



米ケーブル業界再編とオンライン動画配信サービスの興隆

一般財団法人マルチメディア振興センター（FMMC）

情報通信研究部 研究員 米谷 南海

概要

米国の有料放送市場では、オンライン動画配信サービスが存在感を増しており、ケーブルテレビ離れが進行している。そのような市場環境の変化を受け、ケーブル業界は、オンライン動画配信サービスへ対抗するための競争力強化を目的とした業界再編に乗り出している。2015年以降、複数の大型 M&A が相次いでいるが、特に注目を集めたのが、タイム・ワーナー・ケーブルをめぐって繰り広げられたコムキャストとチャーター・コミュニケーションズによる買収劇である。両案件についての FCC 買収審査の焦点が、有料放送市場ではなくブロードバンド市場における競争環境、特にオンライン動画配信サービスの成長にあることが関心を呼んだ。近年の FCC は、競争政策上、オンライン動画配信サービスの存在を重要視しており、合従連衡を進めるケーブル事業者が勢いを増すオンライン動画配信事業者と競合できるのか、規制政策の方向性を含め、今後の動向が注目される。

1. 米国で進むコード・カッティング

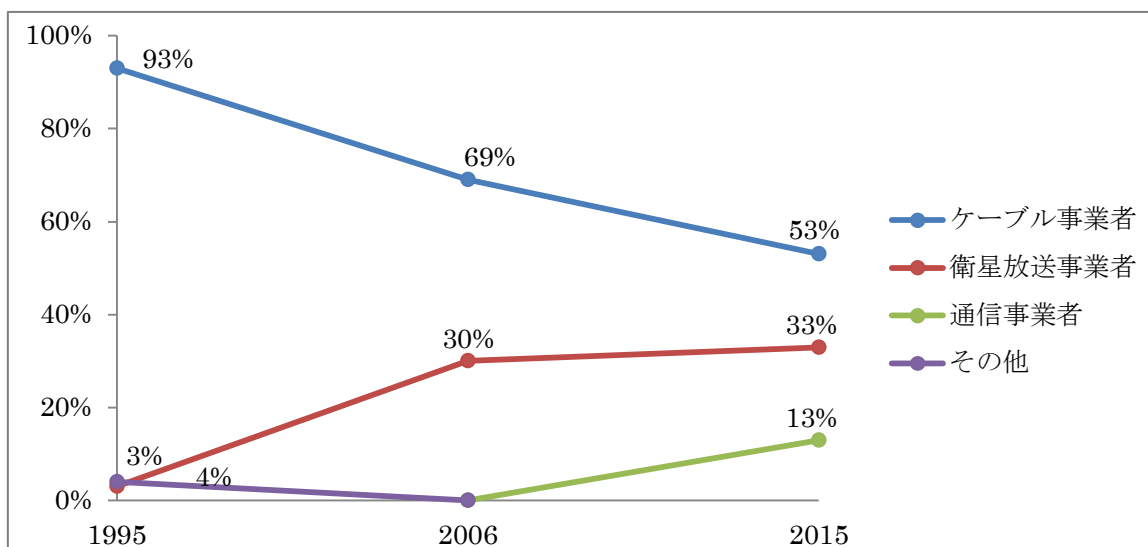
「ケーブルテレビ大国」として知られる米国であるが、衛星放送事業者や通信事業者による放送サービスに視聴者を奪われるなど、近年ケーブルテレビ離れが進んでいる（図表 1 参照）。また、若年世代を中心に、ケーブルテレビの契約を止めて、ネットフリックスや Amazon プライム、Hulu、YouTube といったオンライン動画視聴を選択する「コード・カッティング」と呼ばれる現象も年々加速している（図表 2 参照）。

調査会社 GfK が実施した調査¹によれば、2016 年現在、米国におけるテレビ所有世帯のうち、ケーブルテレビや衛星放送に加入していない世帯が全体の 4 分の 1 を占めており、地上波放送のみを受信する世帯数は全体の 17%と、2015 年の 15%から増加した。また、地上波放送と従来の有料放送サービスの両方を視聴せず、その代わりにオンライン動画を視聴する世帯は全体の 6%を占め、こちらも 2015 年の 4%から増加している。

コード・カッティングの理由としては、「費用削減のため」が 72%と最多で、「十分な価値を見いだせないため」が 50%で次点についている。ただし、「オンラインで視聴できるため」が 2014 年から 12 ポイント増加して 28%を記録し、ケーブルテレビの契約を解消する理由として、存在感を増している。

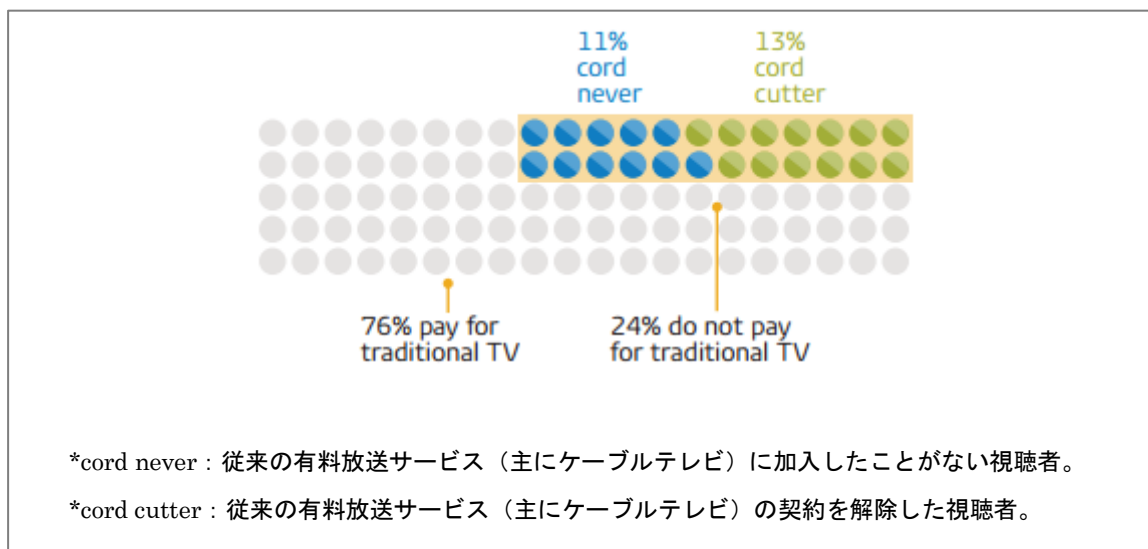
¹ GfK, 13/07/2016, "One-Quarter of US Households Live Without Cable, Satellite TV Reception - New GfK Study" [<http://www.gfk.com/en-us/insights/press-release/one-quarter-of-us-households-live-without-cable-satellite-tv-reception-new-gfk-study/>]（最終閲覧日：2016/08/08）

図表 1.有料放送市場シェアの推移



出典: National Cable Telecommunications Association, “Then & Now: Pay TV Competition”を元に筆者作成。
 [https://www.ncta.com/industry-data] (最終閲覧日: 2016/08/08)

図表 2.コード・カッティングの現状 (2016年)



出典: GfK, “2016 Ownership and Trend Report”,
 [https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/US/documents/HTM_Ownrshp_Trnd_Rprt_2016_infographic.pdf] (最終閲覧日: 2016/08/08)

2. ケーブル業界の再編活発化

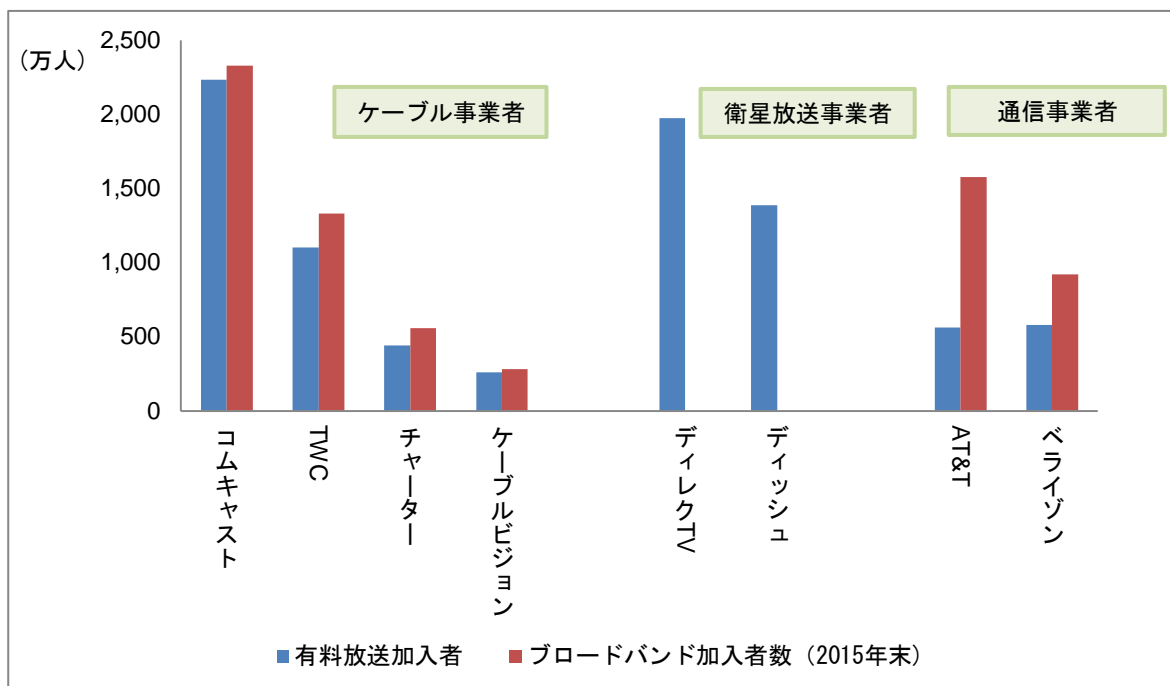
有料放送市場の変化を受け、米国のケーブル業界では業界再編が活発化している（図表 3 参照）。米国では 1990 年代にもメディア業界の再編が行われ、いくつかのメディアコングロマリットが形成されたが、当時の M&A の動きがコンテンツ事業者との垂直統合や規模の経済性を追求するための水平統合であったのに対し、今回の業界再編は、オンライン動画配信サービスに対抗するための競争力強化を目的としている。

2015 年以降、欧州通信事業大手アルティスによる米中堅ケーブル事業者のサドンリンク・コミュニケーションズ及びケーブルビジョン・システムズの買収²や、米ケーブル最大手のコムキャストによる映画製作会社ドリームワークス・アニメーションの買収³等、大型の M&A が相次いでいる。そのなかでも特に注目を集めたのがタイム・ワーナー・ケーブル（TWC、米ケーブル 2 位）をめぐって繰り広げられたコムキャストとチャーター・コミュニケーションズ（米ケーブル 3 位）による買収劇である。最終的に、コムキャストによる TWC の買収は FCC と司法省の承認を得られず失敗に終わったが、チャーターが FCC による条件付き承認を得て、2016 年 5 月に TWC と米中堅ケーブル事業者であるブライトハウス・ネットワークスを同時買収した。その際、FCC が両案件について実施した買収審査の焦点が有料放送市場ではなくブロードバンド市場における競争環境、特にオンライン動画配信サービスの成長にあることが関心を呼んだ。

² アルティスは、2015 年 12 月にサドンリンク・コミュニケーションズの株式の 70%を 91 億ドルで買収し、2016 年 6 月にケーブルビジョン・システムズを約 100 億ドルで買収した。これにより、サドンリンクとケーブルビジョンを統合した新会社「アルティス USA」が誕生した。

³ 2016 年 4 月、コムキャストはドリームワークス・アニメーションをおよそ 38 億ドルで買収することで合意したと発表した。司法省と連邦取引委員会は、反トラスト調査を実施し、同買収に異議がなく、条件を課す理由もないとの判断を下したため、同買収は 2016 年末までに完了する見込みとなった。コムキャストは、「Despicable Me」「Minions」といったヒット映画を送り出したユニバーサル・ピクチャーズを傘下に置くが、同分野では比較的小さな存在に留まっている。しかし、コムキャストは人気作品を基にした商品開発やテーマパーク事業を展開するというウォルト・ディズニーの戦略を積極的に模倣する姿勢を打ち出しており、「Shrek」「Kung Fu Panda」「Madagascar」等を制作したドリームワークス・アニメーションの買収が完了した場合、この方針がさらに加速すると考えられる。

図表 3. 有料放送・ブロードバンド加入者数（主要事業者別・2015 年末）



出典：Leichtman Research Group, 10/03/2016, “Major Pay-TV Providers Lost About 385,000 Subscribers in 2015”及び Leichtman Research Group, 11/03/2016, “3.1 Million Added Broadband from Top Providers in 2015”を元に筆者作成 [http://www.leichtmanresearch.com/press/]（最終閲覧日：2016/08/08）

3. TWC買収の経緯とFCC審査の焦点

TWC を巡る買収劇の始まりは 2013 年に遡る。2013 年 11 月、チャーターは約 600 億ドルの買収額を提示し TWC の買収に乗り出したが、買収額に満足しなかった TWC は価格の上積み求めた。その後、チャーターはコムキャストとの共同買収を提案したが、2014 年 2 月、コムキャストが 452 億ドルでの TWC 単独買収を発表し、TWC はコムキャスト提案を選択した。コムキャストの買収額はチャーターの提示額よりも低かったが、チャーターが LBO (Leveraged buyout) 方式⁴を採用するのに対し、コムキャスト提案が全額株式交換方式であったため、TWC は債務懸念のないコムキャスト提案を飲んだのである。

しかし、ケーブル業界トップ 2 社の合併に対し、市民団体や規制当局の間では市場独占への懸念が広がった。3 月 17 日付ロイター記事⁵によれば、FCC や司法省、米国市民のコムキャスト買収案件に対する慎重さは、同時期の最大手通信事業者 AT&T と衛星事業者ディレク TV の

⁴ LBO とは、企業買収手段の 1 つで、買収対象企業の資産及び将来キャッシュフローを担保にして買収資金を調達し、買収を行うものである。そのため、買収された会社は債務を抱え込むこととなる。

⁵ Reuters, 17/03/2015, “AT&T-DirectTV merger escapes heat as all eyes on Comcast” [http://www.reuters.com/article/us-at-t-directtv-idUSKBNOMD25Y20150317]（最終閲覧日：2016/08/08）

買収案件と比較にならないものだったという。FCC へ提出された買収反対懇願書の数も AT&T 案件の 5 に対しコムキャスト案件は 20、寄せられた意見の数も AT&T 案件の 14,000 に対しコムキャスト案件は 88,000、買収賛成者／反対者と FCC とのミーティングの数も AT&T 案件の 70 回に対しコムキャスト案件は 300 回であった。両買収案件の買収額や有料放送市場における支配力に大きな差がないにもかかわらず、コムキャスト案件がより問題視された理由は、そのインターネット市場における支配力にあった。買収審査を進めた FCC は、全米最大のブロードバンド加入者と有料放送加入者を持つ新会社が誕生することで、オンライン動画配信サービス市場の競争が阻害される可能性があるとして指摘し、司法省もブロードバンド接続に依拠するオンライン・サービスの障害となる可能性があるとして、同案件に対し、正式に難色を示した⁶。2015 年 4 月 24 日、コムキャストは政府承認が得られないとして TWC 買収を断念した。

その後、FCC の承認を経て、2016 年 5 月にチャーターが TWC とブライトハウスの 2 社同時買収を完了し、TWC 買収劇は終息を見せた。これにより、米国において有料放送業界第 3 位、ブロードバンド業界第 2 位の新会社（新チャーター）が誕生したが、FCC の承認には、オンライン動画配信市場の競争に対する不当な障害を取り除くための複数の条件が課された。

第一の条件は、従量制料金の禁止である。買収完了日から 7 年間、一般向け固定ブロードバンド・サービスについて、データ上限を設けたり、利用データ量に応じた料金設定を導入することが禁止された。現在、他にこうした制限を受けている ISP はない。第二の条件は、オンライン動画配信事業者との無料ピアリングである。従来、インターネットの相互接続条件は、ISP とオンライン動画配信事業者等による当事者間の交渉で決定されていたが、FCC が提示した新たな条件により、新チャーターはオンライン動画配信事業者に相互接続費用を課することが出来なくなった。なお、FCC が通信大手 AT&T による衛星放送大手ディレク TV の買収を承認した際には、相互接続費用に関する条件は課されなかった。第三の条件は、新チャーターと番組供給事業者の間で、番組提供事業者によるオンライン動画配信事業者へのコンテンツ提供を制限するような契約を締結しないことがある。同条件の背景には、新チャーターが映像コンテンツの調達プロセスに影響を及ぼし、オンライン動画配信事業者のコンテンツ取得に対する障害となることを防ぎたい FCC の思惑がある。第四の条件は、住宅向け高速ブロードバンドを新たに 200 万世帯に提供し、そのうち 100 万世帯は競合サービスが存在するエリアで行うことや、低所得者向けの低廉なブロードバンド・サービスの提供することがある。なお、オンライン動画配信事業者や消費者擁護団体、一部 FCC 委員からは、これらの条件が市場競争を保護するには不十分だとする意見も上がっている⁷。

以上のように、FCC は、コムキャストとチャーターによる TWC 買収案件を、ケーブル事業者の合併というよりもブロードバンド事業者の統合として評価した。したがって、FCC の買収審査において重要視されたのも、有料放送市場ではなく、ブロードバンド市場における競争環

⁶ The Wall Street Journal, 24/04/2015, “Comcast Kills Time Warner Cable Deal” [http://www.wsj.com/articles/comcast-kills-time-warner-cable-deal-1429878881] (最終閲覧日: 2016/08/08)

⁷ New York Times, 25/04/2016, “Regulators Approve Charter Communications Deal for Time Warner Cable” [http://www.wsj.com/articles/regulators-recommend-approval-of-charter-time-warner-cable-deal-1461611989] (最終閲覧日: 2016/08/08)

境であった。さらに、チャーター案件に対する承認条件の多くは、オンライン動画配信事業者に対する影響を鑑みて設定されたものであり、FCCが競争政策上、オンライン動画配信サービスの存在を重要視していることが伺える。合従連衡を進めるケーブルテレビ事業者は勢いを増すオンライン動画配信事業者と競合できるのか、規制政策の方向性を含め、今後の動向が注目される。