



An impress Group Company

各 位

2015年6月9日
株式会社インプレス

有料の動画配信サービス利用率は7.7%、利用経験者は13.5%に
『動画配信ビジネス調査報告書 2015』
[Netflix 上陸で本格始動する VOD 市場、先行する国内事業者の戦略を探る]
6月11日発行

インプレスグループで IT 関連出版メディア事業、及びパートナー出版事業、デジタルメディア&サービス事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：関本彰大）のシンクタンク部門であるインプレス総合研究所は、動画配信ビジネスの最新動向をまとめた『動画配信ビジネス調査報告書 2015 [Netflix 上陸で本格始動する VOD 市場、先行する国内事業者の戦略を探る]』（<http://r.impressrd.jp/iil/vod2015>）の販売を6月11日（木）より開始します。

近年、国内外の事業者により様々な動画配信サービス（VOD）が開始され、パソコンやスマートデバイス、テレビ、ゲーム機など視聴環境も広がりました。また、作品ごとに課金する都度課金（TVOD：Transactional Video On Demand）のサービスに加え、定額料金で見放題となる SVOD（Subscription Video On Demand）も普及し、ユーザー数も増加しています。サービス間の競争が激しくなる中、オリジナルコンテンツの制作による差別化を図る動きも増えています。さらには、北米で圧倒的なシェアをもつ Netflix が 2015 年秋に日本に参入することも発表されており、市場がいよいよ本格的に拡大することが期待されています。

そこで、本調査報告書では、激動する動画配信ビジネスに関して、その最新概況や業界構造、ビジネス構造や収益モデルなどについて徹底分析するほか、米国と中国の代表的な動き、また、国内・海外の注目すべき事業者の概要と戦略をそれぞれ解説し、今後の動画配信ビジネスを展望します。

また、42 の国内・海外の注目すべき動画配信サービスの概要も個票形式で紹介しています。

さらに、①インターネットユーザーの有料の動画配信サービスに関する利用率や利用意向および、②実際に動画配信サービスを利用しているユーザーの利用動向を詳細に調査し、この1年間の変化や「料金体系別」「性年代別」「視聴環境別」などのクロス軸による集計を行い分析しています。また、集計結果は付属の CD-ROM に Excel 形式で収録しています。

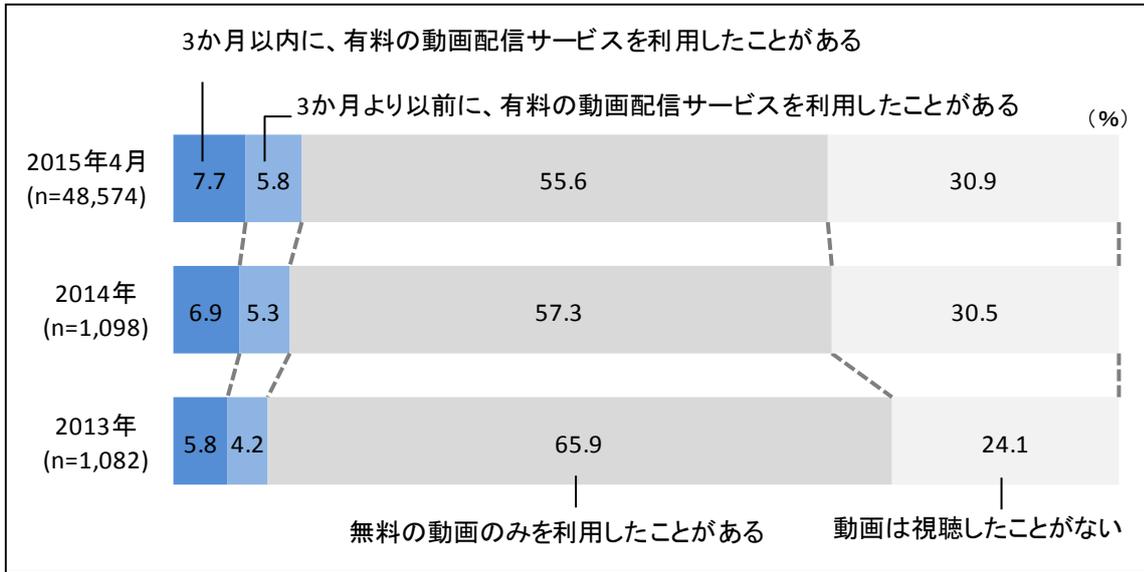
インプレス総合研究所では、今後も継続して、デジタルコンテンツやインターネット、モバイルの最新動向を調査し、報告していく予定です。

<<有料動画配信サービスの利用率や利用意向調査の注目の調査結果>>

■有料VODの利用率は7.7%に微増、利用経験者は13.5%に

動画配信サービスの利用率は、「3か月以内に、有料の動画配信サービスを利用したことがある」が7.7%となりました。昨年の6.9%からは0.8ポイント増加し、3か月より以前の利用者も含めた利用経験者は13.5%（同1.3ポイント増）となりました。

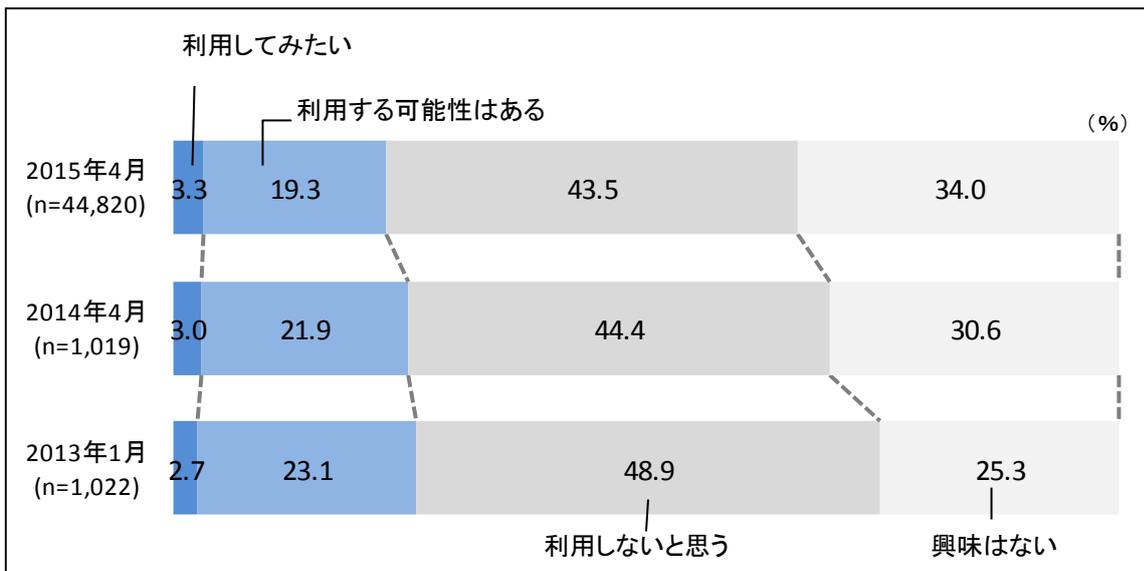
性年代別に見ると、男性20代の16.7%をピークに男性10代や、男性30代で有料の利用率が高く、女性の利用率は男性より全体的に低い数値です。また、個人が利用可能なデバイス（複数回答）別に見ると、タブレット利用者の有料利用率が14.6%と高く、据え置き型ゲーム機やポータブルゲーム機保有者が13.5%、スマートフォン保有者が10.5%となっています。



【図表 1. VOD の利用経験】

■非利用者の利用意向は22.6%

非利用者の有料動画配信サービスの利用意向は、「利用してみたい」は3.3%、「利用する可能性はある」は19.3%です。両者を合わせた利用意向は22.6%で、昨年の24.9%から増加していません。利用しない理由としては、無料の動画で十分楽しめる、料金が低い、視聴する時間がない、時間を割きたくないといった項目が上位に挙げられており、昨年と同じ傾向です。

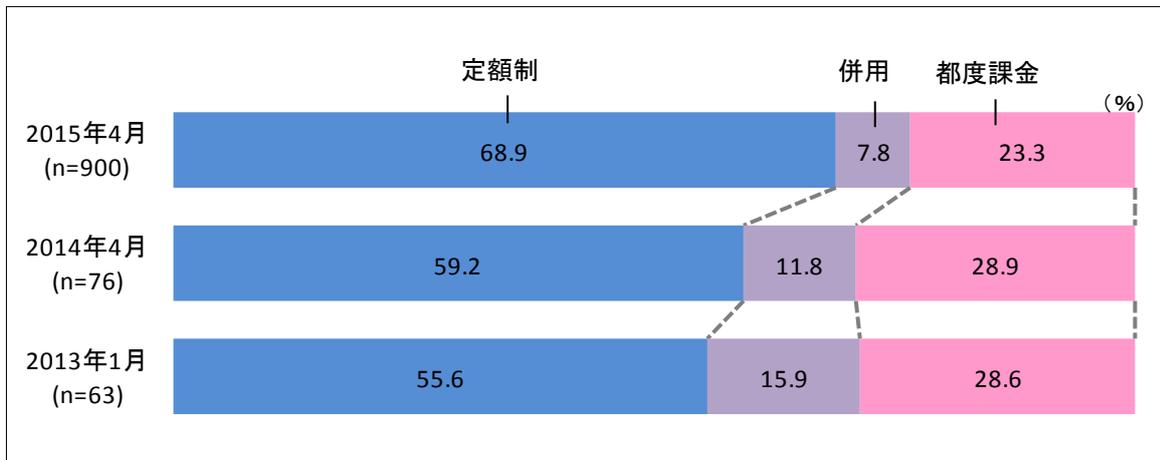


【図表 2. VOD 非利用者の利用意向】

<<有料動画配信サービスの利用者の利用状況調査の注目の調査結果>>

■ユーザーのうち定額制利用者は76.7%、都度課金は31.1%

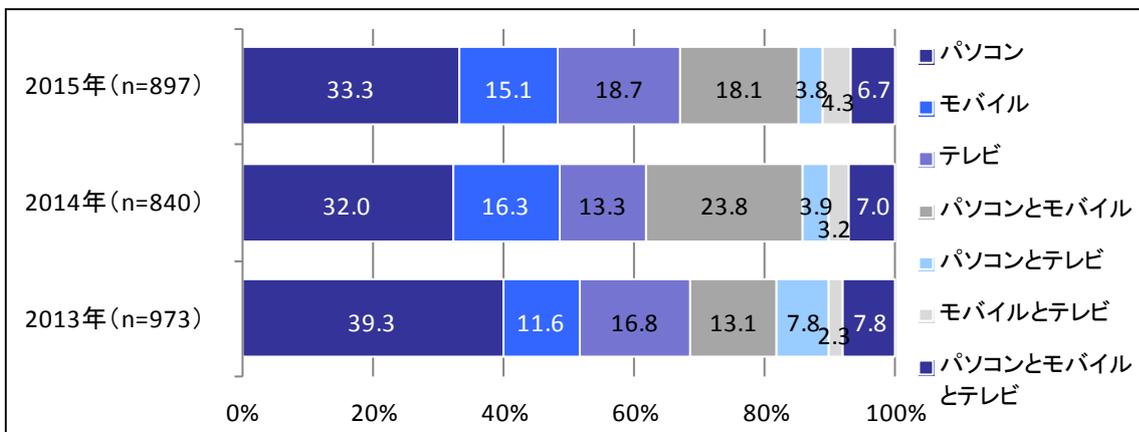
有料動画配信サービスで、定額制のサービスを利用しているユーザーは合計で76.7%、都度課金を利用しているユーザーは合計で31.1%となっています。定額制のVODサービスの利用者が拡大していることもあり、定額制利用者の比率が高まっています。



【図表 3. 利用しているVODサービスの料金体系】

■テレビでの視聴も浸透

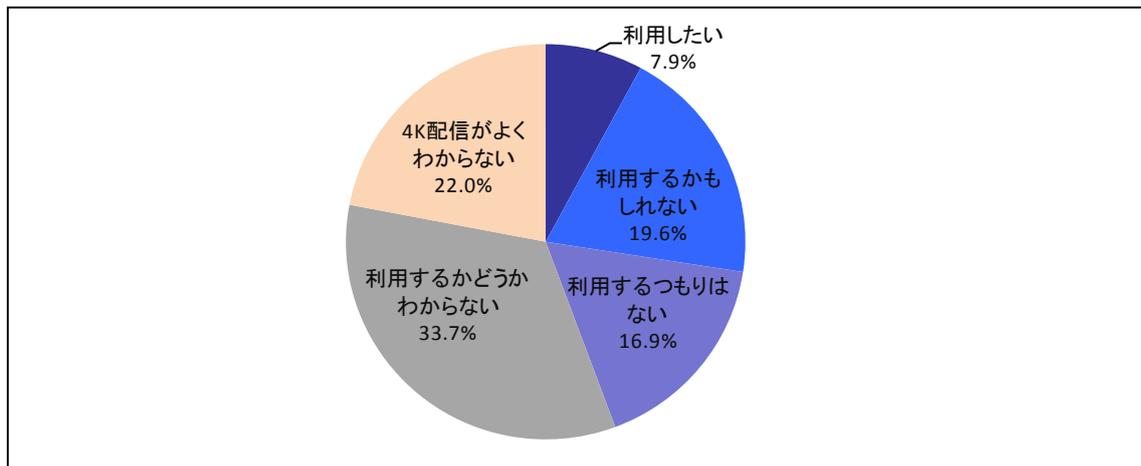
有料動画配信サービスの視聴環境をパソコン、モバイル（タブレットとスマートフォン）、テレビの3つに集約すると、最も比率が高いのは「パソコン」の33.3%で、次に回答数が多いのが「テレビ」の18.7%、「パソコンとモバイル」が18.1%、「モバイル」が15.1%の順となっています。約3割のユーザーが複数の視聴環境でサービスを利用しています。



【図表 4. VODの視聴環境】

■27.4%のユーザーが4K配信に興味関心

4K配信について、フルハイビジョンの4倍の高精細と説明を加えた上で興味関心をくと、「利用したい」は7.9%となりました。「利用するかもしれない」の19.6%を合わせると、関心がある層は27.4%となっています。関心があるユーザーの比率が高いのは男性30代(36.7%)や男性40代(34.3%)です。



【図表 5. 4K 配信に対する興味関心】

<< 調査概要 >>

■ 有料動画配信サービスの利用率と非利用者の意向調査

調査対象 : NTT コム リサーチの保有する消費者モニター
 有効回答数 : 48,574 サンプル
 サンプルング : 性年齢階層別インターネット利用人口構成比に可能な限り整合するように抽出
 調査手法 : ウェブアンケート
 調査期間 : 2015 年 4 月 14 日～4 月 22 日

■ 有料動画配信サービス利用者の利用状況調査

調査対象 : 利用率調査で有料の動画配信サービスを利用していると回答した人を対象に、利用率調査で得られた性年代別有料動画配信サービス利用者構成に整合するように抽出
 有効回答数 : 900 サンプル
 調査手法 : ウェブアンケート
 調査期間 : 2015 年 4 月 22 日～4 月 29 日

<< 調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内 >>

『動画配信ビジネス調査報告書 2015』製品形態・販売価格 一覧

著者 : 森田秀一
 編者 : インプレス総合研究所
 発売日 : 2015 年 6 月 11 日 (木) (予約受付中)
 価格 : CD (PDF) 版 68,000 円 (税別)
 CD (PDF) + 冊子版 78,000 円 (税別)
 判型 : A4 判
 ページ数 : 300p

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 <http://r.impressrd.jp/iil/vod2015>

インプレス総合研究所の調査報告書は、お客様のご利用ニーズに合わせ、簡易製本の冊子版、CD (PDF) 版をご用意しております。

【調査報告書 購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス 法人営業局 営業 2 部
 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町一丁目 105 番地 TEL : 03-6837-4631 FAX : 03-6837-4648
 E-mail : report-sales@impress.co.jp

【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 7,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：関本彰大、証券コード：東証 1 部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【本件に関するお問合せ先】

株式会社インプレス インプレス総合研究所 担当：柴谷

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1 丁目 105 番地

TEL：03-6837-4621 電子メール：report-info@impress.co.jp URL：<https://r.impressRD.jp/iil/>