

2023

映像ソフト市場規模および ユーザー動向調査報告書



2024年4月現在
一般社団法人日本映像ソフト協会

目次

1	2023年調査概要	
1.1	はじめに	1
1.2	調査概要	1
1.2.1	調査期間	1
1.2.2	本調査条件	1
1.2.3	回収サンプル数	1
1.2.4	各セグメント定義について	2
2	ユーザー動向調査	
2.1	映像ソフト市場規模	3
2.2	セグメント別利用率・単価の推移	4
2.3	レンタル・セル・有料動画配信利用者サマリー	6
2.3.1	各サービス利用者属性	6
2.4	有料動画配信利用者の動向	8
2.4.1	有料動画配信利用者デモグラフィック	8
2.4.2	新型コロナウイルスによる“特需”の終焉	9
2.5	定額見放題サービス（SVOD）の動向	10
2.5.1	定額見放題サービス利用状況	10
2.5.2	定額見放題契約のきっかけ	13
2.5.3	定額見放題利用金額	14
2.5.4	定額見放題ジャンル別視聴割合	15
2.5.5	定額見放題配信事業者別視聴ジャンル	17
2.6	有料動画購入（EST）・デジタルレンタル（TVOD）の動向	18
2.6.1	有料動画購入・デジタルレンタルの利用きっかけ	18
2.6.2	有料動画購入・デジタルレンタル利用金額・視聴数	19
2.7	有料チケットによるライブ配信	20
2.8	有料動画配信の現状とこれから	21
2.8.1	作品を選ぶ際の情報源	21
2.8.2	オリジナル作品の視聴	22
2.8.3	もし見たい作品の配信が終了したら	23
2.8.4	利用の減ったメディア	23
2.8.5	映像コンテンツの未来	24

3	トレンド調査	
3.1	トレンド調査概要	25
3.2	映画館と有料動画配信	25
3.2.1	映画館利用と動画配信の同時放映について	25
3.2.2	映画館で見たい理由	26
3.2.3	配信で新作映画を見るとしたら	27
3.3	SNS・無料動画投稿サービス上での動画視聴	28
3.3.1	SNS・無料動画投稿サービスでの動画視聴状況	28
3.3.2	プレミアムサービスの利用状況	29
3.4	エンターテインメントコンテンツの未来（トレンド調査）	30
3.4.1	エンターテインメントコンテンツの消費状況	30
3.4.2	未来の消費について	31

図表目次

図 1	映像ソフト市場規模推移	3
図 2	主要セグメント利用者の重なり	4
図 3	セグメント別利用率推移	5
図 4	セグメント別平均単価（年間）推移	5
図 5	各サービス利用者の性・年代・既婚比率	6
図 6	同居家族	6
図 7	各サービス利用者の居住地域	7
図 8	各サービス利用者の視聴環境	7
図 9	定額見放題、有料動画購入、デジタルレンタルの重なり	8
図 10	有料動画配信利用者 性年代構成	9
図 11	有料動画配信サービスの利用開始時期	9
図 12	Amazon プライムビデオの契約形態	10
図 13	定額見放題サービス利用率	10
図 14	主要配信事業者別性年代構成比	11
図 15	定額見放題利用開始のきっかけ	13
図 16	その他視聴ジャンル	15
図 17	有料動画購入・デジタルレンタルの利用きっかけ	18
図 18	有料チケットによるライブ配信 利用サービス	20
図 19	作品を選ぶ際の情報源	21
図 20	オリジナル作品の利用状況	22
図 21	オリジナル作品に対するイメージ	22

図 22	映像コンテンツの未来	24
図 23	トレンド調査回答者性年代属性	25
図 24	映画館で見たい理由	26
図 25	配信よりも映画館で見ようと思う作品	27
図 26	エンターテインメントコンテンツへの年間平均利用金額構成比	30
図 27	10年後の消費想定	31
表 1	併用サービスランキング	12
表 2	主要定額見放題利用者の併用先サービス	12
表 3	定額見放題主要サービスの利用金額	14
表 4	定額見放題主要視聴ジャンルと視聴率	15
表 5	ジャンル別視聴率および視聴本数	16
表 6	主要サービス利用者別の視聴ジャンル	17
表 7	有料動画購入・デジタルレンタルの利用状況	19
表 8	利用の減ったメディア上位	23
表 9	性年代別の映画館利用者率	25
表 10	SNS 視聴時間	28
表 11	無料動画投稿サービス視聴時間	29
表 12	年代別 エンターテインメントコンテンツへの平均利用金額	30
表 13	各コンテンツ別の平均利用金額	31
表 14	現在と 10 年後の消費量比較	33

1.1 はじめに

本調査は「ビデオソフト市場（DVDとBD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」とを合わせて、『映像ソフト市場』として定義した上で、その市場規模とユーザーの利用動向について、ユーザーに対するアンケートを基に調査したものである。

また、本資料作成にあたり、2つの調査を実施している。1つは「ユーザー動向調査」、1つは「世代別トレンド調査」である。本資料の中では前者を『メイン調査』、後者を『トレンド調査』と呼称する。

本レポートでは第2章でメイン調査の結果から重要事項を抜粋して記載し、第3章でトレンド調査の結果から重要事項を抜粋して記載する。また、必要に応じて部分的に第2章においてもトレンド調査の結果を引用した。そのため、本レポート内では特に断りのない場合は第2章ではメイン調査に基づいた結果を、第3章ではトレンド調査に基づいた結果を記載し、調査を跨ぐ場合には都度注を付すものとする。

1.2 調査概要

日本国内に居住する満16歳～69歳の男女を対象に、ウェブアンケートを実施した。アンケートの配信にあたり、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。(以下、割付)

ここでの性年代別とは、性別を2区分(男女)および、年齢を5年代毎に11区分(16-19歳、20-24歳…64-69歳)と設定し、これを各都道府県別に回収を行った。

1.2.1 調査期間

メイン調査、トレンド調査ともに2024年1月9日から2024年1月15日。

1.2.2 本調査条件

メイン調査：日本国内に居住する満16-69歳の男女(割付通り)。

※ただし、有料動画配信市場対象者に関しては追加で回収。

トレンド調査：日本国内に居住する満16-69歳の男女(割付通り)かつ、2023年の間に映像コンテンツの消費がある一般消費者。

1.2.3 回収サンプル数

メイン調査：1,925サンプル+有料動画配信市場に特化したブースト1,526サンプル

※ただし、メイン調査のサンプル内で、ブーストサンプルの条件を満たしたものは、有料動画配信利用者としてブーストサンプルにも割り付けられているものが一部存在する。

トレンド調査：2,264サンプル

※特に断りのない場合、本資料中のベースサンプルはそれぞれの調査全体を指すものとする。

1.2.4 各セグメント定義について

本調査における重要な各セグメントについては以下の通りの定義とした。

- ① セル購入者：2023年の間にDVDまたはBDのセルパッケージ作品を自身で購入した方。
※新品購入に限り、プレゼントや景品、懸賞での入手を除く。また、パッケージ作品の購入者のみ対象とし、デジタルでの購入は後述のESTに算入した。
- ② レンタル利用者：2023年の間にDVDまたはBDのセルパッケージ作品を自身でレンタルした方。
※パッケージ作品としてのレンタル者のみ対象とし、デジタルレンタルは後述のTVODに算入した。
- ③ 有料動画配信利用者：2023年の間にSVOD、TVOD、ESTなどの有料動画配信の何れかを利用した方。
※定額見放題（SVOD：Subscription Video On Demand）毎月定額で支払うと、そのサービスに含まれている映像作品が見放題になるサービス。（例：月 980 円で 1万作品が見放題／月 1,580 円でパック内全て視聴可／年 3,980 円でその他のサービスとあわせて映像作品 1万作品が見放題）
※デジタルレンタル（TVOD：Transaction Video On Demand）1作品ずつ決められたお金またはポイントを支払い、決められた期間のみ視聴できるサービス。NHK オンデマンド等のテレビ局の動画配信、ケーブルテレビの動画配信など。定額課金と組合せで提供されている場合もある。（例：1作品 420 円で 48 時間程度、期間中は何度でも視聴可）
※有料動画購入（EST：Electronic Sell Through）1作品ずつお金またはポイントで支払い、無期限で視聴できるサービス。iTunes、PlayStation Video、Google Play など。定額課金、都度課金と組合せで提供されている場合もある。（例：1作品 3,000 円程度でいつまでも視聴可）

2.1 映像ソフト市場規模

**映像ソフト市場の市場規模推計値は 8,123 億円。
2019 年以降継続して前年比増、前年比は 104.9% となった。**

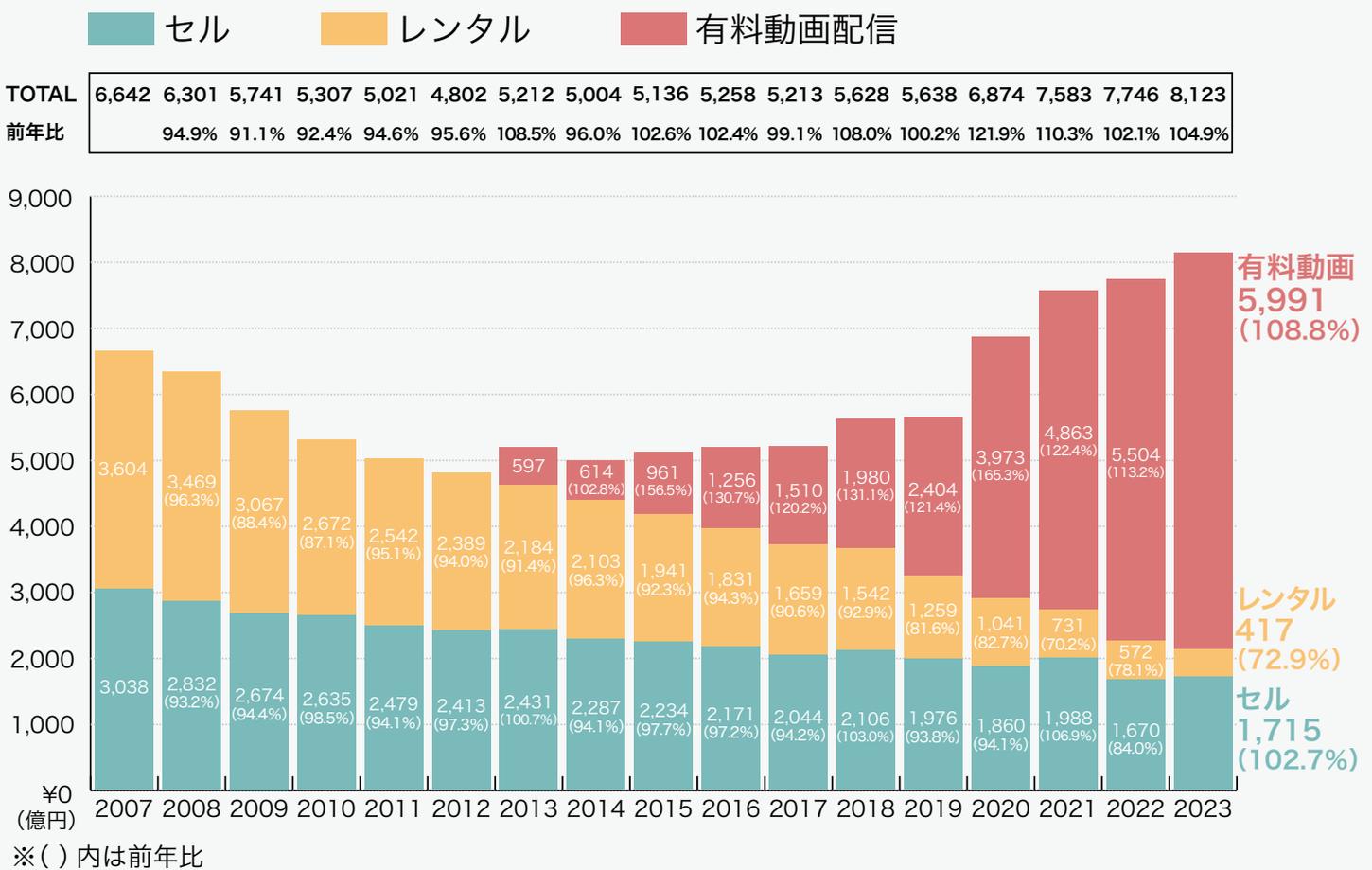
映像ソフト市場の市場規模推計値は **8,123 億円**。前年比は **104.9%** となった。

セル市場は **1,715 億円 (前年比 102.7%)** と 2021 年ぶりに増加となった。しかし、レンタル市場は **417 億円 (前年比 72.9%)** となり、セル・レンタル合算では **2,132 億円 (前年比 95.1%)** であり、減少トレンドが継続している。一方、有料動

画配信は定額見放題、デジタルレンタル、有料動画購入合算で **5,991 億円 (前年比 108.8%)** となり、市場成長ペースを鑑みると **2025 年には 6,000 億円に到達する見込み**となった。

映像ソフト市場規模トータルでは **8,123 億円 (前年比 104.9%)** となり、2019 年以降継続して前年比増を記録した。

図 1 映像ソフト市場規模推移



2.2 セグメント別利用率・単価の推移

「有料コンテンツ利用者」は全体の**43.1%**。
セル・レンタル市場は計測開始の**2007年以降の続落**となった。

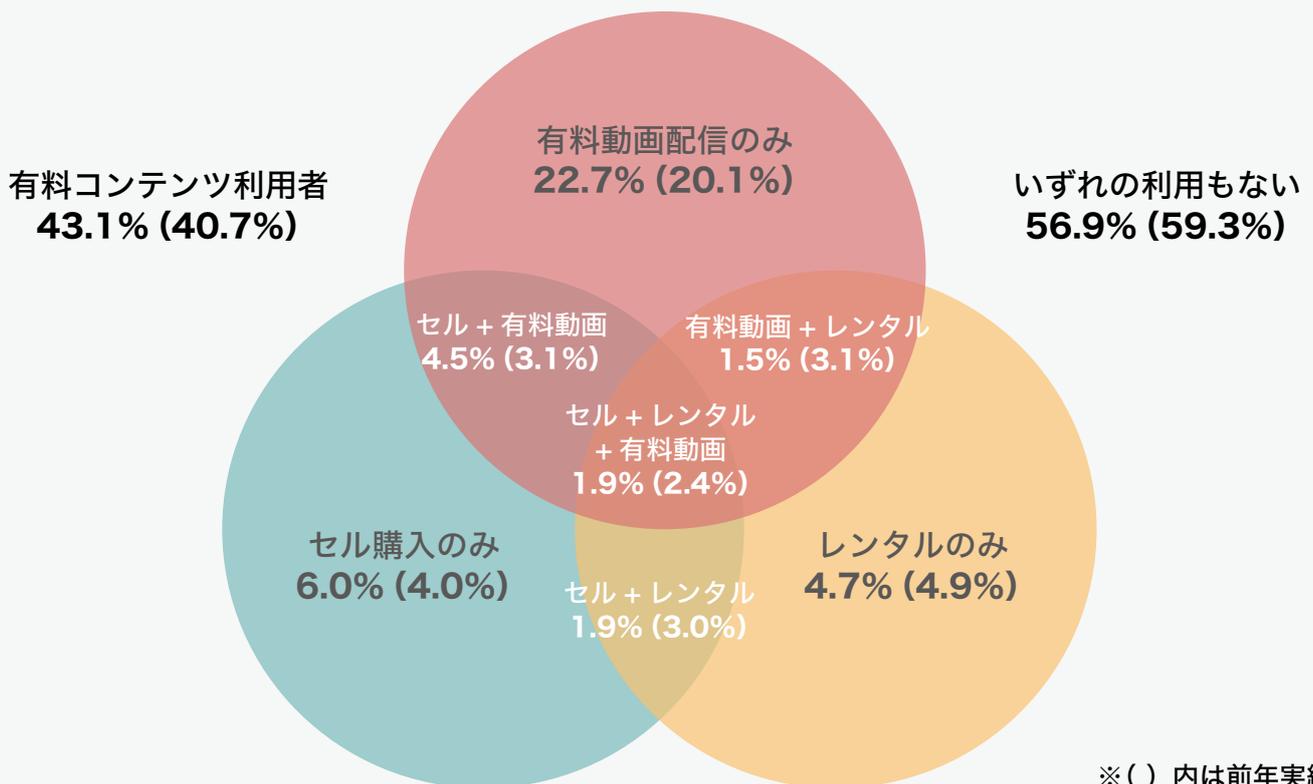
有料で映像ソフトを利用する「有料コンテンツ利用者」は**全体の43.1%**。有料動画配信市場が大きく躍進する一方で、セル・レンタル市場は計測開始の2007年以降の続落となった。

2023年1年間に、ビデオソフト購入、レンタル利用及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率」は、全体で**43.1%**とな

り、2022年から**2.4%**程度の増加となった。セグメント別にみると、2023年のビデオソフトの購入率は**10.1%**、レンタルの利用率は**10.0%**、有料動画配信サービスの利用率は**30.5%**となった。

ビデオソフト、レンタル利用率が昨年よりも**2~3%**程度低下し、有料動画配信サービスの利用率**2%**程度のプラスとなっている。

図2 主要セグメント利用者の重なり



セルおよびレンタルの利用率は3年連続で減少となったが、単価については増加傾向にある。ビデオソフトの購入単価は2022年の15,570円に比べ、**42pts増の22,136円**。レンタル単価は2022年の3,324円に比べ、**63pts増の5,433円**となった。ビデオソフトに関し、2023年は音楽(人気アイ

ドルグループ作品)、TVドラマ(人気アイドル主演作品)など高単価なソフトが軒並み好調であり単価を押し上げたとみられる。レンタルに関し、利用率が大きく低下していく中でライトユーザーがこのセグメントから離脱し、レンタルのヘビーユーザーが残った結果単価が大きく上昇したものとみられる。

図3 セグメント別利用率推移

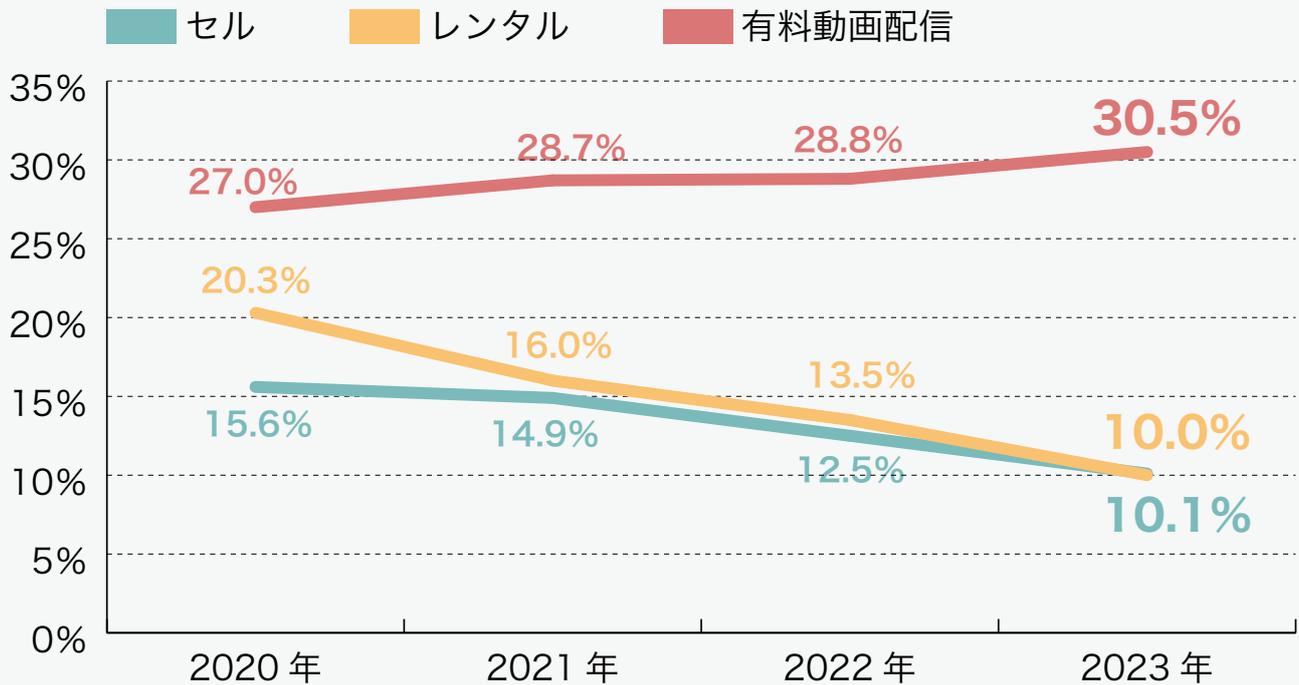
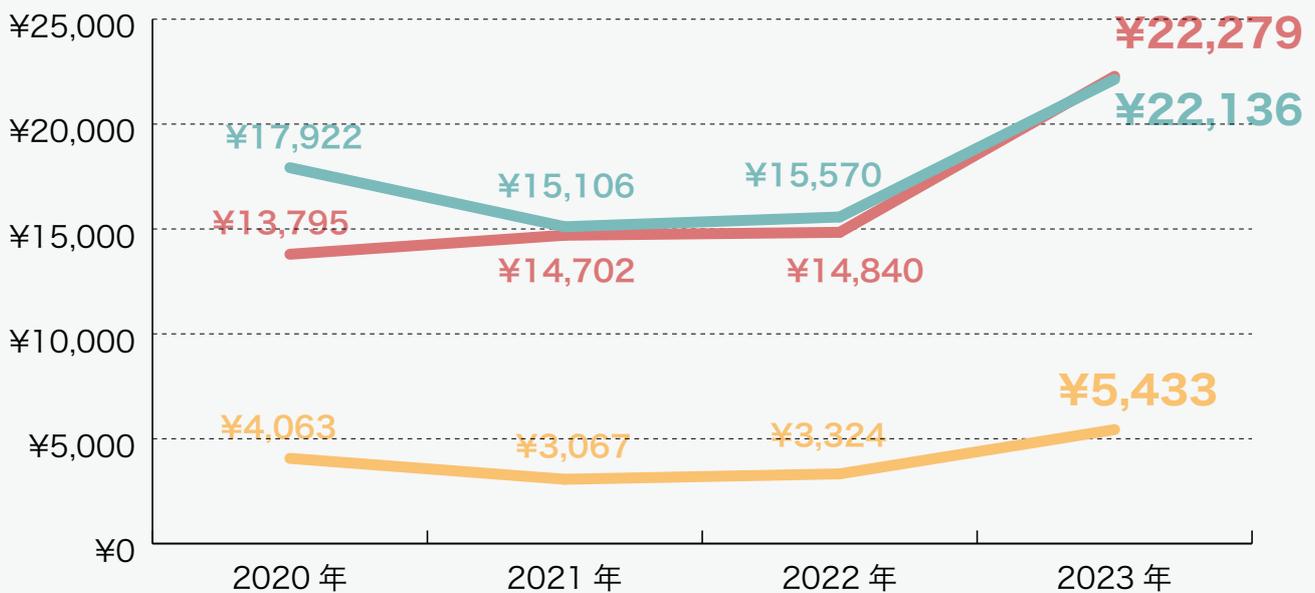


図4 セグメント別平均単価（年間）推移



2.3 レンタル・セル・有料動画配信利用者サマリー

2.3.1 各サービス利用者属性

図5 各サービス利用者の性・年代・既婚比率

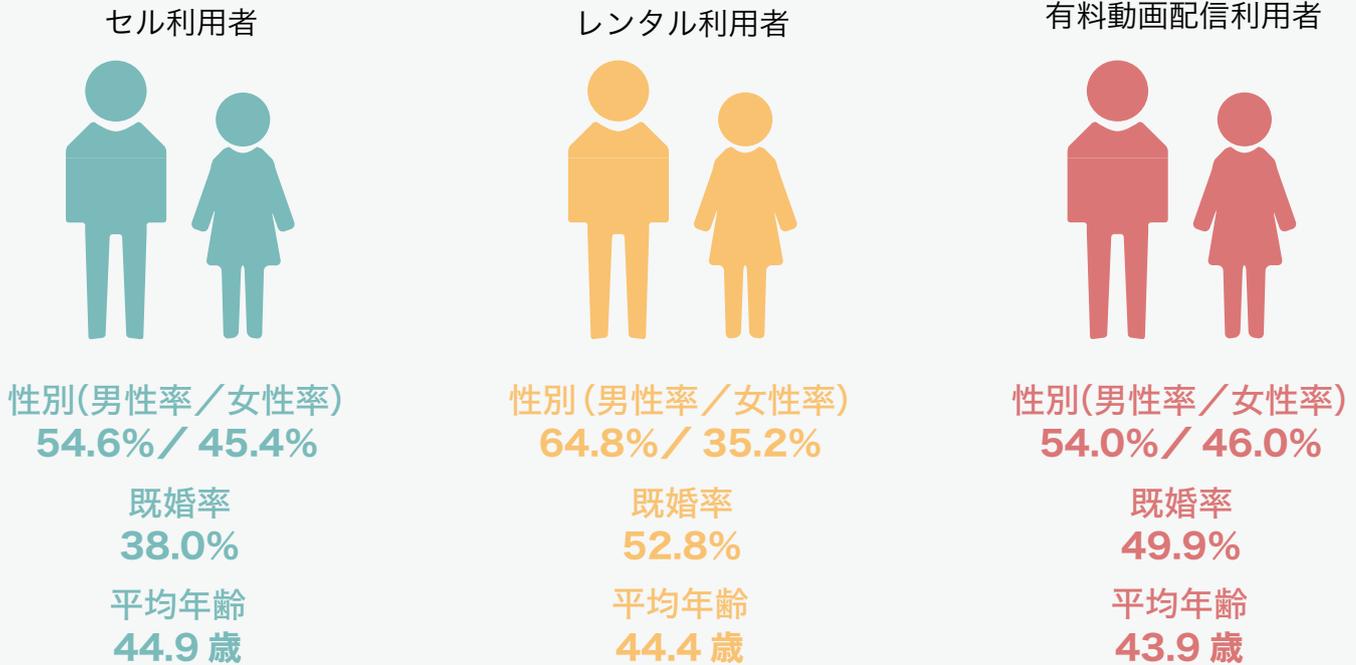


図6 同居家族

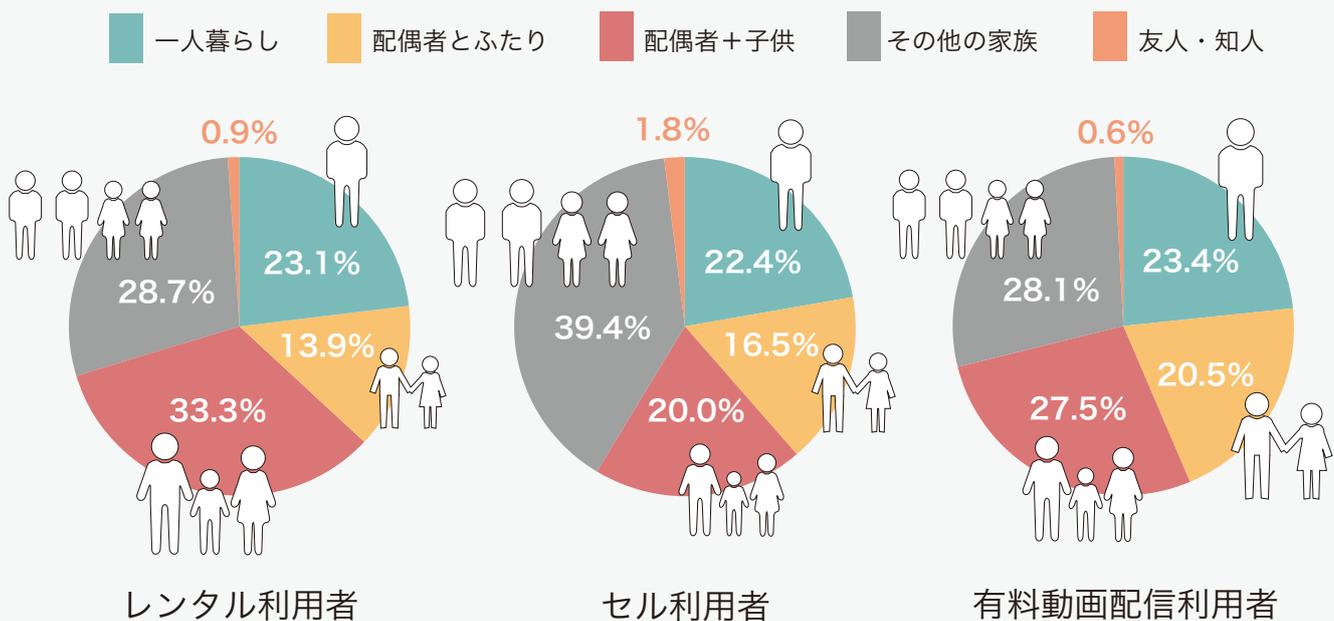


図7 各サービス利用者の居住地

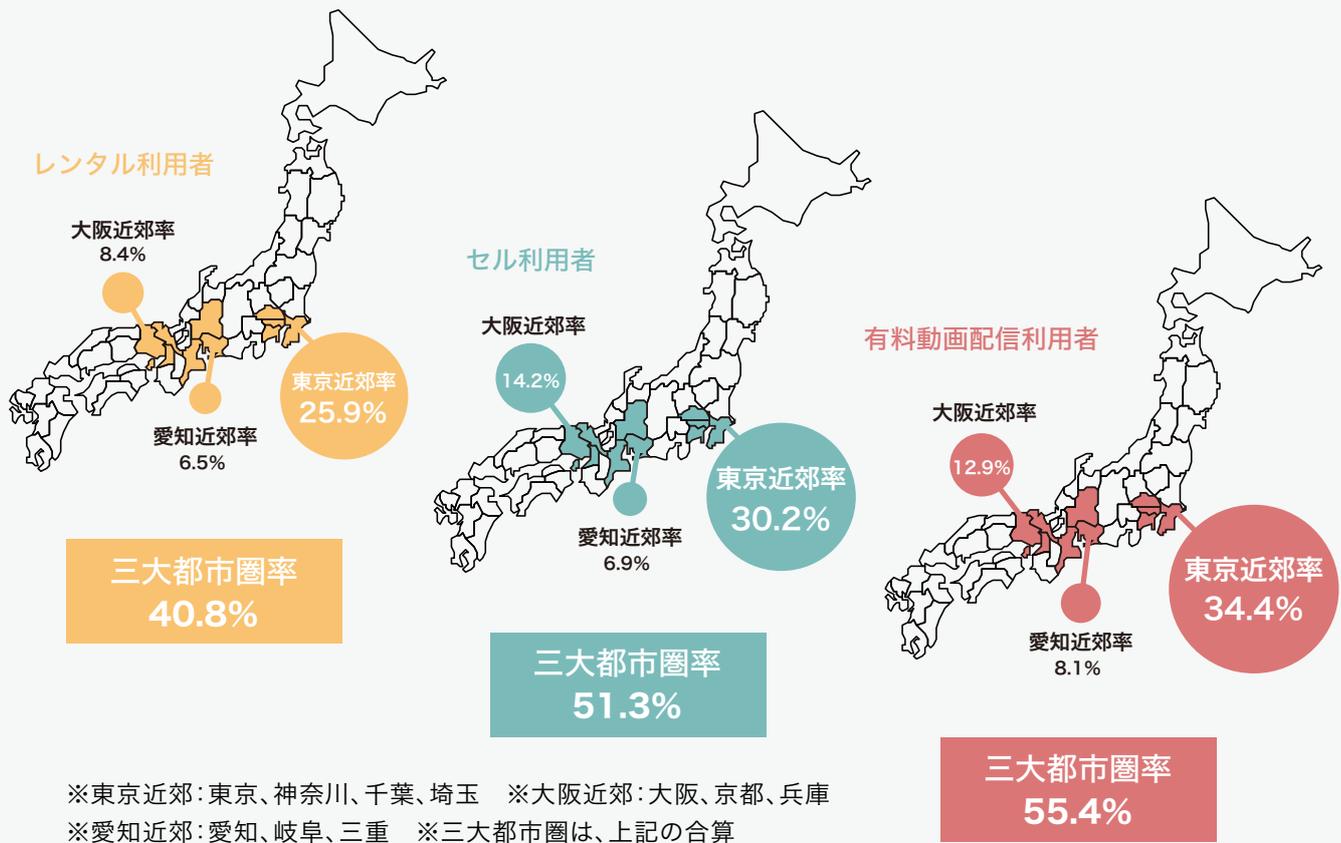
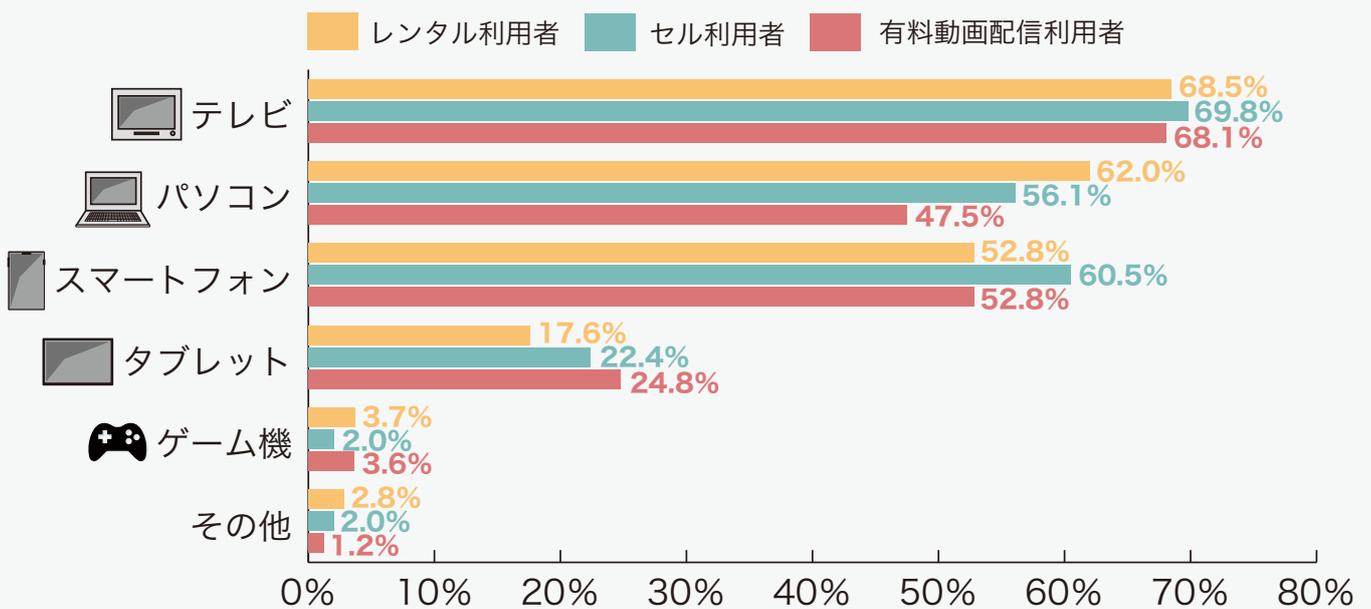


図8 各サービス利用者の視聴環境



※各サービス利用者が動画を視聴する際にどのようなデバイスを利用しているか、を示す内容であり、「実際にセルを何で見たか、有料動画配信を何で見たか」という質問ではありません。

ビデオソフト・レンタル・動画配信 映像ソフト市場規模および ユーザー動向調査2023

従来の調査に加え将来の消費動向や
トレンドを年代別に調査

メイン
調査

トレンド
調査

チャート集

■映像ソフト市場規模およびユーザー動向調査2023（計33ページ）

2024年5月9日発売 100,000円(税込)

「ユーザー動向調査」、「世代別トレンド調査」の2つの調査を実施。
前者を『メイン調査』、後者を『トレンド調査』として、
今のビデオソフト・レンタル・動画配信の市場規模推計やユーザーの実態を調査。

■チャート集（計132ページ）

ご購入いただくと、右図イメージのような
メイン調査&トレンド調査の各設問を
全体・性別・年代別の3軸で集計した
チャート集もご利用いただけます。



本報告書の内容・ご購入については
下記までお問い合わせください

一般社団法人 日本映像ソフト協会 業務部
kouhou_jva@jva-net.or.jp