

『第24回ビデオレンタル店実態調査(2010年)』について

当協会は10月22日(金)午前11時より、協会会議室において『第24回ビデオレンタル店実態調査結果』について記者発表会を開催しました。当日の出席者は、藤浦昭統計調査委員会委員長(株)ポニーキャニオン営業本部レンタル営業部長)、後藤健郎理事・事務局長、肥田幹夫管理部長、上田直子管理部次長兼広報課長。

以下に記者発表された報告の中から抜粋して「調査結果の概要」と「各調査項目の平均値」の表をご報告いたします。

なお、同調査の詳細な結果は『ビデオレンタル店実態調査報告書 2010』として冊子にまとめられ、一般の方にも有料にて頒布しております。

詳細については、広報課上田まで(03-3542-4433)、もしくは協会ホームページ「お問い合わせ」にアクセスしてください。

以上

<調査結果の概要>

第24回ビデオレンタル店実態調査(2010年)結果について

～レンタル売上は2年連続で前年割れ。売上対前年比の平均は87.1%～

調査実施概要

調査対象	(社)日本映像ソフト協会レンタルシステム加盟店のレンタルビデオ店 (ネットレンタル及び自動レンタル機器によるレンタルを除く)
調査時期	2010年6月
調査方法	郵送アンケート方式
調査票送付数	3,207票
有効回答標本数	607票(有効回収率18.9%)
調査主体	(社)日本映像ソフト協会
集計分析	(株)文化科学研究所
集計機関	(株)ビデオリサーチ

調査結果の概要

月平均総売上は2年連続で前年割れ。売上対前年比の平均は 87.1%。

ビデオレンタル総売上の対前年比をみると、前年を 100%とした場合にこれを上回ったと回答した店舗の構成比は、前年の 30.5%から 12.5%に減少、1割強の店舗しか前年を上回ることが出来なかったこととなる。対前年比 80%～100%未満となった店舗は全体の 67.0%となり、前年の 63.4%よりやや増加、80%にも届かなかった店舗も前年の 6.1%から 20.5%と激増した。これにより、対前年比の平均値は 87.1%となった。

一方、ビデオレンタルの月平均総売上金額は 536.4 万円となり、2年連続で前年を割り込むこととなった。同平均金額の前年比は 96.3%となるが、算出のために用いた有効回答票数が、前年の 644 票に対し本年は 504 票となり 2 割以上も減少しているため、前年比に影響していると考えられる。むしろ月平均総売上金額の前年比よりも、対前年比による比較のほうがレンタル店の実感に近いと思われる。

旧作レンタル料金の大幅値下げが売上減少に大きく響く。

前回調査の 2009 年7月以降、大手チェーンなどによる貸出料金の廉価キャンペーンが実施され、今回の調査時点まで引き続き継続されているが、大手チェーン以外のショップにも影響が及び、業界全体がレンタル料金競争の渦中にある。その実態は今回の調査結果にも如実に表れた。

レンタルの中心である DVD について、月平均売上金額を月平均貸出枚数で割り、単純に1枚当たりの貸出単価を算出すると、2008 年の 250.5 円、2009 年の 237.9 円、そして 2010 年が 206.0 円と廉価が進行しているのがわかる。2009 年の対前年比が 95.0%であったのに対し、2010 年は同 86.6%となり、下げ幅が大きくなっている。またその前年比は、奇しくも売上対前年比の平均値(87.1%)に近くなっている。

貸出料金の回答結果をみても、旧作においては、当日料金が前年より - 17 円、1泊2日料金が - 32 円、2泊3日料金が - 25 円、一週間料金が - 51 円、延滞料金が - 10 円となり、一週間料金の下げ幅が最も大きい。そのほかのどのレンタル期間の貸出料金も大きく平均金額を下げている。新作においては、当日料金がプラス1円、2泊3日料金がプラス2円、一週間料金がプラス9円となったが、1泊2日料金、延滞料金がマイナスとなっている。旧作料金の大幅な値下げが売上全体に大きな影響を与えていると言えよう。

貸出数量、会員数は大幅に増大。売上増に結びつける工夫を。

一方、貸出数量は廉価キャンペーン効果もあってか、DVD においては 25,938 枚と前年比 112.0%の伸長となった。前年はやや伸び悩みの傾向がみえていたが、2010 年は大きく盛り返し、過去最大の貸出数量となった。また、会員数も停滞気味であった近年の傾向を破り、13,259 人となり前年比 138.4%と大幅な伸長を見せ、こちらも過去最大の平均会員数となった。しかし、貸出数量や会員数は大幅に増加したものの、単価の下落が影響し、売上増には結びついていないという苦しい結果となった。結果的に、1ヶ月の会員一人あたりの売上単価(月平均売上金額÷会員数)も 2009 年の 581.6 円から 404.6 円へと約 3 割減少することとなった。キャンペーンによって増加した会員の来店頻度を高め、いかにして売上増に結びつけるか、工夫が切望されるところである。

廉価キャンペーンの影響を最も被っている小規模店。貸出料金の低下も著しく、総売上は3割減。

大手チェーンなどによる貸出料金の廉価キャンペーンの影響は、レンタル部分面積が40坪未満の小規模店に最も色濃く出ている。大手に対抗する形でDVDレンタル料金の平均は各レンタル期間とも、のきなみ20円から30円台もの値下げとなっている。これによりDVDの貸出枚数は前年度の96.2%と微減に留めることができたものの、売上についてはDVDで2009年の182.1万円から128.7万円へとおよそ3割もの減少となった。

ブルーレイレンタルの実施率は83.3%と上昇するも、本格的実施には至らない。

ブルーレイレンタルの実施率は、前年の68.2%から83.3%に上昇し、VHSレンタルの実施率60.4%を超えることとなった。しかし、店舗規模によって実施率に大きな差があり、大規模店では95.9%、中規模店で86.1%と高い実施率となっているが、経営的に投資が難しいと思われる40坪以下の小規模店では25.4%に留まっている。

実施の状況としては、平均在庫枚数は331枚で前年比248.9%、月平均貸出枚数は168枚(同300.0%)、月平均仕入枚数は20枚(同250.0%)となっており、前年比においては各指標とも高い伸長となっているが、月平均の売上金額は6.0万円(同162.2%)と低く、実質的には本格化という規模にはまだ至っていない。ちなみに、レンタル料金は新作、旧作共に、全てのレンタル期間で大幅に低下し、DVDの貸出料金とほぼ同程度となっている。また、在庫においては81.6%を「洋画(アジアを除く)」が占め、貸出においては同ジャンルが85.9%を占めている。

以上