

# 動画配信サービスに対する視聴者の選好傾向

—グローバル展開する海外製動画配信サービスの影響に注目して—

○米谷南海 (Yonetani, Nami)

**Keywords** : 動画配信、OTT-V、テレビ放送、国際競争、メディア政策

## 1 目的

世界の動画配信サービス (OTT-V) 利用者数は 2020 年、コロナ禍の巣ごもり需要を追い風に前年比 26%増の 11 億人に達した。特に利用者数を伸ばしているのはグローバル展開に積極的な米国製 OTT-V で、諸外国では、米国製 OTT-V から自国の放送産業、コンテンツ産業、ひいては文化を保護する目的で OTT-V 規制を導入・検討する動きが本格化している。一方、日本においては、OTT-V 関連議論として地上放送の常時同時配信を巡り国内放送市場の競争環境に関する議論はあったものの、グローバルな競争状況を視野に入れた政策議論は十分になされていない。そこで、本研究では、日本において OTT-V がどのように利用されているのか、特に視聴者と海外製 OTT-V の関係性に焦点を当てながら検討し、政策議論の材料を提供することを目指す。

## 2 方法

本研究の調査・分析方法は、文献調査と全国アンケート調査である。まず、文献調査を通して、世界の OTT-V 市場の現況、グローバル展開する米国製 OTT-V の事業戦略、諸外国の OTT-V 規制議論の動向を整理した。次に、日本全国の 18 歳～79 歳の男女 750 名を対象にアンケート調査を実施し、OTT-V に対する選好や利用傾向について定量的データを収集した。最後に、それらを踏まえ、海外製 OTT-V が国内放送産業に与える影響や将来の OTT-V 政策の可能性について検討した。

## 3 結果

調査・分析の結果、多くの国が OTT-V 事業にクォータ制を導入することで自国産業の保護を図っているのに対し、日本においてはそのような規制がなくとも国内コンテンツが積極的に視聴されていることが明らかになった。具体的には、定額制 OTT-V 視聴者の 8 割が Netflix に代表される米国製 OTT-V プラットフォームを利用しているものの、コンテンツは海外製のものよりも日本製のもの (特にドラマやアニメ) が好まれており、若年層ほどその傾向が強い。更に、日本の視聴者は OTT-V 事業者のオリジナル作品や独占配信作品への関心が比較的低いという結果も得られた。

## 4 結論

日本においては放送事業・OTT-V 事業間の規制の非対称性の程度が他国ほど大きくなく、また視聴者がコンテンツについて内向き志向であることから、海外製 OTT-V が直ちに国内産業に打撃を与えようとは考えにくい。むしろ、放送事業者にとっては放送番組をマルチユース展開する機会が増え、クリエイターや番組制作会社にとっても取引相手の選択肢が増えていると考えられる。しかしながら、中長期的に見れば、資金が潤沢な海外製 OTT-V が日本のクリエイティブ資源を奪取し、良質な国内コンテンツが海外製 OTT-V に集中する可能性も否定できない。今後は、政府による支援施策も検討しつつ、世界各国の日本コンテンツ・ファンをターゲットとする日本製 OTT-V プラットフォームを構築・育成し、海外製 OTT-V に対抗できるだけの国際競争力を強化することに取り組むべきだと考える。

### 【主要参考文献】

Lobato, R., 2019. Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution, New York: NYU Press.