

2019年3月15日

報道関係各位

**TVer、TikTok などの利用拡大を受け、無料動画は前年から3ポイント利用率を伸ばす  
有料動画では Amazon プライム・ビデオが他を圧倒、人口推計で 1000 万人を超える**

—「映像メディアユーザー実態調査 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ス（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 5000 人規模のネットアンケート調査を実施し、テレビ放送、映画館、DVD・ブルーレイ、有料・無料の動画配信など、すべての映像視聴メディア・サービスのユーザー利用実態を調査・分析し、3月15日にレポートを発行しました。

## ■本調査について

本調査は、今回で8年目となり、経年変化データも充実。各映像視聴メディアの利用率、利用数、利用コンテンツジャンル、利用サービス、利用数の変化、利用増減理由などの基本的な項目に加え、注目の動画配信サービスに関する項目では、都度課金型、定額見放題型、セル（販売）型に分け、スマホ、PC、テレビなどデバイス利用、テレビ番組の見逃し配信、利用のきっかけ、利用サービスの選択理由など、ユーザーの利用動向を多角的に分析しています。

本調査は、映像コンテンツの権利者、テレビ局、映画館、DVD・ブルーレイのレンタル店・販売店、動画配信事業者など、各種映像コンテンツ流通事業者、そして映像コンテンツ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。

## 【調査概要】

- レポート名：映像メディアユーザー実態調査 2019
- 調査目的：映像視聴メディア・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：  
映画興行 無料テレビ放送、有料テレビ放送 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、  
定額型動画配信（SVOD）、レンタル型動画配信（TVOD）、デジタルデータでの動画販売（デジタルセル）
- 調査期間：2018年11月22日～11月28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：5021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合同会社

&lt;本件に関するお問い合わせ先&gt;

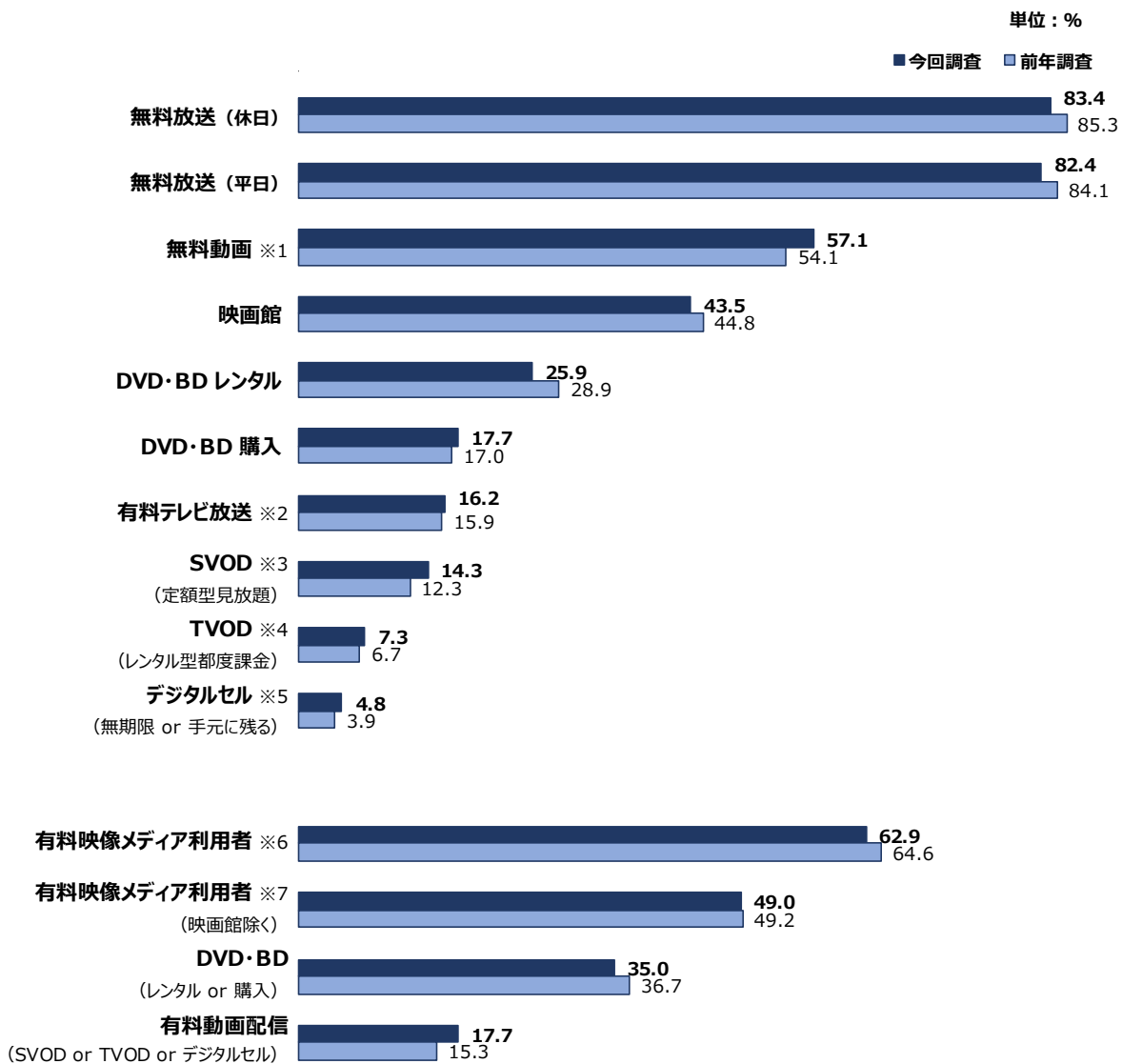
映像メディア総合研究所・四方田（ヨモダ）  
mail：yomoda@eizomedia.jp株式会社フィールドワークス・藤崎（フジサキ）  
mail：fujisaki@fieldworks.ne.jp

## ■ 調査結果（抜粋）

## TVer、TikTok などの利用拡大を受け、無料動画が前年から 3 ポイント利用率を伸ばす

無料テレビ放送、映画館、DVD・ブルーレイ（BD）レンタルなどが前年から利用率を下げたなか、YouTube などの無料動画が前年から 3 ポイント、定額型見放題の SVOD が 2 ポイント利用者割合を伸ばしました。無料動画のなかで、特に前年からの伸びが大きかったのが TVer で、テレビ番組の見逃し配信の利用は着実に進んでいます。また、今回から選択肢に加わった TikTok も 10 代の利用率が他の世代と比べ著しく高く、全体では LINE LIVE を超える利用割合となりました。SVOD の利用率は 14.3%となり、有料テレビ放送の 16.2%にあと 2 ポイントと迫りました。これにレンタル型の TVOD とデジタルセルを加えた有料動画配信全体の利用割合は 17.7%となり、この割合は DVD・BD の購入と並びます。一方、DVD・BD レンタルの利用率大幅減に対し、同じく映画などの新作を扱う TVOD の伸びは緩慢で、レンタル、TVOD を合わせた新作の需要は明らかに低減しています。

## ① 映像メディア・サービスの利用率（回答者における利用人数の比率）



※1 YouTube、ニコニコ動画、GYAO!、TVer、AbemaTVなど無料の動画配信サービス

※2 WOWOW、スカパー！、J:com、ひかりTVなどの有料のテレビ放送サービス

※3 Amazonプライム会員特典のプライムビデオ、Netflix、Huluなどの定額型見放題サービス

※4 Amazonプライム会員特典以外のレンタル視聴、iTunes、google playなどの都度課金型レンタルサービス

※5 DVD・ブルーレイの購入と同様のデジタルデータでの購入（手元に残る、または無期限ストリーミング）

※6 映画館、DVD・ブルーレイのレンタル・購入、有料放送、有料動画配信のいずれかの利用者（有料で映像コンテンツを視聴する利用者）

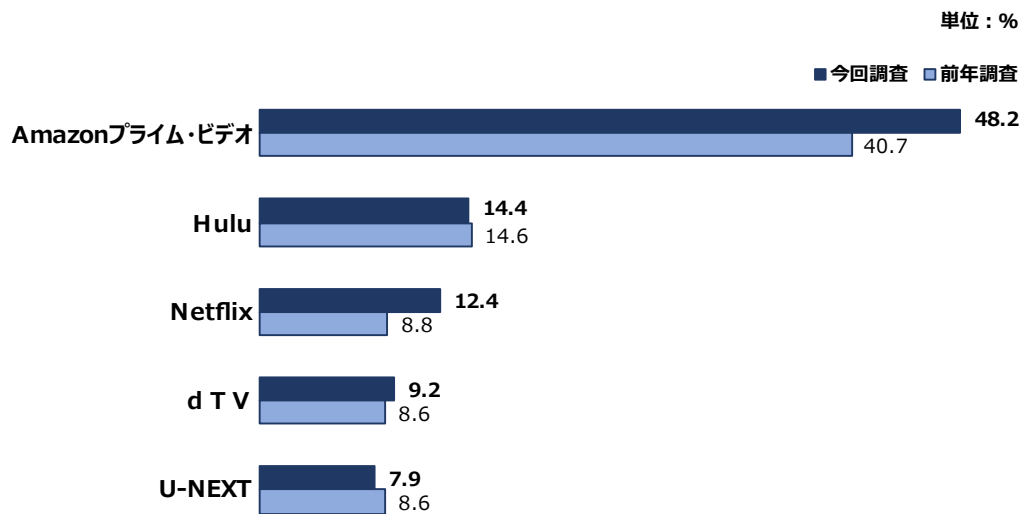
※7 DVD・ブルーレイのレンタル・購入、有料放送、有料動画配信のいずれかの利用者（映像ホームエンタテインメントの有料利用者）

## ■ 調査結果（抜粋）

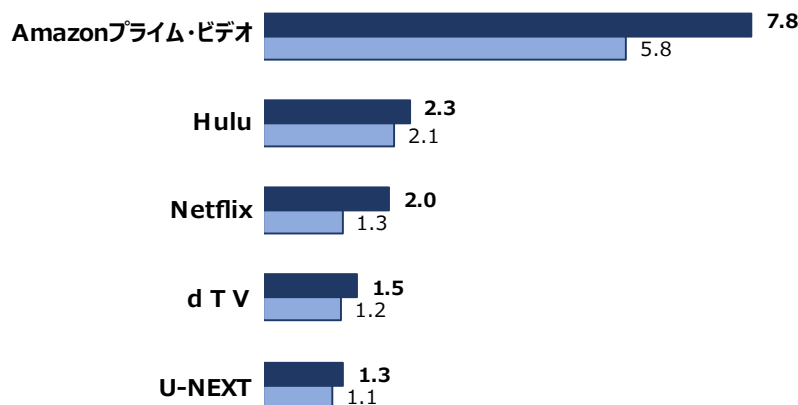
## 有料の動画配信サービスでは、Amazon プライム・ビデオが他を圧倒、人口推計で 1000 万人を超える

有料の動画配信の利用を牽引するのは Amazon プライム・ビデオで、動画配信の有料利用者のうち 48.2% が利用しており、他のサービスに比べ群を抜いて高い利用率となりました。これを調査対象全体における利用割合に置き換えると 7.8% となりますが、Amazon プライム会員の特典として「無料の意識」で利用している人も加えると、この割合は 12.8% となり、人口推計で 1000 万人を超えます。Amazon に続く、他のサービスも着実に利用者を増やしてはいますが、Amazon との利用率の差は年々広がっています。

## ② 有料動画配信サービスの利用率（有料動画配信利用者における利用人数の比率）



## ③ 有料動画配信サービスの利用率（回答者全体における利用人数の比率）



Amazonプライム・ビデオ 12.8  
※無料意識での利用含む