

映像ソフト市場規模 及びユーザー動向調査 2017

本調査は「ビデオソフト市場(DVDとブルーレイのセル及びレンタル)」と、ユーザーがコンテンツに対して対価を払うことで視聴する「有料動画配信市場」を、「映像ソフト市場」として定義した上で、その市場規模とユーザーの利用動向について、ユーザーに対するアンケートを基に調査したものである。本広報資料は、その結果報告から抜粋し構成したものである。

2018年5月

一般社団法人 日本映像ソフト協会
デジタル・エンターテインメント・グループ・ジャパン
株式会社 文化科学研究所

調査概要

(1) 調査対象

全国に居住する満 16 歳～69 歳の男女で、インターネット利用者。(性年代別・都道府県別構成比を住民基本台帳に基づいて割り付けたインターネット利用者を対象に調査を実施し、その回収標本に対する補正を ACR/Ex 調査結果((株)ビデオリサーチを用いて実施した。補正の詳細は次頁を参照。)2013 年度から開始した有料動画配信利用者のみを対象としたオプション調査(以下「有料動画配信調査」)も同様の調査設計で行った。

(2) 調査実施 2018 年 1 月

(3) 調査対象期間 2017 年 1 月～12 月

(4) 調査方法 インターネットによる調査

(5) 回収サンプル構成

(a)一般調査 :1,500 サンプル

(b)有料動画配信調査 :300 サンプル

(6) 調査機関 企画分析 :株式会社文化科学研究所 / 調査実施 :株式会社ビデオリサーチ

(7) 有料動画配信サービスについて

2015年から、上記有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOWやスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約無しでみられる見放題のVOD や、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題のVOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題のVODの視聴を含む。

＝有料の動画配信サービスに含まれる主な例＝

定額見放題(毎月定額で支払うと、その契約で提供されている映像作品が見放題になる)

→Hulu、Netflix、DAZN など。Amazon プライム会員でビデオを利用している場合も含む。

都度課金(一作品ずつ決められたお金またはポイントを支払い、決められた期間のみ視聴できる)

→NHK オンデマンド等のテレビ局の動画配信、ケーブルテレビの動画配信など。定額課金と組合せで提供されている場合もある。

購入(一作品ずつお金またはポイントで支払い、無期限で視聴できる)

→iTunes、PlayStation Video、Google Play など。定額課金、都度課金と組合せで提供されている場合もある。

※プレゼントポイントやクーポン、プロモーションコードで支払った視聴は含まない。

※ニコニコ動画で無料配信番組だけを視聴している場合及びプレミアム会員のために会費を支払い、見た場合は含まない(有料チャンネルでポイント支払いをしている場合は含む)。

※AbemaTV、GYAO!で無料配信番組だけを視聴している場合は含まない。

※現在、無料体験中の方、また、一話目無料のみの視聴は含まない。

＝有料放送の VOD(ビデオ・オン・デマンド)サービスに含まれる主な例＝

※「J:COM オンデマンド」「ITSCOM オンデマンド」など CATV 局が提供している VOD サービス

※「WOWOW メンバーズオンデマンド」「スカパー！オンデマンド」など有料放送契約者限定のサービス

※ひかり TV ベーシック見放題 など

(8) 集計データの補正

本調査は 16 歳～69 歳のインターネット利用者を対象として実施したため、同世代の一般個人におけるデータとして推計するために、以下の方法による補正を行った。補正データとして、「ACR/ex 調査」を用いる。「ACR/ex 調査」の対象者全体が一般の市場全体を代表しているとみなして、性年齢別にウエイト値を求め、データの補正を行った。

※「ACR 調査(AUDIENCE AND CONSUMER REPORT)」とは、(株)ビデオリサーチが毎年実施している、媒体接触と消費行動に関するシングルソース調査。全国主要 7 地区 10,700 人(12 歳から 69 歳の男女)を対象とした日本最大級の消費者調査である。今回の調査では 2017 年 4-6 月調査の全国主要 7 地区の人口ウエイト補正付データ(N=47,844)を使用した。

<調査結果の概要>

1. 映像ソフト市場規模は、前年比 99.1%の 5,213 億円とほぼ横ばい。

2013年度より推計している映像ソフト市場(セル市場+レンタル市場+有料動画配信市場)の総計は5,213億円、前年比99.1%となり、全体としては16年からほぼ横這いという結果になった。

そのうちビデオソフト(DVDとBD)のみの市場規模は、3,703億円(前年比92.5%)。セル市場は2,044億円(前年比94.2%)、レンタル市場は1,659億円(前年比90.6%)の推計となっている。有料動画配信市場の推計値は1,510億円(同120.2%)となった。

2. 有料で映像ソフトを利用する人「有料コンテンツ利用者率」は、4割強。

2017年1年間に、購入、レンタル利用および有料動画配信サービスのいずれかを利用した「有料コンテンツ利用者率」は、全体で41.7%となった。ビデオソフトの購入率(セルユーザーの率)は17.1%、レンタル利用率(レンタルユーザーの率)は26.8%、有料動画配信サービスの利用率(有料動画配信ユーザーの率)は13.9%となった。

一人当たりの年間平均消費金額は、ビデオソフト購入が17,456円、レンタルが3,336円、有料動画配信サービス利用が13,309円となった。

3. 過去5年間では、セルユーザーは横ばい、レンタルユーザーは22%の減、有料配信ユーザーは約4倍の伸長。

5年前の2013年を100とすると、セルユーザーは5.3%と若干の上昇を見せており、長期的な衰退の傾向は見られず、基本的には横ばいの状況と評価できる。一方、レンタルについては、22.4%の減となっており、低落傾向が否定できない。これに対し、有料動画配信ユーザーは、3.8倍の伸びを示しており、堅調である。(*1)

(*1)・2013年の一般調査における利用率を採用、他年度と比較できるようにサンプル数を1,200から1,500に補正)

4. 有料動画配信サービスの利用率では、SVODが83.8%で最も高く、TVODは25.4%、ESTは10.4%。

時系列ではSVODが若干低下、TVODはやや復調、ESTは連続的に低下している。サービスの利用の重なりをみると、SVOD単独が68.8%と最も多く、ついでTVOD単独の12.3%、SVODとTVODの双方の8.6%、SVODとEST双方の3.6%、全て利用の2.9%となる。

5. ビデオソフトのセルは、ヘビーユーザーを中心に市場を支えている構造は変わらない。

セル市場においては、全体の3.2%しかいないヘビーユーザー(年間3万円以上購入/平均金額51,898円)層が、セル市場の購入金額全体の6割近く(55.5%)のシェアを占めている。この傾向自体は調査開始以来変わらないが、セルヘビーユーザーの割合が、この5年間で、僅かながらではあるが回復してきており、その点が注目される。

6. レンタルは、利用率、平均利用枚数、金額の減少が続く。若年層でライトユーザーが拡大。

平均利用枚数、年間のレンタル金額も長期低落となっている(過去4年で枚数は29.9%減の15.8枚、年間のレンタル金額は15.2%減の3,336円)。ただし、1枚当たりの単価については上昇を続けており、過去4年で21.0%増となる210.7円となっている。10代、20代のユーザー構成比が増加したが、平均利用枚数や利用金額については、男女とも、60代以上が最も高いという結果となった。

7. 4K対応テレビの所有率は6.2%。2015年から倍以上の普及に。

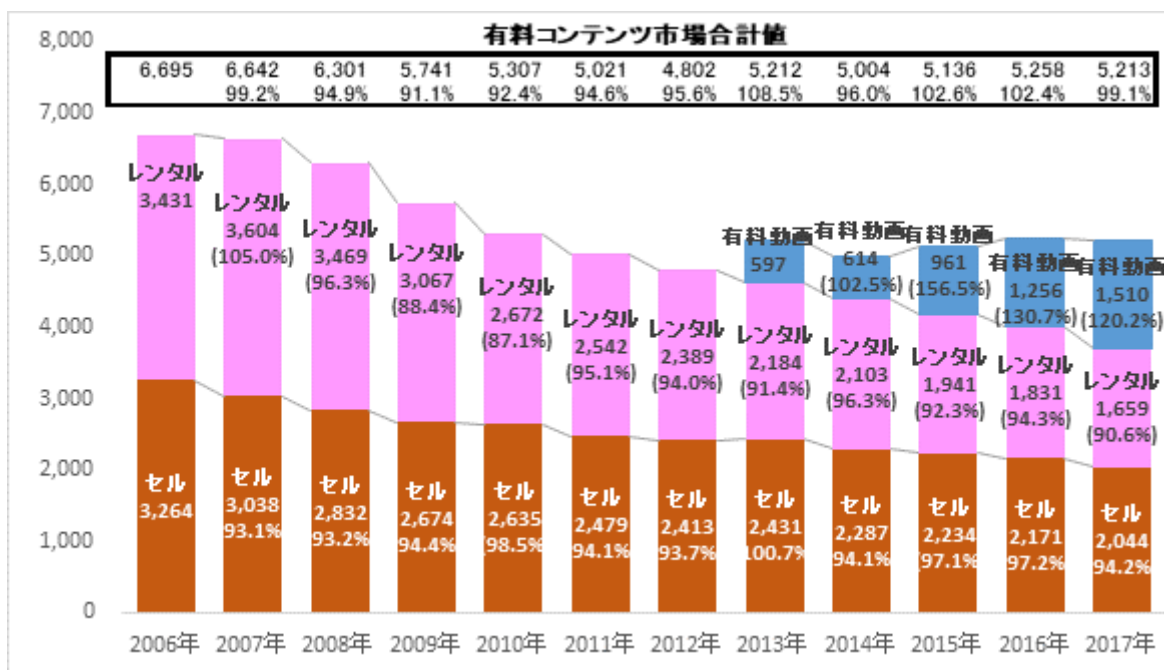
4Kテレビについては、2015年の3.0%から6.2%へと所有率が倍増。2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向け、高いポテンシャルを感じられる状況となった。

1. 映像ソフトの市場規模

2013年度より推計している映像ソフト市場(セル市場+レンタル市場+有料動画配信市場)の総計は5,213億円、前年比99.1%となり、全体としては16年からほぼ横這いという結果になった。

そのうちビデオソフト(DVDとBD)のみの市場規模は、3,703億円(前年比92.5%)。セル市場は2,044億円(前年比94.2%)、レンタル市場は1,659億円(前年比90.6%)の推計となっている。有料動画配信市場の推計値は1,510億円(同120.2%)となった。

図表 1：市場規模の推移



※参考:2017年のセル市場とレンタル市場の合算値は3,703億円(昨年比92.5%)

※2013年から有料動画配信サービスの市場推計値を算出。これまでのビデオソフトの市場規模の推移に追記した。

※上記有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOWやスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約無しでみられる見放題のVODや、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題のVOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題のVODの視聴を含む。

※なお、市場規模算出に当たっては、購入、レンタル、有料動画配信を利用したと回答した人のそれぞれのサービスの利用料金を基に推計している。

2. ビデオソフトの購入とレンタル、有料動画配信の利用比較

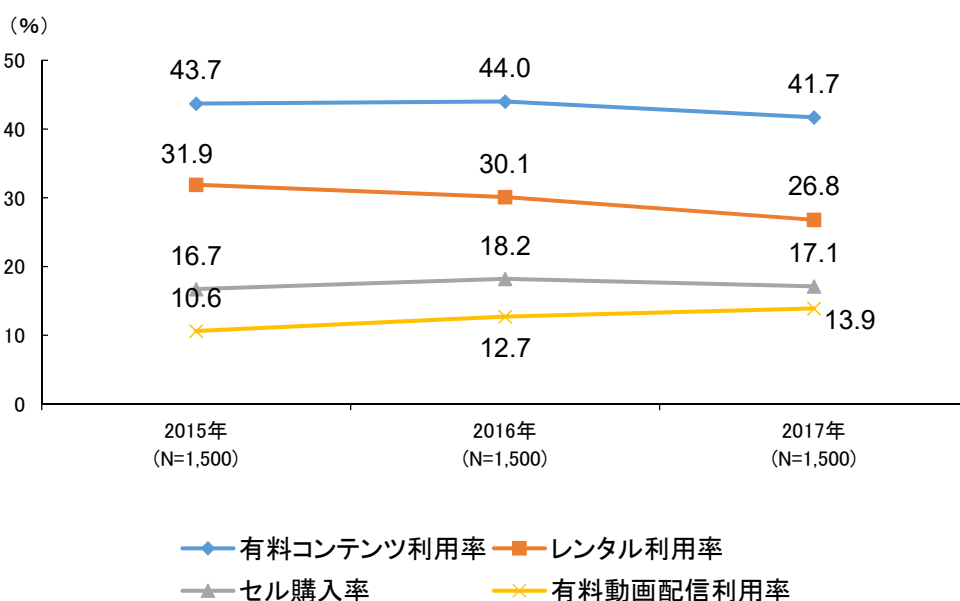
2017年1年間に、購入、レンタル利用および有料動画配信サービスのいずれかを利用した「有料コンテンツ利用者」は41.7%となっており、2016年の44.0%から2.3%の減少となっている。

内訳をみると、レンタル利用率が16年の30.1%から26.8%へと3.3%の減少となっていることが目立つ。これに対し、セル購入率は、18.2%から17.1%と1.1%の微減、有料動画配信利用率は12.7%から13.9%へ1.2%の増加となっている。

各サービスでの購入・利用者一人当たりの年間平均消費金額は、ビデオソフトの購入が17,456円と最も高く、次に有料動画配信サービス利用の13,039円、ビデオレンタルの利用金額の3,336円の順となった。ビデオソフトの購入額、ビデオレンタルの利用金額はここ3年減少傾向にあるが、有料動画配信サービスの利用金額は、2016年より上昇している。

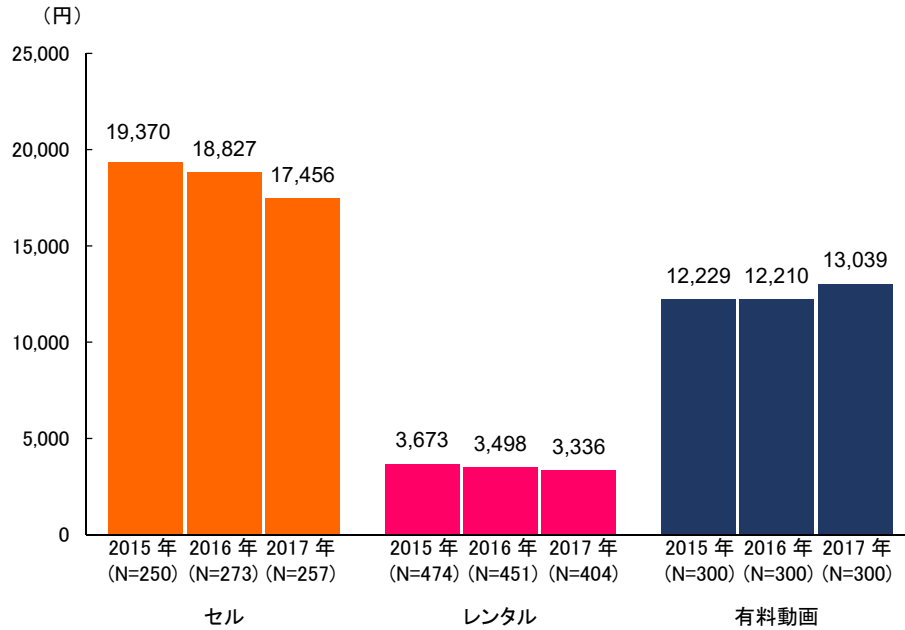
年間の平均枚数については、ビデオソフト購入枚数4.0枚、ビデオレンタル利用枚数15.8枚、有料動画配信利用枚数39.5枚となっており、ビデオソフト購入枚数のみが横ばいで、後は減少傾向にある。

図表 2-1：ビデオソフトの購入・レンタル、有料動画配信利用率の推移

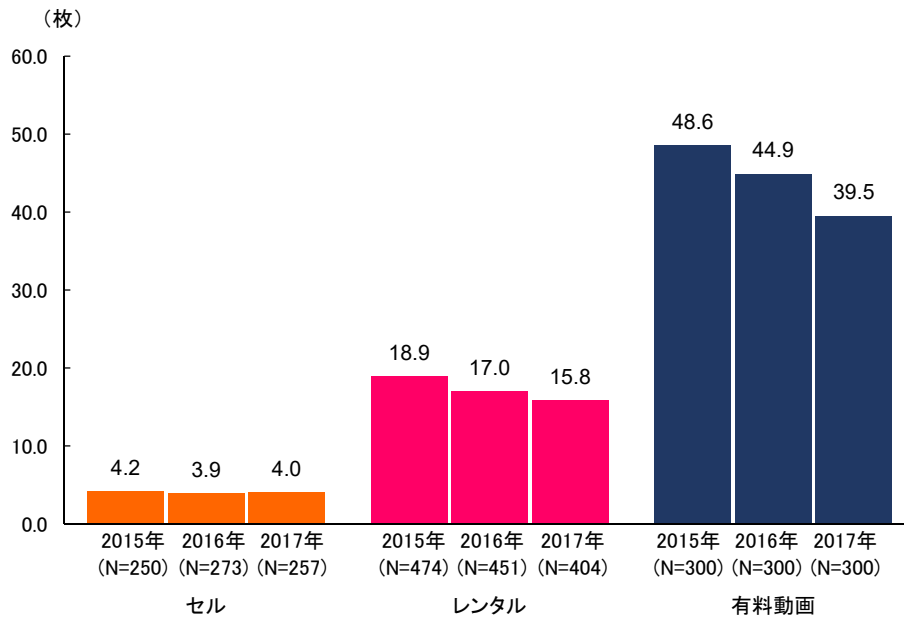


- ・ 有料コンテンツ利用者とは、1年間に新品のパッケージビデオソフトを1枚以上購入した、またはパッケージビデオソフトを1枚以上レンタルした、または有料動画配信サービスを利用した人
- ・ セル購入者とは、1年間に新品のパッケージビデオソフトを1枚以上購入した人
- ・ レンタル利用者とは、1年間にパッケージビデオソフトを1枚以上レンタルした人
- ・ 有料動画利用者とは、1年間に、有料動画配信サービスを利用した人

図表 2-2 : ビデオソフトの購入・レンタル、有料動画配信利用の平均利用金額の推移



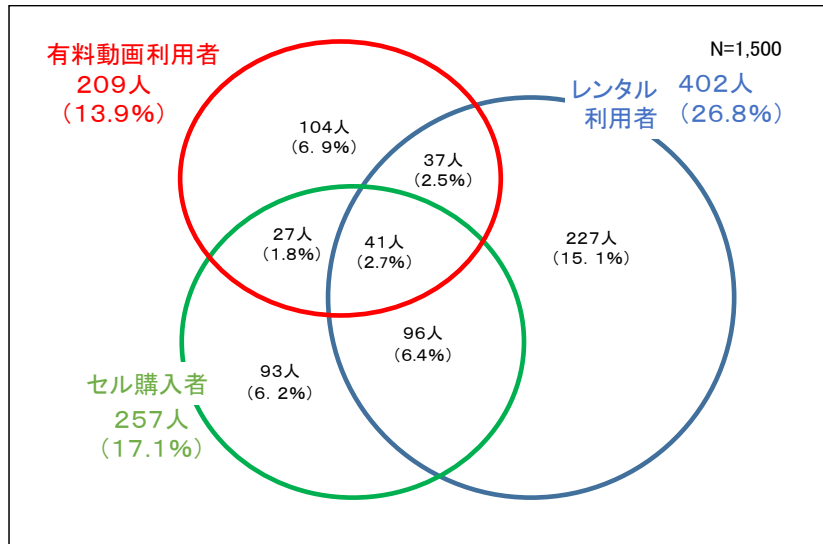
図表 2-3 : ビデオソフトの購入・レンタル、有料動画配信利用の平均利用枚数の推移



3. ビデオソフトの購入とレンタル、有料動画配信サービス利用者の分布状況

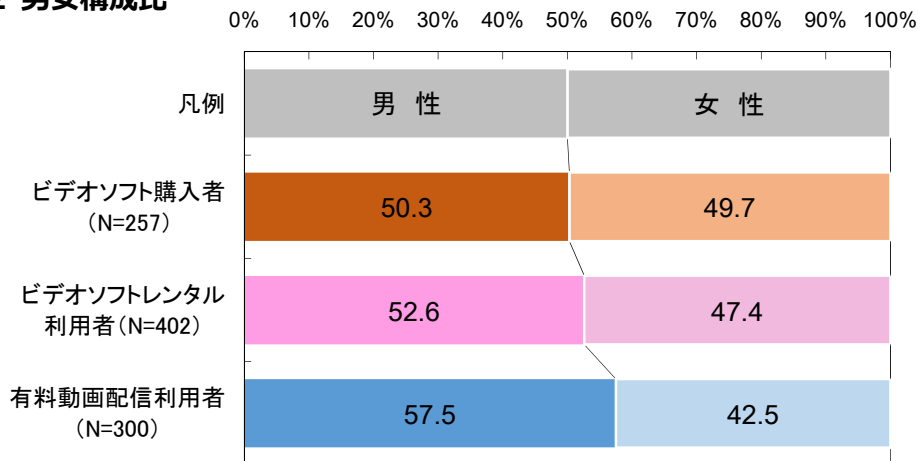
ビデオソフトの購入率は17.1%、レンタルの利用率は26.8%、有料動画配信サービスの利用率は13.9%。有料動画利用者の半分弱、セル購入者の3分の2弱、レンタル利用者の4割程度が、他の有料コンテンツを利用している。また、3 サービス利用者が全体の2.7%を占めている。

図表 3-1：有料コンテンツ利用者の分布状況について（2017年）

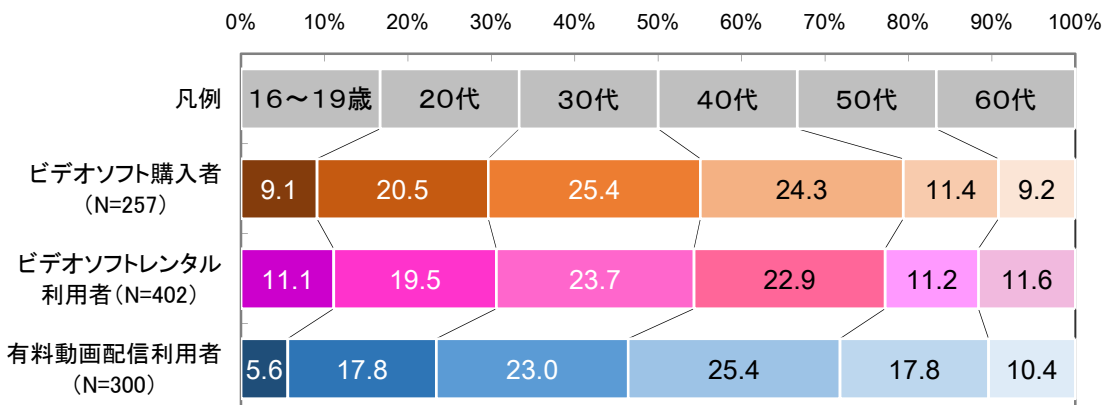


※人数の数値については補正の上四捨五入で実数値にしているため、重なり的人数合計とサービス利用者の数字があわないことがある。

図表 3-2 男女構成比

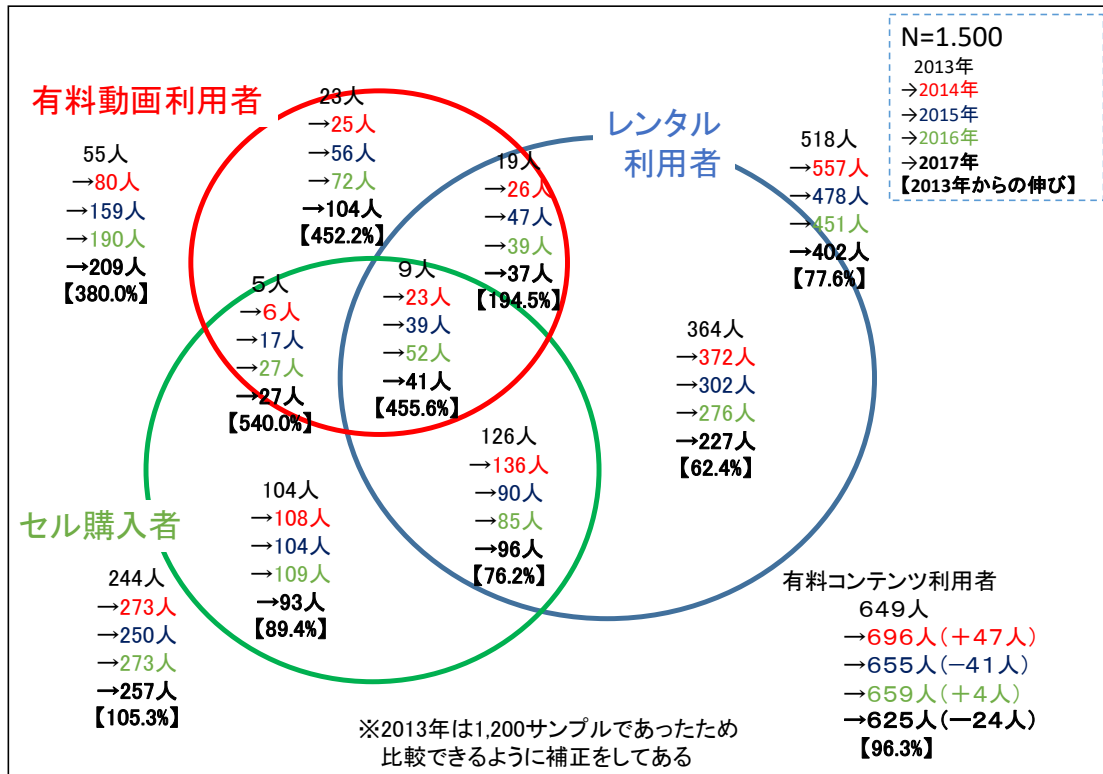


図表 3-3 年齢構成比



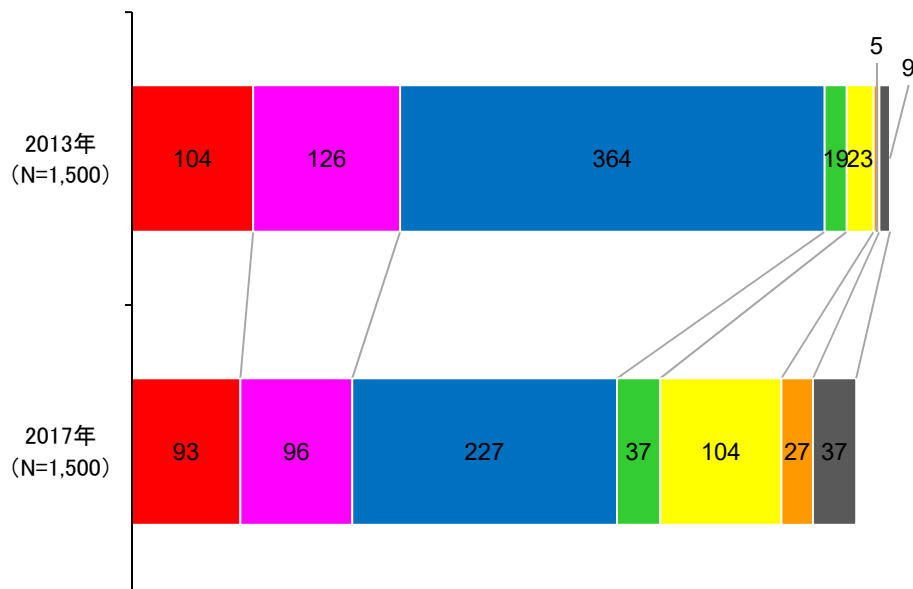
有料コンテンツ利用者は、年毎に増減があるが、過去5年間では96.3%と微減に止まっている。ただし、各分野ごとには大きな消長があり、レンタル利用者が77.6%と大幅減になっている一方で、セル購入者は105.3%と若干の増加、有料動画利用者は380.0%とほぼ4倍となっている(レンタル利用者の減少を、有料動画の利用者増で補った結果、過去5年については、全体のユーザー数の減少が抑えられている状況となっている)。

図表 3-4 : 有料コンテンツ利用者の分布状況について (5年比較)



図表 3-5 : 有料コンテンツの利用増減推移 (5年比)

購入のみ	購入+レンタル	レンタルのみ	レンタル+有料動画	有料動画のみ	購入+有料動画	3サービスフル
104	126	364	1923	5	9	
93	96	227	37	104	27	37

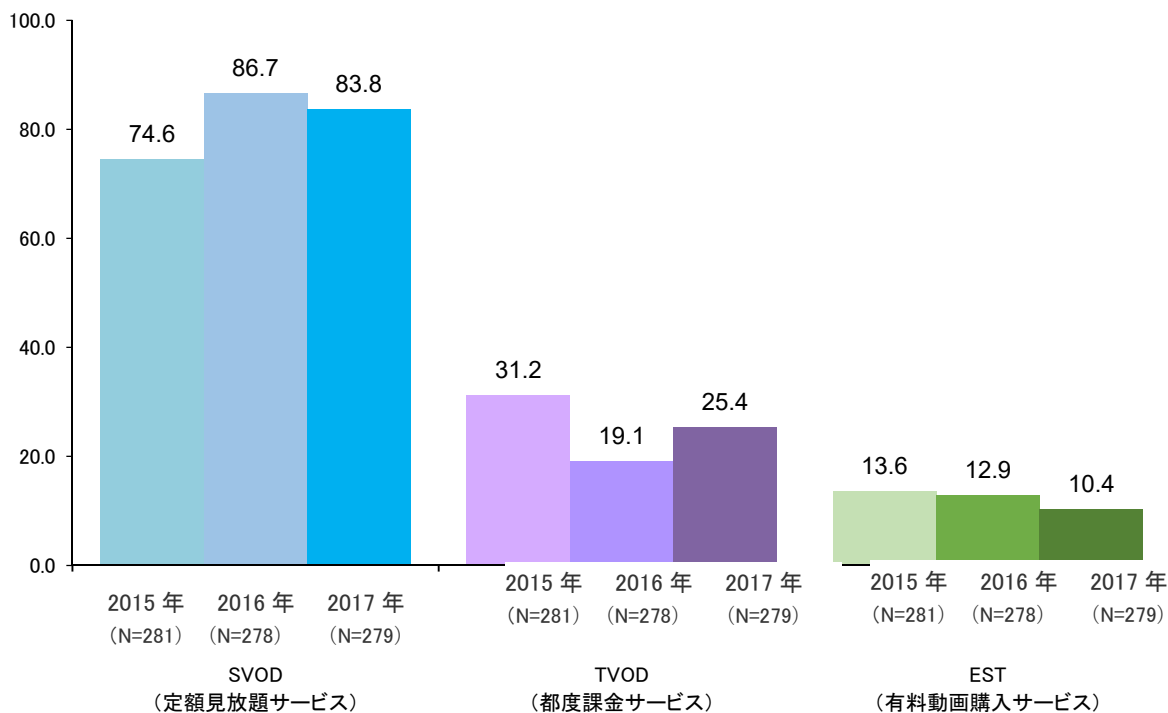


4. 有料動画配信サービス別の利用状況

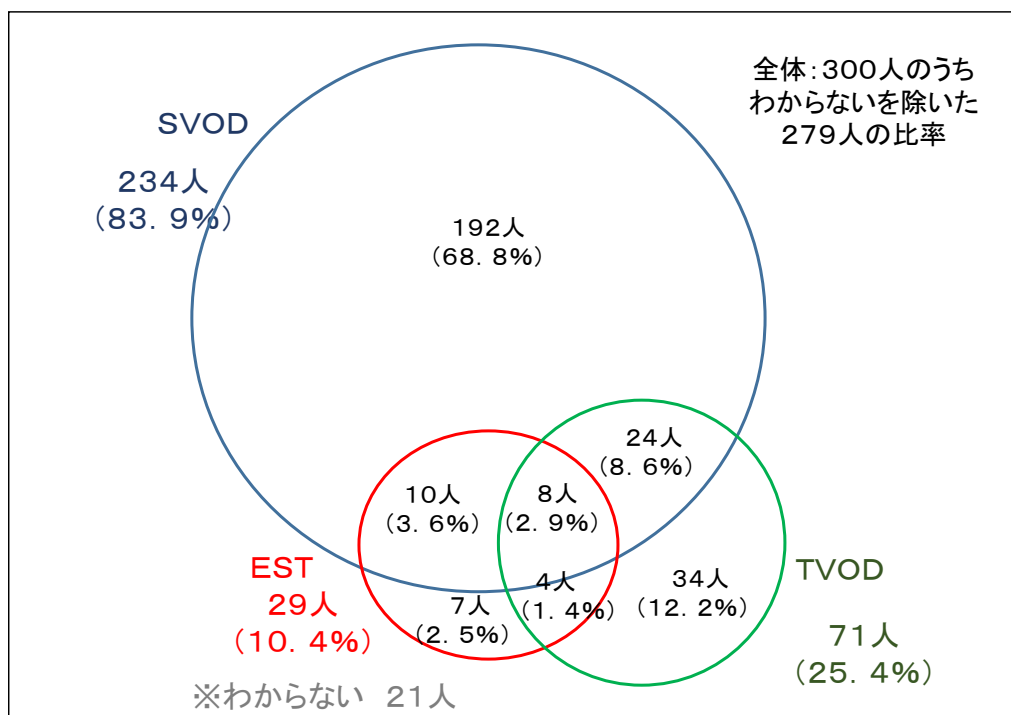
有料動画配信サービス利用者における各サービス利用率は、SVOD が 83.8% で最も高く、TVOD は 25.4%、EST は 10.4% となっている(わからないを除く)。時系列では SVOD が若干低下、TVDO はやや復調、EST は連続的に低下している。

各サービスの利用の重なりをみると、SVOD 単独が 68.8% と最も多く、ついで TVOD 単独の 12.3%、SVOD と TVOD の双方の 8.6%、SVOD と EST 双方の 3.6%、全て利用の 2.9% となる。

図表 4-1：有料動画配信サービス別利用率の推移



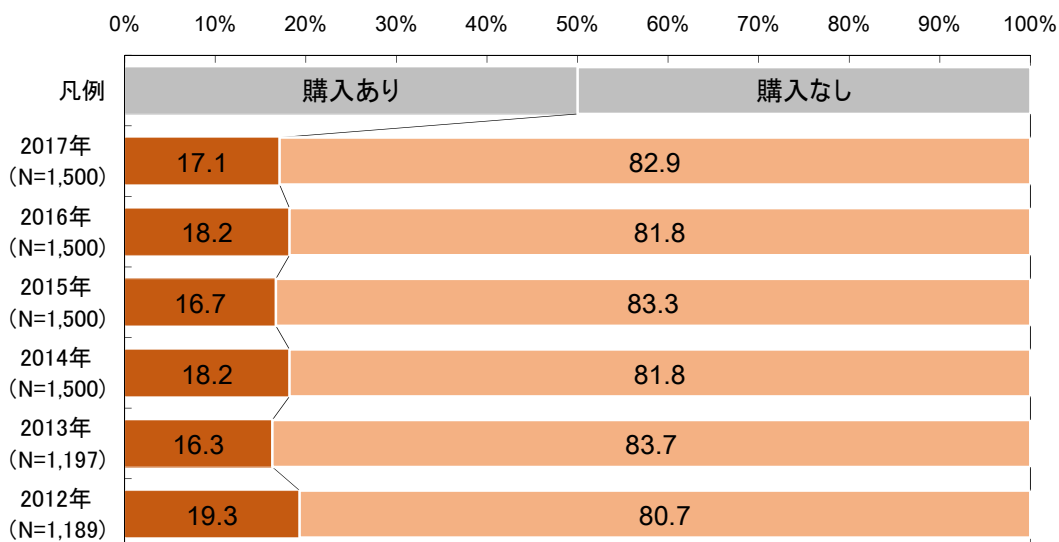
図表 4-2：有料動画配信サービス毎の利用分布 (2017年)



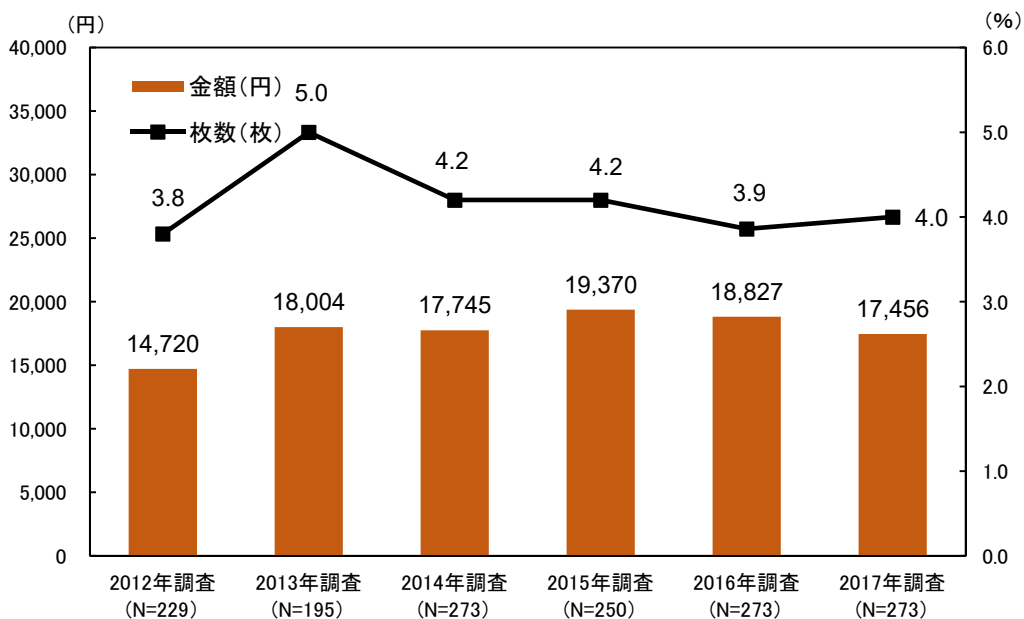
5. ビデオソフトの購入状況

2017年のビデオソフトの購入率は17.1%と2016年水準を下回ったが、長期的には概ね横ばいの傾向となっている。購入枚数は4.0枚となっており、2016年を若干上回ったが、平均購入金額は17,456円で、2014年の水準となっている。

図表 5-1 : ビデオソフト (DVD&BD) の購入率の推移



図表 5-2 : ビデオソフト (DVD&BD) の購入枚数と金額の推移



性年齢別の購入率をみると、男性では20代、女性では10代の購入率が高い。枚数・金額では、男性では50代と60代、女性では10代が多くなっている。

図表 5-3 : 年代別の購入率・平均枚数・平均金額

		購入率 (%)		平均枚数 (枚)		平均金額 (円)	
合計		N=1,500	17.1%	N=257	4.0	17456.0	
男性	計	N=755	21.2%	N=160	4.2	16750.6	
	10代	N=52	24.5%	N=13	2.6	13508.3	
	20代	N=122	27.9%	N=34	4.8	16861.3	
	30代	N=146	26.9%	N=39	3.8	14877.1	
	40代	N=173	23.9%	N=41	4.0	17131.2	
	50代	N=130	15.2%	N=20	4.9	19588.0	
	60代	N=132	9.7%	N=13	5.1	19826.3	
女性	計	N=745	13.0%	N=97	3.7	18615.8	
	10代	N=52	20.4%	N=11	4.2	27014.6	
	20代	N=115	16.4%	N=19	4.5	22058.1	
	30代	N=141	18.5%	N=26	3.2	15354.2	
	40代	N=167	12.7%	N=21	3.8	19930.6	
	50代	N=126	7.6%	N=10	1.9	12449.4	
	60代	N=143	7.6%	N=11	4.1	15273.0	

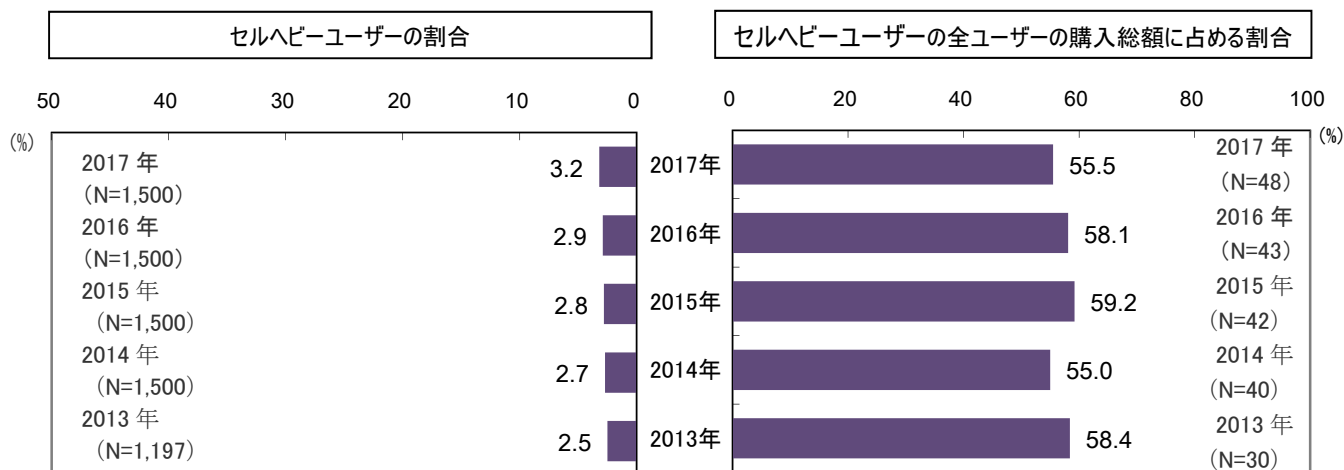
図表 5-4 : 年齢構成比 (経年比較)

(%)

		調査数	16~19歳	20代	30代	40代	50代	60代
ビデオソフト 購入者	2017年	N=257	9.3	20.5	25.2	24.0	11.6	9.3
	2016年	N=273	9.9	16.8	26.4	24.2	15.4	7.3
	2015年	N=251	6.8	16.3	30.7	21.5	14.7	10.0

年間3万円以上ビデオソフトを購入するヘビーユーザーは3.2%となり、2013年以降増加傾向が続いている。この層の購入金額がセル市場全体に占める割合は55.5%となった。

図表 5-5 : ビデオソフト購入のセルヘビーユーザーの割合及び全ユーザーの購入総額に占める割合 (全体)



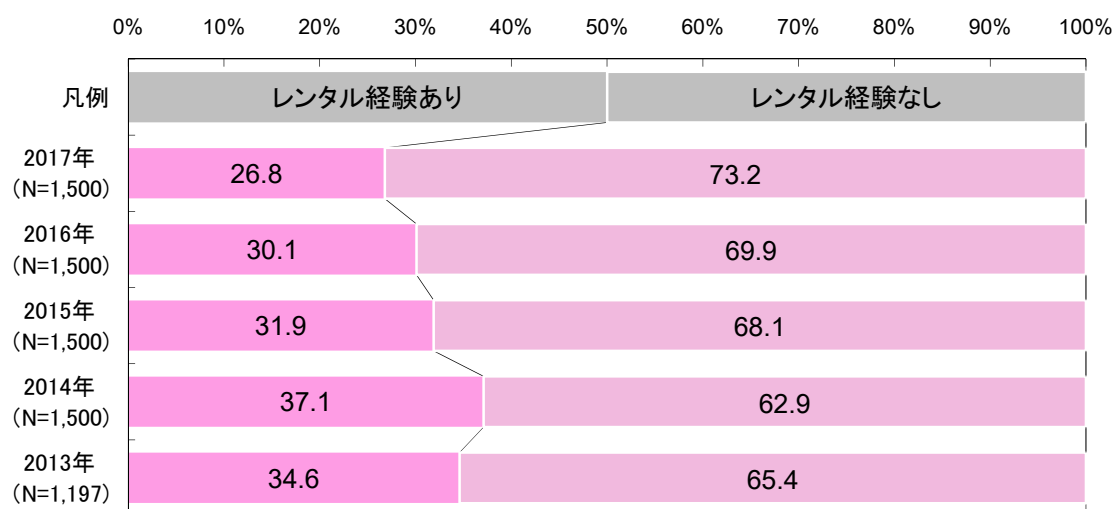
	2017年	2016年	2015年	2014年	2013年	2012年
セルヘビーユーザーの割合 (%)	3.2	2.9	2.8	2.7	2.5	2.5
ヘビーユーザーの全ユーザー購入額に占める割合 (%)	55.5	58.1	59.2	55.0	58.4	43.3

6. ビデオソフトのレンタル利用状況

ビデオソフトのレンタル利用率は、2014年に『アナと雪の女王』効果で一時上昇したものの、2015年以降、再び長期低落傾向に戻っている。

平均利用枚数、年間のレンタル金額も長期低落となっている(過去4年で枚数は29.9%減の15.8枚、年間のレンタル金額は15.2%減の3,336円)。ただし、1枚当たりの単価については上昇を続けており、過去4年で21.0%増となる210.7円となっている。

図表 6-1 : ビデオソフトのレンタル利用率の推移



図表 6-2 : ビデオソフトのレンタル利用率、平均利用枚数、平均利用金額の推移

年	調査数	レンタル利用率	利用者の平均枚数	利用者の平均金額	1枚当たりの単価
2017年	N=1,500	26.8%	15.8枚	3,336円	210.7円
2016年	N=1,500	30.1%	17.0枚	3,498円	205.8円
2015年	N=1,500	31.9%	18.9枚	3,673円	194.3円
2014年	N=1,500	37.1%	22.6枚	3,934円	174.1円
2013年	N=1,197	34.6%	26.9枚	3,763円	139.8円
2012年	N=1,176	39.0%	29.0枚	4,530円	156.2円

ユーザーの年齢別の構成比率をみると、10代、20代の構成比が上昇した。

性年代別の利用率をしてみると、男性では40代まで、女性は30代までが平均を上回る利用率となっているが、平均枚数・平均金額では、男女ともに60代が最も高くなっている。

図表 6-3 : 年齢構成比 (経年比較)

(%)

		調査数	16~19歳	20代	30代	40代	50代	60代
レンタル 利用者	2017年	N=401	11.0	19.5	23.7	22.9	11.5	11.5
	2016年	N=449	9.4	18.5	21.8	22.9	13.4	14.0
	2015年	N=476	6.3	18.7	23.3	23.3	14.1	14.3

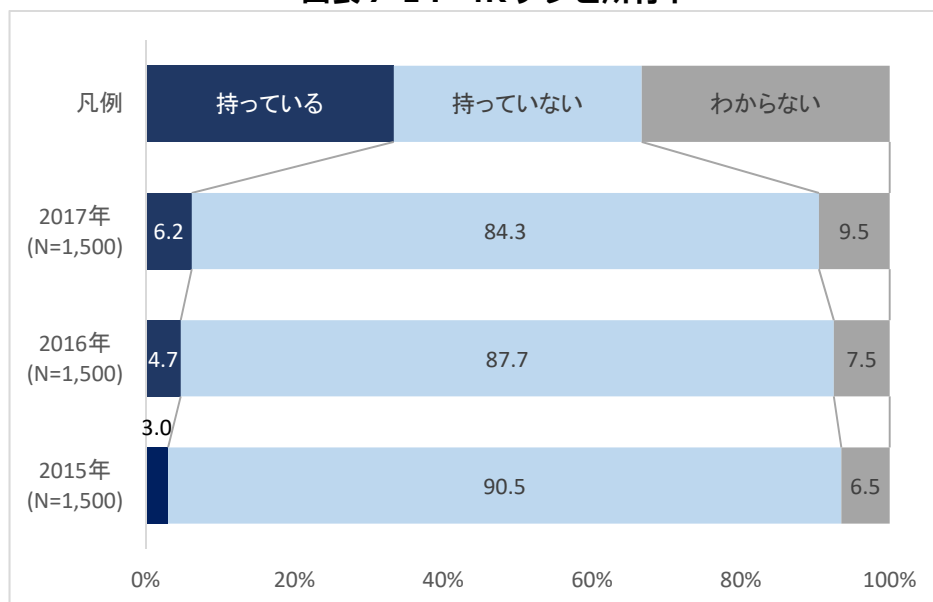
図表 6-4 : 年代別のレンタル利用率・平均枚数・平均金額

			レンタル率 (%)		平均枚数 (枚)	平均金額 (円)
合計		N=1,500	26.8%	N=402	15.8	3,336.0
男性	計	N=755	28.0%	N=211	20.6	3,992.7
	10代	N=52	39.2%	N=20	10.3	2,227.8
	20代	N=121	29.9%	N=36	13.7	3,572.3
	30代	N=146	33.5%	N=49	16.2	3,531.5
	40代	N=173	32.5%	N=56	24.1	4,666.5
	50代	N=130	21.1%	N=27	21.1	3,435.5
	60代	N=132	16.4%	N=22	42.2	6,352.3
女性	計	N=745	25.6%	N=190	10.5	2,607.9
	10代	N=52	46.5%	N=24	8.8	2,523.9
	20代	N=115	38.6%	N=42	10.9	2,675.5
	30代	N=141	32.9%	N=46	9.8	2,050.5
	40代	N=167	21.3%	N=36	10.4	2,015.0
	50代	N=128	13.8%	N=18	8.3	2,711.0
	60代	N=143	17.4%	N=25	14.8	4,389.7

7. 映像機器の所有率

4K テレビの所有率は6.2%で、2016年の4.7%から若干の伸びを示している。

図表 7-1： 4K テレビ所有率



本調査結果に関するお問い合わせは
一般社団法人日本映像ソフト協会 広報課 上田または倉橋までお願いします。

TEL 03-3542-4433

e-mail jva_kohou@jva-net.or.jp