

第2回 DVDマーケット調査(2006) サマリー(昨年との比較)

2007年3月
社団法人 日本映像ソフト協会

アンケート調査の調査概要

調査対象

全国に居住する満16歳から69歳の男女で、インターネット利用者
(性年齢別構成比、都道府県別構成比は住民基本台帳に基づき割付)

調査時期

2006年9月

回収サンプル数

1,361

調査方法

インターネットによる調査

調査機関

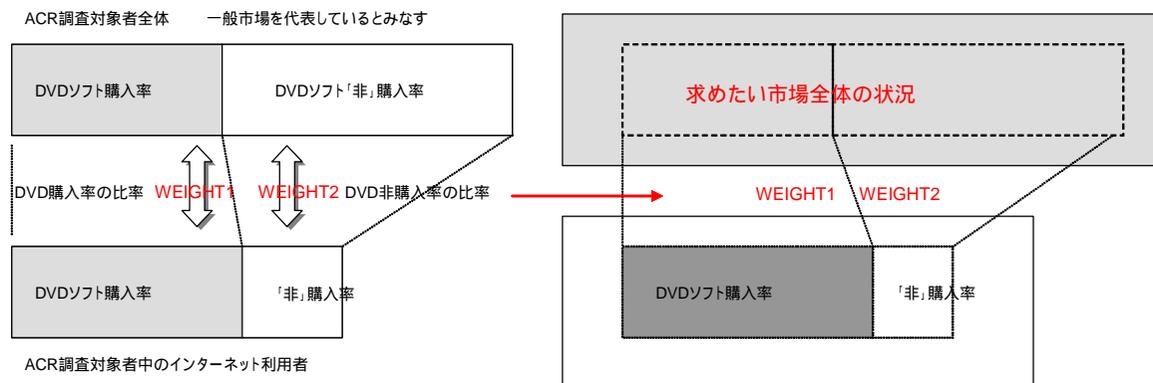
企画分析：株式会社文化科学研究所

調査実施：株式会社ビデオリサーチ

集計データの補正

本調査は、16歳から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、同世代の一般個人全体を推計するために、以下の方法による補正を行った。

補正に用いるデータとして、「ACR調査」のDVDソフト購入率を用いる。「ACR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、下記の考え方に基づいてウェイト値を求め、データの補正を行った。



* 今回の調査結果(インターネット利用者)

「ACR調査」(Audience and Consumer Report)とは……

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12,200人(男女12歳~69才)を対象にした、日本最大級の消費者調査である。

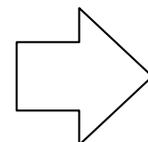
今回の補正では2006年5月調査の全国7大都市人口ウェイト補正付データを使用している。

1 . パッケージ映像ソフトの推定市場規模

1. パッケージ映像ソフトの推定市場規模

パッケージ映像ソフトの
推定市場規模は・・・

(満16才～69才の2005年9月～06年8月
の年間市場規模)



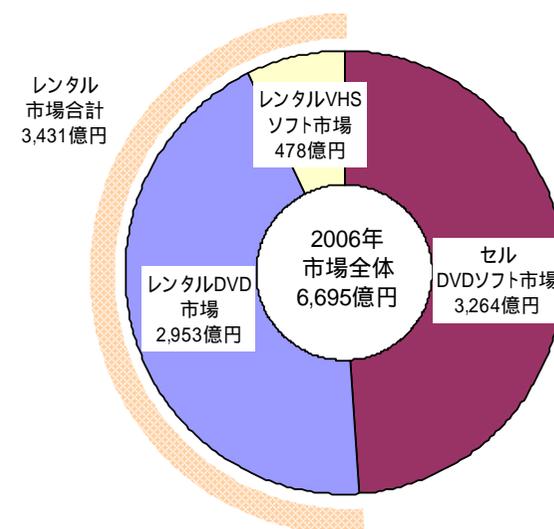
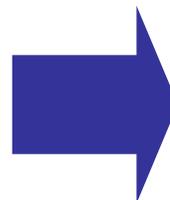
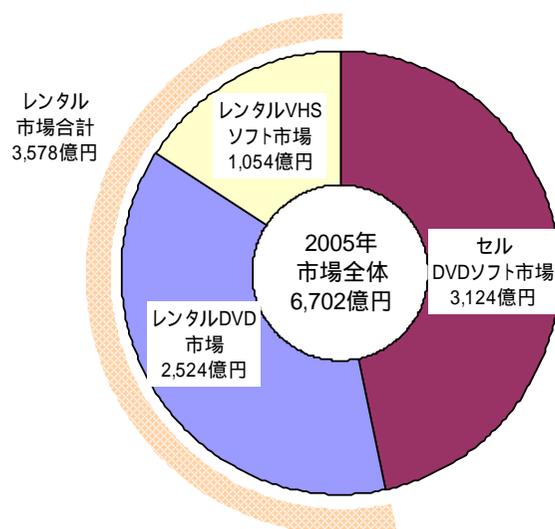
6,695億円

(昨年6,702億円。前年比99.9%)

(単位 = 億円)	2006年			2005年	
	推定市場規模	構成比	前年比	推定市場規模	構成比
セルDVDソフト(*1)	3,264億円	48.8%	104.5%	3,124億円	46.6%
レンタルDVDソフト	2,953億円	44.1%	117.0%	2,524億円	37.7%
レンタルVHSソフト	478億円	7.1%	45.3%	1,054億円	15.7%
(レンタル市場小計)	3,431億円	51.3%	95.9%	3,578億円	53.4%
全体市場規模(*2)	6,695億円	100.0%	99.9%	6,702億円	100.0%

*1
参考として、JVAによる販売用DVDソフト出荷統計の
2005年9月～06年8月の月別出荷金額は2,441億円で、
その前年同期比は102.7%となる。

*2
満16歳～69歳の、年間(2005年9月～06年8月)推定
市場規模



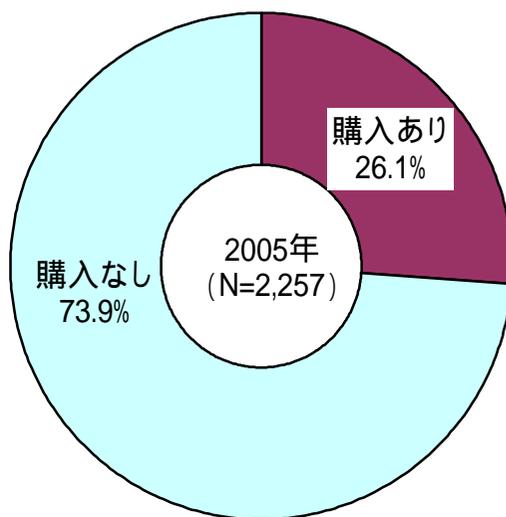
2. セルDVDソフトのユーザー像

2-1 セルDVDソフトの年間購入率

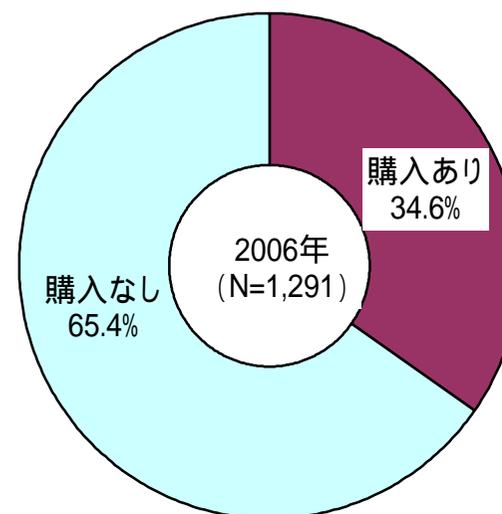
最近1年間()に
セルDVDソフトを購入した人は..

昨年 4人に1人 → 今年 3人に1人

調査時期の都合上、本調査における「最近1年間」「1年間」とは、2005年9月～2006年8月の期間を指す。



グラフはいずれも、新品(*)セルDVDソフトの年間購入率(%)



昨年
26.1%

今年
34.6%

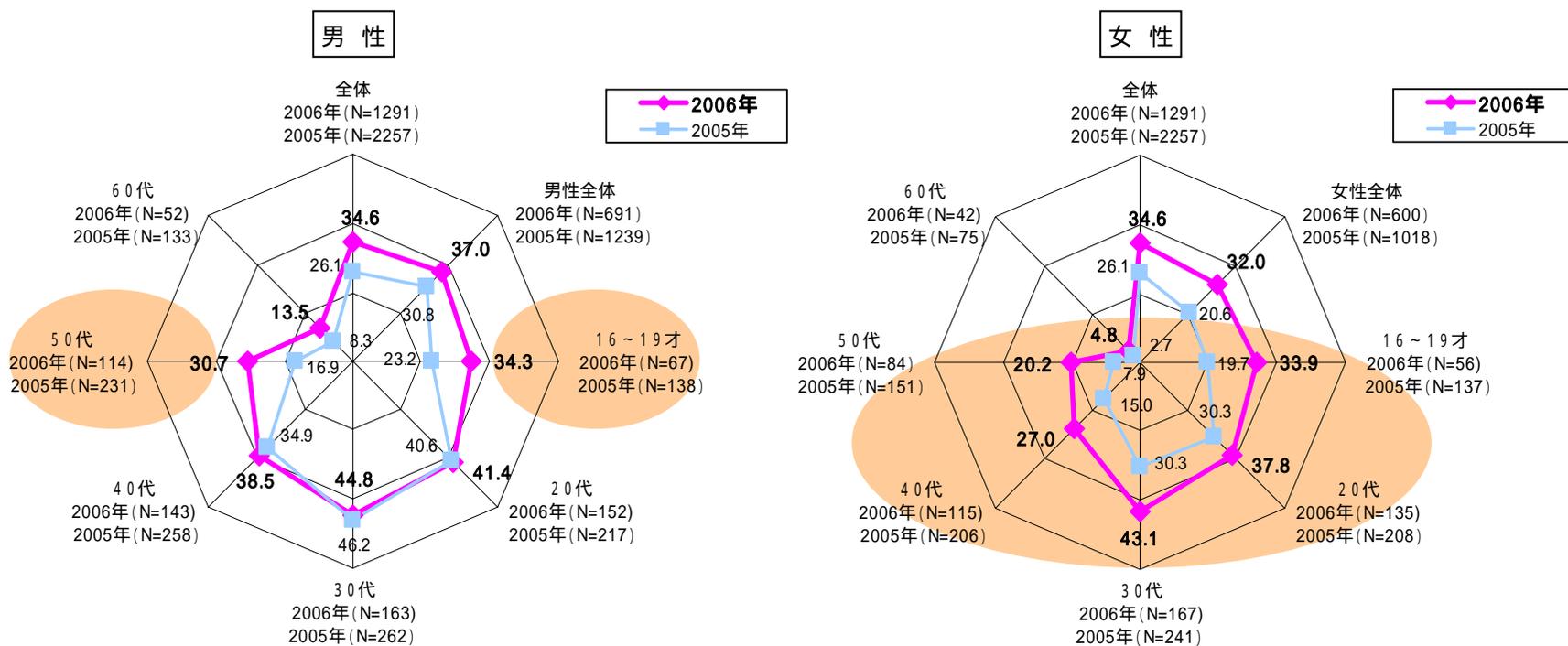
* 本調査では、中古で売買されるものと区別するためにセルDVDソフトのことを「新品セルDVDソフト」と称している。新譜ソフトとは異なることに留意されたい。

2-2- ユーザー層の変化(性年代別購入率) 報告書20p

購入率は、昨年に低かった層(*)で、特に上昇

* 男性10代・男性50代、女性10代～50代

《新品セルDVDソフトの購入率》



男女とも60代では依然として購入率が低い

2-2- ユーザー層の変化(性年代別構成比)

報告書21p~

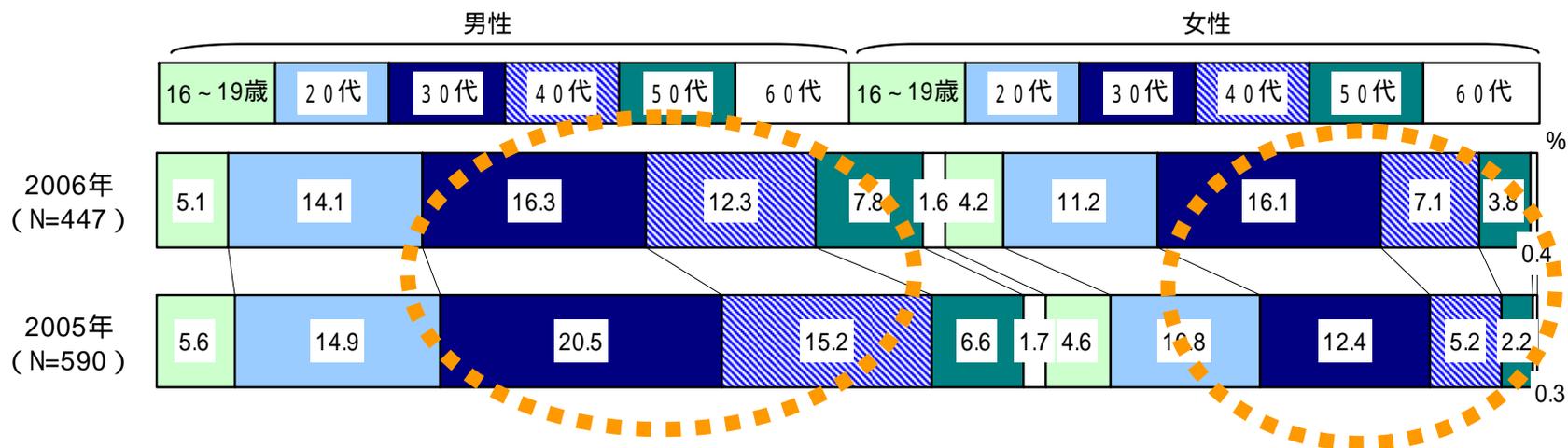
購入者に占める女性の割合が昨年より増加

(新品セルDVDソフト購入者数の男女別構成比)



男女別構成比とは、購入者全体の中の男女比を示す。

(新品セルDVDソフト購入者数の性年代別構成比)



男性30代・40代の構成比が減少

女性30~50代の構成比が増加

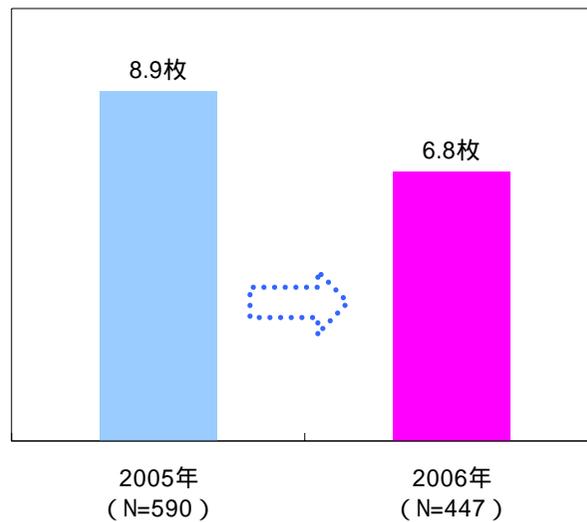
2-3 ユーザーの変化・・・客単価の低下

報告書25p

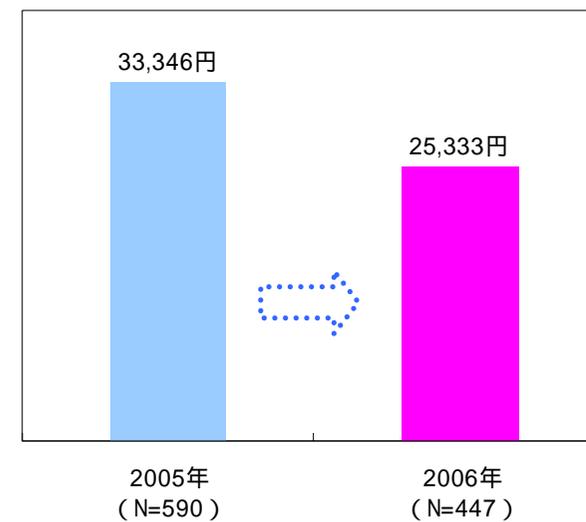
購入者平均枚数、金額ともに昨年の4分の3に低下

「浅く広く」の傾向

《新品セルDVDソフトの年間平均購入枚数》



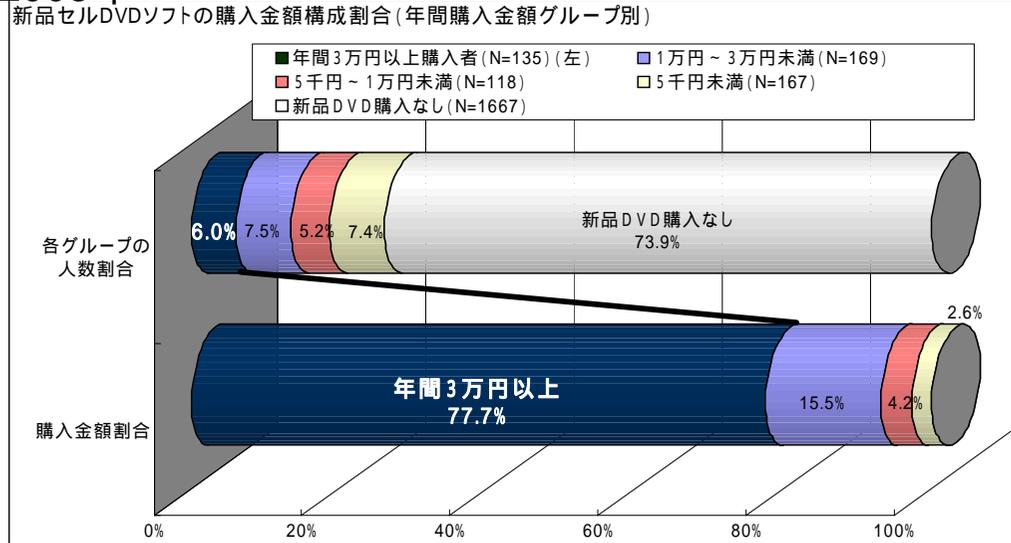
《新品セルDVDソフトの年間平均購入金額》



3 . ヘビーユーザーの変化

3-1 購入金額割合・・・少数派が多くを支える構造に変化ないが・・・ 報告書77p～

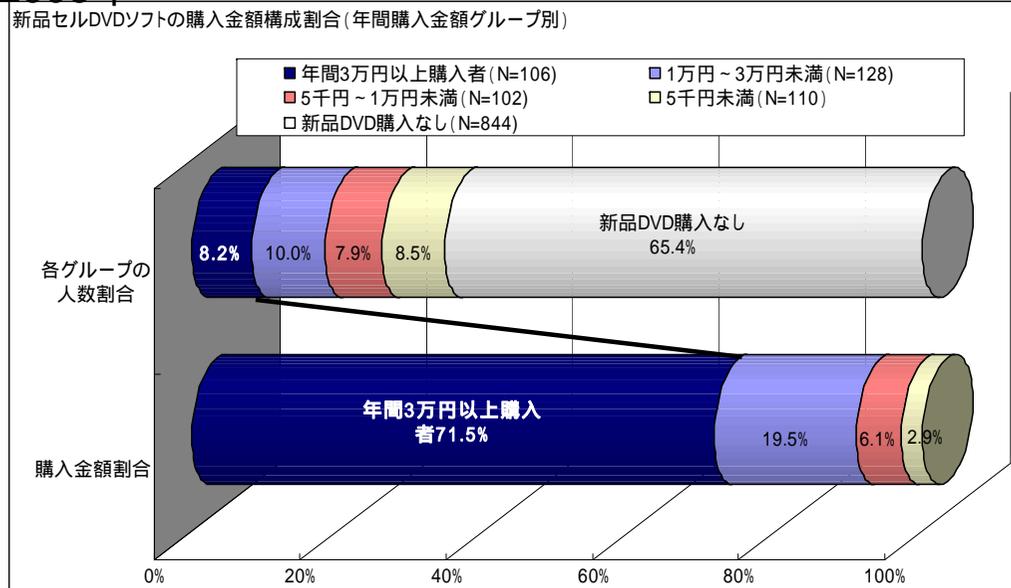
2005年



昨年は、
6%のヘビーユーザーが
購入金額の78%を占めた



2006年



今年は、
8%のヘビーユーザーが
購入金額の72%を占める

同時に、1枚も購入しない人の構成比が減少

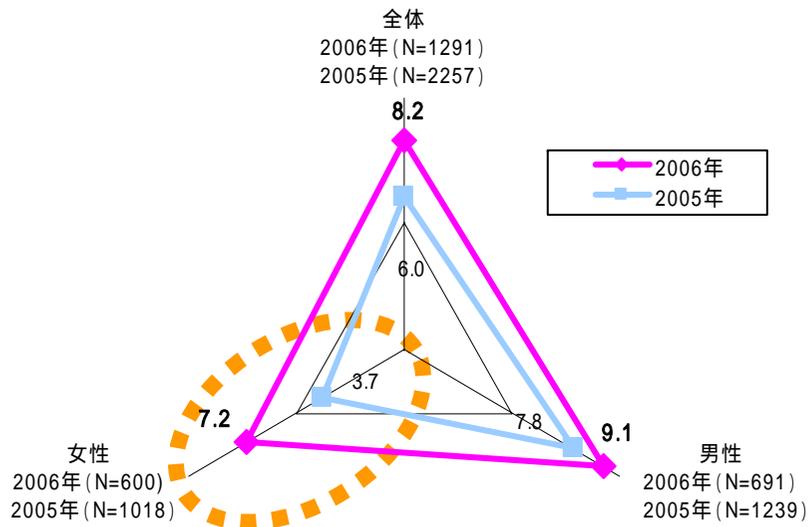
「浅く広く」の傾向

3-2- ヘビーユーザー率の変化

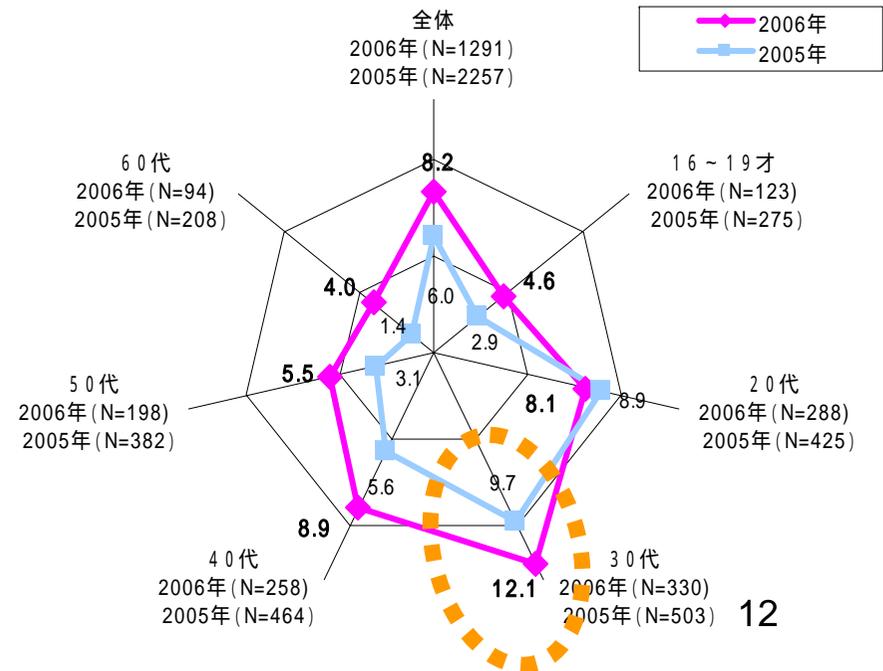
ヘビーユーザー率は… 昨年 6.0% → 今年 8.2%

男性(7.8% → 9.1%)より女性(3.7% → 7.2%)で上昇率が高い
 年代別では30代のヘビーユーザー率が高い。各世代とも上昇したが、20代ではやや低下した。

ヘビーユーザー率<男女別> (%)
 (新品セルDVDソフト年間購入金額「3万円以上」)

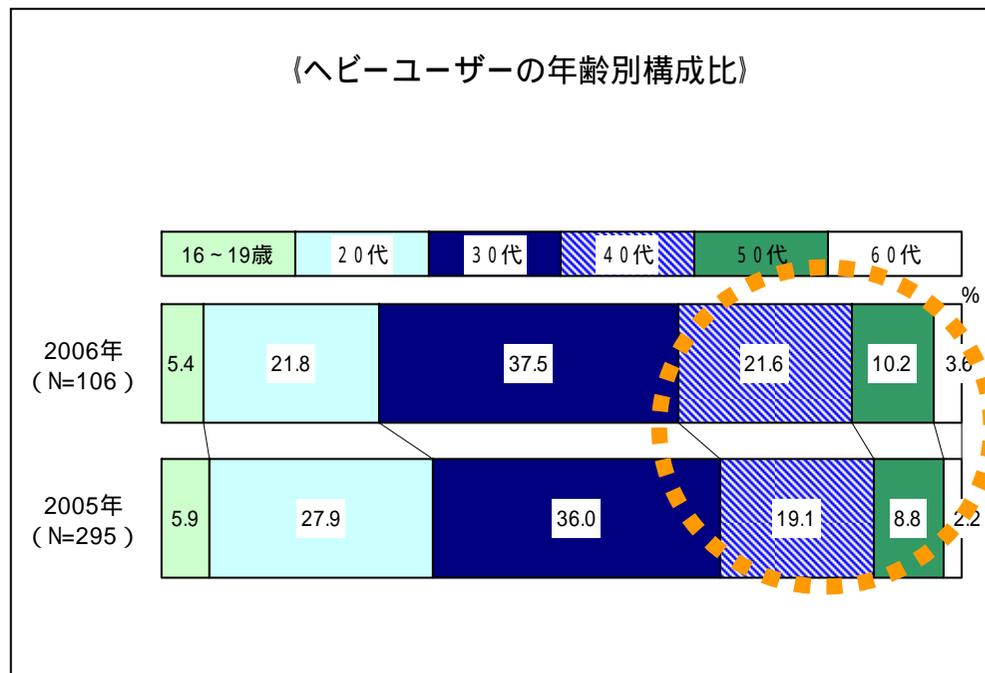
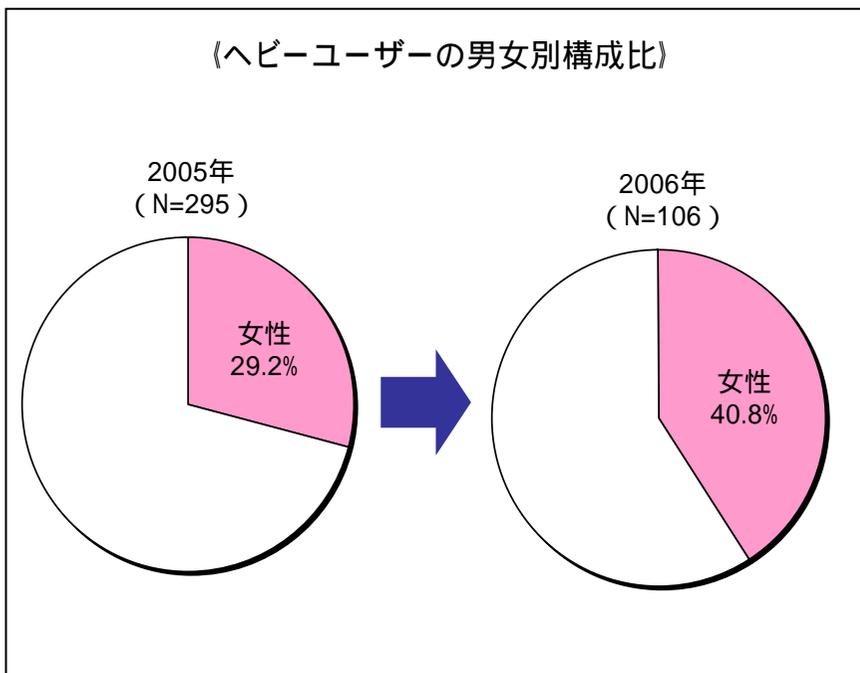


ヘビーユーザー率<年代別> (%)
 (新品セルDVDソフト年間購入金額「3万円以上」)



3-2- ヘビーユーザーの構造変化(構成比)

男女別では・・・女性が占める割合が拡大
年代別では・・・30代以上の占める割合が拡大
特に40代以上の構成比が拡大

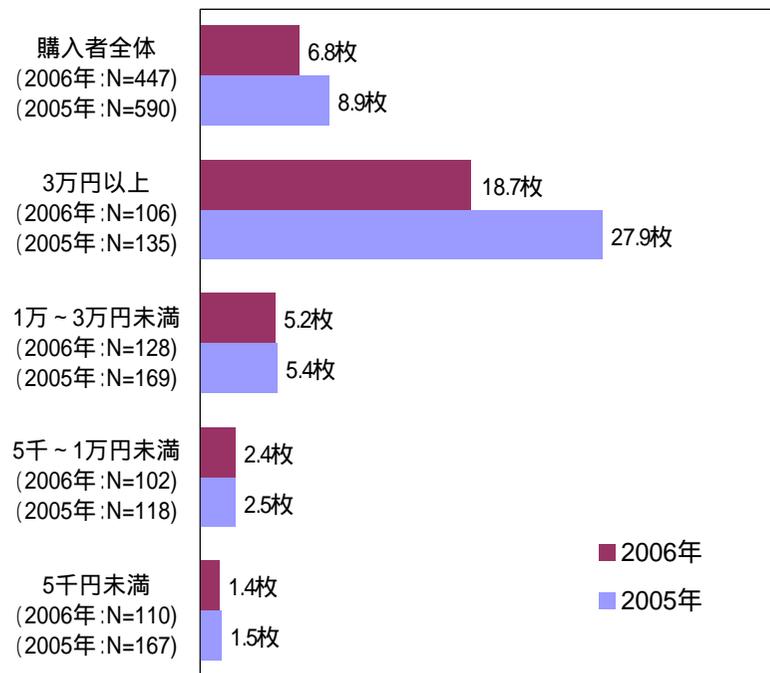


3-3 ヘビーユーザーの購入の変化

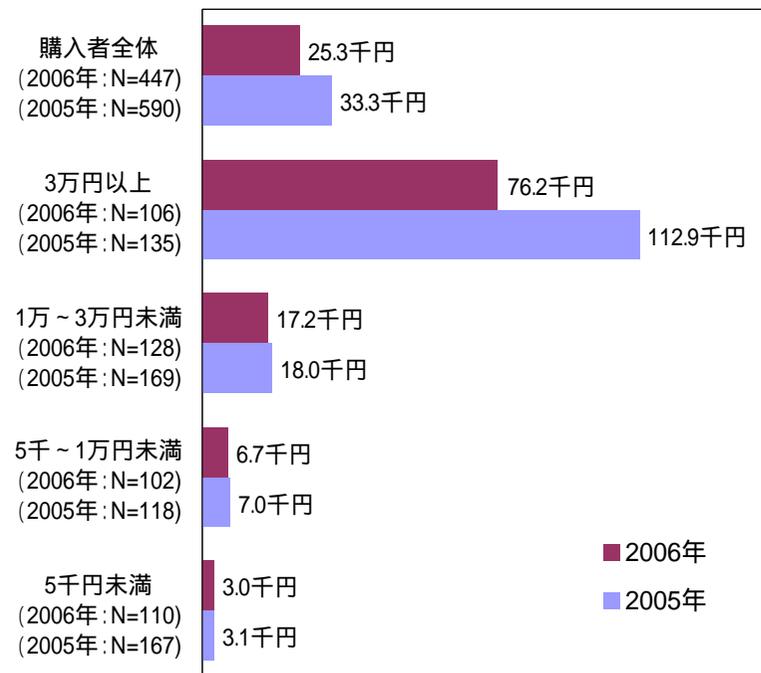
ヘビーユーザーの購入量が大きく減少(前年比3割減)して、
購入者全体の購入量が2割減。

購入者層が拡大して市場規模は維持されたものの、ヘビーユーザー層の購入減が市場拡大を阻んだ結果に。

《新品セルDVDソフトの平均年間購入枚数》



《新品セルDVDソフトの平均年間購入金額》

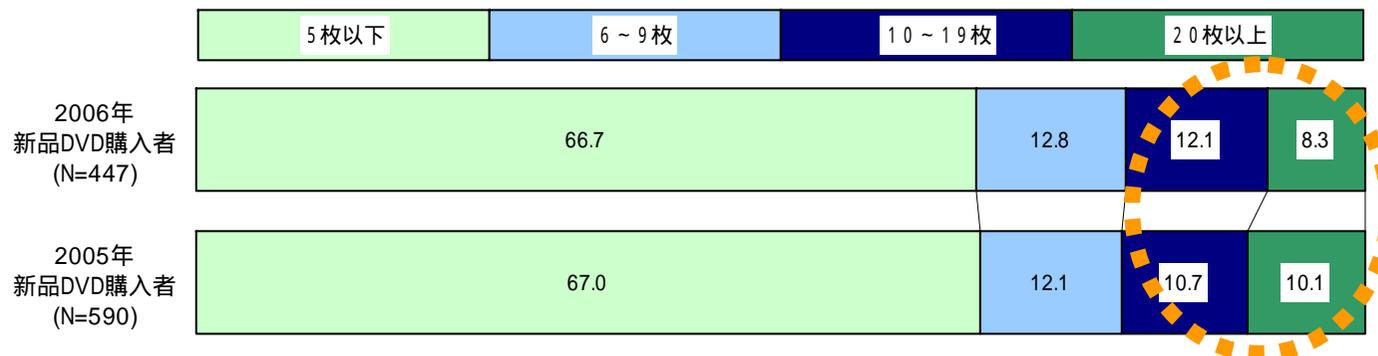


3-4 ユーザー構造の変化・・・超高額購入層の減少 報告書25p

セルDVDソフト年間20枚以上、年間20万円以上の層が減少した

超ヘビーユーザーの減少

《新品セルDVDソフトの購入枚数構成比》



《新品セルDVDソフトの購入金額構成比》

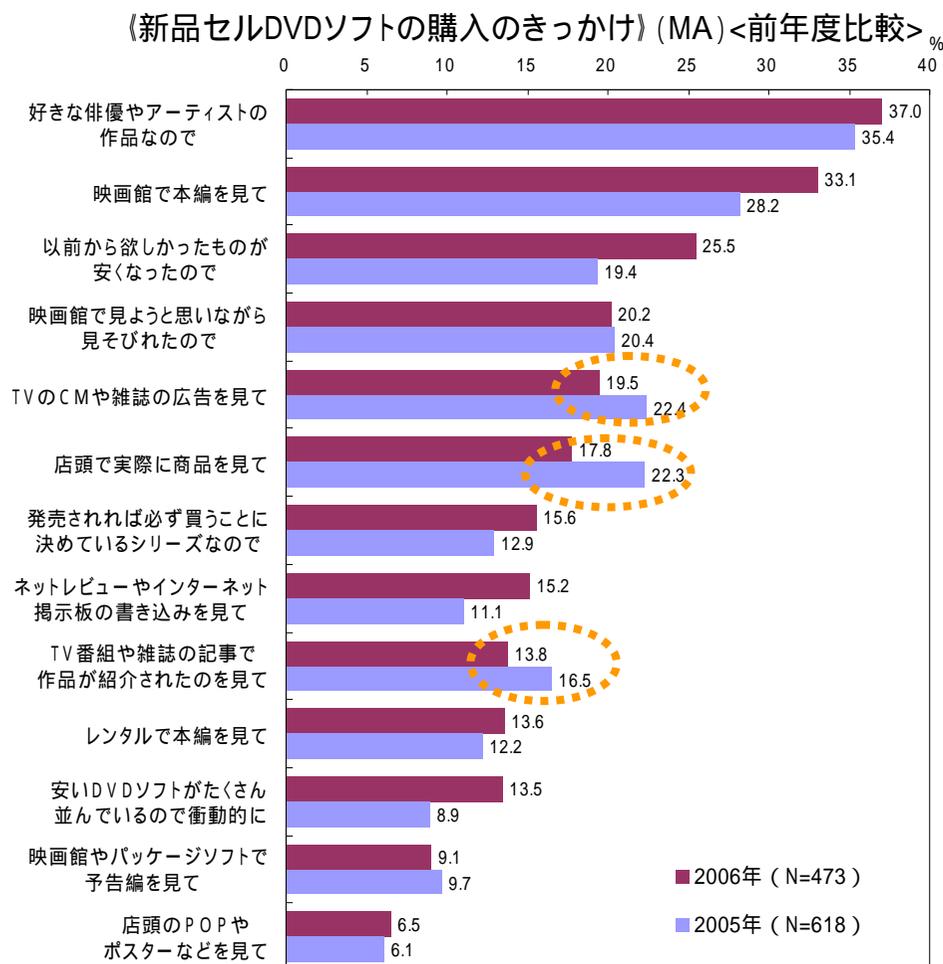


4. セルDVDソフト購入のきっかけ

4. セルDVDソフト購入のきっかけ

昨年より減少したのは・・・「広告を見て」、「TVや雑誌記事を見て」、「店頭で商品を見て」

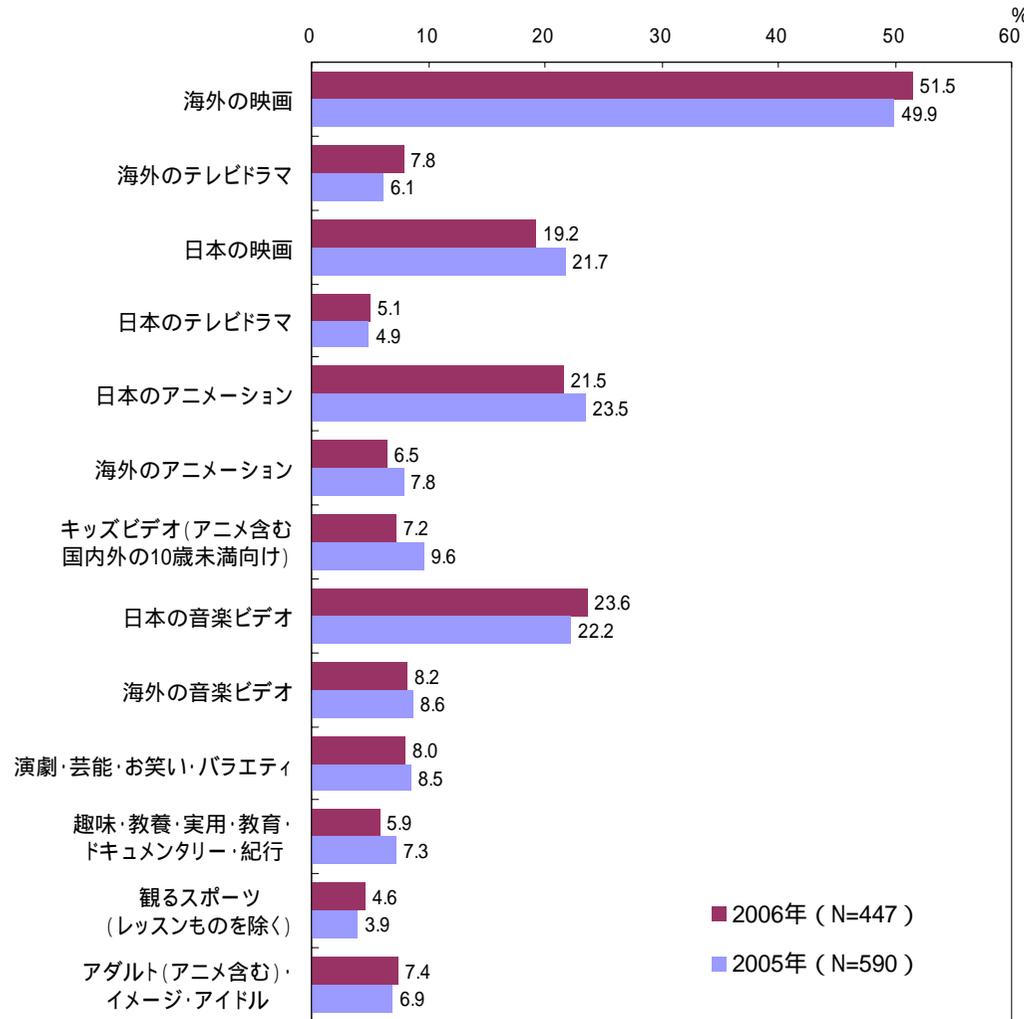
➡ 作品情報に接する従来型の機会が減っている。



5 . セルDVDソフトのジャンル別特性

5-1 ジャンル別購入率・・・大きな変化なし

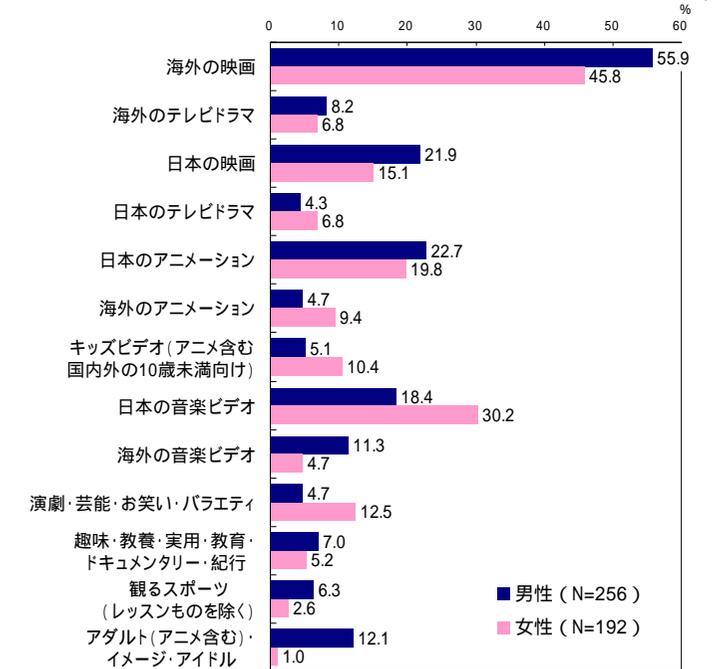
《最近1年間に購入した新品セルDVDソフトのジャンル別購入率(MA)》



男性が高い・・・「海外の映画」、「日本の映画」、
「日本のアニメ」

女性が高い・・・「日本の音楽ビデオ」、「演劇・芸能・
バラエティ」、「キッズ向け」、「海外アニメ」

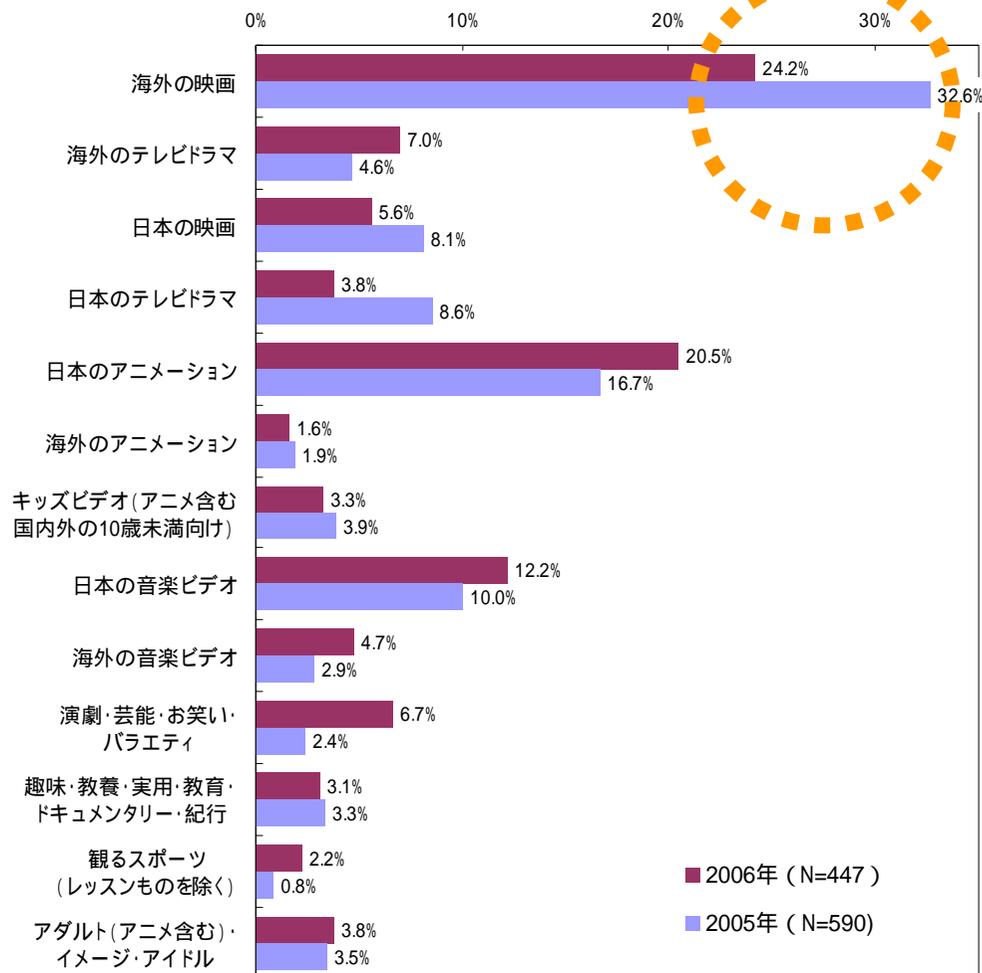
《最近1年間に購入した新品セルDVDソフトのジャンル別購入率の男女比(MA)》



5-2 ジャンル別購入金額構成比・・・大きく変化

「海外の映画」の減少が目立つ

(新品セルDVDソフトの年間購入金額のジャンル別構成比)



増加したジャンル・・・

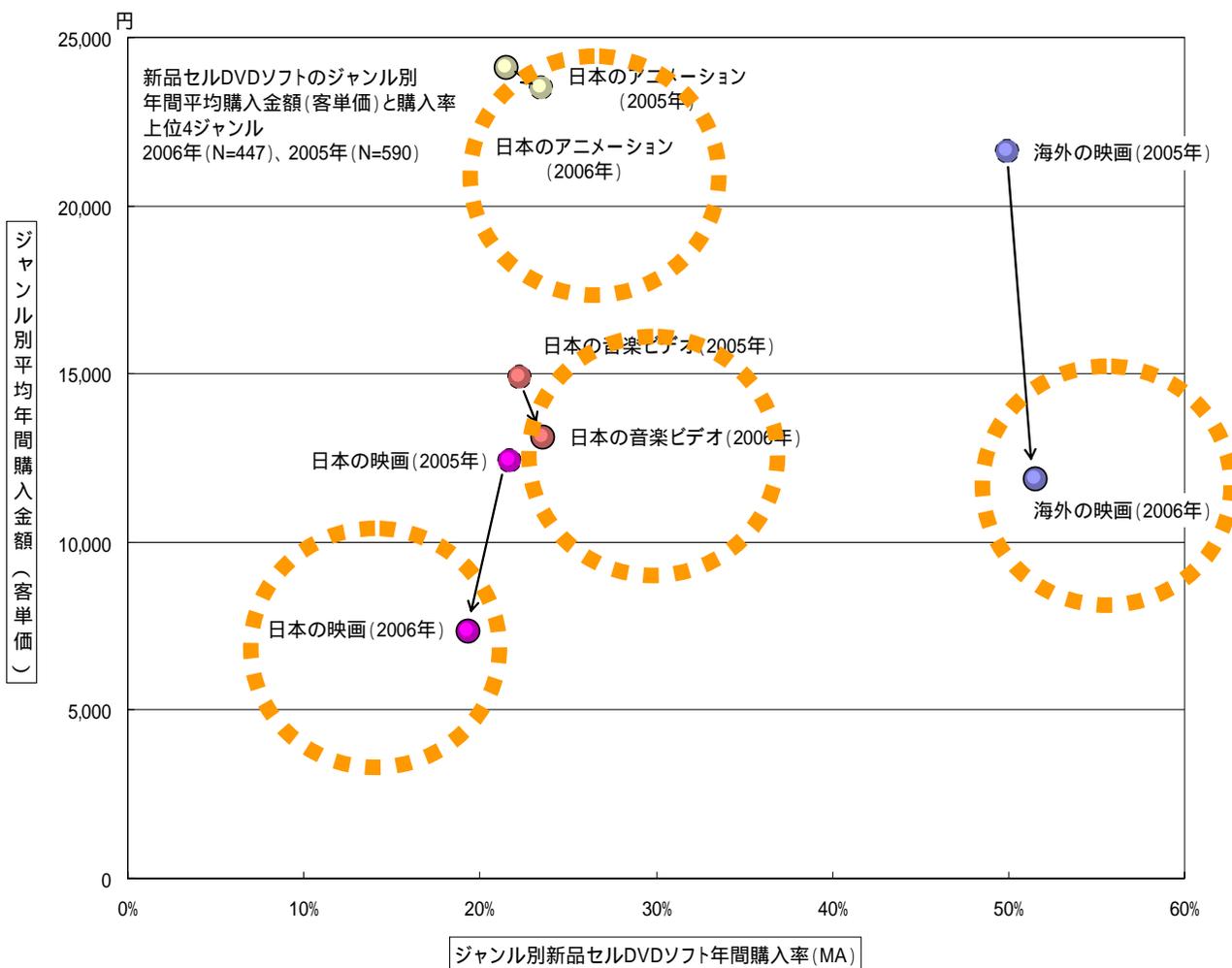
「演劇・芸能・バラエティ」、「日本のアニメ」、
「海外のTVドラマ」、「日本の音楽ビデオ」

減少したジャンル・・・

「海外の映画」、「日本のTVドラマ」、
「日本の映画」

5-3 購入率と客単価の変化(4大ジャンル別)

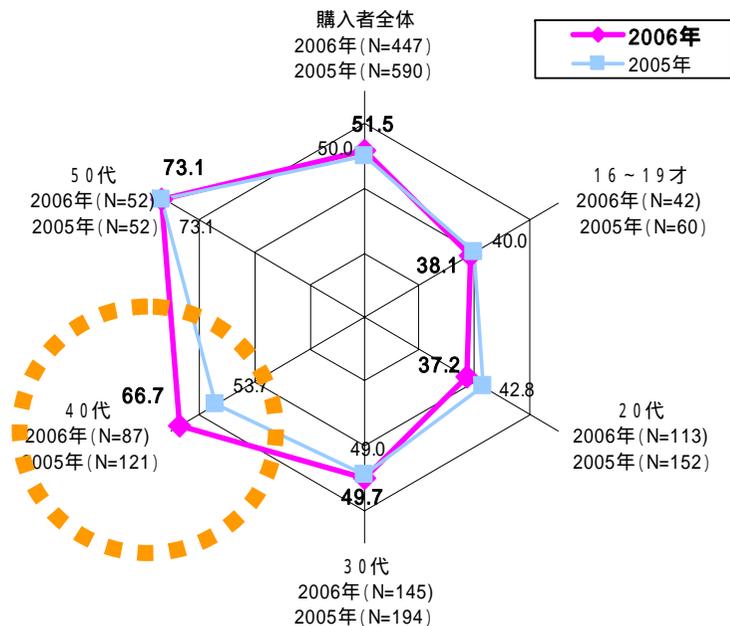
「海外の映画」・・・客単価が大きく低下し、購入率(ユーザー数)はさほど上昇していない。
 「日本の映画」・・・客単価が低下し、購入率(ユーザー数)もやや低下。
 「日本のアニメ」と「日本の音楽ビデオ」・・・客単価はさほど下がらず、購入率はやや上昇



横軸は購入率(右へ行くほどユーザー数が多い)、縦軸は客単価。
 左上へ行くほどマニアックなまとめ買いの市場で、
 右下へ行くほど一般的な市場と言える。

5-4- 「海外の映画」ユーザー像(男女・年代)

《新品セルDVDソフト購入者の「海外の映画」年間購入率(年代別)》

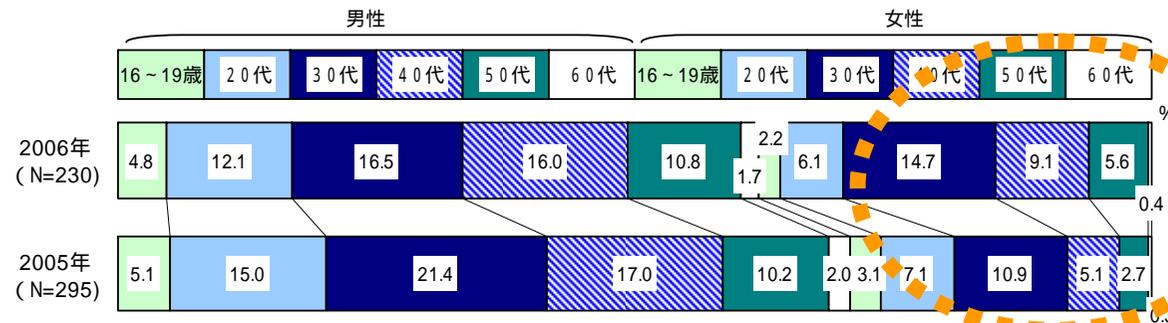


年代が高いほど、購入率が高い

- 10~20代 ……3人に1人
- 30代 ……2人に1人
- 40代 ……3人に2人
- 50代 ……4人に3人

昨年と比べて、40代の購入率が上昇した

《「海外の映画」購入者の構成比(性年代別)》



昨年と比べて、女性30~50代の構成比が増加

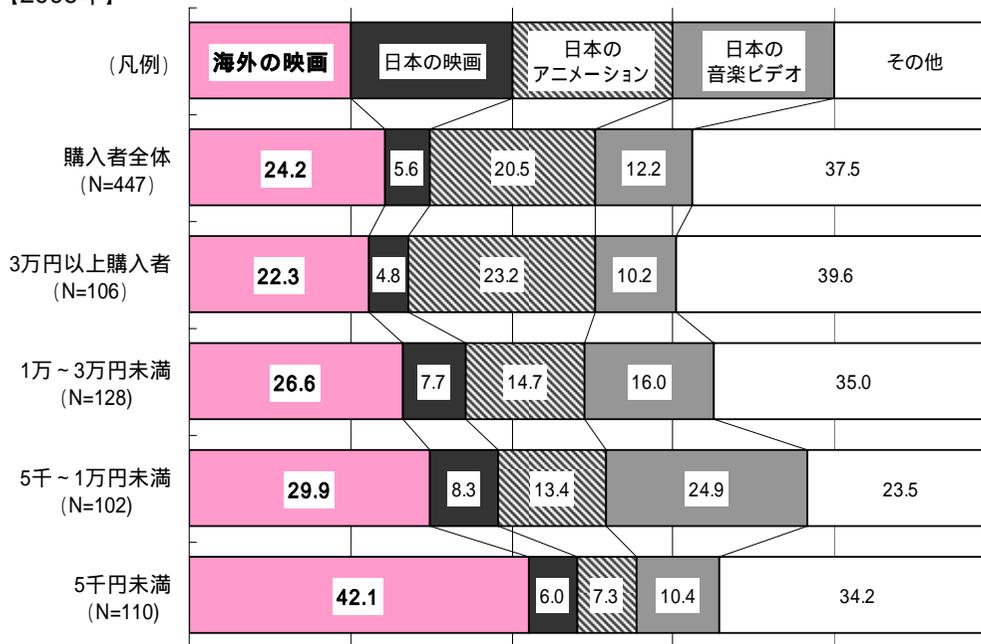
5-4- 「海外の映画」ユーザーの変化(ヘビーユーザー) 報告書86p

ヘビーユーザーほど「海外の映画」の購入金額構成比が減少

ヘビーユーザー、年間1万円以上購入者では構成比が減少。
 年間1万円未満購入のライトユーザーでは構成比がやや増加。

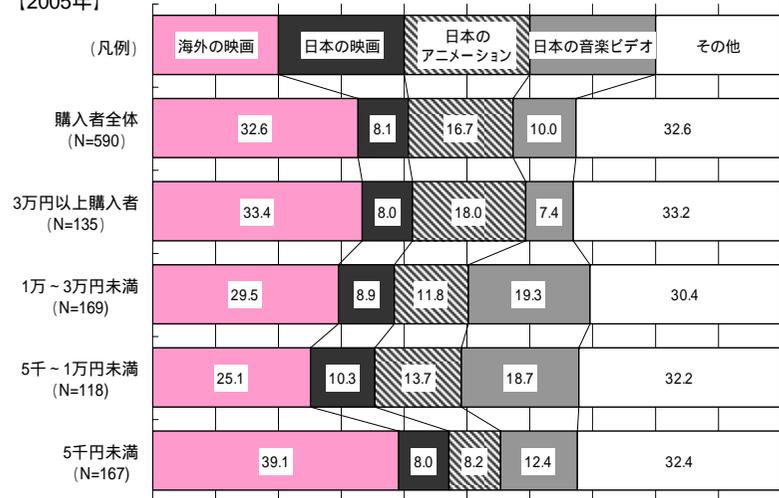
《ジャンル別購入金額構成比》(セルDVDソフト購入金額別)

[2006年]



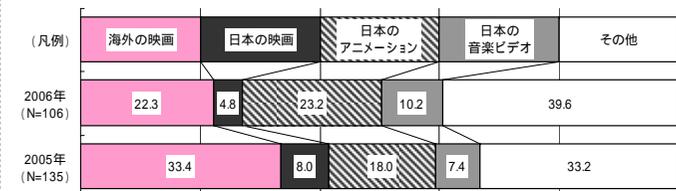
《2005年ジャンル別購入金額構成比》(セルDVDソフト購入金額別)

[2005年]



ヘビーユーザーでは
4大ジャンル以外の構成比が増加

《ヘビーユーザーのジャンル別購入金額構成比》(前年比)

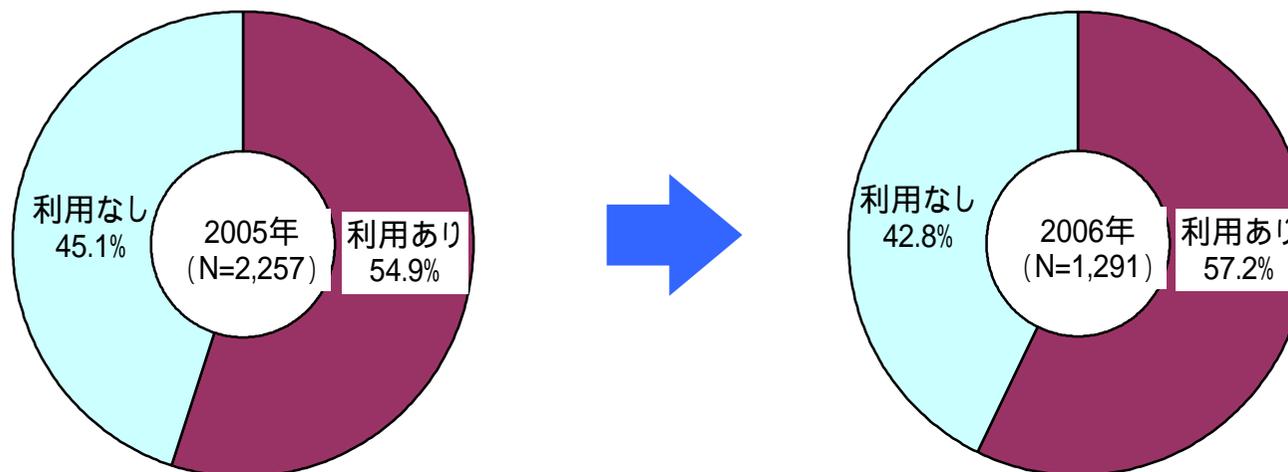


6 . レンタルDVDソフトの利用

6-1 レンタル映像ソフトの年間利用率・・・微増

最近1年間()にレンタル映像ソフト (DVDまたはVHS)を利用した人は、
昨年 54.9% → 今年 57.2%

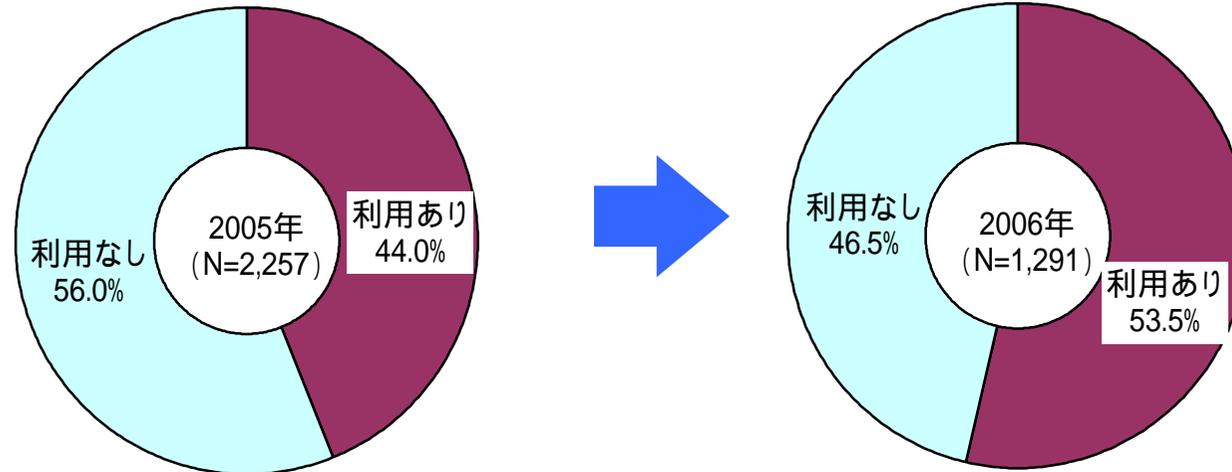
() 調査時期の都合上、本調査における「最近1年間」「1年間」とは、2005年9月～2006年8月の期間を指す。



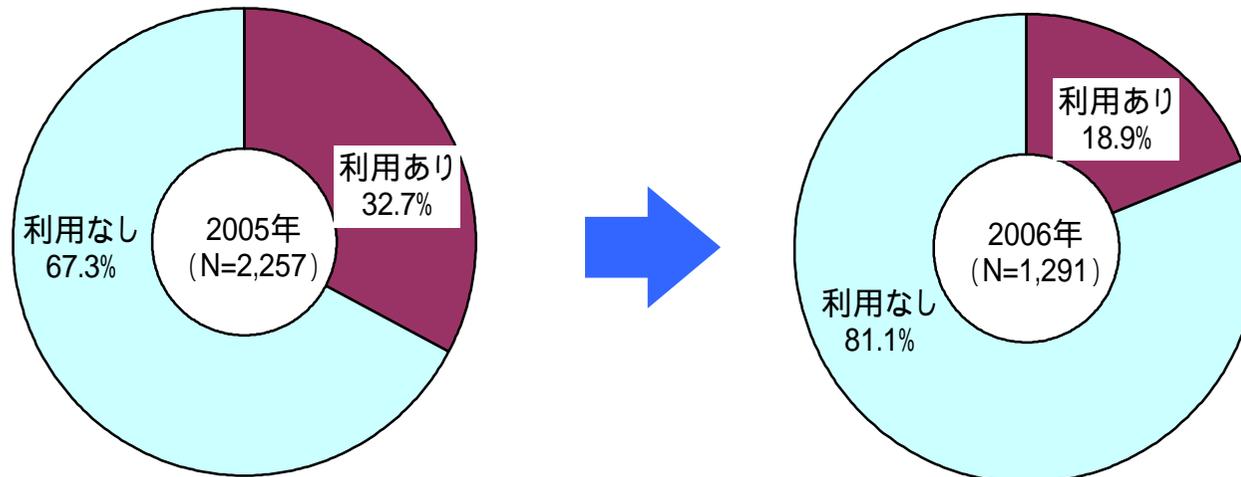
グラフはいずれも
レンタル映像ソフト年間利用率(%)

6-2 レンタルDVDソフト利用率は上昇、VHSは減少

レンタルDVDソフト利用率は・・・ **53.5%**



レンタルVHSソフト利用率は・・・ **18.9%**

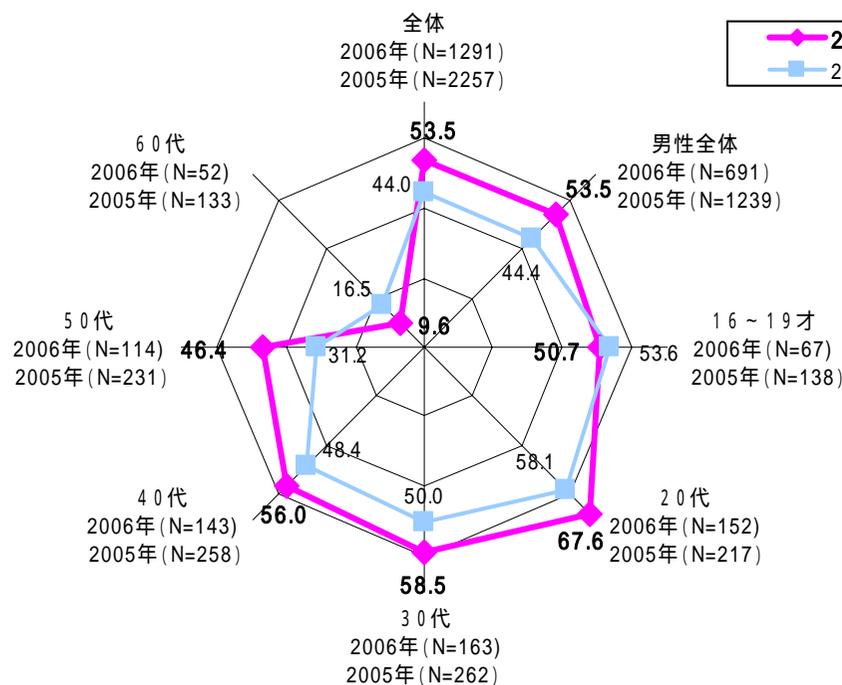


6-3 レンタルDVDソフトの年間利用率(性年代別)

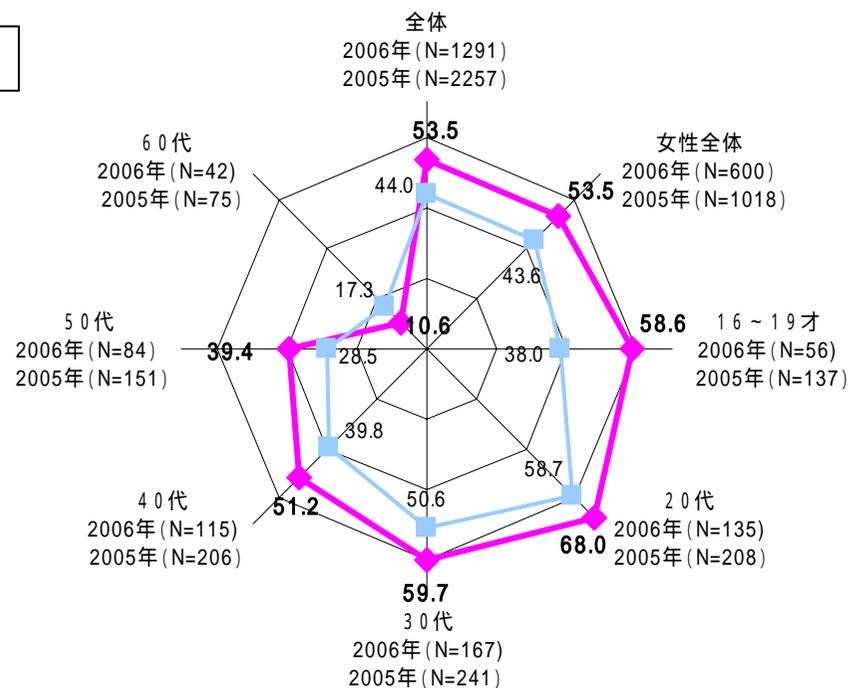
報告書51p

DVDソフトをレンタルした人は53.5%で、男女とも同率。
男女とも、60代以外はどの年代も利用率が上昇した。

レンタルDVDソフト年間利用率<男性・年代別> (%)



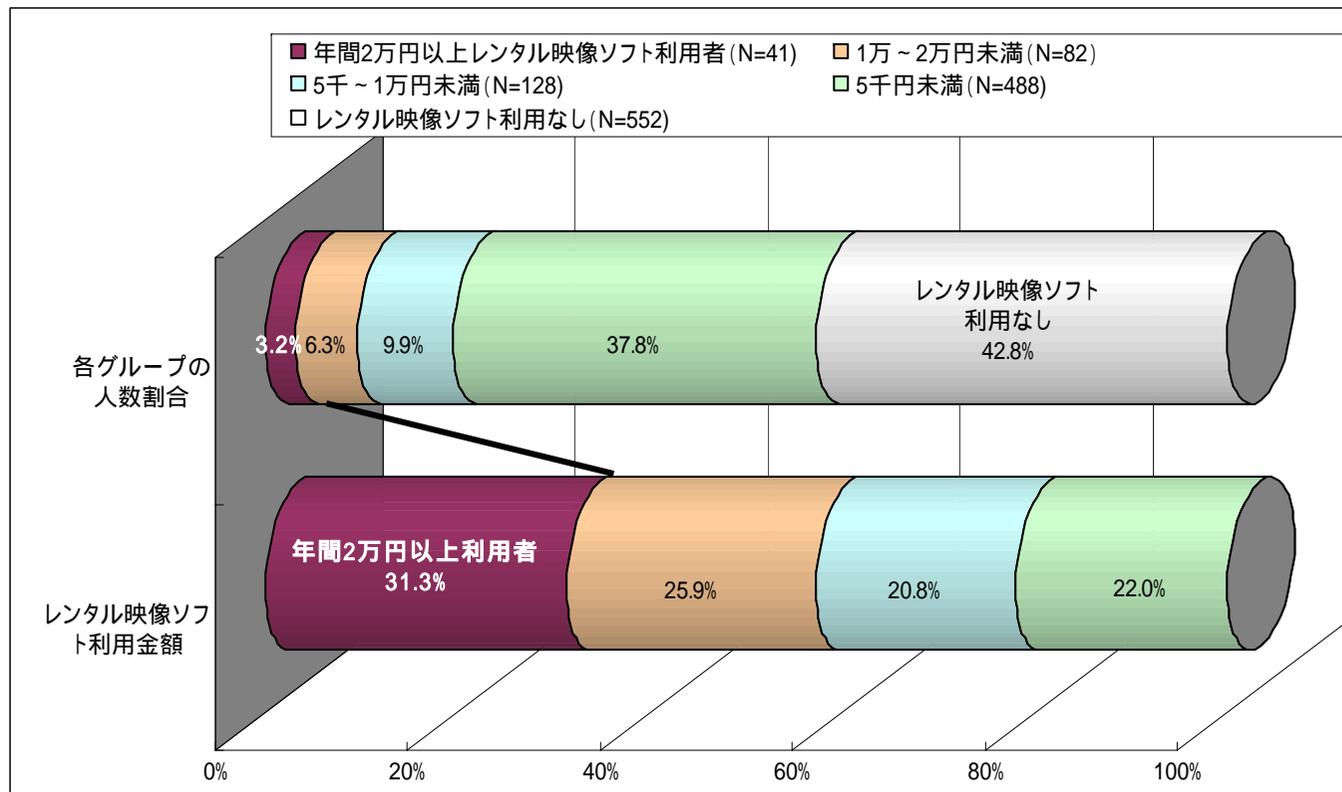
レンタルDVDソフト年間利用率<女性・年代別> (%)



6-4 レンタル映像ソフトの利用金額割合

3.2%のレンタルヘビーユーザーが、利用金額の31.3%を占める

《レンタル映像ソフト(DVDまたはVHS)の利用金額構成比(利用金額別)》

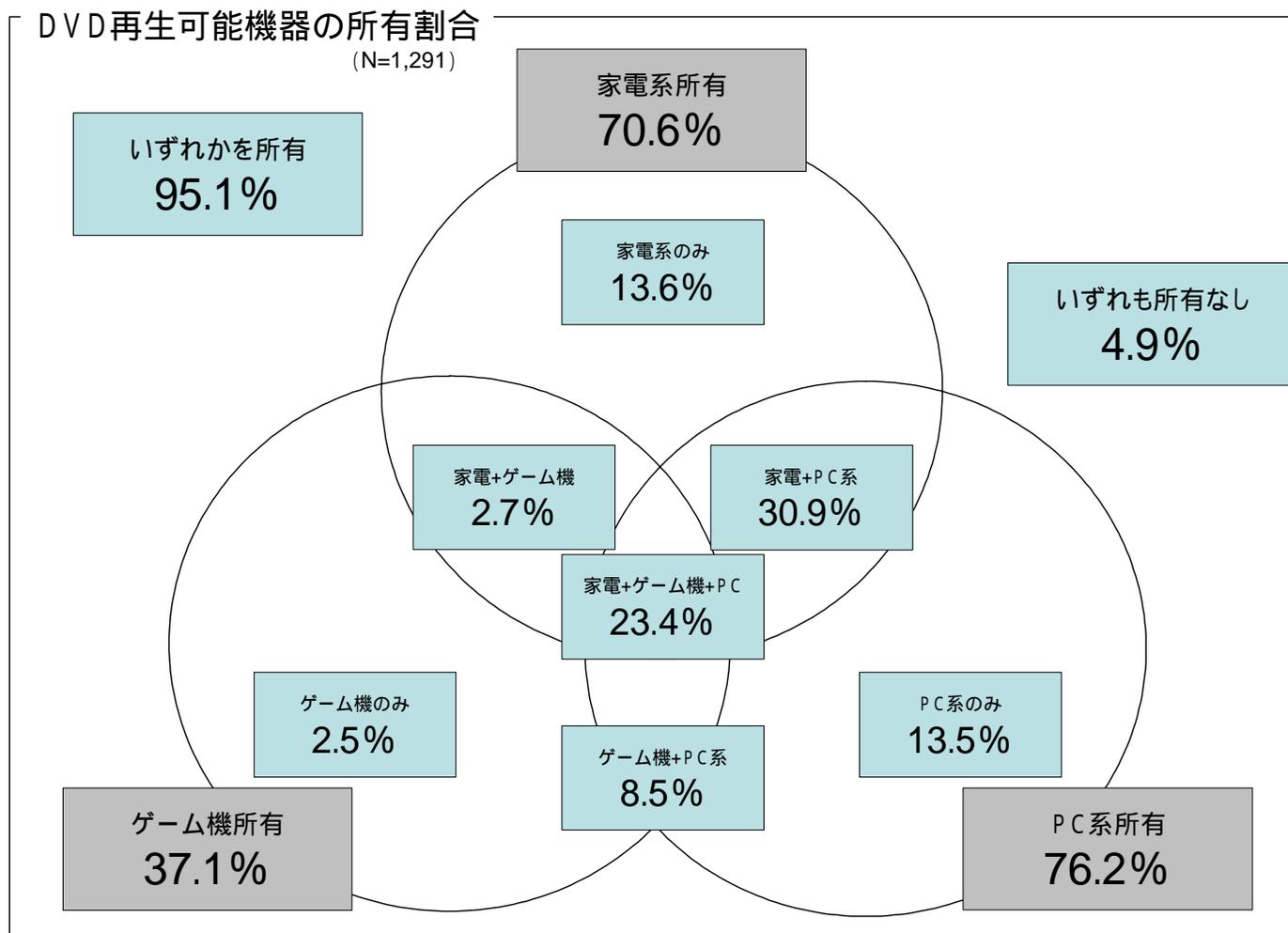


レンタルヘビーユーザーとは・・・
レンタル映像ソフトの年間利用金額2万円以上の人

7. DVDソフト再生可能機器の所有と利用

7-1 DVDソフト再生可能機器の所有率・・・95%

	昨年	今年		昨年	今年
いずれかを所有	88.8%	95.1%	家電系機器を所有	59.7%	70.6%
ゲーム機を所有	31.8%	37.1%	PC系機器を所有	62.1%	76.2%



7-2 所有機器の利用について

〈DVD再生機器を所有し、セル、レンタルのいずれかを月に1回以上鑑賞する人の割合〉

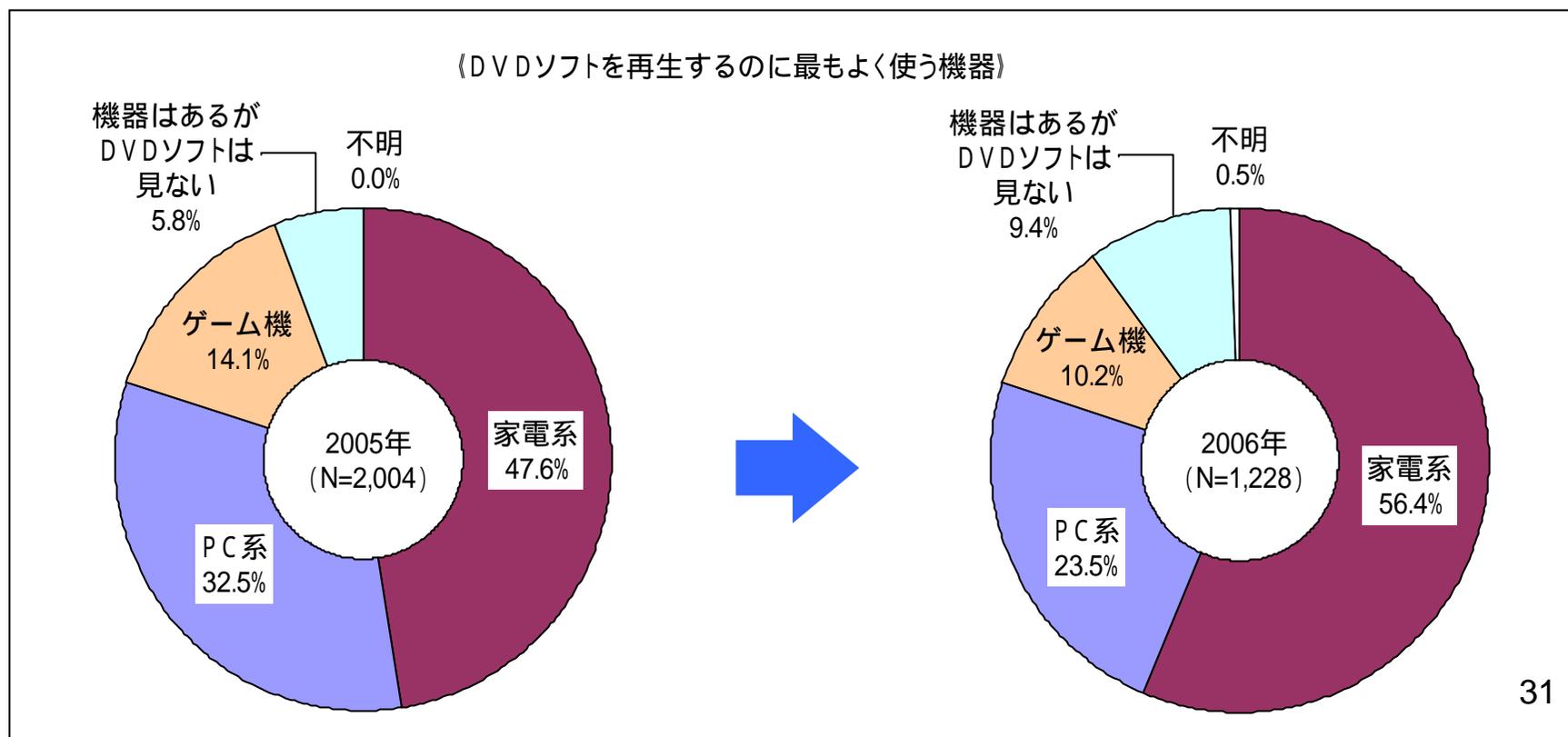
2005年 (N = 2,257)

51.1%



2006年 (N = 1,291)

58.8%



この調査研究は、（社）私的録画補償金管理協会（SARVH）の
著作権制度の普及を目的とする基金から助成を受けて実施したものです。

D V D ビデオの消費実態に関する調査研究
第2回 D V D マーケット調査（2006）

平成19年3月

社団法人 日本映像ソフト協会
〒104-0045
東京都中央区築地2-12-10 築地M F ビル26号館3 F
T E L : 03-3542-4433 F A X : 03-3542-2535
<http://www.jva-net.or.jp/>