

第 20 回ビデオレンタル店実態調査 (2006 年度)

調査概要

調査対象	(社)日本映像ソフト協会レンタルシステム加盟店のレンタルビデオ店
調査時期	2006年7月
調査方法	無作為抽出法による調査対象標本への郵送アンケート方法を採用
調査票送付数	5,118 票
有効回答標本数	684 票 (有効回収率 13.4%)
調査主体	(社)日本映像ソフト協会
集計分析	(株)文化科学研究所
集計機関	(株)ビデオリサーチ

調査結果の概要

全体傾向 DVD レンタルへの主軸転換が一層進んだビデオレンタル市場

DVD ビデオレンタルの上昇はこれまでの勢いを落とすことなく続き、今回の調査でも、平均貸出枚数(2005:8839 枚/月 2006:14634 枚/月、65.6%増)、平均仕入枚数(2005:248.6 枚/月 2006:384.5 枚/月、54.7%増)および金額(2005:160.1 万円/月 2006:207.1 万円/月、29.4%増)において、2002年のVHSビデオのピーク時を超える結果となった。また、それぞれのレンタル部分面積に関しても、平均DVDビデオコーナー面積が47.5坪となりVHSビデオコーナー面積(31.7坪)を今回調査ではじめて上回る結果となった。月平均売上金額についても、かつてのVHSビデオのピーク時には届いてはいないものの、VHSビデオレンタル(102.9万円/月、対前年53.4%減)に対し4倍近い金額(399.9万円/月、41.4%増)となり、レンタル全体の平均売上も前年を上回る結果となった。

在庫本枚数に関しては、DVDの増加とVHSの減少という傾向は変わりなく、VHSとDVDの在庫割合は、50.6対49.4とほぼ同量となった。特にDVDの在庫枚数の増加率はほぼ2倍(2005:7727枚 2006:14525枚)とかなりの急ピッチで在庫整備が行われたようである。

その一方で、これまでビデオレンタルにおける主軸商品であったVHSビデオの売上、貸出本数、仕入本数および金額は2002年をピークに下降の一途をたどり、今回の調査結果を見てもその減少はさらに進んでいる。この結果から、ビデオレンタルにおける主軸商品は、完全にDVDビデオに移行されていると捉えることができる。

面積規模別傾向 DVD の在庫整備が経営状況に大きく影響

以上のように全体傾向としては DVD ビデオレンタルへの主軸転換が顕著に表れているが、店舗規模別に見た場合は、やはり経営体力などの問題もあり、その傾向にはかなりの違いが見える。前年を上回ったレンタル総売上も、店舗のレンタル部分面積規模別に見た場合、上昇したのは 100 坪以上の大規模店のみであり、レンタル部分面積 100 坪未満の中小規模店舗では減少している。

・DVD への切り替えが進まぬ小規模店

レンタル部分面積 40 坪以下の小規模店では、VHS と DVD の在庫割合は 7 対 3 (VHS:7,522 本、DVD:3,373 枚) と圧倒的に VHS 中心の店構えだが、貸出本枚数では VHS が 1,249 本、DVD が 2,942 枚で割合は逆転し、3 対 7 となっていることから、ユーザーニーズに対応しきれていない様子が窺える。このため、売上金額でも VHS は 41.3 万円で前年比 44.1% と半減しているのに対し、DVD は 98.9 万円でわずかに 5% しか伸長しておらず、レンタル全体の売上金額は 132.6 万円で前年比 79.2% と苦しい状況となっている。

・DVD への切り替えが終盤を迎えた大規模店、切り替え進行中の中規模店の努力が目立つ。

レンタル部分面積が 40 坪から 100 坪の中規模店と 100 坪以上の大規模店においては、売上金額の VHS 対 DVD の比率は 2 対 8 となり、両規模の店舗とも同じ割合となった。在庫本枚数では中規模店が VHS51.2 に対し DVD48.8 とほぼ同等、大規模店では 47.2 対 52.8 と DVD が過半となった。大規模店では DVD のジャンルの偏りも減少し幅広いジャンルの品揃えとなり(後述)、売上金額に占める仕入金額の率(売上高原価率)も前年の 62.5% から 52.0% に減少していることなどから、在庫拡張も終盤にはいつてきたことが窺える。

一方、中規模店では仕入金額が 216.2 万円で前年比 131.5% と、他の規模に比べ一番伸長率が高く、売上高原価率も前年より上昇し 56.1% と高いことから、DVD の在庫拡張に注力している様子が窺える。ソフト全体の売上金額は 469.3 万円(前年比 90.1%) と VHS レンタルの売上減が影響したが、会員総数は他のクラスが伸び悩む中、8.2% 伸長したほか、坪効率も 7.2 万円と他のクラスを上回っており、経営努力が表れた結果となっている。

店舗規模、メディア、貸出期間によって柔軟な設定となっているレンタル料金

平均レンタル料金は、DVD の 1 泊 2 日料金において新作旧作とも若干低価格化、VHS の旧作も低価格化している一方で、1 週間料金の新作に関しては DVD、VHS とも上昇するなど、傾向を一概に表すことはできない。

しかし店舗規模間での価格差を見てみるとやや特徴を見て取ることができよう。大規模店ではほぼ全体的に平均よりも低価格であり、新作 VHS の 1 週間レンタル料金は 40 坪未満の小規模店が最も低価格となっている。新作 DVD の 1 週間レンタル料金では 40 ~ 100 坪未満の中規模店がもっとも低価格である。それぞれの店舗規模の特色を生かした顧客サービスの展開と捉えることもできるが、大規模店との競争において生き残りをかけた限界一杯の対抗策と見ることもでき、競争の厳しさが感じられる。

会員属性に合わせたジャンル構成

VHSとDVDの在庫ジャンルでそれぞれ「洋画」「アダルト」の比率が下がった。大型店舗のDVDの在庫では特にこの傾向が最も強く表れており、「洋画」「アダルト」にかわって「海外のTVドラマ」「邦画」「アニメ」「キッズ」の比率が高くなり、ジャンルの広がりが顕著である。これは大規模店の会員層において女性と低年齢層比率が高いことから、ファミリー層に合わせたジャンル構成と見ることができ、DVDの在庫整備をユーザーニーズに併せた展開といえよう。一方、小規模店では圧倒的に「アダルト」比率が高く、その会員層は男性と20代後半以降の比率が高くなっていることから、DVDの在庫拡張に充てられる余裕は小さいながらも、それぞれの会員属性に合わせた品揃えを目指している様子が窺える。

今後の経営方針

今後の経営方針では「事業拡大」層が全体の4割を占めるまで比率を高めた。一方「客層拡大・効率化」層はほぼ5割と高い比率ではあるが、前年調査までの減少傾向をさらに進める結果となった。

また、この2つの層を合わせた経営方針積極派層をレンタル総売上の規模別にみると月平均売上が400万円以上の店舗では昨年を上回り、400万円未満の店舗では下回る結果となり、店舗規模の大小による違いがはっきりと表れたようだ。

以上