

2017年のテレビとインターネットの動き

倉又 俊夫 ●日本放送協会 放送総局デジタルコンテンツセンター

NHKが地上波放送のインターネット同時配信に向けた実証実験を行い、民放各社もネット企業と共にさまざまな番組配信に取り組んでいる。テレビとインターネットの関係はようになっていくのか、その動向を追う。

2017年もテレビ局はさまざまなインターネット展開を行い、動画のネット配信時代の定着を認識させた。有料動画配信サービス（SVOD）では各社が地上波とは違うオリジナルコンテンツに力を入れ、ネット視聴者にも訴求していく手法が着実に広がっている。一方で、NHK（日本放送協会）が目指すテレビのインターネット同時配信は、実施をめぐる民放との間に意見の相違があるなど、いろいろ話題にはなったが、まだ具体的なロードマップは見えず、2018年以降も実現のための環境づくりが課題といえる。そんななか、民放キー局を中心に、同時配信時代を見据えた施策が打ち出されてきた。

以下、2017年のテレビとインターネットをめぐる話題について具体的に見ていきたい。

■ AbemaTVの快進撃と課題

2016年4月にスタートしたAbemaTVは、2017年も順調に利用者を拡大した。1周年を前にした2017年3月にはアプリのダウンロード数が1500万を超えたと発表、同年8月には、2000万を突破したという。コンテンツの拡充にも力を入れており、同年4月には、テレビ朝日の報道ステーションの放送後配信を開始し、5月には、「亀田興毅に勝ったら1000万円」というオリジナル企画番組

を配信した。この番組はアクセスが一部集中し視聴しづらくなったことでも話題になった。

しかし、なんといっても、AbemaTVの勢いを印象づけたのは、元SMAPの稲垣吾郎、草彅剛、香取慎吾の3人による「72時間ホンネテレビ」の「生放送」だろう。日本テレビで放送されている「24時間テレビ」やフジテレビで放送されている「27時間テレビ」のような長時間のバラエティ番組で、しかも、地上波でやっている番組の約3倍の72時間も放送するという企画である。2017年11月2日午後9時から5日午後9時までAbemaTVで「放送」され、3人がそれぞれ、ブロガー・稲垣、ユーチューバー・草彅、インスタグラマー・香取になるべくさまざまな挑戦をするという内容だった。番組には、3人がSMAPの初期メンバーでオートレーサーの森且行と再会しにいくという目玉企画があり、この「森くん」が、Twitterの人気ワードの世界一になったほか、番組に関連した多くのワードが同じくトップテン入りするなど、注目の高さを見せつけた。この番組は、テレビらしいフォーマットでありながら、一方で地上波テレビでは実現しない企画が並んでおり、インターネットテレビ局の可能性を大いに示したといえるだろう。

この「72時間ホンネテレビ」の直後にサイバー

エージェントから発表された視聴者数が、「3日間で7400万視聴」で過去最高だったとされたが、この数字がどういう意味を持つのかをめぐって多くの憶測と議論を呼んだ。結局のところ、7400万視聴というネット動画の数字を、テレビ放送の視聴率と比較しようとしたことから混乱が起こったと思われるが、ネット動画の数字の扱い方については、まだ調査・研究が必要であることが明らかになったのではないかと。今後、事業会社だけでなく、広く業界全体で基準作りをするなどの取り組みが不可欠だろう。

■民放CS系ニュースチャンネルの同時配信スタート

NHKが中心になって実施のための検討が進められている同時配信（後述）とは別のところで、いくつかの同時配信が始まったのも、2017年の特徴である。

2017年4月には、日本テレビが運営しているCSチャンネル「日テレNEWS24」が、Yahoo!ニュースに掲載され、いつでも無料で視聴できるようになった。Yahoo!ニュースといえば、新聞社や雑誌社の記事が掲載されて久しいが、ここに来て初めてライブ動画の配信サービスを開始したのである。ある意味、同時配信時代のYahoo!ニュースのあり方を自ら模索した試みといえよう。なお、Yahoo!ニュースには、同年10月から、TBSが運営しているCSチャンネル「TBSニュースバード」の配信も始まっている。これにより、Yahoo!ニュースでは、日テレとTBSのニュースチャンネルがいつでも見られるようになった。2018年1月からはYahoo!トップページ（PC版）の一番左のタブに「動画(LIVE)」を設置し、同2社のニュースチャンネルが直接視聴できるようにもなっている。

このほか、同年5月から配信基盤を刷新したHuluでは、「リアルタイム」というタブの中で、

FOXチャンネルやナショナル ジオグラフィック、MTV MIX、BBC ワールドニュース（日本語、英語）、日テレNEWS 24、CNN/USなどが視聴できるようになっている。これまで既存のコンテンツをオンデマンドで配信していた動画配信プラットフォームが、その後、オリジナルコンテンツを制作するようになったことに次ぐ、「第3の機能追加」ともいべき動きだろう。

同年10月には、NTTドコモが運営するdTVが新たに「dTVチャンネル」を発表、2018年1月からサービス開始予定としている。これは、約30の専門チャンネルを視聴できる映像配信サービスである（ドコモ回線ユーザーは月額780円、それ以外の回線ユーザーは月額1280円）。視聴できる主なチャンネルは、発表時の資料によると、ソニー・チャンネル、映画ザンマイ！、ディズニージュニア ライト、BOOMERANG、ニコロデオ、プリプリ☆キッズステーション、プチフジ、TBS オンデマンドチャンネル、エンタメ〜テレ☆バラエティ、SELECT MEN'S NECO、ファミ劇Neo、ひかりTVチャンネル1、Kawaiian TV、iBEYA、MTV MIX、KBS World、あじどらはん〜韓流・華流・エンタメTV〜、Kchan!韓流TV、囲碁プラス、将棋プラス、ダンスチャンネル by エンタメ〜テレ、MONDO麻雀TV、タビテレ、釣りビジョンPlus、ナショナル ジオグラフィック、ヒストリー、ディスカバリー・ターボ、TBSニュースバードEverywhereなど約30チャンネル。

今後、さらなるSVOD事業者がリアルタイムチャンネル配信に乗り出すという噂もあるなか、CS放送に代わる映像サービスの基幹サービスになりうるのか注目されている。

■平成29年度のNHK同時配信実験

NHKは、2020年の東京オリンピック・パラリンピックに先立つ2019年度までに、地上波テレ

ビの常時同時配信の開始を目指しており、そのために必要なデータ収集などを目的とした同時配信実験を2017年10月末から実施、同年12月には、速報値として実験の結果を公表した。今回の実験は、平成27年、28年度に続いて3度目であり、今回は、10月30日から11月26日までの4週間にわたって、総合テレビ、教育テレビの同時配信と見逃し配信を行った。今回は、これまでの東京発だけでなく、大阪、静岡でも地域放送の配信も実施。このためアプリも新たに作成し、昨年の番組表を中心としたUIから、プレイリストを中心としたUIに変更し、プレイリストの1つとして同時配信を位置付けた。また今回は、テレビを保有しない人にも実験に参加を呼びかけた。

この結果、「サービス全体の日ごとの利用率は、期間全体で平均20%、最後の1週間でも約16%となっており、継続的な利用が見られた」「利用者の満足度は同時配信、見逃し配信とも89%だった。若年層やテレビを保有しない人も、ほぼ同等の満足度だった」（2017年12月25日開催の「放送を巡る諸課題に関する検討会」第18回のNHK配布資料より）とした。

今回の実験期間内の「同時配信」視聴人数の上位5番組は以下のとおり。

1. 鶴瓶の家族に乾杯「東京2020SP メダリスト 三宅宏実とぶっつけ本番旅」
2. 2017NHK杯フィギュア「女子シングル・フリー」
3. ニュースウオッチ9▽台風一過のせいで急に冬到来▽野党第1党の新党本部を訪問
4. あさイチ「SNSオトナのつきあい方」
5. 2017NHK杯フィギュア「男子シングル・フリー」

また、同期間内の「見逃し配信」視聴人数の上位5番組は以下のとおり。

1. 5分でわかる「おんな城主 直虎」第43回「恩

賞の彼方に」

2. 鶴瓶の家族に乾杯「東京2020SP メダリスト 三宅宏実とぶっつけ本番旅」
3. ニュース7
4. ドキュメント72時間「京都 静かすぎる図書館」
5. SONGS「米米CLUB」
(いずれも前出の資料より)

同時配信と見逃し配信では、視聴された番組のジャンルに違いが見られ、ユーザーが使い分けている様子がかがえる。

今後は、属性別の利用時間や利用シーン、テレビ視聴全体との関係、同時配信と見逃し配信との関係など、アンケートやインタビューの結果も含めて詳しい利用状況の分析を進め、本年度内に結果を公表する予定としている。

■TBS、日経新聞など6社が動画配信会社設立、2018年4月サービスインへ

2017年5月、TBS、日本経済新聞、テレビ東京、WOWOWなどの国内大手メディア6社は、インターネットの動画配信事業で提携し、7月に事業会社「プレミアム・プラットフォーム・ジャパン」を発足させた。12月には、サービス名称「Paravi（パラビ）」と月額料金925円を発表、あわせて、オリジナルコンテンツの第一弾としてTBSテレビの人気ドラマ「ケイゾク」「SPEC」のシリーズ最新作、『SPEC サーガ完結篇「SICK'S 怨乃抄」』を独占配信するとした。また、TBSテレビやテレビ東京の最新ドラマやバラエティーなどをキャッチアップ（見逃し）配信するほか、日本経済新聞などのリソースを活用したオリジナル番組も制作するという。

動画配信事業では、外資系のNetflixやAmazonビデオのほか、国内テレビ局系サービス、さらに通信系などが提供するサービスがすでにあるなかで、どのようにユーザーを獲得していくのかが、

大きな課題といえる。サービスインは2018年4月の予定。

■DAZN、Jリーグ開幕戦でトラブルも、2017年8月には100万会員

10年間で2100億円という破格の契約でJリーグ全試合の配信権利を獲得し話題になったスポーツ動画配信サービス「DAZN」は、2017年2月にNTTドコモと共同で「DAZN for docomo」をスタートさせた。ドコモの契約者であれば割安でDAZNが利用可能というもので、これを伝える大量のCMも放映された。しかし2月末のJリーグ開幕試合などで配信トラブルが発生し、結果的にこのトラブルも大きく報道される事態となった。これに対してDAZNは、記者会見で原因を公表し、該当者には無料期間を延長するなどの対応をとり、Jリーグというコンテンツに今後も長くコミットしようという姿勢を示した。8月には、会員数が100万人を突破したことを公表している。

■TVer、アプリの累計1000万ダウンロード達成

2015年10月にスタートした在京民放5社が運営するキャッチアップサービスTVerは、2017年12月に、アプリの累計ダウンロード数が大台の1000万に達した。参加局は当初の5局から8局に増え、配信コンテンツ数も当初の約50番組から約150番組へと拡充された。2017年8月には、アプリとサイトのデザインと機能の全面リニューアルを行うとともに、月間動画再生回数が1800万回を超えたと発表している。

テレビのキャッチアップサービスが、開始から2年2か月でアプリの累計1000万ダウンロードを達成したことは、新たにスマホでテレビ番組を楽しむことが広く受け入れられた証左ではある。しかし、そもそもテレビ番組に触れていないユー

ザーへの訴求という意味ではまだ十分とは言えないのではないか。今後、有料動画配信でのオリジナルコンテンツなどと組み合わせて、新しいユーザーを獲得する必要があるのではないかと。さらに、それぞれのテレビ局のネットに対する戦略が少しずつ変化しているなかで、今後TVerがどう位置付けられていくのか、注目したい。

■テレビ局自前の配信基盤、JOCND

2016年12月にIIJと日本テレビの合弁事業として設立された「JOCND」は、日本のインターネットのバックボーンを支えてきたIIJと、Huluなどインターネット事業に積極的な日本テレビが始めた、「テレビ局のためのCDN（コンテンツ・デリバリー・ネットワーク）」として注目を集めていたが、2017年4月には、ほかの民放テレビ局も参加することとなり、在京民放5社および在阪、在名民放10社とIIJの計16社が出資する事業となった。テレビ局のインターネット基盤を共同で持つことで、テレビがさらなるネット事業を進める契機となるのか、それとも、外資系の同様のサービスのほうに一日の長があるのか。放送と通信の融合の1つのあり方といえよう。

■ディズニーが描く「ポストNetflix」時代

2017年8月、米ディズニーが、それまでNetflixに提供していた映画などの自社コンテンツを引き上げ、2019年に自社独自の動画配信サービスを開始すると発表した。また、2018年上半年期までに、ディズニー傘下のスポーツチャンネルESPNをネット配信するとも発表。さらに、12月には、ディズニーがメディア王マードック率いる21世紀フォックスを総額661億ドルで買収すると発表した。ディズニーが打ち出したこれら3つの発表は、今後のネットと映像コンテンツの行方を占う

うえで大きな意味を持つと考える。

動画配信サービスにおけるNetflixの存在は大きく、コンテンツの提供を断ることなどできないのではないかと思われていたが、今回ディズニーがNetflixに反旗を翻したこと、またディズニーが21世紀フォックスを買収することで、いよいよディズニーを中心とした新しい映像配信の仕組みができるのではないかと。また、米ケーブルテレビネットワークの中では最も収益率が高いとされるESPNがネット配信に舵を切るのは、いわゆるコードカッター（ケーブルテレビを解約するユーザー）がこれまでになく増えたことでネット対応せざるを得なくなったともいえる。2017年には、ESPNの顧客数が8800万と発表されており、最盛期だった2010年の1億から1200万もの加入者が減少した。これが、日本のテレビとネットにどのような影響を与えるのかは未知数だが、今後動向を注目しておきたいことの1つであろう。

■テレビとインターネットはどこへ行くのか？

2017年10月、国際放送機器展（InterBee2017）において、筆者は「テレビの再定義」というパネルディスカッションのモデレーターを務めた。このなかで、筆者の問題意識は、テレビとインターネットの関係が、ネットで動画配信を行うだけに収斂していったのか、ということだった。今回、この原稿をまとめるにあたって、2017年の事柄を改めて振り返ったが、やはり圧倒的に、動画配信に関わる事柄が多かったことは否定できない。もっと新しいサムシングを展開できるのではないかと。テレビがインターネットに出会って早20数年。同時配信実現の前夜の今、そもそもテレビがインターネットと出会うことで実現したかったことは何なのか、改めて考え直すことが必要ではないかと思っている。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2018年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

✉ iwp-info@impress.co.jp