

# 映像ソフト市場規模 及びユーザー動向調査 2015 (広報資料)

本調査は「ビデオソフト市場（DVD とブルーレイのセル及びレンタル）」と、ユーザーがコンテンツに対して対価を払うことで視聴する「有料動画配信市場」を、「映像ソフト市場」として定義し、その市場規模とユーザーの利用動向を調査しているものである。

特に、通信インフラの整備と視聴機器の普及により、動画配信サービスについては、昨年同時期と比べても、提供事業者の増加並びに形態の多様化がみられる。また、他業種からの参入もあり、まさに群雄割拠といえる。この状況をふまえ、本年度は、本調査における有料動画配信視聴の定義をこれまでより広範に設定している。

また、購入・レンタル・有料動画視聴の関係性をより明確にすることを目指したほか、ヘビーユーザーの定義も、これまでの映像コンテンツ購入金額に加え、有料動画視聴における視点も盛り込んだ分析を試みた。本広報資料は、その結果報告から抜粋し構成したものである。

2016 年 4 月

一般社団法人 日本映像ソフト協会  
デジタル・エンターテイメント・グループ・ジャパン  
株式会社 文化科学研究所

## 調査概要

### (1) 調査対象

全国に居住する満 16 歳～69 歳の男女で、インターネット利用者。(性年代別・都道府県別構成比を住民基本台帳に基づいて割り付けたインターネット利用者を対象に調査を実施し、その回収標本に対する補正を ACR-Ex 調査結果((株)ビデオリサーチ)を用いて実施した)

2013 年度から開始した有料動画配信利用者のみを対象としたオプション調査(以下「有料動画配信調査」)も同様の調査設計で行った。有料動画配信利用者については、これまでと定義を改めた。

### (2) 調査実施

2016 年 1 月

### (3) 調査対象期間

2015 年 1 月～12 月

### (4) 調査方法

インターネットによる調査

### (5) 回収サンプル構成

(a)一般調査:1,500 サンプル

(b)有料動画配信調査:300 サンプル

### (6) 調査機関

企画分析:株式会社文化科学研究所

調査実施:株式会社ビデオリサーチ

### (7) 有料動画配信サービスについて

※本年から、上記有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOW やスカパー!)会員や CATV 契約者が追加契約無しで見られる見放題の VOD や、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題の VOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題の VOD の視聴を含む。

### (8) 集計データの補正

本調査は 16 歳～69 歳のインターネット利用者を対象として実施したため、同世代の一般個人におけるデータとして推計するために、以下の方法による補正を行った。

補正データとして、「ACR/ex 調査」を用いる。「ACR/ex 調査」の対象者全体が一般の市場全体を代表しているとみなして、性年齢別にウエイト値を求め、データの補正を行った。

※「ACR 調査(AUDIENCE AND CONSUMER REPORT)」とは、(株)ビデオリサーチが毎年実施している、媒体接触と消費行動に関するシングルソース調査。全国主要 7 地区 10,700 人(12 歳から 69 歳の男女)を対象とした日本最大級の消費者調査である。今回の調査では 2015 年 5 月調査の全国主要 7 地区の人口ウエイト補正付データ (N=47,926)を使用した。

## <調査結果の概要>

### 1. 2015年の映像ソフト市場規模は、5,136億円、前年比102.6%。

セル市場は2,234億円(前年比97.7%)、レンタル市場は1,941億円(同92.3%)、有料動画配信の市場規模を961億円(前年比156.5%)と推計した。またセル市場においては、今年初めてBDがDVDを上回り53%を占めた。

なお、市場規模算出に当たっては、購入、レンタル、有料動画配信を利用したと回答した人のそれぞれのサービスの利用料金を基に推計している。(図表1-1、1-2)

### 2. ビデオソフトの購入率は16.7%、レンタルの利用率は31.9%、有料動画配信サービスの利用率は10.6%。

2014年にはビッグタイトルとなった『アナと雪の女王』のリリースがあり、その影響で、2015年のビデオソフトの購入率、レンタルの利用率とも前年より減少することとなった。これを一昨年と比較してみると、ビデオソフトの購入率は16.3%から16.7%とほぼ変わらない割合となったが、レンタルの利用率は34.6%から31.9%となり、レンタルについては長期低落傾向が続いている。一方、有料動画配信サービスの利用率は前年の5.9%から10.6%へと大きく伸長したが、これは有料動画配信視聴の定義をこれまでより広範囲に設定したことも影響していると考えられる。

また地域別にみても、有料動画配信利用率は関東で13.6%となりその他の地域より高い結果となった。(図表2-1、2-4)

### 3. 2015年1年間に、セル、レンタル利用および有料動画配信サービスのいずれかを利用した「有料コンテンツ利用者」は43.7%。

セル購入者とレンタル利用者と有料動画配信サービス利用者の関係をみると、レンタル利用者との重なりが昨年の3.2%から今年度は5.7%、セル購入者との重なりは1.9%から3.7%、セル、レンタル、有料動画配信すべての利用者も1.5%から2.6%に拡大している。また、セルもレンタルも回答していない有料動画配信サービスのみ利用者は昨年の1.7%から3.7%と上昇している。

一方、レンタルのみを利用している人の割合は24.8%から20.1%へ減少した。(図表2-5、2-6)

### 4. 年間のセル購入金額の平均が109.2%と上昇、BDの購入金額の上昇が影響。

ビデオソフトの年間平均購入枚数は前年4.2枚で横ばいであるが、年間購入金額が17,745円から19,370円と1割近い上昇である。DVDの平均購入金額は減少傾向であるが、BDの平均購入金額および1枚当たりの単価が上昇していることが影響している。(図表3-1、3-2)

また、2.8%の3万円以上購入のヘビーユーザーによる購入額が、セル市場の59.2%のシェアを占め、相変わらずヘビーユーザーに大きく支えられた市場となっている。

### 5. ビデオソフトのレンタルは、利用率、利用金額、数量とも減少。1枚当りのレンタル料金は上昇傾向。

年間平均レンタル利用枚数は18.9枚とマイナス3.7枚(前年比83.6%)と昨年に続いて減少している。年間利用金額も3,673円と261円(前年比93.4%)減少した。

一方、レンタルの1枚当りの平均単価は、一昨年の139.8円から昨年の174.1円、今年の194.3円へと上昇傾向にある。(図表3-3)

### 6. BD機器の所有率は6割で横ばい。4K対応テレビの所有率は3%。

BD機器の所有率は60.1%で、6割を超えたが、昨年からの伸びは0.2ポイントに留まり、普及率はほぼ6割で安定したといえる。

今年から新たに設問に加えた4K対応テレビの所有率は3.0%である。(図表4-1、4-2)

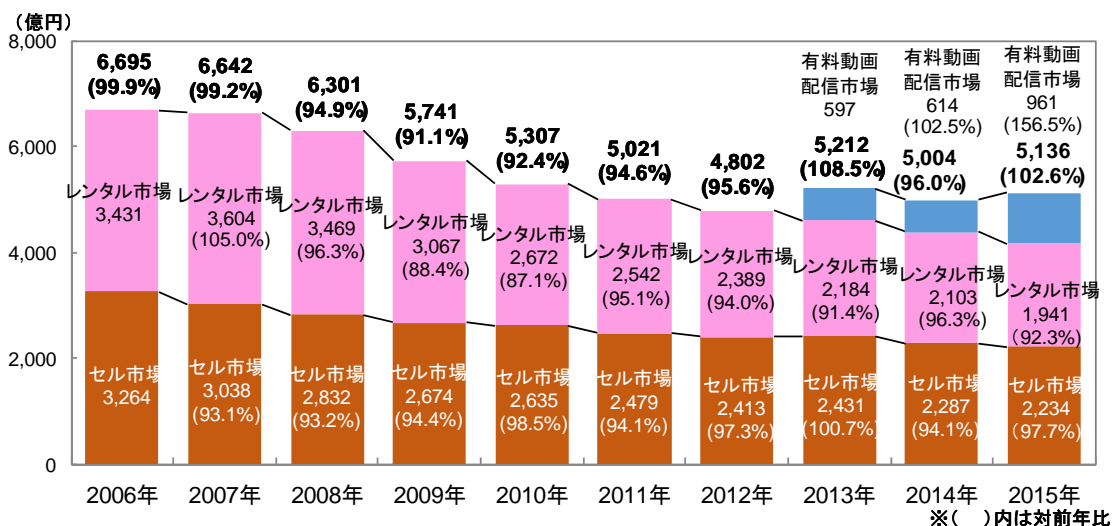
# 1. 映像ソフトの市場規模

## 1-1(1) 映像ソフトの市場規模の推移(ビデオソフトと有料動画配信サービス)

2013年度より推計している映像ソフト市場(セル市場+レンタル市場+有料動画配信市場)の総計は5,136億円、前年比102.6%と推計した。

2012年までの調査対象であったビデオソフト(DVDとBD)の市場規模は、4,175億円(前年比95.1%)。セル市場は2,234億円(前年比97.7%)、レンタル市場は1,941億円(前年比92.3%)と推計した。有料動画配信市場は961億円(同156.5%)と推計した。

図表 1-1 : 市場規模の推移



※参考:2015年のセル市場とレンタル市場の合算値は4,175億円(昨年比95.1%)

※2013年から有料動画配信サービスの市場推計値を算出。これまでのビデオソフトの市場規模の推移に追記した。

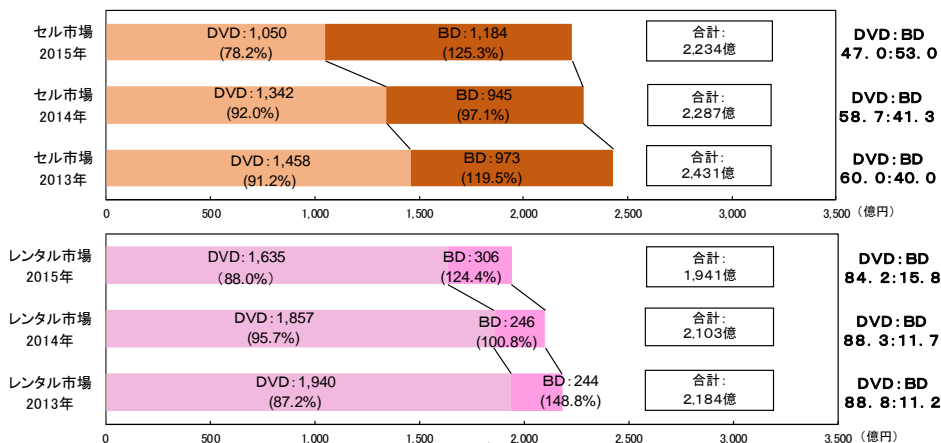
※本年から、上記有料動画配信サービスには、有料放送局(WOWOW やスカパー!)会員やCATV契約者が追加契約無しでみられる見放題のVODや、ポータルサイトの有料付随サービスとしての見放題のVOD、あるサービスの有料会員になることの付随サービスとしての見放題のVODの視聴を含む。

※なお、市場規模算出に当たっては、購入、レンタル、有料動画配信を利用したと回答した人のそれぞれのサービスの利用料金を基に推計している。

## 1-1(2) セルとレンタルのフォーマット別市場規模の推移

DVDとBDの割合は、セル市場で47対53(前年59対41)と、調査を開始して以来はじめて、BDのシェアがDVDを上まわり逆転した。レンタル市場で84対16(前年88対12)となり、BDのシェアはわずかではあるが上昇傾向が続いている。

図表 1-2 : セル及びレンタルのフォーマット別市場規模



## 2. ビデオソフトの購入とレンタル、有料動画配信の利用比較

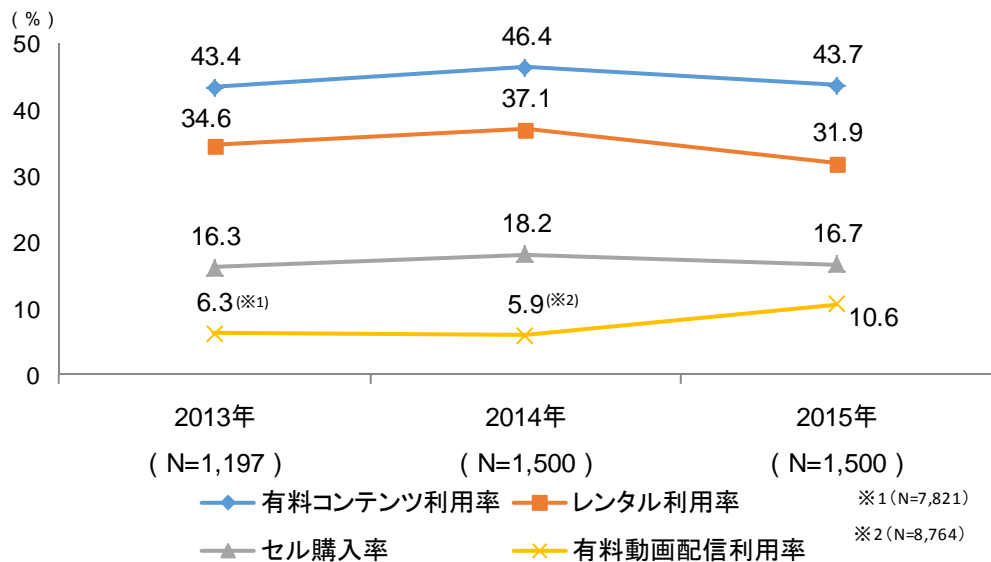
### 2-(1) ビデオソフトの購入とレンタル、有料動画配信の利用率

2015年1年間に、購入、レンタル利用および有料動画配信サービスのいずれかを利用した「有料コンテンツ利用者」は43.7%。2014年はビッグタイトルとなった『アナと雪の女王』がリリースされパッケージソフト市場に少なからず影響を与えていたが、2015年のビデオソフトの購入率、レンタルの利用率も昨年より減少することとなった。

ビデオソフトの購入率は16.7%とほぼ一昨年並みであったが、レンタルの利用率は31.9%と一昨年より低下し、長期低落傾向が続いている。一方、有料動画配信サービスの利用率は2014年の5.9%から10.6%へと伸長した。これは、有料動画配信視聴の定義をこれまでより広範囲に設定したことも大きく影響していると考えられる。

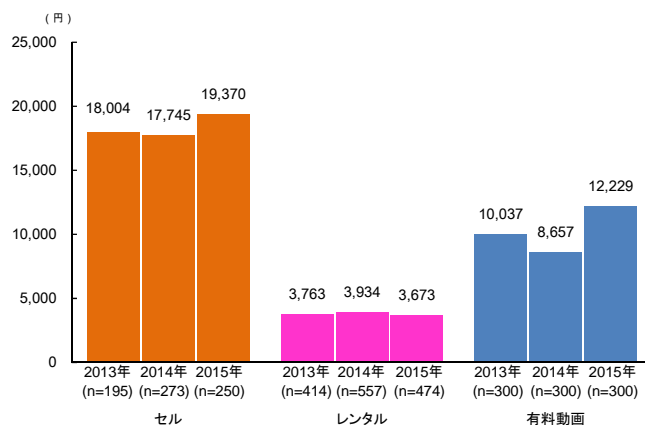
各サービスでの購入・利用者一人当たりの年間平均消費金額は、ビデオソフトの購入が19,370円と最も高く、次に有料動画配信サービスの利用が12,229円、ビデオレンタルの利用金額の3,673円の順となった。

図表 2-1：ビデオソフトの購入・レンタル、有料動画配信利用率の推移

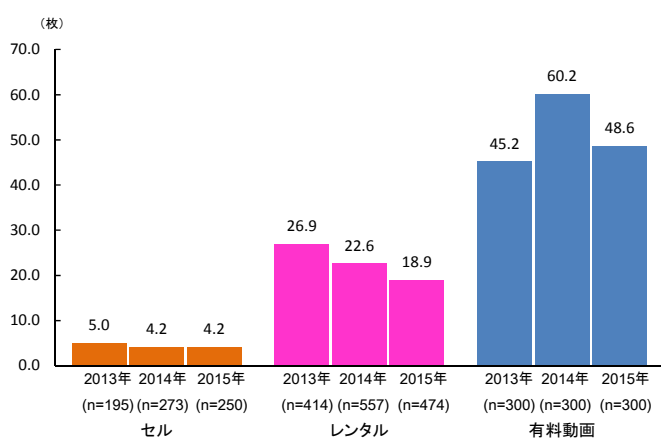


- ・ 有料コンテンツ利用者とは、1年間に新品のパッケージビデオソフトを1枚以上購入した、またはパッケージビデオソフトを1枚以上レンタルした、または有料動画配信サービスを利用した人
- ・ セル購入者とは、1年間に新品のパッケージビデオソフトを1枚以上購入した人
- ・ レンタル利用者とは、1年間に新品パッケージビデオソフトを1枚以上レンタルした人
- ・ 有料動画利用者とは、1年間に、有料動画配信サービスを利用した人

図表 2-2 : ビデオソフトの購入・レンタル、有料動画配信利用の平均利用金額の推移



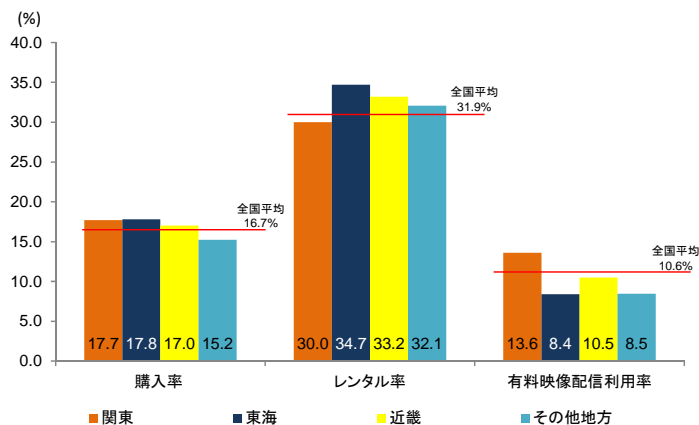
図表 2-3 : ビデオソフトの購入・レンタル、有料動画配信利用の平均利用枚数の推移



## 2-(2) 購入率・レンタル率・有料動画配信利用率の地域別比較

購入率・レンタル率・有料動画利用率について、関東・東海・近畿とそれ以外の地域でわけてみたところ、関東では有料動画配信の利用が全国平均を上回り、逆にレンタルの利用が全国平均を下回っている。レンタルから有料動画への移行が進んでいるとはこのデータだけでは言い切れないが、新しいサービスについては首都圏を中心に利用が進んでいるという結果である。

図表 2-4 : 購入率・レンタル率・有料動画配信利用率の地域別比較

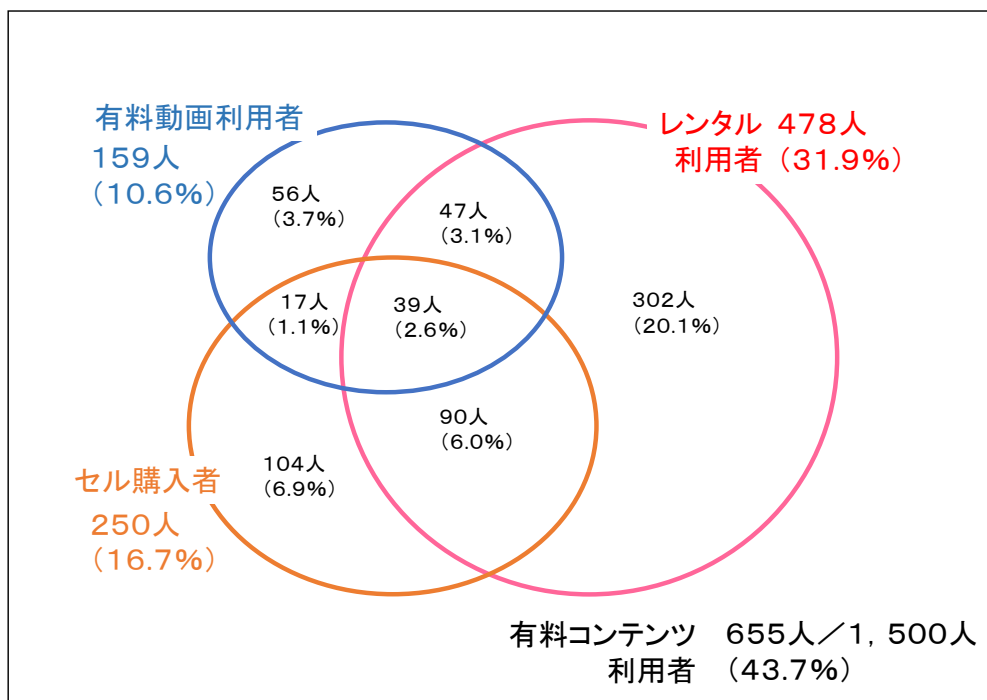


## 2-(3) ビデオソフトの購入とレンタル、有料動画配信サービス利用者の分布状況

既存ソフト利用者(セル購入者・レンタル利用者)と有料動画配信サービス利用者の関係を見ると、レンタル利用者との重なりが昨年の3.2%から今年度は5.7%、セル購入者との重なりは1.9%から3.7%とともに拡大している。また、購入もレンタルも回答していない有料動画配信サービスのみ利用者は昨年の1.7%から3.7%と上昇している。

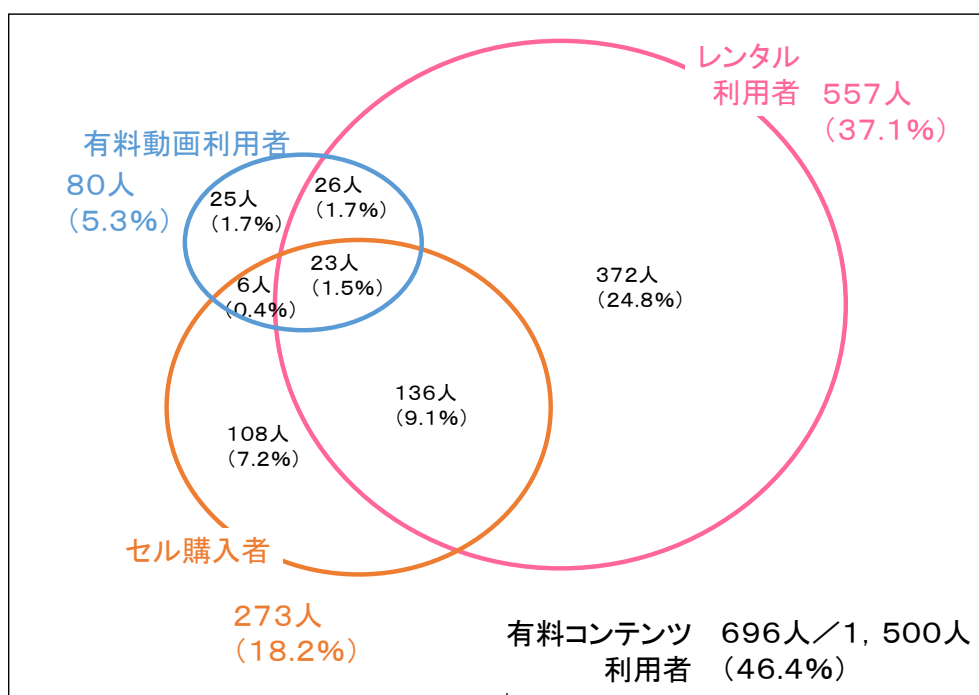
図表 2-5 : 有料コンテンツ利用者の分布状況について (2015 年)

(N=1,500)



図表 2-6 : 有料コンテンツ利用者の分布状況について (2014 年)

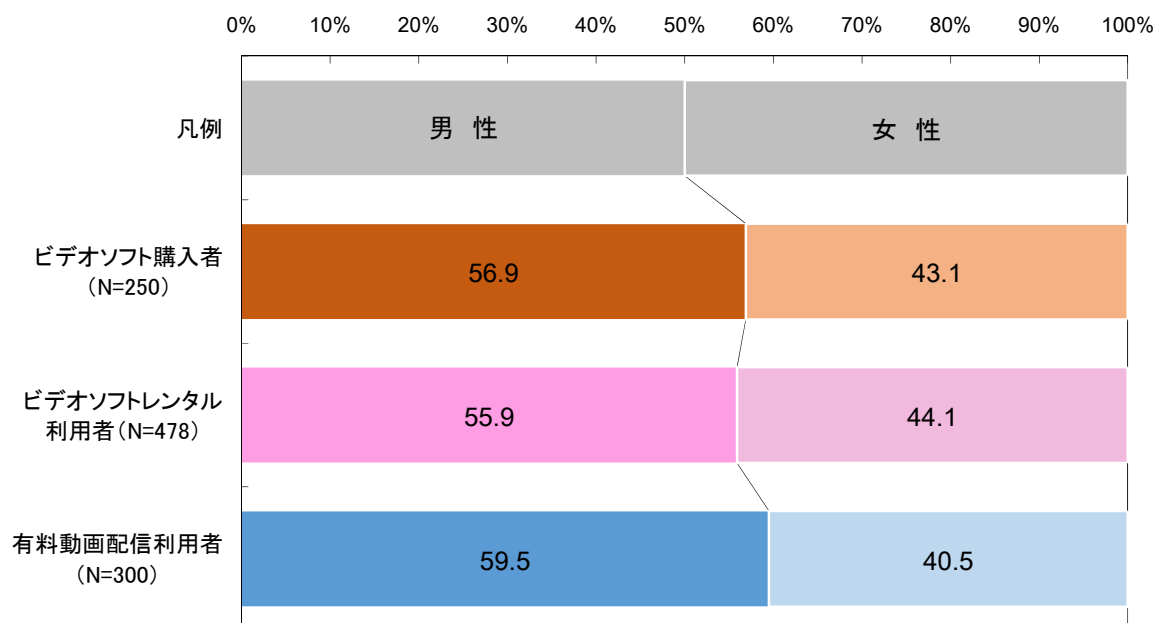
(N=1,500)



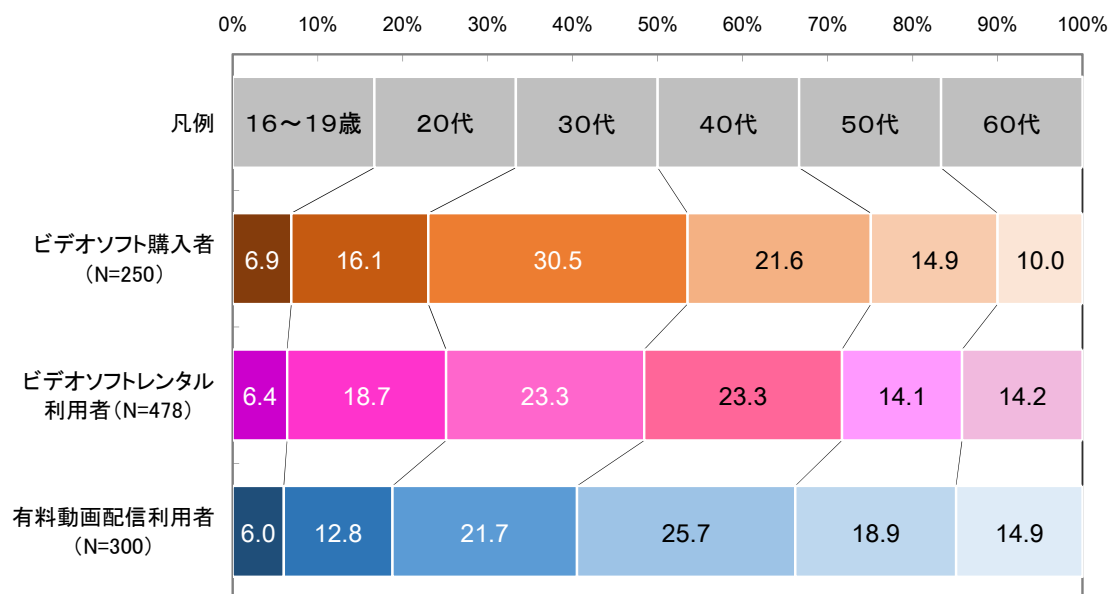
## 2-(4) 有料動画配信サービスと、ビデオソフト購入者、レンタル利用者の属性比較

男女比は、全てのサービスにおいて男性比率がやや多く、6割弱となっている、  
年齢では、セル購入者・レンタル利用者は30代以下が約半数を占める一方、有料動画配信サービス利用者は30～40代が多い。

図表 2-7 : 男女構成比



図表 2-8 : 年齢構成比





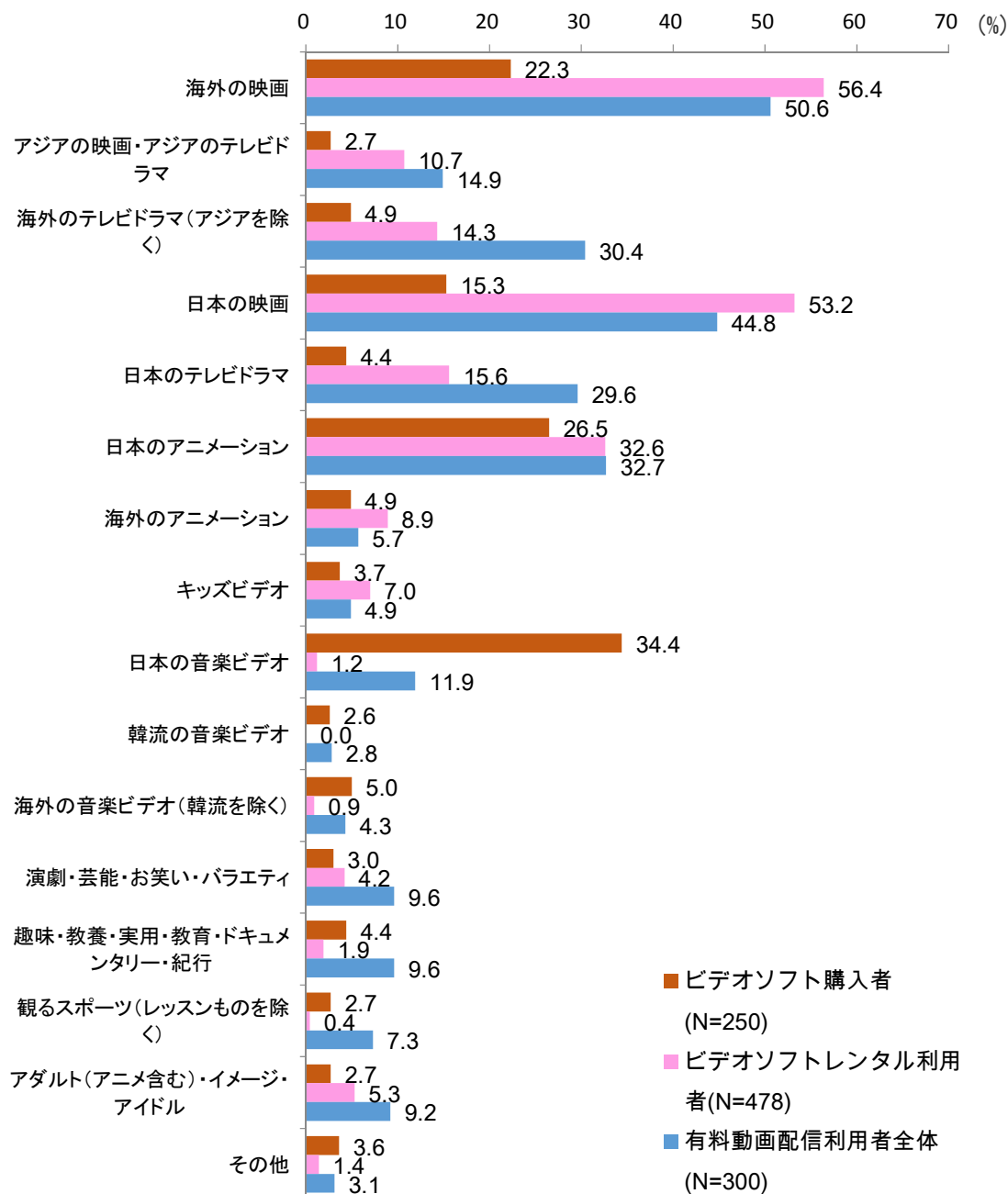
## 2-(5) ビデオソフトの購入、レンタル及び有料動画配信の視聴ジャンル(複数回答)

ビデオソフトの購入では「日本の音楽ビデオ」が最も多く34.4%、ついで「日本のアニメーション」26.5%、「海外の映画」22.3%。

レンタル利用では「海外の映画」56.4%、「日本の映画」53.2%と続き、「日本のアニメーション」が32.6%。

有料動画配信も「海外の映画」50.6%、「日本の映画」44.8%、「日本のアニメーション」32.7%と、レンタルに近い傾向を示すが、「日本のテレビドラマ」「海外のテレビドラマ」「アジアの映画・テレビドラマ」「演劇・芸能・お笑い・バラエティ」「趣味・教養・実用～」 「アダルト・イメージ・アイドル」等が購入やレンタルに比べて視聴割合が大きいジャンルとなっている。

図表 2-9 : ビデオソフト購入・レンタル・有料動画配信の視聴ジャンル

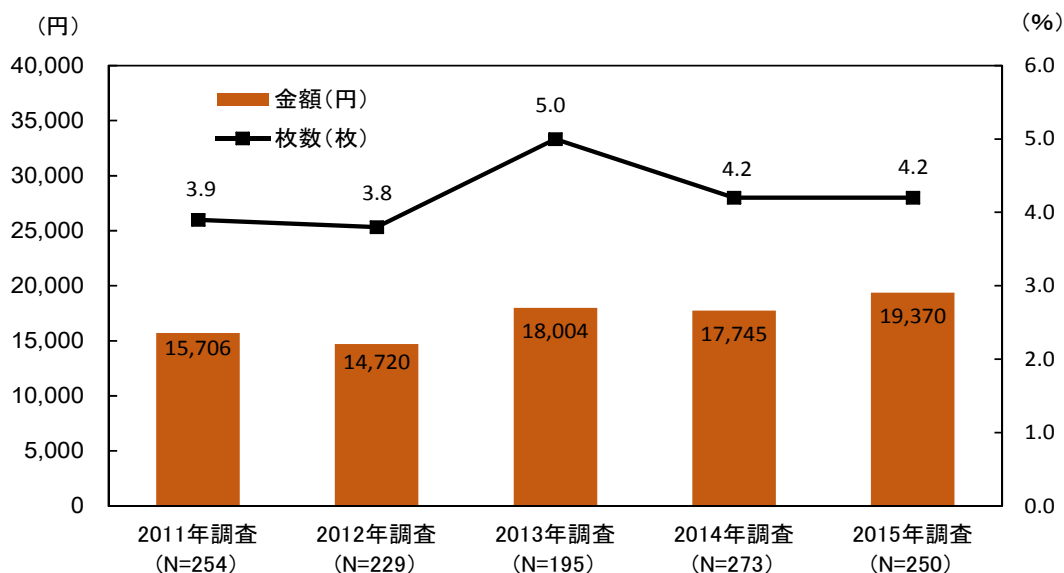


### 3. ビデオソフトの購入とレンタルに関する調査結果について

ビデオソフトの年間平均購入枚数は前年 4.2 枚で横ばいであるが、BD の平均購入金額および 1 枚当たりの単価が上昇したことから、年間購入金額は 17,745 円から 19,370 円と1割近く上昇した。

ビデオソフトのレンタルは利用率、利用金額、数量ともに減少傾向だが、1枚当たりのレンタル料金は上昇傾向にある。

図表 3-1 : ビデオソフト (DVD&BD) の購入枚数と金額の推移



図表 3-2 : ビデオソフト (DVD と BD) の購入率と購入単価の推移

	DVD		BD	
	購入率	1枚あたり単価	購入率	1枚あたり単価
2015年	11.8%	3,808.0円	9.3%	5,758.3円
2014年	14.2%	3,907.1円	9.0%	4,946.0円
2013年	12.9%	2,981.5円	6.7%	5,188.8円

図表 3-3 ビデオソフトのレンタル利用率と平均枚数、平均金額、レンタル単価の推移

	回答者数	レンタル利用率	利用者の平均枚数	利用者の平均金額	1枚当たりの単価
2015年	1,500	31.9%	18.9枚	3,673円	194.3円
2014年	1,500	37.1%	22.6枚	3,934円	174.1円
2013年	1,197	34.6%	26.9枚	3,763円	139.8円
2012年	1,189	39.0%	29.0枚	4,530円	156.2円
2011年	1,176	39.9%	25.1枚	4,715円	188.1円

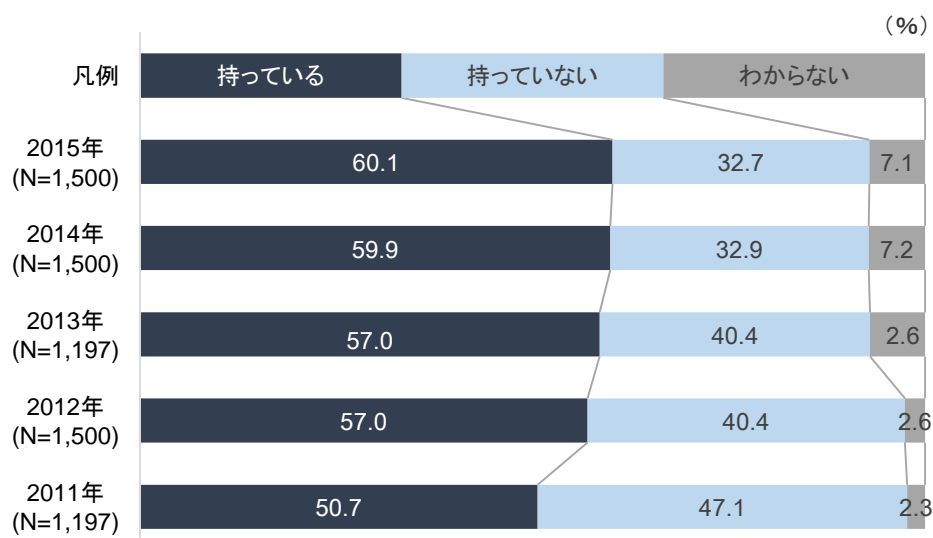
## 4. 映像機器や視聴行動に関する調査結果について

### 4-(1) BD 機器の所有率

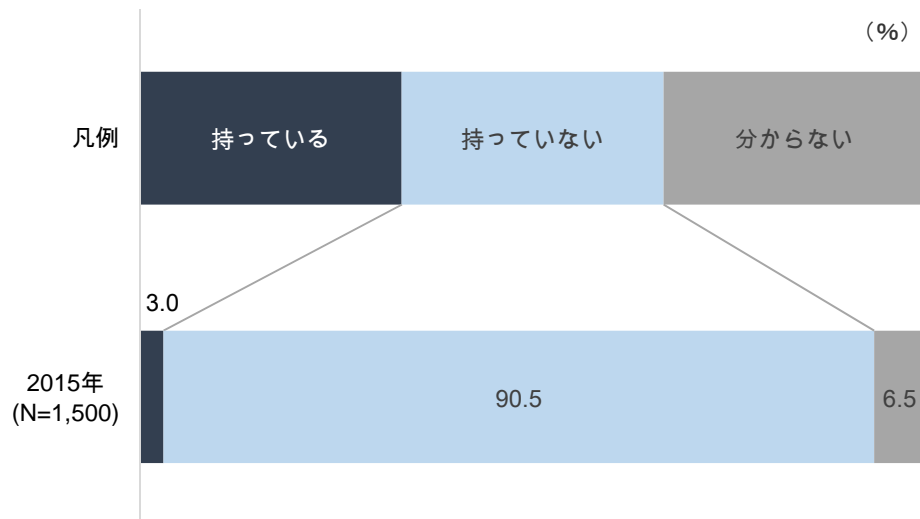
BD 機器の所有率は 60.1% で、6 割を超えたが、昨年からの伸びは 0.2 ポイントに留まり、普及率はほぼ 6 割で安定したといえる。

今年から新たに設問に加えた 4K 対応テレビの所有率は 3.0% である。

図表 4-1 : BD 機器所有率の推移



図表 4-2 : 4K テレビ所有率



本調査に関するお問い合わせは  
一般社団法人日本映像ソフト協会 広報課 上田または倉橋までお願いします。  
TEL 03-3542-4433  
E-mail [jva\\_kohou@jva-net.or.jp](mailto:jva_kohou@jva-net.or.jp)