

# 2005年DVDマーケット調査 サマリー

---

2006年3月  
社団法人 日本映像ソフト協会

# はじめに

近年、パッケージ映像ソフト市場は、セルDVDソフト市場の急激な拡大によって、コンテンツ産業、なかでも映像産業の中で大きな位置を占めるようになりました。

DVDソフトは1996年に発売が開始され、2000年、DVD再生機能付ゲーム機「プレイステーション2」の発売を契機に、市場は急激な拡大を始めました。CDや出版、ゲームソフトなど他のパッケージ市場が苦戦する中、DVDソフト市場が成長し続けた背景には、コンパクトサイズ、ハイクオリティといったDVDソフトの持つ特性が支持されたことに加え、DVDプレイヤー及びレコーダーの価格が低下した結果としてのハードの普及や、各ソフトメーカーが積極的にセルDVDソフトを供給、展開してきたことなどがあります。こうしてDVDソフト市場は、従来のVHSやLDが果たし得なかった、セル市場の一般化と拡大を成し遂げてきました。

そして発売開始から約10年、DVDソフト市場は新たな局面を迎えております。

ソフトメーカーの出荷統計によると、DVDソフト市場はこれまで二桁成長を続けてきましたが、2005年、その伸長率が鈍化し、商品としてのDVDソフトは「成長期」を終え「成熟期」に入ったと見られます。さらにハードの普及が飽和に近づく一方で、次世代DVDの市場牽引力はまだ不確定であることや、セルDVDソフトの低価格戦略等による市場形成、一部の有力コンテンツに左右される市場構造、通信と放送の融合等による映像配信サービスの影響など、今後の市場拡大への不透明な要素も山積してきております。

こういった状況の中でさらに市場を維持・拡大していくために必要なことは、DVDソフト市場に関わる人々のそれぞれの努力と工夫、いわゆるマーケティング戦略が適確に実行されることだろうと考えます。しかし、あまりにも急速に拡大を続けてきたセルDVDソフト市場には、こういったマーケティング戦略に不可欠な、消費実態に関する基礎的データの収集・蓄積がありませんでした。

そこで本協会では、ユーザーの消費実態を解明するために、①DVDソフトの消費実態、「どんな人が、どんなところで、どんなソフトを、どれくらい買っているのか」②DVDを含む映像ソフト全体の利用・視聴、ハードの普及・利用状況、他メディアとの接触、嗜好等、を明らかにするべく、本調査を実施することといたしました。

市場を構成するユーザー像を見極め、消費の側面から市場の実態を捉えたのが本報告書の成果です。この報告書が、映像ソフト業界および関係業界の発展に資することができれば、これにまさる喜びはありません。

最後に、本調査は、社団法人私的録画補償金管理協会(SARVH)の著作権制度の普及を目的とする基金から助成を受けて実施されました。同協会をはじめ、本調査実施にご協力いただきました各位に厚く御礼申し上げます。

2006年3月  
社団法人 日本映像ソフト協会  
会長 角川 歴彦

# 1. 本調査事業の実施概要

---

## 1. 目的

### DVDの消費実態を明らかにする

ユーザーの属性、DVDソフトの入手経路、購入枚数、保有枚数、ジャンル等(どんな人が、どんなところで、どんなソフトを、どれくらい買っているのか?)の基礎的なデータを、精緻に把握することを目指す。

### 映像ソフト及びAV機器の視聴実態、普及状況を明らかにする

DVD視聴機器を中心にしたAV機器の普及状況、視聴環境、視聴状況(どんな機器で視聴しているのか、レンタルか、買っているのか、撮っているのか、ストリーミングか...)など、ユーザーの視聴状況を実証的に把握することを目指す。

### ユーザーの他メディアとの接触、嗜好等について明らかにする

音楽、ゲーム、映像配信、BS・CS視聴、着メロ等々、ユーザーの嗜好に大きく左右されるコンテンツ産業の中で、ユーザーがどのような他メディアと接触し、嗜好が動いているのかを探ることを目指す。

## 2. 方法

### アンケート調査(詳細は次ページ)

調査対象: 全国の一般消費者

調査方法: Webアンケート調査(但し、インターネット利用有無別の差異を調整するためのパラメータを設定し、本調査結果をウェイト付けする)

調査内容: ・DVDを中心とした映像ソフトの所有状況、消費購入実態、利用実態、  
・AV機器の所有状況、利用実態、 ・他メディアや他エンタテインメント等との接触、利用実態 等

### ヒアリング調査

調査対象: 有識者、業界関係者等

調査方法: ヒアリング調査

調査内容: アンケート調査の結果に対する評価、分析

# 2. アンケート調査の調査概要

## ■調査対象

全国に居住する満16歳から69歳の男女で、インターネット利用者  
(性年齢別構成比、都道府県別構成比は住民基本台帳に基づき割付)。

## ■調査時期

2005年9月

## ■回収サンプル数

2,311

## ■調査方法

インターネットによる調査

## ■調査機関

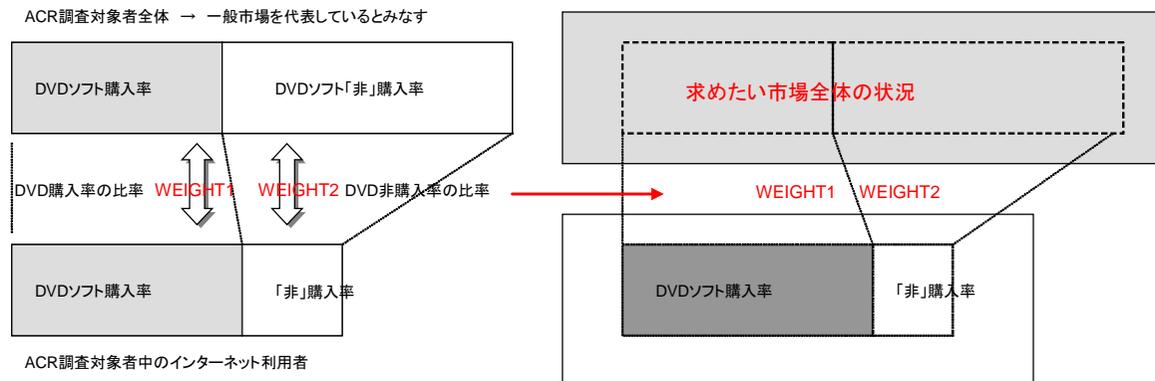
企画分析：株式会社文化科学研究所

調査実施：株式会社ビデオリサーチ

## ■集計データの補正

本調査は、16歳から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、同世代の一般個人全体を推計するために、以下の方法による補正を行った。

補正に用いるデータとして、「ACR調査」のDVDソフト購入率を用いる。「ACR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、下記の考え方に基づいてウェイト値を求め、データの補正を行った。



\* 今回の調査結果(インターネット利用者)

※「ACR調査」(Audience and Consumer Report)とは……

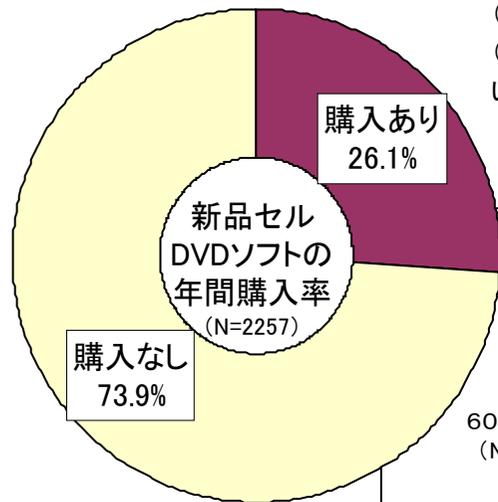
ビデオリサーチが毎年実施している、媒体接触と消費行動に関するシングルソース調査。全国主要7地区12,200人(男女12歳~69才)を対象にした、日本最大級の消費者調査である。

今回の補正では2005年5月調査の全国7大都市人口ウェイト補正付データを使用している。

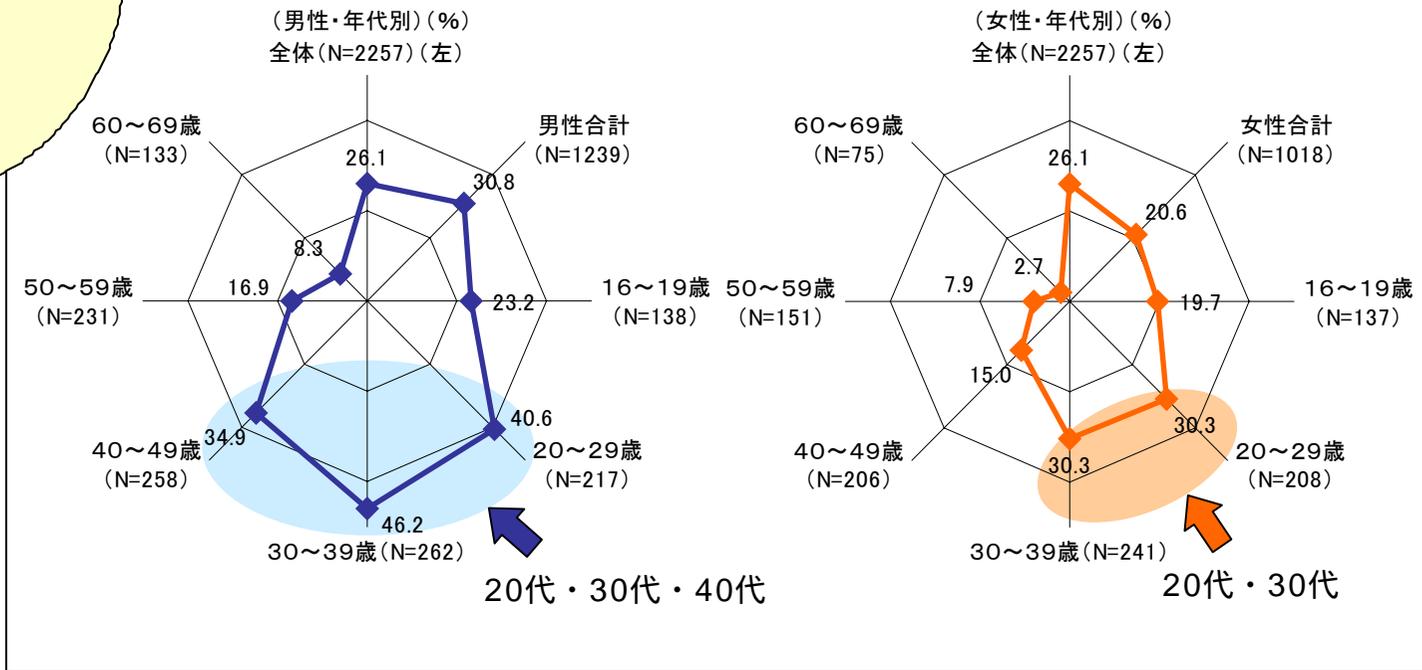
# 3. セルDVDソフトの年間購入率

1年間(2004年9月～05年8月)<sup>(※)</sup>に  
 新品セルDVDソフト<sup>(※)</sup>を購入した人は... **26.1%**

(※)調査時期の都合上、本調査における「最近1年間」「1年間」とは、2004年9月～2005年8月の期間を指す。  
 (※)本調査では、セルDVDソフトのことを、中古で売買されるものと区別するために「新品セルDVDソフト」と称している。新譜ソフトとは異なる。

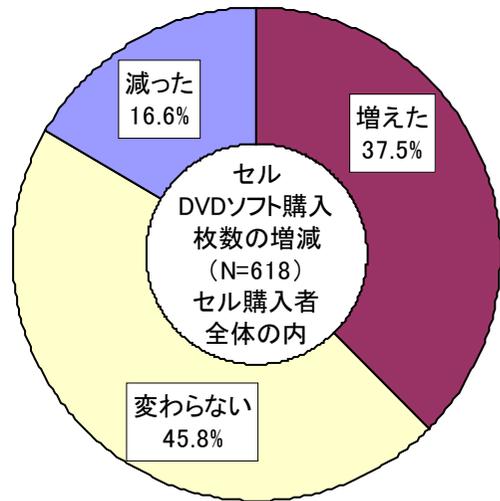


性年代別 男性で30.8%、女性で20.6%



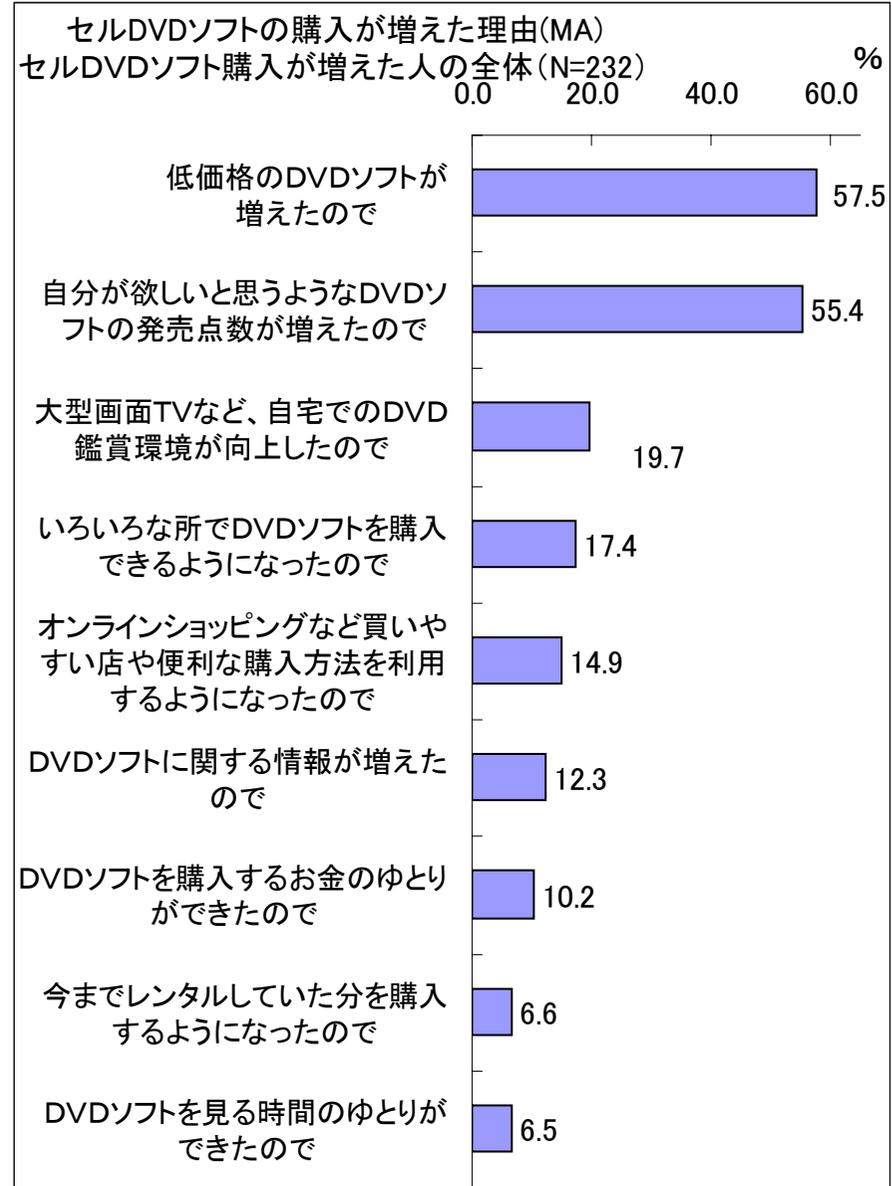
# 4. セルDVDソフト購入の増減

セルDVDソフト(※)購入者の内、最近の購入数が増えた人は38%



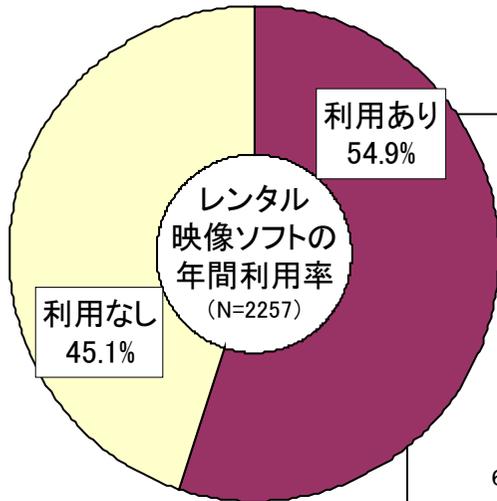
(※)ここでは、新品・中古を問わず

増えた理由は、「低価格ソフトが増えたので」58%  
「欲しいソフトの発売が増えたので」55%

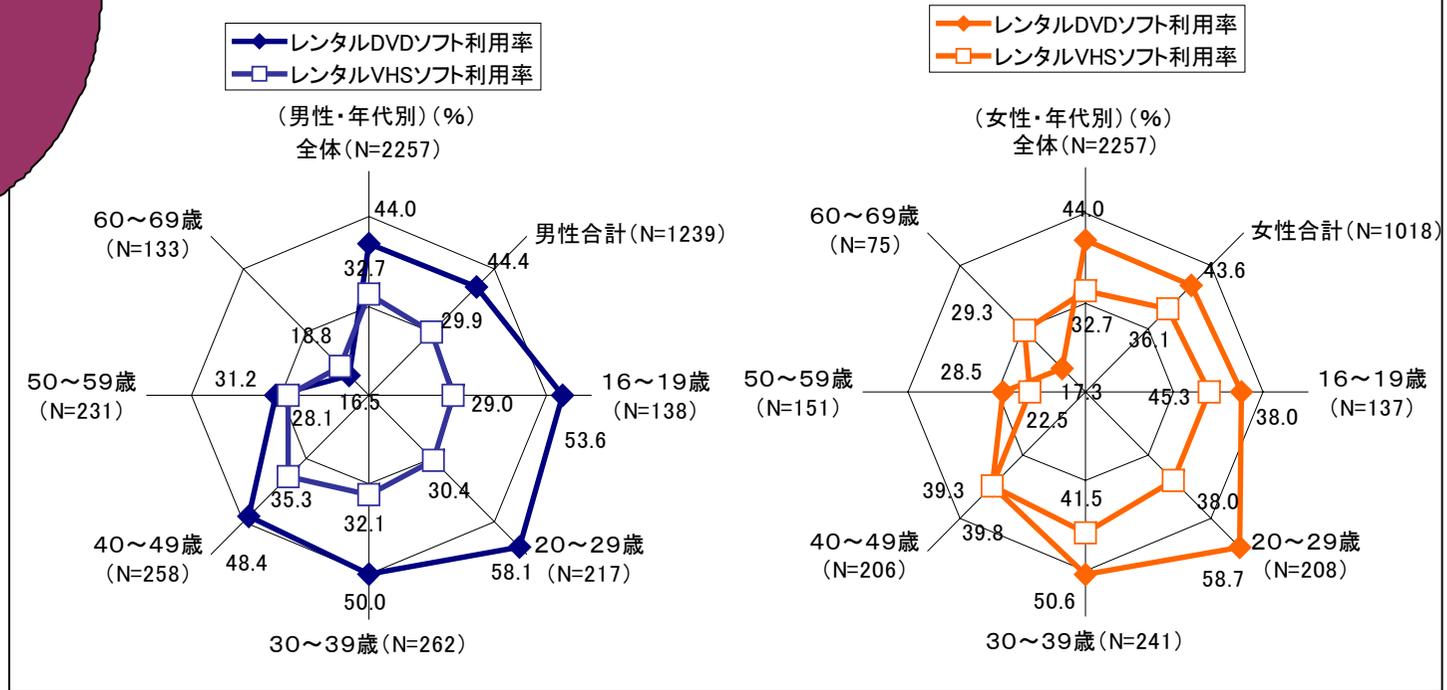


# 5. レンタル映像ソフトの年間利用率

1年間にレンタル映像ソフト (DVDまたはVHS) を利用した人は... ➡ **54.9%**

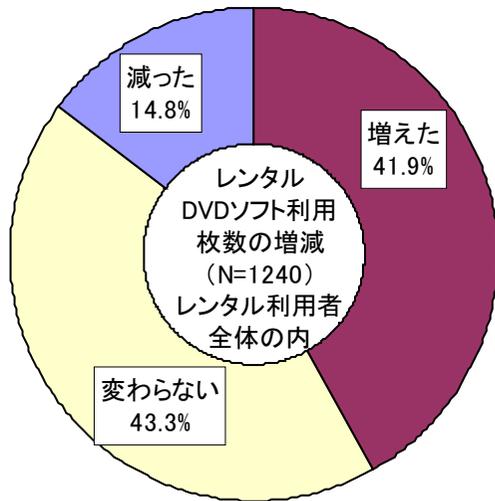


DVDソフトをレンタルした人は44.0%で、20代の利用が多い。  
VHSソフトをレンタルした人は32.7%で、女性の利用が多い。

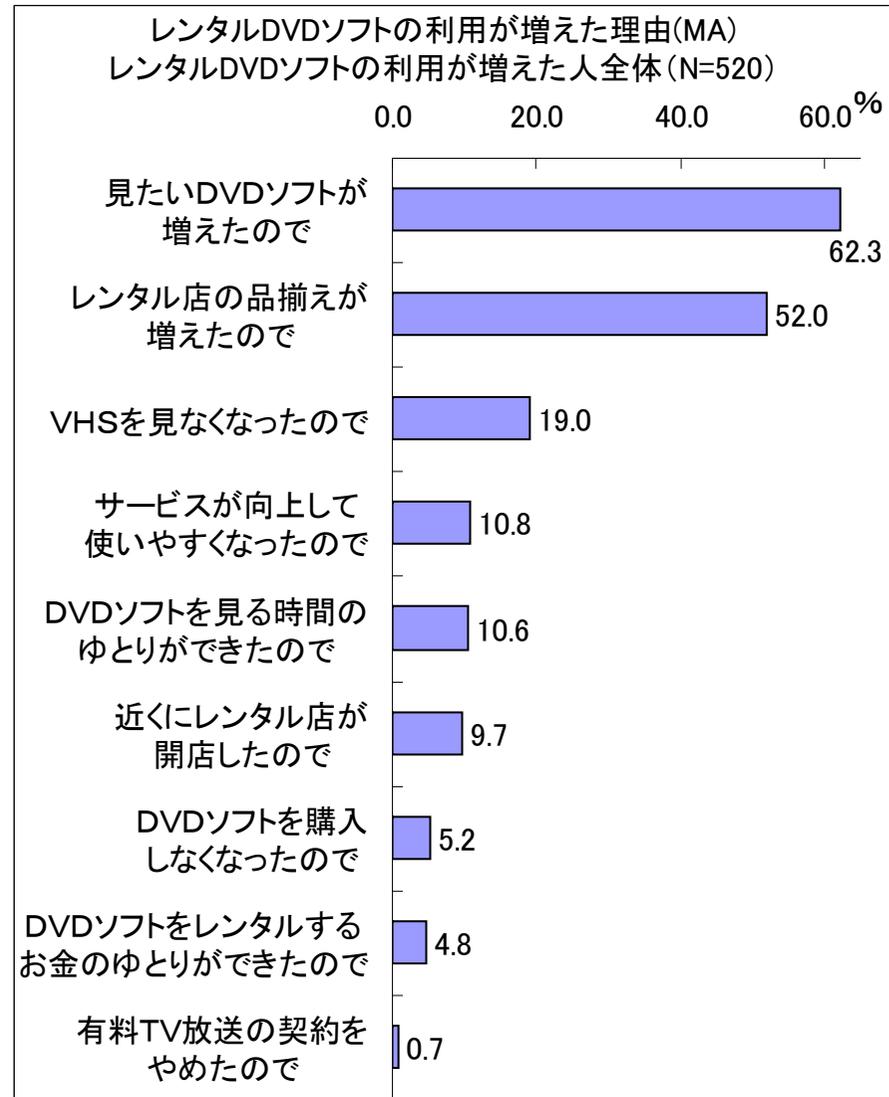


# 6. レンタルDVDソフト利用の増減

レンタルDVDソフト利用者の中、最近の利用数が増えた人は42%



増えた理由は、「見たいソフトが増えたので」62%  
「店の品揃えが増えたので」52%

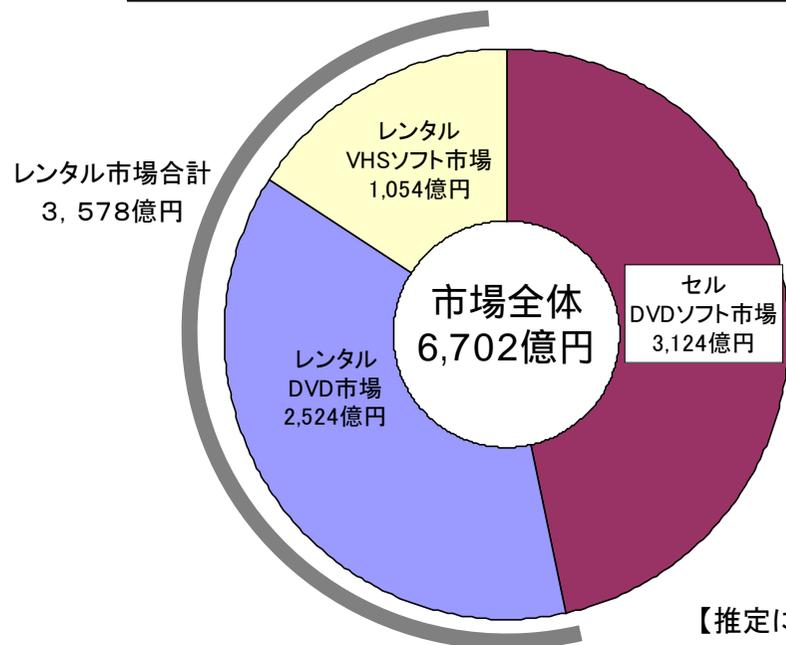


# 7. パッケージ映像ソフトの推定市場規模

パッケージ映像ソフトの  
推定市場規模は・・

(満16才～69才の2004年9月～  
05年8月の年間市場規模)

➔ 6,702億円



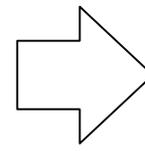
	推定市場規模(※)	構成比
・全体市場規模	6,702億円	
・セルDVDソフト市場	3,124億円	46.6%
・レンタルDVDソフト市場	2,524億円	37.7%
・レンタルVHSソフト市場	1,054億円	15.7%
(レンタル小計)	(3,578億円)	(53.4%)

【推定に用いたパラメータ】

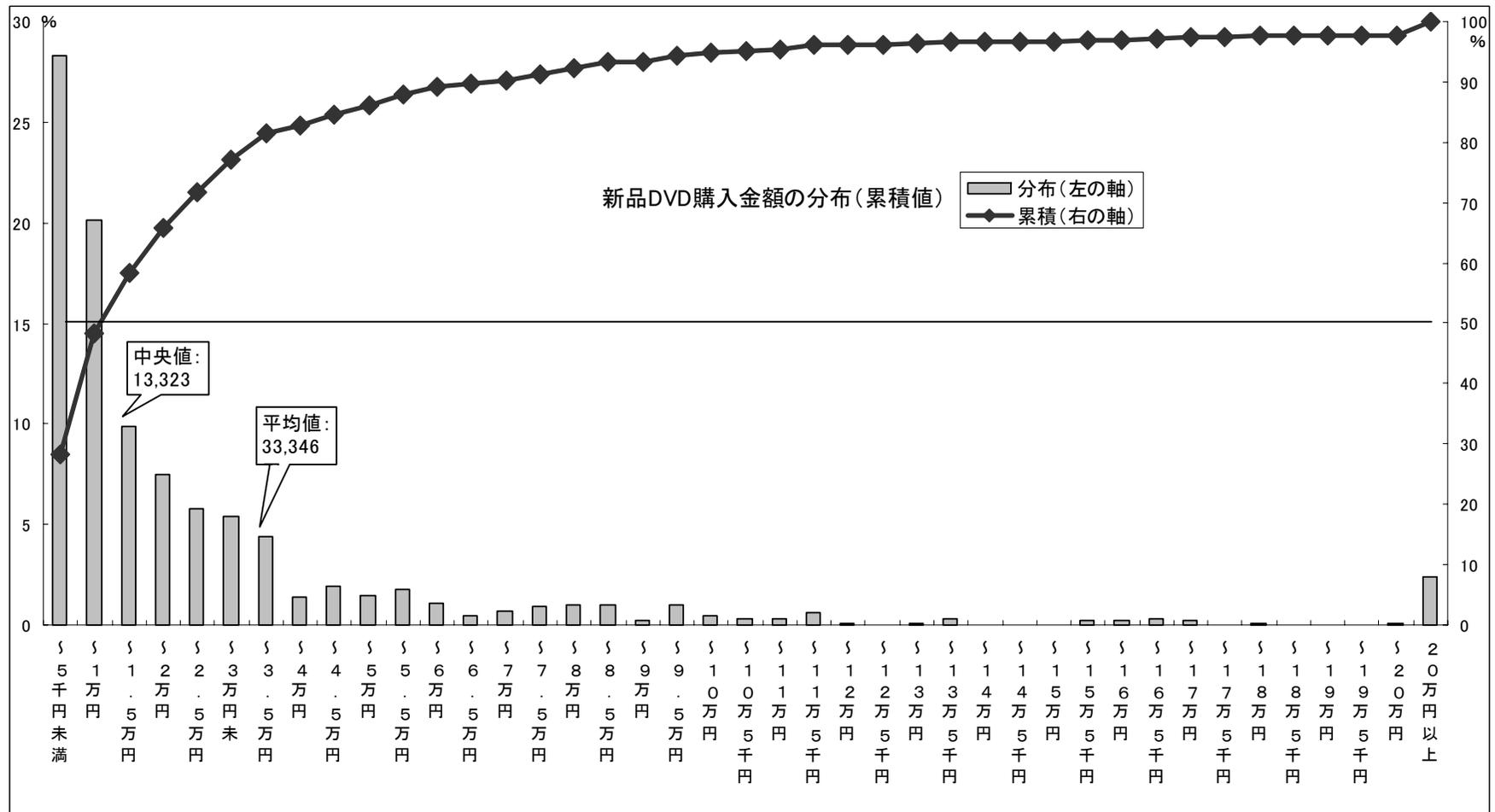
	セル	レンタル	
	新品セルDVDソフト	レンタルDVDソフト	レンタルVHSソフト
●各商品の年間購入(利用率)	26.1%	44.0%	32.7%
●各商品の平均購入(利用)金額	13,323円	6,385円	3,587円
●16才～69才の総人口	8,984万人		

# 8. セルDVDソフトの購入金額分布

平均値(33,346円)が位置する「3~3.5万円」以下が、購入者全体の81.4%を占める。平均値以上の分布も低率ながら裾が長く、特殊な分布となっている。

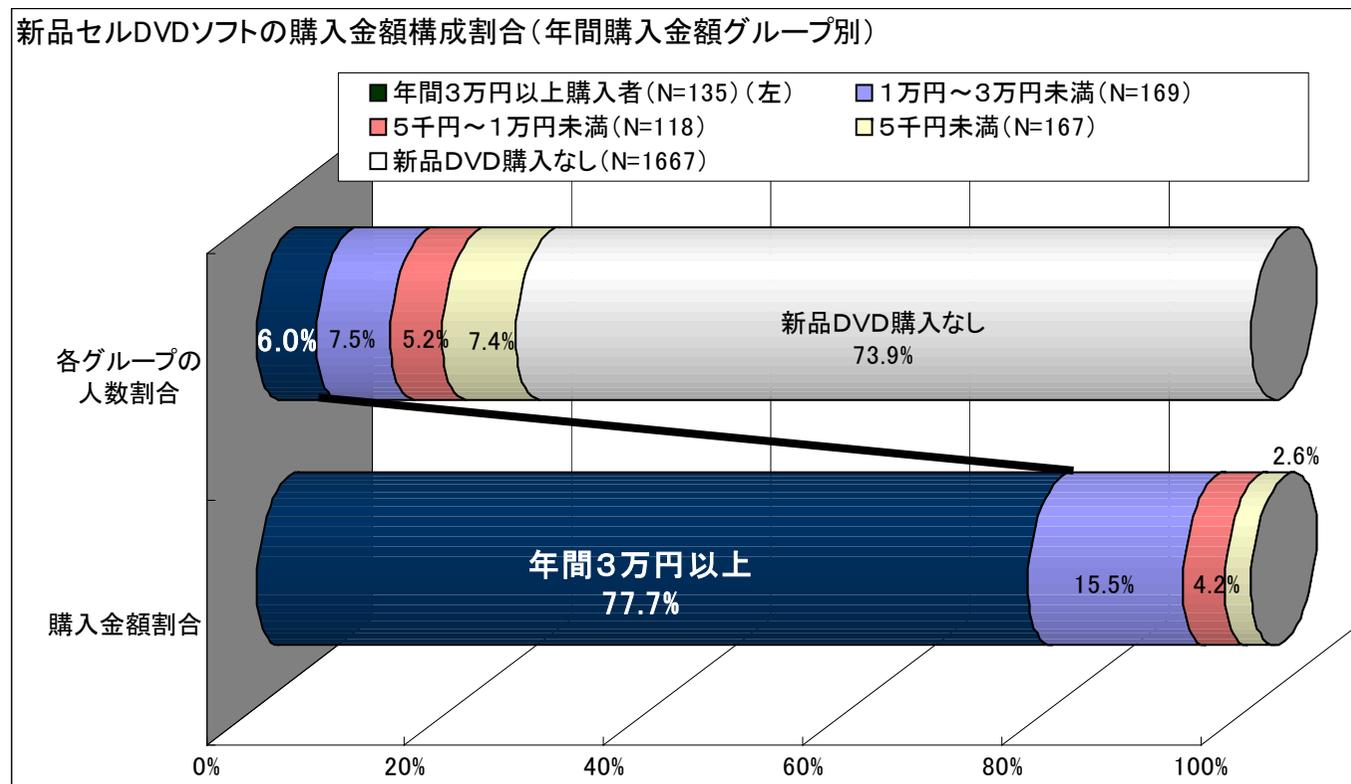


全体市場の推定には、平均値(33,346円)ではなく、中央値(13,323円)を用いた。



# 9. DVDソフト購入金額とヘビーユーザー

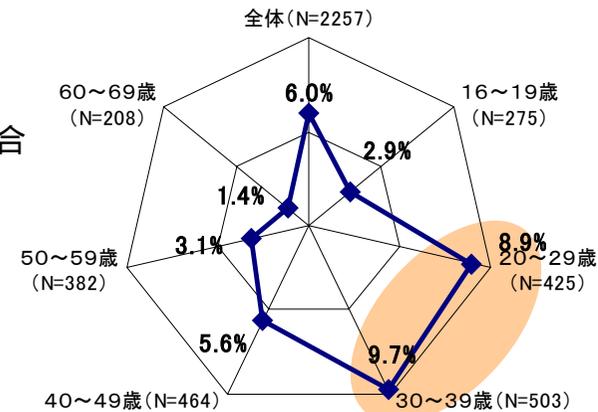
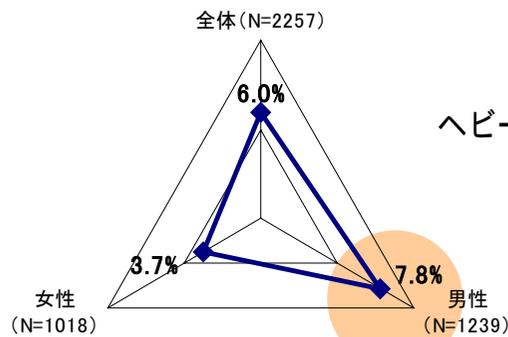
わずか6%のヘビーユーザーが購入金額の78%を占めている



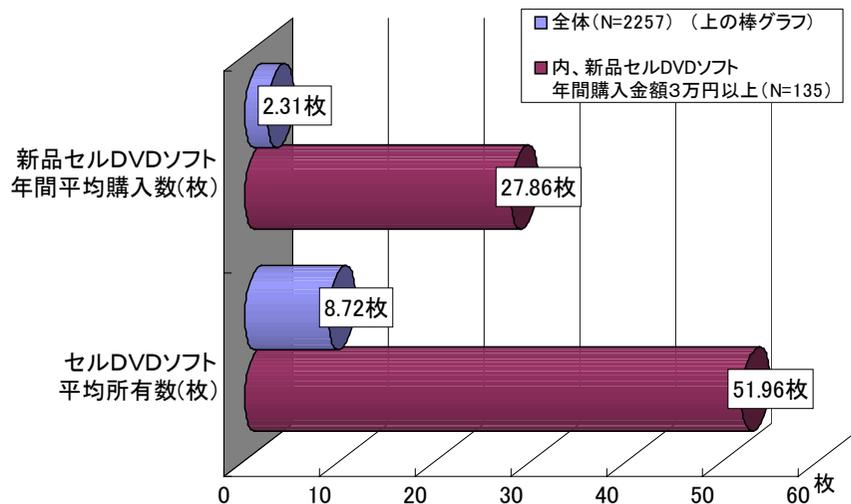
ヘビーユーザーとは・・・中古を除くセルDVDソフトの年間購入金額が3万円以上の人

# 10. ヘビーユーザーのプロフィール / 性・年代別

ヘビーユーザーは男性に多く、20代・30代に多い。



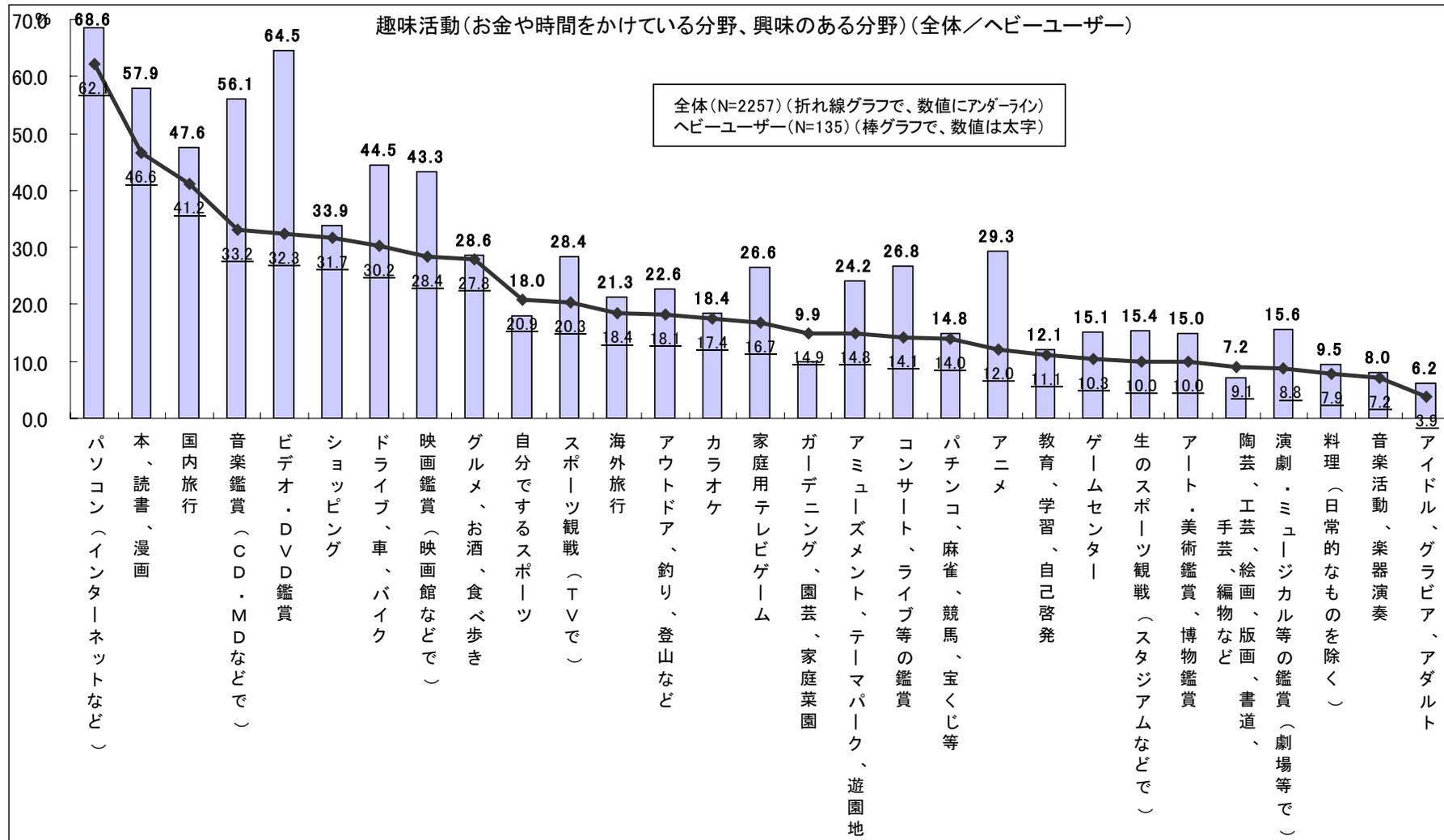
セルDVDソフトの年間購入枚数、所有枚数(全体/ヘビーユーザー)



ヘビーユーザーの  
セルDVDソフト  
年間平均購入枚数は・・・28枚  
平均所有枚数は・・・・・・52枚

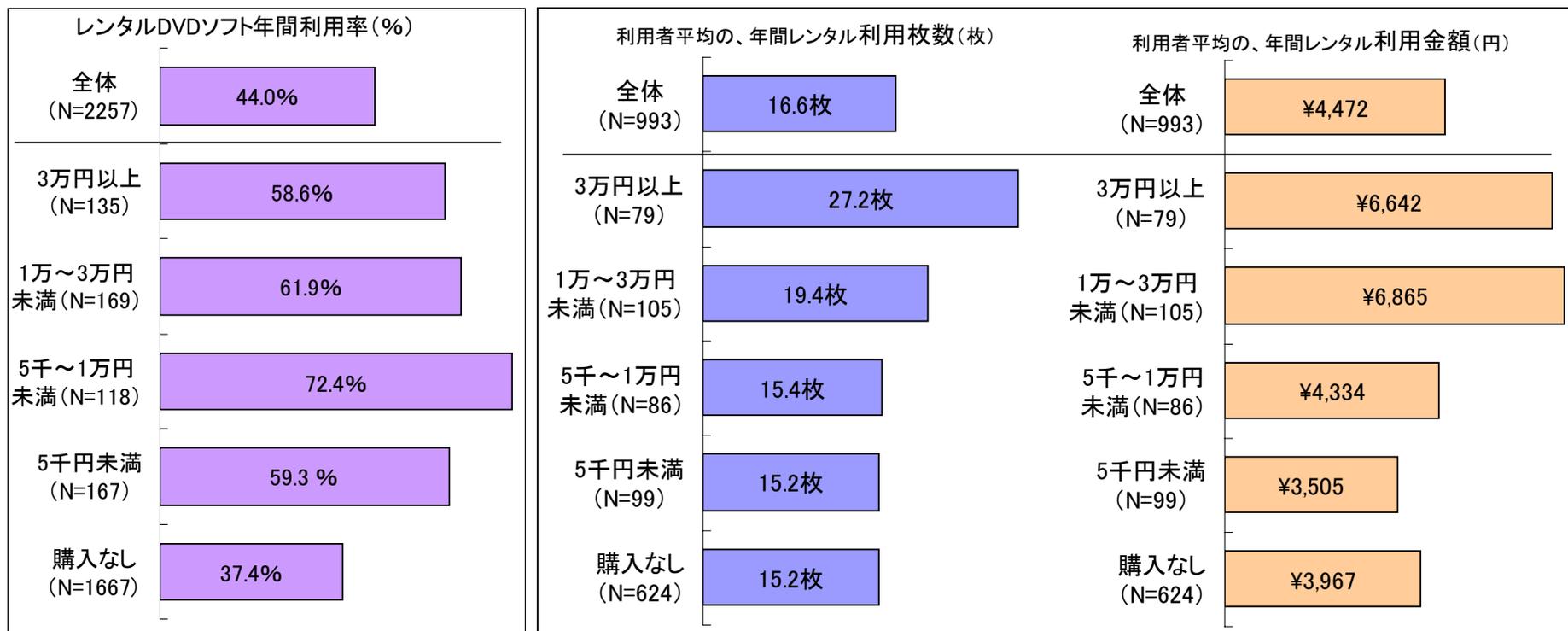
# 11.ヘビーユーザーのプロフィール/興味

ヘビーユーザーは、ビデオ・DVD鑑賞だけでなく  
さまざまなことに興味を持っている



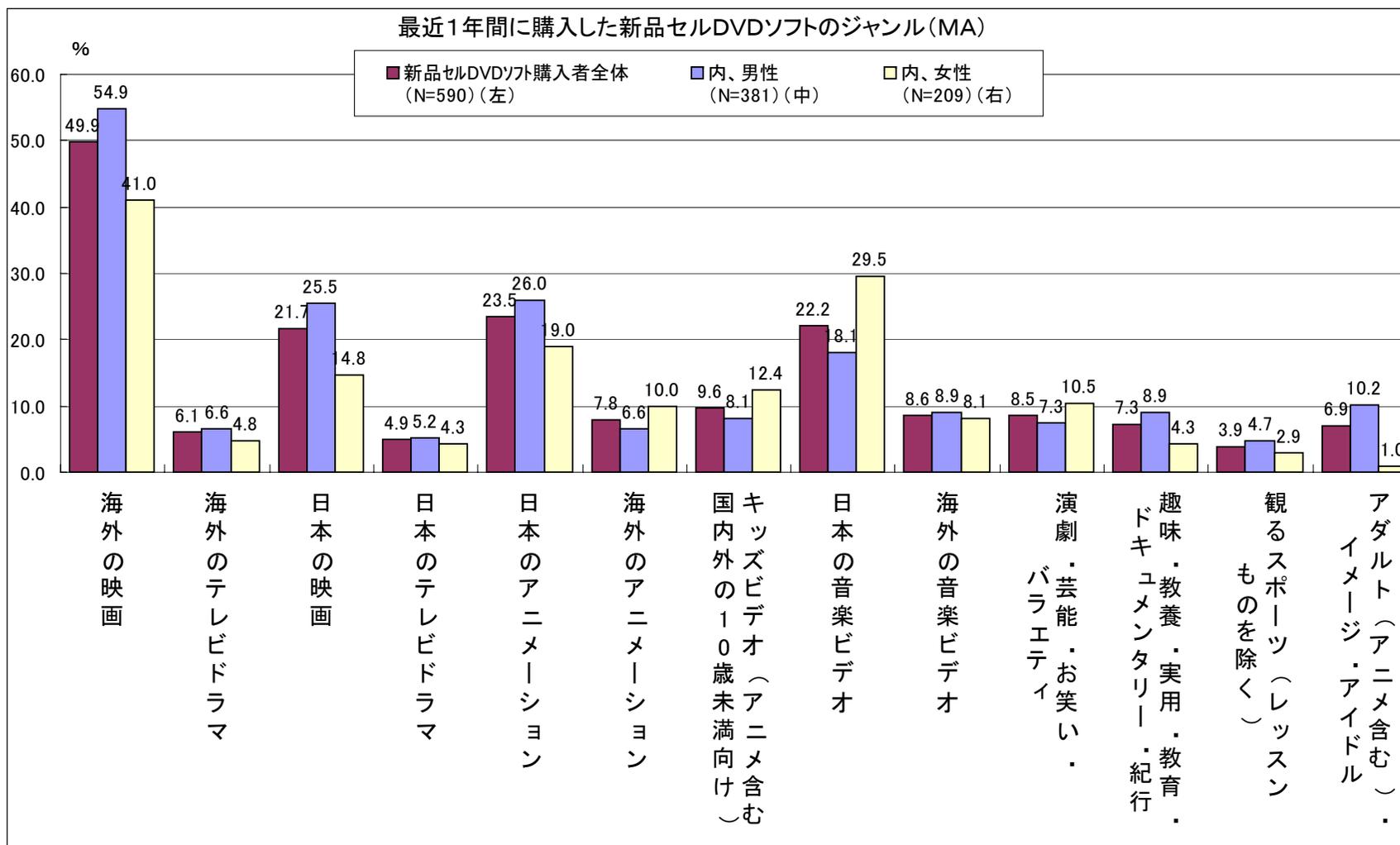
## 12. ヘビーユーザーのプロフィール / セルとレンタル

DVDソフトにおけるセルの購入とレンタル利用との間には、正の相関がある。購入しない人はレンタル利用も少なく、購入する人はレンタル利用も多い。セルのヘビーユーザーは、レンタル利用金額も多い。



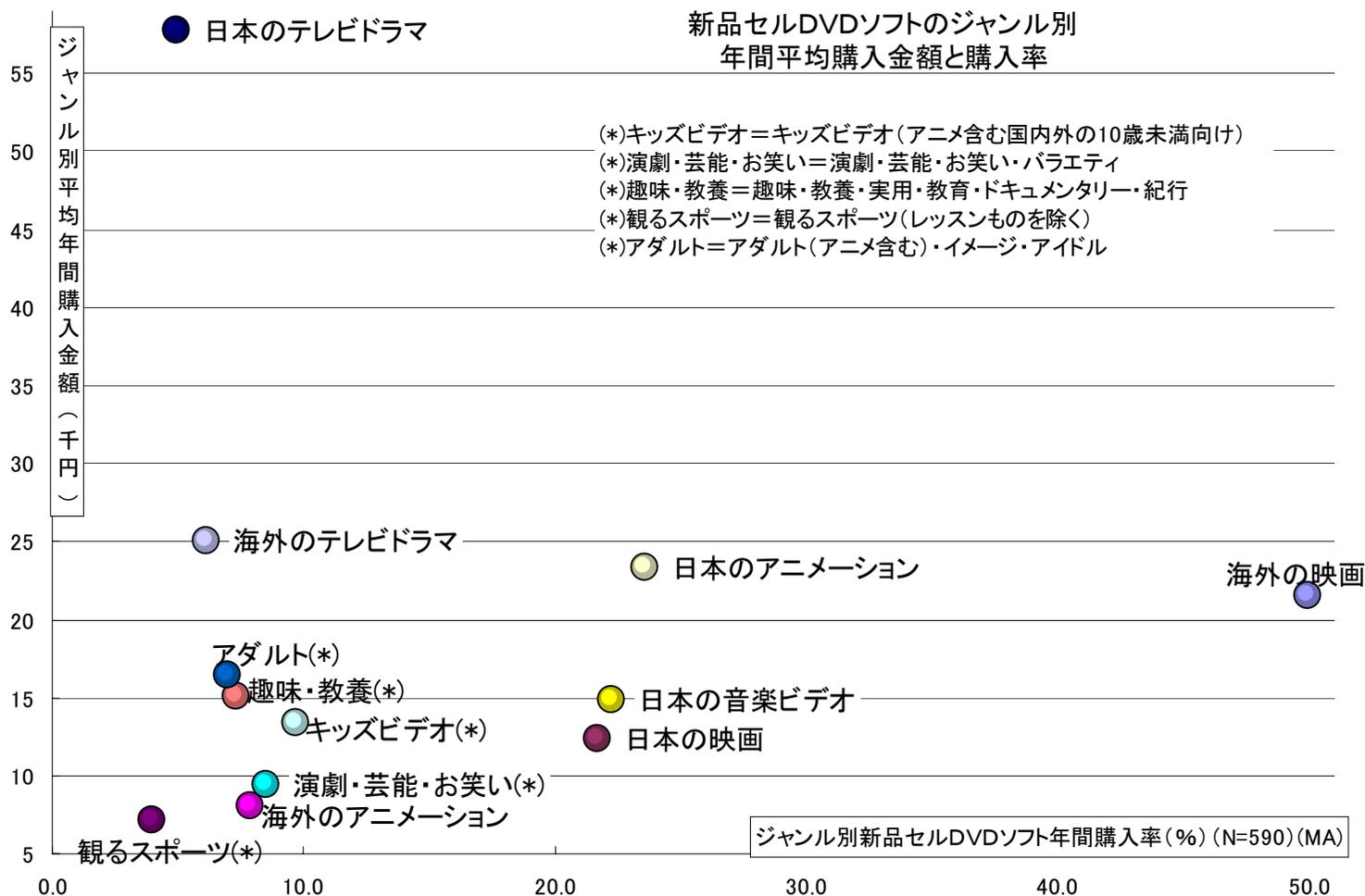
# 13. ジャンル別セルDVDソフト購入率

1年間(2004年9月～05年8月)に新品セルDVDソフトを購入した人の内、半数が「海外の映画」を購入している。  
 男性では海外・日本の映画と日本のアニメが多く、女性では日本の音楽ビデオが多い。



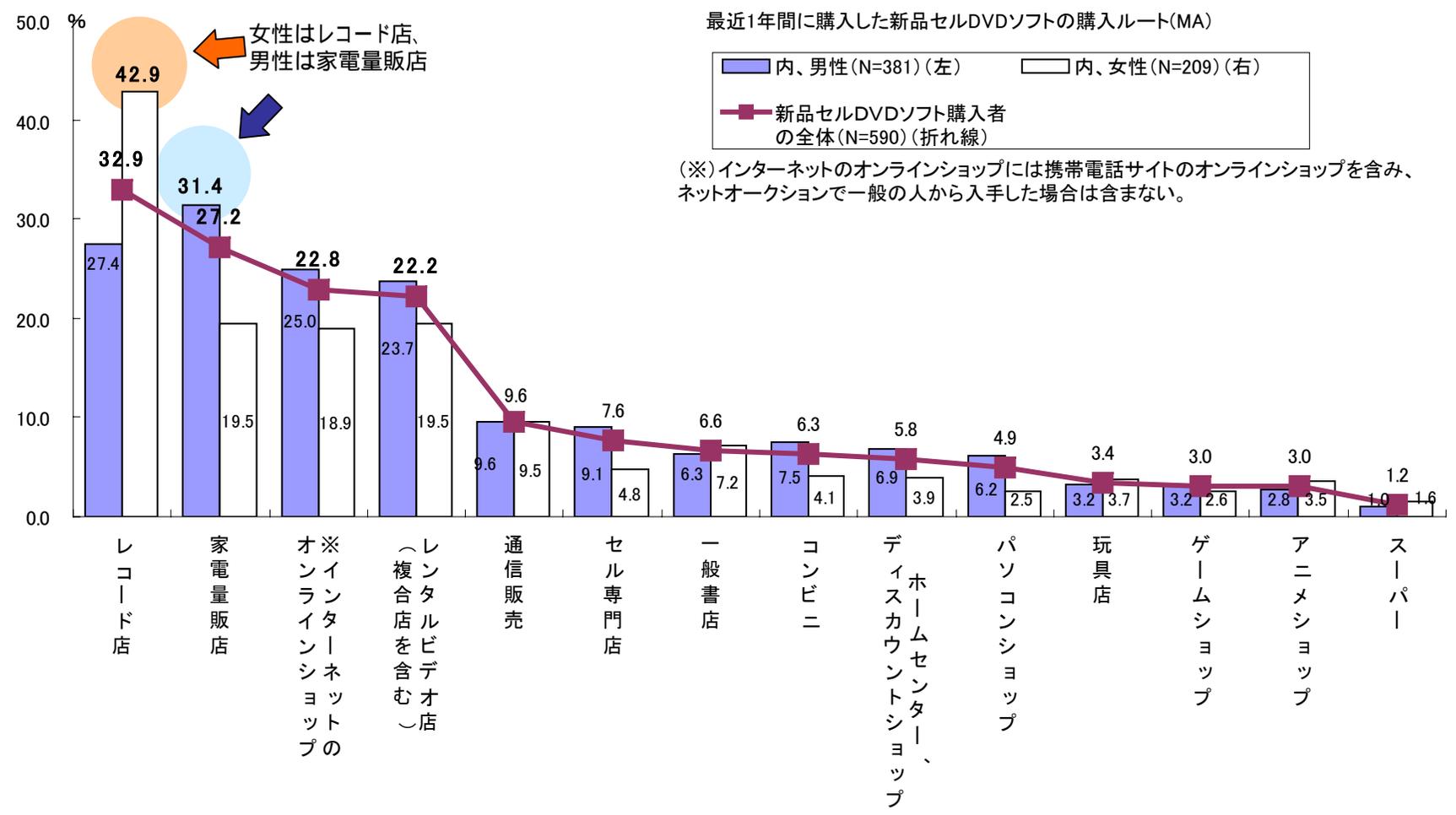
# 14. セルDVDソフト市場のジャンル別特性

新品セルDVDソフトの、年間ジャンル別購入率と購入金額の規模をみると…  
 「日本のTVドラマ」市場は、「海外の映画」に比べてユーザー数は1/10、客単価は2.7倍。  
 「海外の映画」の客単価は年間21,600円でジャンル別4位だが、ユーザーの裾野が広い。



# 15. セルDVDソフトの購入ルート

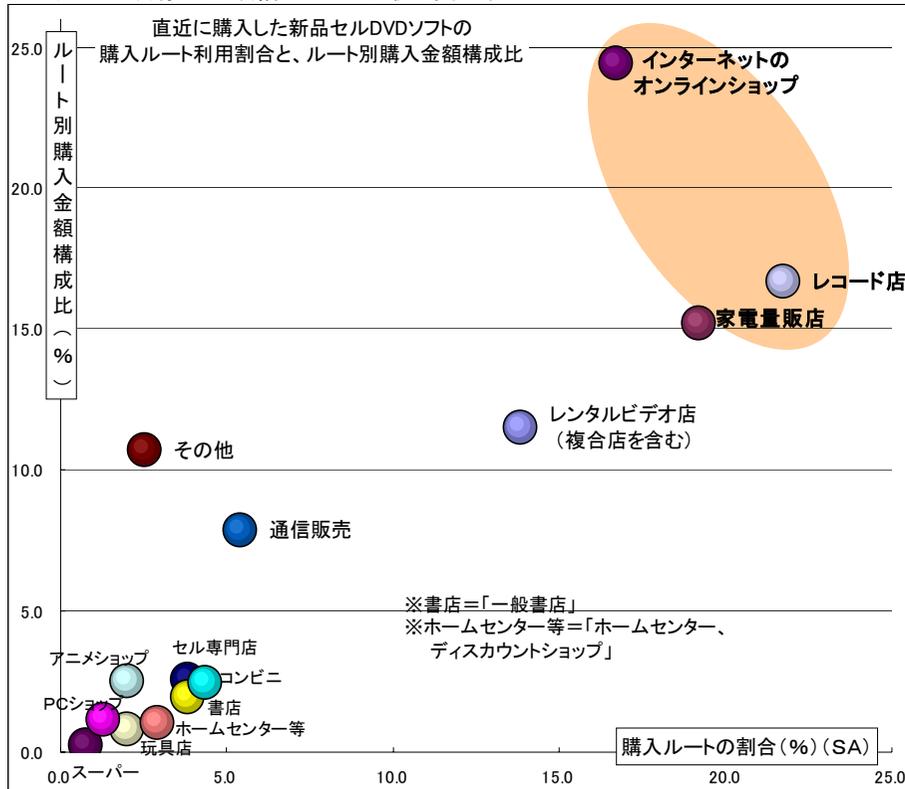
1年間(2004年9月～05年8月)の利用率が高いのは…  
レコード店、家電量販店、オンラインショップ、レンタルビデオ店



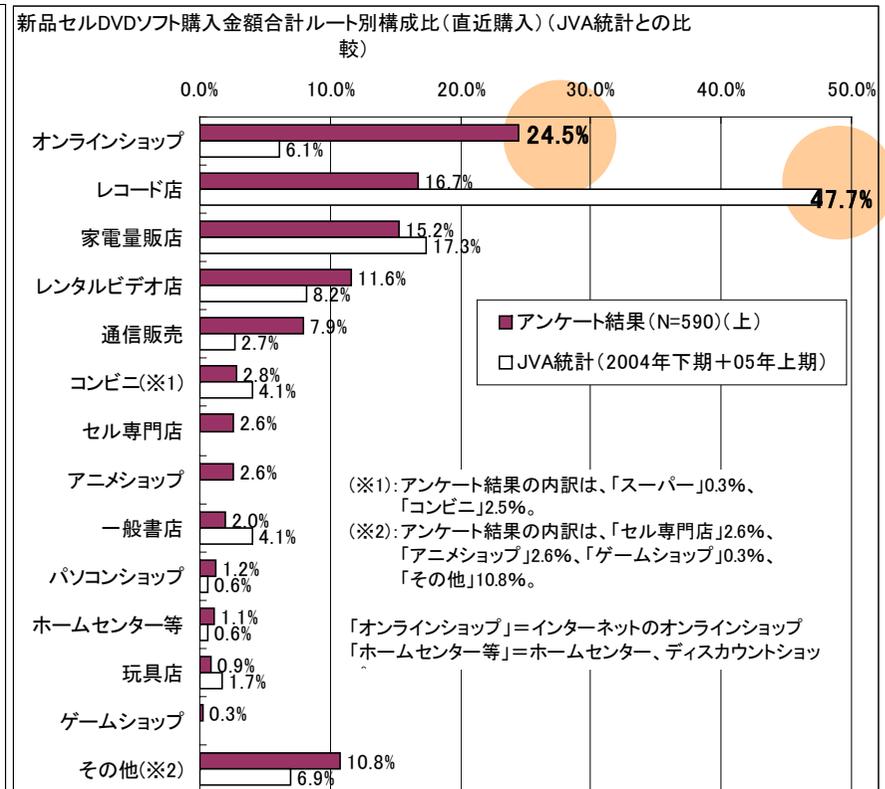
# 16. 購入ルート別の購入金額構成比

直近に購入した新品セルDVDソフトでみると  
 購入ルート別で購入金額構成比が高いのは・・・  
 1/4を占めるオンラインショップ

オンラインショップは、ルートの利用順位はレコード店、家電量販店に次ぐ3位だが、購入金額構成比では最も高い。



出荷統計では構成比48%のレコード店ルートが、ユーザー側では17%だけ。  
 出荷統計でわずか6%のオンラインショップが、ユーザー側で25%を占める。



# 17. ジャンル別のよく売れる購入ルート

直近に購入した新品セルDVDソフトでみると…

「海外の映画」は、家電量販店、レンタルビデオ店で。「日本の映画」は、レコード店、家電量販店で。「音楽ビデオ」は、レコード店で。「テレビドラマ」と「日本のアニメ」はオンラインショップで。

直近に購入した1枚(1組)の 新品セルDVDソフトの 商品ジャンル別の購入ルート(%)	調査数	レコード店	家電量販店	オンラインショップ のブ	レンタルビデオ店 (複合店を含む)	通信販売	コンビニ	一般書店	セル専門店	ホームセンター、 ディスカウントショップ	玩具店	アニメショップ	パソコンショップ	スーパー	ゲームショップ	その他	不明
全体	590	20.5	18.2	15.7	13.0	5.1	4.0	3.6	3.5	2.6	1.8	1.8	1.1	0.6	0.4	2.4	5.4
海外の映画	201	15.4	22.7	13.7	22.4	2.5	6.1	3.9	1.7	2.8	0.4	0.0	1.1	0.7	0.8	1.8	4.1
海外のテレビドラマ	13	10.0	14.5	43.2	11.7	11.2	0.0	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
日本の映画	46	26.7	23.0	16.6	9.7	1.3	3.0	0.0	5.1	0.0	1.7	0.0	2.1	1.4	1.8	0.0	7.7
日本のテレビドラマ	13	13.6	21.0	30.4	9.8	5.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7
日本のアニメーション	67	7.8	18.0	20.1	6.1	8.4	4.0	6.1	4.0	3.8	1.2	14.9	1.3	1.2	0.0	0.0	3.1
海外のアニメーション	22	17.5	17.8	7.5	21.9	0.0	3.5	3.8	0.0	3.8	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5
キッズビデオ	37	13.0	16.4	2.1	10.6	3.7	0.0	11.3	0.0	14.1	13.8	0.0	0.0	2.3	0.0	10.4	2.3
日本の音楽ビデオ	89	45.8	13.2	17.7	7.3	3.1	0.0	0.7	2.7	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	0.0	1.9	4.7
海外の音楽ビデオ	25	48.6	2.6	19.6	3.2	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.2	12.8
演劇・芸能・お笑い・バラエティ	24	24.3	26.7	18.8	4.1	2.6	21.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0
趣味・教養・実用・教育・ドキュメンタリー・紀行	15	11.4	9.9	12.3	11.9	29.4	5.6	13.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	3.9
観るスポーツ(レッスンものを除く)	7	0.0	35.5	13.1	12.1	8.1	0.0	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.1	7.9
アダルト(アニメ含む)・イメージ・アイドル	25	3.1	0.0	9.3	3.6	20.8	0.0	0.0	40.1	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	15.6
その他	6	0.0	26.0	29.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.2	0.0	0.0	0.0	15.2	15.2

# 18. 購入ルート別のよく売れるジャンル

直近に購入した新品セルDVDソフトでみると・・・

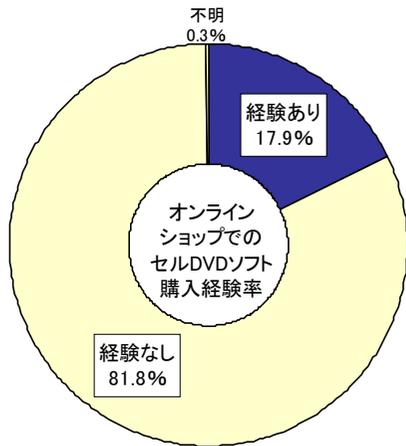
各購入ルートとも、海外の映画がよく売れている。その他のジャンルでは、「レコード店」では、日本の音楽ビデオ。「オンラインショップ」では、日本の音楽ビデオ、日本のアニメ。「通信販売」では日本のアニメとアダルト。「コンビニ」では演劇・芸能・お笑い・バラエティ。

直近に購入した1枚(1組)の 新品DVDソフトの 購入ルート別の商品ジャンル(%)	全体	レ コ ー ド 店	家 電 量 販 店	ラ イ ン タ ー ネ ッ ト の オ ン リ ン エ ッ プ	合 店 を 含 む レ ン タ ル ビ デ オ 店 ( 複 数)	通 信 販 売	コ ン ビ ニ	一 般 書 店	セ ル 専 門 店	ホ ー ム セ ン タ ー シ ョ ッ プ 、 デ ィ	玩 具 店	ア ニ メ シ ョ ッ プ	パ ソ コ ン シ ョ ッ プ	ス ー パ ー	ゲ ー ム シ ョ ッ プ	そ の 他	不 明
調査数	590	121	107	93	77	30	24	21	21	16	11	11	7	4	2	14	32
海外の映画	34.0	25.6	42.1	30.1	58.4	16.7	50.0	38.1	14.3	37.5	9.1	0.0	28.6	25.0	100.0	28.6	25.0
海外のテレビドラマ	2.3	0.8	1.9	6.5	2.6	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
日本の映画	7.9	9.9	10.3	8.6	5.2	3.3	4.2	0.0	9.5	0.0	9.1	0.0	14.3	25.0	50.0	0.0	12.5
日本のテレビドラマ	2.2	1.7	2.8	4.3	1.3	3.3	4.2	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
日本のアニメーション	11.3	4.1	11.2	14.0	5.2	20.0	12.5	19.0	14.3	18.8	9.1	90.9	14.3	25.0	0.0	0.0	6.3
海外のアニメーション	3.8	3.3	3.7	2.2	6.5	0.0	4.2	4.8	0.0	6.3	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
キッズビデオ	6.3	4.1	5.6	1.1	5.2	3.3	0.0	19.0	0.0	31.3	45.5	0.0	0.0	25.0	0.0	28.6	3.1
日本の音楽ビデオ	15.0	33.9	11.2	17.2	7.8	10.0	0.0	4.8	9.5	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	14.3	12.5
海外の音楽ビデオ	4.2	9.9	0.9	5.4	1.3	3.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	9.4
演劇・芸能・お笑い・バラエティ	4.0	5.0	5.6	4.3	1.3	3.3	20.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
趣味・教養・実用・教育・ドキュメンタリー・紀行	2.6	1.7	1.9	2.2	2.6	13.3	4.2	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1
観るスポーツ(レッスンものを除く)	1.3	0.0	2.8	1.1	1.3	3.3	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	3.1
アダルト(アニメ含む)・イメージ・アイドル	4.3	0.8	0.0	2.2	1.3	16.7	0.0	0.0	47.6	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	12.5
その他	0.9	0.0	0.9	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	7.1	3.1

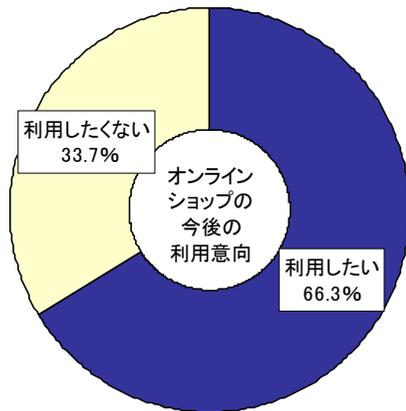
# 19. オンラインショップの利用

インターネットのオンラインショップでの  
セルDVDソフト購入経験率は・ → 17.9%  
今後の購入利用意向は・ → 66.3%

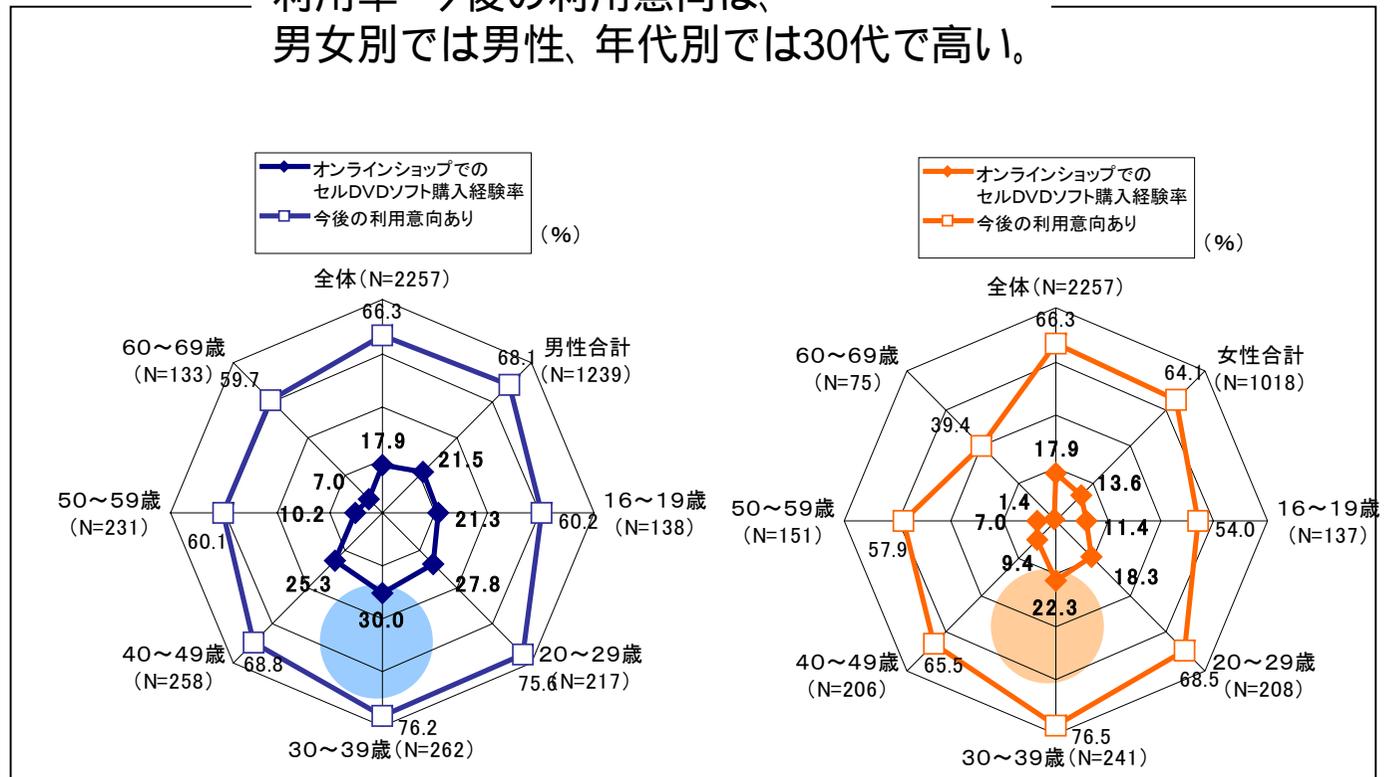
(※)最近1年間のセルDVDソフトの購入有無に関らず全員に、また、最近1年間に限らずこれまでの経験すべてを、新品・中古を問わずに尋ねた設問の結果。「15. セルDVDソフトの購入ルート」とは異なる設問である。



(1年間に限らない、中古を含む)

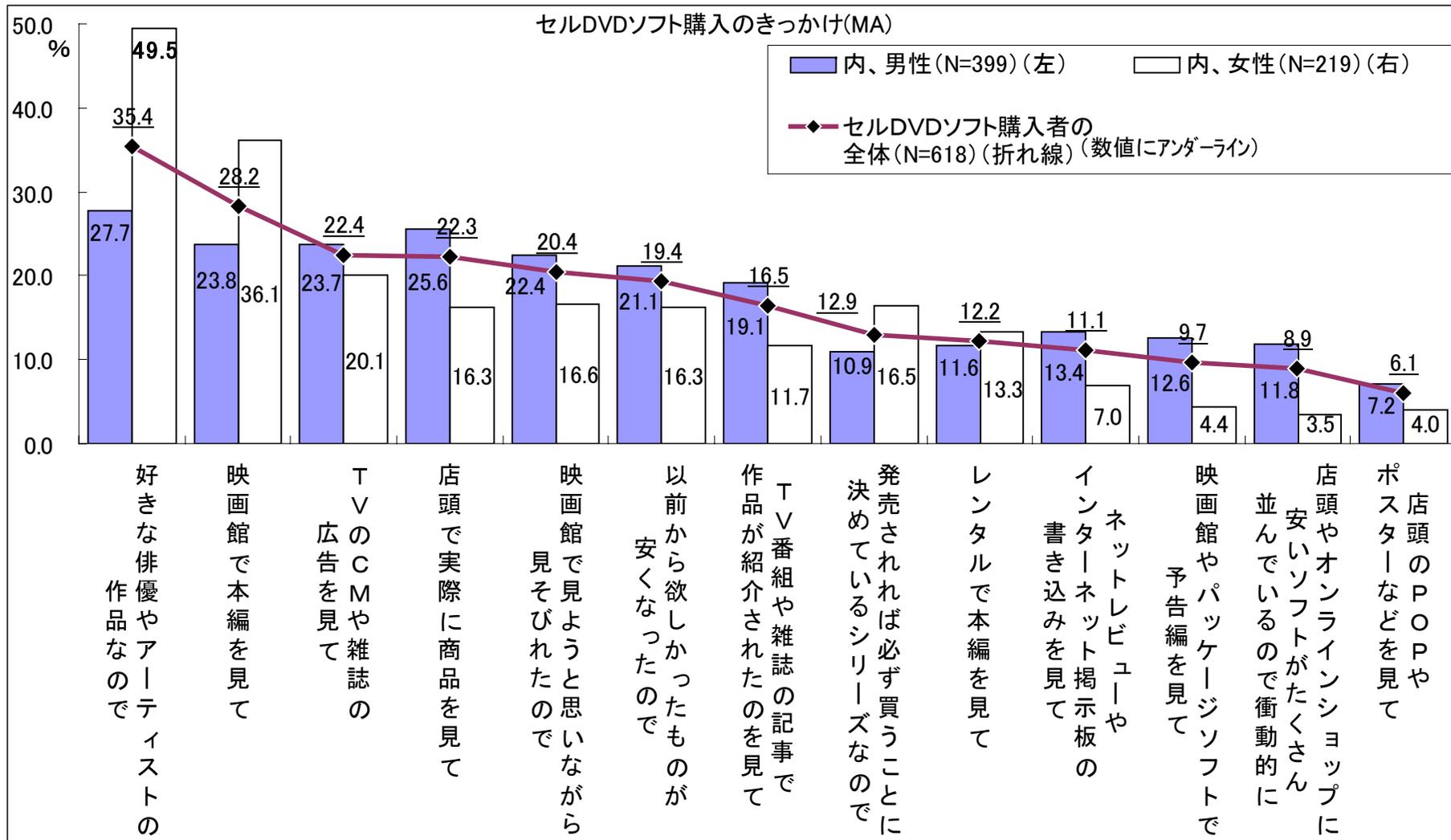


利用率・今後の利用意向は、  
男女別では男性、年代別では30代で高い。



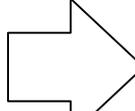
# 20. セルDVDソフトを購入するきっかけ

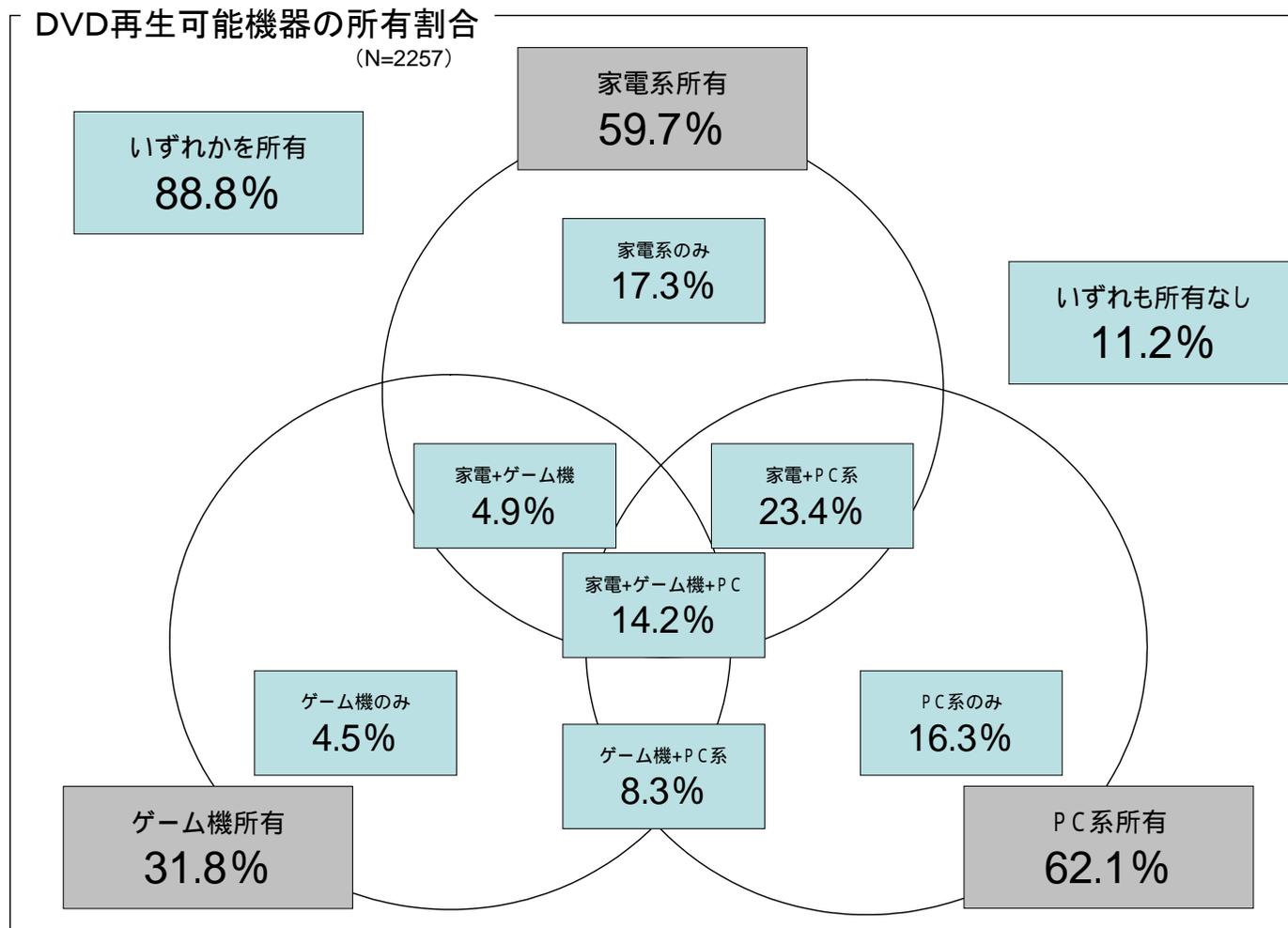
女性購入者の半数は、「好きな俳優やアーティストの作品なので」



# 21. DVDプレイヤー・再生可能機器の所有率

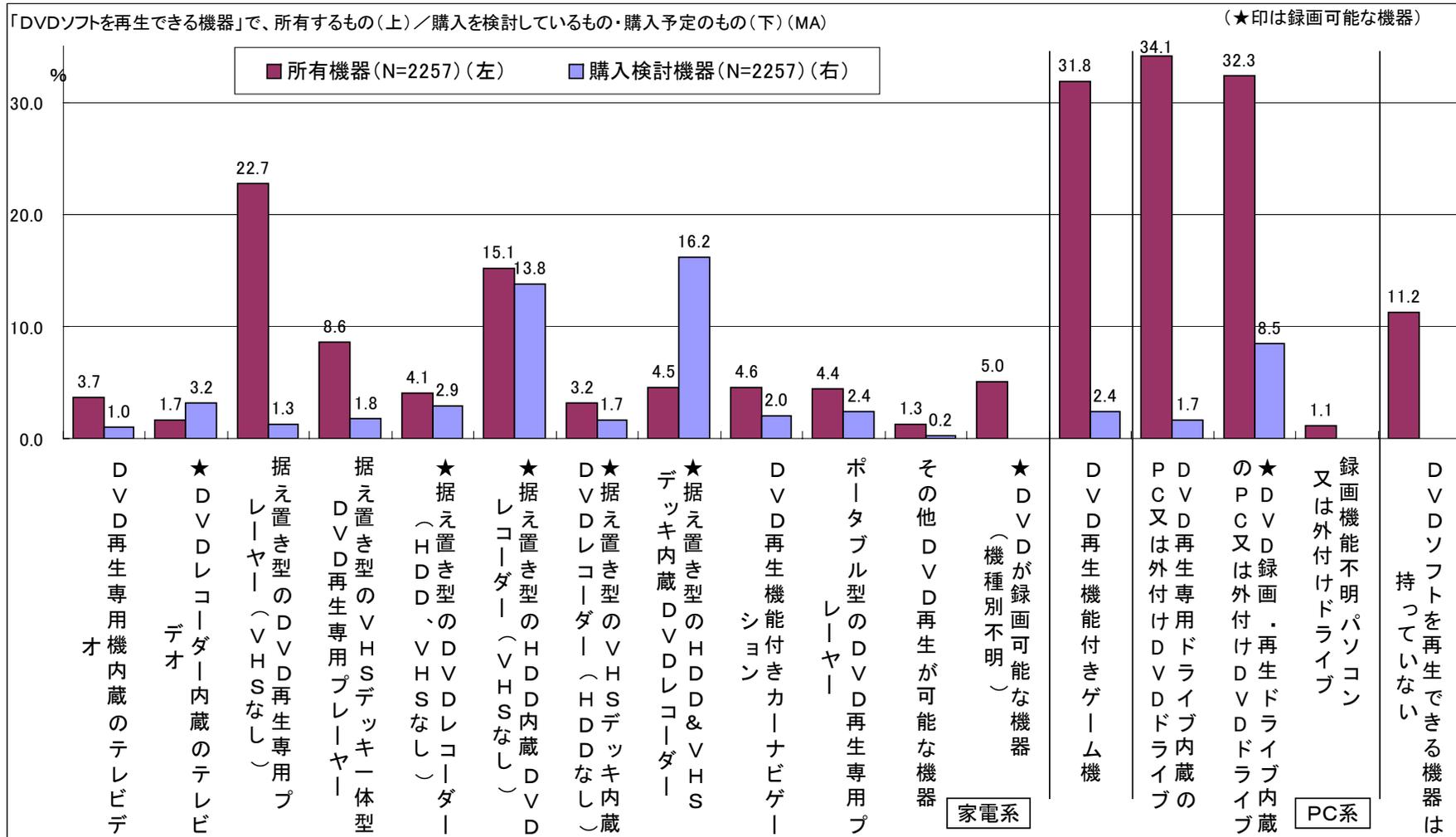
2005年9月現在で

DVDソフトを再生できる機器の所有率は…  88.8%

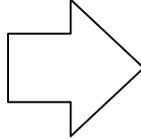


## 22. 個別DVD再生可能機器の所有と購入予定

家電系のDVD再生可能機器の中では・・・  
 所有では「据置き型DVD再生専用プレーヤー」が23%で最も多く、  
 検討・予定では「据置き型HDD&VHS内蔵DVDレコーダー」が16%で最も多い。

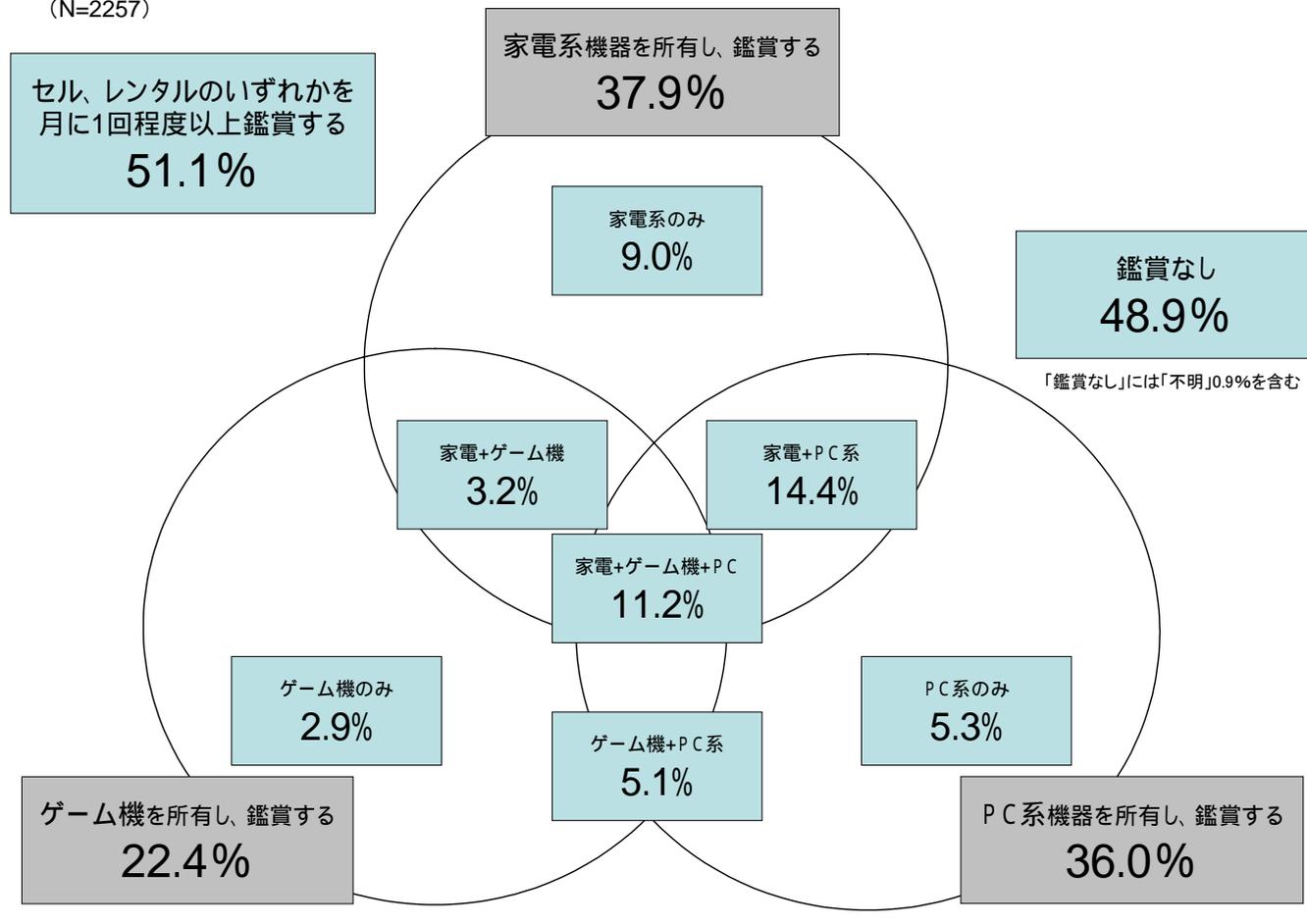


## 23. DVDプレイヤーの所有と鑑賞

DVDソフト月間鑑賞率(月に1回は鑑賞する人の割合)は  **51.1%**

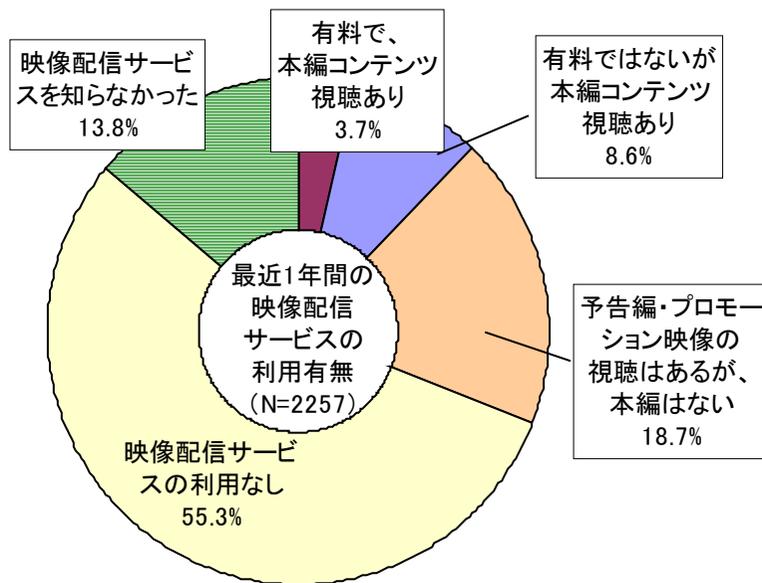
所有機器別パッケージDVDソフトの鑑賞人口割合

(N=2257)



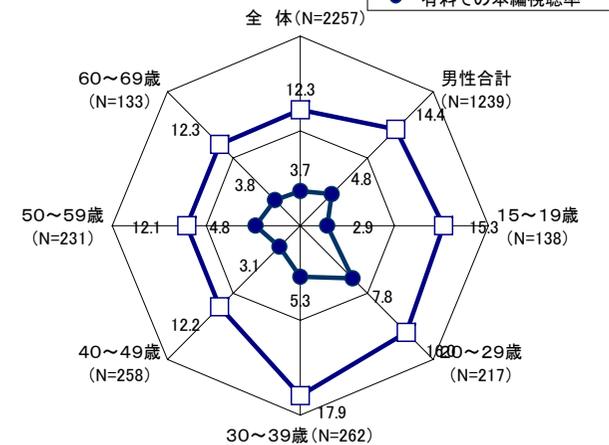
# 24. 映像配信サービス / 利用状況

予告編やプロモーション映像まで含めての映像配信の年間利用率は …… 31%  
 映画・TVドラマ・アニメ・音楽クリップなどの本編コンテンツの年間利用率は … 12%  
 本編コンテンツの有料<sup>(※)</sup>視聴による年間利用率は …… 4%

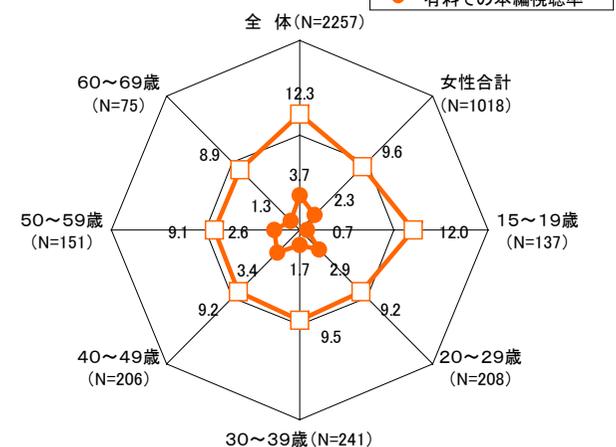


(※) 有料とは、その映像コンテンツを視聴するために料金がかかるものを指す。利用している光回線やプロバイダー会員向けに無料で提供される本編コンテンツや、広告付きの無料本編コンテンツは除く。

最近1年間の映像配信サービスの視聴(利用)率 (男性・年代別) (%)

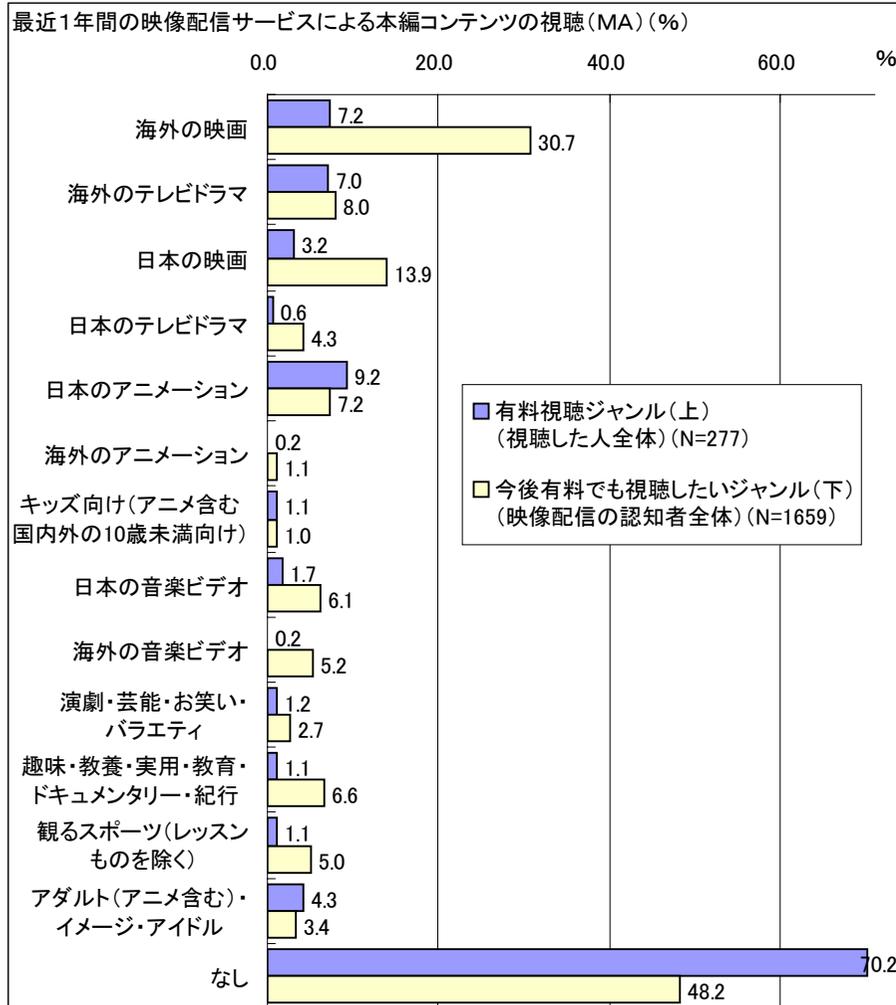


最近1年間の映像配信サービスの視聴(利用)率 (女性・年代別) (%)



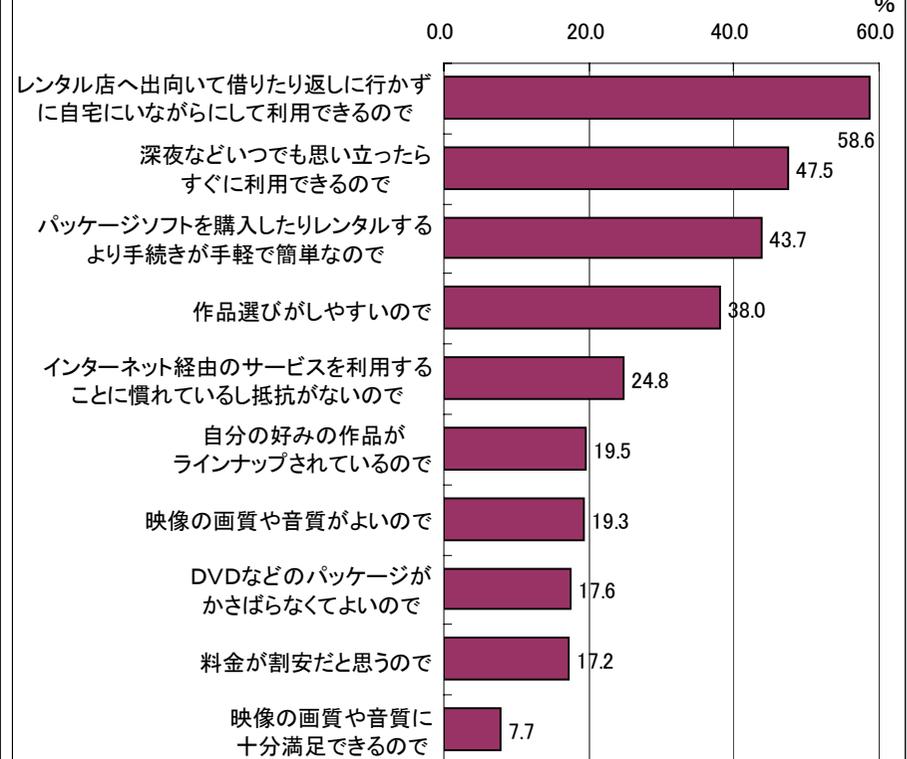
# 25. 映像配信 / ジャンル別傾向等

有料で映像配信サービスを利用したジャンルは、「日本のアニメーション」9%、「海外の映画」7%、「海外のテレビドラマ」7%。  
 今後、有料でも視聴したいジャンルは、「海外の映画」31%、「日本の映画」14%。



有料で視聴したい理由の上位は、「自宅にいな  
 がら」「いつでも」「手軽で簡単」。

今後、映像配信サービスで本編有料コンテンツを視聴したい理由(MA)  
 (有料でも視聴したい本編コンテンツのジャンルがある人) (N=859)



※この調査研究は、(社)私的録画補償金管理協会(SARVH)の  
著作権制度の普及を目的とする基金から助成を受けて実施したものです。

映像ソフト及びAV機器の消費実態に関する調査研究

—2005年DVDマーケット調査—

(一般公開用)

平成18年3月

社団法人 日本映像ソフト協会

〒104-0045

東京都中央区築地2-12-10 築地MFビル26号館3F

TEL:03-3542-4433 FAX:03-3542-2535

<http://www.jva-net.or.jp/>

e-mail:info2@jva-net.or.jp

・禁無断転載