

有料動画配信サービスの利用は  
コロナ禍3年目で如何に変化したか！？

## 動画配信ユーザー実態調査 2022

詳細レポートを販売いたします！（8月末発売予定）

※詳細に関しましては、下記、「お問い合わせ先」までご連絡ください。

### 対象メディア・サービス

- 定額制見放題（SVOD）
- 都度課金制レンタル（TVOD）
- デジタルデータ購入（EST）

### 【主な調査項目】 ※詳細は別紙参照

#### ● 対象メディア・サービスの利用について

利用率／利用数／頻度別構成比／性・年代別構成比／デバイス別利用状況／利用増減  
配信サービス自体の認知／サービスブランドの認知／利用サービス／利用サービスの評価  
利用金額（TVOD・EST）／利用時間（SVOD）／視聴コンテンツジャンル／利用のきっかけ  
利用期間／ライブ配信の利用／今後の利用意向／3サービスの利用の重なり／ほか

#### ● 属性、他の調査項目について

性・年代／居住地／自由に使える金額・時間／ネット接続時間／ネット接続機器  
映画館利用／有料放送利用／レンタル店利用／パッケージセル利用／無料動画利用  
スマホゲームの利用／携帯電話サービス事業者／見逃し配信の利用／SNSの利用／ほか

### 【調査概要】

調査時期：2022年6月24日～6月29日

本調査サンプル数：1615s 有料動画配信サービス利用者（SVOD、TVOD、ESTのいずれかを利用）

※スクリーニングは、5028人

割付：性・年代均等 ※集計時に、人口構成比に合わせてウェイトバック補正

### 調査企画

株式会社フィールドワークス / 映像メディア総合研究所

#### <本件に関するお問い合わせ先>

映像メディア総合研究所・四方田（ヨモダ）

MAIL : yomoda@eizomedia.jp

有料動画配信（SVOD、TVOD、EST）に特化したレポートです  
各サービスの利用に関する様々な項目をご用意しています

商品：「動画配信ユーザー実態調査 2022」レポート

「SVOD」「TVOD」「EST」の有料動画配信に特化した6月実施の調査レポートです。

A4判／1C／120頁（予定） データ集「誌面掲載グラフ／GT表／性・年代別クロス集計」付き

価格：200,000円（税抜）

発売：2022年8月31日

※購入者による2冊目以降、1冊につき10,000円（税抜）

※購入者に限り、オプションにて追加クロス集計を承ります

〈1項目×基本設問項目すべてのクロス集計／30,000円（税抜）〉

※レポート冊子、各種納品データの複製、転売、公表は禁止とさせていただきます。

ご購入申し込み書

下記の必要事項をご記入、ご担当者様の押印の上、下記へFAXいただくか、  
ご記入・押印済のPDFファイルをメール添付にてお送りください。

MAIL : yomoda@eizomedia.jp

「動画配信ユーザー実態調査 2022」の購入を申し込みます。

お申込みの品目に<sup>✓</sup>を付けて、必要事項をご記入ください。

レポート冊子（データ集付き）

- |                             |          |                             |          |
|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> 1部 | 200,000円 | <input type="checkbox"/> 4部 | 230,000円 |
| <input type="checkbox"/> 2部 | 210,000円 | <input type="checkbox"/> 5部 | 240,000円 |
| <input type="checkbox"/> 3部 | 220,000円 | <input type="checkbox"/> 6部 | 250,000円 |

Rawデータ 100,000円 ※上記レポートご購入者に限りです

※データ集を収録したUSBメモリは、2部以上ご購入の場合も1社につき、1つです。

貴社名：	
部署名：	
ご担当者名：	Ⓜ
郵便番号：	
住所：	
電話：	FAX：
メールアドレス：	

※レポート冊子、各種納品データの複製、転売、公表は致しません

# 動画配信ユーザー実態調査 2022

## 【設問項目一覧】

※項目によって、若干の変更の可能性がございます

### 【1】動画視聴メディア利用状況と附帯設問

各メディア・サービスの利用（映画館、セル、レンタル、有料放送、無料動画、TVOD、SVOD、EST、ライブ配信）  
各メディア・サービス利用者の性・年代構成（映画館、セル、レンタル、有料放送、無料動画、TVOD、SVOD、EST、ライブ配信）  
有料動画配信サービス自体の認知度（TVOD、SVOD、EST）  
有料動画配信サービスの魅力度（TVOD、SVOD、EST）  
有料動画配信サービス“ブランド”の認知度（Amazonプライムビデオ、Netflix、Disneyプラス、U-NEXT、Huluなど）  
無料動画配信サービスの利用（YouTube、Tver、GYAO!、AbemaTV、ニコニコ動画など）  
ライブ配信（都度課金）の利用実績  
ライブ配信（都度課金）の利用意向  
ふだん見ている映像コンテンツのジャンル  
テレビ番組の「見逃し視聴」サービスの利用  
音楽配信の利用  
電子書籍の利用  
スマホゲームの利用  
SNSの利用  
利用携帯電話のサービス事業者  
5Gサービスの利用状況  
ふだん利用しているインターネット接続機器

### 【2】ビデオ・オン・デマンドの利用について

VOD利用のきっかけ  
利用開始時のサービス比較  
VOD利用期間  
TVODの視聴回数・増減・金額  
TVODの視聴回数が増えた理由・減った理由  
SVODの視聴回数・増減・時間  
SVODの視聴回数が増えた理由・減った理由  
デバイス別のVOD視聴状況  
テレビモニターでのVOD視聴方法  
PVODの利用実績  
PVODの利用意向  
利用しているVODサービス  
最も利用しているVODサービスを選んだ理由  
最も利用しているVODサービスの契約者  
最も利用しているVODサービスの評価（コンテンツ、検索・操作性、デバイスの利用勝手、レビュー・レコメンド、画質・音質、料金）  
最も利用しているVODサービスへの不満  
TVODで視聴するコンテンツのジャンル  
SVODで視聴するコンテンツのジャンル  
TVOD利用者のSVODを利用しない理由  
SVOD利用者のTVODを利用しない理由  
SVOD利用者におけるTVODでの新作映画の配信時期の認知状況  
SVOD利用者におけるTVODでの新作視聴意向  
ライブ配信（見放題）の利用実績（放送の同時再送信、ライブイベント）  
今後の利用意向  
有料動画配信未利用者の利用しない理由（TVOD、SVOD）

### 【3】エレクトリック・セルスルー（EST）の利用について

EST利用のきっかけ  
ESTの利用回数・金額  
利用しているESTサービス  
利用しているESTサービスを選んだ理由  
デバイス別のEST購入経験  
ESTでよく購入するジャンル  
ESTの購入回数・増減  
ESTの購入回数が増えた理由・減った理由  
EST利用者のTVOD利用意向  
EST利用者のTVODを利用しない理由  
VOD利用者のEST利用意向  
VOD利用者のESTを利用しない理由  
今後のEST利用意向

### ■基本属性（レポート冊子には単純集計は掲載していません／データのみ）

性別  
年齢  
居住地  
職業  
結婚  
家族構成  
小遣い／月  
自由な時間／日（平日・休日）