

2021年のテレビとインターネット動画配信の動向

倉又 俊夫 ●日本放送協会 人事局 チーフ・プロデューサー

東京五輪ではNHK・民放ともネットによる競技の配信に力を入れた。地上波放送の同時配信も、ようやく民放も本格サービスにこぎつけられそうだが、各種ストリーミングサービスの躍進で競争も激化している。

2021年も、新型コロナウイルス感染症(COVID-19)に大きく揺れた年であった。

年明け早々の1月8日から、緊急事態宣言が発出され(東京都の場合、第2回緊急事態宣言1月8日~3月21日)、その後も、第3回(同4月25日~6月20日)、第4回(同7月12日~9月30日)と続き、3密の回避、手指の消毒、リモートワークの常態化などコロナ対策が継続して求められた。一方で、ワクチン接種もようやく進められていった。こうした中、2020年より延期された東京オリンピック・パラリンピックは、無観客で開催され、テレビやネットで熱戦が伝えられた。一方で、動画配信サービスから次々とヒットコンテンツが生まれ、テレビ受像機がテレビ放送だけのものではないことを強く印象づけた。

■東京オリンピック・パラリンピックの開催

東京オリンピックは2021年7月23日~8月8日、東京パラリンピックは2021年8月24日~9月5日の期間で開催された。コロナ禍のため、当初予定されていた2020年から1年延期されての開催だった。有観客にするか否か土壇場まで検討されたが、結局、東京、神奈川、埼玉、千葉の1

都3県の会場は無観客での実施となった。そのため、自国開催にもかかわらず、テレビがほぼ唯一の観戦手段となり、競技を放送したNHK・民放では高視聴率を記録した。最も視聴されたのは7月23日に行われた開会式で、番組平均個人視聴率は40.0%、番組平均世帯視聴率は56.4%となった。

ビデオリサーチは、東京オリンピックにおける「到達人数」推定を発表しており、これによると、開会式をリアルタイムで視聴した人は日本全国で推計7326万8000人となったという。開会式を生中継したNHK総合、ハイライトを放送したフジテレビ系列、時差放送したNHK BS1の3番組を集計し、全国の到達人数を推計したもので、日本の人口の約60%が視聴したことになる。

東京オリンピックのネット配信については、NHK・民放とも力を入れており、NHKは、自局サイト内の専用サイト「NHK東京2020特設サイト」でのライブ配信のほか、NHKプラスでの番組同時配信・見逃し配信を実施した。

「NHK東京2020特設サイト」では、動画サービスが多くの人に利用された。特に競技のライブストリーミングがよく見られ、放送のない競技を中心に全33競技について3500時間程度が配信された。リオデジャネイロ大会のときは時差の関係

もありハイライト動画がよく見られたが、今回は国内開催で時差がないため、ライブでの視聴が増えたという。ライブストリーミングの動画再生回数で比較すると、リオ大会のおよそ7倍の利用があった。

ライブストリーミングでよく見られた競技は、「サッカー」「テニス」「野球／ソフトボール」などで、日本の選手やチームだけでなく、海外勢の試合もよく見られたという。また、視聴時間でみると、「自転車」「スポーツクライミング」「馬術」「スケートボード」「サーフィン」など、普段テレビ中継が行われる機会の少ない競技も長時間見られた。

このほか、同特設サイトでは、ユニバーサルサービスとして、ライブストリーミングの映像に字幕や手話を自動的に付ける試みを実施した。「ロボット実況・字幕」は、試合進行に合わせて送られてくる競技データから自動的に字幕や合成音声を作成してライブストリーミングの映像に加えるサービスで、オリンピックでは10競技、パラリンピックでは7競技で実施し、およそ1000時間を配信した。今大会で初めて行った「手話CG実況」は、競技データからCGキャラクターの手話を作成してライブストリーミング映像に加えるサービスで、バスケットボール、車いすバスケットボール、車いすラグビーの27試合について実施し、計54時間を配信した。

NHKプラスでよく見られたのは、オリンピックの開会式、競技では野球、サッカーなどだった。1週間あたりの数字では、オリンピック期間中の視聴UB（ユニークブラウザ）数は通常の週の3倍近くに増加した。また、NHKプラスの2021年8月末の累計の申請数は約218万件となり、6月末に比べ約30万件増えたという。

民放は、TVer上に、「東京2020特設サイト」を開設し、民放オリンピック公式動画サイト

「gorin.jp」と連携して、民放各局で放送する競技すべてのライブ配信（約2600時間）を実施した。また、日本人選手を中心としたメダルハイライトやデイリーハイライトも約1300本配信した。

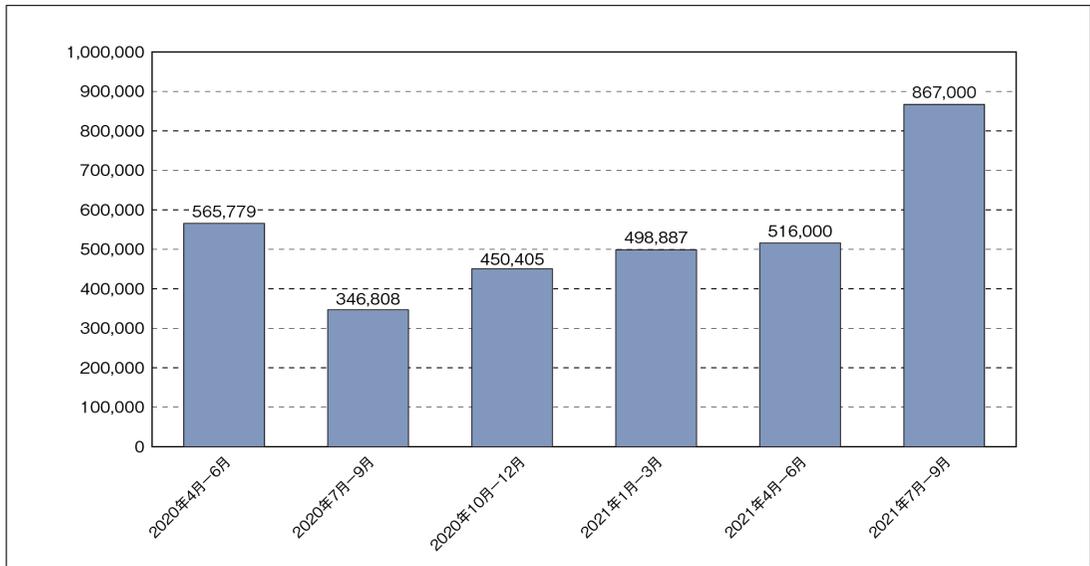
gorin.jpのアクセス数（PV：ページビュー）は1億9150万PVと、これまでで最もアクセス数の多かった2018年平昌大会（5850万PV）の3.2倍以上を記録した。動画再生数はライブとVODの合計で同約2.2倍の7400万ストリームとなった。大会期間中、最も視聴されたライブ配信は、8月3日20時からの「サッカー男子 準決勝 日本 vs スペイン」の172万ストリームだった。

■NHKプラスの現況と民放キー局の同時配信

2020年3月に試行し、同年4月から正式にスタートしたNHKプラスは、2年目となる2021年も順調にサービスを展開してきた。1日19時間程度、地上波放送のNHK総合テレビ、Eテレの同時配信ならびに見逃し配信を行った。東京オリンピック・パラリンピックでの同時配信・見逃し配信については、前述のように、同時期にさまざまな番組の再放送を行うことで、NHKプラスでのイッキ見ができるキャンペーンを行い、オリンピックをターゲットにしたユーザーが、オリンピック以外の番組でもNHKプラスを利用してくれるよう努めた。

また、3月からは、地域のNHKが制作・放送した番組が見られる新サービス「ご当地プラス」の配信がスタートし、見逃し配信で、各地域のNHKが制作・放送した地域番組が、域外であっても見られるようになった。視聴できるのは「北海道エリア」「東北エリア」「関東甲信越エリア」「東海・北陸エリア」「関西エリア」「中国エリア」「四国エリア」「九州・沖縄エリア」の各地域である。提供される番組数は地域によって異なるが、4、5番

資料2-2-1 NHK プラス 視聴UB（ユニークブラウザ）数（週次UB数の期間平均）



出所：「インターネット活用業務審査・評価委員会」の2021年度第1回資料、第4回資料より筆者作成

組から20番組程度となっている。

NHK プラスはアクセス数や人気の番組ランキングなどは公表していないが、NHKが実施している「インターネット活用業務審査・評価委員会」の資料から四半期ごとのアクセス数を引用する（資料2-2-1）。

また、NHK プラスでは、仮登録することによって登録後に近いサービスを受けられるようにしたり、インターネット接続しているテレビ向けに、NHK プラスの見逃しサービスが利用できるようにしたりする。このために2021年10月、「NHK インターネット活用業務基準」を改正する認可申請を行った。電波監理審議会です承されれば、NHK プラスの仮登録やテレビ向けサービスは、2022年前半に利用できるようになる予定という。

認可申請には、このほか、テレビを持っていない人を対象に、インターネットを通じて番組などを配信する実証実験を可能にするための、ネットを使う業務の実施基準の変更案も盛り込まれて

いる。

一方、民放キー局の同時配信への動きも出ている。2020年10月から12月に、日本テレビはプライムタイムの番組を同時配信するトライアル実験を行ったが、約1年を経た2021年10月より、ゴールデンタイムの番組の同時配信を「日テレ系ライブ配信」という名称で開始した。スマホやPCで人気番組を地上波と同時に視聴できる。

日本テレビ以外の民放キー局も同時配信を準備していたが、2021年11月に、テレビ東京が、アプリの開発の遅れにより当初予定していた12月からサービスインが延期されたと公表した。順次予定していたほかのキー局も同じシステムを利用するため、同様にサービスインが遅れることになった。現時点（2022年1月中旬）ではサービスインの日程などは公表されていない。早い段階でのサービスインにより、インターネットで各局の同時配信が可能になることを望みたい。

■躍進続くNetflix、全世界で会員数2億人超

Netflixは2021年も映像サブスクリプションサービスとして「イカゲーム」「クイーンズ・ギャンビット」「浅草キッド」などのオリジナルコンテンツが話題となり、会員数増加にも繋がった。1月に四半期決算を発表し、有料会員数が全世界で2億人を超えたとした。その後も会員数は伸び、2021年内には、2億1360万人になったという。2月には、日本における月額料金を値上げし、ベーシックプランは従来の880円から990円に、スタンダードプランは1320円から1490円となった（プレミアムプランの1980円は据え置き）。日本での料金変更は2018年8月に次いで2度目となる。

「イカゲーム」は、借金まみれの主人公たちが巨額の賞金と自らの生き残りを懸けてさまざまなゲームをして闘うNetflixオリジナルの韓国ドラマである。2021年9月17日に全世界配信されると、28日間で、全世界の1億100万世帯で視聴され、90か国以上でアクセス首位になった。非英語系コンテンツが米国で1位になったのは初めてと、韓国コンテンツの勢いを物語っている。

Netflixは11月から、トップ10レポートを定期的に発表するようになった。これで、オリジナルコンテンツや配信コンテンツを問わず、総視聴時間がわかるようになった。Netflixはこれまでに視聴データの公表について積極的ではないと批判されてきたが、今回の動きにより、グローバルのデータだけでなく、各国のデータも見えるようになって、少しは状況が改善されたといえる（データは、<https://top10.netflix.com> からアクセスできる）。

■アマゾン、映画会社MGMを買収

アマゾンは、2021年5月、「007シリーズ」など

多くの作品で知られる映画会社MGM（メトロ・ゴールドウィン・マイヤーズ）を買収することで合意したと発表した。買収額は、84億5000万ドル（約9200億円）だという。アマゾンが運営するPrime Video（定額制ストーリーミングおよびレンタルサービス）は、Netflix、ディズニープラスなどとの競争が激化しており、この買収により、MGMの映像カタログ（映画4000本、テレビ番組1万7000本）を活用して、競争を優位に進めていこうとしている。コロナ禍で公開が何回か延期された最新作「007/ノー・タイム・トゥ・ダイ」の劇場公開に合わせて、これまでの007シリーズがホーム画面でフィーチャーされており、配信プラットフォームが映画スタジオを保有する強みは、今後ますます大きくなりそうだ。

■U-NEXT、HBO Maxコンテンツの独占配信

国内動画配信サービスのU-NEXTは、2021年3月、米ワーナーメディアと、SVODにおける独占パートナーシップ契約を締結した。これにより、「HBO」および「HBO Max」オリジナルの新作も、日本初独占見放題配信が可能になった。

HBO Maxは2020年5月の北米でのサービス開始以来、現在までに南米や欧州でもサービスインしてきており、最新のデータ（2022年1月）では、会員総数は7380万人だという（プレミアムテレビチャンネル契約のHBOとネット配信契約のHBO Maxとは区別して発表されていない）。

U-NEXTがワーナーメディアと組むことで、日本でも、タイムリーに「セックス・アンド・ザ・シティ新章」といったタイトルを見られるようになった。

■ニールセン、統合指標「The Gauge」開発、テレビとネットを比較可能に

米ニールセンは2021年6月、テレビ受像機におけるテレビ放送やケーブルテレビ、動画ストリーミング配信を対象とした視聴の実態を明らかにする月次レポート「The Gauge」を発表した。これによると、米国の全テレビ保有世帯におけるストリーミング配信の利用は、総テレビ視聴時間の26%に上昇した。また、ストリーミング配信とテレビ放送の合計が総テレビ視聴時間の半分以上に相当し、この2つの利用も同程度となっていることが判明したという。

これまでテレビ放送とネット配信を比べることは難しかったが、このThe Gaugeによって、テレビ受像機上という限定は付くが、テレビとネットがどのように見られているかが月ごとにわかるようになった。なお、2021年11月のThe Gaugeでは、以下のようになっている。

・2021年11月のテレビ視聴の割合

ケーブル：37%

放送：27%

ストリーミング：28%

その他：7%

(ストリーミング視聴の内訳は、Netflix 7%、YouTube 6%、Hulu 3%、Prime Video 2%、ディズニープラス 2%、その他 9%)

■ネット接続テレビ受像機の増加

2021年、日本国内でも、ネット接続されたテレビ受像機の増加が、さまざまな指標で一定の存在感を持つようになってきた。

総務省の「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書」(2021年8月)によると、「テレビによるインターネットの利用」については、前回調査結果と比較すると、

平日/休日ともに利用者の割合が増加しており、平均利用時間についても、平日は減少したものの休日は増加している(資料2-2-2)。

ビデオリサーチの2021年の調査では、テレビのネット接続率が52.1%になり、2015年の24.5%から7年で2倍以上になったという。また、動画ストリーミングサービスごとにテレビでの利用率を比較すると、Netflixの利用者が30.1%と最も高く、続いてHuluの27.3%、Prime Videoの25.8%となっている。反対にYouTubeは12.9%と最も低く、利用者が、短いコンテンツにはスマホを使うなど、映像の種類や長短によって視聴するデバイスを使い分けている様子が見える。

2021年秋にオンラインで行われた国際放送機器展「InterBEE」のセッションでは、もはやテレビ受像機をつけてもテレビ放送をザッピングしないで、そのままネットコンテンツにアクセスする層がいることが指摘され、家庭内の一番大きいスクリーンであるテレビ受像機をめぐるテレビ派とネット派の戦いが、すでに始まっていることがわかった。

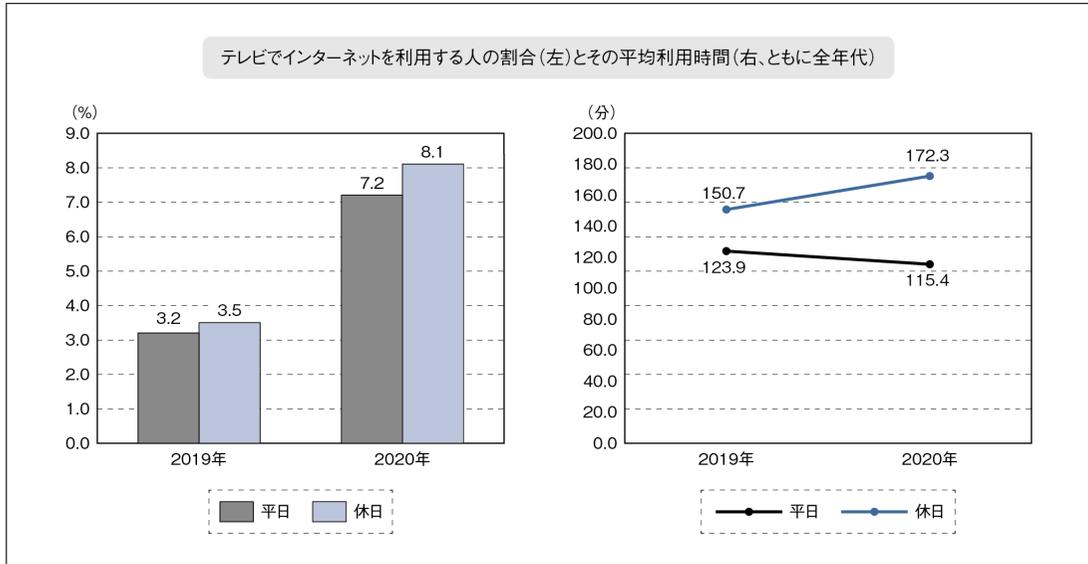
■TBS、主要ドラマをサブスク配信に

TBSは、主要なドラマのサブスク配信への提供を進め、2021年10月からは「日本沈没—希望の人—」を地上波放送の3時間後にNetflixで配信した。また、「東京MER」(同年7月期放送)を10月からディズニープラスで配信している。これは、TBSグループVISON2030のコンテンツ拡張戦略に沿ったもので、コンテンツの価値最大化を目指す。

■DAZN、サッカーワールドカップアジア最終予選配信

スポーツ配信サービスのDAZN(ダゾーン)は、2022年にカタールで開催されるサッカーワール

資料2-2-2 テレビによるインターネットの利用（全年代）



出所：「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書」（総務省）をもとに筆者がグラフを再構成

ドカップ アジア最終予選全試合の配信権を取得した。これにより、2021年9月から始まったアジア最終予選の日本代表出場試合のうち、アウェー戦についてはDAZNでしか視聴できなくなった。一方、ホーム戦は、これまでどおりテレビ朝日で生中継される。これは、DAZNがアジアサッカー連盟（AFC）と2028年までの長期契約に合意したことによるもので、AFCアジア予選、AFCアジアカップ、AFC女子アジアカップ、AFCチャンピオンズリーグ、およびフットサルや男女各世代のアジアカップなどのサッカーコンテンツの放映権を獲得したという。

サッカーに限らず、スポーツの放送／配信権がますます高騰する中で、地上波テレビ局がどこまで費用を負担できるのか、大きな曲がり角に来ている。

■韓国動画配信サービス、日本上陸へ

2020年以来、第4次韓国コンテンツブームだと

言われ、「愛の不時着」「梨泰院クラス」から2021年の「イカゲーム」「地獄が呼んでいる」まで、常に韓国動画コンテンツが話題である。そんな中、2021年12月、韓国の動画配信サービス「TVING（ティビン）」は、2022年に日本と台湾へ進出する計画を発表した。TVINGは、韓国の大手エンターテインメント企業「CJ ENM」から2020年に独立した動画配信サービスであり、海外進出にあたってはコミュニケーションアプリのLINEなどと提携するという。動画配信サービスは、ますます競争が激化するようだ。

■CNN+、2022年春にサービスインへ

ニュースや情報番組を主に発信しているCNNは、2021年7月、新たにネット配信サービス「CNN+」を2022年春より開始すると発表した。2021年12月には、ライバルであるFOXのベテランキャスターのCNN+への移籍がアナウンスされたほか、CNNの看板キャスター、アンダーソン・クー

パー氏がCNN +の2つの番組を担当することなどが発表されているが、具体的なサービス金額などは発表されていない。CNNは2005年に「CNNパイプライン」という有料配信サービスを行っていたが、1年半ほどで廃止になってしまった。今回はどうだろうか。

*

テレビとインターネット動画配信の動きを概観してきたが、2021年に顕著になったのは、動画配信サービスの浸透ぶりだろう。特にコロナ禍が

長引く中では、好きなタイミングで好きな動画コンテンツを見ることはもはや当たり前であり、今後も次々と新しいサービスが投入されようとしている。ただ、将来的には、サービスの統合や連携が進むと予想する向きも少なくない。一方のテレビ局は、5年ほどかかってようやく本格的な同時配信時代一歩手前まで来たが、先行する動画配信サービスとの向き合いや、スポーツイベント権料の高騰など、相変わらず課題も多く、大きな時代の変わり目にあることは間違いない。

1

2

3

4

5



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および株式会社インプレスが1996年～2022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://IWParcives.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および株式会社インプレスと著作権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が、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

インプレス・サステナブルラボ

✉ iwp-info@impress.co.jp