

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 2021

10年継続の映像業界を代表するレポートです。
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

- 映画興行
- 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
- 有料動画配信（SVOD、TVOD、EST）
- 無料動画配信

【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）／利用サービス（※一部メディア）／テレビ番組見逃し配信利用（有料・無料）
ジャンル嗜好性／メディアごとの視聴ジャンル／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
デバイス利用状況（※動画配信）／新型コロナの影響（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／自宅でのWi-Fi利用
TVモニター・HDDへのネット接続有無／SNSの利用／携帯端末でのゲーム利用
音楽配信利用（定額制・都度課金制）／電子書籍利用（定額制・都度課金制）
海外サイトでの動画視聴／Amazonプライム会員など関連サービス契約有無
ほか、各種動向

※レポート冊子（データ集付き）に加え、外付けにて特集記事を作成。

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

「映像メディアユーザー実態調査2021」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 2021」レポート

A4判/1C/ムセン綴じ/272頁

納品内容：レポート冊子、レポートPDF版、誌面掲載図表データ、各種クロス集計データ

価格：250,000円（税抜）

発行：2021年3月1日（2月末より納品）

※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軸×基本設問すべてのクロス集計/20,000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。
折り返し、ご連絡致します。

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

「映像メディアユーザー実態調査2021」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（レポートPDF版、誌面掲載図表データ、各種クロス集計データ付き）

- | | | | |
|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> 1部 | 250,000円 | <input type="checkbox"/> 4部 | 280,000円 |
| <input type="checkbox"/> 2部 | 260,000円 | <input type="checkbox"/> 5部 | 290,000円 |
| <input type="checkbox"/> 3部 | 270,000円 | <input type="checkbox"/> 6部 | 300,000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

※データ集USBメモリは、レポート冊子を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

「映像メディアユーザー実態調査2021」 主なレポート項目

※項目は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
- よく利用する映画館（シネコンチェーン）
- 1年前との利用回数の変化
- 利用回数が増えた理由・減った理由
- 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
- 公開映画の動画配信での視聴意向
- 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
- メディア別購入経験
- 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・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験
- 流通別レンタル経験
- 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・減った理由
- 今後の利用意向
- 動画配信ではなくソフトのレンタルを利用するケース
- 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
- 視聴時間が減った理由
- 今後の利用意向
- 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（映画、ドラマ、アニメなどエンタメ系）
- 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
- 有料放送の視聴時間が増えた理由・減った理由
- 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 見逃し配信について

- 「見逃し視聴サービス」の利用の有無（無料）
- 「見逃し視聴サービス」の利用の有無（併用状況）
- 「見逃し視聴サービス」の利用の有無（有料）

第7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
- デバイス別利用経験
- ライブ配信（無料）の視聴経験
- 利用サービス
- 視聴コンテンツのジャンル
- 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・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8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）
- TVODサービスの利用実績（利用率）
- SVODサービスの利用実績（利用率）
- TVOD利用者の頻度別人数構成比
- TVOD総視聴時間の頻度別構成比
- SVOD利用者の頻度別人数構成比
- SVOD総視聴時間の頻度別構成比
- TVOD利用者の性年代別構成比
- TVOD総利用回数の性年代別構成比
- SVOD利用者の性年代別構成比
- SVOD総利用回数の性年代別構成比
- デバイス別利用経験（TVOD）
- デバイス別利用経験（SVOD）
- TVモニターでの視聴方法
- 利用している動画配信サービス
- 最も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
- そのサービスの契約者（本人か本人以外か）
- 利用のきっかけ
- ライブ配信（有料）の視聴経験
- 有料放送チャンネルの同時配信視聴経験
- ひと月あたりの利用料金（TVOD）
- SVODサービスの利用時間
- 視聴するコンテンツのジャンル（TVOD）
- 視聴するコンテンツのジャンル（SVOD）
- 1年前からの利用頻度の変化（TVOD）
- 利用が増えた理由・減った理由（TVOD）
- 1年前からの利用頻度の変化（SVOD）
- 利用が増えた理由・減った理由（SVOD）
- 今後の利用意向（TVOD）
- 今後の利用意向（SVOD）
- 未利用者が感じる動画配信の魅力度（TVOD）
- 未利用者が感じる動画配信の魅力度（SVOD）
- 未利用者がVODを利用するための改善点
- TVOD利用者のプロフィール
- SVOD利用者のプロフィール

第9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）
- 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
- デバイス別の利用経験
- ESTの利用金額
- ESTでよく視聴するジャンル
- 利用しているESTサービス
- そのサービスを利用する理由
- パッケージソフトのセルとESTの利用状況
- 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・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10章 メディア関連

- 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「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「無料動画」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
- パッケージ、有料放送、有料動画配信の併用状況
- 有料動画配信3サービスの併用状況

第11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
- 利用携帯電話サービス事業者
- ふだん利用しているインターネット接続機器
- 自宅でのWi-Fi 利用状況
- 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
- SNSの利用経験
- 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》
- 音楽配信（定額制）の利用状況
- 音楽配信（都度課金制）の利用状況
- 電子書籍（定額制）の利用状況
- 電子書籍（都度課金制）の利用状況
- 携帯端末でのオンラインゲーム利用経験
- 携帯端末でのオンラインゲーム利用時間《平日》
- 携帯端末でのオンラインゲーム利用経験《休日》
- 海外サイトでの映画・テレビドラマ・アニメなどの視聴

第12章 ジャンル嗜好性別 メディア利用状況

- ジャンル嗜好性（ふだんよく見ている映像コンテンツのジャンル）
- 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13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《40代》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《50代》
- メディア利用実績（利用率）全体利用実績との差《60代》
- 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14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

第15章 各メディア・サービス利用状況 9か年推移