各　　位

2019年6月18日
株式会社インプレス

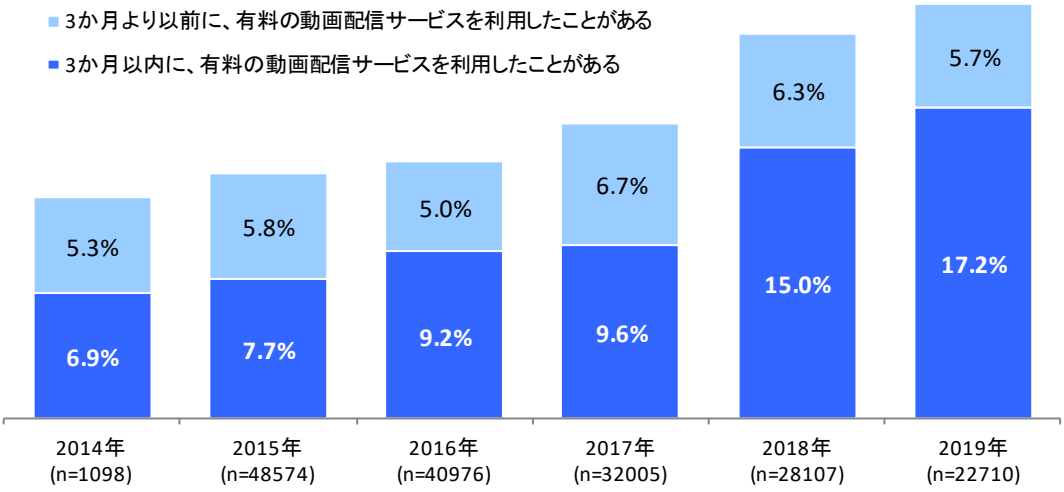
有料の動画配信サービス利用率は17.2%、利用者の半数以上がマルチデバイスで視聴
『動画配信ビジネス調査報告書2019』6月25日発売

インプレスグループでIT関連メディア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：小川 亨）のシンクタンク部門であるインプレス総合研究所は、動画配信ビジネス市場の動向を調査し、動画配信に関する調査結果を発表いたします。また、本調査結果の詳細は新産業調査レポート『動画配信ビジネス調査報告書2019 [相次ぐSVOD新規参入とAdVODの浸透 ― 国内事業者の戦略を探る]』（ https://research.impress.co.jp/vod2019)として発行し、2019年6月25日（火）に発売（予約受付中）いたします。

＜＜有料動画利用率及び映像・動画全体の視聴状況調査の注目の結果＞＞

■有料動画配信サービスの利用率は2.2ポイント増の17.2%に

有料動画配信サービスの利用率は17.2%となり、昨年から2.2ポイント増加しました。各サービスでTVCMなどのプロモーションが引き続き強化されていることや、話題となるオリジナルコンテンツが相次いで配信されていること、TVerに代表される見逃し配信の浸透による動画配信サービスそのものの認知度の向上などの要因から利用率、利用経験者の比率が伸びたと考えられます。



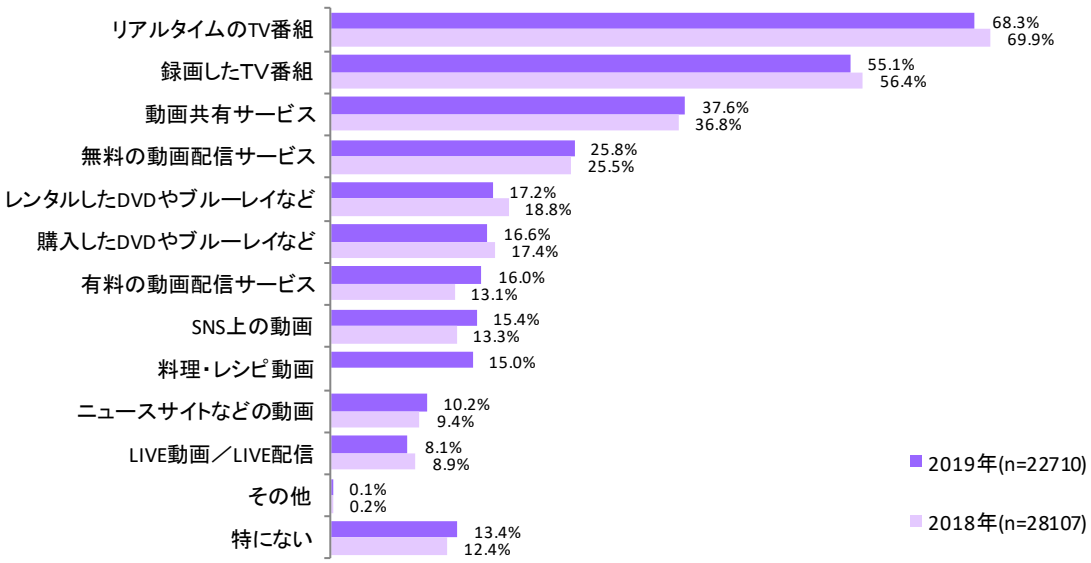
【図表1.有料動画配信サービスの利用率の推移】

■DVD視聴が減少、有料動画配信サービスやSNS上の動画視聴が増加

よく視聴する映像・動画の種類では「リアルタイムのTV番組」が68.3%で最も高く、「録画したTV番組」が55.1%で続き、放送によるTV番組がTOP2を占めています。次いで、「動画共有サービス」（37.6%）、「無料の動画配信サービス」（25.8%）と続きます。昨年調査時点と比較すると、TV番組の比率が微減し、「有料の動画配信サービス」が2.9ポイント、「SNS上の動画」が2.1ポイント増加しています。また、レンタル、購入問わずDVDやブルーレイをよく視聴する比率も低下しています。

一方で、性年代別に見ると、男性10代では「動画共有サービス」が63.0%で最も高く、「リアルタイムのTVが番組」や「録画したTV番組」を上回っています。また、男性20代でも「動画共有サービス」が56.4%と高く「リアルタイムのTV番組」に次いで2位となっています。女性10代では、「リアルタイムのTV番組」「録画したテレビ番組」「動画共有サービス」が60%前後でほぼ並んでいます。

「SNS上の動画」は女性10代で52.0%と他の年代より突出して高く、女性20代でも36.0%、男性10代でも33.6%と高い比率です。「LIVE動画／LIVE配信」についても男女10代で20%超の比率となっています。



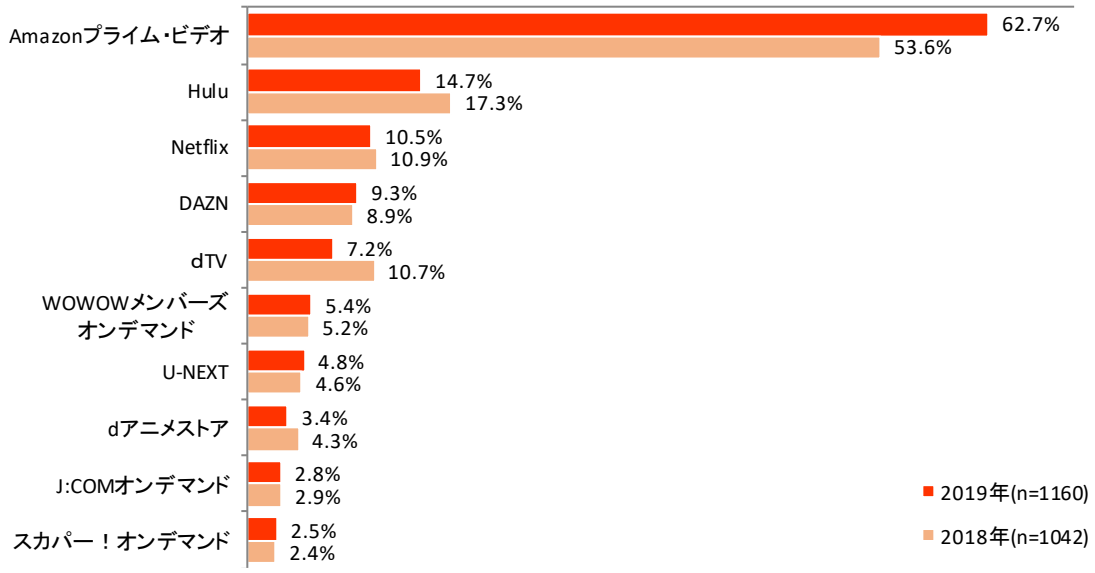
(%)	全体 (n=22710)	男性10代 (n=446)	男性20代 (n=901)	男性30代 (n=906)	男性40代 (n=2572)	男性50代 (n=3458)	男性60代 (n=2845)	男性70代以上 (n=1780)	女性10代 (n=905)	女性20代 (n=2035)	女性30代 (n=1258)	女性40代 (n=2181)	女性50代 (n=1872)	女性60代 (n=1068)	女性70代以上 (n=483)
リアルタイムのTV番組	68.3	53.6	58.2	58.5	65.0	69.7	74.0	70.1	58.9	66.4	69.7	72.3	78.6	81.1	72.5
録画したＴＶ番組	55.1	46.0	39.5	47.0	54.4	59.1	55.1	49.2	63.1	54.7	57.6	62.8	63.5	60.9	48.9
動画共有サービス	37.6	63.0	56.4	43.2	39.9	34.7	29.7	24.6	61.0	48.2	33.8	28.3	28.0	23.3	25.3
無料の動画配信サービス	25.8	29.8	29.5	26.8	27.8	27.4	24.2	18.1	35.6	28.4	24.1	25.2	25.7	20.3	13.0
レンタルしたDVDやブルーレイなど	17.2	19.7	15.8	17.2	19.0	18.9	16.7	10.0	26.5	21.5	19.2	17.7	15.0	12.1	7.5
購入したDVDやブルーレイなど	16.6	13.9	14.5	15.3	17.8	19.9	15.3	10.2	27.4	20.5	19.2	15.8	17.5	12.1	8.7
有料の動画配信サービス	16.0	21.1	26.1	23.3	17.4	16.5	15.1	7.1	13.9	23.4	15.8	12.0	11.3	9.3	5.4
料理・レシピ動画	15.4	8.3	7.8	7.2	5.7	5.2	6.2	6.4	21.7	24.5	21.9	22.5	23.9	26.5	26.9
SNS上の動画	15.0	33.6	24.3	14.2	10.8	8.6	5.6	4.4	52.0	36.0	16.8	10.7	8.6	4.6	4.8
ニュースサイトなどの動画	10.2	7.4	7.5	9.3	9.5	11.7	15.0	19.9	3.1	5.0	7.2	7.7	11.3	13.5	20.5
LIVE動画／LIVE配信	8.1	21.3	13.1	10.6	7.6	5.4	4.4	3.1	20.3	10.6	7.3	5.2	5.8	3.3	3.5
その他	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.4	0.2	0.0	0.2	0.0	0.1	0.1	0.4
特にない	13.4	11.9	16.8	20.3	16.1	12.1	11.3	17.4	7.6	12.7	15.4	12.8	8.5	8.1	15.9

【図表2. よく視聴する映像・動画の種類（複数回答）】

＜＜有料動画利用者の利用状況調査の注目の結果＞＞

■Amazonプライム・ビデオが他サービスとの差を大きく広げる

３か月以内に有料の動画配信サービスを利用したと回答した人に、利用している有料の動画配信サービスを調査した結果、トップは「Amazonプライム・ビデオ」が62.7%となり、昨年から9.1ポイント増加しています。2位には「Hulu」の14.7%、3位は「Netflix」の10.5%が続きます。「Amazonプライム・ビデオ」の利用率が大きく増加したことにより、他のサービスを大きく引き離しています。



【図表3. 利用している有料の動画配信サービスTOP10（複数回答）】

■満足度はNetflixが92.0%でトップ、Huluが84.9%で続く

最もよく利用する動画配信サービスについて、サービス全体に対する満足度を5段階評価で聞いたところ、満足度はNetflixが92.0%でトップとなりました。2位にはHuluの84.9%、利用率の最も高いAmazonプライム・ビデオは83.0%で3位となりました。

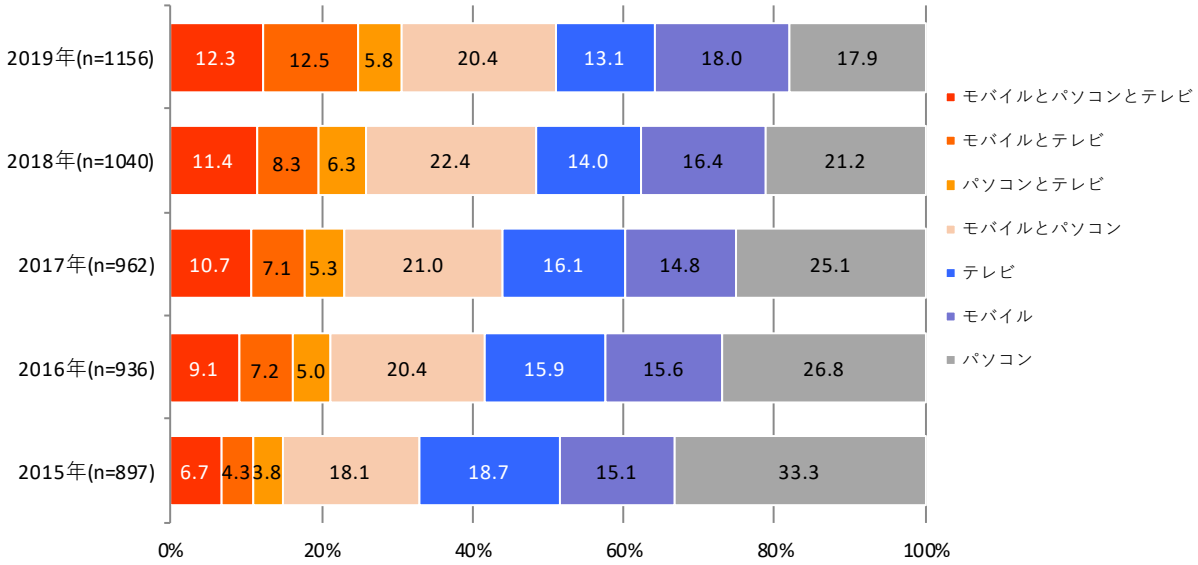
※「満足している」「まあ満足している」「どちらとも言えない」「やや不満」「不満」の5段階で調査し、「満足している」「まあ満足している」を合計

※サンプル数が30超のサービスのみを掲載

【図表4. 主に利用している有料の動画配信サービスのサービス全体に対する満足度】

■利用者の半数以上がマルチデバイスで視聴

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つに集約して集計すると、最も比率が高いのは「モバイルとパソコン」の20.4%、次いで「モバイル」の18.0%、「パソコン」の17.9%と続いています。過去の調査と比較すると、「パソコン」や「テレビ」のみで視聴するユーザーの比率が低下し、「モバイルとテレビ」や「モバイルとパソコンとテレビ」などマルチデバイスで視聴するユーザーが増える傾向が続いています。

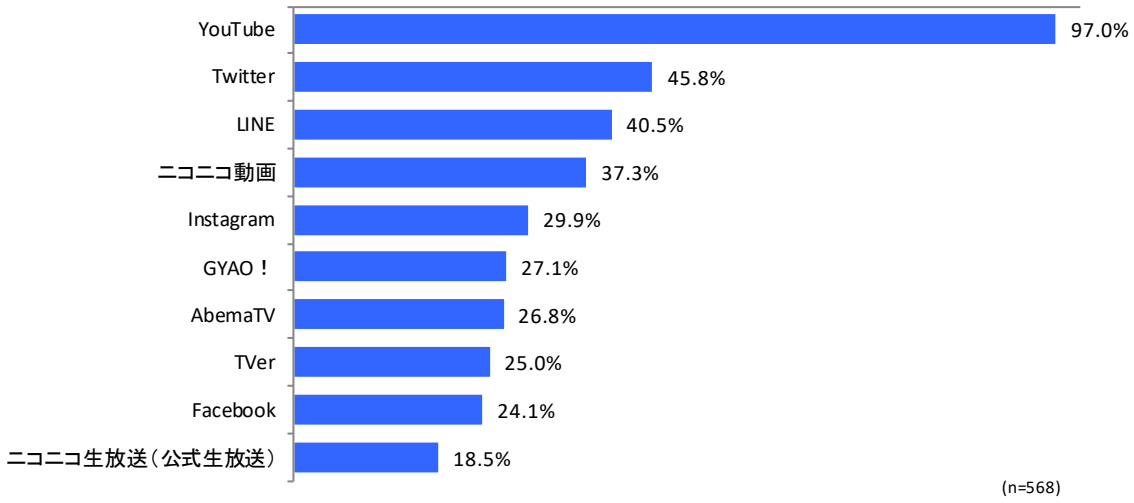


【図表5. 有料の動画配信サービスの視聴環境】

＜＜無料動画、LIVE動画/LIVE配信利用者の利用状況調査の注目の結果＞＞

■動画共有やSNSの動画が上位、GYAO!、AbemaTV、TVerが続く

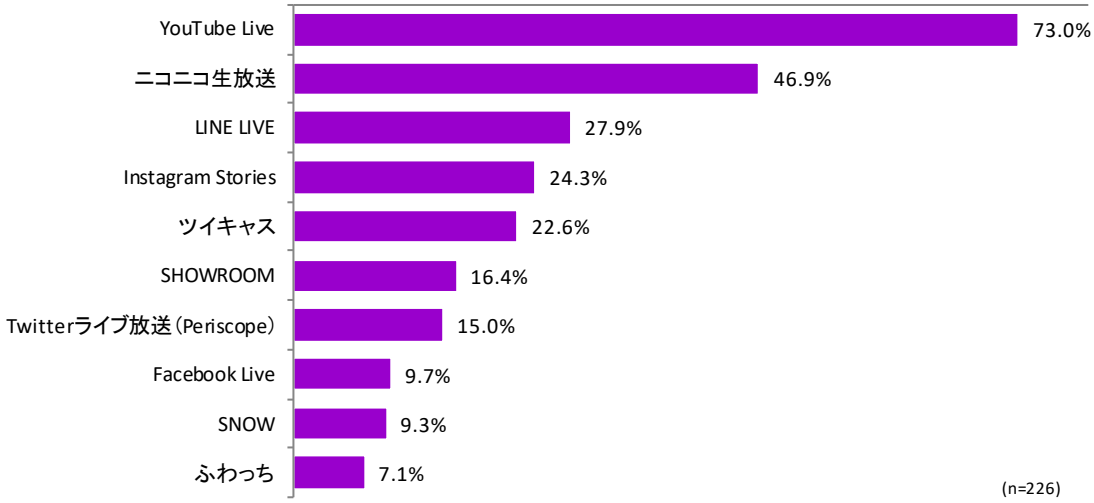
「動画共有サービス」、「無料の動画配信サービス」、「SNSの動画」をよく視聴すると回答したユーザーに対して、利用しているサービス名を聞いたところ、「YouTube」が97.0%で突出し、SNSの「Twitter」「LINE」が2位、3位と続き、動画共有サービスの「ニコニコ動画」、SNSの「Instagram」、無料の動画配信サービスである「GYAO!」「AbemaTV」「TVer」が続いています。



【図表6. よく利用する無料の動画（複数回答）Top10】

■LIVE動画は、YouTube Live、ニコニコ生放送、LINE LIVEの順

LIVE動画/LIVE配信サービスをよく利用するユーザーに対して、利用しているサービス名を聞いたところ、最も利用されているのは「YouTube Live」の73.0%で、「ニコニコ生放送」が46.9%、「LINE LIVE」が27.9%、「Instagram Stories」が24.3%、「ツイキャス」が22.6%で続いています。動画共有サービスのLIVE配信サービスが上位で、SNSのLIVE配信が続いています。



【図表7. よく利用するLIVE動画/LIVE配信サービス（複数回答）Top10】

＜＜調査概要＞＞

■有料動画利用率及び映像・動画全体の視聴状況調査

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　：22,710サンプル
サンプリング　：性年齢階層別インターネット利用人口構成比（総務省　通信利用動向調査）に可能な限り整合するように抽出
調査手法　：PC上でのウェブアンケート
調査期間　：2019年5月10日～15日

■有料動画利用者の利用状況調査

調査対象　：有料動画利用率及び映像・動画全体の視聴状況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できるだけ整合するように抽出
有効回答数　：1160サンプル
調査手法　：PC上でのウェブアンケート
調査期間　：2019年5月16日～21日

■無料動画、LIVE動画/LIVE配信利用者の利用状況調査

調査対象　：有料動画利用率及び映像・動画全体の視聴状況調査で得られた性年代別利用者構成に整合するように抽出
有効回答数：無料動画利用者568、LIVE動画/LIVE配信利用者226
調査手法　：PC上でのウェブアンケート
調査期間　：2019年5月16日～21日

＜＜調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内＞＞

本調査報告書では、活発化する動画配信ビジネスに関して、第1章でその歴史や最新概況、業界構造・ビジネス構造などについて徹底分析するほか、第2章では、注目すべき45の動画配信サービスや動画配信プラットフォームの概要を個票形式で紹介します。

また、第3~6章では、インターネットユーザーの有料の動画配信サービスの利用率や、実際に動画配信を利用しているユーザーの利用動向を詳細に調査し、その利用実態を明らかにしています。単純集計だけではなく、「性年代別」「視聴環境別」などのクロス軸に基づくExcelの数表とグラフも提供しています。

■調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内

書名　　：動画配信ビジネス調査報告書2019
著　　：森田秀一／インプレス総合研究所
発行所　：株式会社インプレス
発売日　：2019年6月25日（火）
価格　　：CD（PDF）版、ダウンロード版　85,000円（税別）
　　CD（PDF）＋冊子版　95,000円（税別）
判型　　：A4判
ページ数：326ページ
詳細、ご予約は右よりご覧ください。https://research.impress.co.jp/vod2019/

以上

【株式会社インプレス】 https://www.impress.co.jp/
シリーズ累計 7,500 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 ニューズレター」、「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】 https://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：唐島夏生、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」「旅・鉄道」「学術・理工学」を主要テーマに専門性の高いメデイア&サービスおよびソリューション事業を展開しています。さらに、コンテンツビジネスのプラットフォーム開発・運営も手がけています。

【本件に関するお問合せ先】
株式会社インプレス　広報担当：丸山
TEL：03-6837-5034　E-mail: pr-info@impress.co.jp URL： https://www.impress.co.jp/