

2021年度 修士論文

**英国スポーツの OTT 配信事業者による
放映権獲得の現状と課題**

The Current Situation and Subject of
the Acquisition of Broadcasting Rights of UK Sports

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科
スポーツ科学専攻 トップスポーツマネジメント研究領域

5021A311-8

高木ゆかり

研究指導教員： 平田 竹男 教授

第1章	背景	1
第1節	OTT(Over The Top)配信の台頭	1
第1項	視聴者の変化	1
第2項	世界的な OTT 配信の変化	3
第3項	スポーツ放送での OTT(Over The Top)配信	4
第4項	OTT 配信サービス市場の変化と予測	5
第5項	スポーツにおける OTT 配信の歴史	5
第2節	英国スポーツとスポーツ放映	5
第3節	本研究の問題意識と意義	6
第4節	先行研究	6
第5節	目的	7
第2章	方法	8
第1節	英国スポーツの英国内における TV 放送・OTT 配信状況の調査	8
第2節	英国スポーツの英国外における TV 放送・OTT 配信状況の調査	8
第3節	スポーツ団体担当者へのインタビュー調査	8
第4節	倫理的配慮	9
第3章	結果	10
第1節	プレミアリーグ	10
第1項	英国内の放映権獲得状況	10
第2項	英国外の放映権獲得状況	12
第2節	ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン	16
第1項	英国内の放映権獲得状況(ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン)	16
第2項	英国外の放映権獲得状況(ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン)	19
第3項	英国外の放映権獲得状況(ATP ツアー)	20
第4項	英国外の放映権獲得状況(ウィンブルドン)	25
第5項	英国外の放映権獲得状況(全英オープン)	28
第3節	ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン関係者へのインタビュー結果	32
第1項	放送の現状	32
第2項	プロモーション方法	32
第3項	ターゲットとする視聴者層	33
第4項	自身での OTT 配信への捉え方について	33
第5項	今後の放映権の販売方針について	35
第4章	考察	36
第1節	プレミアリーグの放映権の特徴	36
第1項	英国内の放映権	36
第2項	プレミアリーグ海外放映権における地域別特色	36

第2節	ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープンの放映権の特徴	38
第3節	英国スポーツの放映権	38
第1項	放映権獲得方法	38
第2項	英国内の放送規則	39
第4節	スポーツ団体による OTT 配信(D2C)	40
第5節	スポーツと OTT 配信の展望	41
第6節	研究の限界	41
第5章	結論	42
謝辞		43
参考文献・引用文献		44

図表目次

図 1	英国における定額制 OTT 利用時間(成人の定額制 OTT 利用者)	2
図 2	米国における定額制 OTT 利用時間(成人の定額制 OTT 利用者)	3
図 3	全世界の OTT 利用者の推移	4
図 4	有料テレビとストリーミングサービスの加入者比較	4
表 1	毎日の TV 視聴時間に対するストリーミング視聴時間	1
表 2	英国・米国での各ジャンルを過ごした平均時間	2
表 3	海外放映状況の 7 つの分類	8
表 4	プレミアリーグ放映権推移	10
表 5	英国内プレミアリーグ放映権パッケージ(2019/20-2021/22)	11
表 6	英国内プレミアリーグ放送内訳	12
表 7	DAZN のプレミアリーグ海外放映権獲得状況	12
表 8	プレミアリーグの英国外の放映権獲得状況(全世界)	13
表 9	プレミアリーグの欧州における放映権獲得状況	14
表 10	プレミアリーグの北米・南米における放映権獲得状況	14
表 11	プレミアリーグのアジア・パシフィックにおける放映権獲得状況	15
表 12	プレミアリーグの中東・アフリカにおける放映権獲得状況	15
表 13	2021 年ウィンブルドン総試合時間と総試合数	18
表 14	ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープンの英国内における放映権獲得状況	18
表 15	英国外における英国スポーツ種別放映権獲得状況	19
表 16	ATP ツアーの放映権獲得状況(全世界)	20
表 17	ATP ツアーの欧州における放映権獲得状況	21
表 18	ATP ツアーの北米・南米における放映権獲得状況	22
表 19	「America1」「America2」内訳	22

表 20 ATP ツアーのアジア パシフィックにおける放映権獲得状況	23
表 21 ATP ツアーの中東・アフリカにおける放映権獲得状況	24
表 22 ATP ツアー「Africa 1」「Africa 2」内訳.....	24
表 23 ウィンブルドンの放映権獲得状況(全世界)	25
表 24 ウィンブルドンの欧州における放映権獲得状況	26
表 25 ウィンブルドンの北米・南米における放映権獲得状況	27
表 26 ウィンブルドンのアジア・パシフィック・における放映権獲得状況	27
表 27 ウィンブルドンの中東・アフリカにおける放映権獲得状況	28
表 28 ウィンブルドン「Africa 1」「Africa 2」内訳	28
表 29 全英オープンの放映権獲得状況(全世界)	28
表 30 全英オープンの欧州における放映権獲得状況	29
表 31 全英オープンの北米・南米における放映権獲得状況	29
表 32 全英オープンのアジア パシフィックにおける放映権獲得状況.....	30
表 33 全英オープンの中東・アフリカにおける放映権獲得状況.....	31
表 34 全英オープン「Africa 1」「Africa 2」内訳	31
表 35 質問: 放映の現状(インタビュー結果全文).....	32
表 36 質問: プロモーション方法(インタビュー結果全文).....	33
表 37 質問: ターゲットとする視聴者層(インタビュー結果全文).....	33
表 38 質問: 自身での OTT 配信への捉え方(インタビュー結果全文).....	34
表 39 質問: 今後の放映権の販売方針(インタビュー結果全文).....	35
表 40 米国 5 大スポーツの放映権獲得状況	37
表 41 英国内放送規則適用スポーツリスト	40

第1章 背景

第1節 OTT(Over The Top)配信の台頭

第1項 視聴者の変化

近年の IT 技術の発展により Over The Top(以下、OTT)と呼ばれるオンライン配信が台頭してきている。16 才から 64 才のインターネットユーザーを対象とした Global Web Index(GWI)の調査によると、毎日の TV 視聴時間に対する OTT 配信視聴時間の割合が 2015 年に 29.5%であったが、2020 年には 42.2%と TV 視聴時間のほぼ半分が OTT 配信視聴時間に費やされるようになっていた。(表 1)

表 1 毎日の TV 視聴時間に対するストリーミング視聴時間

出典: GWI(Q3 2015–Q3 2020)Figures represent the findings of a broad global survey of internet users aged 16 to 64 より筆者作成

2015	2016	2017	2018	2019	2020
29.5%	31.7%	36.5%	39.0%	41.1%	42.2%

さらに、2021 年の調査によると、16 才から 24 才という若年層では一日の OTT 配信視聴時間が平均 2 時間となっており、平均 1 時間 54 分の TV 視聴時間を上回るようになっていた。(表 2)

表 2 英国・米国での各ジャンルを過ごした平均時間

出典:Global Web IndexQ1-Q3, 2021 より筆者作成

		Age Groups				
		16 to 24	25 to 34	35 to 44	45 to 54	55 to 64
ラジオの平均視聴時間 (hours)	英国	0:42	1:10	1:18	1:25	1:25
	米国	1:00	1:14	1:13	1:14	1:00
ソーシャルメディア 平均使用時間(hours)	英国	3:07	2:16	1:39	1:06	0:46
	米国	2:57	2:38	2:10	1:40	1:09
オンラインで記事を読む 平均時間(hours)	英国	0:48	0:57	0:45	0:28	0:21
	米国	1:07	1:19	1:08	0:43	0:25
紙媒体での記事を読む 平均時間(hours)	英国	0:36	0:40	0:30	0:18	0:15
	米国	0:50	0:58	0:49	0:31	0:20
テレビ平均視聴時間 (hours)	英国	1:54	2:29	2:35	2:54	3:14
	米国	2:04	2:35	2:45	3:08	3:37
オンラインTV/ストリーミング 平均視聴時間(hours)	英国	2:00	1:50	1:25	0:57	0:41
	米国	2:12	2:10	1:57	1:25	0:55

また、英国国内の成人の OTT 利用時間は、2016 年の 51.2 分から 2021 年では 81.86 分に増加しており、米国でも 2016 年の 68.09 分から 2021 年では 119.33 分に OTT の視聴時間が増加していた。(図 1)(図 2)

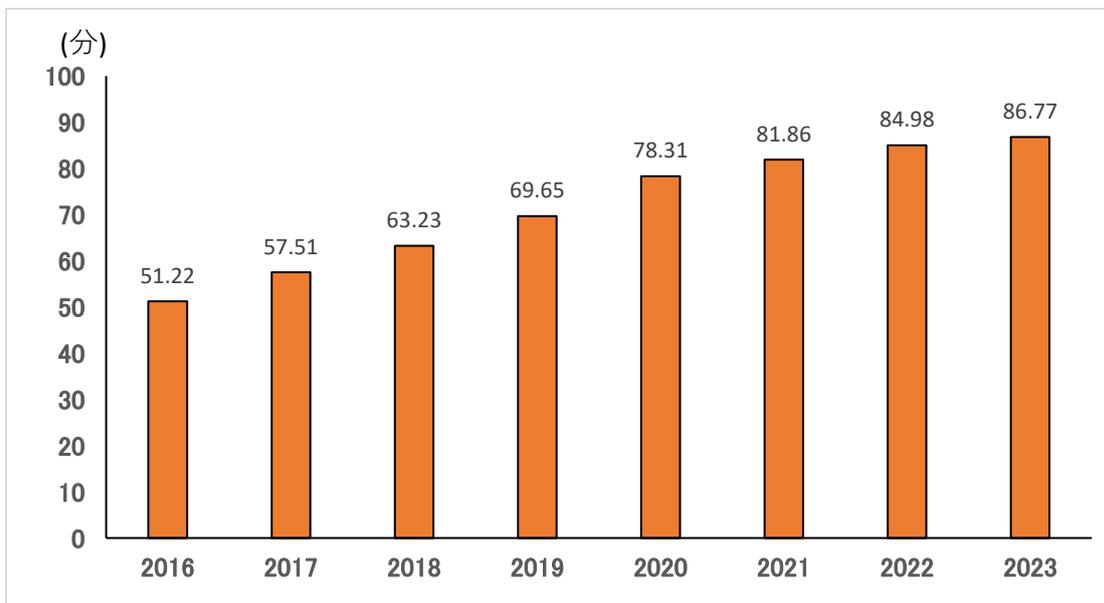


図 1 英国における定額制 OTT 利用時間(成人の定額制 OTT 利用者)

出典:UK Time Spent with Subscription OTT Video by Adult Subscription OTT Video Users

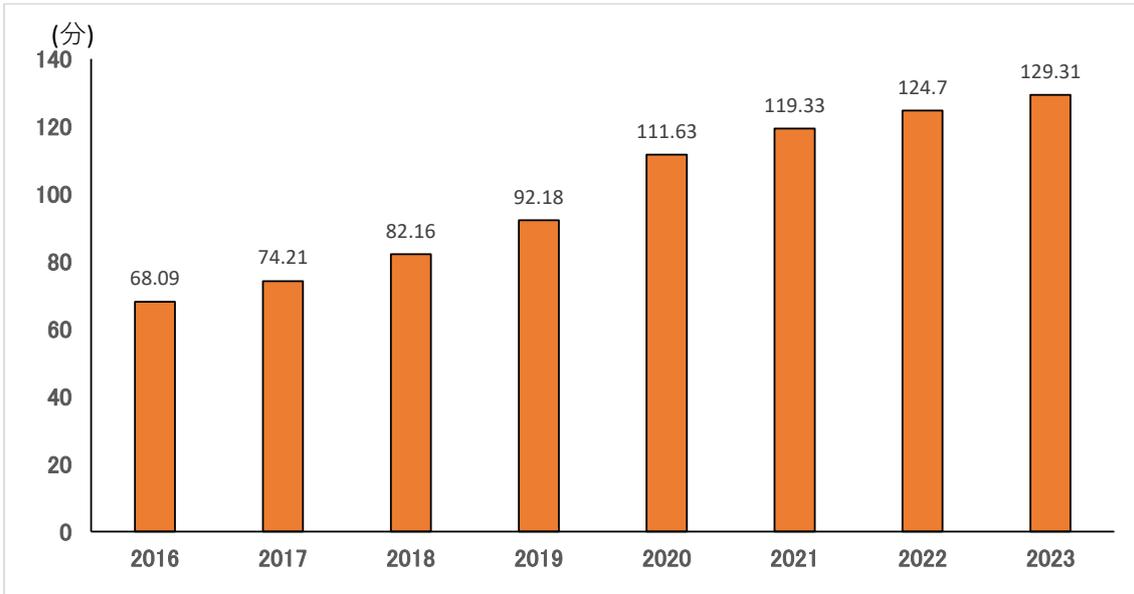


図 2 米国における定額制 OTT 利用時間(成人の定額制 OTT 利用者)

出典: US Time Spent with Subscription OTT Video by Adult Subscription OTT Video Users

第2項 世界的な OTT 配信の変化

世界的な OTT 配信の変化として、2021 年 PwC が発表した「グローバル エンタテインメント&メディアアウトルック」の調査によると、2020 年のエンタテインメント・メディアにおける世界の定額制動画配信(SVOD)の収益は 500 億米ドルに達し、今後 2025 年までに年平均 10.6%成長し 2025 年に SVOD は 813 億米ドルにまで市場規模が発展するとの見通しが示された。都度課金型動画配信(TVOD)と合わせると、OTT 収益は 2020 年に 508 億ドルとなり、2025 年には 820 億ドルを上回る見通しであった。

そして、全世界の OTT 利用者は増加傾向にあり、2025 年には 21 億 5000 万人を超えると予想されている。(図 3)

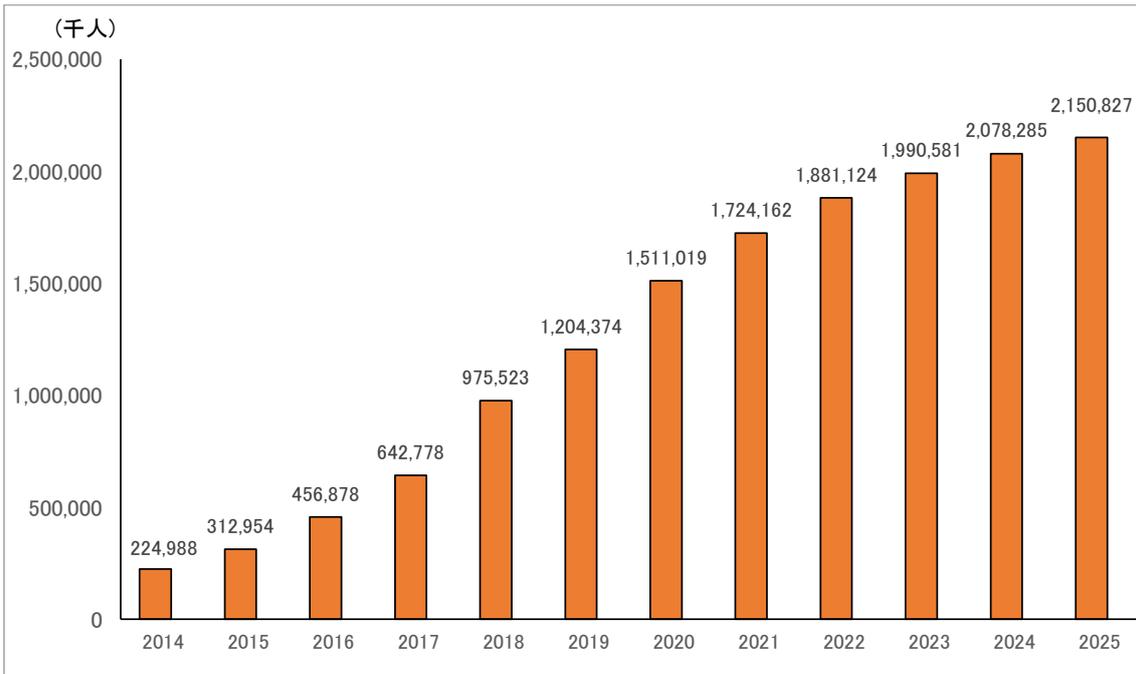


図 3 全世界の OTT 利用者の推移

出典: eMarketer「Subscription over-the-top (OTT) video service users」より筆者作成

第3項 スポーツ放送での OTT(Over The Top)配信

加えて、2018 年 OTT 配信事業者の Netflix 加入者がすでに有料テレビ加入者数を超えたと発表し、世界中で OTT 配信が普及し始めていることを示した。(図 4)

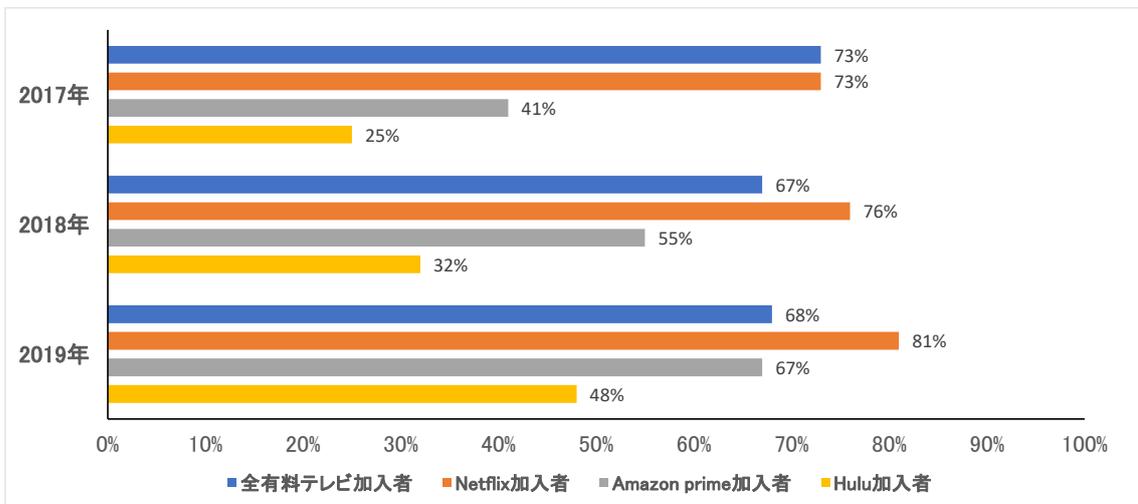


図 4 有料テレビとストリーミングサービスの加入者比較

出典: PwC Consumer Intelligence Series 2019 video survey より筆者作成

第4項 OTT 配信サービス市場の変化と予測

2021年10月28日付 Sofi Grigoryan から発表された”OTT Sports Platforms: How to Gain Ground in Sports Streaming”によると、2019年に Over the Top (OTT)配信サービス市場は US\$85.16 Billion(851億6000万ドル)となっており、2025年までには US\$194.20 Billion(1942億ドル)に達すると予測された。したがって、2019年から2025年までの年平均成長率は13.87%となる。新型コロナウイルス流行後の OTT 配信サービス市場は 2020年に US\$171.36 Billion(1713億6千万ドル)となっており、2027年までに US\$1,039.03 Billion(1兆390億3千万ドル)と見込まれている。したがって、年平均成長率は29.4%と予測された。

現在の2027年予測は新型コロナウイルス流行前よりも高くなっている。その理由として、新型コロナウイルスの世界的大流行は常に上昇し続けるOTT配信サービスへの需要から世界のOTT配信サービス市場にプラスの要因となったことが挙げられていた。

第5項 スポーツにおける OTT 配信の歴史

スポーツ放送ではこれまで TV 放送のみであったが、視聴習慣の変化と共に、OTT 配信が多く取り入れられるようになってきた。上述の2021年10月28日付 Sofi Grigoryan の記述によると2014年に National Lacrosse League (NLL) teamed up with Xumo が NLL の OTT 配信サービスを始めたことがOTTスポーツ配信の始まりであった。2015年には Dish Network が Sling TV として OTT 配信サービスを始め、fuboTV が立ち上がった。DAZN は2016年8月にグローバル OTT 有料配信サービスとしてオーストラリア、ドイツ、スイスで始まった。その後、2021年には多くのフットボールクラブやサッカー協会、世界でトップ10に入るリーグの6つが OTT 配信サービスを展開している。そして、これらの OTT 配信サービスの半分はここ2年の間に始まっていた。

『グローバル エンタテインメント&メディア Outlook2021-2025』は、スポーツの OTT 配信について「コンテンツの規模を拡大する確実な方法の1つは、ライブのスポーツイベントの放映権獲得だ。これは制作側が選ぶ特定な時間に視聴者の関心を集められる、数少ないコンテンツカテゴリーの1つである。」と示し、OTT 配信事業者側からも、利用者増加を図るためのコンテンツとして、スポーツ放送を非常に重要なコンテンツとして位置付けていると分析した。

これらからスポーツの OTT 配信が普及するためには、既存の TV 局が有する放映権を如何に獲得するかが重要であると言える。

第2節 英国スポーツとスポーツ放映

英国スポーツはこれまで世界のスポーツ放映を先駆的に牽引してきた存在のひとつである。英国でのスポーツ放映は、BBC がウィンブルドンテニス(以下、ウィンブルドン)のセンターコートの試合のラジオ放送を1927年6月29日に行なったのが始まりであった。当時の収録は残念ながら存在しないが、1932年からは BBC の本社移転と共に、収録が保存される事となった。

初めての TV 放送は、1937年6月21日の Bunny Austin vs. George Rogers の一戦であった。BBC 本社ビルから距離のあるウィンブルドンに3台の中継車(カメラ搭載車、伝送車、電源車)を

出向かせ、スポーツのライブ中継が行われた。また、1967年7月1日に初めてカラーでスポーツのライブ中継が行われたのもウィンブルドンであった。カラー中継を試聴したジャーナリストたちは新しい技術と映像の美しさに感銘を受けた。当初1週間で5時間のみカラー放送であったが、この年の12月には80%の番組がカラー放送されるようになった。もともとBBCは、12月にカラー放送を始める予定であったが、注目度の高いウィンブルドン時に予定を前倒して開始し、ヨーロッパ初のカラー放送となった。

第3節 本研究の問題意識と意義

スポーツ放映におけるOTT配信が普及するためには、OTT配信事業者がTV局をはじめとする既存のメディア企業等とのコンテンツ獲得競争に勝利し、OTTでスポーツ配信を行える環境を整える必要がある。また、スポーツ団体がOTT配信を最大限活用することができれば、市場拡大や普及等のメリットがあると考えられる。

そこで、世界のスポーツ放映のあり方を牽引してきた英国スポーツとOTT配信事業者の関わり方を明らかにすることは今後のスポーツとOTT配信の潮流を予測する上で意義があると考えられる。

第4節 先行研究

スポーツの放映権を題材とした研究として、早川(2000)やPaul Smith et al(2015)が挙げられる。早川(2000)は、スポーツの放映権料の高騰を引き起こしていると考えられるメディアの動きに着目し、メディアの独占化と解決策について述べていた。Paul Smith et al(2015)は、TVでの放送では商業化かスポーツ文化の継承のバランスが重要であるが、有料TVの運営元やスポーツ団体は商業化を選択していることを明らかにした。これらの研究ではスポーツを放映するメディアに焦点を当てていた。また、スポーツの中継の研究としてFarrell(2017)がウィンブルドンシングルの英国と米国での中継方法の違いを分析し、Stan(2020)はプレミアリーグの将来的な放映権販売について論じていた。

そして、スポーツ映像の配信事業者を対象にした研究が行われている。Hutchins et al(2019)は、配信事業者を対象にスポーツ権利ビジネスの変化を、Park et al(2019)はOTT配信サービスマーケットの成長と有料TVマーケット構造の変化について明らかにした。TV放送から手軽に視聴できるデバイスでのOTT配信に移り変わることが考えられる。Keating(2018)は、視聴者獲得に必要な不可欠の米国の5大スポーツ等のスポーツコンテンツをめぐっての2020年以降の権利交渉時には、ケーブルテレビ等の有料TVとOTT配信との間での熾烈な戦いが繰り広げられ、状況が刻々と変化をしていく中では、スポーツ団体もネットワーク側も正しいOTT配信戦略を迅速に作りあげる必要性を述べた。Ennis(2020)は、OTT配信の有利な点と不利な点等の特徴をあげ、“FAANGs”(Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google)のスポーツ分野への新たな参入が始まっていることや、そこでのスポーツを題材としたドキュメンタリー人気、Amazonによる権利取得についても言及しているのが興味深い。Kwak et al(2021)は、インターネットメディアコンテンツの検索エンジンとOTT配信サービスの影響力とインターネット、エンタテインメント及びメディア市場への戦

略的な示唆を述べていた。

日本での OTT 配信を題材とした研究では、住田(2018)が OTT 配信の出現に伴う米国のメディア産業の再編から、合併・統合が次々と起こっている変遷をまとめて、OTT 配信事業者が次世代メディアの覇権を争う存在となりうるためには、サッカー・プレミアリーグの中継などのメガスポーツコンテンツを調達することができるかどうかをポイントとなると述べていた。

以上から先行研究において、OTT 配信の動向や業界の動向についての調査は行われてきたが、世界のスポーツ放映を牽引してきた英国スポーツにおける OTT 配信事業者の動向をまとめた研究は十分には行われていなかった。

第5節 目的

OTT 配信事業者による英国スポーツの英国内、英国外の放映権獲得状況を明らかにすることで、OTT 配信事業者の放映権獲得の要因や他のステークホルダーとの競合関係の動向について示唆を得ることを目的とする。

第2章 方法

本研究では英国スポーツとしてサッカー・プレミアリーグ、ATP ツアー、ウィンブルドンテニス、全英オープンゴルフを対象とし、以下の調査を実施した。

第1節 英国スポーツの英国内における TV 放送・OTT 配信状況の調査

各スポーツのスポーツ放映の経緯、現在の放映状況、契約内容、放映対象試合、放映権料等について文献調査を行い、まとめた。

第2節 英国スポーツの英国外における TV 放送・OTT 配信状況の調査

各スポーツの英国外へのスポーツ放映の状況について、放映権の権利保有者、実際の放映局 (TV、OTT) をまとめた。情報の収集方法としては、各スポーツの関係者及び各地域の放映権販売担当者への放映状況の聞き取りを行い、収集した。なお、情報収集にあたり、研究結果として公表することの同意を得た。

また、放映状況のまとめ方として、まず TV 放送(以下、TV)、TV 局の OTT 配信(以下、TV-OTT)、OTT 配信事業者の OTT 配信(以下、OTT)の3つの要素に分け、そこから3つの要素の組み合わせで7つの分類を行った(表 3)。また、英国外の放映権の販売方式としては、国単位や地域単位で分割されており、本研究では、各国・各地域への放映状況を7つに分類したものを、さらに地域ごとにまとめた。

表 3 海外放映状況の7つの分類

【OTT配信事業者の参画】
①OTT
②TV & OTT
③TV & TV-OTT & OTT
【TV放送局のみ】
④TV
⑤TV-OTT
⑥TV & TV-OTT
【その他】
⑦OTHERS

第3節 スポーツ団体担当者へのインタビュー調査

ATP ツアーの映像を管理している ATP Media の Director of Commercial Rights Sales の Gabrielle Guedj 氏、ウィンブルドンの主催者である All England Lawn Tennis Club (AELTC) の Head

of Broadcast, Production & Media Rights, Paul Davies 氏、Communications & Marketing Director, Alexandra Willis 氏、全英オープンゴルフの主催者である The R&A の Chief Commercial Officer, Neil Armit 氏ら関係者に対してインタビュー調査を実施した。

インタビュー方法は半構造化インタビューを行い、①放映の現状②プロモーション方法③ターゲットとする視聴者層④OTT 配信の捉え方⑤今後の放映権の販売方針等についてインタビュー調査を行った。

第4節 倫理的配慮

本研究は、公開資料、聞き取り調査、インタビュー調査を用いて行った。公開調査に関しては、著作権に配慮して、参考にした文献については引用文献として本稿の最終ページに記載した。

また、聞き取り、インタビュー調査に関しては、聞き取り相手及びインタビュー相手に倫理的配慮について説明をし、実名、調査結果、インタビュー内容は本研究で公表することに対して事前に同意を得て実施を行った。

第3章 結果

第1節 プレミアリーグ

第1項 英国内の放映権獲得状況

英国内におけるプレミアリーグ放映権の推移を辿ると、1992年、オーストラリア出身のルパート・マードックが設立した衛星テレビ放送の「BSkyB(British Sky Broadcasting)」が初年度(92年-93年)3550万ポンド、その後の5年間を3億4000万ポンドでプレミアリーグの放映権を独占的に獲得した。この獲得の背景には、それまで、国民的な人気があった「イギリス・フットボール・リーグ」の人気10チームに対して、マードックが新設される「プレミアリーグ」に支払う放映権料を分割してチームに分配することを条件に参加する様に促し、それらの10チームを「イギリス・フットボール・リーグ」から移籍させた経緯がある。

この放映権料は、イギリスの民営放送局ITV(Independent Television)が当時「イギリス・フットボール・リーグ」を放送するために支払っていた放映権料の2.7倍にもなり、破格の金額であった。この「プレミアリーグ」新設とともにBSkyB(後のSky)のプレミアリーグ独占放送が始まり、1992/1993年シーズンから2006/2007年シーズンまでは有料TV放送のSky Sportsによる独占放送が行われた。しかし、2007/2008年シーズンからSetanta(2007/08年-2008/09年)、2009/2010年シーズンからESPN(2009/10年-2012/13年)、2013/2014年シーズンからBT Sport(2013/14年-現在)がSky Sportsと共に放送していた。

OTT配信事業者であるAmazon Prime Video(以下、Amazon)は2019/20-2021/22年にOTT配信権を初めて獲得した。(表4)(図5)

表4 プレミアリーグ放映権推移

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

シーズン		年間試合数	Others1	年間試合数	Others2	年間試合数	Others3	年間試合数	総試合数
1992/93	Sky	60	-	0	-	0	-	0	60
1993/94-1996/97		66		0		0		0	264
1997/98-2000/01		66		0		0		0	264
2001/02-2003/04		110		0		0		0	330
2004/05-2006/07		138		0		0		0	414
2007/08-2008/09		96		Setanta		42		0	0
2009/10		96	ESPN	42	0	0	96		
2010/11-2012/13		115		23	0	0	345		
2013/14-2015/16		116	BT Sport	38	0	0	348		
2016/17-2018/19		126		42	0	0	378		
2019/20		153		64	Amazon Prime Video	24	BBC	4	245
2020/21		162	85	28	8	281			
2021/22		128	52	20		200			

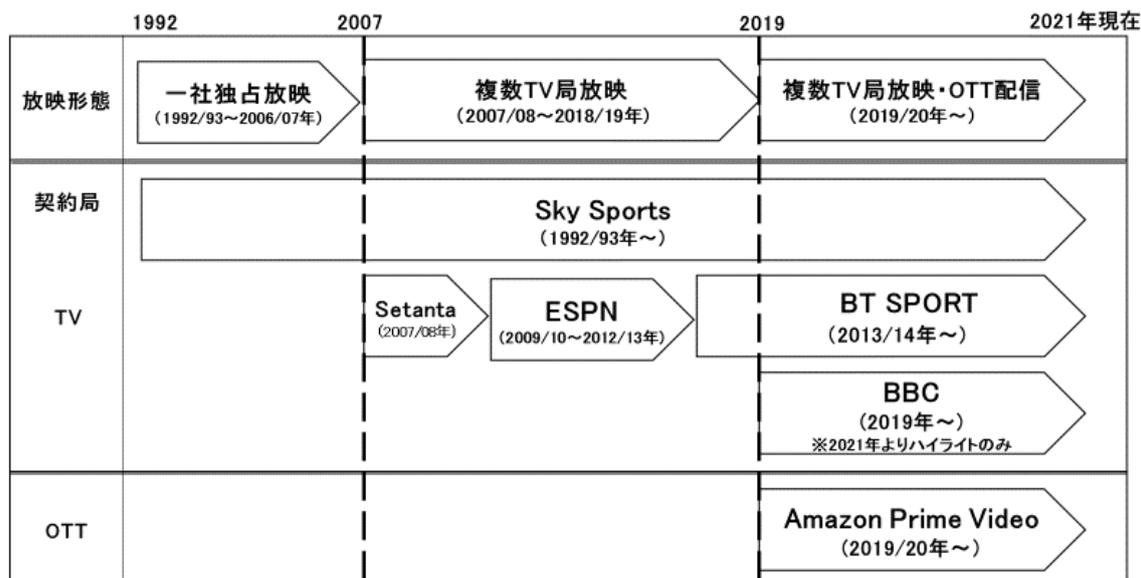


図 5 プレミアリーグ英国内放映環境の変遷

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

プレミアリーグの放映権はプレミアリーグ全 380 試合のうち 200 試合を A~G の 7 区分に分割し、区分ごとに TV または OTT 配信事業者 1 社と独占契約する分割独占方式であった(表 5)。Amazon は区分 F の 20 試合を 0.3 億ポンドで契約していた。Amazon の他にプレミアリーグの放映権は TV 局が 3 社おり、Sky Sports が 128 試合 12 億ポンド、BT Sport が 52 試合 3.3 億ポンド、BBC が ハイライトのみで 1.0 億ポンドだった。(表 5)(表 6)

表 5 英国内プレミアリーグ放映権パッケージ(2019/20-2021/22)

出典: Premier League 公式 HP(Sales of UK and Ireland live TV rights decided)より筆者作成

2019/20-2021/22 シーズン	総試合数	キックオフ時間	放映権	クラブ毎の試合数
<Package A>	32	32試合/土曜日12:30	BT Sport	1~6試合
<Package B>	32	32試合/土曜日17:30	Sky Sports	1~6試合
<Package C>	32	24試合/日曜日14:00 8試合/土曜日19:45	Sky Sports	1~5試合
<Package D>	32	32試合/日曜日16:30	Sky Sports	1~5試合
<Package E>	32	24試合/月曜日20:00 金曜日19:30-20:00 8試合/日曜日14:00	Sky Sports	0~5試合
<Package F>	20	全20試合 /Bank Holiday(休日)に 1試合と平日の試合	Amazon Prime Video	2試合
<Package G>	20	全20試合/平日の試合	BT Sport	2試合

表 6 英国内プレミアリーグ放送内訳

出典: Premier League 公式 HP 記事(Premier League UK live broadcasting rights update)及び聞き取り調査より筆者作成

	Package	金額	総放送試合数	放送時間 試合数(10試合/週)
Sky Sports	B, C, D, E	£1.2B	128試合	ライブ : 4試合 デイレイ: 1試合
BT SPORT	A, G	£330M	52試合	ライブ : 1試合
Amazon Prime Video	F	£30M	20試合	
BBC	Highlightsのみ	約£100M	土曜日: Match of the Day 日曜日: Match of the Day 2	

第2項 英国外の放映権獲得状況

プレミアリーグの英国外の放映権を獲得している OTT 配信事業者は、スポーツ配信専門の DAZN のみで、スペイン、カナダ、南米と日本で独占配信権を獲得していた。但し DAZN は、スペインではサブスクライバー(有料会員)の数が増えておらず、実際は有料 TV である Movistar 上での TV 放送をしている。また、南米は、アルゼンチン、ボリビア、コロンビア、エクアドル、チリ、パラグアイ、ペルー、ウルグアイ、ベネズエラといったスペイン語圏 9 か国の放映権を獲得したものの、コパ・アメリカ等サービスを開始するのに必須の放映権が獲得できなかったために DAZN はサービス立ち上げを断念し、これらの地域の権利を ESPN にサブライセンスをした。一方ブラジルは、放映権を獲得していた ESPN よりサブライセンスで DAZN は週 2 試合の配信をしていた。

表 7 DAZN のプレミアリーグ海外放映権獲得状況

出典: 文献調査および聞き取り調査より筆者作成

地域	国名	OTT配信事業者	実際の配信状況
欧州	スペイン	DAZN	△ (2019年からTV放送)
北米	カナダ	DAZN	○
南米 (スペイン語圏)	アルゼンチン、ボリビア、チリ、コロンビア、エクアドル、パラグアイ、ペルー、ウルグアイ、ベネズエラ	DAZN	× ESPNに配信権を移譲
アジア・ パシフィック	日本	DAZN	○

欧州・米国共に大多数は TV 局が TV 放映権と OTT 配信権の独占契約をしている。特に米国では、2013/14 年シーズンから NBC と全試合独占契約をしており、直近では、21 年 11 月に 2022/23 年シーズンから 2027/28 年シーズン迄の 6 年契約を総額 27 億ドルで TV と OTT (Peacock) 配信両方の権利を一社独占で契約更新された。アジア・パシフィックにおいての OTT 配信は、中国(iQiyi)、オーストラリア(Optus)、ニュージーランド(Spark Sport)、インドネシア(Mola)、と各国ロー

カル OTT 配信事業者が独占配信権を獲得している状況であった。プレミアリーグの英国外への放映権は世界 43 の地域に提供されていた。「TV,TV-OTT」が 17 地域(40%)と最も多く、獲得状況では次いで「OTT」が 16 地域(37%)であったが、DAZN が南米 9 か国及び欧州 1 カ国で権利行使をしなかった。「TV」は 5 地域(12%)となっていた。(表 8)

表 8 プレミアリーグの英国外の放映権獲得状況(全世界)

出典:文献調査および聞き取り調査より筆者作成

	OTT	TV,OTT	TV,TV-OTT, OTT	TV	TV-OTT	TV,TV-OTT	OTHERS	計
欧州	1	1	0	1	1	7	1	12
北米	1	0	0	0	0	3	0	4
南米	9	0	1	0	0	0	0	10
プレミアリーグ	アジア・パシフィック	5	1	0	2	0	5	13
	中東・アフリカ	0	0	0	2	0	2	4
	世界全体	16	2	1	5	1	17	43
		37%	5%	2%	12%	2%	40%	2%

1) 欧州

欧州は、12 地域のうち「TV,TV-OTT」が 7 地域と最も多く、「Germany」「Austria」「Switzerland」「Belgium」「France」「Greece」「Norway」で、「TV,OTT」は、「Russia」で行われていた。「Spain」では DAZN が 2019-2022 年シーズンでプレミアリーグの 235 試合の放映権を獲得したが、サブスクライバーの数が少なく、現在は伝統的な有料 TV である Movistar 上でプレミアリーグを放送している。「Russia」では、国内最大のメディアプラットフォームである Rambler Group の「OTT」である Okko でプレミアリーグの配信、ストリーミングが行われていた。(表 9)

表 9 プレミアリーグの欧州における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Portugal	Sport TV	-	TV
Netherlands	-	Ziggo GO	TV-OTT
Germany	Sky Deutschland	Sky Go	TV,TV-OTT
Austria	Sky Deutschland	Sky Go	TV,TV-OTT
Switzerland	Sky Deutschland	Sky Go	TV,TV-OTT
Belgium	Telenet (Play Sports)	Eleven SportsOTT (Play Sports App)	TV,TV-OTT
France	Canal+ RMC Sports	MyCanal RMC Sports.TV	TV,TV-OTT
Greece	Cosmote Sport	Costome TV GO	TV,TV-OTT
Norway	TV2	TV2/Norway Play	TV,TV-OTT
Spain	Movistar	DAZN	TV,OTT
Russia	Rambler	Okko	TV,OTT
Iceland	-	-	OTHERS

2) 北米・南米

北米・南米では、5 地域のうち、「TV, TV-OTT」が 3 地域と最も多く、「South Americas」「Central Americas」「USA」で行われていた。「South Americas」は DAZN から ESPN へのサブライセンスであった。「Brazil」は ESPN から DAZN へ週 2 試合のサブライセンスで「TV, TV-OTT & OTT」であった。「OTT」は 1 地域、「Canada」で DAZN が配信していた。(表 10)

表 10 プレミアリーグの北米・南米における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Canada		DAZN	OTT
Brazil	ESPN	Star+ DAZN *	TV, TV-OTT OTT
South Americas	ESPN * *	Star+ * *	TV, TV-OTT
Central Americas	Sky Mexico	Blue To Go	TV, TV-OTT
USA	NBC Sports	Peacock	TV, TV-OTT

* ESPNからのサブライセンス

* * DAZNからのサブライセンス

3) アジア・パシフィック

アジア・パシフィックでは、13 地域のうち、「OTT」、「TV, TV-OTT」が共に 5 地域ずつと最も多く、「OTT」は「Japan」「Australia」「China」「Indonesia & East Timor」「New Zealand」で行われていた。日本では、2017 年より DAZN が、中国、オーストラリア、ニュージーランド、インドネシアではローカル OTT 配信事業者が独占配信を行っていた。また「TV, TV-OTT」は、「Malaysia」「Taiwan」「Thailand」「Hong Kong SAR」「Singapore」で行われていた。(表 11)

表 11 プレミアリーグのアジア・パシフィックにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Japan	-	DAZN	OTT
Australia	-	Optus Sport	OTT
China	-	IQIYI Sports	OTT
Indonesia & East Timor	-	Mola	OTT
New Zealand	-	Spark Sport	OTT
Pacific Islands	Sky Pacific	-	TV
Mongolia	SPS	-	TV
India	Star Sports	Hotstar	TV, OTT
Malaysia	Astro	Astro Go	TV, TV-OTT
Taiwan	Eleven Sports	Eleven sports.com	TV, TV-OTT
Thailand	True Sports	True ID	TV, TV-OTT
Hong Kong SAR	NOW TV	NOW TV	TV, TV-OTT
Singapore	MIO Sports	CAST Sports Plus	TV, TV-OTT

4) 中東・アフリカ

中東・アフリカでは、4 地域のうち「TV」は「M. East & N. Africa」「Sub-Saharan Africa」、「TV, TV-OTT」は「South Africa」「Sub-Saharan Africa」がそれぞれ 2 地域ずつで行われていた。(表 12)

表 12 プレミアリーグの中東・アフリカにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
M. East & N. Africa	beIN Sports	-	TV
Sub-Saharan Africa	Various FTAs	-	TV
South Africa	SuperSport	Show Max Pro	TV, TV-OTT
Sub-Saharan Africa	SuperSport	Show Max Pro	TV, TV-OTT

第2節 ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン

第1項 英国内の放映権獲得状況(ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン)

ATP ツアーは Amazon との独占放映契約をしているが、ウィンブルドン、全英オープンにおいては OTT 配信事業者の配信は TV 局の OTT 配信を除き確認できなかった。特にウィンブルドンはローカルの OTT 独占配信を行っている国・地域はなく、TV 局が権利を獲得している状況であった。米国でのウィンブルドンも、北米・南米全土で OTT も含めた 2035 年迄の長期一社独占契約を ESPN が締結していた。

1) ATP ツアー

OTT 配信事業者の ATP ツアーの英国内放映権の獲得は、2002 年から 2018 年までは Sky Sports が放映権を取得し、独占放送を行っていたが、2019 年からは Amazon Prime Video の独占契約に切り替わり、OTT 配信が始まった。ATP Finals においても、2020 年まで BBC が地上波独占放送を行っていたが、2021 年からは Amazon Prime Video の独占配信に切り替わった。Amazon Prime Video は初めて世界のトップスポーツ配信権を獲得する結果となった。ATP・ATP Media の 2017 年 11 月 17 日付のプレスリリースによると、ATP Executive Chairman & President の Chris Kermode は「テニスにとっての重要な瞬間であり、Amazon との契約は世界のスポーツ及びエンタテインメント業界で今後ますます重要になってくるデジタル展開のスタートを切ることになった」と述べていた。また、ATP Media の CEO Mark Webster は「従来型のリニアテレビから OTT 配信に移行する事で、世界のスポーツメディアの中でテニスが最先端をいっていることを示した事は非常にエキサイティングである」と述べていた。さらに、ATP Media の COO である Stuart Watts は「この規模での OTT 配信は英国でのスポーツ放送において初めての事であり、Amazon, ATP, ATP Media の三社でのシナジーを活かして ATP ワールドツアーのこれまで以上のさまざまな最高のコンテンツを Amazon と一緒に視聴者に届けられる事は大変有意義な事である」と述べていた。

2) ウィンブルドン

ウィンブルドンテニスは、2005 年から 24 時間自分の好きな時間に自分の見たい試合を選択して視聴する事ができるようになり、視聴者は各試合の結果、スタッツ、選手の戦歴、ウィンブルドンの歴史等、さまざまな情報を取得することが可能になった。ウェブサイト上では、センターコートと No1 コートのホークアイ(スタジアムの高い位置にコートを取り囲むようにいくつものカメラが設置されているため、様々な角度からボールを視ることができ、アウト・インのジャッジに使用されている)映像で自分が見たいポイントをバーチャルリアリティーでリプレイすることができるようになった。

ウィンブルドンの主催者である All England Lawn Tennis Club (以下 AELTC)は、「ウィンブルドン・ライブ」というブロードバンドでのサービスを始めた。サブスクライバー(お金を払ってこのサービスを受ける人達)は、テレビコートのどの試合でも自分の見たい試合を選択してライブで見られ

るようになった。加えて、ハイライト、選手のインタビュー、いくつかのクラシックマッチが選択できるようになった。このサービスは 2007 年、2008 年と継続されたが、放映権契約を優先させるために中断となった。

さらに AELTC は、2006 年よりオフィシャル YouTube チャンネルを開設し、全世界登録者数は 2021 年 12 月現在で 102 万人であった。オフィシャル YouTube チャンネルを持つことによって、違法のアップロードを防止することが可能となった。各国の契約放送局は、契約地域・国でジオブロックをすることを条件に、YouTube へのアップロードを許可した。

2012 年からは OTT 配信が始まった。2009 年以降、AELTC は世界各地の契約放送パートナーと一緒に、ウィンブルドン公式ウェブサイト上でライブでの試合、ハイライト、アーカイブの素材等が見られるように進めていた。2011 年 7 月 2 日、BBC はウィンブルドン選手権大会の 125 周年を記念して、ウィンブルドンで初めての 3D 放送を始めた。2011 年の男女シングルス決勝は全て 3D で制作された。そして、BBC は PC 上、携帯電話、タブレット、コネクテッド TV 等オンラインでのウィンブルドンのライブストリーミングを増やすことを発表し、注目を集めた。加えて、ケーブル、サテライト及びデジタルでの地上波視聴者にはレッドボタンから 3 つのストリーミングまでは視聴可能とした。3D 映像は家庭でのウィンブルドン観戦に新しい楽しみを与え、オンラインストリーミングを拡張したことによって移動中の視聴が初めて可能となった。

BBC は 2015 年まで放映権を独占的に取得していたが、2016 年からは有料 TV である Eurosport が 90 分のデイリーハイライトと男女シングルス決勝を BBC と同時ライブ放送を行うようになった。Ofcom(イギリス放送通信庁)がリストアップした大会は、主要放送局と共に、ある二番目の放送局が一定の権利を獲得できるものとするという Ofcom Listed Events Regulations(英国情報通信庁 指定イベント規定)という英国の放送法に抵触し、ウィンブルドンテニス決勝がこの放送法に該当するところからの動きであった。現在は BBC と Eurosport の 2 局での TV 放送、BBC の OTT 配信サービスである BBC iPlayer にて配信が行われている。ウィンブルドン 2021 年大会の放送では全 400 試合(試合時間延べ 777 時間)のうち、BBC が 150 時間の放送を行い、Eurosport が 90 分のデイリーハイライトと男女シングルス決勝を BBC と同時にライブ放送をしていた。また、限られたライブ放送ではあるが、記者会見の様子、プレーヤーや観客へのインタビュー等の内容を「ウィンブルドンチャンネル」で英語配信していた。(表 13)

表 13 2021 年ウィンブルドン総試合時間と総試合数

出典: Wimbledon 公式 HP(2021 年試合結果)より筆者作成

	総試合時間	試合数
男子シングル	322.36	127
女子シングル	193.32	127
男子ダブルス	113.36	63
女子ダブルス	91.19	63
混合ダブルス	57.01	42
合計	777.24	422

3) 全英オープン

英国国内での全英オープンゴルフの放映は、Sky Sports が TV 放送を行い、Sky Sports の OTT 配信である Sky GO app(無料)と NOW TV(有料)が OTT 配信を行っていた。また、BBC は 4 日間 8:00pm から 2 時間、その日のハイライトを BBC Two で放送し、BBC iPlayer で配信していた。(表 14)

表 14 ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープンの英国国内における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

	TV	TV-OTT	OTT	分類	
ATP ツアー	-	-	Amazon Prime Video	OTT	
英国及び アイルランド	ウィンブルドン	BBC (One,Two) Eurosport	BBC iPlayer	-	TV,TV-OTT
	全英オープン	Sky Sports BBC(Two)	Sky GO, NOW TV BBC iPlayer	-	TV,TV-OTT

第2項 英国外の放映権獲得状況(ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン)

ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープンにおいては、OTT 配信事業者の配信は ATP250 を除き、各国共 TV 局の OTT 配信のみ行われている事が確認された。特にウィンブルドンは、ローカルの OTT 独占配信を行っている国・地域はなく TV 局が権利を獲得している状況であった。米国でのウィンブルドンも北米・南米全土で OTT も含めた 2035 年迄の長期一社独占契約を ESPN が締結していた。

「TV,TV-OTT」が、全英オープンの 32 地域のうち 26 地域(81%)ともっとも高い割合を示していた。その次に「TV」がどのスポーツにおいても割合が高くなっていった。「TV,OTT」は、どのスポーツにおいても 1 地域、中国、マカオのみとなっており、OTT 事業者の参入はほとんどみられない結果となっていた。(表 15)

表 15 英国外における英国スポーツ種別放映権獲得状況

出典:文献調査および聞き取り調査より筆者作成

テリトリー\区分	OTT	TV&OTT	TV&TV-OTT &OTT	TV	TV-OTT	TV&TV-OTT	OTHERS
ATPツアー							
欧州(18)	1	0	1	6	0	10	0
北米(3)	0	0	0	0	0	3	0
アジア・パシフィック(14)	0	1	0	0	0	13	0
中東・アフリカ(2)	0	0	0	1	0	1	0
計(37)	1	1	1	7	0	27	0
ウィンブルドン							
欧州(17)	0	0	0	3	0	11	3
北米(3)	0	0	0	0	0	3	0
アジア・パシフィック(14)	0	1	0	2	0	11	0
中東・アフリカ(2)	0	0	0	1	0	1	0
計(36)	0	1	0	6	0	26	3
全英オープン							
欧州(13)	0	0	0	3	0	10	0
北米(3)	0	0	0	0	0	3	0
アジア・パシフィック(14)	0	1	0	1	0	12	0
中東・アフリカ(2)	0	0	0	1	0	1	0
計(32)	0	1	0	5	0	26	0

第3項 英国外の放映権獲得状況(ATP ツアー)

ATP ツアーの英国外への放映権は世界 37 の地域に提供されており、現状「TV, TV-OTT」が最も多く 27 地域(73%)、次いで「TV」が 7 地域(18%)となっていた。(表 16)

表 16 ATP ツアーの放映権獲得状況(全世界)

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

	OTT	TV,OTT	TV,TV-OTT, OTT	TV	TV-OTT	TV,TV-OTT	OTHERS	計
欧州	1	0	1	6	0	10	0	18
北米	0	0	0	0	0	3	0	3
アジア・パシフィック	0	1	0	0	0	13	0	14
中東・アフリカ	0	0	0	1	0	1	0	2
ATPツアー	1	1	1	7	0	27	0	37
世界全体	3%	3%	3%	18%	0%	73%	0%	

2) 欧州

欧州では、18 地域のうち「TV, TV-OTT」が 10 地域で最も多く、「France(1000&500,250)」「Netherlands(1000&500,250)」「Belgium」「Denmark」「Estonia; Latvia; Lithuania」「Germany; Austria; Switzerland; Liechtenstein」「Norway; Sweden; Finland; Iceland」で行われていた。(表 13)

次に「TV」が 6 地域となっており、「Portugal(1000&500,250)」「Spain (1000&500,250)」「French Speaking Africa(1000&500,250)」で行われていた。

「TV, TV-OTT, OTT」は「Russia」で行われていた。「TV, TV-OTT, OTT」と OTT 配信サービスに関して、ATP Finals, 1000, 500 は非独占放送となっており、Eurosport Player と Okko Sport が、250 は Okko Sport が独占配信をしていた。(表 17)

表 17 ATPツアーの欧州における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類	試合区分
Portugal	Sport TV	-	TV	1000 & 500
	Sport TV	-	TV	250
Spain	Movistar	-	TV	1000 & 500
	RTVE National FTA, TV3 Regional FTA in Catalonia region, Movistar, RTVE	-	TV	250
French Speaking Africa	Canal Plus	-	TV	1000 & 500
	Canal Plus	-	TV	250
France	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT	1000 & 500
	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT	250
Netherlands	Ziggo Sport	Ziggo Go	TV,TV-OTT	1000 & 500
	Ziggo Sport	Ziggo Go	TV,TV-OTT	250
Belgium	BeTV, Telenet (Play Sports)	VOO TV+ / Play Sports App	TV,TV-OTT	1000 & 500
	BeTV	VOO TV+	TV,TV-OTT	250
Denmark	TV2 dk Sport/ Sport X	TV2 play	TV,TV-OTT	—
Estonia; Latvia; Lithuania	TV3 Baltics	TV3 Baltics	TV,TV-OTT	—
Germany; Austria; Switzerland; Lichtenstein	Sky Deutschland	Sky GO	TV,TV-OTT	—
Norway; Sweden; Finland; Iceland	Euro sport	Discovery+	TV,TV-OTT	—
Russia	Euro sport	Euro sport player Okko Sport	TV,TV-OTT,OTT	ATP Finals 1000 & 500
	-	Okko Sport	OTT	250

3) 北米・南米

北米・南米では、3地域のうち全て「TV,TV-OTT」であった。(表 18)(表 19)

表 18 ATP ツアーの北米・南米における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
America 1*	ESPN Latin	Star+	TV,TV-OTT
Americas 2*	Tennis Channel	Tennis Channel Plus	TV,TV-OTT
Canada	TSN	TSN GO	TV,TV-OTT

表 19 「America1」「America2」内訳

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

America 1*

Argentina; Brazil; Chile; Colombia; Costa Rica; Dominican Republic; Ecuador; El Salvador; Guatemala; Honduras; Mexico; Nicaragua; Panama; Paraguay; Peru; Uruguay; Venezuela; Anguilla; Antigua & Barbuda; Aruba; Bahamas, The; Barbados; Belize; Bermuda; Bolivia; British Virgin Is.; Cayman Islands; Cuba; Dominica; French Guiana; Grenada; Guadeloupe; Guyana; Haiti; Jamaica; Martinique; Montserrat; Saint Kitts & Nevis; Saint Vincent and the Grenadines; Saint Lucia; Turks & Caicos Is; Trinidad & Tobago

Americas 2*

United States; Puerto Rico; Virgin Islands

4) アジア・パシフィック

アジア・パシフィックでは14地域のうち「TV, TV-OTT」が13地域と最も多く、「Asia 3」「Australia」「Hong Kong」「New Zealand」「Philippines」「Singapore」「South Korea」「Taiwan」「Thailand」「Vietnam」「Japan」「Asia 2」「Asia 4」で行われていた。「TV, OTT」が1地域で「Asia 1」で行われていた。(表 20)

表 20 ATP ツアーのアジア パシフィックにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Asia 3* (Indonesia; East Timor)	BeIN Sports	BeIN connect	TV,TV-OTT
Australia	BeIN Sports	BeIN connect	TV,TV-OTT
Hong Kong	Now TV	Now OTT	TV,TV-OTT
New Zealand	BeIN Sports	BeIN connect	TV,TV-OTT
Philippines	TAP Sports	Tap Now	TV,TV-OTT
Singapore	BeIN Sports	BeIN connect	TV,TV-OTT
South Korea	Spo TV	Spo NOW	TV,TV-OTT
Taiwan	Sportcast	Sportcast	TV,TV-OTT
Thailand	True Vision	True ID	TV,TV-OTT
Vietnam	K+	K+ Connect	TV,TV-OTT
Japan	NHK, WOWOW GAORA	WOWOW	TV,TV-OTT
Asia 1* (China; Macao)	CCTV (1000 only)	iQiyi	TV,OTT
Asia 2* (India; Nepal; Bhutan; Pakistan; Maldives; Bangladesh; Sri Lanka)	viacom18	Voot Select	TV,TV-OTT
Asia 4* (Malaysia; Brunei)	BeIN2	BeIN Connect	TV,TV-OTT

5) 中東・アフリカ

中東・アフリカでは、2 地域のうち「TV」は「Africa 1」、「TV, TV-OTT」は「Africa 2」となっており、それぞれ 1 地域ずつ行われていた。(表 21)(表 22)

表 21 ATP ツアーの中東・アフリカにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Africa 1*	Canal+	-	TV
Africa 2*	SuperSport	Showmax Pro	TV,TV-OTT

表 22 ATP ツアー「Africa 1」「Africa 2」内訳

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Africa 1*
Benin; Burkina Faso; Burundi; Cameroon; Central African Rep.; Chad; Comoros; Congo, Dem. Rep.; Congo, Repub. of the; Djibouti; Gabon; Guinea-Bissau; Guinea; Madagascar; Mali; Mauritania; Mauritius; Niger; Rwanda; Senegal; Seychelles; Togo
Africa 2*
Lesotho; Namibia; Zimbabwe; Angola; Benin; Botswana; Burkina Faso; Burundi; Cameroon; Cape Verde; Central African Rep.; Comoros; Congo, Repub. of the; Congo, Dem. Rep.; Equatorial Guinea; Eritrea; Ethiopia; Gabon; Gambia, The; Ghana; Guinea; Guinea-Bissau; Guyana; Kenya; Liberia; Madagascar; Malawi; Mali; Mauritius; Mayotte; Mozambique; Niger; Nigeria; Reunion; Rwanda; Sao Tome & Principe; Senegal; Sierra Leone; Seychelles; Swaziland; Tanzania; Togo; Uganda; Zambia; South Africa

第4項 英国外の放映権獲得状況(ウィンブルドン)

ウィンブルドンの英国外への放映権は世界 36 の地域に提供されており、「TV, TV-OTT」が最も多く 26 地域(72%)、次いで「TV」が 6 地域(17%)となっていた。(表 23)

表 23 ウィンブルドンの放映権獲得状況(全世界)

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

	OTT	TV,OTT	TV,TV-OTT, OTT	TV	TV-OTT	TV,TV-OTT	OTHERS	計
欧州	0	0	0	3	0	11	3	17
北米	0	0	0	0	0	3	0	3
アジア・パシフィック	0	1	0	2	0	11	0	14
中東・アフリカ	0	0	0	1	0	1	0	2
世界全体	0	1	0	6	0	26	3	36
	0%	3%	0%	17%	0%	72%	8%	

1) 欧州

欧州では、17 地域のうち「TV, TV-OTT」が 11 地域で最も多く、「Norway; Sweden; Finland; Iceland」「Denmark」「Russia」「Czech Republic」「Slovakia」「Hungary」「Romania」「Sweden」「Belgium」「Germany; Austria」で行われていた。

次いで「TV」が 3 地域あり、「Portugal」「Spain」「Switzerland; Lichtenstein」で行われていた。(表 24)

表 24 ウィンブルドンの欧州における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Portugal	Sport Tv	-	TV
Spain	Movistar	-	TV
Switzerland; Lichtenstein	SRG	-	TV
Norway; Sweden; Finland; Iceland	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Denmark	TV2 DK Sport	TV2 Play	TV,TV-OTT
Russia	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Czech Republic	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Slovakia	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Hungary	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Romania	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Sweden	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Belgium	Eurosport	Eurosport Player	TV,TV-OTT
Germany; Austria;	Sky Deutschland	Sky GO/Sky Ticket,Sky X	TV,TV-OTT
Estonia; Latvia; Lithuania	-	-	OTHERS

2) 北米・南米

北米・南米では、3 地域のうち全て「TV,TV-OTT」であった。Disney 傘下の US ネットワークである ESPN が放映権を所有しており、2021 年ウィンブルドンの放映権契約を 2035 年までの 12 年間契約で延長した。(表 25)

表 25 ウィンブルドンの北米・南米における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Canada	ESPN	ESPN+	TV,TV-OTT
USA	ESPN	ESPN+	TV,TV-OTT
Latin America	ESPN	Star+	TV,TV-OTT

3) アジア・パシフィック

アジア・パシフィック・では、14 地域のうち「TV,TV-OTT」が 11 地域で最も多く、「Indonesia, East Timor, Malaysia」「Brunei, Hong Kong」「New Zealand」「Philippines」「Singapore」「Taiwan」「Thailand」「Vietnam」「Australia」「India, Nepal, Bhutan, Pakistan, Maldives, Bangladesh, Sri Lanka」で行われていた次いで「TV」が 2 地域、「South Korea」「Japan」、「TV,OTT」が 1 地域、「China; Macao」で行われていた。(表 26)

表 26 ウィンブルドンのアジア・パシフィックにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
South Korea	JTBC	-	TV
Japan	NHK・WOWOW	-	TV
China; Macao	CCTV	IQIYI	TV,OTT
Indonesia; East Timor	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Malaysia; Brunei	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Hong Kong	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
New Zealand	Sky Sports	Sky Now	TV,TV-OTT
Philippines	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Singapore	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Taiwan	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Thailand	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Vietnam	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Australia	Nine Network	Stan Sports	TV,TV-OTT
India; Nepal; Bhutan;Pakistan; Maldives;Bangladesh; Sri Lanka	Star Sports	Hotstar / Disney +	TV,TV-OTT

4) 中東・アフリカ

中東・アフリカでは、2 地域のうち「TV」が「Africa 1」、「TV,TV-OTT」が「Africa 2」で行われていた。(表 27)(表 28)

表 27 ウィンブルドンの中東・アフリカにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Africa 1*	Canal+	-	TV
Africa 2*	SuperSport	Showmax Pro	TV,TV-OTT

表 28 ウィンブルドン「Africa 1」「Africa 2」内訳

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Africa 1*
Benin; Burkina Faso; Burundi; Cameroon; Central African Rep.; Chad; Comoros; Congo, Dem. Rep.; Congo, Repub. of the; Djibouti; Gabon; Guinea-Bissau; Guinea; Madagascar; Mali; Mauritania; Mauritius; Niger; Rwanda; Senegal; Seychelles; Togo
Africa 2*
Lesotho; Namibia; Zimbabwe; Angola; Benin; Botswana; Burkina Faso; Burundi; Cameroon; Cape Verde; Central African Rep.; Comoros; Congo, Repub. of the; Congo, Dem. Rep.; Equatorial Guinea; Eritrea; Ethiopia; Gabon; Gambia, The; Ghana; Guinea; Guinea-Bissau; Guyana; Kenya; Liberia; Madagascar; Malawi; Mali; Mauritius; Mayotte; Mozambique; Niger; Nigeria; Reunion; Rwanda; Sao Tome & Principe; Senegal; Sierra Leone; Seychelles; Swaziland; Tanzania; Togo; Uganda; Zambia; South Africa

第5項 英国外の放映権獲得状況(全英オープン)

全英オープンの英国外への放映権は世界 32 の地域に提供されており、「TV,TV-OTT」が最も多く 26 地域(81%)、次いで「TV」が 5 地域(16%)となっていた。(表 29)

表 29 全英オープンの放映権獲得状況(全世界)

出典: 文献調査および聞き取り調査より筆者作成

	OTT	TV,OTT	TV,TV-OTT, OTT	TV	TV-OTT	TV,TV-OTT	OTHERS	計
欧州	0	0	0	3	0	10	0	13
北米	0	0	0	0	0	3	0	3
アジア・パシフィック	0	1	0	1	0	12	0	14
中東・アフリカ	0	0	0	1	0	1	0	2
世界全体	0	1	0	5	0	26	0	32
	0%	3%	0%	16%	0%	81%	0%	

1) 欧州

欧州では、13 地域のうち「TV、TV-OTT」が 10 地域と最も多く、「Denmark」「Estonia; Latvia; Lithuania」「Belgium」「France」「Netherlands」「Cyprus」「Greece」「Italy; San Marino; Vatican City」「Germany; Austria; Switzerland; Liechtenstein」「Norway; Sweden; Finland; Iceland」で行われていた。

次いで「TV」が 3 地域となっており、「Portugal」「Spain」「French Speaking Africa」で行われていた。(表 30)

表 30 全英オープン of 欧州における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Portugal	Sport TV	-	TV
Spain	Movistar	-	TV
French Speaking Africa	Canal Plus	-	TV
Denmark	NENT	ViaPlay	TV,TV-OTT
Estonia; Latvia; Lithuania	NENT	ViaPlay	TV,TV-OTT
Belgium	BeTV, Telenet (Play Sports)	Play Sports App	TV,TV-OTT
France	Canal Plus	MyCanal	TV,TV-OTT
Netherlands	Ziggo Sport	Ziggo Go	TV,TV-OTT
Cyprus	NOVA	Nova Active OTT	TV,TV-OTT
Greece	NOVA	Nova Active OTT	TV,TV-OTT
Italy; San Marino; Vatican City	SKY	SKY	TV,TV-OTT
Germany; Austria; Switzerland; Litchenstein	Sky Sports SRG	Sky GO/ Sky Ticket Sky X	TV,TV-OTT
Norway ;Sweden; Finland; Iceland	ViaSat Golf	NENT	TV,TV-OTT

2) 北米・南米

北米・南米では、3 地域のうち全てが「TV,TV-OTT」であった。(表 31)

表 31 全英オープン of 北米・南米における放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Canada	TSN	TSN Direct	TV,TV-OTT
Latin America	ESPN	Star+	TV,TV-OTT
USA	NBC The Golf Channel	Peacock	TV,TV-OTT

3) アジア・パシフィック

アジア・パシフィックでは、14 地域のうち「TV,TV-OTT」が 12 地域で最も多く、「India; Nepal; Bhutan; Pakistan; Maldives; Bangladesh; Sri Lanka」「Japan」「Indonesia; East Timor」「Malaysia; Brunei」「Hong Kong」「New Zealand」「Philippines」「Singapore」「Taiwan」「Thailand」「Vietnam」「Australia」で行われていた。

「TV,OTT」が1地域「China; Macao」で、「TV」が1地域「South Korea」で行われていた。(表 32)

表 32 全英オープンのアジア パシフィックにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
India; Nepal; Bhutan; Pakistan; Maldives; Bangladesh; Sri Lanka	-	Golf TV	TV,TV-OTT
South Korea	JTBC	-	TV
China; Macao	CCTV	IQIYI	TV,OTT
Japan	TV Asahi JGC (sub-licensee)	Abema TV	TV,TV-OTT
Indonesia; East Timor	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Malaysia; Brunei	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Hong Kong	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Philippines	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Singapore	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Taiwan	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Thailand	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
Vietnam	Foxsports	Fox +	TV,TV-OTT
New Zealand	Sky Sports	Sky Now	TV,TV-OTT
Australia	Foxsports	Kayo	TV,TV-OTT

4) 中東・アフリカ

中東・アフリカでは、2 地域で「TV」が「Africa 1」、「TV,TV-OTT」が「Africa 2」でそれぞれ 1 地域ずつ行われていた。(表 33)(表 34)

表 33 全英オープンの中東・アフリカにおける放映権獲得状況

出典: 文献調査及び聞き取り調査から筆者作成

Territory	TV	OTT	分類
Africa 1*	Canal+	-	TV
Africa 2*	SuperSport	Showmax Pro	TV,TV-OTT

表 34 全英オープン「Africa 1」「Africa 2」内訳

出典: 文献調査および聞き取り調査より筆者作成

Africa 1*

Benin; Burkina Faso; Burundi; Cameroon; Central African Rep.; Chad; Comoros; Congo, Dem. Rep.; Congo, Repub. of the; Djibouti; Gabon; Guinea-Bissau; Guinea; Madagascar; Mali; Mauritania; Mauritius; Niger; Rwanda; Senegal; Seychelles; Togo

Africa 2*

Lesotho; Namibia; Zimbabwe; Angola; Benin; Botswana; Burkina Faso; Burundi; Cameroon; Cape Verde; Central African Rep.; Comoros; Congo, Repub. of the; Congo, Dem. Rep.; Equatorial Guinea; Eritrea; Ethiopia; Gabon; Gambia, The; Ghana; Guinea; Guinea-Bissau; Guyana; Kenya; Liberia; Madagascar; Malawi; Mali; Mauritius; Mayotte; Mozambique; Niger; Nigeria; Reunion; Rwanda; Sao Tome & Principe; Senegal; Sierra Leone; Seychelles; Swaziland; Tanzania; Togo; Uganda; Zambia; South Africa

第3節 ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン関係者へのインタビュー結果

第1項 放送の現状

ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン関係者は「放送の現状」について以下のように述べた。いずれの主権者においても、TV 放送や OTT 配信/デジタル配信の両軸で考えていた。ATP ツアーと全英オープンの主権者は、TV 放送からさらにビジネスを広げるために OTT 配信/デジタル配信に熱心に取り組んでいた。ウィンブルドンの主権者はできる限り多くの人に放送を届けることを大切にしているため、マーケットの開拓を重要視していた。(表 35)

表 35 質問:放映の現状(インタビュー結果全文)

ATP ツアー	今後はATP Tourがより多くのOTT/デジタル配信で届けられるようになっていく事が期待としてあります。しかしながら、現在この移行期には、ATPの大会は通常のTV放送とデジタルでの露出のコンビネーションがなお必要とされ、Discovery (Eurosport/Eurosport Player), Disney(ESPN/ESPN+), BeIn(BeIn Sports/BeIn Connect)などが、現在、放送とOTT配信両方に力を入れているので両方での大きな露出があり、ATP Tourにはアドバンテージとなっています。
ウィンブルドン	ウィンブルドンのような最高峰のイベントは、世界中の放送局から、私たちのメディアライツを欲しい、契約をしたいという強い興味を常に頂いています。私たちが戦略的に放送パートナーを選ぶにあたってはいくつかの要因があります。そしてそれは必ずしもお金ではありません。私たちの優先順位としていつも高いのは、いかに多くの視聴者に届けられるかという事があります。現在従来型の放送が新しい挑戦を受けているあるいはデジタル配信等の新しい形に追いつかれているケースもあり、私たちは我々の権利戦略を作るのに、素早くクリエイティブな対応が求められています。私たちの大型の契約は、いくつかの地域を網羅し、Disney, Discovery 及びSkyといった大型メディア、コングロマリットとの契約です。彼らはそれぞれ、ウィンブルドンコンテンツを従来型の視聴者に従来型の放送で届ける事も、スポーツを全く違った方法で楽しむ新しいデジタル配信の視聴者に届ける能力もインフラも持ち合わせています。私たちは引き続き、キーマーケットで多くの視聴者に届ける事ができているBBC, NHK, SRGといった従来からの国営放送、公共放送での放送を続けていますし、ベイチャンネルとの契約の地域では、“地上波”での無料放送ができる余地をいかに残すかもつねに考えています。最高のウィンブルドンの放送をできる限り多くの人々にお届けする事は引き続き私たちの最優先事項です。 AELTCでは、以下の根拠から、新しいコマーシャル・マーケティング戦略を基に私たちの新しいビジネスモデルに持続的な再投資を行う事にコミットする時にきていると信じています。より多くのグローバルな視聴者・観客が私たちとの（現存そして新しい双方の）パートナーシップを通じてさらなる価値を生み出し、長期的に私たちの未来を確実なものとしします。より多くのグローバルな視聴者・観客を生み出すためにはさらに高められたもっと多岐に渡るプロダクトが必要となります。さらに高められたもっと多岐に渡るプロダクトを作り出すには、イベントやコンテンツを通じて私たちのブランドへの共鳴やアピールを生み出すデジタル資産に投資する必要があります。 これまでの各契約サイクルに基づいてというよりは、権利販売から離れて、マーケットを開拓していく事を提案します。これには、テニスがどのようにとらえられているかとかパートナーシップ、成熟度、インターネットの浸透率や消費傾向、ローカル・地元の人材やGDPのコンビネーションを基にターゲットとするマーケットを評価し、選択していく必要があります。
全英オープン	The R&Aにとって現在急速に変化している世界のメディア状況を理解する事以上に大切な事はありません。従来からの地上波及びベイTVモデルは、Netflix, Amazon Prime やDAZNといったOTTサービスといわれる直接視聴者に届けるメディアからの挑戦を受けています。同時にThe R&Aのようなスポーツ主権者達は、テレビ朝日のような私たちの放送パートナーとのビジネスを補うものとして、D2C, 自分達自身から直接視聴者に届けるサービスを模索していく事にも熱心に取り組んでいます。

第2項 プロモーション方法

ATP ツアー・ウィンブルドン関係者は「プロモーション方法」について以下のように述べた。ATPの主権者は SNS 内で魅力的なコンテンツを展開し、視聴まで結びつけることを目指していた。ウィンブルドンの主権者はウィンブルドンが持つ世界観を保つために、各ターゲットに合ったプロモーションを設計していた。(表 36)

表 36 質問:プロモーション方法(インタビュー結果全文)

ATPツアー	ATP TourとATP Mediaはあらゆるソーシャルメディア(SNS)のプラットフォーム上で魅力的なコンテンツを展開して、視聴者に主要な放送・配信のプラットフォーム上でATP Tourをライブで観てもらえるように誘導します。
ウィンブルドン	確実なパートナーシップを作り上げ世界中のファンにウィンブルドンの魔法を味わって頂く事です。一つのサイズが皆にフィットしないように、各マーケット毎に効果的にプロモーションができるよう、できる限り各マーケットの視聴者を理解しようと努めています。

第3項 ターゲットとする視聴者層

ATP ツアー・ウィンブルドン関係者は「ターゲットとする視聴者層」について以下のように述べた。ATP の主催者は若者をターゲットとしていたが、ウィンブルドンの主催者はコアファンをターゲットとしてサービスを展開していた。(表 37)

表 37 質問:ターゲットとする視聴者層(インタビュー結果全文)

ATPツアー	他の多くの伝統的なスポーツ同様、テニスも、特別なコンテンツや若い視聴者向けのコンテンツで、彼らがよく見ているプラットフォーム上で、より若い層にアピールする必要があります。私たちも視聴者層の高齢化に悩んでおり、若年層の視聴者が魅力を感じるようにしていかなければなりません。
ウィンブルドン	ATP Mediaは、Tennis TVというATPの視聴者に直接届けるサービスを提供しており、これはATP テニスをさらに違った角度からも、あるいはより深い内容で、楽しみたいというコアファン向け英語でのサービスです。私たちはこのサービスが主要な放送パートナーと競合したり、またそれに代わるサービスとしてではなく、さらなるプラスアルファの要素を楽しんで頂ける内容としての提供をしています。私たちの主要な放送契約の価値を守りながら、権利元自身のOTTサービスをするには、非常にデリケートなバランスを保ちながらする必要があります。主要放送契約の価値とカニバラないように注意深くバランスをとっていかねばなりません。

第4項 自身での OTT 配信への捉え方について

ウィンブルドンの担当者は、TV 局か、OTT 配信業者に拘らず、視聴者を増やし、ビジネスを拡大するのに一緒に働く事のできる本当のパートナーシップを作っていく事の重要性を述べた。ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン関係者は「自身での OTT 配信への捉え方」について以下のように述べた。いずれの主催者においても、ビジネスの拡大と競技の普及という位置付けを含めて配信を行っており、大会が持つ価値をより多くの人に届けるためにマーケットの流れを見ながら主要放映権契約に支障をきたさないようにバランスをとりながら展開していくという考えであった。(表 38)

表 38 質問:自身での OTT 配信への捉え方(インタビュー結果全文)

ATPツアー	<p>ATP Mediaは、Tennis TVというATPの視聴者に直接届けるサービスを提供しており、これはATP テニスを中心に違った角度からも、あるいはより深い内容で、楽しみたいというコアファン向け英語でのサービスです。私たちはこのサービスが主要な放送パートナーと競合したり、またそれに代わるサービスとしてではなく、さらなるプラスアルファの要素を楽しんで頂ける内容としての提供をしています。</p> <p>私たちの主要な放送契約の価値を守りながら、権利元自身のOTTサービスをするには、非常にデリケートなバランスを保ちながらする必要があります。主要放送契約の価値とカニバラないようによく注意深くバランスをとっていかねばなりません。</p>
ウィンブルドン	<p>私たちが行っているデジタルサービスであるWimbledon Channelを、放送パートナーへのプラスアルファのコンテンツとして無料で提供しています。これは英語のみで限られたライブコンテンツが含まれています。私たちにとってD2C（視聴者に直接届けるサービス）を提供する事は、私たちのファンを知る為にも大切な事です。これが視聴者へのコアサービス、中心となるサービスなのか、放送権契約にプラスアルファをもたらす補完的なものであるかの戦略は明確にしておく必要があります。ライセンスホルダーによるOTTサービスはそのチャンネル構造からしてもファンへ放送以上の内容を届ける事ができるからです。</p>
全英オープン	<p>The R&Aは、大会期間中オフィシャルサイトであるtheopen.com で注目度の高いプレーヤーの組の各ホールを順に追っていく「プレーヤーズフィールド」と特定の3ホールのみを配信する「3ホールフィールド」をライブ配信し、The One Clubという会員登録性のサービスで年間を通して全英オープンの過去の映像他の配信をしています。このように私たちは視聴者とのより直接的な関係を築けるような機会を歓迎していますが、いかにいい形で私たちの大会を見せるべきかのたゆまない努力を重ね続けている世界中の放送パートナー達を補う形だと考えています。</p>

第5項 今後の放映権の販売方針について

ウィンブルドンの担当者は、「自身での OTT 配信への捉え方」の質問と同じく TV 局か、OTT 配信業者に拘らず、視聴者を増やし、ビジネスを拡大するのに一緒に働く事のできる本当のパートナーシップを作っていく事の重要性を述べた。

ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープン関係者は「今後の放映権の販売方針」について以下のように述べた。いずれの主催者は、TV 放送や OTT 配信に関わらず、大会が持つ価値をより多くの人に届けるためにマーケットの流れを見ながら判断すると考えていた。(表 39)

表 39 質問:今後の放映権の販売方針(インタビュー結果全文)

ATP ツアー	ここ5年から10年の間に、デジタルのメディアとしての評価がTV放送の露出や価値を上回るようになれば、各大会はデジタルのみの露出により安心感を覚えるようになるでしょう。今後、デジタルメディアが主流となっていく中、ATP Mediaは、戦略的にデジタルメディアパートナーのネットワークを確立していきたいと考えています。ライブ放送パートナーシップ、各大会、そしてプレーヤー達にも利益がもたらされるよう、デジタルメディアネットワークで活用すべくキープしてきたショートフォームのコンテンツを有効活用し、さらなる注目を引きつけて、視聴者をATP Tourのライブコンテンツに誘導する事ができればATP Tour全体に有益となるとみています。
ウィンブルドン	放映権契約の伝統的な認識から離れ、視聴者を増やし、ビジネスを拡大していくために一緒に働く事のできる本当のパートナーシップを作っていく事が大切と考えます。放送局なのかOTT配信事業者であるかという事よりも、その為に最適なパートナーと未来を築いていきたいです。AELTCではもちろん、新しいストリーミングプラットフォームが次々に立ち上がっている事、それがテニス界にも見られる事にもアンテナを巡らしています。そういったサービスが引き続きスポーツ権獲得に興味を示し続け、ウィンブルドンのような世界のメジャーなスポーツ大会を視聴する方法がそうシフトしていくのであれば、我々の考え方は、マーケットにおいて、テニス界において最適の方法を取り入れていく事です。
全英オープン	技術的な進化と視聴者の行動が世界の各地域では違うので、変化は違ったペースでおこっており、ビジネスモデルはフレキシブルである必要があります。“一つのサイズが全部にフィットする”ことはありません。スポーツの権利競争はサブスクリプションや広告収入の価値を引っぱっているTier 1スポーツに集まっています。全英オープンも全英女子オープンもゴルフの頂点の大会ではありますが、様々な関心を持つ観客へのいろいろなエンターテインメントがある中で、年4日間の大会ということも忘れてはいけません。私たちはここ何年かの間に視聴者とのより直接的な関係を築けるような機会を歓迎していますが、いかにいい形で私たちの大会を見せるべきかのたゆまない努力を重ね続けている世界中の放送パートナー達を補う形でと考えています。

第4章 考察

第1節 プレミアリーグの放映権の特徴

第1項 英国内の放映権

プレミアリーグの放映権料の高騰は Stan(2020)の研究など様々な研究で指摘されている通りである。そのプレミアリーグの配信に Amazon Prime Video が切り込めた背景には、プレミアリーグが採用した分割独占方式の契約形態が影響したと推察される。全チーム2試合ずつ計 20 試合の放送であるが、全チーム2試合、つまり人気カードが必ず含まれるカテゴリーの契約を、分割独占方式であるが故に Amazon Prime Video は単年 3000 万ポンドで独占することができた。既存の TV 局と高額な放映権獲得競争を行わずにコンテンツ獲得が実現できたことが考えられる。Amazon が更に配信対象の試合を拡大させるためには、現在放映対象外の試合を新たに獲得する方法、または既存の TV 局が有するパッケージの切り替えを狙う方法が考えられる。

この分割独占契約の方法は、他国へも応用可能な方法であり、すでに英国外での交渉も全てを一社独占で入札、もしくは、いくつかのパッケージの入札でも選択できる形となっている OTT 配信及びプレミアリーグの世界での放映権契約の主流になっており、今後も継続していくものと示唆される。契約期間に関しても、英国内では競争法で3年ごとの契約更新が定められているが、英国外では、3年または6年を選択できるようになっており、米国での他のスポーツにみられるような10年以上の一社での長期独占契約といった困り込みを難しくしていると考えられる。

分割独占契約は、実際にアメリカの 4 大スポーツでも実施されており、2022 年から Amazon も NFL の一部の試合(Thursday Night Football) の独占配信権を 11 年間 110 億ドル相当で獲得したと報道されている。

第2項 プレミアリーグ海外放映権における地域別特色

1) 欧州の放映権

欧州におけるプレミアリーグは、スペインで DAZN が放映権を獲得しているもののサブスクライバーが十分に集まらず、有料 TV の Movistar 上での TV 放送が行われているように、ほとんどの地域で TV 局が放映権を獲得し TV 局の OTT 配信サービスでの配信が行われている。OTT 配信は有料 TV と同じようなペースで急速に伸びており、今後も競争が激しくなる事が予想される。TV 局の OTT 配信サービスのほとんどが TV とのサイマルキャスト(同時配信)であることから、OTT 配信事業者はそこでしか視聴できないサービスを提供していく事で差別化をしていくものと推察する。

2) アメリカの放映権

米国でのプレミアリーグの放映権は一社独占であり NBC が放映権を長期大型契約で獲得して

おり、今後 OTT 配信事業者が放映権を獲得するためには英国内やNFLのような分割独占方式での購入の提案を行うか、NBC からの切り替えを行う必要がある。一方でアメリカの 5 大スポーツ (NBA、MLB、NFL、MLS、NHL)において MLS を除く 4 つのスポーツでは分割独占方式での放映権の取引が行われており、複数の TV 局、複数の OTT 配信事業者による放映が行われている状況であることから、将来的にはプレミアリーグの米国内の放映においても分割独占方式に変わる可能性もある。(表 40)

表 40 米国 5 大スポーツの放映権獲得状況
出典：文献調査および聞き取り調査より筆者作成

	TV	OTT	D2C
NBA	NBA.com TV (TurnerSports)	Microsoft	NBA Digital
MLB	ESPN,Fox Sports, Turner Sports,	YouTube TV	MLB TV
NFL	CBS, ESPN, ABC, FOX NBC	Amazon prime, YouTube TV	NFL GAME PASS
MLS	America:ESPN,ABC,Fox Univision Communications Canada:TSN	Pluto TV,DAZN *Amazon prime	-
NHL	ABC,*RSN	ESPN +	NHL TV

*RSN:Regional sports network
*Amazonprimeは現在Seattle Soundersの試合のみ配信

3) 南米の放映権

南米の放映権のテリトリーの特徴としては、国ごとではなくスペイン語圏 9 ヶ国としてパッケージ化されていることであり、南米においてはブラジルとスペイン語圏のパッケージを獲得することが重要である。2019/20-2021/22 年シーズンにおいては、アルゼンチン等南米スペイン語圏 9 か国の権利を DAZN が獲得したものの、コパ・アメリカの独占放映権を ESPN が獲得したことからコンテンツが不足しサービスを立ち上げられずに ESPN にサブライセンスをし、代わりに、ブラジルにおいては ESPN が獲得していた放映権の一部(週 2 試合)をサブライセンスで DAZN が獲得して配信している経緯もあった。また、他の ATP ツアー、ウィンブルドン、全英オープンも南米は ESPN が独占放送を行っており、南米市場で放映権を獲得するためには ESPN の牙城を崩す必要があると言える。

4) アジア・パシフィック地域の放映権

アジア・パシフィック市場は欧州、北米と比較して OTT 配信事業者が放送事業者を排して独占配信権を獲得できている地域であったことから、OTT 配信事業者が参入しやすい地域であると言える。ただし、権利を獲得した OTT 配信事業者は、日本の DAZN を除き各国ローカルの OTT 配信事業者という傾向がある。したがって、アジア・パシフィック市場で Amazon や DAZN 等の OTT 配信事業者が拡大を考えるならば、ローカルの OTT 配信事業者がライバルとなることを認識すべ

きである。

第2節 ATP ツアー・ウィンブルドン・全英オープンの放映権の特徴

2019年にATP ツアーの英国内独占契約をしたことが、Amazon Prime Videoの英国内のOTT配信のきっかけであった。AmazonがATP ツアーの放映権を一社独占の条件で獲得できた要因は、独占配信権の獲得に発生する費用、単年1000万ポンドの契約がプレミアリーグの権利に比べるとそこまで高額ではなかったことが理由として考えられる。

また、ウィンブルドン、全英オープンにおいてはTV局が権利を有している状況であり、海外放映においてもOTT配信事業者の存在はほとんど確認できない状況であった。特に米国ではウィンブルドンの北米・南米全土でOTTも含めた放映権を獲得したのはTV局のESPNであり、プレミアリーグ同様、長期独占契約であったことからOTT配信事業者よりもTV局が優位な状況である。ただし、ウィンブルドンの担当者はTV局であれOTT配信事業者であれ、長期的なパートナーシップでの重要性を話していたこととTV局との独占契約の歴史と現状をふまえると、参画するならば、現在の条件を金額、露出共に上回る長期大型の条件提示することが必要で、それができればOTT配信事業者にもコンテンツ獲得の可能性は閉ざされていない。

第3節 英国スポーツの放映権

第1項 放映権獲得方法

英国スポーツの放映権の獲得方法として①独占配信、②分割独占配信、③サブライセンス配信の3つの方法が確認された。独占配信の場合に、メリットとしては競合他社の関わりを断ち、全試合全ての放映が可能で、自分達のサービスでしか視聴ができない優位性の強調、ファンの囲い込み、権利元との太い関係性を築き、アピールすることができること等があり、デメリットとしては放映権料が高額になることである。分割独占配信では、独占性の優位さのある試合に関しては享受でき、完全独占に比べれば放映権料も抑えられること等がメリットとしてある反面、競合他社の存在が否めないこと等のデメリットがある。またサブライセンス配信では、どうしても放映したい場合に放映が可能になり、一社独占権に比べれば放映権料も安価での獲得が可能であるが、デメリットとして、人気試合が選択できない可能性があり、十分な試合数が獲得できない等制限・制約つきになってしまうといったことがある。またOTT配信事業者にはAmazonとDAZNの2社が確認できたが、Amazonは映画やドラマを配信するマルチコンテンツ型のOTT配信事業者であり、DAZNはスポーツ専門のOTT配信事業者であるという点に差異がある。Amazonの場合、スポーツ中継が数多くあるコンテンツのなかのひとつであることから、必ずしも独占配信である必要はなく、分割独占配信やサブライセンス配信であってもサービスとして成立する。一方でDAZNの場合、スポーツ中継自体がメインのコンテンツであるため、独占配信権を獲得することが重視されると言える。

第2項 英国内の放送規則

英国内の放送は、1998年競争法(1998 Competition Law)(2000年3月に施行)や2000年に制定されたテレビ放送規則(Television Broadcasting Regulations 2000)および2003年に制定された通信法(Communications Act 2003)によって国家的関心が高いと国が定めたスポーツやその他のイベントは、放映に関して遵守すべき規定が定められている。この規定は、放送局、スポーツ団体、スポーツ権保有者、その他の関係者との協議を経て作成され、規定についての調査を行うのがOfcom(英国情報通信庁)である。Ofcomによると、この規定の中にはグループAイベント(一定の条件を満たさない限り独占放送が認められないイベント)と、グループBイベント(二次報道のための十分な準備がなされていない限り、独占的に生放送することができないイベント)がそれぞれリストアップされている。

今回調査した4つの英国スポーツのうち、この放送規則が適用されるリストに載っているのはウィンブルドンと全英オープンであり、プレミアリーグ、ATP ツアーは放送規則が適用されていなかった。(表41)

プレミアリーグは、Ofcomの規制リストには載っていないため、無料放送をする必要はないが、1998年競争法によって規制されている。2007年に欧州委員会が人気の高いプレミアリーグの試合を一社が独占放送をするのは、競争法に反するとし、いくつかのパッケージを複数社で分割して放送するものと決定した。Sky SportsにSetantaが2007/28年シーズンから加わり、Skyの独占放送が終わった経緯がある。そして競争法に基づいて、英国内の権利は3年ごとに入札で決めるものと定められた。その後公式な放映権の入札過程を経て、2019/20年シーズンからSky Sports、BT Sport、Amazon Prime Video、BBCのテレビ局とOTT配信業者が放映権を持ち合う形での放映形態になった。新型コロナウイルスの世界的大流行の悪影響からの回復の為に2021年には、2022/23-2024/25年シーズンの契約更新が現行契約をしているSky Sports、BT Sport、Amazon、BBCと同条件で行われたのに政府の許可が必要であったのは、競争法に乗っ取らない特別な形での契約更新であったためと考えられる。すなわち、米国の放映権の場合、長期契約の締結が可能であるが、英国内の場合Ofcomや競争法の観点から長期大型契約による独占契約は難しいスポーツもあるという点を留意する必要があると言える。

表 41 英国内放送規則適用スポーツリスト

出典: Ofcom

(Code on Sports and Other Listed and Designated Events「UK Listed Sporting Events」)

UK Listed Sporting Events	
GROUP A	The Olympic Games
	The FIFA World Cup Finals Tournament
	The FA Cup Final
	The Scottish FA Cup Final (in Scotland)
	The Grand National
	The Derby
	The Wimbledon Tennis Finals
	The European Football Championship Finals Tournament
	The Rugby League Challenge Cup Final
	The Rugby World Cup Final
GROUP B	Cricket Test Matches played in England
	Non-Finals play in the Wimbledon Tournament
	All Other Matches in the Rugby World Cup Finals Tournament
	Six Nations Rugby Tournament Matches Involving Home Countries
	The Commonwealth Games
	The World Athletics Championship
	The Cricket World Cup – the Final, Semi-finals and Matches Involving Home Nations' Teams ,The Ryder Cup
	The Open Golf Championship

第4節 スポーツ団体による OTT 配信 (D2C)

OTT 配信事業者、TV 局の OTT 配信以外にもスポーツ団体自らが OTT 配信を行っていることも確認された。OTT 配信の台頭により、従来放映対象にならなかった試合を活用することができるようになったことで、スポーツ団体自らがマーケティングツールとして、また競技の普及目的での新しい活用方法が模索されている。国際大会などでは、トップ選手の活躍もさることながら、自国選手のプレーぶり、頑張りを応援したいというファン意識は、万国共通である。また、自分が注目している選手のプレーをずっと追いかけることや、視聴者一人一人がまるで自分が試合会場に足を運び、観戦しているのと同じように、それぞれが観たい試合を観戦できるように選択できるのも OTT 配信の醍醐味なのである。スポーツ団体、スポーツ主催者側の D2C(Direct to Consumers – 視聴者に直接届けるサービス-)や OTT 配信の導入が増加することによって、これまで放送できなかった試合をマネタイズしつつ、そのスポーツの視聴者に視聴媒体の選択肢を与えること、そして一部人気な試合を TV 放送や有料放送とすることで、それらの試合や大会全体の視聴ニーズを高め、既存の放送や配信への誘導を行うことができる。

放映権を従来型の一社独占方式ではなく分割独占方式にすることは、アメリカ 4 大スポーツでも行われており、複数の TV 放送、複数の OTT 配信を行うことで放映権収入の獲得だけでなく、露出機会が増えることでスポンサー価値の向上にも繋がり、ビジネスの拡大が期待される。一方で、NBA や MLB 等のように TV 放送や OTT 配信事業者との契約と切り分けて D2C サービスとしてスポーツ団体自ら配信を行う例も出てきている。従ってスポーツ団体は、TV 局、OTT 配信事業者、D2C を柔軟に活用できるような権利の整理を行うことも OTT 時代において求められる。

また、また今後は、TV 局と OTT 配信事業者の競争環境を作りつつ、D2C も含めたメディアミックスによって資金獲得と競技の普及という双方を拡大させることが理想的であると考えられる。

第5節 スポーツと OTT 配信の展望

『グローバル エンタテインメント&メディア Outlook2021-2025』によると「スーパーボウル(視聴者数は 2007 年以降最低だったものの、2021 年には 9,640 万人が視聴)や FIFA ワールドカップ(2018 年の前回大会では、世界の4歳以上の全人口の半分強にあたる 36 億人が視聴)のようなイベントは、膨大な数の視聴者をリアルタイムで惹きつける力を持っており、ストリーミング企業はこの分野に本格的に参集し始めている。欧州では、Amazon がドイツでのチャンピオンズリーグの試合の放映権を獲得し、北欧のストリーミングサービス企業 Viaplay はフォーミュラ1の自動車レースの放映権を獲得した。2021 年 4 月には、ストリーミングプラットフォーム fuboTV が、2022 年の FIFA ワールドカップ・カタール大会の南米予選の独占放映権を取得した。」とある。また日本では 2017 年に DAZN が Jリーグの放映権を獲得し、配信を開始するなど、世界的に OTT 配信がスポーツ放映において数多く普及し始めている。このように、世界中でメディアコンテンツの放映に変化が訪れている状況である。本研究から英国スポーツにおいては Amazon と DAZN が放映権の獲得に乗り出していたが、DAZN のようなスポーツ専門の OTT 配信事業者の場合、サービス化するためには一定のコンテンツ数を確保する必要があり独占契約や複数のリーグや大会の放映権を獲得する必要があるという課題が明らかとなった。一方で、Amazon のようにマルチコンテンツ型の OTT 配信の場合は、プレミアリーグの 20 試合といった必ずしも独占契約を行わなくてもサービスとして成り立つことから、既存の TV 局との共存も可能であり、Amazon 以外にも NETFLIX などの他のマルチコンテンツ型の OTT 配信事業者が主流になることが予想される。

第6節 研究の限界

本研究は、英国スポーツの中でも 4 つのスポーツの検討に留まり、ラグビー、チャンピオンズリーグをはじめとする他の人気コンテンツの放映権獲得状況は調べられていない。また、今回はスポーツ団体へのインタビューはできたが、今後 Amazon や DAZN、NETFLIX といった OTT 配信事業者に対する調査も行う必要がある。

第5章 結論

OTT 配信事業者による英国スポーツの放映権獲得方法として①独占配信、②分割独占配信、③サブライセンス配信の3つが確認されたが、権利を取り扱うスポーツ団体や、国や地域の状況によって、放映権獲得の仕方や競争環境が異なる状況であった。プレミアリーグに関しては、英国では分割独占方式が続く中、権利交渉も3年毎の為、獲得パッケージの数拡大をねらっていくと推察される。また、英国外においても、分割独占方式の活用で、OTT 配信事業者が権利獲得をするチャンスは十分あると考えられる。現在英国スポーツは放映権ビジネスのあり方を見直す契機にあり、プレミアリーグを先進事例に、ウィンブルドンはじめ他のスポーツにも波及し、OTT 配信事業者の放映権獲得が進み、OTT 配信によるスポーツの視聴環境が充実することが予想される。特にサッカーにおいては、北米では今後2026年W杯開催を機にサッカー熱が高まる事となれば、アメリカ市場も一社独占方式から分割独占契約方式に変わることも予想され、また既にOTTの独占配信が行われているサッカー人気が高まるアジア・パシフィックにおいても、同様にOTT配信事業者にもチャンスがくるのではないかと推察される。

英国内での独占配信実績のあるATPツアーは海外においてもOTT配信事業者が契約地域を広げる土壌はできていると考える。一方、ウィンブルドン、全英オープンはOTT配信事業者にとっては参入が厳しいスポーツと推察される。

現在のOTT台頭期においては群雄割拠の状態ではあるが、今後資本力のあるGAFAやメディアコングロマリットにコンテンツが収斂することが予想される。

謝辞

本稿を執筆するにあたりまして、指導教員の平田竹男教授には、テーマを決める所からいろいろとご指導を賜りまして、深く御礼申し上げます。これまで仕事として携わって参りました事をこのような形に纏める事ができましたのも、先生のご指導の賜物と感謝申し上げます。またこちらでは、様々な経験を積むことができました。

副査の中村好男教授、児玉ゆう子教授には、貴重なご助言・ご指導を賜りました事、御礼申し上げます。畔蒜洋平先生には、きめの細かい沢山のご指導を頂きました事、感謝の気持ちでいっぱいでございます。さまざまな相談をさせて頂きました藤原庸介さんにもあらためまして、御礼申し上げます。また本研究は、平田ゼミ 16 期の同期の皆さま、修士生の札野 顕氏、岡田真和氏をはじめとして、多くの方々にご協力頂きまして完成する事ができました。重ねて感謝申し上げます。

そして、インタビュー調査を快くお引き受け頂きました ATP Media Director of Commercial Rights Sale, Gabrielle Guedj 氏、AELTC Head of Broadcast, Production & Media Rights, Paul Davies 氏、同 Communications & Marketing Director, Alexandra Willis 氏、The R&A Chief Commercial Officer, Neil Armit 氏に御礼申し上げます。各スポーツの各地域調査にご協力頂きました Rupert Hampel, Andrew Howl, Michael Mellor, Lydia Johnson, Nikolaus Von Groll, Michael Ridout, Georgina Thornton, Sara Cantlay, Ed Mallaburn, Rupert Geary-Jones, Hillary Mandel, Andrew Demsey, Victor Pires, Kristin Hysen, Emilia Lundquist, Jordi Hernandez, Robyn Cox, Beatrice Saunier, Thibault Musson, Marta Preda, Christian Solomon, James Tree, Dale Levin, Ellein Cao, Khim Lim, Sam Stitcher, Rathindra Basu, Nastya, Vladimir Vainshtein, Timothy Garner, Zack Rose, David Hill 等 IMG Media Sales Executives 並びに Endeavor Analytics アナリスト達にも感謝申し上げます。

結びに、辛抱強く見守ってくれました家族にも感謝致します。
ありがとうございました。

参考文献・引用文献

- ATP/ATP Media Press release(2017年11月17日付)
<https://www.atptour.com/en/news/atp-atp-media-expand-partnership-with-amazon-prime-video>
- ATP/ATP Media Press release (2017年11月17日付)
<https://www.atptour.com/en/news/atp-atp-media-expand-partnership-with-amazon-prime-video>(閲覧日 12/21/21)
- Cal Keating (2018) 「“Over the Top” or “Over the Heads” of Sports Broadcasting?” Sports and Entertainment Content Licensing and Distribution in a New Era」、SPORTS LAWYERS JOURNAL, Vol..25
- Code on Sports and Other Listed and Designated Events
https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0029/35948/ofcom_code_on_sport.pdf
- Eoin Connolly 「Amazon confirms UK deal for ATP World Tour」(17/11/2017 付)
<https://www.sportspromedia.com/news/amazon-confirms-uk-deal-for-atp-world-tour/>(閲覧日 10/20/21)
- 「Eurosport seals Wimbledon rights deal」(閲覧日 12/21/21)
<https://sport-onthebox.com/2016/06/16/eurosport-seals-wimbledon-rights-deal/>
- Harris N. 2020. Premiflix: 「The Premier League reveals plans to develop Netflix-style streaming service to revolutionise how English Football is consumed」
<https://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-7982219/PREMFLIX-Premier-League-reveals-plans-revolutionary-Netflix-style-streaming-service.html>(閲覧日 : 10/15/21)
- 早川武彦(2000)「テレビの放映権料高騰と放送・通信業界の再編」,一橋大学スポーツ科学研究室
- History of Football on TV 「A brief history of football on TV and football broadcasting in the UK」
<https://www.live-footballontv.com/history-of-football-on-tv-uk.html%0b>
(閲覧日 12/24/21)
- Holly Hunt「UK government approves Premier League rights renewals」(2021 年8月4日付)
<https://insidersport.com/2021/08/04/uk-government-approves-premier-league-rights-renewals/>(閲覧日 8/20/21)
- Ingle, S. 2020. 「Premier League’ s new chief says Netflix-style overseas service is on cards」,
<https://www.theguardian.com/football/2020/feb/08/premier-league-netflix-tv-sports-rights>(閲覧日 1/7/22)
- John Escolme、BBC History Manager「Wimbledon and the BBC in History of the BBC」
<https://www.bbc.com/historyofthebbc/research/wimbledon-and-the-bbc/>
(閲覧日 12/21/21)

- ・Kartik Krishnaier「NBC 's Premier League coverage after 9 years, a look back」(2021年11月18日付)
- ・Kyu Tae Kwak, Seung Yeop Lee, Minjeong Ham, Sang Woo Lee (2021) 「The effect of internet proliferation on search engine and over-the-top service markets」、Telecommunications Policy, 45(8), 102146.
- ・Paul Smith, Tom Evens, Petros Iosifidis(2015)「The regulation of television sports broadcasting: a comparative analysis」、Media, Culture & Society 2015, Vol.37(5)720-736
- ・プレミアリーグオフィシャルサイト記事(2021年5月13日付)「League secures approval in principle for renewals with UK broadcast partners」
<https://www.premierleague.com/news/2139168>(閲覧日 8/20/21)
- ・プレミアリーグオフィシャルサイト記事(2021年11月18日付)「NBC Sports extends broadcast deal with Premier League」
<https://www.premierleague.com/news/2356002>(閲覧日 11/28/21)
- ・プレミアリーグ・NBC 記事(2021年11月28日付)「NBC's Premier League coverage after 9 years, a look back」
<https://worldsoccertalk.com/2021/11/28/nbcs-premier-league-coverage-after-9-years-a-look-back/>(閲覧日 11/28/21)
- ・PwC(2021)「グローバル エンタテインメント&メディアアウトルック」
- ・Sarah Anne Farrell(2017)「Breaking Back: A Content Analysis of Wimbledon Singles Coverage in America and Great Britain」、Trinity University, sfarrell@trinity.edu
- ・Sean Ennis (2020)「Sports Marketing – A Global Approach to Theory and Practice」、Palgrave Macmillan, Cham.
- ・Sergiu-Vlad Stan (2020)「The Future Sale of Premier League Broadcasting Rights」、"Valahia" Univ. of Targoviste, Romania
- ・Siddharth Muruga 「History of Premier League UK TV Rights Deals since 1992 To 2021」(2021年4月15日付) <https://www.sportingfree.com/football/history-of-premier-league-uk-tv-rights-deals/>(閲覧日 10/20/21)
- ・Sofi Grigoryan「OTT Sports Platforms: How to Gain Ground in Sports Streaming(2021年10月28日付)」(閲覧日 12/23/21)
- ・住田與一「急速に成長するテクノロジー企業の参入を迎え加速する米国メディア産業の再編—コンテンツの調達と流通に関する米国メディア企業の戦略—」,2018,早稲田大学大学院スポーツ科学研究科 修士論文
- ・Wimbledon Compendium, 「AELTC2005~2018」 Alan Little (AELTC)編(閲覧日 6/1/21)