで地上波テレビ局の制作においては、放送権料以外に、多額の技術制作費が必要とされてきた。国内大会に際して自前で独立した中継制作をすること、さらに国際信号をもらう大会でもユニ映像のために独自のカメラやスタジオを設けることが多いためである。こうした充実した体制作りも、放送権料含めた制作費の支出をまかなうスポンサーからの収入があったために可能であったが、放送権料の高騰により、こうした制作体制作りもむずかしくなっている。

さらに現在の放送権ルールの多くには権料の高さに見合わないことがある。それは映像素材のニュース関連番組を含めた二次利用についてである。例えば、オリンピック映像等には二次利用に際しての放送時間、放送番組の限定、使用条件の順守等の多くの制限があり、しか

も放送有効期間を過ぎれば別途費用がかかる。JCで放送権を獲得したオリンピック放送も年度内は無料で利用できるが、それを過ぎればアーカイブ料金が必要となる。オリンピック以外の各種ワールドカップなどでも同様のケースが多く、自由に二次利用ができないことから権利金が割高に感じられることがある。

4-3 英国のスポーツ中継に対する法制度の視点から

日本でも重要なスポーツ試合が地上波で放送できない事態が起こってきたが、特定のスポーツイベントの中継について国民の視聴を確保することを法的に定めている英国の事例を参考までに述べる。

Broadcasting Act 1996のパート4「国民的関心 (National Interest) を有するスポーツその他のイベント」では、イベントのリストが作成されること、そして、それをどういった手順で放送するかが定められている。

その具体的なリストや具体的な手順は、Ofcom (英国放送通信庁) の文書である、*Code on Sports and Other Listed and Designated Events*にある³⁶⁾。リストとは、UK Listed Sporting Eventsのことで、図表5にあるように、Group AとGroup Bの二つがあり、取り扱いが異なる。より国民の関心が高いGroup Aのイベントは地上波テレビの無料生放送が必要とされ、Group Bのイベントは無料録画放送を前提として有料生放送が許される³⁷⁾。

そこには、適格条件 (qualifying conditions) として以下の2点が示されている。

- (a) サービスの受信に対価を必要とせずにサービスが提供されること
- (b) 英国の人口の少なくとも95パーセントがサービスを受信できること³⁸⁾

それに見あうメディアとして、Annex 2に以下の地上波5チャンネルが具体的に明示される³⁹⁾。

Channel 3 (ITV1)

Channel 4

BBC 1

BBC 2

Channel 5 (Five)

日本にはこれほどまで放送内容を制御する法規はないし、表現の自由の観点からは今後も必要ないと考える。しかし、英国の事例から学ぶべきは、日本の放送関係者間の共通認識として、放送すべきスポーツイベントのリストがあってもよいのではないかということである。W杯での日本代表戦は間違いなくそのリストに入るだろうが、先述の通り、2022年のアジア最終予選アウェー5試合はテレビ放送ができない事態が発生している。もし共通認識があ

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

図表5 英国で地上波放送が義務化されているスポーツイベント⁴⁰⁾

【GROUP A】

- ・オリンピック
- ・パラリンピック
- (サッカー)
- ・ワールドカップ決勝トーナメント (男女) 女子は2022年から。
- ・欧州選手権決勝トーナメント (男女)
- ・FA カップ決勝
- ・スコットランドFA カップ決勝 (放送義務はスコットランドのみ)
- (競馬)
- ・グランドナショナル
- ・ダービー
- (テニス)
- ・ウィンブルドン選手権決勝トーナメント
- (ラグビー)
- ・ワールドカップ決勝
- ・チャレンジカップ決勝

【GROUP B】

- (クリケット)
- ・イングランドでのテストマッチ
- ・ワールドカップ決勝および準決勝
- (テニス)
- ・ウィンブルドン選手権決勝トーナメント以外の試合
- (ラグビー)
- ・ワールドカップ決勝トーナメント
- ・シックスネイションズ
- (総合競技大会)
- ・コモンウェルスゲーム (イギリス連邦各国による)
- (陸上)
- ・世界陸上
- (ゴルフ)
- ・ライダークップ
- ・全英オープン

れば、こうしたことが看過されにくくなると考えられる。

これらのリストをみると、サッカー、ラグビー、ゴルフなど多くの人気スポーツの発祥地が英国であることに気づくとともに、それらの大会に対する国民の強い思い入れを感じさせる。ヨーロッパでは有料衛星放送が発展し、多くのスポーツ中継がそこから放送されるようになったため、主として経済的弱者がそれらをテレビ観戦できなくなることを避けるために、無料地上波テレビでの放送義務の法制化という強い措置がとられたわけである。

さて、日本人にとって英国のリストに相応するようなスポーツ中継があるだろうか。オリ

ンピックやワールドカップでの日本人が活躍する試合はそうである可能性が高い。その他、国技である大相撲もそうだろうか。しかし、プロ野球はすでに地上波で中継される試合は減っているし、JリーグもそのほとんどがDAZNの配信になっている。無料地上波で放送すべきスポーツ中継は意外に少ないのかもしれない。

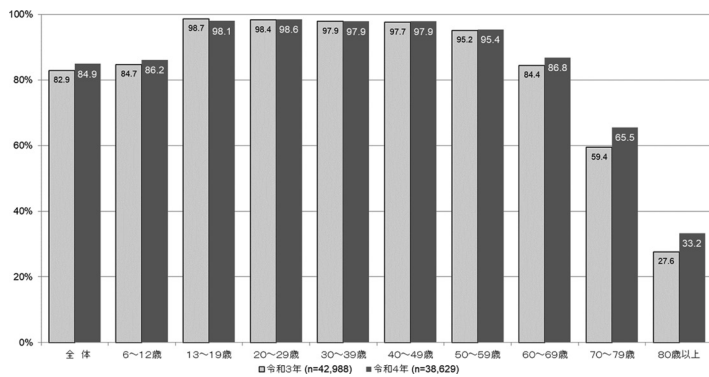
それでも、英国の事例は次の大きな指針を示している。つまり、“対価を必要とせず、95%の国民が受信できること”である。

英国の指針に、日本でのネット配信を照らし合わせてみるとどうか。まず、以下の図表はインターネット利用状況である。

全体では84.9%であり、50代以上は下降している。80代以上ではわずか33.2%となる。いずれにしても95%には到底届かない。では、インターネット機器の利用状況はどうか。

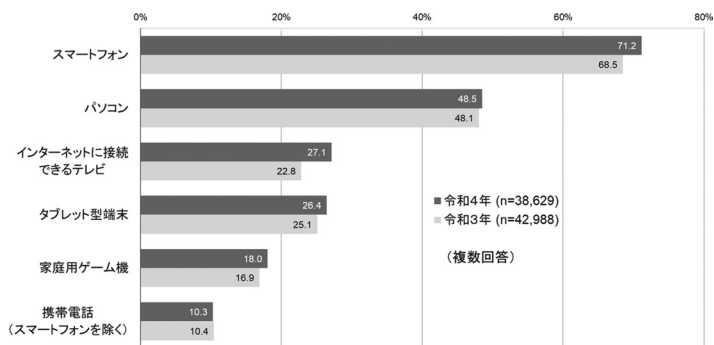
最も利用率の高いスマートフォンでも71.2%の利用であり、95%からはさらに遠くなっている。インターネット、インターネット利用機器の利用率は今後も増加していくことは間違いないが、少なくとも現時点においてはユニバーサルアクセスのプラットフォームにまで

図表6 インターネット利用状況（個人）



出典：令和4年通信利用動向調査

図表7 インターネット利用機器の状況（個人）



出典：令和4年通信利用動向調査

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

成長していないことが理解できる。

もちろん、ネット配信の場合、“無料で”観戦できる可能性は低い。インターネット利用率や機器の普及は時間が解決するものと考えられるが、今現在では適格条件からみると厳しい状況である。

4-4 日本におけるユニバーサル・アクセス権に関する議論と課題

【第3期スポーツ基本計画における位置づけ】

ここでは、上述した英国の制度を踏まえ、日本におけるユニバーサル・アクセス権のあり方について概観する。具体的には、2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京大会」）後にスポーツ庁によってまとめられた「第3期スポーツ基本計画（2022年3月25日）」（以下、「基本計画」とする）をもとに、今後のスポーツ行政の方向性と情報通信サービス、特に放送およびインターネット配信の位置づけとその課題について確認する。

2017年度から2022年度までを規定した「第2期スポーツ基本計画」では、スポーツへの参画手法として「する」「みる」「ささえる」の3点を挙げている。このうち「みる」に関しては、東京大会の効果として「初めて目に触れる競技等に加え、選手たちが励ましたたえあう姿を見て、スポーツの持つ素晴らしさを確認した。」⁴¹⁾と評価した。

そのうえで、基本計画では、「する」「みる」「ささえる」ことを真に実現する社会を目指すには、「つくる／はぐくむ」「あつまり、ともに、つながる」「誰もがアクセスできる」という3つの新たな視点が必要だとした⁴²⁾。「誰もがアクセスできる」では、性別や年齢、経済・地域事情等の違いによって、スポーツ活動の開始や継続に差が生じないような社会の実現や気運の醸成を図る」としている。

しかしながら、「誰もがアクセスできる」の手段としての放送並びにネット動画配信の重要性について、同基本計画において具体的な言及はみられない。同基本計画において「今後5年間に総合的かつ計画的に取り組む施策」として12項目が挙げられているが、テレビ放送等について直接的に言及されているのは、「8. スポーツを通じた共生社会の実現」の①障害者スポーツの推進において「東京大会のパラリンピックのテレビ放送時間が過去最長となり、また、多くの競技についてオンラインで動画が配信されたこと等により、多様なアスリートによる多様な競技での活躍が国民の目に触れた」⁴³⁾との一節のみである。

【日本におけるユニバーサル・アクセス権をめぐる議論】

FIFA ワールドカップカタール大会のアジア地区最終予選において、一部の日本代表戦のテレビ生中継が実施されなかったこと（ネット動画配信事業者のDAZNが有料にてライブ配信を実施）をきっかけとして、スポーツ中継に関する日本におけるユニバーサル・アクセス権のあり方について、改めて注目された。

日本においてユニバーサル・アクセス論が政府レベルで議論されたのは、1996年に当時の小杉隆文部大臣から「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」諮問を受けた保健体育審議会が、翌年の答申「Ⅶ競技スポーツの振興」で、この分野の論点を審議してきた特別委員会が当時、「どうしても敢えて触れておくべきだ」としてこの章の最後に盛り込んだ内容が唯一とされている⁴⁴⁾。背景には、FIFA ワールドカップ（2002年大会と2006年大会の2大会分）の放送権を従前からのワールドコンソーシアムに優先権を与えず、結果的にスポリスとキルヒの2社が取得するなど、今後、スポーツ放映権の高騰が予測されたためである。同答申では、「スポーツのテレビ放映権の契約に当たっては、マーケティングの観点だけでなく、スポーツの普及の観点も併せて考慮することが必要」⁴⁵⁾などと述べられている。

懸念であった2002 FIFA ワールドカップの放映権は、前述のとおり135億円でスカイパーフェクト・コミュニケーションズが獲得し、同サービス加入者への無料放送を実施したほか、JCも日本戦を含む一部試合の放映権を取得したことで、こうした議論は次第に下火となった。現状、この議論が再燃するきっかけとなったのは、前述のDAZNによる2022 FIFA ワールドカップカタール大会アジア地区最終予選の独占配信による影響が大きい。

FIFA ワールドカップの放映権に関しては、2014年大会よりスカパー！が撤退、2018年大会にはテレビ東京、2022年大会では日本テレビとTBSテレビがJCから撤退した。2022年大会は「W杯は公共財に近い」⁴⁶⁾としてABEMAによる全試合無料ライブ配信が実現したが、経営への影響は大きかった。NHKは「NHK経営計画（2021-2023年度）」の「事業支出について①構造改革について（2）設備投資など固定的経費への斬り込み」において、「スポーツ放送権料などの絞り込みを進める」などで150億円超の経費削減を明記している⁴⁷⁾。放映権の高騰が続く中で、「社会的な興味・関心」「放送の公共性」のみを根拠として、世界的な大規模スポーツイベントの無料放送（配信）の継続を望むことはむずかしいと言わざるを得ない。

2019年、JCは、2026年ミラノ・コルティナダンペッツォ冬季オリンピック、2028年ロサンゼルスオリンピック、2030年冬季オリンピック、2032年オリンピックの4大会の放送権をIOCと合意した⁴⁸⁾。しかし、2034年以降のオリンピック放送権に関しては、今後の放送産業の動向を含め、未だ不透明である。FIFA ワールドカップに関しては、2026年大会（米国、カナダ、メキシコの3か国共催）の無料中継についてABEMAが検討するとの報道⁴⁹⁾もあるが、現段階で確定したものではない。放送・配信を問わず、スポーツ中継の商業的価値と「スポーツの公共性」に基づく社会的価値を比較衡量し、そのあり方を再考する時期が早かれ遅かれ訪れることは間違いない。田島幸三・日本サッカー協会会長は、サッカー日本代表戦のユニバーサル・アクセス権導入について法整備に言及したと報じられている⁵⁰⁾。

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

こうした状況を想定し、従前のプレイヤーである放送・配信事業者と各競技運営団体に加え、視聴者や政府などの関係者により、さまざまな論点を検討する必要があるだろう。

4-5 中継放送の品質：中継ノウハウの蓄積はどこに

Jリーグの中継映像は、配信権を所有する DAZN が一括管理して制作会社や地方テレビ局に制作委託している。放送・配信権を所有して展開することと、自ら中継制作することは必ずしも一致しない時代となりつつある⁵¹⁾。

またオリンピックや FIFA ワールドカップを筆頭に、全世界の RHB に向けて制作される国際信号は、IOC や FIFA から指定されたホストブロードキャスターが一括して担う。オリンピックは IOC が設立した OBS（オリンピックブロードキャストサービス）、FIFA ワールドカップは HBS（ホストブロードキャストサービス）という会社組織が担っている。そうした専門の制作集団は緻密な準備と蓄積されたノウハウを生かしながら高品質なスポーツ中継を実現している。

その他の国際大会もホストブロードキャスター体制を採用し、RHB は国際信号を利用して自国向けにユニ映像を加えながら放送する。ただしこのユニ映像の制作体制はオリンピックなどでは肥大化し、制作費の高騰も招いている。

一方、現状の配信企業による海外のスポーツ中継は国際信号にユニ音声（実況と解説）を付けるだけの体制での配信がほとんどである。独自のカメラやスタジオの手配等のノウハウは消滅してしまうのだろうか。なお、2022FIFA ワールドカップの ABEMA の配信では、テレビ朝日のノウハウを生かしながらの協力があってこそ成功したともいえる。

4-6 事業継続性に係る懸念

一方、ネット配信業者がスポーツ中継でビジネス的に成立しているかは、現時点では疑問である。ABEMA は親会社サイバーエージェントの連結子会社のため、2022 ワールドカップの放送権料の負担の大きさはサイバーエージェントの連結決算に表われている。ワールドカップ費用を計上した 2023 年 9 月期第一四半期のメディア事業の営業損益は 93 億円の赤字（前年同期は 38 億円の赤字）となっている⁵²⁾。もちろん今回の施策は、ABEMA の認知度を拡大させるためのプロモーションが目的であり、その意味では大きな成果を挙げた。しかし、これほどの費用をかけてのプロモーションを幾度も続けることはできるだろうか。

そもそも、世界最大のスポーツサイト DAZN（2016 年にスタート）も、ブルームバーグの報道によると 2021 年の営業損失は 13 億 6000 万ドルで、前年よりむしろ悪化しているという⁵³⁾。日本でも、2021 年には早々に V リーグとの契約を解消し、2024 シーズンより J3 の契約を打ち切る等のコスト対策をしている。

いずれにしろ、放送権料の大きさが、テレビ放送同様に、ネット配信でもビジネスの成立

を妨げているのが現状である。事業の継続性の観点からは楽観的になれる状況ではない。

さらに収入についての課題として、有料放送でも同様だが、大規模な国際スポーツ大会は2か月以内の短期で終了することが多いので、その大会が終了すれば退会する会員も多い。また、現時点では全国民に訴えるプロモーション力に欠けるといえる。(例えば地上波ネットワークが放送することで、国民的関心が高まることと比較して。)

4-7 スポーツ中継の今後

ただし、日本でスポーツ中継の無料テレビ放送が即座になくなることはないだろう。JCは、2026年から2032年までの夏冬4大会のオリンピック放送権を取得しており(総額975億円)、それらが既存地上波、衛星放送で放送される。JCはゲートキーパーパッケージ(すべてのメディア権)を得ており、ネット配信権もJCに属する⁵⁴⁾。東京2020大会でも、JCはネット配信権を行使し、自転車ロードレースなどの完全配信に成功した。ただし、2034年の冬季オリンピック以降、2026年以降のFIFAワールドカップの放送体制の見通しは不透明である。

今後、地上波と衛星波の無料放送、衛星波の有料放送、有料ネット配信、無料ネット配信のそれぞれの事業が共同して、高騰する放送権料の負担を減らしながら、それぞれの強みを発揮するような体制が期待できるかもしれない。例えば予選全試合は有料配信、決勝や日本の試合は無料放送といった役割分担である。2023ラグビーワールドカップは日本テレビが提供、協賛スポンサーを獲得しスポンサー収入に見合う形で地上波19試合、さらにNHKが14試合を地上波で放送し、有料放送のJスポーツが配信を中心に全試合を生放送した。バスケットボールワールドカップ2023は、日本テレビとテレビ朝日が地上波とBSで日本戦や決勝をカバーしたが、全試合をDAZNが有料配信した。さらにバスケットボールのBリーグファイナル第1戦は、日本テレビの地上波、NHKのBS、配信ではHulu、amazonプライムビデオ、スポーツナビ、バスケットLiveが生対応、Jスポーツが録画を放送するなど、多くのメディアが関与した。

さらに、NHKも民放も、自身の関連会社との協業等で、地上波、BSに加えてネット配信の比率を増やす戦略がある。NHKのネット事業についても議論が交わされているところである。いずれにせよNHKも民放も地上波や衛星波だけの放送の将来を憂慮して、ネット配信による手段の拡大を模索している。

もちろん世界陸上や世界水泳のように、現状のテレビ放送がスポンサーセールスをベースに地上波放送が成立する大会も継続される可能性はあるが、今後は独占放送でなくとも、様々なプラットフォームが並列に実施するというスキームに利益を見出せるかもしれない。いずれにしても、視聴者にとって満足がいけない放送体制は、徐々に関心を失わせていって

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

しまう。

また、放送局が放送権を獲得して自局で制作をするという構図も変化しつつあることも指摘しておきたい。日本のスポーツ団体（NF: National Federation と呼ばれる）が主催するスポーツ大会は、多くの場合放送権を購入した放送局が自前で制作し放送するのが基本だったが、最近は変化してきている。

2023年6月6日の神戸対バルセロナ（イニエスタの引退興行試合）は、テレビ放送は日本テレビ関連の有料放送 G+ とネット配信の Hulu であるが、ホスト制作は文化工房というテレビ朝日関連のプロダクションだった。また村田諒太のボクシングタイトルマッチ（2022）のホスト制作はフジテレビだったが、配信は amazon プライムビデオだった。もはや地上波局が制作し放送するという概念は変わりつつある。

なお、ユニ映像の付加を諦めれば、国際信号をそのまま配信するだけで済むため、ネット配信は経験がなくても成立することは先述した。いずれにしても、放送権の執行と番組の制作とは必ずしも一致しない時代となった。

5. 最後に

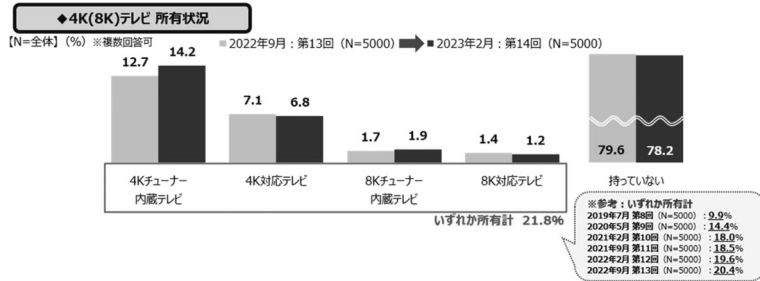
最後に、スポーツ中継から少し離れて、テレビ放送の視聴体験とネット映像の視聴体験の近似化について検討したい。その両者は以下に述べる通り近似化を続けており、近い将来には視聴者からすると“同じ存在”にまでなるかもしれない。地上波テレビと衛星放送をシームレスに視聴することは多いが、今後はそれに加えてネット映像もザッピングの対象となるに違いない。

5-1 映像の精細度について

地上波テレビ放送の解像度は、縦 1080 ピクセル×横 1440 ピクセルである。本来のフルハイビジョンは 1080×1920 ピクセルだが、電波帯域の都合で、横 1920 ピクセルで撮影した映像を 1440 ピクセルにダウンコンバートした上で伝送し、それをテレビ受像機で 1920 に引き延ばしている事情がある。つまり、フルハイビジョンの映像品質は保たれていない。

一方、ネット配信の場合は、通信状況が良好なことが前提となるが、そうした制約はなく、フルハイビジョンのまま送信できる。さらには、制作環境、配信環境、視聴者の端末の条件が揃えば 4K での配信も可能となる。スマートフォンの小さな画面では 4K の恩恵は感じづらいが、図表 8 の通り、4K に対応したテレビの普及は確実に進んでおり、2023 年では 21.8 % に達している。今後は、BS4K 放送に加えて、スポーツ中継の 4K 配信も徐々に増加するにちがいない⁵⁵⁾。

図表 8 4K (8K) テレビ所有状況



出典：一般社団法人放送サービス高度化推進協会 (2023)

テレビはデジタル化することで、地上波も衛星波も高精細度映像となり、テレビ受像機も薄型大画面となった。一方、ネット映像は当初、ガラケーのQVGA (320×240) といったレベルから始まったためか、品質が低いイメージが長く持たれてきた。しかし、通信環境と端末の進歩に伴い、現在ではテレビの映像に引けをとらない。むしろフルハイビジョンや4Kなど、テレビ映像を上回る品質のことも少なくない。Netflixを想起すれば、それが理解できよう。

5-2 テレビ受像機のネット端末化

テレビでネット配信を視聴するには「スマートTV」や「コネクテッドTV」などと呼ばれる、インターネット接続機能が必要である。新しいテレビ受像機にはその機能が付いているものが多く、もしなかったとしても、数千円のamazon Fire TVなどのdongleを挿入すればテレビはネット端末になる。

テレビ受像機は、テレビ放送の視聴に加え、1980年代以降はビデオ視聴やビデオゲームのモニターとしての機能が追加されてきた。そして、21世紀に入ってから、主に動画視聴を目的としたインターネット端末としての機能が拡大している。

本稿で論じたスポーツ中継の視聴にはやはり大画面のテレビ受像機で観戦するのに向いており、このテレビ受像機のネット端末化がネット映像視聴増加の大きな要因となっていよう。

5-3 視聴方法の近似化

テレビ視聴とネット配信視聴の、それぞれの視聴方法はどうか変化してきているか。テレビ番組の視聴はかつてリアルタイムが主流だったが、録画機の利便化もあってタイムシフト視聴が増加している。図表9はある週のタイムシフト視聴トップ10の例だが、そのうち6番組はリアルタイム視聴よりタイムシフト視聴が多いことがわかる。この傾向はドラマやアニメといったストック型番組⁵⁶⁾に強いが、この実態からすると、ストック型番組については、テレビ局が番組内容やターゲット視聴者層を考慮して放送時間を決めてきた番組編成など、

図表9 タイムシフト視聴率トップ10（関東地区・2023/8/28-9/3）

順位	番組名	放送局	放送日時	個人視聴率	タイムシフト 視聴率
1	VIVANT	TBS	2023/9/3 21:00	10.1	8.4
2	ハヤブサ消防団	テレビ朝日	2023/8/31 21:00	4.8	5.4
3	アニメ・呪術廻戦	TBS	2023/8/31 23:56	1.2	4.3
4	最高の教師1年後、私は生徒に■された	日本テレビ	2023/9/2 22:00	3.0	4.3
5	どうする家康	NHK 総合	2023/9/3 20:00	6.9	3.9
6	連続テレビ小説・らんまん	NHK 総合	2023/8/28 8:00	9.7	3.8
7	CODE・願いの代償	日本テレビ	2023/9/3 22:30	3.0	3.4
8	トリリオンゲーム	TBS	2023/9/1 22:00	2.9	3.2
9	真夏のシンデレラ	フジテレビ	2023/8/28 21:00	2.7	3.0
10	18/40 ふたりなら夢も恋も	TBS	2023/8/29 22:00	3.3	2.9

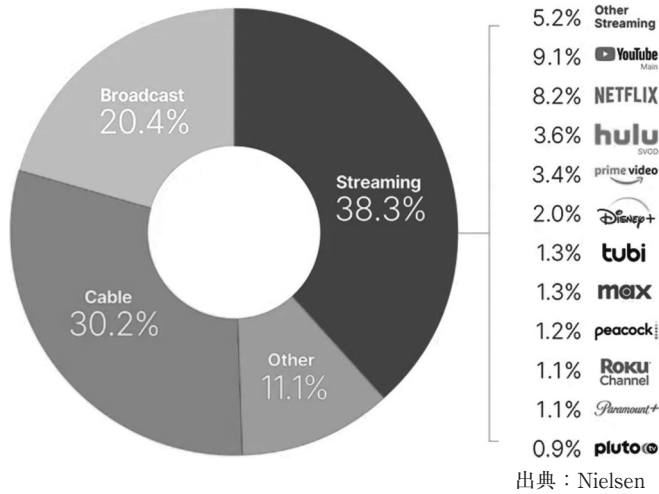
出典：ビデオリサーチ⁵⁷⁾

もはや意味がなくなりつつある。

一方、ネット配信視聴はVOD中心にスタートしたものの、これまでみてきたようにライブ配信も盛んになっている。すでに米国では、FAST（Free Ad-supported Streaming TV）と呼ばれる広告付きの無料ストリーミングサービスが視聴者を増やしている。これらにはVODサービスだけではなく、流れてくる映像をリニアに視聴するサービスが多く、それらは要するにテレビ放送の視聴スタイルと変わらない。図表10は米国でのテレビ端末の用途のグラフであるが、ストリーミングに含まれるtubi, Roku channel, plutoがそれであり、一定の視聴シェアを獲得していることが理解できる。

現在、NHKテレビ放送のインターネット同時配信について制度的な検討がなされているが、テレビ放送のネット同時配信も今後増加していくはずである。また、テレビ番組のタイムシフト視聴を加速化させているTVerもネットサービスである。Netflixやamazonプライムビデオのようなプラットフォームにも多くのテレビ番組が提供されるなど、多くのテレビ番組はネットでも提供されるようになってきた。コンテンツ（番組）についても、ネット上に多くの放送番組が配信されるようになってきているのが現状である。

図表 10 サービス別テレビ受像機利用 (米国) 2023年8月期



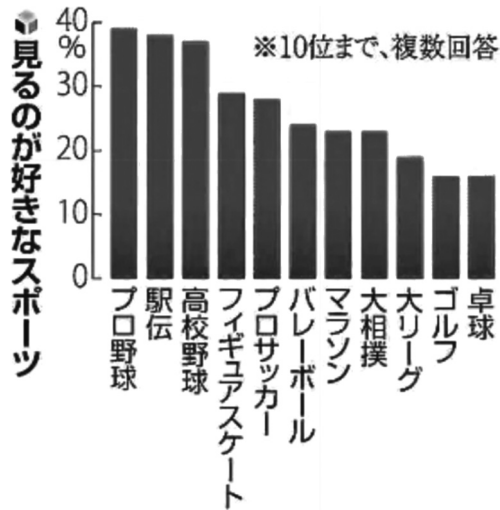
5-4 展望

ここまで、(1) 映像の品質、(2) 端末の融合（とりわけテレビ受像機）、(3) 視聴方法の近似化をみてきた。これらから理解できるのは、テレビ放送の視聴体験とネット映像の視聴体験を区別できなくなっているということである。さらには、テレビ番組自体、ネット配信されることが増えており、コンテンツの違いも明確ではない。

とはいえ、放送とネット配信には大きな違いもある。周波数が有限なために一定数の放送局のみに免許が付与されて実施される放送と、チャンネルの数的限界のないネット配信では同列に扱えない。ケーブルテレビを別にすればテレビ放送のチャンネルを大幅に増やすことはできないが、YouTube を想起すれば理解できるように、その品質はともかく、ネット映像の産出は今後も拡大が続くだろう。スポーツ中継で言えば、マルチアングルサービスが可能なのもそれが理由である。テレビ放送で2画面以上を送るには、それぞれの画質を落とすしかない。

また、地上波等の基幹放送には、娯楽番組のみならず、報道、教養、教育番組を編成する義務がある（調和原則と呼ばれる）⁵⁸⁾。ネット配信には法を犯さない限り内容規制は一切ないので、例えば採算の取りづらい全国的なニュース（災害報道を含む）がネット企業独自に制作されることはないだろう。しかし、スポーツ中継のような娯楽に関しては放送とネット配信では今後も競争を続けるだろうが、公共の電波を独占的に使用することを背景とした公益事業の性格をもつ放送と、ビジネス主体のネット配信では、メディアの在り方としてスタンスが異なる部分がある。もし日本でも特定のスポーツ中継にユニバーサル・アクセスが求められるようになれば、日本全土で「あまねく受信できるよう」⁵⁹⁾ 法的に定められた放送との相性はよいように感じられる。英国のように、特定のスポーツ大会の放送を法的に義務付

図表 11 見るのが好きなスポーツ



読売新聞による調査 N=2090 (全国有権者)⁶¹⁾

けることを考え始めるべきという考え方もあるが⁶⁰⁾、地上波やBSは報道機関でもあり、表現の自由の観点からしても特定の番組の義務付けは日本ではなじまず、あくまで民間で合意形成を図るべきだろう。

テレビの視聴率が下降傾向とはいえ、オリンピックやW杯のような大会の視聴率はいまだに高く、広告媒体としての価値も依然大きい。そこで得られる広告収入よりもはるかに多額の放映権料といういびつな構造自体、問題なのではないか。ネット企業がテレビに代わってその支払いをしても、ビジネス的にペイしないままではその継続性はおぼつかない。最終的には、大きなスポーツイベントをほとんどの人がみられないという状況さえ予見できる。もちろん、そうなればそのスポーツイベント自体の人気も落ちて規模も縮小していくだろう。参考までに、「見るのが好きなスポーツ」の調査結果が図表11であるが、これらの競技を、今後も国民誰もが大きな負担なくみられることを保持するにはどうすべきか、本稿での考察が何か示唆することができれば幸いである。

注—————

- 1) ヘッドオブブロードキャストは、オリンピック放送機構(OBS)と向き合い、放送技術・通信技術を提供しながら、組織委員会の各所と調整統合する役割を担う。
- 2) 日本テレビ放送網(2004)番組編①, p.10
- 3) 「NHK放送史」参照。https://www.nhk.or.jp/archives/bangumi/ (2023年10月21日閲覧)。

なお、NHKはラジオ開局2年後の1927年には高校野球(当時は全国中等学校優勝野球大会)、開局3年後の1928年には大相撲、1932年にはオリンピック(ロサンゼルス)のラジオ中継を開始している。

- 4) 日本テレビ放送網 (2004) 経営編, pp.33-34
- 5) 居駒 (2022), p.71
- 6) オリンピック番組の放送時間 (総分数) の推移を参照。 https://www.videor.co.jp/tvrating/past_tvrating/sport/olympic-summer/03/post-9.html (2023年10月21日閲覧)
- 7) 杉山茂 (2003), pp.127-173
- 8) テレビ放送に対応したルール改正の事例としては, アメリカンフットボールでの広告挿入のためのブレイク, MLBのピッチロックによる時間の短縮, 日本のプロ野球での延長戦12回での終了等が挙げられる。
- 9) AV WATCH「BPA, BSデジタル大賞2003を発表」(2003年12月1日付) <https://av.watch.impress.co.jp/docs/20031201/bsd.htm> (2023年10月21日閲覧)
- 10) 「NHKが伝えたワールドカップ」NHKアーカイブス <https://www2.nhk.or.jp/archives/articles/?id=C0010804> (2023年10月21日閲覧)
- 11) アルゼンチン大会 (1978年開催), スペイン大会 (1982年開催), メキシコ大会 (1986年開催), イタリア大会 (1990年開催), 米国大会 (1994年開催), フランス大会 (1998年開催) の6大会
- 12) 日本放送協会「NHKの衛星放送の視聴状況について」(平成19年9月25日), 総務省「NHKの衛星放送の保有チャンネル数の在り方に関する研究会」第2回会合説明資料, p.12
- 13) Ibid, p.11
- 14) 2000/2001年シーズンから2003/2004年シーズンまで
- 15) 2003/2004年シーズンから2022/2023年シーズンまで
- 16) 1997/1998年シーズンから2002/2003年シーズンまでと, 2020/2021年シーズン(決勝トーナメントから放送)から2023/2024年シーズンまで。なお2020/2021年シーズン以降の契約では, UEFAヨーロッパリーグの放映権も取得している。
- 17) 全豪オープン, 全仏オープン, ウィンブルドン, 全米オープンの各トーナメントの総称
- 18) 「スカパーが135億円で獲得」『asahi.com』(2000年9月4日付) <http://www.asahi.com/paper/sports/soccer/2002wcup/news/000904.html> (2023年10月21日閲覧)
- 19) Ibid
- 20) Contents Delivery Networkのこと。映像のような大きなデータでも多数のユーザーへの同時配信を可能とするサービス。Amazon Web ServicesやマイクロソフトのAzure等が有名。
- 21) 例えば, 日本テレビとTBSがニュースクリップの動画配信を開始したのが, ともに2000年だった。
- 22) 2023年現在, 通常価格で月額1,595円(税込), パ・リーグ6球団のいずれかのファンクラブに加盟している場合はファンクラブ会員特別割引で月額1,045円(税込)。ライブ配信だけではなく過去試合もVODで視聴できる。
- 23) 一方, セ・リーグは, 各球団が長い歴史を持っており, 地元テレビ局と独占契約を結んでいる等の理由があって, パ・リーグTVのような一致団結したサービスはできていない。これがDAZNへの権利提供につながっていった。
- 24) 「Jリーグ放映権2000億円 英社が10年契約 スマホ格安配信」『日本経済新聞』2016年7月20日(朝)1面
- 25) 「Jリーグ放映権2100億円」『読売新聞』2016年7月20日(夕)1面

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

- 26) 「ボクシング中継 ネット化の波」『読売新聞』2020年6月6日(朝)21面
- 27) 「W杯 アウェーの日本戦」『読売新聞』2022年7月7日(夕)3面
- 28) 「スポーツ中継『すみ分け』期待」『読売新聞』2023年2月17日(朝)6面
- 29) 「スポーツ中継 ネット主役」『日本経済新聞』2022年12月20日(朝)3面
- 30) 国際信号とは、HBSが制作する世界向けの複数の映像(および現場音)である。それに対して、自国のみに向けた映像(例えば自国の選手映像)のことをユニ映像という。
- 31) ABEMAによる2022年11月23日付プレスリリースを参照。<https://times.abema.tv/fifaworldcup/articles/-/10045500> (2023年10月21日閲覧)
- 32) 2022年ワールドカップ放送におけるABEMAのマルチアングルは、ABEMAがオリジナルに制作したものではなく、HBSの制作する国際信号のフィードをチョイスして別アングルとして提供された。両チームの監督だけを試合中に撮影し続けるアイソレーション映像に試合後の両監督の握手が記録されていた。
- 33) 「田嶋会長、オーストラリア戦の地上波放送を交渉へ 最後まで努力」『サンスポ web 版』2022年2月3日付 <https://www.sanspo.com/article/20220203-OFEVGD36VRLM3NRDGGSZEMCXJU/> (2023年10月21日閲覧)
- 34) IOC FUNDING, <https://olympics.com/ioc/funding> (2023年9月18日閲覧)
- 35) 東京都オリンピック・パラリンピック準備局「組織委員会の収支」<https://www.2020games.metro.tokyo.lg.jp/special/syushi.pdf> (2023年10月21日閲覧)
- 36) よく、英国のスポーツ中継の法的義務に対して、「ユニバーサル・アクセス」といった解説がされることが多いが、これらの文書の中にその言葉は見当たらない。
- 37) 録画放送についても、放送開始時間(Maximum delay)が細かく規定される。
- 38) Ofcom, 2022, p. 2
- 39) Ibid, p. 9
- 40) Ibid, p. 10
- 41) スポーツ庁 (2022a), p. 12
- 42) Ibid, p. 14
- 43) スポーツ庁 (2022b), p. 55
- 44) 脇田泰子 (2012), p. 37
- 45) 文部省保健体育審議会 (1997), p. 122
- 46) 野村智寿・株式会社サイバーエージェント執行役員へのインタビュー記事より引用。「【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」『日刊スポーツ』(2022年11月20日配信記事) <https://www.nikkansports.com/soccer/qatar2022/news/202211190001450.html> (2023年10月21日閲覧)
- 47) 日本放送協会「NHK経営計画(2021-2023年度)議決を受けて」(2021年1月13日付) https://www.nhk.or.jp/info/pr/plan/assets/pdf/2021-2023_mix.pdf (2023年10月21日閲覧)
- 48) 日本民間放送連盟広報資料(2019年11月14日付) <https://www.j-ba.or.jp/category/topics/jba103590> (2023年10月21日閲覧)
- 49) 共同通信「26年W杯も無料中継目指す ABEMA『実現へ準備』」『47news』(2022年12月22日配信) <https://www.47news.jp/8749199.html> (2023年10月21日閲覧)
- 50) 「国も動いて頂かないといけないと思うし、そのことは今後も続けていきたい。(中略)日本で

- は(ユニバーサル・アクセス権に関する=筆者注)法律がないから、お金が高いほうにだけいきましようとなる。今後、国がたとえばそういうことを法律で決めるということになればやりやすくなる。法律がないから値段のところだけになっていく。すでにこういう状況が予測できていたので、いろんな方に相談している。参院選の前からやってきている」との発言。東スポWEB(2022年3月28日付) <https://www.tokyo-sports.co.jp/articles/-/166955> (2023年10月21日閲覧)
- 51) DAZNが権利を獲得する前のスカパー時代から、この制作体制は構築されてきた。バスケットのBリーグ、女子サッカーのWEリーグも同様のシステムを採用している。
 - 52) サイバーエージェント社決算発表を参照。 <https://www.cyberagent.co.jp/ir/library/results/> (2023年10月21日閲覧)
 - 53) Blavatnik's DAZN '21 Loss Widens to \$2.3 Billion; Op. Loss \$1.36 Billion, *Bloomberg*, 2023年1月11日付 <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-11/losses-at-blavatnik-s-dazn-deepened-to-2-3-billion-in-2021?embedded-checkout=true> (2023年10月21日閲覧)
 - 54) NHK広報局「2036年・2028年・2030年・2032年のオリンピック放送権の同意について」2019年11月14日配信 <https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/otherpress/pdf/20191114.pdf> (2023年10月21日閲覧)
 - 55) サッカーや野球などの広角映像が多い競技は、小さなボールをはっきり映す4Kの高精細度映像がとりわけ効果的である。
 - 56) ドラマやアニメを「ストック型番組」と考えると、ニュースやスポーツ中継等はリアルタイム視聴に向けた「フロー型番組」と分類できる。
 - 57) ビデオリサーチ(2023)「タイムシフト視聴率10【関東地区】」 <https://www.videor.co.jp/tvrating/timeshift/> (2023/9/18閲覧)
 - 58) 放送法106条に、「基幹放送事業者は、テレビジョン放送による国内基幹放送及び内外基幹放送(中略)の放送番組の編集に当たっては(ママ)、特別な事業計画によるものを除くほか、教養番組又は教育番組並びに報道番組及び娯楽番組を設け、放送番組の相互の間の調和を保つようにしなければならない。」とある。
 - 59) 放送法では、NHKに対しては、「あまねく日本全国において受信できるように」(第15条)とし、民放の基幹放送に対しては、「あまねく受信できるように努める」(第92条)としている。
 - 60) 例えば、『産経新聞』(web版)「地上波から消えるスポーツイベント、法規制の必要性も」(2021年12月13日付) <https://www.sankei.com/article/20211213-TCS465YU2JKDJDVWEWCV233XVU/> (2023年10月21日閲覧)
 - 61) 「プロ野球 連続3年1位」『読売新聞』2023年3月7日(朝刊)22面

引用・参考文献

(新聞記事・ネット記事などは脚注に記述した。)

(日本語文献)

一般社団法人放送サービス高度化推進協会(2023)『4K・8K放送市場調査結果のまとめ』 <https://>

テレビからネットにシフトするスポーツ中継

- www.apab.or.jp/wp-content/uploads/2023/05/release_202302.pdf (2023年9月17日閲覧)
- 居駒千穂 (2022) 「『NHK年鑑』で振り返る放送の歴史①」『放送研究と調査 MAY2022』, pp. 70-73, NHK 出版
- 杉山茂 (2003) 『テレビスポーツ 50年 オリンピックとテレビの発展』角川書店
- スポーツ庁 (2022a) 「第3期スポーツ基本計画の概要 (詳細版)」
- スポーツ庁 (2022b) 「第3期スポーツ基本計画の本文」
- 日本テレビ放送網 (2004) 『テレビ 夢 50年』
- 文部省保健体育審議会 (1997) 「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「中間まとめ」抜粋)」社団法人全国大学体育連合『大学体育』第24巻2号
- 脇田泰子 (2012) 「スポーツ放送の発展とユニバーサル・アクセス権」名古屋大学大学院国際言語文化研究科『メディアと社会』第4号

(外国語文献)

Ofcom, *Code on Sports and Other Listed and Designated Events*, 2003