

Digital Cinema NOW

173

新興ネット配信業界がもたらす映画テレビ業界の改変

川上 一郎

今月に入り、ディズニーが配給する“Black Widow”の上映を欧州と日本の興行会社が拒絶していることが報じられ (“Why Major European and Japanese Cinema Chains Are Refusing to Play “Black Widow” -Celluloid Junkie, by Patrick von Sychowski, July 14, 2021 4:13 pm PDT) 話題を呼んでいる。

この作品は、米国では7月9日(現地時間)金曜日に4,160スクリーンで封切上映が行われ、スクリーン平均\$9,497の興収で総計39.5ミリオンドル、翌日の土曜日はスクリーン平均\$5,602で総計23.3ミリオンドルと大ヒットとまでは言えない興行売上である。

波紋を呼んでいるのは、Disney+での封切りと同時にネット配信されており、ドイツのシネマ興行チェーンであるCineplex,

Kinopolis, Filmpalast-Gruppe, Astor Groupが上映拒否を宣言し、ノルウェーでも同調する動きが出ている。

また、日本では東宝シネマ(667スクリーン)、T-ジョイ(218スクリーン)、松竹マルチプレックスシアターズ(269スクリーン)などがこの作品の上映を行っている。

映画館で封切りされた映画作品については、配給側と興行側で合意された期間を経過しないとテレビなどのほかの媒体では作品を流通させない長年の商習慣(スクリーン・ウィンドウと称されている)があった。30年以上前までは70mmシネマ等の作品では数ヶ月から半年近く、その上映設備のある映画館に行かない限りは鑑賞できない興行的特権と言える興行形態が存在していたが、巨額の制作費負担やテレビの出

現でその役割を終えていった過去がある。5年以上前から、大手スタジオの子会社が制作する公称制作費が10~30億円前後のいわゆる“B級ハリウッド映画”(作品がB級では無く、制作費が100億超えの作品よりは低予算の意味のB級である)がピーク時には100作品以上制作されていたのが20作品近くにまで激減し、平日の昼間は上映をしていない“ブラック・スクリーン”の映画館が続出しており、さらに大手スタジオの制作本数も減少が続いていたところに、中国コロナによる世界的パンデミックが追い打ちをかけた、誰もが予想しなかった映画興行業界に突然氷河期が訪れ、一方でネット配信業界は“ホームステイ”の追い風を受けて、新規参入が相次ぎまさにサブスク洪水状態となっている。

図1には、“An Industry Transformed: Four Emerging Trends in Film & TV”と題した業界レポートから引用したネット配信による定額見放題サービス(いわゆるサブスク)業界の主要事業者参入時期と総契約件数の増加を示している。

2007年2月にNETFLIXが参入し、2010年11月にhulu、そして2011年2月にネット通販最大手のアマゾンがプライム会員向けネット視聴サービス提供を開始した。2019年初頭には総契約件数が6億42百万件にまで拡大し、2019年11月とDisney+とアップルTV、そして2020年5月にはAT&T傘下となったワーナー系列のHBOmax、7月にはユニバーサルピクチャーがPeacockを立ち上げた。2021年1月にドキュメンタリが主体のdiscovery+、2月にはカナダのトロントを拠点とするSTARが激安価格で新規参入し、3月にはPramaount+も遅ればせな

“An Industry Transformed: Four Emerging Trends in Film&TV”, Published 3 weeks ago on June 27, 2021 by Sponsored Content

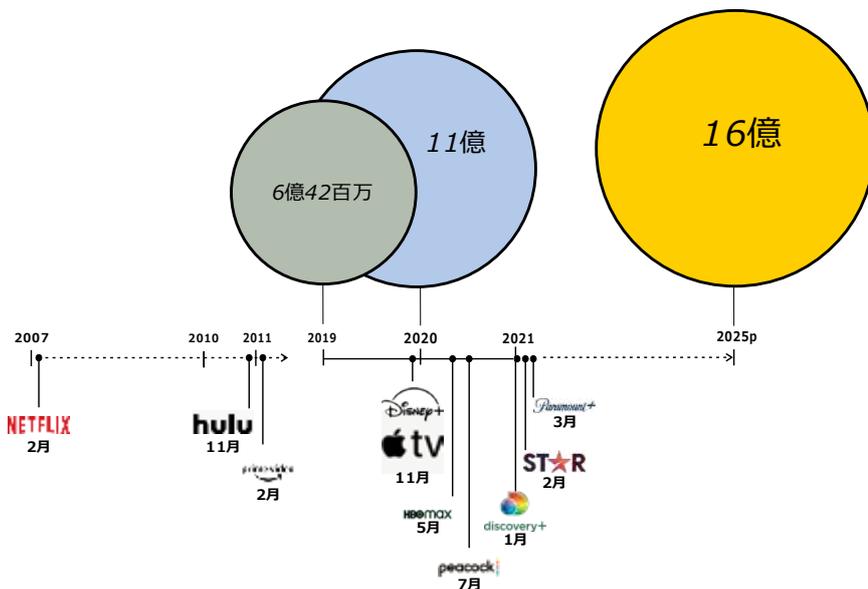


図1 ネット視聴の加入者数動向

から新規参入した。

この洪水状態と言える新規参入ラッシュで2020年初頭には総契約件数が11億件にまで拡大し、2025年には16億件まで拡大するとの観測が出ている。

図2に示しているのは2020年度のネット配信コンテンツの調達費用である。この調達費用には既存の映画やテレビドラマ作品などの配信に伴う経費（著作権料や字幕作成等）と他社との競争力強化として自社制作の映画やドラマ新規制作費用が含まれている。

米国/カナダは149.3ビリオンドル(1\$: ¥110換算で16兆4230億円)で、対前年度比で16.1%の増加となっている。欧州は32.6ビリオンドル(1\$: ¥110換算で3兆5860億円)で11.8%増、アジアは27.7ビリオンドル(1\$: ¥110換算で3兆470億円)で19.8%増、中南米は5.2ビリオンドル(1\$: ¥110換算で5720億円)で32.9%増、アフリカ・中近東は2.8ビリオンドル(1\$: ¥110換算で3080億円)で46.3%増、オセアニアは0.9ビリオンドル(1\$: ¥110換算で990億円)で32.5%増となっている。

地域別増加率ではアフリカ・中近東地域が46.3%増と突出しており、サウジアラビアでの映画館興行自由化などのメディア規制緩和の動きもあり生活水準の高さもあり中近東地域ではネット配信市場の成長は続きそうである。

圧倒的なコンテンツ調達の市場規模となっている米国・カナダ地域では先行するNETFLIXとAmazon Prime Video、そして猛追するDisney+等の競争激化や、複数のネット配信契約を行っているヘビーユーザーが番組内容で契約解消を行う等のサバイバル状態が始まっており、7月21日付けのロイター通信の報道では、NETFLIXが20日に発表した第3四半期の契約件数増加見通しが市場予想を下回り株価が1.6%下落したことが報道されている。新規契約の増加数は350万件と予想されており、市場予想の550万件を大きく下回り、6月末での契約件数は2億900万件である。米国とカナダ地域では6月末に43万件契約件数が減少しており、映画館再開やいわゆる“お家時間”の減少、そして複数契約家庭での契約絞りこみが影響していると考えられる。

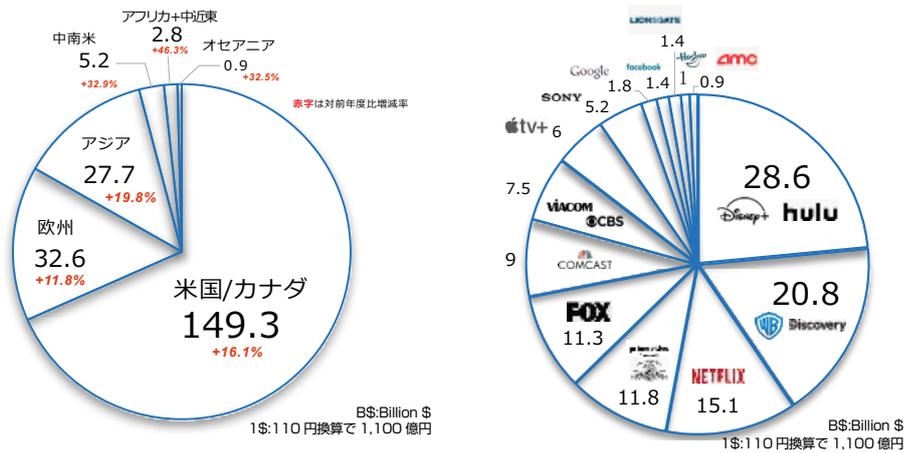


図2 世界の地域別コンテンツ調達費 (B\$)

事業者	調達費 (B\$)
Disney/hulu	28.6
Warner/Discovery	20.8
Netflix	15.1
Amazon/MGM	11.8
Fox	11.3
Comcast	9
Viacom/CBS	7.5
Apple	6
Sony	5.2
Google	1.8
Facebook	1.4
Lionsgate	1.4
Hasbro	1
AMC	0.9

図3 米国主要事業者のコンテンツ調達費 (B\$)

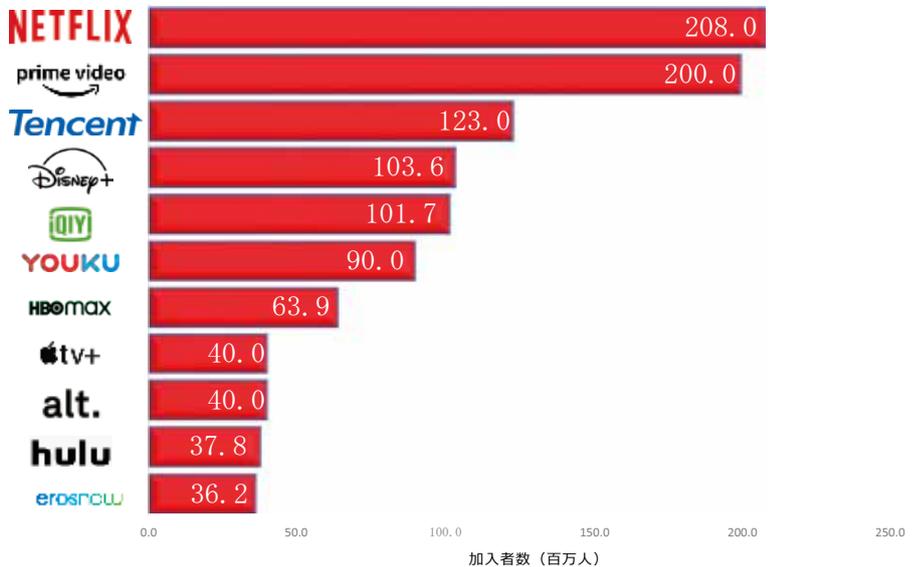


図4 定額視聴サービスの主要提供者

NETFLIXは株主あてに表明した今後の対策として追加費用なしでビデオゲームサービスを提供するとしており、モバイル端末のNETFLIXアプリでのゲーム提供を優先して開始することを表明している。

なお、市場アナリストによるとNETFLIXの市場シェアは2018年の約50%から30.8%にまで低下する見通しであることもロイターが報じている (<https://jp.reuters.com/article/netflix-results-idJPKBN2EQ29S?.....>)

図3は、米国主要事業者のコンテンツ調達費である。Disney・Huluは28.6ビリオンドル(1\$: ¥110換算で3兆1460億円)と突出した調達経費をかけており、第2位はAT&Tの号令一下再編に向けて

動いているWarner・Discoveryで20.8ビリオンドル(1\$: ¥110換算で2兆2880億円)、そしてNetflixは15.1ビリオンドル(1\$: ¥110換算で1兆6610億円)、第4位のアマゾンPrime Video・MGMは11.8ビリオンドル(1\$: ¥110換算で1兆2980億円)と続き、FOXが11.3ビリオンドル(1\$: ¥110換算で1兆2430億円)、Comcastが9ビリオンドル(1\$: ¥110換算で9900億円)、VIACOM・CBSが7.5ビリオンドル、アップルTVが6ビリオンドル、ソニーピクチャーが5.2ビリオンドル、Googleが1.8ビリオンドル、facebook、Lionsgate、Hasbro、AMCと続いている。

NETFLIXはロサンゼルスの子会社

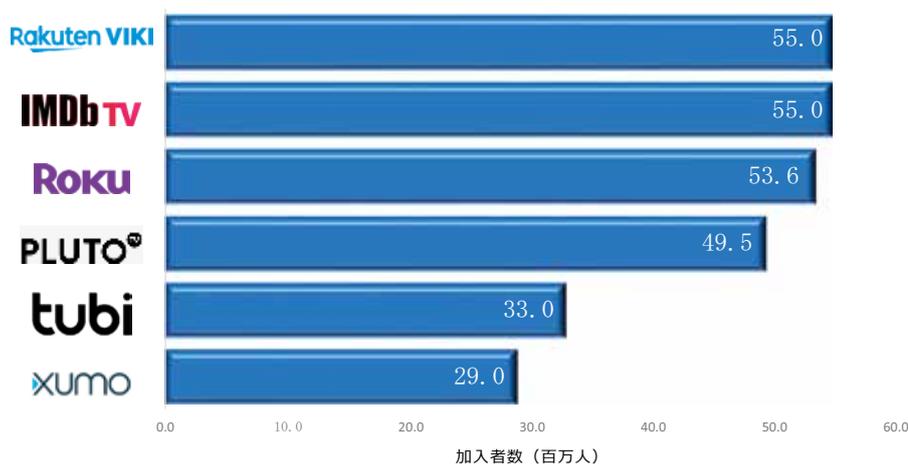


図5 広告付無料視聴サービス主要プロバイダ

大通りに本社を構えているが、同じ敷地内には巨大なテレビ撮影用スタジオのサンセット・ブロンソン・スタジオ（36ステージ）がありフリーランスのクリエイター集団による小回りのきいたコンテンツ制作を行っているが、新作映画の強化などを目的に Lionsgate 等の買収に乗り出す可能性も多いにあると考えている。

図4は定額視聴サービスを行っている主要事業者である。トップはNETFLIXで2億800万件、第2位はアマゾンのprime videoで2億件、そして第3位は中国のネット視聴を牽引するTencentで1億2300万件、猛追中のDisney+が1億360万件、第5位が中国の百度傘下であるiQIYI（アイチイー）が1億170万件、第6位が中国のYoukuで9千万件と続いている。AT&Tの号令一下で再編を進めるワーナーメディアグループのHBOmaxが6390万件で、アップルTVの4千万件は推定値である。

第9位のALT.はインドのムンバイに拠点を置くALT Digital Media Entertainmentが運営するハリウッド映画主体の事業者であり4千万件、そしてDisney傘下のhuluが3,780万件、第11位のErosnowはALT.と同様にインドのムンバイに拠点を置くEros STXエンターテインメントが運営しており3,620万件的加入数である。

図5は広告付きで基本的に無料視聴ができる（料金を支払えば広告が消える）サービスを行っている主要プロバイダーである。Rakuten VIKI（シンガポールを拠点に無料視聴サービスを立ち上げていた企業であるが、2013年9月に楽天に買収され子会社

となっている。）とIMDbTV（アマゾン傘下の映画関連情報サイトIMDbによる無料視聴サービス）が5,500万件的加入件数である。

5,360万件的加入数となっているROKUは低価格のストリーミング端末で急成長した企業であり、ROKUの端末購入によりケーブルテレビを解約する視聴者が続出したことで有名である。現在の第8世代端末では4K出力にも対応しており1,000チャンネル以上のテレビ・ラジオが視聴できる。また、ROKU独自のコンテンツは広告付きで無料視聴できる。

4,950万件的加入数となっているPLUTOは、VIACOM/CBS傘下の無料視聴サービスであり、3,300万件的加入数であるtubiはFOX傘下であり、2,900万件的加入数であるXUMOはComcastの傘下となっている。

図6はネット視聴サービスで重要な位置を占めているドラマシリーズの制作費高騰を示している。2019年のドラマシリーズ平均制作費は\$51.2ミリオンドル（1\$：¥110換算で56億3千2百万円）であったのが、2020年は\$59.6ミリオンドル（1\$：¥110換算で65億5千6百万円）と16.5%増加している。2019年はじめに公開されたアップルTVの“See”：シーズン1は\$17.0ミリオンドルで、スターウォーズの派生作品である“The Mandalorian”（個人的にはジェダイマスターのヨーダの幼少期なのか孫なのかと勝手に推測してベビーヨーダと勝手に呼んでいる）のシーズン1が\$13.8ミリオンドルだったのが2020年春に公開されたシーズン2では\$16.3ミリオンドルに増加し

ている。

2020年に入ると、Disney+は制作費\$25ミリオンドル（1\$：¥110換算で2750億円）の“Wanda Vision”と“The Falcon and the Winter Soldier”を公開し、アマゾンのPrime Videoもシーズン1&2合計の制作費\$23.3ミリオンドル（1\$：¥110換算で2563億円）を投入し、アップルTVも制作費\$22.5ミリオンドル（1\$：¥110換算で2475億）を公開している。

この制作費高騰の流れはネット視聴サービス事業者同士の競争激化や、AT&Tが大幅な事業再編で巻き返しを計るためにHBOmaxとDiscovery+の再編をもくろんでおり、水面下ではストリーミングサービス端末で首位を走っているROKUがパラマウントと連携して新規ストリーミングサービスを展開するのでは等の観測記事が相次いでいる。

さて、映画テレビ業界の大きな変化として制作資金の流れが変わっていることである。ネット配信がコンテンツ業界の主役として確固たる地位を占めてきたことにより、既存の大手スタジオで構成されているMPA（Motion Pictures Association）：Disney、NETFLIX、Paramount、Sony Pictures、Universal、Warner Brothersの6社で構成されるハリウッド映画業界団体の総制作資金が独立系プロダクション（Indies）を大幅に下回ることは過去無かった現象であるが、2020年ではMPAの総制作資金が\$115.1ビリオンドル（1\$：¥110換算で12兆6,610億円）であったのに対して、Indiesには\$144.3ビリオンドル（1\$：¥110換算で15兆8,730億円）と65%対45%と大幅に逆転している。

MPA自体も、巨額の広告宣伝費やマーケティング費用を投入して封切り週の売上に依存する従来の映画興行形態には限界を感じていると言われており、自社が関与するネット配信系へのコンテンツ制作に軸足を移さざるを得ないと言われている。

日本でもNETFLIXが東宝砧撮影所の二つの撮影ステージを長期契約で借り受けて日本国内での映像制作に本腰を入れてきたり、アニメ作品の制作で複数のアニメプロダクションと業務提携するなどのアジア地域や欧州での市場拡大を踏まえた戦略を展開している。

m\$: million \$ 1\$100円換算で1億1千万円

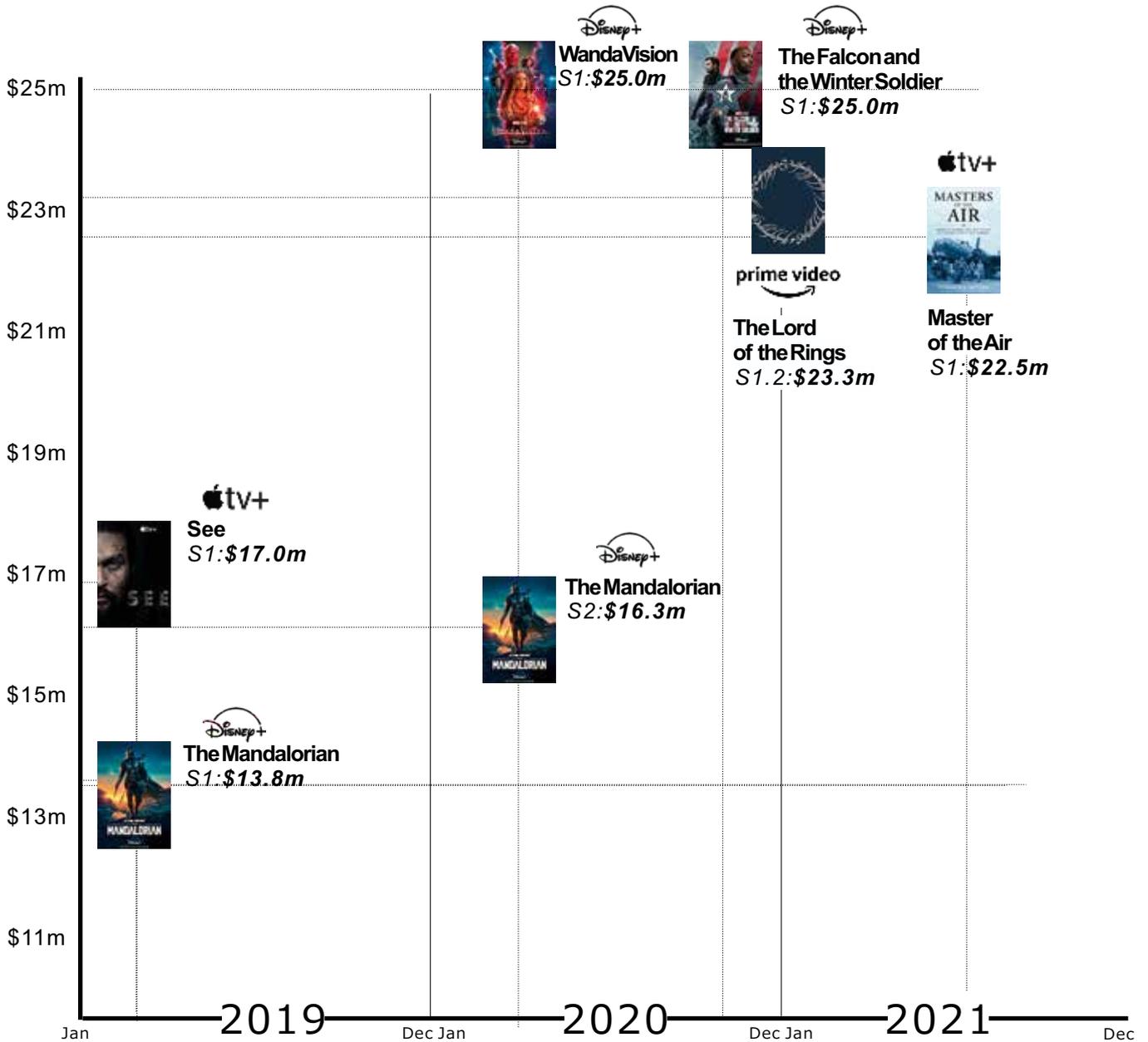


図6 シリーズ作品の製作費 (m\$)

この流れのなかで、ジェームス・ボンドシリーズで知られている MGM をアマゾンが買収したことはハリウッド再編劇の始まりでは注目されている。

図8は巨大企業となったアマゾンの買収による企業成長を、世界を飲み込むブラックホールと見立てた図である。買収金額50億円以上の企業は図9に示しているが、実に27社に及んでいる。

アマゾンの買収戦略は自社の事業部門拡張や強化、そして新規事業参入と明確な企

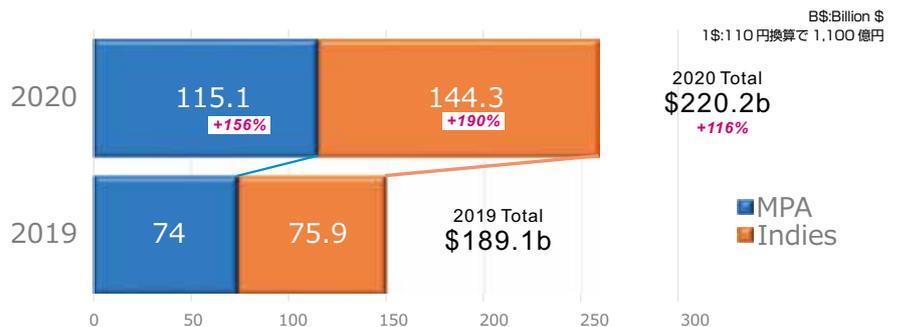
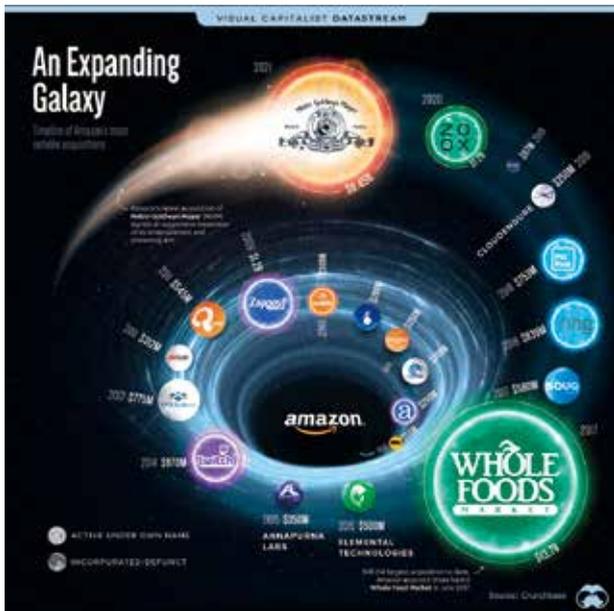


図7 MPA と Indies の総制作費動向 (B\$)



"Amazon's Most Notable Acquisitions to Date"
Published 2 month ago on May 27, 2021 by Carmen Ang
<https://www.visualcapitalist.com/most-notable-amazon-acquisitions/>

図8 アマゾンの拡大戦略

業戦略がある。これまでのネット配信事業参入も2011年1月に買収した英国のLoveFilmの事業基盤を利用しており、クラウドサービスの有力企業やAI技術の先進企業などを戦略的に買収している。

その中でも、ネット購買事業では把握しにくい食料品事業部門の強化を目的として2017年6月に米国最大の食料品スーパーを展開しているWhole Foods Marketを\$13.7ビリオンドル(1\$: ¥110換算で1兆5070億円)で買収したことは話題を呼んだ。食料品スーパーの店頭に並んだ商品の購買動向がリアルタイムで入手できることには底知れぬ価値があるとの判断である。

No.	社名	国名	買収年月日	買収金額(\$)	買収後の社名
1	IMDb	United Kingdom	27-Apr-98	55,000,000	IMDb
2	Junglee	United States	4-Aug-98	250,000,000	
3	PlanetAll	United States	4-Aug-98	280,000,000	
4	LiveBid.com	United States	12-Apr-99	300,000,000	
5	Accept.com	United States	27-Apr-99	101,700,000	
6	Alexa Internet	United States	27-Apr-99	250,000,000	Alexa Internet
7	Joyo.com	China	19-Aug-04	75,000,000	Amazon China
8	Audible	United States	28-Jan-08	300,000,000	Audible
9	Zappos	United States	2-Nov-09	1,200,000,000	Zappos
10	Woot	United States	2-Jul-10	110,000,000	Woot
11	BuyVIP	Spain	4-Oct-10	100,000,000	BuyVIP
12	Quidsi	United States	8-Nov-10	545,000,000	
13	LoveFilm	United Kingdom	20-Jan-11	312,000,000	Amazon Prime Video
14	Kiva Systems	United States	19-Mar-12	775,000,000	Amazon Robotics
15	Twitch Interactive	United States	25-Aug-14	970,000,000	Twitch Interactive
16	Annapurna Labs	Israel	22-Jan-15	350,000,000	Annapurna Labs
17	Elemental Technologies	United States	3-Sep-15	500,000,000	AWS Elemental
18	Whole Foods Market	United States	16-Jun-17	13,700,000,000	Whole Foods Market
19	Souq.com	United Arab Emir	3-Jul-17	580,000,000	Souq.com
20	Body Labs	United States	3-Oct-17	60,000,000	Body Labs
21	Blink Home	United States	Dec-17	90,000,000	Blink Home
22	Ring	United States	27-Feb-18	839,000,000	Ring
23	PillPack	United States	28-Jun-18	753,000,000	PillPack
24	CloudEndure	Israel	10-Jan-19	250,000,000	Amazon Web Services
25	Eero	United States	11-Feb-19	97,000,000	Eero
26	Zoox	United States	26-Jun-20	1,200,000,000	
27	Metro-Goldwyn-Mayer	United States	26-May-21	8,450,000,000	Metro-Goldwyn-Mayer

"List of mergers and acquisitions by Amazon", <https://en.wikipedia.org>

図9 アマゾン買収企業一覧(50億円以上)

そして今年5月に発表したジェームス・ボンドシリーズで有名な老舗スタジオMGMを\$8.45ビリオンドル(1\$: ¥110換算で9295億円)で買収する発表は、Prime Videoの競争力強化に合わせてMGMが保有する映像作品を自由にハンドリングできる利点があり、かつジェームス・ボンドシリーズの派生作品を自由に制作でき、かつ他のスタジオと異なり、MGMはカルバーシティにあった巨大スタジオはとっくに売却済み(半分はコロンビア・ピクチャー: 現ソニーピクチャーに、半分は

高級分譲住宅として売却)であり固定資産の余計な負担が無い利点がある。

アマゾンの次なるコンテンツ事業拡大戦略としてLions Gate等の新規買収に乗り出すのか、はたまたNETFLIXがハリウッドの独立系プロダクションを傘下に収めて自社映画制作能力の強化に進むのかが注目されているところである。

Ichiro Kawakami
デジタル・ルック・ラボ

**ますます多様化するフィールド
で応える柔軟さと確実性**

FB 株式会社
FourBit **フォービット**

〒358-0014
埼玉県入間市宮寺2720
TEL 04-2934-7720
FAX 04-2934-5664
TEL 04-2935-0551(営業部直通)
URL <http://www.fourbit.co.jp>

TX-312 税抜価格¥480,000
プログラマブルタリーマトリックスユニット

接点タリー入力 12系統の条件設定により、接点タリー24系統をプログラマブルに出力可能なタリーマトリックスユニットです。

- 接点タリー入出力のポラリティー(極性etc)を選択可能
- タイムコードによる時間管理とタリー入力条件の併用動作
- タリー入出力の状態表示LED
- タリー出力動作のディレイ時間設定
- アラーム条件設定可能な4系統のアラーム接点出力
- 2重化電源
- 設定メモリ(8メモリ)
- 2台のカスケード動作(カスケード動作時24入力×48出力)