

日米野球リーグにおけるテレビ放送権に関する研究

A study of broadcasting rights in the baseball leagues in Japan and U.S

1K05B210

指導教員

主査 武藤泰明先生

松原 一樹

副査 木村和彦先生

【研究目的】

本研究の目的は日本プロ野球(NPB)と米国メジャーリーグ(MLB)の放送権に関する事項の比較検証をおこない収入格差の要因を明らかにすること。またそれをもとに NPB が今後メディア収益の最大化を目指すにあたり、どのような方策を採っていくべきかの提言につなげることである。

【研究方法】

書籍、雑誌、新聞等文献によって得られた各種データを基に NPB と MLB の放送権に関する現状や課題を明らかにする。その上で両リーグの放送権に関する事項の比較検証を行う。新聞報道データは日経テレコン 21 の検索エンジンを利用し収集した。また視聴率データはビデオリサーチ社データベースを参照した。

NPB の財務データは放送権料を含め基本的に公開されていない。そのため各種書籍や新聞等に掲載された球団幹部のインタビューなど信頼度の高いものデータとして採用した。正式に公開されているのは、NPB 主催試合であるオールスター戦と日本シリーズのみである。これらは社団法人・日本野球機構の事業報告書に記載されている。MLB については各種文献から得た放送権に関するデータを利用した。

【NPB の現状】

NPB が1年間に得る放送権料は180億円ほどと推定される。しかし今まで大きな比率を占めてきたジャイアンツ戦ナイターの視聴率が低下し放送権料が年々下落傾向にある。ローカル放送の視

聴率は比較的好調だが、得られる放送権料が少額なうえ検証の結果これ以上の増額を望むのは難しいという苦しい現状が明らかになった。ローカル放送はファン定着、獲得のツールとして利益より普及をとった行動が望ましいと考えられる。CS放送などの有料放送は加入率が2割程度と十分な市場とはなっていないのが現状で、パリーグが一括で放送権の販売に取り組んだが放送局との交渉は難航した。近年はWBCや北京五輪、クライマックスシリーズなど代表戦や短期決戦の中継の視聴率がレギュラーシーズンに比べ以前よりかなり高く出ている。日本の視聴者はペナントレースより緊張感のある短期決戦などの試合を好む傾向が強くなりつつある。

【MLB の現状】

MLB は全国放送権、総額約10億ドルをリーグで一括管理し収入を30チームに均等分配している。一方ローカル放送権料は各チームの収入となる。ローカル放送権料は都市規模に大きく左右される。そのため大都市にあるチームと小規模都市のチームで収入格差がおき、戦力格差拡大の一因となっている。

また米国は早くからケーブルテレビなど有料放送が発展しており、現在では全野球放送の65%以上がケーブルテレビで放送されている。近年の傾向として自らケーブルテレビ局を設立、またはメディアの傘下に入るチームが増えている。テレビ局と資本関係を結んだチームは受信料と広告料で大きな利益を上げていることがわかった。また「MLB network」という自前の放送局をリーグで立

ち上げ、2009年のWBCから配信を開始するなど、新たな収益源の開発に積極的だ。MLBが生み出す放送権料の総額はインターネット放送を含めると、約20億ドル(2000億円)と推定される。

【結果・考察】

1年間にそれぞれが得る放送権料総額はNPBが約180億円、MLBは約2000億円ということが明らかになった。当初漠然と予想していたよりも格差は大きく総額の比は11倍にも及んだ。ロー

カル放送権料は1チーム平均にしてNPBの2.5億円に対し、MLBは23.3億円。NPBがローカル放送権料をほとんど獲得できていないことが格差の要因になっていることが認められた。今後、NPBの今後の方策のひとつとしてCS、放送向けの放送局の設立を提案した。日本では有料放送開拓の可能性が眠っている。ヤンキースと自前放送局YESの関係などを参考に、効率的にメディア価値から収益を生み出すビジネスモデルの構築が望まれる。