

日本人は、すべての映像視聴メディアをどう利用しているのか！？

～全国5000人へのリサーチでユーザーの映像視聴実態をひも解く～

映像メディア ユーザー実態調査 2017

詳細レポートを今年も販売いたします！

対象メディア・サービス

- 映画館
- 有料放送
- 無料放送
- パッケージソフトの購入
- パッケージソフトのレンタル
- ビデオ・オン・デマンド（都度課金、定額課金）
- 無料動画配信
- 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

利用率／利用数／利用者の頻度別構成比／利用者の性・年代別構成比／利用増減／利用増減の理由（※一部除く）／今後の利用意向／未利用者が感じる魅力度合／改善要望点／メディア間の利用者の重なり／ジャンル嗜好性ユーザーのメディア利用／ほか、メディア・サービスの利用方法各種

●その他メディア利用環境・動向について

予定のない日・時間の過ごし方／利用しているエンタメ家電・通信機器／ネット接続環境／ネット接続時間／接続時間の増減／接続時間の今後の増減予想／TVモニター・HDDへのネット接続有無／海外サイトでの動画視聴／放送の録画視聴の状況／ほか、動画の視聴・購入方法各種

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
ジーエフケー・ライフスタイルマーケティング・ジャパン株式会社

<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

「映像メディアユーザー実態調査2017」お申し込み書

皆さまのビジネスの舵取りに、ぜひ、ご活用ください

商品：「映像メディアユーザー実態調査 2017」レポート

A4判/1C/ムセン綴じ/250頁（予定）

「誌面掲載データ USB」付き

価格：200,000円（税抜）

納品：2017年2月末日

※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軸×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2017」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 200,000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2017」 主なレポート項目

※項目は予定です。一部、変更となる可能性があります

第1章 映画館の利用について

- 過去1年間の映画館利用実績（利用率）
- 映画館利用者の頻度別人数構成比
- 総利用回数の頻度別構成比
- 利用者の性・年代別構成比
- 総利用回数の性・年代別構成比
- 映画館で見る映画のジャンル
- 1年前との利用回数の変化
- 映画を見る際に参考にしてしている情報
- 今後の利用意向
- 未利用者が感じる映画館の魅力度
- 未利用者が映画館を利用するための改善点
- 映画館利用者のプロフィール

第2章 パッケージソフトの購入について

- 過去1年間のパッケージソフト購入実績（利用率）
- パッケージソフト購入者の頻度別人数構成比
- 総購入枚数の頻度別構成比
- 利用者の性・年代別構成比
- 総購入枚数の性・年代別構成比
- メディア別購入経路
- 利用している購入チャネル
- 購入するソフトのジャンル
- 1年前との購入枚数の変化
- 購入枚数が増えた理由
- 購入枚数が減った理由
- 今後の利用意向
- 未利用者が感じるソフト購入の魅力度
- 未利用者がソフトを購入するための改善点
- パッケージソフト購入者のプロフィール

第3章 パッケージソフトのレンタルについて

- 過去1年間のパッケージソフトレンタル実績（利用率）
- レンタル利用者の頻度別人数構成比
- 総レンタル枚数の頻度別構成比
- 利用者の性・年代別構成比
- 総レンタル枚数の性・年代別構成比
- メディア別レンタル経路
- 流通別レンタル経路
- レンタルするソフトのジャンル
- 1年前とのレンタル枚数の変化
- レンタル枚数が増えた理由
- レンタル枚数が減った理由
- 今後の利用意向
- レンタルしたい作品にDVDとブルーレイがあった場合
- 未利用者が感じるソフトレンタルの魅力度
- 未利用者がソフトをレンタルするための改善点
- レンタル利用者のプロフィール

第4章 無料放送の視聴について

- 無料放送の視聴実績《平日》（利用率）
- 無料放送の視聴実績《休日》（利用率）
- 無料放送視聴者の頻度別人数構成比《平日》
- 無料放送視聴者の頻度別人数構成比《休日》
- 利用者の性・年代別構成比《平日》
- 利用者の性・年代別構成比《休日》
- 無料放送の視聴ジャンル《放送時の視聴》
- 無料放送の視聴ジャンル《録画視聴》
- 1年前との視聴時間の変化《放送時の視聴》
- 1年前との視聴時間の変化《録画視聴》
- 1年前との視聴時間の変化《BSの無料放送》
- 今後の利用意向《放送時の視聴》
- 今後の利用意向《録画視聴》
- 無料放送利用者のプロフィール

第5章 有料放送の視聴について

- 有料放送契約の有無
- 有料放送の受信方法
- 有料放送の視聴実績（利用率）
- 有料放送視聴者の頻度別人数構成比
- 総視聴時間の頻度別構成比
- 有料放送視聴者の性・年代別構成比
- 総視聴時間の性・年代別構成比
- よく視聴しているチャンネル
- 有料放送の視聴ジャンル《放送時の視聴》
- 有料放送の視聴ジャンル《録画視聴》
- 1年前との視聴時間の変化《放送時視聴》
- 有料放送の視聴時間が増えた理由《放送時の視聴》
- 有料放送の視聴時間が減った理由《放送時の視聴》
- 1年前との視聴時間の変化《録画視聴》
- 有料放送の視聴時間が増えた理由《録画視聴》
- 有料放送の視聴時間が減った理由《録画視聴》
- 今後の利用意向《放送時の視聴》
- 今後の利用意向《録画視聴》
- 未契約者が感じる有料放送の視聴の魅力度
- 未契約者が有料放送を視聴するための改善点
- 有料放送利用者のプロフィール

第6章 無料動画サービスの利用について

- 無料動画の利用実績（利用率）
- 利用者の頻度別人数構成比
- 総視聴時間の頻度別構成比
- 利用者の性・年代別構成比
- 総視聴時間の性・年代別構成比
- 利用サービス
- 視聴コンテンツのジャンル
- 「見逃し視聴サービス」の利用の有無
- 1年前との視聴時間の変化
- 無料動画の視聴時間が増えた理由
- 無料動画の視聴時間が減った理由
- 今後の利用意向
- 無料動画利用者のプロフィール

第7章 ビデオ・オン・デマンド（VOD）の利用について

- 過去1年間のVOD利用実績（利用率）
- 都度課金サービスの利用実績（利用率）
- 定額課金サービスの利用実績（利用率）
- デバイス別利用経験（都度課金）
- デバイス別利用経験（定額課金）
- 利用者の性年代別構成比
- 総利用回数の性年代別構成比
- 利用している動画配信サービス
- そのサービスを利用する理由
- 利用のきっかけ
- ひと月あたりの利用料金（都度課金）
- 定額課金サービスの利用時間
- 視聴するコンテンツのジャンル（都度課金）
- 視聴するコンテンツのジャンル（定額課金）
- 1年前からの利用頻度の変化（都度課金）
- 利用が増えた理由（都度課金）
- 利用が減った理由（都度課金）
- 1年前からの利用頻度の変化（定額課金）
- 利用が増えた理由（定額課金）
- 利用が減った理由（定額課金）
- VODで視聴が増えているジャンル（都度課金）
- VODで視聴が増えているジャンル（定額課金）
- 今後の利用意向（都度課金）
- 今後の利用意向（定額課金）
- TVへのデータ転送視聴経験
- TVへの転送方法
- VODではなくレンタルを利用するケース
- 未利用者が感じる動画配信の魅力度（都度課金）
- 未利用者が感じる動画配信の魅力度（定額課金）
- 未利用者がVODを利用するための改善点
- ビデオ・オン・デマンド利用者のプロフィール（都度課金）
- ビデオ・オン・デマンド利用者のプロフィール（定額課金）

第8章 エレクトリック・セルスルーの利用について

- 過去1年間のEST利用実績（利用率）
- デバイス別の利用経験
- 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
- 利用しているESTサービス
- ESTの利用金額
- ESTでよく視聴するジャンル
- 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
- 未利用者が感じるESTの魅力度
- 未利用者がESTを利用するための改善点
- EST利用者のプロフィール

第9章 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「ソフトの購入」利用実績（利用率）
- 各メディア利用者の「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「VOD（都度課金）」利用実績（利用率）
- 各メディア利用者の「VOD（定額制）」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「無料動画」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）
- 複数の有料映像メディア・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

第10章 その他メディア利用環境・動向

- 予定がない日の過ごし方・時間の過ごし方
- ふだん使用しているAV家電・通信機器
- ふだん使用しているAV家電・通信機器／内訳
- 自宅のインターネット接続環境
- ふだん利用しているインターネット接続機器
- テレビのインターネット接続状況
- HDDレコーダーのインターネット接続状況
- 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》
- インターネットの利用用途《PC》
- インターネットの利用用途《携帯端末》
- 海外サイトでの映画・テレビドラマ・アニメなどの視聴

第11章 ジャンル嗜好性別 メディア利用状況

- ジャンル嗜好性（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
- ジャンル嗜好性別ユーザーのメディア利用実績（利用率）／全体利用実績との差《映画》
- ジャンル嗜好性別ユーザーのメディア利用実績（利用率）／全体利用実績との差《TVドラマ》
- ジャンル嗜好性別ユーザーのメディア利用実績（利用率）／全体利用実績との差《アニメ》
- ジャンル嗜好性別ユーザーのメディア利用実績（利用率）／全体利用実績との差《音楽映像/バラエティ/アイドル・イメージ》
- ジャンル嗜好性別ユーザーのメディア利用実績（利用率）／全体利用実績との差《スポーツ/ドキュメンタリー/ニュース・情報》

第12章 ユーザー属性別 メディア利用状況

- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《10代》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《20代》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《30代》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《学生》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《同居家族状況》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《世帯年収》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《自由に使える金額／月》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《自由に使える時間／平日》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《自由に使える時間／休日》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《ネット接続時間（PC：平日）》
- 性別メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《ネット接続時間（携帯端末：平日）》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《地域①》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《地域②》

第13章 メディア利用状況一覧

- 各メディア・サービスの利用実績（利用率）
- 利用者の性・年代別構成比
- 利用者の1年前との利用数の変化
- 利用者の今後の利用意向
- 各メディア・サービスで、よく視聴しているジャンル
- 利用者、利用数の頻度別構成比
- 未利用者が感じる各有料メディア・サービスに感じる魅力度