

米国に居を構え、米国のデジタル放送とインターネットTVの動向をウォッチし続けているテッド若山氏。彼の今月のテーマは「HuluのCEO辞任とそのインパクト」である。

テッド若山氏は、米国の調査会社ストラテジック社の調査担当副社長を経て、1987年にNSI Research社を設立。情報・通信・放送技術分野のマーケット調査とコンサルティング・サービスを提供している。さらに、マンスリーレポート「The Compass」を出版。購読希望者はcompass@nsirinc.comまで。

## Huluを成功に導いた立役者、 ジェイソン・カイラーの辞任

2007年にHuluのコンセプトが発表された時、これを口の悪いアナリストは「Clown Co」(道化の会社)と呼んだ。エゴの強いNBCとNew Corp (Fox)が協力することは無理であり、できたとしても、利用者を無視したサービスになり、成功はあり得ないと考えられた。しかし、Amazonから引き抜かれ、HuluのCEOに任命されたジェイソン・カイラー氏は、のちに加わったABCを含めた3社をまとめ、Huluを見事に成功させた。Huluの2012年の売上は\$7億に達している。

そのカイラー氏は、第1四半期末で辞任することを発表している。カイラー氏と共にCTOのリッチ・トム氏も辞任をする。彼らの辞任はHuluの今後に大きな影響を与える。

Huluの目的は、インターネットでのテレビ番組再利用のビジネスをテレビネットワーク自体でつくり上げることであった。当時、テレビ番組は不法でYouTubeなどに流出しており、收拾がつかなくなる前にネットワーク主体のビジネスを立ち上げる必要があった。Huluは、NBC、Fox、ABCのテレビ番組のキャッチアップ配信に対して独占権を持ち、AOL、Yahoo!などのサイトへの配信もすべてHuluが行う権限が与えられた。Huluの役割は、テレビ放送におけるネットワークと同様である。

# 「HuluのCEO辞任のインパクト」

この目的は達成された。テレビ番組の合法的な配信モデルがつけられたことで、Huluの利用者が増えただけでなく、テレビ番組のインターネットでの再利用は大きなビジネスになっている。Netflix、Amazonなどのストリーミングサービス事業者に過去のシーズンの番組を売ることは、ネットワークにとって重要なビジネスである。しかし、市場が大きくなると共に、Huluの立場は微妙になっている。Huluが独占配信権を持つことが市場の確立を早めたが、ABC、NBC、Foxとして自分たち独自のコンテンツ配信戦略を作ることが不可能にしている。

## Huluへの関心が薄れたオーナー

Huluのオーナーであるネットワーク3社とProvidence Equityは、2011年にHuluの売却を進めるが、最終的に中止になる。Huluは邪魔になっている、これがGoogleなどの手に渡った場合、強力な競争をつくってしまうことになる。しかし、ネットワーク3社のHuluに対する関心は薄れている。カイラー氏はHuluの新たな事業展開に向けて\$2億の投資を求めているが、拒否されている。

Providence Equityは昨年引いており、HuluのオーナーはComcast/NBCUniversal、News Corp、Disneyの3社になっている。Comcastの買収を認める条件として、NBCUniversalはHuluの経営から手を引いており、経営に関わっているのは2社である。Comcastは、独自でTV Everywhereの戦略を持ち、Huluと競合している。Foxは、TV番組のキャッチアップは多チャンネルサービス加入者の特権として提供し、多チャンネル事業者からの収入を増やそうと考えている。Disney系の多チャンネルネットワークは、それぞれがサイトを持ち、コンテンツを直接提供し始めており、ABCもそうすることを望んでいる。3社共にHuluとの独占契約が足かせになっており、カイラー氏の辞任と共にHuluとの関係を大きく変えていくと思われる。

