

地上波再送信料が変える地上波放送

アメリカの民間地上波放送の収入モデルは、日本と同様に広告である。ABC等のネットワークは全国広告で収入を得、それを放送する加盟局はそれぞれの地域からのスポット広告で収入を得ている。地域広告が少なかったころには、ネットワークが放送料を加盟局に払ったこともあったが、この支払いは今ではなくなり、広告収入が主体となった。しかし、地上波放送の視聴の85%以上が、多チャンネル事業者による再送信になり、この収入モデルにも変化が出ている。

競合市場になった 多チャンネルサービス市場

多チャンネル事業者には、そのサービス地域内の地上波局を再送信しなければならない義務、マスト・キャリアがある。地上波局は、マスト・キャリアの再送信料を多チャンネル事業者に求めることはできない。しかし、義務での再送信を辞退し、再送信料を含めた条件を求めることもできる。この場合、再送信義務はなくなっているため、多チャンネル事業者は再送信を拒否することもできる。ケーブルTV事業者が多チャンネルサービスを独占していた1990年代までは、地上波局が再送信料を求めることはほとんどなかった。地上波アンテナを付けていない世帯も多く、もしもケーブルTV事業者に再送信を拒否された場合、放送を見られない人が増え、視聴者が減少してしまう。

しかし、衛星放送での地上波再送信が始まり、さらに電話事業者も多チャンネルサービスに参入したことで、状況は大きく変わった。多チャンネルサービス市場は、地域独占から一転し、1地域に3事業者以上がいる競合市場になった。多チャンネルサービスの加入者にとって、地上波再送信は重要なサービスであり、もし多チャンネル事

業者が4大ネットワークのいずれかでも再送信できなければ、別の事業者に移っていく。多チャンネル事業者が再送信を拒否しにくい状況になったことで、地上波局は再送信料を求め始め、特にここ数年でその額が急速に増えている。再送信料は2010年で11.4億ドルに達し、2017年には36.1億ドルになるとSNL Kagan社は予測している。

求められるネットワーク加盟料

自分の加盟局が多額の再送信料金を得始めたことを、その上に立つネットワークが見逃すはずはない。加盟局が再送信料を得ることができるのは、ネットワークが番組を制作（あるいは購入）し、配信しているからであり、ネットワークは加盟局に再送信料の分け前を求め始めた。ネットワークへの加盟料である。中でもFoxが最も厳しく、昨年加盟局に対して一律に世帯数に応じた再送信料を請求し始めた。こ

れに反対する加盟局も多く、Foxはすでに支払いを拒否した2つの加盟局との契約を解消している。

NBCは現在、その加盟局に対し、同社が多チャンネル事業者との再送信料交渉を代理して行うことを提案している。NBCは加盟局に代わり、再送信料交渉を行い、得た再送信料から決まった割合を徴収する。加盟局は自らが動く必要がなく、企業規模の大きなNBCUniversalが交渉を行うことで、より高い料金を得られる可能性もあり、この案への支持は増えている。

再送信料の高騰に悩んできた多チャンネル事業者は、NBCUniversalが乗り出してくることに反対をしている。特に、Comcastが親会社のNBCUniversalが再送信交渉を行った場合、Comcast以外の多チャンネル事業者には不当な条件を求める可能性があり、ComcastによるNBCUniversal買収の条件を犯す可能性があるとして、これを批判している。しかし、再送信料は地上波放送の収入モデルをすでに変え始めており、これに大手コンテンツ事業者のDisney、NBCUniversal、Fox等が加わることで、さらに大きな変動になっていくであろう。

The Compassニュース

NSIリサーチは、アメリカのデジタル放送とインターネットTVの動向を伝えるマンスリーレポートのThe Compassを出版しています。The Compassのサンプル購読がご希望であれば、compass@nsirinc.comに会社名、氏名を含めたEメールをお送り下さい。

