

自主調査結果サマリー

定額動画配信サービスに関する調査

2017年 6月30日



ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川2-20-7 TOKOHビル6F

TEL 03-3553-3737 FAX 03-3553-3494

URL <http://www.just-research.co.jp/>

(一社)日本マーケティング・リサーチ協会正会員：会員番号20081



1. 調査目的 : AmazonプライムビデオやHuluなどに代表される定額動画配信サービスの利用者について利用開始後の生活の変化を把握する。

2. 調査方法 : WEB調査
※性・年代別均等割付にてスクリーニング調査を実施し、下記条件該当者を抽出

3. 調査エリア : 全国

4. 調査対象 : 現在、定額動画配信サービスに加入している
20歳～59歳の男女

5. サンプルサイズ : 計497 s
※性・年代別の有効回収数は下記の通り

	20代	30代	40代	50代	合計
男性	83 s	84 s	70 s	72 s	309 s
女性	63 s	57 s	38 s	30 s	188 s
合計	146 s	141 s	108 s	102 s	497 s

■ 本調査の回答者（497 s）が
利用している定額動画配信サービス

Amazonプライム・ビデオ	326 s	65.6%
Hulu	95 s	19.1%
dTV (dビデオ)	55 s	11.1%
Netflix	43 s	8.7%
U-NEXT	42 s	8.5%
dアニメストア	23 s	4.6%
楽天SHOWTIME	16 s	3.2%
ビデオパス	16 s	3.2%
プレミアムGYAO!	13 s	2.6%
バンダイチャンネル	12 s	2.4%
TSUTAYA TV	11 s	2.2%
DAZN(ダゾーン)	11 s	2.2%
アニメ放題	7 s	1.4%
その他の動画定額制サービス	10 s	2.0%

6. 調査実施期間 : スクリーニング調査 - 2017年 6月 2日 (金) ~ 6月 5日 (月)
本調査 - 2017年 6月 9日 (金) ~ 6月 10日 (土)

1. 定額動画配信サービスでの動画視聴時間

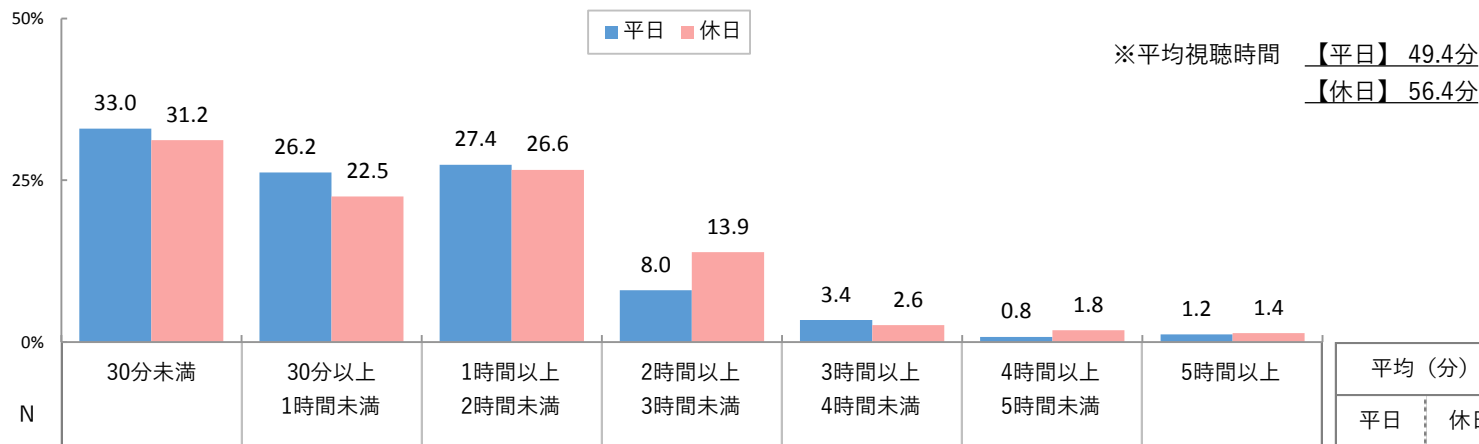
定額動画配信サービスでの動画視聴時間（平均）は、平休日ともに1時間弱と大きな差は見られない

- ◆ 平休日ともに、「30分未満」が3割と最も多く、「30分以上1時間未満」「1時間未満2時間未満」とあわせ“2時間未満”までで8割以上を占める
- ◆ 性別で見ると、平日では<女性>が、休日では<男性>の視聴時間が若干長くなっている

1日あたりの動画視聴時間

Q. あなたは、現在一日に何分ほど映像作品を観ていますか。おおよそで結構ですのでカテゴリーごとに1日あたりの視聴時間をお答えください。（数量F A）

全体（N=497）



性別	年代別	性別計	N	視聴時間														平均（分）	
				30分未満		30分以上1時間未満		1時間以上2時間未満		2時間以上3時間未満		3時間以上4時間未満		4時間以上5時間未満		5時間以上		平日	休日
				平日	休日	平日	休日	平日	休日	平日	休日	平日	休日	平日	休日	平日	休日		
		男性計	309	35.3	29.8	25.9	22.0	26.5	28.8	8.1	13.6	2.9	2.9	0.6	1.9	0.6	1.0	45.9	57.2
	20代	83	34.9	33.7	27.7	18.1	27.7	37.3	7.2	7.2	1.2	2.4	-	-	1.2	1.2	44.7	50.0	
	30代	84	35.7	26.2	22.6	29.8	27.4	23.8	8.3	10.7	4.8	4.8	-	3.6	1.2	1.2	49.0	62.2	
	40代	70	37.1	35.7	21.4	17.1	30.0	27.1	7.1	14.3	1.4	1.4	2.9	2.9	-	1.4	45.3	55.7	
	50代	72	33.3	23.6	31.9	22.2	20.8	26.4	9.7	23.6	4.2	2.8	-	1.4	-	-	44.0	61.3	
	女性計	188	29.3	33.5	26.6	23.4	28.7	22.9	8.0	14.4	4.3	2.1	1.1	1.6	2.1	2.1	55.3	55.0	
	20代	63	25.4	28.6	36.5	28.6	23.8	23.8	6.3	12.7	7.9	1.6	-	3.2	-	1.6	52.0	57.7	
	30代	57	28.1	40.4	21.1	14.0	36.8	29.8	5.3	8.8	3.5	3.5	3.5	1.8	1.8	1.8	57.9	51.6	
	40代	38	42.1	39.5	28.9	31.6	18.4	10.5	5.3	18.4	2.6	-	-	-	2.6	-	42.8	39.2	
	50代	30	23.3	23.3	13.3	20.0	36.7	23.3	20.0	23.3	-	3.3	-	-	6.7	6.7	73.3	75.7	

xx.x は全体比+10pt以上 xx.x は+5pt以上

(%)

2. 視聴動画ジャンルの変化

定額動画配信サービス加入後は、「海外ドラマ」の視聴が増加

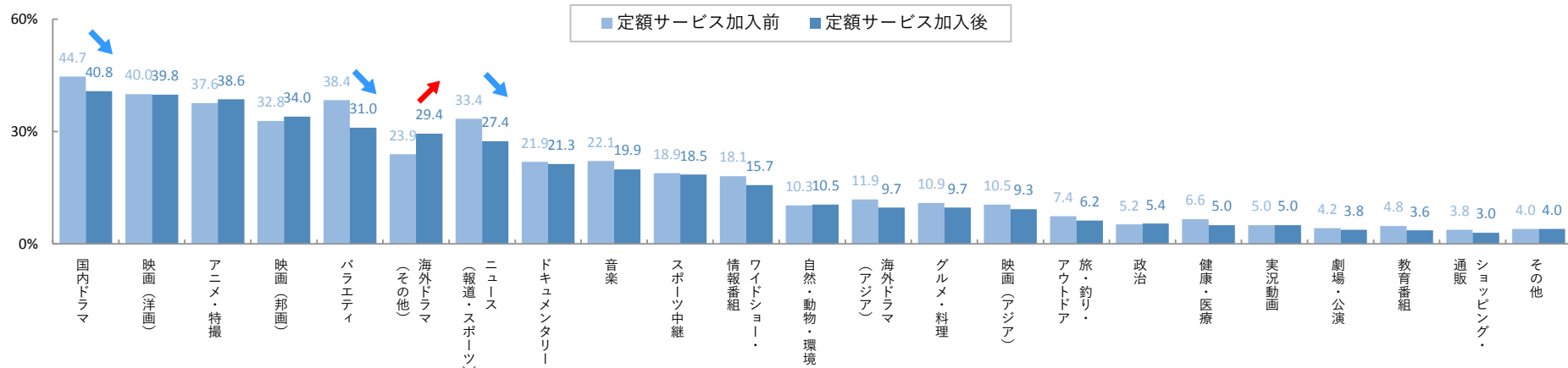
- ◆ 逆に減少したのは、「国内ドラマ」「バラエティ」「ニュース」
- ◆ ヘビー視聴層では、「海外ドラマ」の他、「映画(邦画)」「アニメ・特撮」も増加

※海外ドラマ・・・アジア以外の海外ドラマ

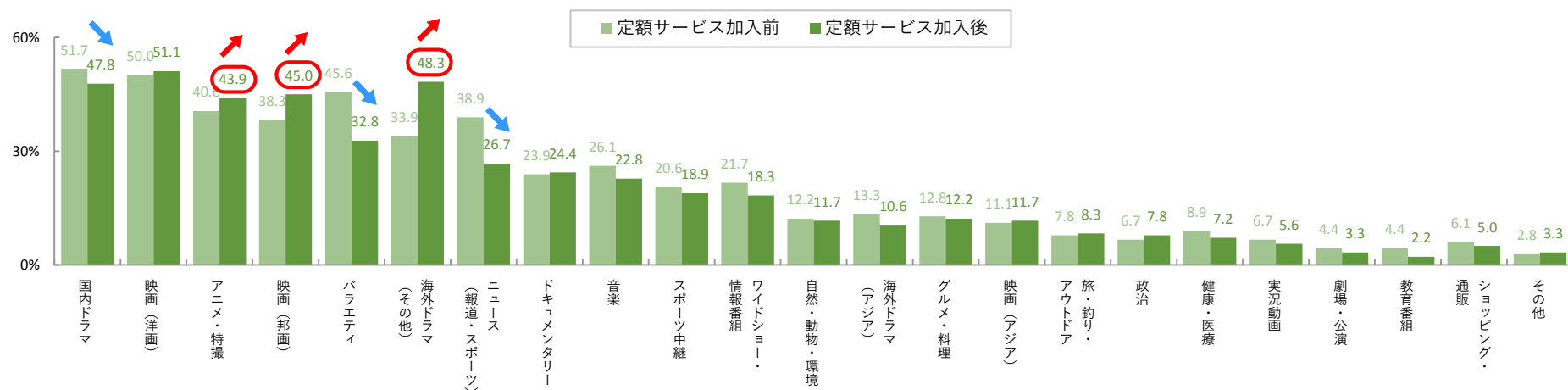
視聴ジャンル変化

Q. あなたが、定額動画配信サービスに加入する前によく観ていたテレビ番組や動画のジャンルを全てお答えください。また、サービス加入後の現在、よく観ている動画のジャンルをお答えください。(マトリクスMA)

全体 (N=497)



ヘビー視聴層 (N=180) ※ヘビー視聴層：1週間(平日5日、休日2日)換算で定額動画420分以上(7時間以上)視聴者



3. サービス加入後の生活変化

定額動画配信サービス加入により、動画視聴時間の増加だけでなく、「古い作品も観るようになった」「つまらなそうな動画は最後まで見ずに途中で止めるようになった」などの変化も

◆また、「家で過ごす時間が増えた」「動画を観るために睡眠時間が減った」「空いた時間はとりあえず動画を観るようになった」など時間の使い方にも変化があった様子

加入後変化

Q. あなたは定額動画サービスを利用し始めてから、生活に変化はありましたか。以下の項目をそれぞれで近いものをお答えください。（マトリクスSA）

※「あてはまる」のスコア

