

# 2025

## 映像ソフト市場規模および ユーザー動向調査報告書



# 目次

<b>1</b>	<b>2025年調査概要</b> .....	<b>5</b>
1.1	はじめに.....	5
1.2	調査概要.....	5
1.2.1	調査期間.....	5
1.2.2	本調査条件.....	5
1.2.3	回収サンプル数.....	5
1.3	各セグメント定義について.....	6
<b>2</b>	<b>ユーザー動向調査サマリー</b> .....	<b>7</b>
2.1	映像ソフト市場規模と変化.....	7
2.2	セグメント別利用率・単価の推移.....	8
2.3	主要利用者層のプロフィール.....	10
2.3.1	各サービス利用者属性.....	10
<b>3</b>	<b>セグメント別市場動向</b> .....	<b>12</b>
3.1	セル市場動向.....	12
3.1.1	セル市場概況.....	12
3.1.2	セル非購入の主因.....	15
3.2	レンタル市場動向.....	17
3.2.1	レンタル市場概況.....	17
3.2.2	今後のレンタル利用に関する意向.....	19
3.3	有料動画配信市場動向.....	20
3.3.1	有料動画配信市場概況.....	20
3.3.2	SVOD 利用サービスの構造と視聴傾向.....	21
3.3.3	広告付きプランへの目線.....	25
3.3.4	広告付きプランへの価格感度.....	27
3.3.5	動画配信サービスへの新たな要望.....	29
<b>4</b>	<b>多様化する“動画”市場とエンタメ消費の動向</b> .....	<b>31</b>
4.1	映画館の価値と観客動向.....	31
4.1.1	映画館での映画鑑賞と配信の影響.....	31
4.1.2	映画館での鑑賞頻度と作品のリピート.....	33
4.1.3	映画と配信.....	36
4.1.4	映画館の魅力と価格価値.....	37

<b>4.2</b>	<b>AVODプレミアムサービス利用状況と成長余地</b> .....	<b>39</b>
4.2.1	プレミアムサービスの利用状況と意向.....	39
4.2.2	プレミアムサービスの利用理由と年代差.....	40
<b>4.3</b>	<b>拡大するショート動画市場</b> .....	<b>42</b>
4.3.1	ショート動画市場概況.....	42
4.3.2	利用サービス別の特徴.....	43
4.3.3	ショート動画の利用目的.....	44
<b>4.4</b>	<b>ストリーマー文化と投げ銭消費</b> .....	<b>46</b>
<b>4.5</b>	<b>エンタメ消費の総括</b> .....	<b>48</b>
4.5.1	2025年消費総括.....	48
4.5.2	慎重な将来消費意識.....	50

## 図表目次

図 1	市場規模推移.....	7
図 2	各セグメント利用率推移.....	8
図 3	各セグメント利用単価推移.....	9
図 4	各サービス利用者の性・年代・既婚比率.....	10
図 5	同居家族.....	10
図 6	各セグメント利用者の居住地域.....	11
図 7	セルパッケージ年間購入枚数分布.....	12
図 8	セルパッケージ年間購入金額分布.....	13
図 9	セルパッケージ購入ジャンル.....	14
図 10	映像コンテンツの購入意向.....	15
図 11	セル非購入理由.....	16
図 12	平均レンタル枚数分布.....	17
図 13	平均レンタル金額分布.....	18
図 14	メディア別レンタル意向者.....	19
図 15	有料動画配信市場規模推移.....	20
図 16	SVODサービス利用率上位10サービス.....	21
図 17	配信事業者別利用者の性・年代属性(利用率上位10サービス).....	22
図 18	配信事業者上位5サービス別視聴ジャンル(平均との比較).....	23
図 19	ジャンル別視聴本数と市場シェア.....	24
図 20	広告付きプランの認知率と利用状況.....	25
図 21	広告掲載場所に関する意見.....	27
図 22	広告付きプランへの価格受容性.....	28
図 23	有料動画配信への要望.....	30
図 24	映画館利用回数と鑑賞作品.....	31

図 25	映画館へ行く頻度	33
図 26	年代別 映画リピート鑑賞動向	34
図 27	リピート鑑賞した映画作品	35
図 28	公開終了-配信ウィンドウと配信での視聴意向	36
図 29	映画館の魅力	37
図 30	映画館の付加価値へ支払える価格 (PRICE2分析)	39
図 31	AVODプレミアムサービスの利用状況	40
図 32	年代別プレミアムサービス利用理由	41
図 33	ショート動画認知と利用状況	42
図 34	サービス別・年代別ショート動画利用率	44
図 35	ショート動画の視聴コンテンツ	45
図 36	投げ銭利用サービス	46
図 37	YouTubeの投げ銭金額分布	48
図 38	コンテンツ利用者一人当たりの消費額	49
図 39	10年後の消費額見通し	50

## 1.1 はじめに

本調査は「ビデオソフト市場（DVDとBD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」を合わせて、『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。

また、本資料作成にあたり、2つの調査を実施している。1つは「規模調査」、1つは「動向調査」である。主に市場規模・消費額など金銭に関する調査を「規模調査」、ユーザーの興味関心・意向などに関する調査を「動向調査」として調査を行った。

本レポートの第1章では調査概要を、第2章ではユーザー動向調査サマリーとして、市場規模や主要なセグメントに関する重要事項を抜粋して記載する。第3章ではセグメント別市場動向として、セル・レンタル・有料動画配信についての動向を記載する。第4章では特に直近の動向として、AVODやショート動画、投げ銭などの新興市場及び、映画産業を含めたより広範な映像市場実情について記載する。

## 1.2 調査概要

日本国内に居住する満16歳～69歳の男女を対象に、ウェブアンケートを実施した。アンケートの配信にあたり、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、スクリーニングを回収した。（以下、割付）

ここでの性年代別とは、性別を2区分（男女）および、年齢を5年代毎に11区分（16-19歳、20-24歳…64-69歳）と設定し、これを各都道府県別に回収を行った。

### 1.2.1 調査期間

両調査ともに2026年1月12日から2026年1月19日。

### 1.2.2 本調査条件

**規模調査**：日本国内に居住する満16-69歳の男女。

※ただし、有料動画配信市場対象者に関しては追加で回収。

**動向調査**：日本国内に居住する満16-69歳の男女かつ、2025年の間に映像コンテンツの消費がある一般消費者。

### 1.2.3 回収サンプル数

**規模調査**：1,966サンプル+有料動画配信市場に特化したブースト1,448サンプル

※ただし、調査のサンプル内で、ブーストサンプルの条件を満たしたものは、サンプルにも割り付けられているものが一部存在する。

## 1.3 各セグメント定義について

本調査において重要な各セグメントについては以下の通りの定義とした。

- ① **セル購入者**：2025年の間にDVDまたはBDのセルパッケージ作品を自身で購入した方。  
※新品購入に限り、プレゼントや景品、懸賞での入手を除く。また、パッケージ作品の購入者のみ対象とし、デジタルでの購入は後述のESTに算入した。
- ② **レンタル利用者**：2025年の間にDVDまたはBDの映像作品を自身でレンタルした方。  
※パッケージ作品としてのレンタル者のみ対象とし、デジタルレンタルは後述のTVODに算入した。
- ③ **有料動画配信利用者**：2025年の間にSVOD、TVOD、EST、AVODなどの有料動画配信の何れかを利用した方。

※ **SVOD【Subscription Video On Demand】**

毎月定額で支払うと、そのサービスに含まれている映像作品が見放題になるサービス  
(例：月 980 円で 1 万作品が見放題／月 1,580 円でパック内全て視聴可／  
年 3,980 円でその他のサービスとあわせて映像作品 1 万作品が見放題)

※ **TVOD【Transaction Video On Demand】**

1 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サービス。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。  
(例：1 作品 420 円で 48 時間程度、期間中は何度でも視聴可)

※ **EST【Electronic Sell Through】**

1 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サービス。  
iTunes、PlayStation Video、Google TV 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。(例：1 作品 3,000 円でいつまでも視聴可)

※ **AVOD【Advertising Video On Demand】**

広告掲載型の動画配信サービス。通常は広告付きで無料で視聴することができる。  
YouTube、TVer など。尚、課金することで広告を消せるプレミアムサービスも存在する。

## 2.1 映像ソフト市場規模と変化

**映像ソフト市場の市場規模推計は8,554億円。  
前年比は103.4%と微増。**

映像ソフト市場の推計規模は**8,554億円**となり、前年比**103.4%**とわずかに増加した。市場全体としては2018年以降、2025年まで8年連続で成長を続けている。しかし、2022年以降は4年連続で1桁成長にとどまっており、コロナ禍に急速に拡大した有料動画配信市場の成長が一段落した影響が見られる。また、縮小が続くセル市場およびレンタル市場との相殺によって、市場全体としては微増にとどまった形となった。

セル市場は**1,288億円**となり、前年比**86.2%**と大幅に縮小した。これにより2年連続の二桁減少となり、2007年の調査開始以来最小の市場規模を記録している。2007年と比較すると市場規模は約42%まで縮小しており、パッケージメディア市場の構造的な縮小が改めて確認された。一方で、

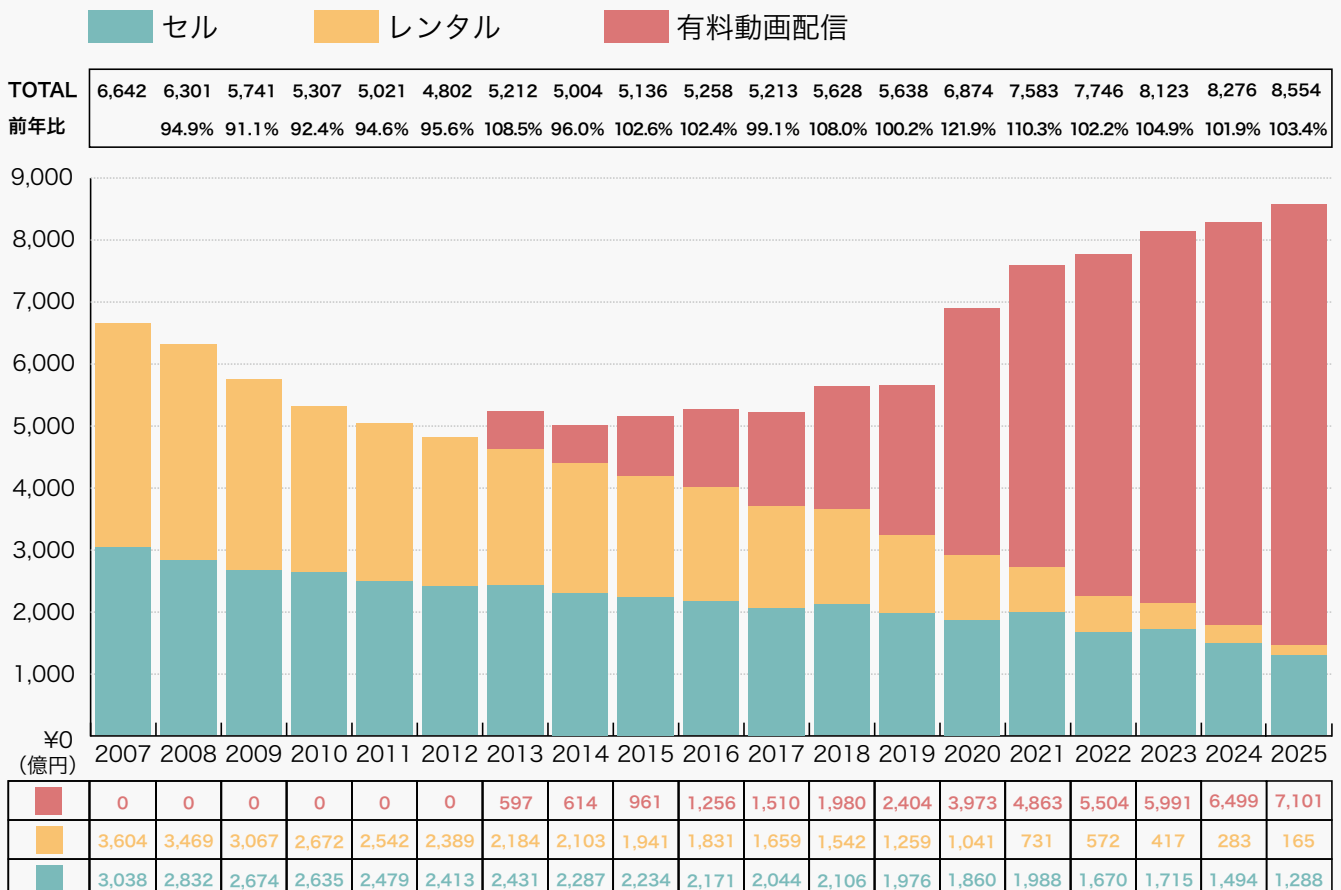
レンタル市場と比較するとその下げ幅は緩やかで、一定のコア層に支持されていることがうかがえる。

レンタル市場も引き続き縮小傾向にあり、**165億円**（前年比**58.3%**）まで減少した。ここ数年、年平均30%前後のペースで市場が縮小してきたが、本年度は減少率としても過去最大となっている。

セル市場とレンタル市場を合わせたパッケージ市場の規模は**1,453億円**となり、前年比**81.8%**と2年連続で10%以上の減少が続いている。

一方で、有料動画配信市場は**7,101億円**となり、初めて**7,000億円台**を突破した。前年比**109.3%**と、計測開始当初の急成長期ほどの勢いはないものの、依然として二桁に近い成長率を維持しており、映像ソフト市場全体の拡大を牽引している。

図1 市場規模推移



## 2.2 セグメント別利用率・単価の推移

**有料コンテンツ利用者は43.3%と前年並みも、セル・レンタル市場は苦戦。**

有料で映像ソフトを利用する「有料コンテンツ利用者」の割合は全体の**43.3%**となり、前年とほぼ同水準を維持した。有料動画配信サービスの利用率は**39.9%**に達し、過去最高を記録した一方で、セル・レンタル市場の低迷は続いている。セル購入率は**6.0%**、レンタル利用率は**4.3%**と、いずれも10%を下回る水準まで冷え込んだ。なお、有料コンテンツ利用者はセル購入者、レンタル利用者、有料動画配信利用者の重複を許している点に注意。

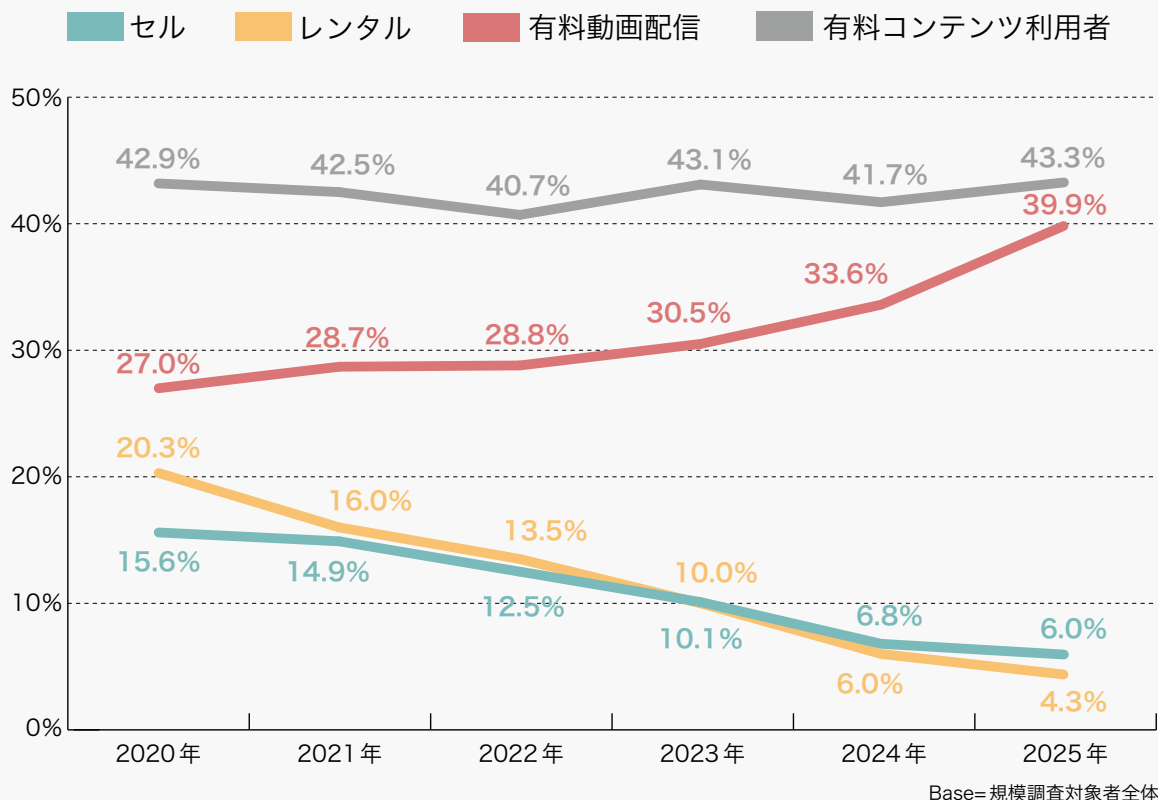
利用単価に関して、主要セグメントすべてで下落傾向が見られる。セルの購入単価は2024年の**29,089円**から微減の**28,289円**となった。レンタルの利用単価も2024年の**6,298円**から約**12%**減の**5,528円**に下落。有料動画配信の利用単価も2024年の**24,085円**から**23,882円**と微

減となった。2024年までは利用単価増が続いていた映像市場だが、初めてすべての利用単価が下落した年となった。

また、調査前年の2024年後半にSVOD各社では、価格改定の動きが見られた。Netflix、Amazon Prime Video、Disney+などの主要各社は軒並み実質値上げを行っているが、2025年については業界全体として値動きは少なく、結果として、昨年度の支出状況をそのまま引き継いだものとみられる。

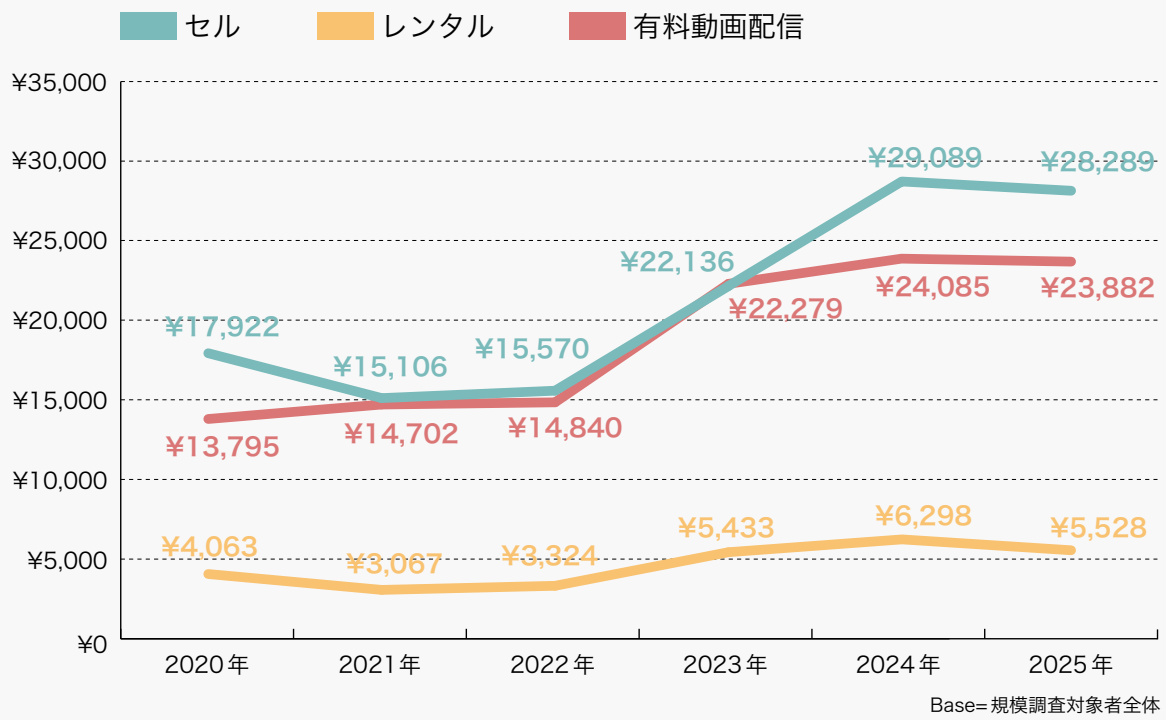
最も利用率が高く、市場規模の大きい有料動画配信の利用率がさらに伸び、結果として市場伸長に貢献しているが、利用単価という観点からは高止まりを見せており、来年以降の利用単価の動向が注目される。

図2 各セグメント利用率推移



※「有料コンテンツ利用者」はセル、レンタル、有料動画のそれぞれの利用者に対し、重複を許して合計した数値を指す。単純合算ではない点に注意。

図3 各セグメント利用単価推移



## 2.3 主要利用者層のプロフィール

各セグメントの基本情報をまとめた。

### 2.3.1 各サービス利用者属性

図4 各サービス利用者の性・年代・既婚比率

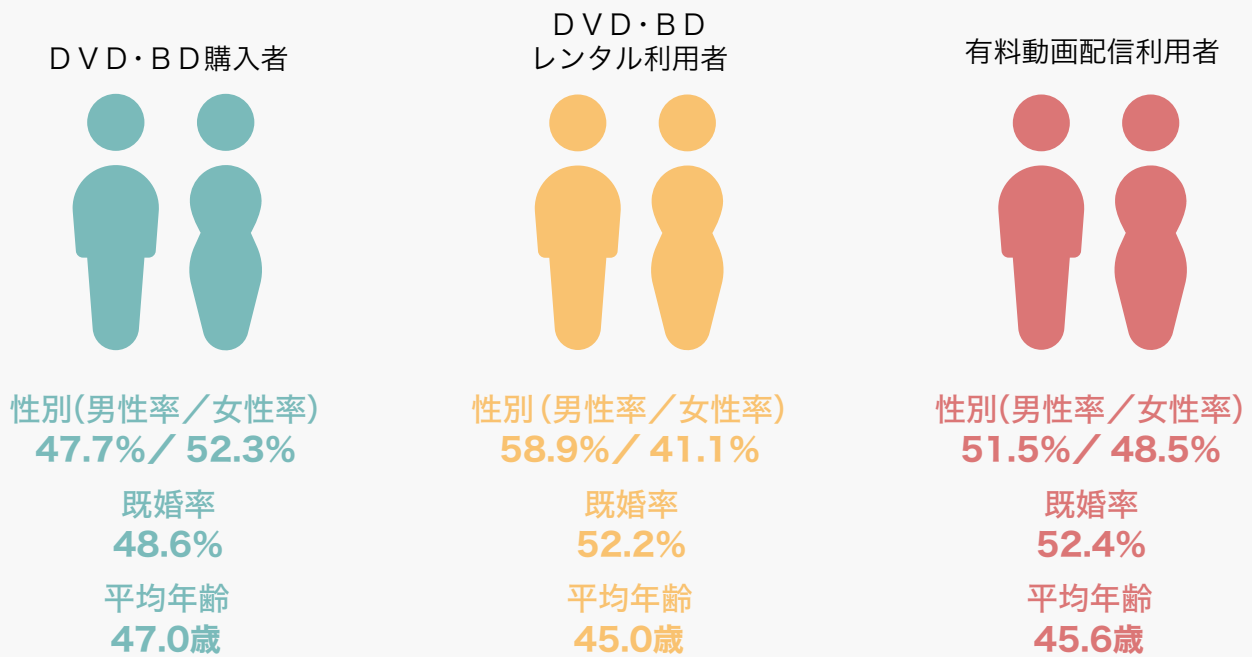


図5 同居家族

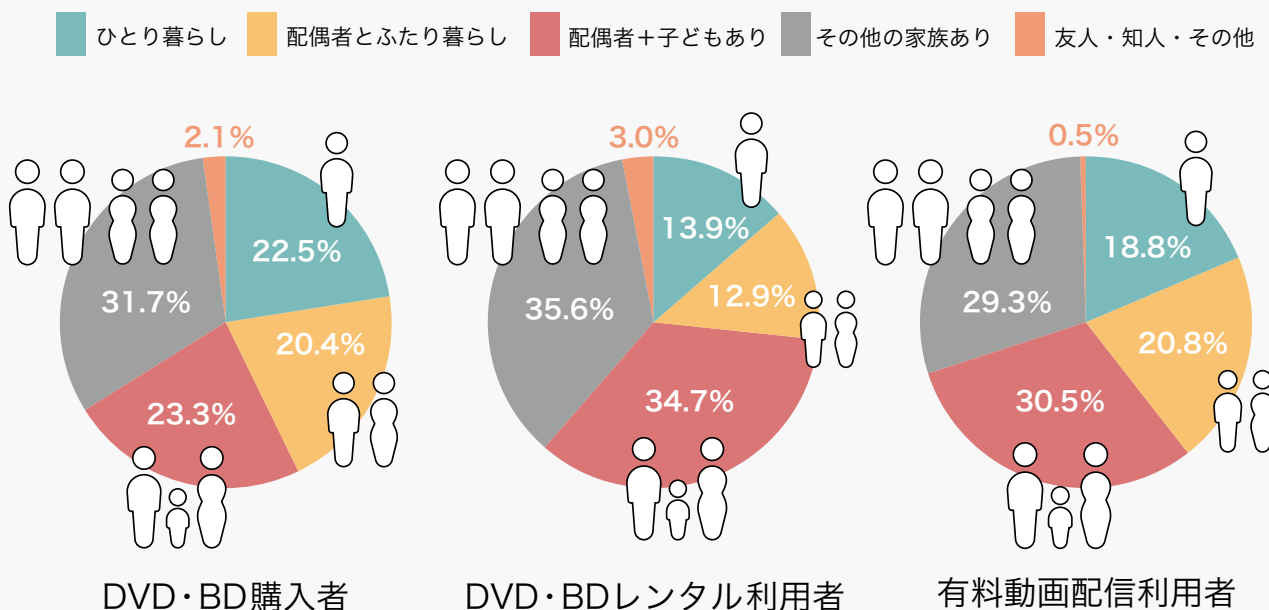
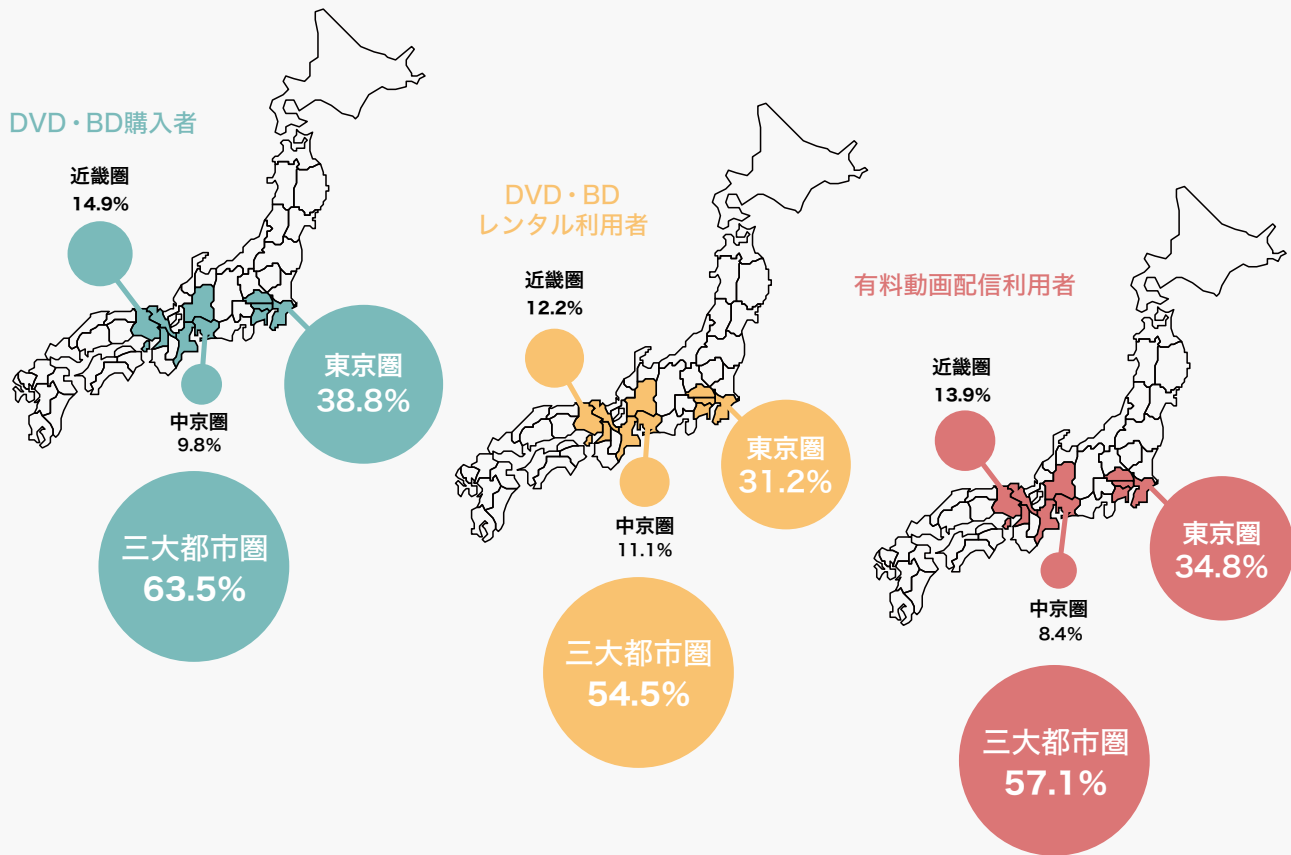


図6 各セグメント利用者の居住地域



ビデオソフト・レンタル・動画配信

# 映像ソフト市場規模および ユーザー動向調査2025

◎利用履歴や消費額など、市場規模に  
関連するファクトに関して広く聴取  
を行った「規模調査」に加え、主に利  
用意向やサービスへの意見などに關  
して聴取した「動向調査」を実施



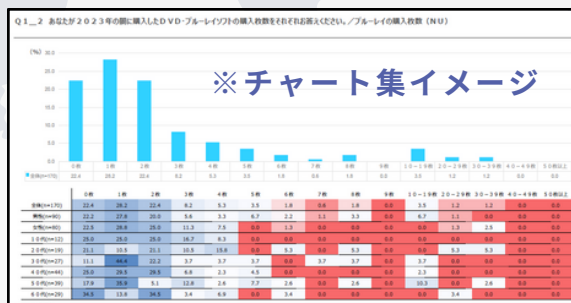
## ■映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査2025（計50ページ）

2026年5月18日発売 100,000円(税込)

「規模調査」、「動向調査」の2つの調査を実施。  
今のビデオソフト・レンタル・動画配信の市場規模推計やユーザーの実態を調査。

## ■チャート集（2部構成・計93ページ）

ご購入いただくと、右図イメージのような規模  
調査&動向調査の各設問を全体・性別・年代  
別の3軸で集計したチャート集もご利用いただけ  
ます。



本報告書の内容・ご購入については  
下記までお問い合わせください

株式会社 エスピーアイ・インフォメーション

<https://www.spi-information.com/categories/detail/43687>