

第1回スポーツコンテンツ・データビジネスの拡大に向けた 権利の在り方研究会事務局資料 「DX時代におけるスポーツの価値最大化」

2021年11月8日 商務・サービスグループ サービス政策課 スポーツ産業室

「地域×スポーツクラブ産業研究会」第1次提言

地域×スポーツクラブ産業研究会(座長:間野 義之 早稲田大学スポーツビジネス研究所 所長)を立ち上げ、2020年10月から2021年3月までに計10回開催した議論の内容を、今年6月に第1次提言として取りまとめ。



議論の出発点は「部活の地域移行問題」から。 しかし、考えれば考えるほど、「スポーツ産業の資金循環」に広がり、 次第に、スポーツは「あらゆる福祉」を実現する「公益産業」になれるか、 と、関心やスコープがどんどん広がっていった。

資金循環

活動場所

サービス業としての 地域スポーツクラブの 可能性はあるか ジュニア世代の 学校部活動は 「地域移行」 できるか

派生需要

指導者

「スポーツ機会保障」を支える資金循環の創出

日本のスポーツが「成長産業」になるには、①『トップスポーツクラブ』のDX時代の成長モデ ルづくりと、②サービス業としての『地域スポーツクラブ』を両輪で成長させる資金・人材の 循環創出が必要。

トップスポーツクラブの成長 -DX時代のビジネスモデル構築-

世界中から稼いだ資金の流入 アスリートのセカンドキャリア形成

サービス業としての 「地域スポーツクラブ」の成長



- 会費収入、施設の指定管理、業務委託

パーソナルトレーニングやケア カフェ・レストラン、生涯学習サービス等の運営 トップスポーツクラブからの資金・人材の環流



試合日以外も稼ぎを生みだせ るスタジアム・アリーナ

分厚い地元ファンの形成 次世代アスリート育成の裾野拡大

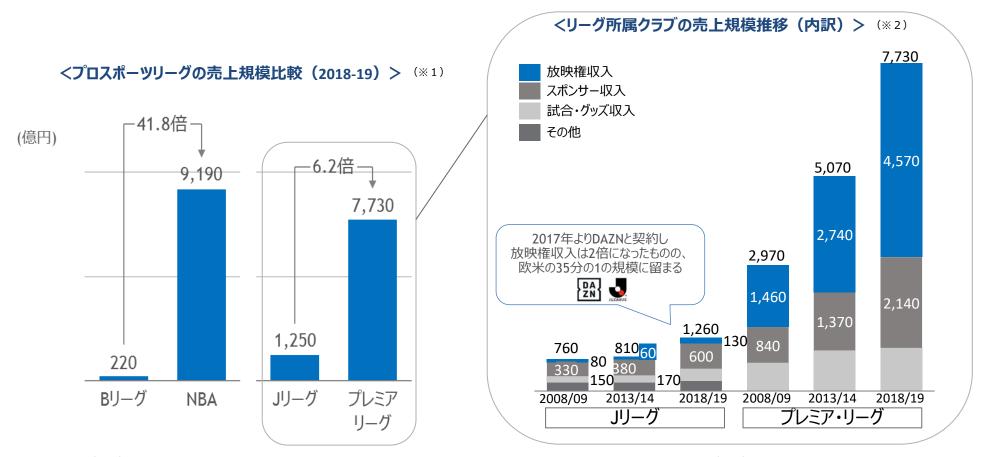
······ (×3)

現在の問題意識

- 日本の多くのトップ・スポーツ(プロ・実業団等)は、「様々な公益を支援できる産業」に変貌できるか。
 - ①世界のトップ・スポーツの収益構造
 - -中でも、放映権収入の伸びは?
 - ースポーツ・ベッティングのインパクトは?
 - ②日本のトップ・スポーツは大きな資金循環を作れるか
 - -DX時代のスポーツビジネス(データ、映像、ゲーム)
- きっかけは、「学校部活動の地域移行」問題の解として「サービス業としての地域スポーツクラブ」の可能性を考え始め、「資金循環」の解を探すように。

日本のトップスポーツは、海外と比較して大きく水をあけられている状況

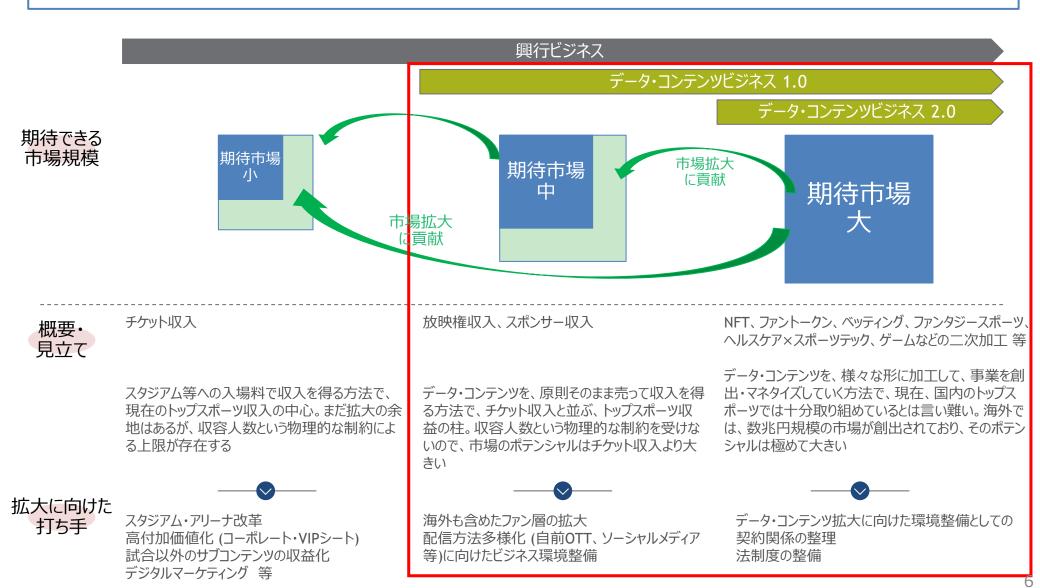
- ▶ 欧州プロサッカーの売上高の内訳を見ると、大きく伸びているのは(リーグ全体では)放映 権と広告料の収入(ただし、個別のクラブの収益構造はそれぞれ異なる)。
- ▶ 国内外共にデジタル化により大きく成長しているが、その絶対額には大きな差がある状況。



(※1) Bリーグ「クラブ決算概要 発表資料Jhttps://www.bleague.jp/files/user/about/pdf/club_financial_settlement_2018.pdf、NBA Statistics (Forbes)、Jリーグ「クラブ経営情報開示Jhttps://www.jleague.jp/docs/aboutj/club-h30kaiji_4.pdf、プレミアリーグ Statistics (「Annual Review of Football Finance 2020」 Chart 7)、https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/sports-business-group/deloitte-uk-annual-review-of-football-finance-2020.pdf、から1ドル=110円、1ポンド=147円で計算。

スポーツ産業をデータ・コンテンツビジネスに拡大

▶ テクノロジーの進化に伴い、スポーツビジネスが"興行ビジネス"のみならず"データ・コンテンツビジネス"へ拡大し、それぞれの市場を相乗的に拡大していくことが期待される。



データ・コンテンツビジネス1.0 海外市場のポテンシャル

ータ・コンテンツビジネス 1.0

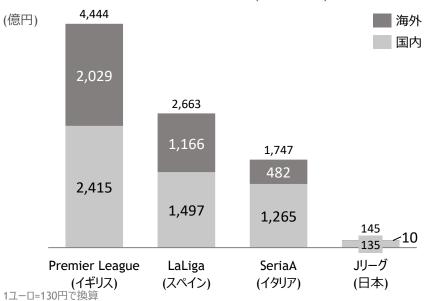
データ・コンテンツビジネス 2.0

▶ いわゆる放映権収入やライセンス収入についても、海外展開を拡大することで、数十億円 規模のポテンシャルは見込める可能性。

海外リーグと比較し日本は海外展開に遅れを取る

Jリーグは2012年よりアジアを中心に海外展開を図るも世界との 差は大きい

各リーグの海外放映権売上比率 (2019/20)

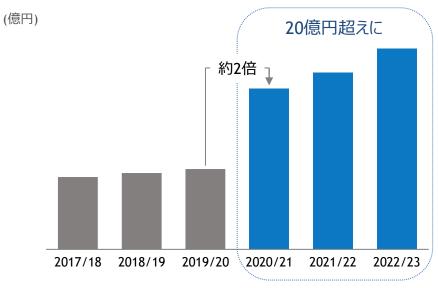


Source: KPMG Football Benchmark; 2019年度クラブ経営情報開示資料; 日経新聞; Business Insider

一方で、日本スポーツのアジア市場の伸びしろは大きい

Jリーグの海外放映権料は直近約2倍に成長。中でも、タイ向けの放映権契約は前回のほぼ5倍に膨らみ放映権収入に寄与

Jリーグの海外放映権料の推移



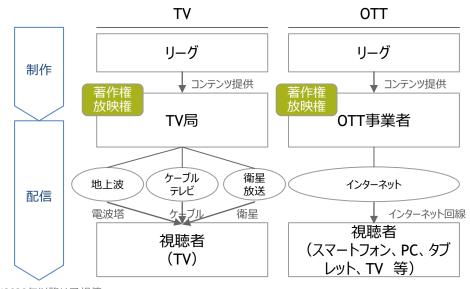
配信方法の多様化によるポテンシャル①

▶ 配信方法が多様化していることにより、従来のテレビ放送のみならず、OTTを通じた配信が 新たな収益の柱になる可能性も

OTTとは?

Over The TOP の略称で、放送インフラではなく、インターネット回線を介して行われるコンテンツ配信サービスの略称

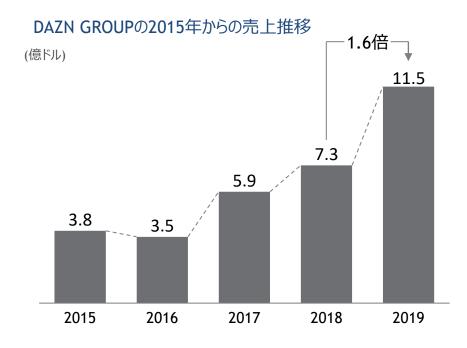
映像配信方法の違い



*2020年以降は予想値 Source:平田竹男「スポーツビジネス最強の教科書【第二版】; Orbis

OTTによる収益は世界的に拡大傾向

スポーツ専門の定額制動画配信サービスであるDAZNの売上は、2018年から2019年で1.6倍に



データ・コンテンツビジネス 2.0

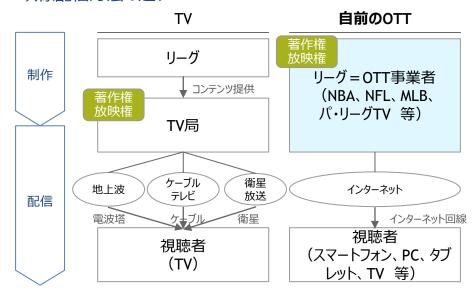
配信方法の多様化によるポテンシャル②

➤ 海外では自前のOTT (コンテンツ配信サービス)を持つことで、リーグ自身が配信への主権 を持つ流れが生じている

OTT事業者=リーグとなり、配信への主導権を確保

リーグがOTTを展開すると、リーグが映像への著作権を所有できる。 よって、映像の他番組への売却・試合分析等への転用も可能

映像配信方法の違い



Source:平田竹男「スポーツビジネス最強の教科書【第二版】; REAL SPORTS; MarkeZine

従来の収入源に加え、ユーザーデータの取得も可能

OTTの収益モデルは広告・定額・都度課金の3通り。加えて、 自前OTTでは視聴データ取得により将来の収益拡大へ繋がる

自前のOTTによる収益モデル



配信方法の多様化によるポテンシャル③

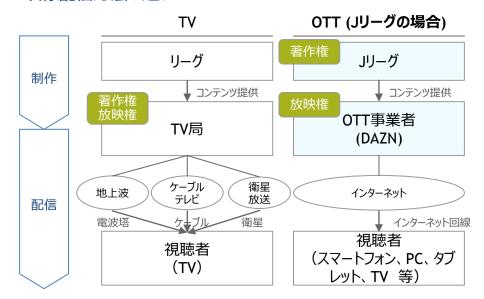
データ・コンテンツビジネス 2.0

➤ 自前のOTTを持たなくとも、契約により、自由な動画活用が可能になり、さらなる収益拡大につなげることが可能に。

OTT契約も多様化

例えば、Jリーグは2017年1月に10年間で2,100億円の金額で、 DAZNと放映権契約を締結。その際には放映権のみをDAZNへ渡した

映像配信方法の違い



1) DAZNと放映権契約を行う2017年以前はスカパー! と契約していた。当時は著作権はスカパー! 側が保有 Source: 平田竹男「スポーツビジネス最強の教科書【第二版】; SOCCERKING

Jリーグが自由に制作・発信できるように契約を締結

Jリーグは映像制作と著作権を持つ形でDAZNとの契約を締結。 動画活用の工夫が可能となり多くのメリットを享受

- 映像制作権を持つことで、Jリーグの魅力を統一フォーマットで 伝えることができる
 - 加えて、『スカパー!』¹⁾時代の2倍に当たる20台のカメラ が導入され映像クオリティも向上
- 試合後にJリーグの公式サイトやSNS上でのクリップ動画の使用が可能となる
- プロモーション用に映像使用が可能となる

データ・コンテンツビジネス 2.0

▶ 日本は放送業界の競争がないため、海外のような放映権収入の拡大に繋がらないとの指摘も。テレビでの放映権の拡大のためには規制緩和による競争促進も考え得るか。

米国ではテレビ局の競争によりコンテンツに磨きがかかる

日米ではテレビ衰退に対する対応策が異なった。競争環境を 作った米国ではコンテンツが強化された

日米テレビメディアの違い

日本

米国

主要 メディア 民間放送(無料)

ケーブルテレビ(有料)

テレビ 衰退 に対する 対応 放送法により新規参入の障壁と、ラジオ/新聞/ テレビの株式持ち合いにより安定した寡占環境 を維持 80年代後半からの自由化・規制緩和により競争環境へ。

M&Aの統廃合により 大きくなることで生き残り



競争がなく放映が有利

競争過多で コンテンツが優位

総務省では「電波オークション」を検討

放送法による政府機関が直接放送免許を出す仕組みを持つ 国は、G7では日本のみ。

加えて、電波オークションはOECD加盟国のほとんどで導入されている。

総務省は2021年9月に携帯周波数割当改革推進室を設置し、 電波オークション制度の導入も含め検討を進める

Source: TRAJA; 総務省; J-Cast

データ・コンテンツビジネス2.0 **さらなる成長の鍵はDX**

データ・コンテンツビジネス 1.0

データ・コンテンツビジネス 2.0

- 海外では、チケットや中継といったコンテンツやデータの一次利用による収入のみならず、ス
 ポーツで収集された様々なデータがリーグ・ファン・関連企業間で取引され、新たな市場を形成。
- ▶ 日本でも、データを活用した新たな収益源が期待されるが、データの法的な権利関係の整理が明らかでない等により市場が広がらない他、コンテンツやデータが無断利用されているケースもあり、適切な収益還元がなされていないとの指摘も。

NFT: NBAはデジタルカードビジネスを新たな収入源に

NBAはNBA Top Shotにて、NBA の選手やプレイシーンのデジタルカードを販売。高額取引されるカードも相次ぎ、1年足らずで7.8億ドルを売上。

NBA Top Shotでの高額取引事例

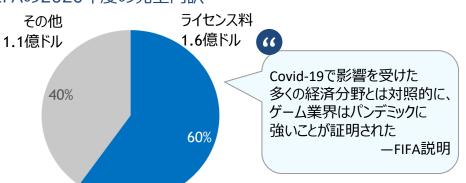
レブロン・ジェームスの カードは23万ドルで 高額取引



ゲーム: FIFAは2020年の売上の半分以上がゲーム からの収入に

2020年のFIFAの財務レポートによると、コロナ禍で大きく 打撃を受けたFIFAの年間売上約2.7億ドルのうち、1.6 億ドルがライセンス料収入で、そのほとんどをゲームのブランドライセンスが占めた。

FIFAの2020年度の売上内訳



最大のインパクトはスポーツベッティング

- ▶ イギリスでは古くから実施されてきたスポーツベッティングだが、DXとボーダーレス経済の加速や違法市場排除と税収増などの意図も加わり、欧州各国・米国・カナダで解禁や民間開放の動き。
- > 米国では解禁後約2年間でベッティングによる税収が200億円以上に。今後も増収増の見込み。
- ▶ さらに、試合中に賭けるウオッチ&ベットの人気に伴い、視聴者や視聴時間が拡大し放映権料が急上 昇するのみならず、データ・コンテンツが更に価値を増し、スポーツ産業の成長エンジンに。

<GDP上位10カ国+韓国のスポーツ・ベッティングへの民間参入の合法化状況>

<ベッティングとデータ取引を通じたスポーツ産業の資金の流れ>



Win-winな公式スポンサー契約等

トップスポーツ (クラブ・リーグ) データ プロバイダ

ベット事業者



Spertradar
IMGARENAW
Setgenius
STATS



ベット対象の 球団やリーグ クラブやリーグから 公式データを 購入・加工・販売 ベッティングサービス の運営

より高付加価値な公式データ提供

Source: Legal Sports Betting; DATA BRIDGE; IBIS World; インド新聞; IRG; 小林先生ご提供資料

^{1.}オンライン上のスポーツベッティングが解禁されたのは2005年 2.2012年以前は州ごとに判断が行われていたが、2012年に全体かつオンライン上が合法化された

^{3.} 競馬協会から競馬保護の文言を織り込むよう指摘され、修正を行っている。4. 違法スポーツベッティングが巨大な市場を形成しており、2018年にインド法制委員会より合法化の意見書が挙がっている

興行ビジネス

トップスポーツの収益力とベッティングの影響

データ・コンテンツビジネス 2.0

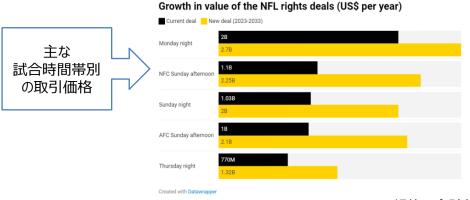
- 直近では、米国における放映権契約更新金額の急増も話題に。
- ▶ 背景の1つには2018年から各州において順次合法化されているスポーツベッティングがあるとの指摘も (※1)



契約期間は11年。1年あたり1.1兆円の放映権収入を得る想定

▶2021年3月23日 SportsPro記事

NFLの放映権は高騰し1,100億ドルへ(約12兆円)(※2) 契約の中には、更新前の2倍以上の金額となったものも



(※2)Amazon,ESPN/ABC,CBS,FOX,NBCとの契約の合計額



SPORTS

NBA is next up for a big rights increase, and \$75 billion is the price

PUBLISHED MON, MAR 22 2021-12:42 PM EDT | UPDATED MON, MAR 22 2021-3:32 PM EDT





NBAの放映権も240億ドルから750億ドル(約8兆円) へ急増

契約期間は9年との噂。年間1兆円弱の放映権収入を得る想定

▶2021年3月22日 CNBC記事

(※ 1) hollywoodreporterの記事内のコメントによる。理由は2つ取り上げられており、1つ目がケーブルテレビ離れや視聴スタイルの多様化、もう1つがスポーツベッティングの合法化による視聴者の拡大。 1ドル=110円にて換算