

<ジーコム独自調査レポート No.133>

有料動画配信サービスの利用実態

福岡県居住者の「動画配信サービスの利用」に関する調査

2020年2月

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

2020年1月10日（金）～1月17日（金）

4. 調査規模

545サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	243	44.6
女性	302	55.4
全体	545	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	44	8.1
30代	115	21.1
40代	101	18.5
50代	96	17.6
60代	128	23.5
70代以上	61	11.2
全体	545	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市内	299	54.9
市外都市圏	117	21.5
その他福岡県	129	23.7
全体	545	100.0

■未既婚	件数	構成比(%)
未婚	135	24.8
既婚・子どもなし	60	11.0
既婚・子どもが小学生以下	122	22.4
既婚・子どもが中学生以上で扶養	63	11.6
既婚・子育て終了	165	30.3
全体	545	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	164	30.1
公務員	13	2.4
団体職員・病院勤務	15	2.8
経営者・会社役員	9	1.7
派遣社員・契約社員	37	6.8
商工自営	26	4.8
農林漁業	1	0.2
自由業	9	1.7
学生	6	1.1
パート・アルバイト	79	14.5
専業主婦(主夫)	120	22.0
無職	63	11.6
その他	3	0.6
全体	545	100.0

【報告書の見方】

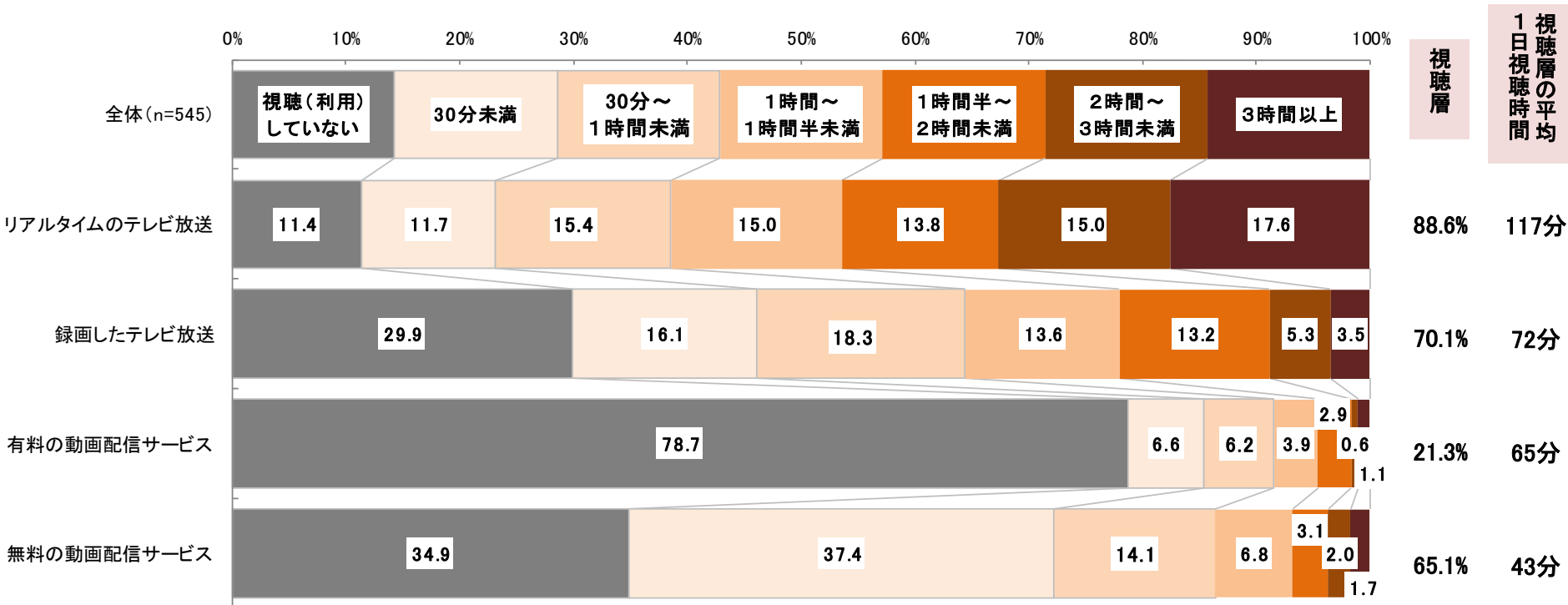
- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

1. 動画の視聴状況

若年層はテレビ放送の視聴時間が短く、有料の動画配信サービスの視聴層は3割弱に至る。

視聴層は「リアルタイムのテレビ放送」の割合が88.6%で最も高く、次いで「録画したテレビ放送」70.1%、「無料の動画配信サービス」65.1%、「有料の動画配信サービス」21.3%の順である。視聴層の平均1日視聴時間は、「リアルタイムのテレビ放送」が117分で最も長く、次いで「録画したテレビ放送」72分、「有料の動画配信サービス」65分、「無料の動画配信サービス」43分の順である。

◆動画の視聴状況【単一回答】



* 視聴層＝全体－「視聴(利用)していない」

* 視聴層の平均1日視聴時間: 「5時間以上」=330、「4時間～5時間未満」=270、「3時間～4時間未満」=210、「2時間～3時間未満」=150、「1時間半～2時間未満」=105、「1時間～1時間半未満」=75、「30分～1時間未満」=45、「30分未満」=15、「視聴(利用)していない」は除外として加重平均を算出

【リアルタイムのテレビ放送】

- ・性別では、女性は男性に比べて視聴層の平均1日視聴時間が長い。
- ・年代別では、60代以上は視聴層の平均1日視聴時間が他の年代に比べて長い。

【録画したテレビ放送】

- ・性別では、女性は男性に比べて視聴層の平均1日視聴時間が長い。
- ・年代別では、60代以上は視聴層の平均1日視聴時間が他の年代に比べて長い。

◆動画の視聴状況【単一回答】

		調査数	視聴していない(利用しない)	30分未満	1時間未満	1時間半未満	2時間未満	2時間半未満	3時間以上	【%】	【%】	【分】
リアルタイムの テレビ放送	全体	545	11.4	11.7	15.4	15.0	13.8	15.0	17.6	88.6	117	
	性別	男性	243	11.9	12.3	17.7	15.6	14.0	14.8	13.6	88.1	105
		女性	302	10.9	11.3	13.6	14.6	13.6	15.2	20.9	89.1	125
	年代別	30代以下	159	11.9	20.1	17.6	15.7	11.3	11.3	11.9	88.1	96
		40・50代	197	11.7	9.6	17.8	15.7	17.8	14.7	12.7	88.3	106
		60代以上	189	10.6	6.9	11.1	13.8	11.6	18.5	27.5	89.4	144
録画した テレビ放送	全体	545	29.9	16.1	18.3	13.6	13.2	5.3	3.5	70.1	72	
	性別	男性	243	34.2	17.7	20.6	10.7	10.7	3.7	2.5	65.8	65
		女性	302	26.5	14.9	16.6	15.9	15.2	6.6	4.3	73.5	78
	年代別	30代以下	159	24.5	18.9	20.1	17.0	14.5	3.8	1.3	75.5	64
		40・50代	197	27.9	20.3	17.8	13.2	10.7	6.1	4.1	72.1	71
		60代以上	189	36.5	9.5	17.5	11.1	14.8	5.8	4.8	63.5	83

* 視聴層＝全体－「視聴(利用)していない」

* 視聴層の平均1日視聴時間:「5時間以上」=330、「4時間～5時間未満」=270、「3時間～4時間未満」=210、「2時間～3時間未満」=150、「1時間半～2時間未満」=105、「1時間～1時間半未満」=75、「30分～1時間未満」=45、「30分未満」=15、「視聴(利用)していない」は除外として加重平均を算出

【有料の動画配信サービス】

- ・性別では、大きな差は見られない。
- ・年代別では、30代以下は視聴層の平均1日視聴時間が他の年代に比べて長い。

【無料の動画配信サービス】

- ・性別では、大きな差は見られない。
- ・年代別では、50代以下は視聴層の割合が60代以上に比べて高い。

◆動画の視聴状況【単一回答】

		調査数	視聴していない(利用しない)	30分未満	1時間未満	1時間半未満	2時間未満	2時間半未満	3時間未満	3時間以上	【%】 視聴層	【分】 1日視聴層の時間平均
有料の動画配信サービス	全体	545	78.7	6.6	6.2	3.9	2.9	0.6	1.1	21.3	65	
	性別											
	男性	243	77.4	7.4	7.8	4.5	0.8	0.4	1.6	22.6	64	
	女性	302	79.8	6.0	5.0	3.3	4.6	0.7	0.7	20.2	67	
	年代別											
	30代以下	159	71.1	5.0	9.4	7.5	3.8	1.3	1.9	28.9	76	
	40・50代	197	78.7	9.6	5.1	3.0	2.5	0.5	0.5	21.3	51	
	60代以上	189	85.2	4.8	4.8	1.6	2.6	0.0	1.1	14.8	70	
無料の動画配信サービス	全体	545	34.9	37.4	14.1	6.8	3.1	2.0	1.7	65.1	43	
	性別											
	男性	243	32.9	34.2	17.3	8.2	3.3	2.1	2.1	67.1	47	
	女性	302	36.4	40.1	11.6	5.6	3.0	2.0	1.3	63.6	40	
	年代別											
	30代以下	159	28.9	37.7	11.9	10.7	5.0	3.1	2.5	71.1	52	
	40・50代	197	29.9	40.6	19.8	4.1	3.0	2.0	0.5	70.1	36	
	60代以上	189	45.0	33.9	10.1	6.3	1.6	1.1	2.1	55.0	42	

* 視聴層＝全体－「視聴(利用)していない」

* 視聴層の平均1日視聴時間:「5時間以上」=330、「4時間～5時間未満」=270、「3時間～4時間未満」=210、「2時間～3時間未満」=150、「1時間半～2時間未満」=105、「1時間～1時間半未満」=75、「30分～1時間未満」=45、「30分未満」=15、「視聴(利用)していない」は除外として加重平均を算出

2. 普段の視聴番組ジャンル

*いずれかの動画視聴層限定

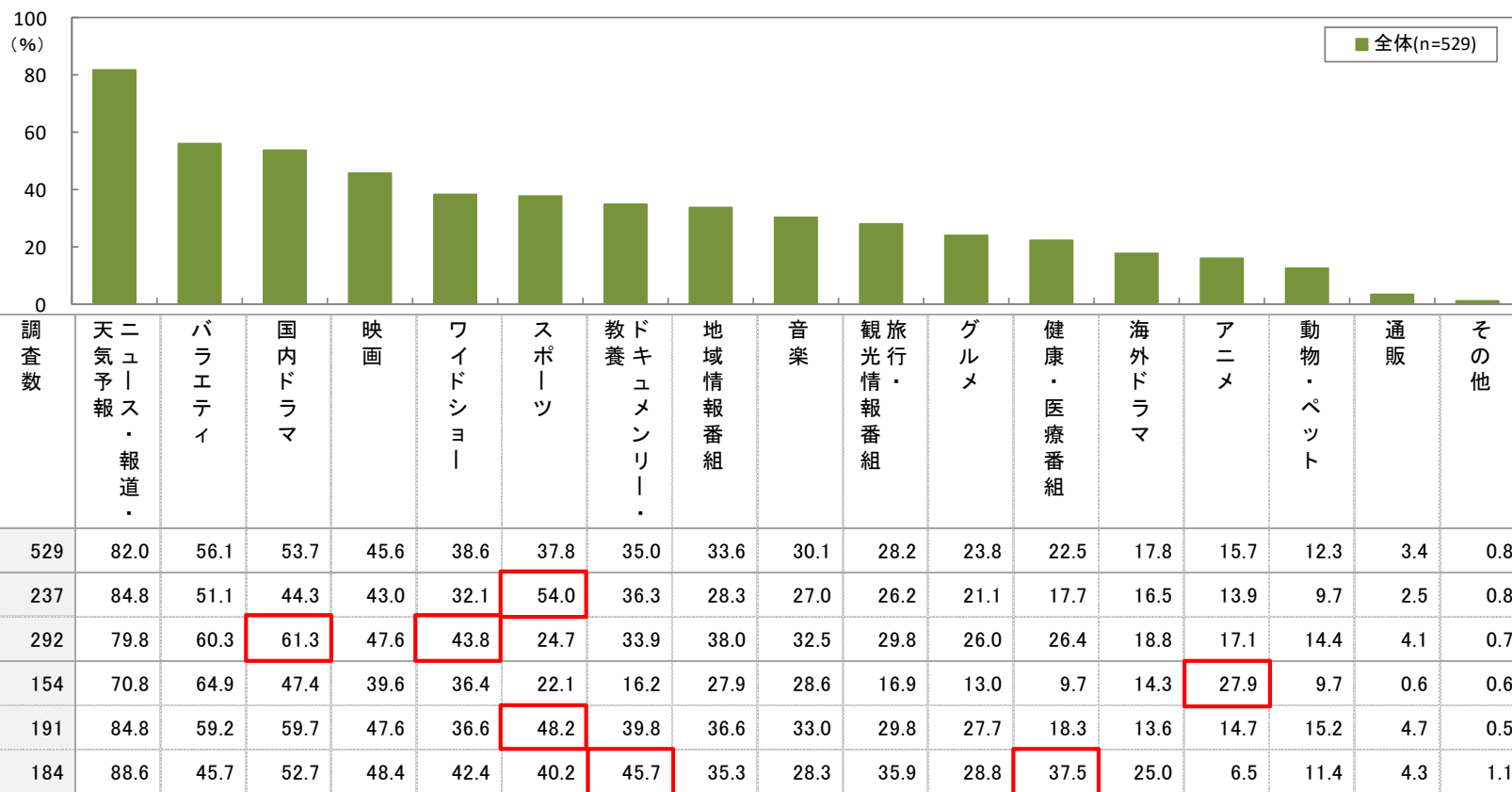
30代以下は、「アニメ」「バラエティ」のみ全体値を上回る。

普段の視聴番組ジャンルは、「ニュース・報道・天気予報」の割合が82.0%で最も高く、次いで「バラエティ」56.1%、「国内ドラマ」53.7%の順である。

・性別では、男性は「スポーツ」、女性は「国内ドラマ」「ワイドショー」の割合が高い。

・年代別では、30代以下は「アニメ」、40・50代は「スポーツ」、60代以上は「ドキュメンタリー・教養」「健康・医療番組」の割合が他の年代に比べて高い。

◆ 普段の視聴番組ジャンル【複数回答】



3. 利用している有料の動画配信サービスの種類

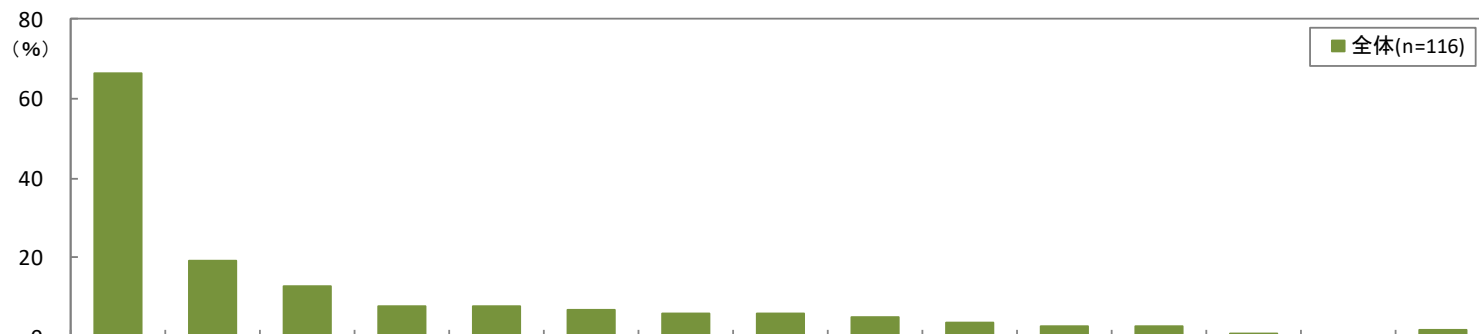
* 有料の動画配信サービス視聴層限定

「Amazonプライムビデオ」の割合が6割を超え、突出して高い。

利用している有料の動画配信サービスの種類は、「Amazonプライムビデオ」の割合が66.4%で突出して高く、次いで「Netflix」19.0%、「Hulu」12.9%の順である。

- ・性別では、男性は「Amazonプライムビデオ」、女性は「Netflix」の割合が高い。
- ・年代別では、50代以下は「Amazonプライムビデオ」、60代以上は「WOWOWメンバーズオンデマンド」の割合が他の年代に比べて高い。

◆利用している有料の動画配信サービスの種類【複数回答】



調査数	Amazon Prime Video	Netflix	Hulu	DAZN	WOWOWメンバーズオンデマンド	スカパー！オンデマンド	dTV	J:COMオンデマンド	U-NEXT	FODプレミアム	Paravi	auビデオパス	dアニメストア	TBS UTAYA TV	その他		
全体	116	66.4	19.0	12.9	7.8	7.8	6.9	6.0	6.0	5.2	3.4	2.6	2.6	0.9	0.0	1.7	
性別	男性	55	72.7	12.7	14.5	9.1	9.1	7.3	3.6	9.1	3.6	0.0	3.6	1.8	1.8	0.0	1.8
	女性	61	60.7	24.6	11.5	6.6	6.6	6.6	8.2	3.3	6.6	6.6	1.6	3.3	0.0	0.0	1.6
年代別	30代以下	46	71.7	23.9	19.6	10.9	4.3	4.3	4.3	0.0	6.5	6.5	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	40・50代	42	73.8	11.9	4.8	9.5	2.4	14.3	9.5	9.5	2.4	0.0	2.4	4.8	2.4	0.0	0.0
	60代以上	28	46.4	21.4	14.3	0.0	21.4	0.0	3.6	10.7	7.1	3.6	0.0	3.6	0.0	0.0	7.1

4. 有料の動画配信サービスを利用している理由

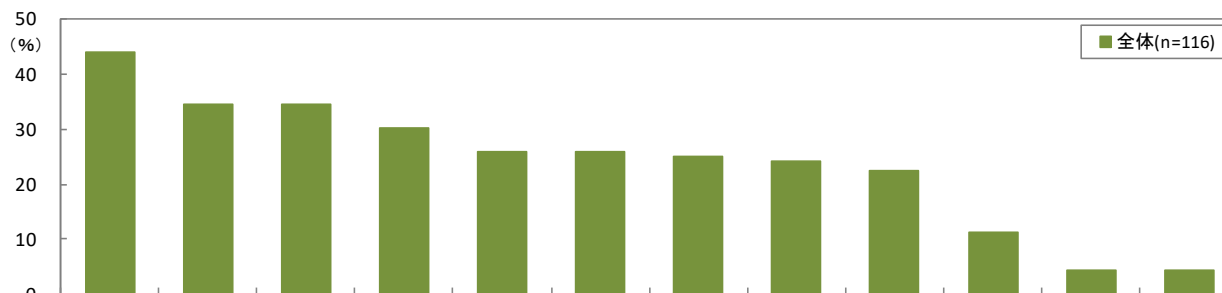
* 有料の動画配信サービス視聴層限定

時間や場所に制限されず、自由に視聴できることが第1位の理由。

有料の動画配信サービスを利用している理由は、「時間や場所に関係なく視聴できるから」の割合が44.0%で最も高く、次いで「視聴できる動画の種類が豊富だから」と「他で利用しているサービスの関係で、低価格（無料）で視聴できるから」の割合が同率で34.5%の順である。

- ・性別では、男性は「テレビ放送では見たい番組がないから」の割合が女性に比べて高い。
- ・年代別では、40・50代は「他で利用しているサービスの関係で、低価格（無料）で視聴できるから」、60代以上は「テレビ放送では見たい番組がないから」「購入・レンタルするよりも料金が安いから」の割合が他の年代に比べて高い。

◆有料の動画配信サービスを利用している理由【複数回答】



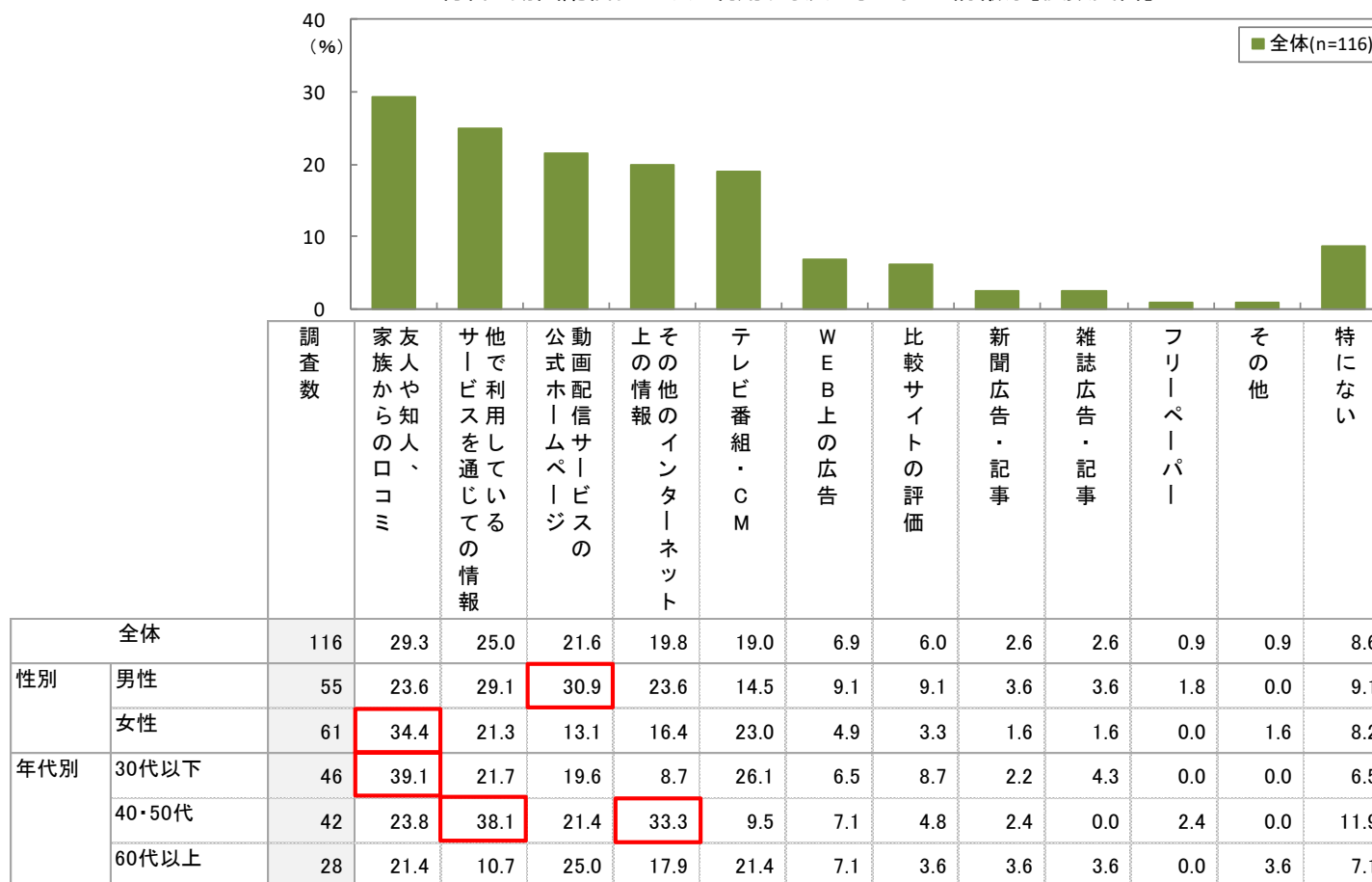
調査数		時間や場所に関係なく視聴できるから	視聴できる動画の種類が豊富だから	他で利用しているサービスの関係で、低価格（無料）で視聴できるから	購入・レンタルのために行かなくても視聴できるから	他では取り扱っていない動画を視聴できるから	いつでも視聴できるから	テレビ放送では見たい番組がないから	購入・レンタルするよりも料金が安いから	取り扱っているコンテンツから	新作の動画を視聴できるから	その他	特になし
全体	116	44.0	34.5	34.5	30.2	25.9	25.9	25.0	24.1	22.4	11.2	4.3	4.3
性別	男性	55	49.1	36.4	38.2	30.9	21.8	23.6	32.7	21.8	14.5	1.8	3.6
	女性	61	39.3	32.8	31.1	29.5	29.5	27.9	18.0	23.0	8.2	6.6	4.9
年代別	30代以下	46	39.1	39.1	21.7	34.8	19.6	28.3	17.4	26.1	13.0	8.7	4.3
	40・50代	42	42.9	31.0	47.6	28.6	33.3	28.6	26.2	21.4	7.1	2.4	4.8
	60代以上	28	53.6	32.1	35.7	25.0	25.0	17.9	35.7	17.9	14.3	0.0	3.6

男性は確かな公式情報、女性は周囲の口コミが決め手に。

有料の動画配信サービスを利用する決め手となった情報源は、「友人や知人、家族からの口コミ」の割合が29.3%で最も高く、次いで「他で利用しているサービスを通じての情報」25.0%、「動画配信サービスの公式ホームページ」21.6%の順である。

- ・性別では、男性は「動画配信サービスの公式ホームページ」、女性は「友人や知人、家族からの口コミ」の割合が高い。
- ・年代別では、30代以下は「友人や知人、家族からの口コミ」、40・50代は「他で利用しているサービスを通じての情報」「その他のインターネット上の情報」の割合が他の年代に比べて高い。

◆ 有料の動画配信サービスを利用する決め手となった情報源【複数回答】



発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL：<https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：inq@gcom-net.co.jp