

TVOD、SVOD、ESTの**動画配信**サービスは  
如何に**認知され、利用され**、または何故、**利用されない**か！？  
～年次調査に加え、2016年6月調査を実施！～

## 映像メディアユーザー実態調査 2016 上半期 動画配信版

詳細レポートを販売いたします！（8月下旬発売予定）

※詳細に関しましては、ご説明にお伺いいたします。

### 対象メディア・サービス

- ビデオ・オン・デマンド（都度課金）
- ビデオ・オン・デマンド（定額課金）
- エレクトリック・セルスルー

### 【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 ※未利用者への項目は一部に限られます

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／利用増減の理由／VOD各サービス名称の認知度／利用サービス／利用金額（TVOD・EST）／利用時間（SVOD）／視聴コンテンツのジャンル／利用のきっかけ／今後の利用意向／3サービスの利用の重なり／3サービスのそれぞれの認知／テレビへの転送視聴経験／ほか

#### ●属性、他の調査項目について

性／年代／居住地域／映画館利用率／有料放送利用率／パッケージレンタル利用率／パッケージセル利用率／無料動画利用率／無料テレビ利用率／インターネット接続時間／ふだん利用しているネット接続機器／海外サイトでのコンテンツ視聴状況／ほか

### 【調査概要】

原則として、年次調査と同じモニター会社・手法で調査を行いますが、レポートの内容としては一部、年度調査とは見え方の異なる項目があります。

#### 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）

TEL : 090 - 5319 - 0662 MAIL : yomoda@eizomedia.jp

**動画配信 (TVOD、SVOD、EST) に特化したレポートです  
年次レポートからの利用の変化に加え、未利用の理由に迫ります！**

商品：「映像メディアユーザー実態調査 2016 上半期 動画配信版」レポート

年次レポートから「TVOD」「SVOD」「EST」の項目を抜き出し、半期で調査したレポートです。

A4判／1C／70頁（予定）「誌面掲載データ USBメモリ」付き

※一部項目は年次と異なります。※冊子の体裁は年次版と異なります。

価格：200,000円（税抜）

年次版2016レポートのご購入者は特別価格 150,000円（税抜）

納品：2016年8月下旬 ※速報版（GT表）は7月20日（データ納品）

※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。

FAX：03-5794-3012 MAIL：yomoda@eizomedia.jp

「映像メディアユーザー実態調査2016 上半期 動画配信版」の購入を申し込みます。

お申込みの品目に☑を付けて、必要事項をご記入ください。

レポート冊子（誌面データUSBメモリ付き）

- |                             |          |                             |          |
|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| <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 ※全回答者の集計前の全設問・回答データです

※USBメモリは、2部以上ご購入の場合も1社につき、1枚です。

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

映像メディアユーザー実態調査2016 上半期 動画配信版

【レポート項目一覧】

※項目によって、若干の変更の可能性がございます

【1】メディア利用概況と附帯設問

各メディア・サービスの利用実績（利用率）	映画館、パッケージソフトセル・レンタル、有料・無料放送、無料動画、TVOD、SVOD、EST
利用者の性・年代別構成比（各メディア・サービス）	
利用者のジャンル嗜好性	有料・無料問わず、すべての映像視聴メディア・サービスで、最も見ている映像コンテンツのジャンル
ジャンル嗜好性別ユーザーの性・年代構成比	欧米映画、日本映画、アジア映画、欧米テレビドラマ…などのジャンル嗜好性ユーザー別
インターネット接続時間《PC／平日》	
インターネット接続時間《PC／休日》	
インターネット接続時間《携帯端末／平日》	
インターネット接続時間《携帯端末／休日》	
ふだん利用しているインターネット接続機器	
海外サイトでの映画・テレビドラマ・アニメなどの視聴	
生活・行動習慣の変化	さまざまな仮説を検証するための設問

【2】ビデオ・オン・デマンドの利用について

過去1年間のVOD（T・S含む）利用実績（利用率）	
過去1年間のTVOD利用実績（利用率）	
過去1年間のSVOD利用実績（利用率）	
VODサービスの認知度（T・S含む）	
利用しているVODサービス（T・S含む）	
利用しているVODサービスを選んだ理由（T・S含む）	
デバイス別のTVOD利用経験（テレビ、パソコン、携帯端末）	
デバイス別のSVOD利用経験（テレビ、パソコン、携帯端末）	
利用者の性・年代別構成比（T+S、T、S）	
総利用回数の性・年代別構成比（T+S、T、S）	
TVODの利用金額（年）	
SVODの利用時間（週）	
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利用頻度の1年前からの変化	
TVOD利用が増えた理由	
TVOD利用が減った理由	
SVOD利用頻度の1年前からの変化	
SVOD利用が増えた理由	
SVOD利用が減った理由	
TVODの今後の利用意向	
SVODの今後の利用意向	
VOD利用のきっかけ（T・S含む）	
P Cや携帯端末からテレビにデータを転送してV O Dを視聴した経験	
TVODサービス自体の認知	個別サービスではなく、サービス自体の認知
SVODサービスの認知	
TVOD利用者のSVODを利用しない理由	
TOD利用者が感じるSVODの魅力度	
SVOD利用者のTVODを利用しない理由	
SVOD利用者が感じるTVODの魅力度	
デジタル未利用者が感じるTVODの魅力度	デジタル未利用者は、T、S、ESTのいずれも利用のない人
デジタル未利用者が感じるTVODを利用しない理由	
デジタル未利用者が感じるSVODの魅力度	
デジタル未利用者が感じるSVODを利用しない理由	
無料動画の利用実績（利用率）	
無料動画の利用サービス	

### [3]エレクトリック・セルスルー (EST) の利用について

過去1年間のEST利用実績 (利用率)  
 デバイス別の利用経験 (テレビ+パソコン、携帯端末)  
 EST利用者の性・年代別構成比  
 総利用回数の性・年代別構成比  
 ESTの利用金額 (年)  
 利用しているESTサービス  
 ESTでよく購入するジャンル  
 1年前からのESTの利用頻度の変化  
 ESTの利用が増えた理由  
 ESTの利用が減った理由  
 今後の利用意向  
 VOD (T・S含む) 利用者のESTを利用しない理由  
 VOD (T・S含む) 利用者が感じるESTの魅力度  
 デジタル未利用者が感じるESTの魅力度  
 デジタル未利用者が感じるESTを利用しない理由

デジタル未利用者は、T、S、ESTのいずれも利用のない人
------------------------------

### [4]メディア×メディア 相関関係

各メディア利用者の「映画館」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「パッケージソフトの購入」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「パッケージソフトのレンタル」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「有料放送」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「無料動画」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「TVOD」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「SVOD」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「EST」利用実績 (利用率)  
 各メディア利用者の「無料放送」利用実績 (利用率)  
 複数の有料メディア・サービスの利用実績  
 有料映像メディア・サービスの併用状況  
 デジタル3サービスの併用状況  
 フィジカル・有料放送・デジタルの併用状況  
 デジタル3サービス利用者の既存メディア利用増減

メディア・サービスを問わず、有料視聴の経験
映画館を除く、セル、レンタル、有料放送、T、S、ESTのそれぞれの重なり
T、S、ESTの3つのサービスの重なり
フィジカル (セル+レンタル)、有料放送、デジタル (T、S、EST) の重なり
T、S、EST利用者の、それぞれの映画館、セル、レンタル、有料放送の利用増減

### ■基本属性 (レポートには単純集計は掲載していません)

性別  
 年齢  
 居住地 (※割付なし)  
 職業  
 職業  
 結婚  
 小遣い/月  
 自由な時間/日 (平日・休日)