

## 2023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 メディア総局メディアイノベーションセンター チーフ・プロデューサー

**コロナ禍が落ち着きスポーツ中継のビッグイベントが復活した2023年は、配信サービスの統合や新規の話題が続いた。ハリウッドでも生成AIの影響が目立つ。飽和状態と言われるサービスの今後が注目される。**

ロシアとウクライナの戦争は2023年にも続き、中東では、10月7日にイスラム組織ハマスがイスラエルに大規模な攻撃を仕掛けた結果、両者の軍事衝突は連日激しさを増している。国内では、旧ジャニーズ事務所で長らく起きていた性加害が大きな問題となり「メディアの沈黙」も焦点となった。また、2020年初めから続いていた新型コロナウイルス感染症は、2023年5月になってようやく日本での感染症法上の位置づけが5類となり、日常が戻ってきたことが実感できる年でもあった。本稿では、2023年の主なテレビ局のインターネットの動きを振り返り、動画配信サービスの動向を探る。

### ■野球、サッカー、ラグビーなどスポーツイベントが復活

2023年は、コロナ禍が一段落したこともあり、スポーツ中継のビッグイベントがコンテンツとして盛り上がった。特に、3月に行われたWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）は、大谷翔平選手らの活躍もあり、日本が米国を破って優勝した。ビデオリサーチによると、WBCの日本戦全7試合を生中継（TBS系列3試合、テレビ朝日系列4試合）で視聴した人は、日本全国で推計9446万2000人となり、最も多くの人々が視聴した

試合は韓国戦（3月10日放送）で同6234万3000人だった。一方、ネット配信で日本戦の国内配信権を獲得したのはアマゾン・ドット・コムである。報道によると、3月22日に行われた決勝戦は、日本のAmazon Prime Videoにおける配信初日の視聴数で歴代1位を更新した。アマゾンは、WBCの配信により、プライム会員の新規加入が大幅に増えたという（なお、アマゾンは、視聴数やプライム会員の新規加入数などは公表していない）。

7～8月に行われたFIFA女子ワールドカップオーストラリア&ニュージーランド大会では、なでしこジャパンは、グループステージでスペインに大勝し1位で通過したものの、準々決勝でスウェーデンに敗れ、ベスト8となった。優勝したのはスペインだった。テレビ中継は、最終的にNHKが、なでしこジャパンの全試合と、開幕戦、決勝戦を放送した。なお、総合テレビで放送した試合（日本対スペイン戦、日本対ノルウェー戦、日本対スウェーデン戦）については、NHKプラスで同時配信・見逃し配信が行われた。

一方、FIFAは2022年に自ら配信サービス「FIFA+」を開設しており、今回のワールドカップは全試合を日本語実況付きで配信した。FIFAの発表によると、期間中のFIFA+でのストリーム視聴回数は、1400万回に達したという（アプリや

コネクテッドテレビを含む。ライブ中継、全試合のリプレー、ハイライトを含む)。

9~10月に行われたラグビーワールドカップ2023フランス大会では、南アフリカが2大会連続の優勝を果たした。日本は1次リーグでの敗退となり、2大会連続の決勝ラウンド進出とはならなかった。テレビ中継は、前回大会同様、NHK、日本テレビ、J SPORTSが行った。

NHKでは、放送した15試合のうち、総合テレビで放送された14試合についてNHKプラスでの同時配信・見逃し配信を実施、1試合については総合テレビの時差放送に合わせた配信を行った。一方、民放公式テレビ配信サービス「TVer (ティーバー)」では、日本戦を含む日本テレビ系で中継された19試合がライブ配信されたほか、全48試合のダイジェストが配信された。

## ■ NHK プラスの新サービスと会員数動向

2020年4月からスタートしたNHKプラスでは、2023年にいくつか新しい機能が加わった。一つは、9月から始まった「同録クリーン」の配信だ。これまで、見逃し配信では、放送した番組をそのまま放送していたため、放送時に「速報スーパー」や「L字」が画面に表示されたままだったが、同録クリーンの配信により、これらがなくクリーンな状態のものが視聴できるようになった。もう一つは、番組冒頭1分の見逃し配信である。10月から始まったこの機能により、番組の冒頭の1分間の見逃し配信を「トライアル視聴」として、未ログインのユーザーでも番組の内容を確認できるようになった。

資料2-2-1に、NHKプラスの閲覧者数の動向を示した。

## ■ 総務省における公共放送WGの動き、NHKインターネットの曲がり角か？

NHKに関して、2023年に大きな話題になり、議論されたのは、総務省における公共放送ワーキンググループ (WG) での議論である。公共放送WGは、視聴スタイルの変化やテレビ離れなどの現状がある中、NHKのインターネット配信の在り方などについて検討する場である。2022年9月に設定され、2023年末までに17回会合が行われてきた。2023年に入ってからほぼ毎月会合が開かれ、議論も活発化してきた。10月にはWGの「取りまとめ」が公表された。それによると、NHKのネット活用業務を必須業務化し、ネットのみで放送同時配信や見逃し配信などを利用するユーザーについて、放送と同じように、視聴の対価としてではなく、相応の負担を求めることが適当とする方向性が示された。

特に議論となったのは、NHK NEWS WEBなどNHKが主にテキスト情報としてオンライン上で提供しているものの妥当性である。これらは、放送法に基づいた「理解増進情報 (ニュースサイト／一般番組サイト／番組PRサイトなど、放送番組に関連する補助的な情報)」として提供されているが、必須業務化にあたっては、これらを見直すことが新聞協会や民放連などから求められ、NHKからは、再整理されることが示された。今後、具体的にどのように再整理されるかによって、NHKオンラインのコンテンツは大きく変わっていく。NHKのインターネット活用業務については、引き続き動向を見守りたい。

## ■ TVer 好調、オリジナルドラマも

TVerが引き続き好調だ。TVerの発表によると、2023年3月に月間動画再生数が初めて3億回を突破し、5月には3億5877万回 (前年同月比約1.8倍) となり、8月には月間動画再生数も3.9

資料2-2-1 NHK プラス閲覧者数の推移



出所: 「2023年度 第2四半期インターネット活用業務の実施状況について」、[https://www.nhk.or.jp/net-info/data/document/evaluation\\_committee/231121-iinka15-siryou2.pdf](https://www.nhk.or.jp/net-info/data/document/evaluation_committee/231121-iinka15-siryou2.pdf)

億回を達成した。ユーザー数で見ると、3月には2739万MUB (月間ユニークブラウザー数) と最高記録を更新し、8月には3000万とさらに記録を更新している。アプリダウンロード数でも累計で6000万を突破した。

また新たな試みとして、TVerのオリジナルドラマにも触れておきたい。TVer初のオリジナルドラマ「潜入捜査官 松下洸平」は、9月5日から配信が開始された。俳優の松下洸平氏が本人役で、潜入捜査官として芸能界に入り込むというサスペンスコメディである。在京民放5局各局のバラエティー番組が毎回舞台となってドラマが進んでいく、現実と虚構がない交ぜになる野心的なストーリーだ。制作者によると、TVerでドラマを中心に見る人にバラエティー番組を見てもらうきっかけができないかと企画された。ドラマの配信開始から約2か月で、関連動画を含めた再生回数は685万回を突破したという。資料2-2-2にTVerの番組再生数ランキングを示した。

## ■在京民放各社の業績等

在京民放の業績についても概観しておきたい。

各社の2023年第3四半期業績資料によると、いずれの局も、スポット広告の減収になっており、これが影響して放送事業が減益になっている局も多い。これに対し、番組の配信による広告収入は好調だが、それでも放送事業の収入減を補うには、まだ配信収入は少ないというのが現状である。

また、在京民放全体のPUT (Persons Using Television、総個人視聴率) は以下のように推移している。PUTは、視聴率の調査対象となる世帯の4歳以上の個人全体の中で、どのくらいの人がリアルタイムでテレビを視聴していたのかという割合を表す。以下の数字から、4つの時間区分すべてで、前年同期に比べ減少していることがわかる。

全日 18.8% (-0.9pt)

資料 2-2-2 TVer の番組再生数ランキング

2023年1～3月期	2023年4～6月期
1位：日本テレビ 日曜ドラマ「ブラッシュアップライフ」(3,072万)	1位：フジテレビ 木曜劇場「あなたがしてくれなくても」(5,481万)
2位：TBS テレビ 金曜ドラマ「100万回言えばよかった」(2,135万)	2位：TBS テレビ 火曜ドラマ「王様に捧ぐ薬指」(3,589万)
3位：テレビ朝日 火曜ドラマ「星降る夜に」(2,116万)	3位：フジテレビ 月9ドラマ「風間公親－教場0－」(3,056万)
4位：TBS テレビ 火曜ドラマ「夕暮れに、手をつなぐ」(2,054万)	4位：日本テレビ 金曜ドラマ DEEP「夫婦が壊れるとき」(2,914万)
5位：日本テレビ 土曜ドラマ「大病院占拠」(1,890万)	5位：TBS テレビ 日曜劇場「ラストマン－全盲の捜査官－」(2,571万)
2023年7～9月期	
1位：TBS テレビ 日曜劇場「VIVANT」(5,481万)	
2位：日本テレビ 土曜ドラマ「最高の教師 1年後、私は生徒に■された」(3,390万)	
3位：フジテレビ 月9ドラマ「真夏のシンデレラ」(3,240万)	
4位：読売テレビ「CODE－願いの代償－」(2,408万)	
5位：テレビ朝日 木曜ドラマ「ハヤブサ消防団」(2,309万)	

出所：TVer プレスリリース

- ゴールドデン 30.9% (−1.5pt)
- プライム 28.9% (−1.5pt)
- ノンプライム 15.9% (−0.8pt)

(2023年4月3日～10月1日、週ベース。カッコ内は前年同期比。ビデオリサーチ調べ・関東地区)

## ■ハリウッドストライキがもたらす配信報酬とAIの権利

2023年、ハリウッドでは、全米脚本家組合(WGA)と全米映画俳優組合(SAG-AFTRA)の4か月を超えるストライキが大きく影響した。新作が撮影できなくなるだけでなく、公開作のプロモーション活動も制限された。このストライキは、WGAが5月に、SAG-AFTRAが7月に始めたもので、いずれも全米映画テレビ製作者協会(AMPTP)に対して、待遇改善などのさまざまな要求を行っていた。中でも大きいのがストーリーミングサービスに対する対価の要求と、生成AIの利用をめぐる要求である。ストライキは、9月にWGAとの妥結のあと、11月になってようやくSAG-AFTRAとも妥結した。

ストーリーミングサービスについては、WGAは、最低報酬の引き上げや高予算配信番組におけるボーナス支給、動画配信作品の視聴データの開

示などについて合意した。これまでは、配信サービスの会員数に応じた支払いのみだったという。SAG-AFTRAも同様に、最低報酬の引き上げ、動画配信された出演作の成果(視聴回数)に基づくボーナスの支給などを勝ち取った。

生成AIについては、WGAは、AIはオリジナル作品を作れないことを確認し、その上で、双方の同意があったときのみAIは利用できるが、製作会社側はAI利用を強制できない、との内容で合意した。また、AIによって生成された素材を脚本家に提供する場合は、その旨、告知する必要があるとした。

また、SAG-AFTRAは、生成AIで俳優がスキャンされる際の権利について、同意や補償なしに本人の映像がAIによって複製や改変、使用されないことの保証、などの権利を勝ち取った。これに従って、12月には、米ネットフリックスが、「What We Watched: A Netflix Engagement Report」という番組単位での総視聴時間を公表した。これは、今後、年2回公開していくという。公表された総視聴時間によると、2023年1～6月期で最も見られたのは、『ナイト・エージェント』というオリジナルドラマで、総視聴時間は8億1210万時間という<sup>1</sup>。

## ■ 配信大手の現況

国内の定額制配信サービスについて、GEM Partnersが2023年2月に発表したデータ<sup>2</sup>によると、2022年の市場規模は4508億円（推定）で、2021年の3862億円と比較して16.7%も上昇した。また、各定額制配信サービスの推計シェアでは、Netflixが22.3%（前年比-0.8pt）と4年連続でトップをキープしている。続いてU-NEXTが12.6%（前年比+1.1pt）と前年からシェアを拡大、前年の3位からAmazon Prime Videoを抜いて2位に浮上した。3位のAmazon Prime Videoは11.8%（前年比-0.2pt）、以下、DAZNの11.4%（同+1.6pt）、Disney+の9.4%（同+3.4pt）と続く。

最大手のネットフリックスでは、創業以来CEOを務めていたリード・ヘスリング氏が2023年1月に退任して会長となり、最高執行責任者（COO）だったグレッグ・ピーターズ氏が新しい共同CEOに就任した。これで、2000年から共同CEOを務めていたテッド・サランドス氏とともに、2人による共同CEO体制となった。Netflixの会員数は、一時期低下することもあったが、2023年第3四半期のデータによると全世界で2億4715万人だった。これは、2022年の第3四半期の会員数2億2308万人と比べて2407万人の増加となった。

資料2-2-3にNetflixの地域ごとの会員数の推移を示す。

Disney+では11月から料金プランが改定された。これまで月額990円のみだったプランは、スタンダード（月額990円）とプレミアム（月額1320円）の2つとなった。画質・音質・同時視聴端末数で2つのプランには差があり、スタンダードでは4Kに対応していない。これまで990円で4K画質のタイトルが楽しめたことを鑑みると実質値上げといえよう。なお、米国を見ると、Disney+の料金は2023年10月から27%の値上げ

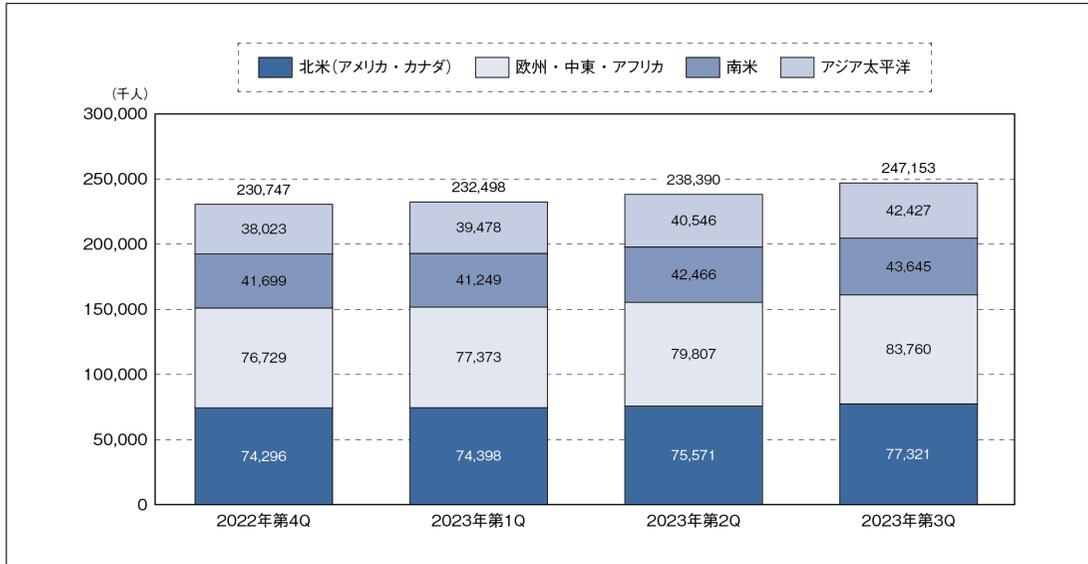
となり、月額13.99ドルとなった（広告付きプランは7.99ドルに据え置き）。英国やカナダなどの地域でも値上げが行われている。ディズニーの業績を見ると、全Disney+の会員数は1億1260万人（2023年第4四半期）だが、これにディズニー傘下のHulu関連を合計して、ディズニー-SVOD系全会員数は、1億9870万人（いずれも2023年9月末の数値）ともいえる（資料2-2-4）。

収益面では、Disney+が含まれる「ダイレクト・トゥー・コンシューマ」部門は赤字が続いているものの、2022年の同時期に比べるとかなり回復しつつあるといえる（赤字は、2022年第4四半期の14億600万ドルから、2023年第4四半期は4億2000万ドルに縮小した）。他方、東南アジア地域で展開しているディズニーのテレビ放送を順次停止すると発表したり（2023年6月）、CEOのボブ・アイガー氏が、ディズニー傘下の米ABCや米ESPNなどのテレビチャンネルの売却を示唆したりしている（同7月）。これらの動きは、メディアコングロマリットとして、徐々にテレビ放送ビジネスから配信ビジネスへと軸足を移そうとしていることの証左だろう。

『インターネット白書2023』の本記事でも触れたが、ワーナーメディアとディスカバリーが2022年4月に合併して誕生した「ワーナーブラザーズ・ディスカバリー」（WBD）では、「HBOMax」と「Discovery+」のそれぞれの配信サービスも2023年の夏に統合が予定されていた。それが早くも2023年5月23日に統合され、新たに「Max」というサービスになった。視聴プランは、広告付きが月額9.99ドル、広告なしが月額15.99ドル、4K HDR視聴などができるアルティメットプランは月額19.99ドルとなった。なお、2023年第3四半期のデータによると、Maxの会員数はグローバルで9510万人という。

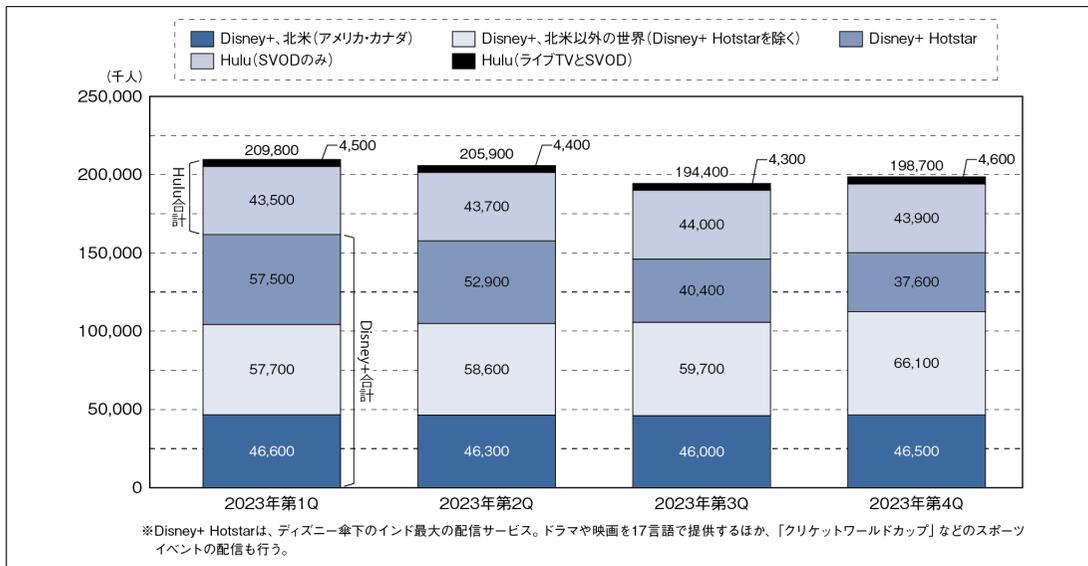
一方で、旧ワーナーメディア時代に提供を開

資料 2-2-3 Netflixの地域ごとの会員数推移（四半期ごとの数値）



出所：Netflix広報資料

資料 2-2-4 Disney+とHuluの地域ごとの会員数推移



出所：Disney+ 広報資料

始した配信サービス「CNN+」は、合併とともに終了する憂き目にあったが、8月に、新しいMax傘下で「CNN Max」として再び登場した。CNN Maxは、すべてのMaxのプランで視聴できる。

本稿執筆時点の2023年12月下旬に、WBDと、同じくメディア大手のパラマウント・グローバルとが合併交渉を進めているというニュースが飛び込んできた。合併が実現すれば、ハリウッド最大

の映画スタジオと米国で3番目に契約者数の多い動画配信サービスが誕生する。ただ、アナリストの一部は、合併で合計数十億ドルもの債務と不振に陥っている従来のテレビ放送の資産を多く抱えることになるため、財務状況の悪化を招く可能性が高いと分析している。配信サービスが飽和状態にあるといわれて久しいが、今後も連携話や合併といった動きが続くとみていいだろう。

## ■サービスの停止・統合と新サービスの開始

最後に、2023年にサービスが停止・統合されたもの、および新しく始まったものについてまとめておきたい。

3月31日にGYAO!のサービスが終了した。GYAO!は、もともとUSENの子会社であったGyaOが2005年に開始した無料の映像配信サービスだった。2009年に、Yahoo!動画とGyaOが統合し、GYAO!として映画の配信や民放ドラマなどの見逃し配信などを行ってきた。2024年1月に運営会社のGYAOを吸収合併したLINEヤフーは、今後、縦型ショート動画サービス「LINE VOOM」に注力するとともに、TVerと業務提携を進めていくという。

U-NEXTは、有料動画配信サービス「Paravi」を運営するプレミアム・プラットフォーム・ジャパン (PPJ) と3月31日付で経営統合した。これにより、統合当時の数字で売上高800億円以上、有料会員数370万人以上、配信コンテンツ35万本以上を擁する、国内勢で最大の動画配信プラットフォームが誕生した。存続会社はU-NEXTと

なり、Paraviは6月30日にU-NEXT内に移管されてサービスを続けている。さらに、TBSホールディングスはU-NEXTの発行済み株式の20%を取得した。持分法適用会社とすることで、事業成長に向けた協業をより強固にし、さらなる戦略的なシナジーを生み出していくとしている。9月には、U-NEXTの有料会員は400万人を突破したという。

NTTドコモは、映像配信サービス「dTV」を4月12日から「Lemino (レミノ)」へとリニューアルした。Leminoプレミアムの月額料金は990円で、単純に比較できないが、旧dTVの月額500円からは約2倍となった。これまで以上に、スポーツや音楽イベントなど独占配信に力を入れるという。

Paramount+ (パラマウントプラス) が12月、日本でもサービスを開始した。Paramount+は、米パラマウント・グローバルが運営する配信サービスで、CBS、パラマウント・ピクチャーズ、MTVE(MTV Entertainment Group)、ニコロデオ、コメディ・セントラル、ミラマックスなどのブランドを有しており、全世界に6100万人のユーザーがいる。日本では、J:COM STREAM、WOWOW オンデマンドを通じて日本国内でのサービスを提供しており、これらのサービスにすでに加入している人は、追加料金なしでParamount+を利用できる。

大手配信サービスがほぼ出揃った中、サービス同士の連携や合併話がが続くと思われるが、視聴者にとって、ますます多様なコンテンツに触れる機会が増えることを期待したい。

1. Netflix Engagement Report は、以下からダウンロードできる。  
<https://about.netflix.com/en/news/what-we-watched-a-netflix-engagement-report>

2. 「動画配信 (VOD) 市場5年間予測 (2023-2027年) レポート」より抜粋。  
<https://gem-standard.com/columns/673>



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～2024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)