我が国におけるテレビメディアとスポーツの関係の現状と今後に関する研究

A study of relations between television media and sports in Japan for the future

1K04A130-5

鈴木 陽祐

指導教員

主査 間野義之先生

副査 宮内孝知先生

<研究背景>

スポーツとは一般に公共性の高いものと言われる。放送メディアの開始、普及に伴って、オリンピックやワールドカップ等のメガスポーツイベントは、その公共性をさらに高めてきた。FIFA の発表によると、2002 年日韓ワールドカップのテレビ放送はほぼ全世界 213 カ国・地域に及び、放送時間は単独のスポーツイベントとしては過去最長の 41100 時間に達したという。

しかし、近代になってメディアとスポーツの関係がよりビジネスに近づき、放送権料やスポンサーシップ等が出現するに当たって、様々な問題が浮上している。

世界中に普及している FIFA ワールドカップであるが、先の 2002 年日韓ワールドカップでは、放送権料が異常に高騰して問題を招いた。日本においては、CS 有料放送局「スカパーフェク TV!」による放送権独占契約問題が発生し、「ユニバーサルアクセス権」(誰もが TV で無料視聴することが出来る権利)が議論された。結果として、視聴者は全ての試合を無料視聴することが出来ず、地上波放送局は放送試合数が減少したにも関わらず今までにない多額の放送権料を負担することになった。そしてこれは露出の低下を招き、ワールドカップの公共性を損ねたといえる。

また現在の地上デジタル放送への移行に伴う多チャンネル化やニューメディアの登場は、これまでのスポーツ放送のスタイルを変える可能性を持っている。

そこで本研究では、放送権料の問題、ユニバーサルアクセスの問題、多チャンネル化、ニューメディアの影響や海外との比較によって、転換期にある日本のスポーツ放送を取り巻く環境を分析し、それぞれの環境がより利益を得られる関係を明らかにすることを目的とする。

<研究目的・方法>

本研究の目的は、転換期にある日本のスポーツ放送を取り巻く環境を分析することによって、視聴者、地上波放送局、有料放送局、スポンサー企業にとって現状より利益が得られる関係を明らかにすることである。

研究方法として、

- ①. 現在までの日本におけるスポーツとテレビ放送の歴史を検証する。

- ②. FIFA ワールドカップの放送権料高騰の問題を検証する。
- ③. 海外の事例を参考にして日本の現状と比較検証する。
- ④. 現在の日本における新たなスポーツ放送の取り組みを検証する。

以上 4 点を検証することによって、それぞれがより利益を得られる関係を模索していく。

<結果・考察>

検証の結果、現在最も問題であるのは、メガスポーツイベント放送権料高騰の中での、視聴者、地上波民放、スポンサー企業、有料衛星放送の関係であると考えられた。

我が国ではケーブルテレビ事業が伸びているが、米国とは異なり、スポーツに対して期待されるのは「地域振興」である。従って、視聴者にとって全国レベルでマイナーコンテンツを提供出来る放送局は、我が国の現状では有料衛星放送だけであると推測された。しかし、放送権料の高騰に伴う「ユニバーサルアクセス権」の問題や地上デジタル化、ニューメディアの登場等によって有料衛星放送は存続の危機にある。仮に衛星放送が消滅してしまった場合、視聴者はマイナーコンテンツを視聴することが出来なくなってしまう。スポーツ放送に関わる環境の相互の利益を考慮して考えた結果、民放と有料衛星放送が合併することが最も理想に近づくと思われた。

そうなれば視聴者は公共性の高いコンテンツを無料視聴することが出来、マイナーコンテンツも受信契約料を負担することで視聴可能となる。地上波民放は有料衛星放送との放送権料の折衝が無くなるため、権料の異常な高騰を抑えることが出来、それに付随してスポンサー企業の広告費も抑えることが出来る。有料放送としては民放に吸収されるような形となるが、今後「ユニバーサルアクセス権」によってキラーコンテンツ独占が不可能になりつつある流れや、地上デジタル化に伴うデジタル放送の優位性の喪失、ニューメディア登場による加入者の減少などを考慮した場合、海外の事例にあるように破綻に追い込まれる危険性を負いながら孤立し続けるより、統合して生き残る道を選ぶのも一つの手ではないかと考えた。