

# 2022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 メディア総局展開センター チーフ・プロデューサー

冬季オリンピックやW杯での配信サービス、TVerでの民放番組ライブ配信など、新しいテレビの視聴体験が好評だ。一方、テレビ放送の総個人視聴率の減少を、配信でどれだけ補えるかには注視が必要である。

「2022年は歴史の転換点だった」と将来言われるのではないかと——そんな1年だった。コロナ禍が3年目に入る中、2月には北京2022冬季オリンピック・パラリンピックが実施された。オリンピックが終わった直後、ロシア軍がウクライナに侵攻、ロシアのウラジーミル・プーチン大統領の一方的な領土的野望に対して、ウクライナのウォロディミル・ゼレンスキー大統領は、世界各国に支援を訴えた。日本では6月に参議院選挙の応援演説中の安倍晋三元首相が襲撃され死亡するという重大事件が発生した。一方、ロシアのウクライナ侵攻の影響もあり、エネルギー価格が高騰し、またコロナ禍を契機とした労働者不足によってインフレが進み、世界各地の消費者の生活を直撃した。

歴史の大きな転換点にある2022年のテレビとインターネットの動きを概観したい。

## ■北京冬季オリンピック・パラリンピック開催

2022年2月には北京冬季オリンピック（2月4日～20日）、3月には北京冬季パラリンピック（3月4日～13日）が開催された。新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の世界的な広がりにより、海外からの観客の受け入れを諦め、中国国内企業

などの関係者のみが観客となった。

NHKは、総合テレビ、BS1、BS4K、BS8Kでの放送に加え、インターネットでは特設サイトを設け、ライブ配信、見逃し配信、ハイライト動画配信を提供した。このうち、ライブ配信では、オリンピック放送機構（OBS）が提供する生中継映像のうち、民放が放送する競技・種目を除く、すべての競技・種目をライブ配信した。また、すべての競技・種目の映像を見逃し配信し、さらにNHKプラスでは、NHKが地上波で放送した競技の中継および関連番組の同時配信・見逃し番組配信を行った。

一方、民放は、民放公式テレビポータル「TVer（ティーバー）」にて特設ページ「Beijing 2022」を公開し、民放オリンピック公式動画サイト「gorin.jp」と連携して、NHK地上波放送種目を除く、民放各局で放送する全競技のライブ配信を行った。

## ■ロシアがウクライナに侵攻、メディアは対応に追われる

2022年2月24日、ロシア軍がウクライナに侵攻した。以来、攻防は続いており、双方の軍隊に多数の死者が出ているほかに、ウクライナでは少なくとも市民6800人超が犠牲になったとい

う（国連人権高等弁務官事務所12月19日発表より）。こうした事態を受けて、メディアでも対応に追われた。以下、NHKの動きをまとめる。

- ・NHK NEWS WEBの特設ポータル「ウクライナ情勢」を設置
- ・NHK for Schoolで学校や家庭向けにウクライナ情勢に関連のある教育コンテンツをまとめ、子どもたちがニュースを理解するためのヒントとなる情報を提供
- ・NHK WORLD-JAPANにおいてウクライナ語のニュースページを設置（2022年3月より）
- ・NHK WORLD-JAPANの放送に、原則常時AI翻訳によるウクライナ語字幕を提供

## ■NHKプラス登録者数、300万人超

NHKが提供する同時配信・見逃し配信サービスNHKプラスは、2022年9月末時点で、登録者数が約311万3000人になったと発表した。サービスを開始した2020年4月から約2年半での達成である。NHKプラスは、2022年7月からは登録の簡便化を進め、仮登録後は、1か月間NHKプラスの各機能が利用可能となる。また、4月から試験的に提供していたテレビ向けサービスを7月から本格化させた。テレビ向けサービスには同時配信機能はなく、見逃し配信のみとなっている。資料2-2-1は、四半期ごとのNHKプラスのアクセス概況である。

## ■民放5局はライブ配信開始

長らく開始が期待されていた民放各局のライブ配信が2022年4月11日よりTVer上でスタートした。2021年10月から日本テレビが先行していたが、同日より、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビの番組もリアルタイムで視聴できるようになった。なお、視聴可能なのは、ゴールデン／

プライムタイムを中心とした番組で、局によってばらつきはあるが、1日1〜5番組程度である（資料2-2-2）。

民放のライブ配信が始まったことで、長らくテレビ界の課題になっていた同時配信はようやくスタートラインに立ったといえる。2020年から開始している「NHKプラス」とともに、新しいテレビの視聴体験を作っていくことができるのか、注目される。

## ■TVer、好調

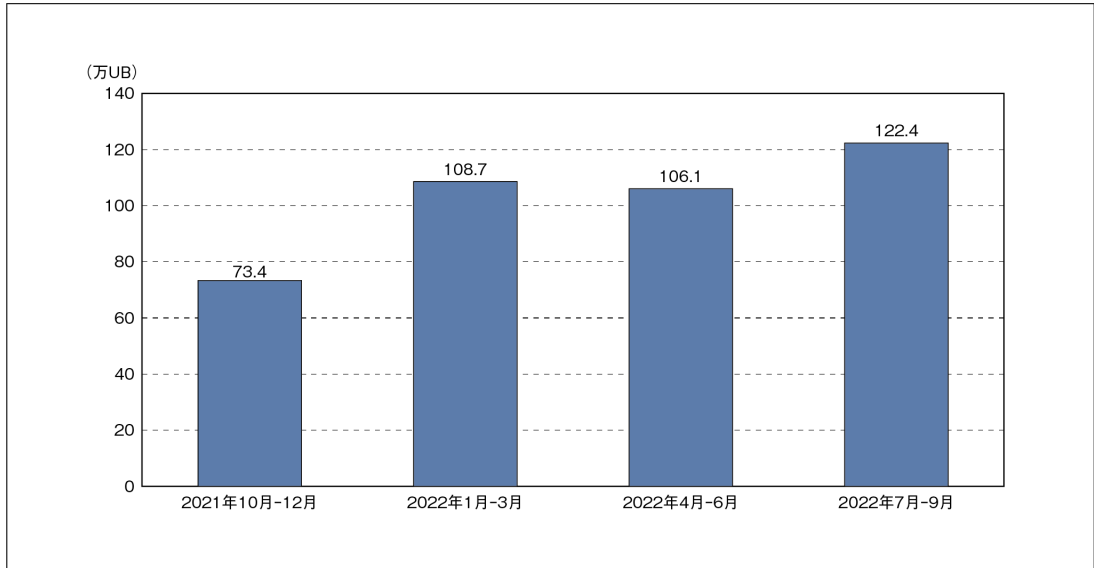
サービス開始より7年が経過した「TVer」は、2022年7月、アプリのダウンロード数が5000万を突破したと発表した。これは、スマートフォン／タブレット用アプリ、コネクテッドTVを合わせた累計のアプリダウンロード数である。

人気の背景として、ローカル局を含めた配信番組数の増加、民放5系列のリアルタイム配信のプロモーション効果のほか、ネット配信でも良質で安心・安全なテレビコンテンツを楽しめるTVerの利点が、ユーザーに浸透したことが挙げられる。

また、Teen層（13歳〜19歳の男女）の利用拡大が顕著となっている。2022年6月のTeen層のMUB（Monthly Unique Browsers：月間ユニークブラウザ数）は前年同月比171%となったという。

さらに、2022年10月には、MUBが初めて2300万を突破して2317万を記録したことを発表した。加えて、TVerにおけるコネクテッドTVのMUBは前年同月比で143%と大きく伸長したという。TVerでは、2019年4月よりコネクテッドTVへの対応を開始し、対応端末を拡充させて、各端末のリモコンにTVerボタンを設置するなど、利便性の向上に取り組んできた。

資料 2-2-1 NHK プラス閲覧者数推移



出所：各期の「NHKインターネット活用業務の実施状況について」より、週次UB数の期間平均（数値の出典：Conviva Content Insights、NPAW Suite）

資料 2-2-2 TVer で視聴できる民放各局のライブ配信番組（抜粋）

日本テレビ系	テレビ朝日系
世界まる見え！テレビ特捜部 踊る！さんま御殿！！ 水曜ドラマ「悪女(わる)～働くのがカッコ悪いなんて誰が言った？～」 ぐるぐるナインティナイン 秘密のケンミンSHOW 極 世界一受けたい授業 ザ！鉄腕！DASH!! 世界の果てまでイッテQ ほか	報道ステーション 帰れマンデー見っけ隊!! 家事ヤロウ!!! 林修の今知りたいでしょ！ ノブナカなんなん？ 特捜 9 season5 マツコ&有吉 かりそめ天国 ボツンと一軒家 ほか
TBS系	テレビ東京系
マツコの知らない世界 水曜日のダウンタウン プレバト!!! ニンゲン観察バラエティ モニタリング 櫻井・有吉THE夜会 中居正広の金曜日のスマイルたちへ 日曜劇場「マイファミリー」 情熱大陸 ほか	WBS（ワールドビジネスサテライト） YOUは何しに日本へ？ 開運！なんでも鑑定団 モヤモヤさまぁ〜ず2 家、ついて行ってイイですか？ ガイアの夜明け 出川哲朗の充電させてもらえませんか？ 出沒！アド街ック天国 ほか
フジテレビ系	
ネプリーグ VS魂 月9ドラマ「元彼の遺言状」 奇跡体験！アンビリバボー セブンルール さんまのお笑い向上委員会 ホンマでっか!?TV ジャンク SPORTS ほか	

出所：TVerのプレスリリースをもとに筆者作成

■ワーナー・ブラザーズ・ディスカバリー、合併による混乱と配信事業統合へ  
2022年4月、新たなメディア企業「ワーナー・

ブラザーズ・ディスカバリー」が誕生した。これは、AT&T傘下のワーナーメディアとディスカバ

リーが統合して誕生したものである。2021年5月に合意が発表され、2022年2月に米司法省の承認を受けていた。

これを受けて、2022年3月末にスタートしたワーナーメディア傘下のCNNの新ストーリーミングサービス「CNN+」（『インターネット白書2022』の本稿でも触れている）は、4月末に終了した。サービスインしてわずか1か月の極めて短い命だった。ウォール・ストリート・ジャーナルの報道によると、CNN+の立ち上げには3億ドルが費やされたという。

同じくワーナーメディア傘下のDCコミックスの新作映画「バットガール」が、完成間近であるにもかかわらず公開中止となった。もともと配信専用で検討されていた同作だが、合併による方針変更の犠牲となったようだ。なお、配信でも公開されないという。

ワーナー・ブラザーズ・ディスカバリーは2022年8月4日、合併後に、傘下に2つ存在する動画配信サービス「HBO マックス」（旧ワーナーメディア系）と「ディスカバリー+」（旧ディスカバリー系）を2023年夏に統合する計画を明らかにした。新しいサービスの名称や料金体系は明らかにされていない。2023年夏に米国でサービスを開始し、その後、中南米、欧州、アジア地域に拡大するという。

## ■ネットフリックスの会員数減少と広告施策導入、日本では一部混乱も

ネットフリックスは、2022年4月に発表した1～3月期（第1四半期）の業績で、会員数が前期比で20万人減となった。この10年で初めての減少であり、4月19日の段階で全世界の会員総数は2億2164万人となった。

ウクライナに侵攻したロシアから多くのグローバル企業が撤退する中、ネットフリックスも事業

撤退を余儀なくされたことに加え、世界的インフレで消費者によるサブスクリプションの絞り込みが進んでいると見られる。こうした会員数減を市場が嫌い、ネットフリックス株は一時期35%も下落した。また、4～6月期（第2四半期）には会員数が200万人減少するとの見通しも示された。会員数の減少を受けて、ネットフリックスは、今後、広告付きプランの導入も検討するとしていた。実際に、第2四半期の会員数は前期比97万人減だったが、第3四半期には反転し、前期比241万人増となった。

そうした中、ネットフリックスは、2022年10月14日に、初めて広告付きとなる新たな料金プランを発表した。導入されるのは、日本、米国、英国、フランスなどの12か国で、日本では11月4日からサービスが開始された。月額790円（税別）で、これまでのベーシックプランよりも200円安くなる。

ネットフリックスには、NHKを含む地上波放送局が番組を提供しているが、NHKの番組はそもそも広告は付けてはならないと法律で定められており、民放の場合も1社提供枠の番組などがある。本来であればこうした番組の扱いについて丁寧な調整が不可欠なところだ。しかし、結果的に一部の局の番組に広告が入る事態となった。多くの番組提供局は、広告付きサービスが始まってからの対応となり、一時は番組を引き上げるというやりとりもあったという。NHKはこのことで、総務大臣から「NHKにも説明責任がある」と指摘されるに至った。

本来、外部サービスへの提供は、双方の納得と信頼がなければいけないはずであり、今回のことは、外資系ネット企業の反省が必要だと筆者は考える。

## ■ ツイッター狂騒曲つづく

2022年10月27日、起業家イーロン・マスク氏が総額440億ドル（約6兆4000億円）でツイッターを買収しCEOに就任した。買収するとすぐに、ドナルド・トランプ前米大統領が再びツイッターに戻るべきかどうかユーザー投票を行い、圧倒的大差で「戻るべき」が多かったため、すぐにトランプ氏のアカウントを復活させた。ただ、トランプ氏は「興味がない」としてその後は利用していない（トランプ氏のアカウントは、2021年1月6日の連邦議会襲撃事件を機に凍結されていた）。

また、マスク氏は就任直後から多くの従業員を解雇し、その数は社員7500人のうち半数に上った。そんな状況に対し、広告主の一部がツイッターを避け、上位100の大手広告クライアントのうち、半分を失ったという。さらには、CBSニュースのように、利用を一時的にやめるメディアも現れた。CBSニュースは、2022年11月18日に「ツイッターを取り巻く不確実性に鑑み、また慎重を期して、CBSニュースは同ソーシャルメディアサイトでの活動を一時停止し、経過観察を行う」と発表した。なお、CBSニュースは、11月20日にはツイートを再開しており、40時間余りの措置となったが、引き続き状況の監視は行うという。

さらに、12月下旬には、マスク氏は、自分がツイッターのトップを辞任すべきかどうかをツイッター上で利用者に問いかける投票を実施し、その結果、「辞任すべき」が57.5%と賛成多数となった。このため、後継者が見つかれば次第CEOを辞めるとしているが、2023年1月下旬現在では引き続きCEOとして留まっている。

「マスク劇場」は、まだまだ続きそうだ。

## ■ Disney+も米で広告付きモデル

ディズニーは2022年12月、配信サービスの

「Disney+」の広告付きモデルを公開した。新しい広告付きモデルは7.99ドルになる。広告無しモデルは、7.99ドルから値上がりして10.99ドルとなった。

2022年に入り、多くのストリーミングサービスが新規加入者の獲得に苦戦する中、11月にディズニーが発表した第3四半期決算では、Disney+の有料会員の総数は1億6400万人にまでなった。ディズニーが運営しているHuluやESPN Plusの有料会員を合計するとその総数は2億3570万人に到達し、Netflixの会員数を上回ったという。ただし、ビジネスとしての配信事業は決して順調とはいえず、コスト高が指摘されている。こうしたこともあり、11月にはCEOを更迭し、2021年末に辞任したボブ・イーガー氏を呼び戻して新しいCEOとした。

動画配信ビジネスは、オリジナルの新作を投入して新しい会員を獲得するフェーズから、傘下の配信ビジネスをバンドルして解約率を下げ、コストも下げることが求められるフェーズに入っているとされている。2023年も動画配信ビジネスの動向にさまざまな面で注目していきたい。

## ■ ワールドカップカタール大会、ABEMAが全64試合を配信

サッカーの「FIFAワールドカップカタール2022」は、初の中東開催となり、開催期間は暑さの和らぐ11月20日～12月18日となった。また従来であれば、JC（ジャパンコンソーシアム）が放送権を獲得して各局が放送するが、権料の高騰に伴い、JCという枠組みでの購入に至らず、テレビ局としてはNHK、フジテレビ、テレビ朝日が購入した。全64試合の配信権を取得したのはABEMAで、全試合を無料広告配信とした。なお、テレビ局が放送したのは、NHKが21試合、フジテレビが10試合、テレビ朝日が11試合だった。

ABEMAの発表によると、日本代表の初戦が放送された11月23日の1日のABEMA視聴者数が1000万を突破した(ただし、これは試合時間内の視聴者数ではなく、試合があった日の総視聴者数である)。その後も、グループEからの決勝トーナメントへの進出をかけた行われた日本対スペイン戦、コスタリカ対ドイツ戦などが生中継された12月2日には、ABEMAの1日の視聴者数が1700万を突破し、開局史上最高の数値となった。さらに、決勝トーナメントの日本対クロアチア戦では、1日の視聴者数が2000万人以上となり、初めて視聴制限をかけたことでも話題になった。

ビデオリサーチは、日本戦4試合についての数字をまとめている。それによると、まずグループステージの日本戦3試合をテレビ放送で見た人は、全国で推計7526万1000人であった。各試合で見ると、初戦のドイツ戦(NHK)が、4231万2000人(到達人数<sup>1</sup>)、および2571万9000人(平均視聴人数<sup>2</sup>)、2戦目のコスタリカ戦(テレビ朝日)が、6080万2000人(到達人数)、3413万4000人(平均視聴人数)、3戦目のスペイン戦(フジテレビ)が、2797万1000人(到達人数)、

1303万7000人(平均視聴人数)だった。また、決勝トーナメントの日本対クロアチア戦(フジテレビ)は、3674万2000人(到達人数)、2275万6000人(平均視聴人数)だったという。

今回、ABEMAが唯一全試合の配信ができたことで、今後のビッグスポーツイベントにおけるテレビ局の役割について再検討することが必要になるだろう。

## ■総個人視聴率の減少と配信サービスの今後

テレビ放送のPUT(Persons Using Television:総個人視聴率。テレビ放送をリアルタイムで視聴していた人の割合)が下がっている。2022年4月~10月期のゴールデンタイムのPUTは32.4%で、前年の同期から4.2%下がっている。民放のライブ配信がようやくはじまった今、放送での減少分を配信でどれだけカバーできるのか。また、台頭する動画配信サービス各社との視聴者獲得競争がますます激化する中、配信サービスで国際的なユーザー層にリーチするという戦略はどこまで有効なのか。今後も予断を許さない。

1. 到達人数とは、個人全体の累計値。4歳以上における1分以上の番組視聴を「見た」と定義し、その番組をどれだけの人が視聴したのか(到達したのか)を推計した値(ビデオリサーチのプレスリリースなどより。<https://www.videor.co.jp/press/2022/221205.html>)。
2. 平均視聴人数とは、その番組の放送時間を通じて、平均で視聴していた人数を推計した値(ビデオリサーチのプレスリリースなどより。<https://www.videor.co.jp/press/2022/221205.html>)。



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～2023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](mailto:iwp-info@impress.co.jp)