

2019年8月26日

報道関係各位

## 有料動画配信サービスの利用率が2割に到達 DVD、ブルーレイのレンタル（24.6%）に、4ポイント差と迫る

—「動画配信ユーザー実態調査 2019」レポート発行—

映像コンテンツ・流通のマーケティング事業を総合的に手掛ける株式会社フィールドワーク（東京都渋谷区、代表取締役：木田義之）と映像メディア総合研究所合同会社（代表：四方田浩一）は、全国6000人規模（うち有料動画配信利用者1000人）のネットアンケート調査を実施し、月額制見放題（SVOD）、都度課金制レンタル（TVOD）、デジタルデータ購入（EST）の3つの有料動画配信サービスについて利用動向を詳細に分析し、レポートを9月1日に発行します。

### ■ 本調査について

本調査は、毎年6月に実施、今回で4回目となる有料動画配信サービスに特化した調査レポートです。

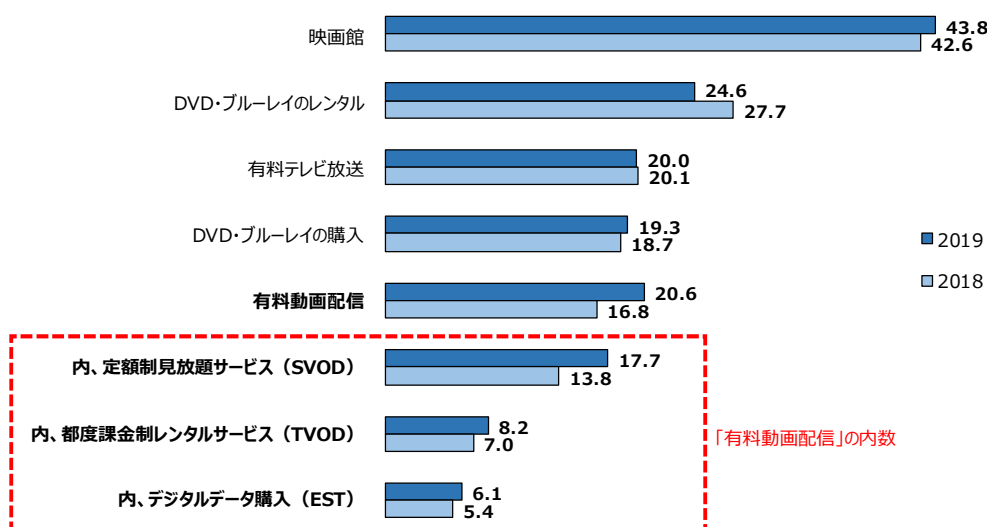
SVOD、TVOD、ESTのサービス総体に対する認知・利用、各サービスブランドの認知・利用を始め、映画、ドラマ、アニメなどカテゴリごとの嗜好性、各サービスの併用、利用回数の頻度などを調査・分析。サービスブランドの利用上位に関しては、満足度をはじめ、コンテンツ、UI・UXの使い勝手、画質・音質、価格の評価など、さまざまな角度からの詳細な分析も行い、利用の実態と利用者の意識を明らかにしました。

本調査は、映像コンテンツの権利者、動画配信サービス事業者、そして動画配信市場の動向にご興味、ご関心のある方々にとって、市場を把握する上での一助となり、今後の利用者拡大への分析材料となることを目的とします。

### ■ 調査結果（抜粋）

- 全回答者中、SVOD、TVOD、ESTのいずれかを過去1年以内に利用した人の割合（有料動画配信サービスの利用率）が2割に達した。他の映像視聴サービスとの比較では、映画館が43.8%、DVD・ブルーレイのレンタルが24.6%、DVD・ブルーレイの購入が19.3%、有料テレビ放送が20.0%で、有料動画配信サービスは、有料テレビ放送とDVD・ブルーレイの購入を超え、レンタルの利用率に4ポイント差と迫った。月額制見放題（SVOD）が前年から3.9ポイント伸ばして17.7%となり、有料動画配信の利用をけん引した【図1】。

【図1】 有料動画配信サービスの利用率 **有料動画配信サービスの利用率が2割に到達し、有料テレビ放送、DVD・ブルーレイの購入を超える**  
回答者：2019年（5934人）／2018年（7042人）／複数回答 (単位：%)

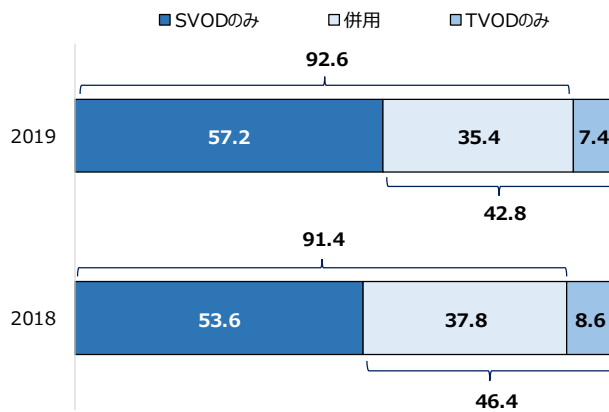


○SVODとTVODのいずれかを利用するVOD利用者のうち、SVODのみを利用する層は57.2%、TVODのみを利用する層は7.3%、併用層は35.4%となった。VOD利用者全体のうち、SVOD利用層の割合は前年から1.2ポイント拡大し92.6%となった。一方、TVODの利用層は前年から3.6ポイント縮小し42.8%となり、SVODの存在感がさらに高まる結果となった【図2】。

【図2】 VODサービスの内訳 SVOD利用者の大幅増により、VOD利用者全体におけるTVOD利用者の割合が減少

回答者：2019年（1134人）／2018年（1063人）

（単位：％）



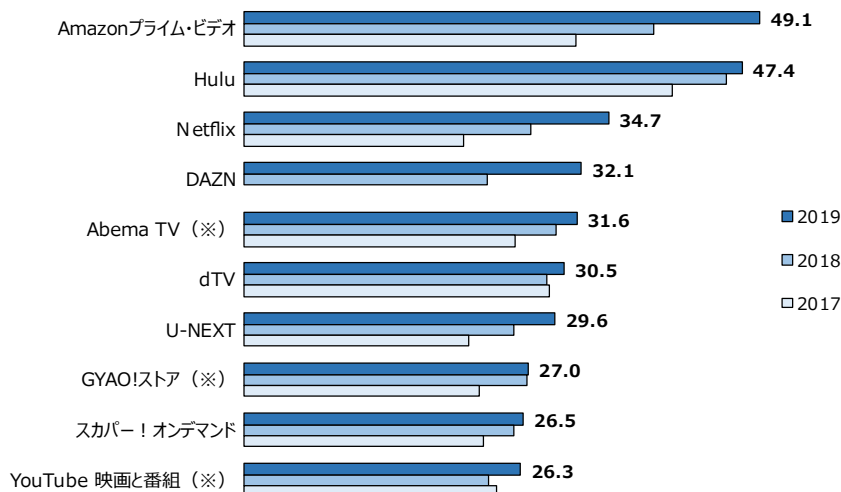
○有料動画配信サービスのブランド認知では、Amazon プライム・ビデオが前年から10.1ポイントと大幅に認知が進み49.1%を獲得し、前年までトップにいたHuluを1.7ポイント差で上回った。また、NetflixとDAZNも前年からの伸びが大きく、Netflixは7.4ポイント伸びて34.7%、DAZNは9.0ポイント伸びて32.1%の認知度となった【図3】。

【図3】 有料動画配信サービスの認知度

Amazonプライム・ビデオが前年から10.1ポイント伸ばしTOPに。Netflix、DAZNも認知を大きく伸ばす

回答者：5934人 / 複数回答

（単位：％）



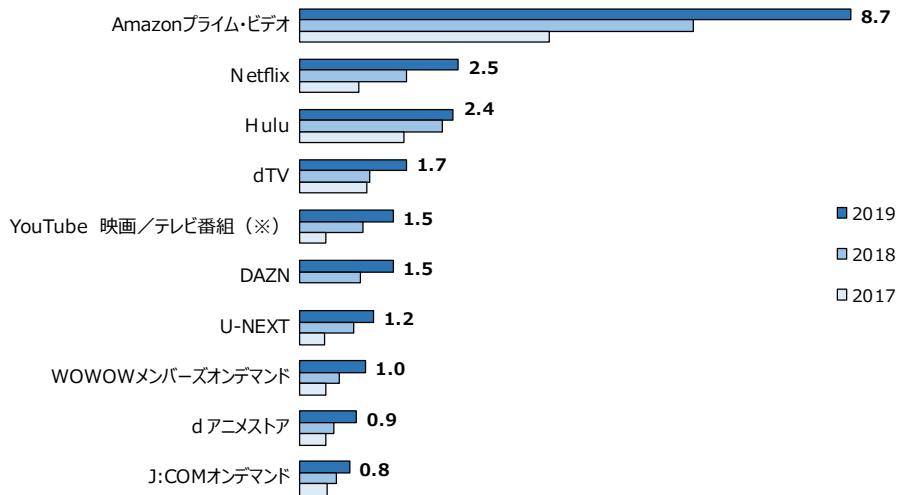
※Abema TV、GYAO!ストア、YouTube 映画と番組などの無料サービスを伴うブランドに関しては、無料サービスと区別するために（※有料サービス）などの補足説明を入れています。  
※認知率10位までを掲載

○一方、有料動画配信サービスの利用率（回答者全体における各サービスの利用者割合）では、Amazonプライム・ビデオが前年から2.5ポイント伸長して8.7%となり、後続をさらに引き離した。続くNetflixは、Huluを僅差で上回り利用率の2位に浮上した。ほか、アニメ専門サービスのdアニメストアが前年の14位から9位へと順位を上げて、上位10サービスに顔を出した【図4】。

【図4】有料動画配信サービスの利用率 **Amazonプライム・ビデオが前年から2.5ポイント伸ばし他を圧倒。NetflixがHuluを超えて2位に浮上**

回答者：5934人 / 複数回答

(単位：%)



※YouTubeなどの無料サービスを伴うブランドに関しては、無料サービスと区別するために（※有料）などの補足説明を入れています。  
※利用率10位までを掲載

#### 【調査概要】

- 調査目的：有料動画配信サービス利用者の利用実態の把握
- 調査対象メディア・サービス：
  - （詳細調査）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）
  - （利用率のみ調査）映画興行 有料放送 DVD、ブルーレイのレンタル DVD、ブルーレイの購入 無料動画サービス
- 調査期間：2019年6月28日～7月2日
- 調査対象者：13～69歳男女
- 調査エリア：全国
- 調査方法：インターネットアンケート調査
- 集計サンプル数：5934人
- 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

株式会社フィールドワークス・藤崎（フジサキ）  
mail: fujisaki@fieldworks.ne.jp