

# Huluはどうなるのか？

地上波TVネットワークのABC、NBC、FoxのジョイントベンチャーであるHuluは、TV放送とのシナジーを求めてサービスを開始した。Huluは地上波放送と同様に無料であり、広告が唯一の収入源であった。TV放送と同じレベルの広告収入をHuluで得ることは困難だが、インターネットでの番組配信により、見逃した番組のキャッチアップを容易にすることででき、それによりTVでの視聴が増え、TV広告収入の増加に貢献するはずであった。しかし、身売りの可能性を含め、Huluには亀裂が生じている。

## Hulu Plusの功罪

Huluの広告は増えているが、それはコンテンツ事業者が期待するほどではなかった。多チャンネルネットワークを持つViacomは、Huluのコンテンツパートナーの1社であったが、収入が少ないことを理由に、一時Huluにコンテンツを提供することを止めている。Huluは広告収入を補うために、有料サービスの「Hulu Plus」を開始した。Hulu Plusの加入者は、2011年6月の時点で87万5,000人であり、成長している。しかし、Hulu Plusが成功するほど、最初のHuluの目的であったTV放送とのシナジーを崩していくことになる。

当初の目的が達成できないことで、株主3者の調和が乱れ始めた。ABCは、Huluの最初からのメンバーではない。ABCはHulu以前に、TV番組のインターネットでの配信に積極的であり、Huluの大きな競合であった。NBCとFoxがABCを仲間に入れたことで、Huluの成功が可能になったと言える。しかし、ABCの親会社のDisneyは独立独歩の性質があり、Huluに投資をしていますが、ABCは別の方向も見続けている。また、4大地上波ネットワークの中では新興のFoxは好戦的であり、ABCとの仲は良くない。

## 株主3者の思惑

3者により経営が成り立っていたのはNBCの存在が大きく、Huluは3者間の微妙なバランスで保たれていた。しかし、ComcastがNBC Universalを買収した時の条件で、NBCはHuluの経営から手を引くことになった。これにより急速にHulu内部の乱れが起き、さらには身売りの話に発展した。

Foxが独自の配信方針を決めたことは、Huluの乱れを決定的にした。HuluはABC、NBC、Foxの独占配信事業者であり、3者の番組は同じように放送の翌日から配信されてきた。Foxはこれに逆らい、番組の翌日配信は有料のHulu Plus、あるいは多チャンネルサービスが提供するTV Everywhereと決めた。Huluを含め、無料のサービスでは、放送から8日経たないと番組を見ることができない。無料のキャッチアップサービスを止めたことは、Huluの

元々の目的を捨てたことになる。また、Foxは独自にTV Everywhereのために多チャンネル事業者と交渉しており、Huluの独占権を無視している。

ABCも同様な配信方針を検討しており、Time Warner Cableを含め、多チャンネル事業者のTV Everywhereでの配信を交渉している。ABCが有料化をすれば、NBCも続くであろう。しかし、TV Everywhereに対する交渉は3者個別であり、今後は同じ条件で3者のコンテンツが配信される可能性は低い。同じ条件でなければ、3者がHuluの共同経営をする意味はなく、Huluは単なる配信事業者のひとつになる。Huluの買い手として、Yahoo、Google、Amazon、Dish Networkの可能性が高いと噂されている。しかし、誰が買うにしても、Huluは地上波ネットワークから離れ、そのシナジーを追求することはなくなる。

Huluはコンテンツ事業者の思惑で動いてきた。日本進出もコンテンツ事業者としての戦略であり、身売りが決まる前に実行させる必要があったと推測されている。もし身売りが決まり、コンテンツ事業者の影響が遠のいた場合、Huluの戦略は大きく変わるであろう。

## \*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。

