

“プライム特典”で人気の『Amazon プライム・ビデオ』

～モバイル動向調査からみた、動画サービスの利用率（その1）～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

目次

調査結果 : ①各種動画サービスの利用率

②性別と年代による動画サービス利用率の違い

③認知率と利用率の比

■ 調査結果

1. 「YouTube」が利用率でもトップ

前回、当研究所の報告「動画視聴の実態調査 No.4」にて、一般向けモバイル動向調査における各種動画サービスの認知率について報告を行った。その際、「YouTube」の認知率は86.4%で1位であった。そして今回、同じ調査における利用率を分析してみると、図1の通り、こちらも「YouTube」が56.9%で1位であった。（図1中で赤の表示は有料サービス）

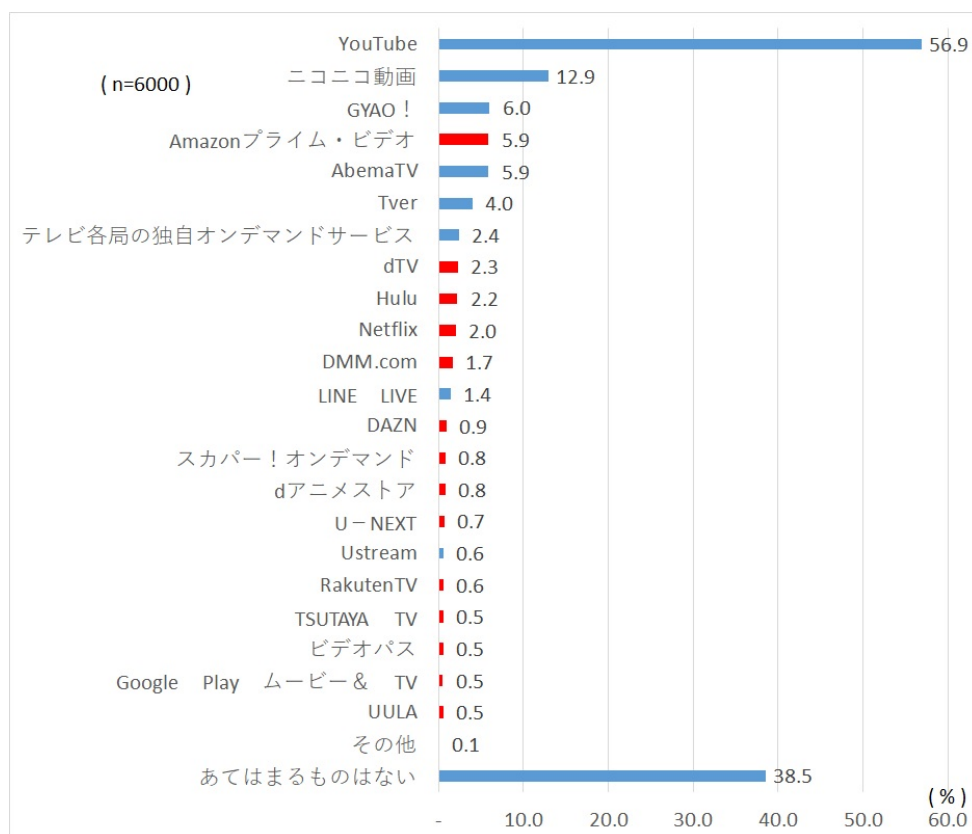


図1 動画サービスの利用率 (MA)

有料動画サービスでの利用率トップは全体4位の「Amazon プライム・ビデオ」で5.9%。

認知率で有料動画サービス 1 位の「Hulu」は 2.2%で全体 9 位（有料では 3 位）あった。

2. 性年代別の利用率

性別や年代別で利用率を展開してみたのが、以下に示す表 1 である。

表 1 各種動画サービスの性年代別利用率（MA）

	全体	性年代別（10歳刻み）													
		男性	男性	男性	男性	男性	男性	男性	女性	女性	女性	女性	女性	女性	女性
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
n=	6,000	180	379	467	584	462	534	380	176	367	446	561	456	559	449
YouTube	56.9	77.2	74.9	67.9	67.3	60.8	49.1	38.9	79.0	72.5	60.8	54.5	48.7	41.3	34.1
ニコニコ動画	12.9	32.2	35.6	19.9	14.6	13.0	7.1	5.0	17.0	21.3	11.0	8.2	7.0	4.3	5.8
GYAO !	6.0	3.9	5.5	5.4	5.1	7.1	8.1	5.0	4.5	5.7	4.9	6.2	8.3	8.1	3.1
Amazonプライム・ビデオ	5.9	5.0	11.1	7.3	8.0	8.9	9.0	3.2	2.8	3.5	5.6	3.4	3.7	4.5	3.3
AbemaTV	5.9	15.0	10.6	7.7	7.7	4.5	5.1	2.9	11.4	8.2	4.9	6.4	2.4	3.8	2.0
Tver	4.0	4.4	4.5	5.1	5.0	6.3	3.7	1.6	5.1	4.4	3.4	4.1	4.2	3.4	1.6
テレビ各局の独自オンデマンドサービス	2.4	4.4	3.2	2.6	2.1	2.8	2.6	1.3	2.8	3.3	1.8	2.5	1.8	2.5	0.9
dTV	2.3	3.3	5.0	2.6	1.2	2.6	1.7	0.8	2.8	3.5	4.0	2.1	1.8	1.3	0.9
Hulu	2.2	3.9	5.5	3.4	2.2	1.7	2.1	1.1	4.0	3.8	2.7	1.1	1.8	0.5	0.4
Netflix	2.0	2.8	6.3	2.1	1.4	2.2	0.9	0.5	4.0	3.8	2.7	1.4	1.8	0.5	0.2
DMM.com	1.7	4.4	6.3	3.0	3.6	3.0	0.7	-	2.8	1.1	0.4	0.4	0.4	0.2	0.7
LINE LIVE	1.4	3.9	3.2	1.5	1.4	0.9	1.1	0.5	4.5	2.2	0.9	0.5	1.5	0.7	0.7
DAZN	0.9	3.9	2.9	1.1	1.2	0.9	0.6	0.5	1.1	0.5	0.2	0.5	0.7	-	0.4
スカパー！オンデマンド	0.8	2.8	1.6	1.1	0.7	1.5	0.6	0.3	1.7	0.8	0.2	0.5	0.4	0.4	0.2
dアニメストア	0.8	2.8	3.2	1.3	0.9	0.4	0.6	0.3	1.1	0.8	0.9	0.7	0.7	-	-
U-NEXT	0.7	2.8	2.6	0.9	0.5	0.4	0.7	0.3	1.1	0.5	0.7	0.2	0.2	0.4	0.2
Ustream	0.6	2.2	2.4	0.6	0.7	0.2	0.9	-	0.6	0.8	0.4	0.4	-	0.4	-
RakutenTV	0.6	1.1	1.8	0.4	0.3	0.4	0.7	-	1.1	1.1	0.7	0.5	0.2	0.2	0.2
TSUTAYA TV	0.5	1.7	2.6	0.2	-	0.2	0.2	-	1.1	1.4	0.2	0.2	-	0.2	0.2
ビデオパス	0.5	1.1	1.8	0.9	0.3	0.4	0.7	0.3	1.7	0.8	0.2	-	0.7	-	-
Google Playムービー&TV	0.5	1.7	2.4	1.3	-	0.4	0.2	-	1.1	0.5	-	0.2	-	0.4	0.2
UULA	0.5	1.7	2.4	-	-	0.4	0.6	-	1.1	1.1	0.7	0.2	0.4	-	0.4
その他	0.1	-	-	0.2	0.2	-	-	-	-	0.3	-	-	-	-	-
あてはまるものはない	38.5	17.2	20.3	28.1	29.3	35.3	45.9	56.1	17.6	22.1	33.4	40.6	47.1	54.0	61.2

若年層からシニア層まですべての年代において二桁の利用率を示しているのは、唯一「YouTube」で、60代・70代のシニア層においても、30%以上の利用率を示しているのは非常に興味深い。

全体で利用率 2 位の「ニコニコ動画」は、10代・20代男性においては 30%を超える利用率を示しているが、同じ年代の女性は男性ほど高い利用率を示しておらず、男女の利用率に差があるようである。

また、一般に、男性の方が、女性よりも、利用率が高い傾向がみられる。

3. 認知率と利用率の比

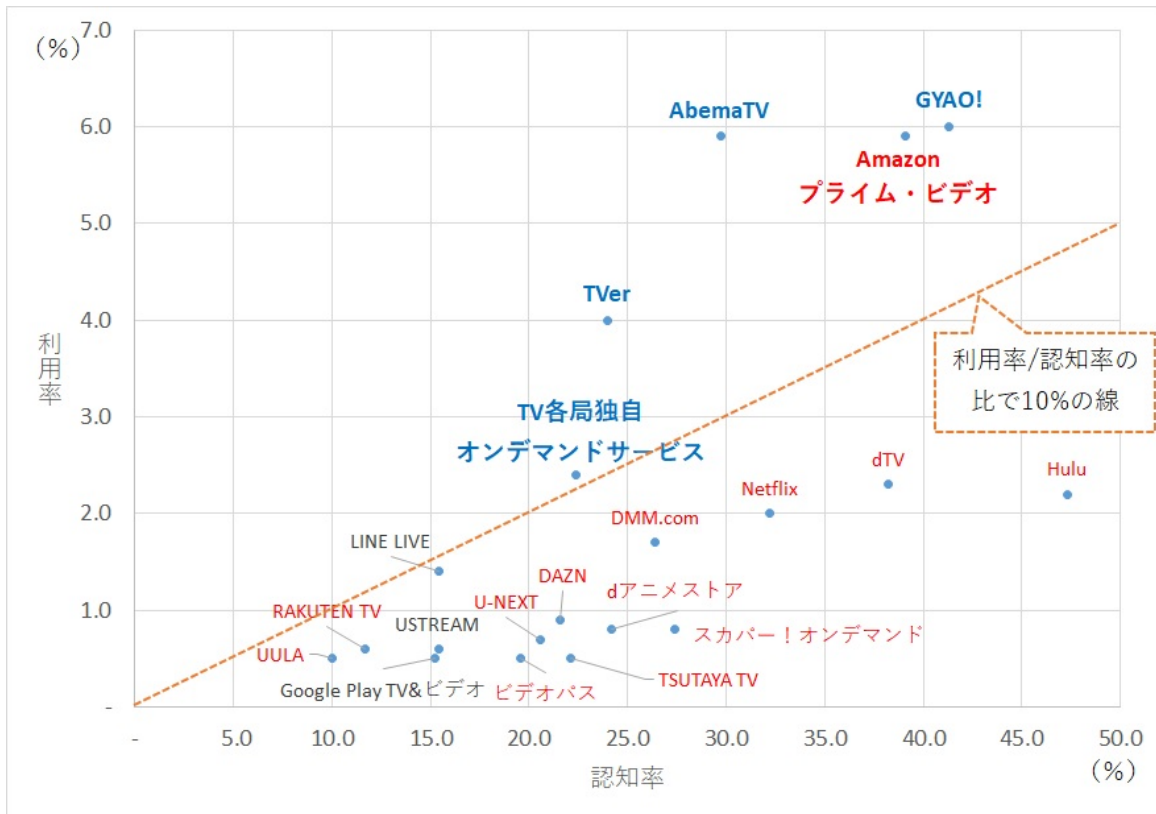


図2 認知率と利用率の比

図2に、認知率と利用率の比のグラフを示す（「YouTube」と「ニコ動」を除く）。図中、赤文字は有料サービス、青文字あるいは黒文字は無料サービスである。また、図中のオレンジの点線は、認知している人のうち利用している人の割合を示す認知率と利用率の比を示したもので、この線よりも上のものが、認知者中10%以上の者が利用しているサービスと理解してよい。

これからわかることは、多くの有料動画サービスでは、「Hulu」の様に高い認知率を示しても、利用率は低いという事である。実際、図2で見られるように、多くの有料動画サービスは、認知している者の中であつたとしても10%に満たない者しか使用していない。原因としては、料金を支払うという行為が、サービス利用の一つの阻害要因となっているのではないかという事が考えられる。

その唯一例外としてあるのが「Amazon プライム・ビデオ」である。図2を見ればわかるように、他の有料サービスの倍近い認知率と利用率の比を示している。「Amazon プライム・ビデオ」は、“Amazon プライム会員”と言うAmazonの会員制度の一つで、送料無料を皮切りに動画視聴サービスの他、音楽視聴、写真用クラウドサービスなど、数多くの“Amazon プライム会員”向けサービスのメリットが享受できる。これが、有料であるという不利な条件を超えて利用されたことの理由の一つではないかと考えられる。

その他、「GYAO!」「AbemaTV」「TVer」「テレビ各局の独自オンデマンドサービス」が注目である（図2 青文字）。特に「AbemaTV」は、認知率と利用率の比が約20%と、その割合は他のサービスと比較しても高い。「AbemaTV」は、視聴者が観たいときに観たい映像コンテ

ンツを視聴できるビデオ・オン・デマンド（VOD）とは異なり、インターネットを通じながらも、通常の TV 放送と同様に番組表に従って番組が配信されるのが特徴であるが、解散に際して日本国中を巻き込む騒動になった男性アイドルグループの脱退メンバーによる番組や、史上最年少のプロ将棋棋士の対局など、話題を呼ぶ番組が配信されている事（注1）が、利用率向上の一助になったのではないかと推察される。

また、同じように認知率と利用率の比が 10%を超えている「GYAO!」「TVer」「テレビ各局の独自オンデマンドサービス」は、地上波 TV 放送の“見逃し配信”に対応しており、リアルタイムで番組を見られなかった層、あるいは、繰り返して番組を視聴したい層に利用されているものと考えられる。

以上、今回は、2018 年一般向けモバイル動向調査から、動画サービスの全般的な利用率について報告した。

次回は、利用率で特徴的な傾向を示した「GYAO!」に焦点をあてて報告する。

注 1：「AbemaTV」2017 年人気番組ランキング <https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=21171>

■調査概要

調査名：経年概況調査（一般向けモバイル動向調査）

調査時期：2018 年 1 月、調査対象：全国・15～79 歳男女、調査方法：Web

標本抽出法：QUOTA SAMPLING、性別・年齢（5 歳刻み）・居住で割付、6000 サンプル回収

■問い合わせ先

詳細なデータ、質問項目など、ご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。

株式会社 NTT ドコモ モバイル社会研究所 msri-inq-ml@nttdocomo.com 03-5156-1087