



An impress Group Company

各 位

2017年6月15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 9.6%、利用経験者は 16.3%に

『動画配信ビジネス調査報告書 2017』6月19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、新産業調査レポート『動画配信ビジネス調査報告書 2016 [DAZN 日本参入など新たな局面を迎える VOD 市場の現状と将来展望]』(<https://r.impressrd.jp/iil/vod2017>)を2017年6月19日(月)に発売(予約受付中)いたします。

「DAZN」の国内参入が話題となり、「スポーツ番組のライブ配信」が新しいジャンルとして立ち上がり始めています。また、「AbemaTV」が番組表に基づいて配信する「ネット時代のテレビ」としてスタートし、積極的な拡大戦略をとっており着実にユーザー数を増やしています。その他、Amazon プライム会員向け「プライム・ビデオ」や「Hulu」「Netflix」といった動画配信サービスが TVCM を実施するなど積極的にユーザーを獲得していく動きを見せており、今後、動画配信ビジネスは本格的に拡大していくことが期待されています。

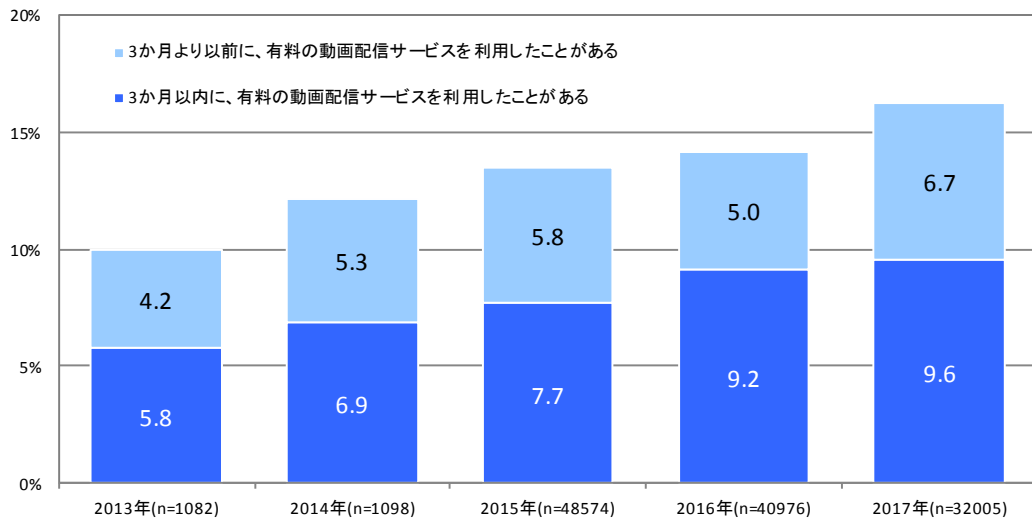
本調査報告書では、活発化する動画配信ビジネスに関して、第1章でその歴史や最新概況、業界構造・ビジネス構造などについて徹底分析するほか、第2章では、国内・海外の注目すべき46の動画配信サービスの概要を個票形式で紹介します。

また、第3~5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。単純集計だけでなく、「料金体系別」「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。本書は、最新の動画配信ビジネスの現状と未来がわかる必携の一冊です。

<<有料動画配信サービスの利用率調査の注目の調査結果>>

■有料 VOD の利用率は 9.6%に微増、利用経験者は 16.3%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 9.6%という結果になりました。昨年の 9.2%からは 0.4 ポイント増加しています。3か月より以前の利用者も含めた利用経験者は 16.3% (同 2.1 ポイント増) となっています。

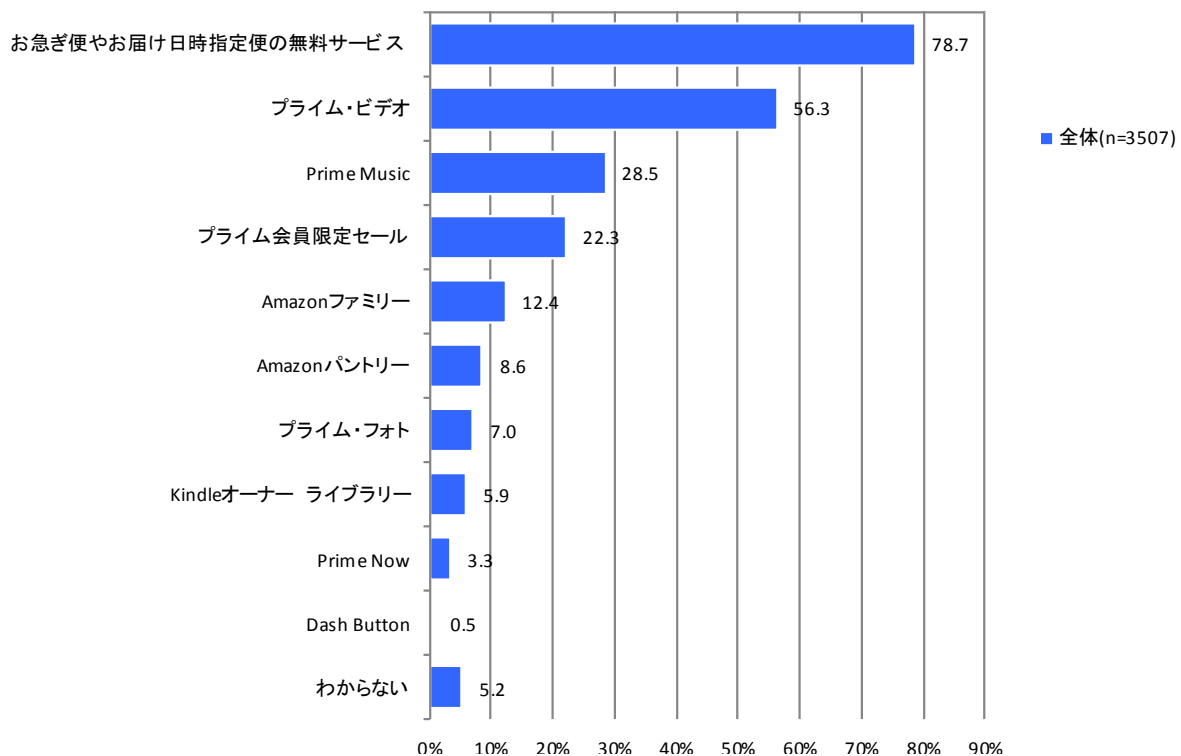


【図表 1. 有料動画配信サービスの利用率】

■Amazon プライム会員の 56.3%が利用している「プライム・ビデオ」

Amazonプライム会員は、EC最大手のAmazon.co.jpの有料会員制度（年額3900円税込）です。メインのサービスは「お急ぎ便やお届け日時指定便の無料サービス」ですが、そのほかにもプライム・ビデオやPrime Musicなど様々な付加サービスが年間費のみで利用できます。

Amazonプライム会員に対して、会員向けのサービスで利用しているサービスを聞いたところ、利用率が最も高いのは「お急ぎ便やお届け日時指定便の無料サービス」で78.7%、「プライム・ビデオ」が56.3%、「Prime Music」が28.5%と続きます。有料会員の半数以上が動画配信サービスである「プライム・ビデオ」を利用していると回答しています。



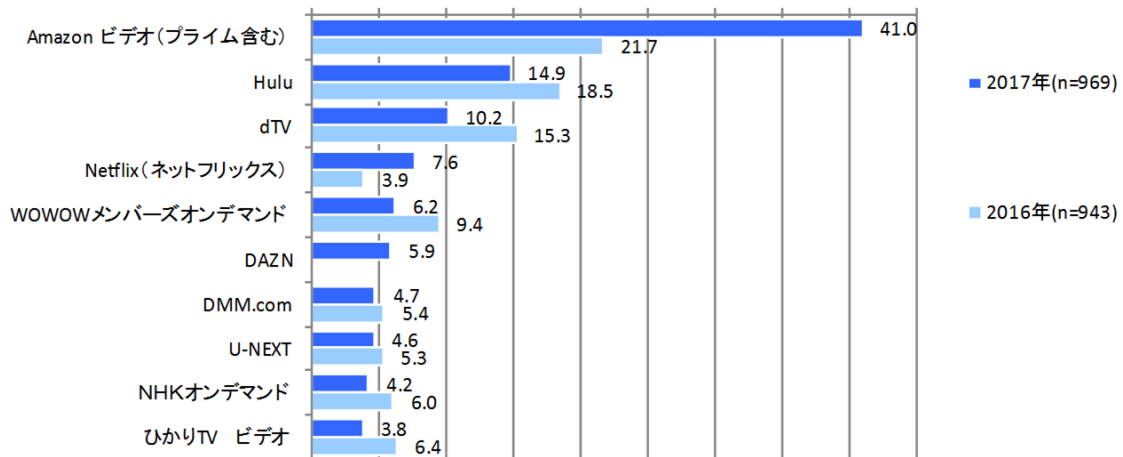
【図表 2. Amazon プライム会員が利用しているサービス（複数回答）】

<<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>>

■利用している動画サービスはAmazonビデオがトップ。NetflixやDAZNも善戦

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ビデオ」の41.0%となりました。昨年の21.7%から大きく比率を伸ばしています。

次に「Hulu」の14.9%、「dTV」が10.2%と続きますが、共に昨年より比率を下げています。多くのサービスが比率を下げっていますが、Netflixが昨年より3.7ポイント増の7.6%、サービス開始して1年に満たないDAZNが5.9%と善戦しています。



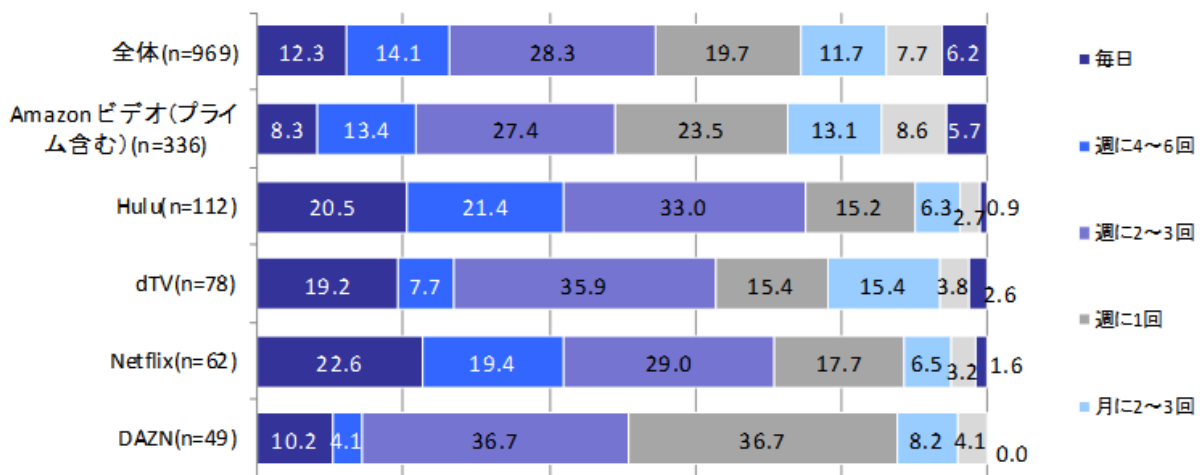
【図表3. 利用している有料の動画配信サービス TOP10 (複数回答)】

■毎日視聴するユーザーの比率は、Netflix、Hulu、dTVが高い

主に利用しているサービス別にユーザーの利用頻度をみると、毎日視聴するユーザーの比率が、Netflixユーザーが22.6%、Huluユーザーが20.5%、dTVが19.2%で高い結果となりました。

反対にAmazonビデオは8.3%と他のサービスより低い傾向が見られます。Amazonの「プライム・ビデオ」はAmazonの有料会員制度のサービスの一部であり、動画配信をメインの目的とした利用ではないため利用頻度が低いことが推測できます。

また、DAZNはスポーツの中継に特化したサービスであり、週末に実施されるスポーツも多いことから「週に2~3回」や「週に1回」閲覧するユーザーが高いとみられます。



【図表4. 主に利用するサービス別有料動画配信サービスの視聴頻度】

<<調査概要>>

■有料動画配信サービスの利用率調査

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 : 32,005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 : 2017年5月12日～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 : 969サンプル

調査手法 : PC上でのウェブアンケート

調査期間 : 2017年5月22日～29日

<<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

■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2017

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 : 2017年6月19日 (月)

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 : 290ページ

詳細、ご予約は右よりご覧ください。 <https://r.impressrd.jp/iil/vod2017>

本リリースの調査結果を利用される場合は、出所の明記をお願い致します。

出所表記例:「インプレス総合研究所『動画配信ビジネス調査報告書 2017』」

以上

【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: 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」「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 広報担当: 丸山

TEL: 03-6837-5034 E-mail: pr-info@impress.co.jp URL: <http://www.impress.co.jp/>