筑紫女学園大学リポジト

Report from a Survey on Video Service Today

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2014-02-13 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 荒巻, 龍也, ARAMAKI, Tatsuya メールアドレス: 所属:
URL	https://chikushi-u.repo.nii.ac.jp/records/95

映像配信の現状調査報告

荒　巻　龍　也

Report from a Survey on Video Service Today

Tatsuya　ARAMAKI

0．はじめに

映像配信サービスは数年前から、通信の分野だけではなく、放送も含めた映像メディア活性化の起爆剤になると期待されてきながら、なかなかのその方向性が決まらない状態がここ数年続いている。日本における映像配信の現状は、放送事業者と通信事業者が入り乱れて主導権争いをしている時期のように思われる。国内においては、映像配信の基盤となるブロードバンドによる通信インフラもほぼ整備され、携帯電話を中心とした無線通信インフラも整備されてきているといえる（注１）。今後は通信料金の低下も期待されており、インフラ（＝映像配信の準備）は整い、発展を待つばかりの状況なのは確かである。

そしてその過程には社会的要素、文化的要素、技術的要素という３つの要素が大きく関わってくるであろう。この３つの要素に最も合致したようなコンテンツ、サービス、ビジネスモデルが生き残り、新しい映像メディアとして確立してくることになるであろう。今まさに起ころうとしているこの映像メディアの変化の過程を、その社会的側面、文化的側面、技術的側面を明らかにすることにより、整理し、考察し、的確にとらえておくことが重要となってくるであろう。

現代の映像メディアを取り巻く社会、文化、技術という３つの側面から映像配信の現状を的確にとらえるために、具体的には次にあげる４つを軸として検証を行うことが重要となる。

① 映像コンテンツプロバイダー（通信事業者などの映像配信サービス会社）と映像コンテンツホルダー（権利所有者）であるテレビ局や映画会社などの動向
② 一般利用者の映像コンテンツならびに映像配信に対する意識
③ 実際に映像配信サービスを利用するにあたってのその利点、問題点、改善を要する点など
④ 映像配信サービスの最新の動向や、配信サービスを支える技術情報など

今回はこの中の②を検証するためのアンケート調査として、平成24年２月に実施した、インターネットを利用したWebアンケート調査の報告であり、単純集計を基にした結果の検証である。なおこの調査は平成23年度筑紫女学園大学・短期大学部の特別研究助成による研究の一貫として行ったものである。

調査対象はインターネット調査会社によるWebアンケート方式を採用し、同社が運営するアンケート専用サイトに登録している約21万人（2010年１月現在）のモニターから定員になり次第締め切る方式で実施した（注２）。地域は全国、年齢は20代から60代の男女それぞれ各100名、総合計で1,000名になるまで行った。調査期間は2012年２月24日（金）～2012年２月27日（月）であった。

１．メディア接触状況と満足度

Ｑ１からＱ５までは放送を含めた映像サービスの利用状況ならびに満足度を中心に聞いている。主なメディア接触に関しては「テレビ（受像機）」が最も多く利用・視聴されており、『国民生活時間調査2010』（NHK放送文化研究所）の数値と同じような結果が出た（注３）。「パソコン」に関しては今回の調査がインターネット利用者を対象としたWeb調査であったことから利用・視聴時間は、『国民生活時間調査2010』における「趣味娯楽（ネット）」の平均30分程度よりは大目になり、４時間以上の「パソコン」利用者が28.8%にのぼっている。一方、「携帯電話（スマートフォン含む）」の利用・視聴時間は比較的少なく、30分以下の割合が66%に及んでいる。「ゲーム機」と「ラジオ」に関しては、８割程度の人が30分以下の利用・視聴時間となっている。今回の調査対象者はテレビとパソコンによる映像サービス利用者が中心であると考えてよいであろう。

無料映像サービスに関しては、「民放テレビ地上波放送」が最も多く利用されており、「ほぼ毎日利用している」（82.5%）と「時々利用している」（9.5%）を合わせると92%の人が利用している。「BSテレビ無料放送」は「ほぼ毎日利用している」と「時々利用している」を合わせても48%である。ただしBSを見ることができない34.8%を割り引いて考えると73.6%が利用していることになる（注４）。「レコーダー録画」も同様に、全体では利用者が61.7%であるが、利用できない21.3%を割り引くと78.3%が利用していることになる（注５）。

NHKも含めた有料映像サービスの利用になると、「NHK（地上波ならびにBS）」の利用者が最も多く、「週に１回程度」以上の利用者は69.6%になっている。「BSテレビ有料放送」「CSテレビ有料放送（スカパー！SD/HD）」「CSテレビ有料放送（スカパー！e２）」「ケーブルテレビ」は「全く利用しない」という人の比率が７割から９割と非常に高くなっている。対応する器機がなかったり、受信契約していなかったりという理由で利用できない人の比率が高いこともあるであろう。その状況下での「ケーブルテレビ」における「ほぼ毎日」の利用者が、全体の比率では13.5%、「全く利用しない」の73.8%を割り引いた割合だと51.5%に達している。ケーブ

ルテレビでは、利用可能な人は頻繁に利用するヘビーユーザが多いと考えられる。「店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル」利用者は「月に１、２回程度」が17.8%と最も高くなっている。

映像配信に関しては、「テレビ（受像機）を利用した映像配信」と「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信」が受信できる器機の普及がまだ十分でないこともあり、「全く利用しない」という比率が７割から８割近くに及んでいる。「パソコンを利用した映像配信」はWebブラウザさえあれば利用できるものがほとんどなので、「全く利用しない」という比率は52.5%と比較的低くなっている。「パソコンを利用した映像配信」は「週に１回程度」以上の割合が30.2%となっており、他の映像配信の割合よりも高くなっている。今回の調査がWeb調査であったことを差し引いても、現状での映像配信の中心は「パソコンを利用した映像配信」であると考えてよいであろう。

満足度に関しては、最も満足度が高い「放送サービス」は「民放地上波」であり、「大変満足している」（9.9%）と「概ね満足している」（57.8%）を合わせると67.7%に達している。「NHK地上波」が「民放地上波」とほぼ同程度で続いている。BS、CSならびにケーブルテレビは「利用していない」人の割合が、BSで５割程度、CSで８割程度、ケーブルテレビで７割程度に及んでいる。多くの人は現状の民放とNHKの地上波による放送を中心とした映像サービスにある程度満足しているという結果が出た。

「民放地上波テレビ放送」の項目別満足度に関しては、「大変満足している」というのは「無料放送」が最も高くなっている。「概ね満足している」までを足すと71.5%になっている。「番組内容」「番組の数」「番組の種類・ジャンル」「チャンネル数」も満足度は高く６、７割程度が「概ね満足している」以上となっている。一方CMに関しては満足していない比率のほうが満足している比率を上回っており、特に「CMのタイミング」には７割以上の人が満足していないという結果が出た。このあたりに無料放送の源であるCMに関しては改善の余地が十分にあると思われる。これからの映像配信もCMを導入するのであれば、そのタイミングや量などは十分に考慮していくことが必要となってくるであろう。

２．映像配信サービスの認知度と利用状況

Ｑ６からＱ９に関しては「映像配信サービス」の現状に関する設問である。「テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス」に関しては、「知ってはいるが利用したことはない」「利用できない」「知らない」の割合が総じて高くなっている。これらに「わからない」を含めると９割以上になっているサービスもある。調査項目の中にはパソコンを利用した映像配信とは異なり、限られた利用者のみのサービスにとどまっているものもある。そのような中で最も利用者が多いのは「NHKオンデマンド」である（注６）。「１、２度利用したことがある」以上の利用者の割合は9.0%になっている（注７）。

「よく利用している、もしくは利用したい」テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス

になると、これも「NHKオンデマンド」が最も多く、次いで「アクトビラ」「J:COMオンデマンド」「ひかりTV」と続いている。一方比較的サービス開始が新しく、対応機種も少ない「T's TV」や「hulu」は割合が低くなっている（注８）。

「パソコン」を利用した映像配信サービスに関しては、基本的にパソコンがWebブラウザと映像ファイル再生に対応していれば利用できるものがほとんどなので、「テレビ」に比べると利用者率は高くなっている。最も利用者が多いのは「You Tube」で「１、２度利用したことがある」以上の利用者の割合は74.1%%になっている。次いで「ニコニコ動画」「GyaO!」が続いている。いずれも無料動画配信サービスである。有料配信では「NHKオンデマンド」がここでも最も高く、9.3%が「１、２度利用したことがある」以上の利用者である。「hulu」はここでも割合が低く、「知らない」人の割合が58.7%にも達している。CS放送のスカパー！が始めたCS契約者を主な対象とした「スカパー！オンデマンド」も割合が低くなっている。サービスとしては比較的早くから始めており、各民放キー局がコンテンツを提供している「テレビドガッチ」も非利用者（「わからない」含む）の割合が96.9%となっており、苦戦している状況がうかがえる。

「よく利用している、もしくは利用したい」パソコンを利用した映像配信サービスでも「You Tube」が圧倒的に多く、同じく無料動画配信の「ニコニコ動画」と「GyaO!」が続いている。有料配信では「HNKオンデマンド」が１位から３位までを合わせて10.4%と最も健闘している。「パソコン」に関しては無料動画配信が映像配信の中心となっていることが再確認できた。最近では「テレビ」による映像配信にもYou Tubeなどの無料動画配信サービスが組み込まれてきていることから、テレビでもパソコン同様の状況になっていくであろうことはある程度予測される。

３．映像サービス利用料金

Q10からQ13では映像サービスとその利用料金に関する質問をしてみた。インフラに関わるインターネット接続料金や移動電話通信料ならびにNHK受信料は考慮に入れていない（注９）。１か月の映像サービスにかける料金としては、71.4%が「BSテレビ有料放送」を1,000円未満としている。「CSテレビ有料放送（スカパー！SD/HD）」「CSテレビ有料放送（スカパー！e２）」「ケーブルテレビ」に関しても６割程度の人が、1,000未満が適当としている。「店舗等でのDVDやBlu-ray購入」にはばらつきがあり、「店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル」は500円未満とする割合が最も高くなっている。映像配信に関しては、「テレビ（受像機）を利用した映像配信」「パソコンを利用した映像配信」「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信」のすべてにおいて「無料」とした人が５割程度以上になっており、７割程度までが500円未満までと考えているようである。同じ有料映像サービスでも、有料配信のほうが有料放送よりも安い料金が適当であると考えている人が多いようである。

１本あたりのレンタル料金では、「新作」と「準新作」ともに200円未満、「旧作」では100円

未満とする割合が最も多くなっている。1か月分の適当と考える支出額から考えても、これ以上の「レンタル」への支出は簡単には受け入れられる状況にはないようである。

「テレビを利用した映像配信」の1作品当たりの適当と考える料金は、レンタルに比べて「無料」とした割合がさらに多くなっており、すべての項目で1位である。「映画新作」で300円、「映画旧作」で200円程度が限界であろう。「見逃し番組」では100円を超えても利用したい割合は12.4%である。その他の国内作品（旧作）もほぼ同じような割合となっており、「無料」が4割強あり、100円を超えると利用したい割合は1割前後となってしまう。海外の作品は国内に比べると若干料金を支払ってもいいという人の割合が増え、いずれも「無料」が4割弱あり、100円を超えると利用したい人の数は12%から14%程度となっている。オリジナルはいずれも国内作品と海外作品の中間程度となっている。

「パソコンを利用した映像配信サービス」の1作品当たりの適当と考える料金は、「テレビ」を利用したものに比べると全体的に料金が安いほうにシフトしている。テレビ以上にパソコンによる映像配信にはお金はかけたくないという傾向の現れであろう。

4．映像配信サービスのサービス内容

Q14からQ17は映像配信サービスにおける料金以外のサービス内容を中心とした設問である。「揃えてほしいコンテンツ」に関しては「テレビ受像機を利用した映像配信サービス」「パソコンを利用した映像配信サービス」ともに「映画」が最も多く、「見逃しテレビ番組・新作番組」がそれに続いている。次には国内のドラマ、バラエティ、ドキュメンタリーの旧作が来ている。「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス」に関しては「あてはまるものがない」というのが75.8%と圧倒しており、モバイルに対する映像配信はあまり浸透していないか、必要とされていないかであろう。「オリジナル作品・番組」はモバイルで4.8%、パソコンで16.6%、テレビで24.7%という結果であった。

映像配信サービスを「利用するにあたって、考慮するもの」としてはすべての器機において「料金」が最も多く、テレビでは60%を超えている。「テレビ受像機を利用した映像配信サービス」では「画質・音質」、「操作性・レスポンスの良さ」が続き、大画面高音質テレビが普及した状況を反映しているようである。「パソコンを利用した映像配信サービス」では「セキュリティ」、「画質・音質」と続き、「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス」では「セキュリティ」、「料金プランの充実」と続いている。テレビに関してはセキュリティに対する関心は薄いようであるが、パソコンやモバイルではセキュリティ対策に関心が向けられているようである。「コンテンツの充実」は中間程度の位置である。「同一IDで複数のメディア視聴が可能か」は下位となり、あまり考慮の対象とはなっていない。複数のメディアを利用して映像配信を楽しみたいという割合はあまり多くはないようである。

最も考慮するものを1つだけ選んでもらうと、すべての器機において「料金」が圧倒的な割

合で多くなっている。テレビでは「料金プラン」と「画質・音質」が続いている。パソコンでは「セキュリティ」、「画質・音質」と続き、モバイルでは「セキュリティ」、「操作性・レスポンスの良さ」と続いている。「コンテンツの充実」と「同一IDで複数のメディア視聴が可能か」はやはりそれほどの関心を持たれていないようである。

「操作する場合に考慮するもの」としては、「あてはまるものはない」が大きな割合となっているが、それを除けば、テレビ、パソコン、モバイルともに「反応の速さ」、「反応の正確さ」「チャプター機能・分割」「巻き戻し」が関心を集めているようである。通信速度の問題はあるにしても地上波テレビやレコーダー録画機に近いような操作性を映像配信にも望んでいるように思われる。

5．映像サービスのこれからの展望

Q18からQ19は映像サービスの現在の利用状況とこれから先の見込みに関する設問であり、Q20はCM・広告に関する設問である。映像サービス全般では、「どれも利用しない」が「現在の利用状況」、「これから先の見込み・希望」といずれも最も多かった。「レンタル」、「有料放送」、「映像配信サービス」のいずれもが単独での利用というのは「現在」から「これから先」に向けて減少している。３者を何らかの形で織り交ぜた利用が今後は増えていく可能性が高くなっているようである。その中心には「レンタル」があり、「レンタルと映像配信サービスをほぼ同等に」と「レンタル、有料放送、映像配信サービスをほぼ同等に」は割合こそ高くはないが、現在の２倍以上になる割合を示しており、最も期待されるところかもしれない。

映像配信サービスに関して無料と有料のサービス利用については、「現在の利用状況」から「これから先の見込み・希望」に向けて、「どちらも利用しない」が29.3%から28.8%にわずかながら減少し、「無料映像配信サービスのみ」も57.6%から47.4%に10%程度減少している。「無料映像配信サービス中心に有料映像配信サービスも少し」と「有料映像配信サービスのみ」はこれから先に向けて２倍近い数字になっている。「有料映像配信サービスのみ」は割合が１%にも満たないことを考えると、「無料映像配信サービス中心に有料映像配信サービスも少し」が最も有望とされるところであろう。現状では無料配信に偏る傾向を見せている映像配信もこれから先のサービス内容次第では、有料配信の規模が膨らむこともありうるということであろう。

最後にCMと有料放送ならびに映像配信サービスに関連する設問では、いずれのサービスも「CM・広告を入れて無料にしたほうがよい」が最も大きな割合となっており、５割近いものもある。「CM・広告を入れて無料にしたほうがよい」に「CM・広告と有料をミックスして料金を下げるほうがよい」も含めたCMが入ることを容認した答えは「テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス」では61.2%に達しており、最も少ない「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス」でも47.6%になっている。この差はCMになじみのあるテレビとあまりなじみのないモバイルという現状によるものであろう。一方で「CM・広告と有料をミック

スして料金を下げるほうがよい」に「有料でもCM・広告は全くないほうがよい」も含めた有料の映像サービスを利用してもよいという割合はほぼ３割近くになっており、いずれもそれぞれの現在の利用者割合よりは多くなっている。CMの扱い次第では有料サービスの利用者がさらに増える可能性があるということであろう。

６．今後のアンケート調査

今回のアンケートは20代から60代までの各年代別に男女それぞれ100名、総合計1,000名で実施している。今後はこの調査結果をもとに、単純集計だけではなく年代別、性別などの集計も検討していきたい。また異なる設問間のクロス集計をとることにより映像サービスに対する意識をより詳しく考察していきたいとも考えている。

また今回と同じような映像メディアや放送（テレビ）などに関する既存の調査をさらに検証しながら、今回のアンケート調査と比較するとともに、設問や選択肢などをさらに検証していくことにより、全体的な調査としてより精度の高い調査にしていきたいと考えている。

映像配信サービスは、現在過渡期にあり、今後の展開が不透明な時期にある。そのような時期にアンケート調査を継続して行うことにより、その意識の移り変わりを確認しておくことが重要となってくる。基本的な調査は継続して行い、状況の変化に応じて調査項目や選択肢などを変更しながら、映像配信サービスがある程度確立する（場合によっては確立しないかもしれない）までは継続して行う必要がある。

今回の調査はWebを利用した調査であり、対象者もWeb調査会社のモニター登録者である。インターネットを利用しない人たちやテレビなどのメディアに関心の薄い人たちも対象に含めた映像配信サービス全般に対する調査が必要となってくる。Web調査以外の電話アンケート、訪問調査、据え置き調査（配布回収法）やインタビュー形式のアンケートも加えたうえで、全般的な見地から考慮していく必要がある。

注

⑴ 「2011年３月末に、ブロードバンドの利用環境は100%に達した。このような環境のなか、2011年３月末のブロードバンド契約数は3493万件であった。携帯電話の契約数は2011年３月末時点で１億1954万件で、そのうち３Gシステム契約数は１億1815万件で、携帯電話契約者の98%を占めている。」（『情報メディア白書2012』電通総研、2012年）

⑵ Web調査を依頼したのは株式会社メディアインタラクティブ（2012年４月より会社名を株式会社ネオマーケティングに変更）である。同社の「アイリサーチ」を利用して調査は実施された。

⑶ 【国民生活時間調査2010（NHK放送文化研究所調べ）から作成】

【対象】 国民全体 全国	平日			土曜			日曜		
	行為者		全体	行為者		全体	行為者		全体
	比率	平均時間	平均時間	比率	平均時間	平均時間	比率	平均時間	平均時間
	%	時間 分	時間 分	%	時間 分	時間 分	%	時間 分	時間 分
趣味娯楽（ネット）	19.9	1:53	0:23	20.9	2:19	0:29	21.4	2:24	0:31
テレビ	89.1	3:54	3:28	88.2	4:14	3:44	89.1	4:40	4:09
ラジオ	13.0	2:36	0:20	11.0	2:50	0:19	9.3	2:37	0:15
新聞	40.7	0:46	0:19	42.7	0:48	0:21	39.2	0:48	0:19
雑誌・マンガ・本	17.9	1:12	0:13	17.5	1:22	0:14	18.2	1:22	0:15
ＣＤ・テープ	8.2	1:31	0:07	7.3	1:54	0:08	7.4	2:10	0:10
ビデオ	11.4	1:49	0:13	15.4	2:07	0:20	15.0	2:15	0:20

＊趣味娯楽（ネット）：趣味・娯楽・遊びとしてインターネットを使う（電子メールは除く）

＊テレビ：BS，CS，CATV，ワンセグの視聴を含める

＊新聞：朝刊・夕刊・業界紙・広報紙を読む

＊雑誌・マンガ・本：週刊誌・月刊誌・マンガ・本・カタログなどを読む

＊CD・テープ：CD・デジタルオーディオプレイヤー・テープ・レコードなどラジオ以外で音楽を聞く

＊ビデオ：ビデオ・HDD・DVD を見る（録画しておいた番組も含む）

⑷ 「2011年11月『全国接触率調査』単純集計結果」（NHK放送文化研究所）によれば、NHKの衛星放送（ＢＳ）を見ることができない割合が42.5%であった。『情報メディア白書2012』（電通総研、2012年）には、「日本民間放送連盟研究所によると、BSデジタル放送を受信可能な世帯普及率は、2011年夏ごろの推定値で、約67%とみられる。」とある。今回の集計結果もほぼ同じような結果であると考えてよいであろう。（NHKの場合には別途受信契約が必要）

⑸ 「2011年11月『全国接触率調査』単純集計結果」（NHK放送文化研究所）によれば、DVD録画機・ブルーレイディスク録画機、HDD（ハードディスク）録画機、ビデオデッキ（VHSなど）のいずれもないという割合は19.4%であった。今回の集計結果もほぼ同じような結果であると考えてよいであろう。

⑹ NHKオンデマンドの「テレビを利用した映像配信サービス」は現在のところ、アクトビラの一つのコンテンツとして提供されている。アンケート集計結果には「パソコン」を利用したNHKオンデマンドと混同してしまったものもあるようである。

⑺ 「2011年11月『全国接触率調査』単純集計結果」（NHK放送文化研究所）によれば、「『ＮＨＫオンデマンド』を知っていますか。」という質問に対して、「知っている」が

25.0％、「知らない」が74.7％であった。今回の集計結果とは大きな違いが出たところである。この違いは、NHK放送文化研究所の「全国接触率調査」が「配布回収法」による調査であったことにもよるであろう。

⑻　「T's TV」が2010年7月にサービスを開始し、対応するテレビでの視聴とレンタルを行っている。「hulu」はアメリカのネットワーク局（NBC、ABC、FOX）が運営するサイトで、日本では2011年８月31日にサービスを開始している。アメリカでは見逃し番組を無料で提供しているが、日本ではそのサービスは行われていない。テレビだけではなくパソコンやモバイルでも視聴できる。

⑼　『情報メディア白書2012』（電通総研、2012年）によれば、2010年の情報支出の年間平均は、「インターネット接続料」が24,183円、「移動電話通信料」が96,862円、「NHK受信料」が14,177円となっている。３つを合わせると毎月11,000円以上の支出である。

「映像サービス」に関するWebアンケート調査の単純集計

＊一部縦と横の項目がWeb調査時とは入れ替わっている場合がある。

Ｑ１　主なメディア接触についてお聞きします。次のメディア器機を１日に平均してどの程度利用・視聴していますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	利用・視聴しない	30分未満	30分～1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～4時間未満	4時間以上
テレビ（受像機）	3.3%	4.7%	9.4%	22.7%	23.4%	14.1%	22.4%
パソコン	2.1%	3.1%	9.4%	21.5%	22.9%	12.2%	28.8%
携帯電話（スマートフォン含む）	17.2%	48.8%	14.6%	9.2%	5.0%	2.2%	3.0%
ゲーム機	68.8%	17.6%	5.1%	4.6%	2.1%	0.2%	1.6%
ラジオ	57.6%	20.5%	9.4%	5.1%	3.2%	1.3%	2.9%

Ｑ２　次にあげる無料映像サービスの利用頻度ならびに環境についてお聞きします。あてはまるものをそれぞれお答えください。（お答えはそれぞれ１つ）

	ほぼ毎日利用している	時々利用している	利用できるがほとんど利用していない	利用できない	わからない
民放テレビ地上波放送	82.5%	9.5%	4.8%	2.2%	1.0%
BSテレビ無料放送	23.0%	25.0%	13.8%	34.8%	3.4%
レコーダー録画	29.1%	32.6%	13.7%	21.3%	3.3%

Q３　次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	ほぼ毎日	週に2、3回程度	週に1回程度	月に1、2回程度	年に2、3回程度	年に1回程度	数年に1回程度	全く利用しない
NHK（地上波ならびにBS）	46.3%	13.0%	10.3%	4.9%	1.6%	1.2%	1.3%	21.4%
BSテレビ有料放送	8.0%	5.2%	4.0%	1.8%	1.1%	0.5%	1.0%	78.4%
CSテレビ有料放送（スカパー！SD/HD）	3.3%	2.2%	2.1%	0.8%	0.8%	0.4%	0.5%	89.9%
CSテレビ有料放送（スカパー！e2）	2.6%	1.9%	2.2%	0.8%	0.3%	0.1%	0.4%	91.7%
ケーブルテレビ	13.5%	4.6%	2.2%	3.4%	1.2%	0.5%	0.8%	73.8%
店舗等でのDVDやBlu-ray購入	0.9%	0.4%	1.3%	4.0%	10.6%	7.1%	7.0%	68.7%
店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル	1.0%	2.2%	4.6%	17.8%	13.2%	4.0%	5.2%	52.0%
テレビ（受像機）を利用した映像配信	13.4%	3.0%	2.6%	3.8%	1.2%	0.5%	1.7%	73.8%
パソコンを利用した映像配信	9.1%	10.5%	10.6%	10.8%	2.7%	1.8%	2.0%	52.5%
携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信	3.3%	3.7%	3.9%	5.1%	3.1%	1.3%	1.8%	77.8%

Q４　次にあげる放送サービス（テレビ）に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）

	大変満足している	概ね満足している	あまり満足していない	全く満足していない	利用していない
NHK地上波	8.3%	53.9%	18.8%	6.4%	12.6%
民放地上波	9.9%	57.8%	20.5%	6.6%	5.2%
BS NHK	6.7%	28.5%	12.5%	3.6%	48.7%
民放BS	4.9%	26.6%	16.3%	4.5%	47.7%
CS	3.2%	10.9%	7.1%	0.8%	78.0%
ケーブルテレビ	3.4%	15.1%	9.7%	1.2%	70.6%

Ｑ５　民放地上波テレビ放送の以下の項目に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）

	大変満足している	概ね満足している	あまり満足していない	全く満足していない
番組内容	5.3%	55.1%	31.4%	8.3%
番組の数	6.7%	64.6%	24.4%	4.3%
番組の種類・ジャンル	5.7%	51.4%	34.9%	8.0%
チャンネル数	8.3%	64.0%	22.7%	5.0%
無料放送	12.4%	59.1%	23.0%	5.5%
CM の量	3.0%	36.5%	43.3%	17.3%
CM の質	3.3%	40.2%	41.3%	15.2%
CM のタイミング	2.6%	26.3%	45.2%	25.8%

Ｑ６　テレビ（受像機）を利用した映像配信サービスの利用頻度ならびに環境についてお聞きします。あてはまるものをそれぞれお答えください。（お答えはそれぞれ１つ）

	ほぼ毎日利用している	時々利用している	1、2度利用したことがある	知ってはいるが利用したことはない	利用できない	知らない	わからない
アクトビラ	0.8%	2.8%	4.1%	20.9%	19.0%	39.5%	12.9%
NHK オンデマンド	1.2%	3.8%	4.0%	36.5%	21.8%	22.6%	10.1%
TSUTAYA TV	1.1%	1.5%	1.8%	23.5%	24.4%	36.8%	10.9%
U-NEXT	0.7%	1.7%	1.2%	8.6%	19.1%	54.7%	14.0%
DMM.TV	0.6%	1.6%	2.0%	14.8%	21.8%	46.3%	12.9%
T’ s TV	0.6%	1.5%	1.0%	6.8%	18.1%	57.6%	14.4%
J:COM オンデマンド	1.0%	1.8%	2.6%	15.8%	23.0%	43.3%	12.5%
ひかり TV	2.4%	1.4%	3.1%	24.3%	34.5%	24.2%	10.1%
Apple TV	0.6%	1.1%	1.4%	10.8%	24.1%	48.3%	13.7%
hulu	0.5%	1.0%	1.3%	9.5%	20.9%	52.7%	14.1%
スカパー！オンデマンド	0.6%	1.0%	1.7%	16.8%	30.2%	37.6%	12.1%

Q７　テレビ（受像機）を利用した映像配信サービスで、よく利用している、もしくは利用したいサービスを１位から３位までお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）

	１位	２位	３位
アクトビラ	26.2%	10.7%	8.7%
NHK オンデマンド	27.7%	25.3%	2.2%
TSUTAYA TV	5.6%	13.3%	15.2%
U-NEXT	2.1%	9.3%	13.0%
DMM.TV	4.6%	8.0%	10.9%
T’ s TV	－	2.7%	2.2%
J:COM オンデマンド	9.7%	10.7%	17.4%
ひかり TV	19.0%	5.3%	13.0%
Apple TV	1.5%	2.7%	6.5%
hulu	0.5%	1.3%	4.3%
スカパー！オンデマンド	3.1%	4.0%	4.3%
あてはまるものはない		6.7%	2.2%

Q８　パソコンを利用した映像配信サービスの利用頻度ならびに環境についてお聞きします。（お答えはそれぞれ１つ）

	ほぼ毎日利用している	時々利用している	1、2度利用したことがある	知ってはいるが利用したことはない	利用できない	知らない	わからない
NHK オンデマンド	1.4%	3.9%	4.0%	34.5%	17.4%	30.0%	8.8%
テレビドガッチ	0.8%	1.3%	2.5%	12.0%	14.6%	58.3%	10.5%
DMM.COM	0.8%	2.6%	3.6%	24.5%	17.0%	41.8%	9.7%
You Tube	12.6%	52.3%	9.2%	10.3%	4.3%	8.1%	3.2%
ニコニコ動画	6.4%	31.0%	15.2%	26.5%	5.7%	10.7%	4.5%
GyaO!	2.4%	20.7%	16.6%	27.0%	8.1%	19.1%	6.1%
Show Time	1.0%	3.0%	4.9%	15.1%	10.5%	55.6%	9.9%
goo 映画	1.0%	2.3%	3.5%	20.6%	11.0%	51.9%	9.7%
hulu	0.6%	1.2%	1.7%	15.7%	11.8%	58.7%	10.3%
スカパー！オンデマンド	0.7%	1.2%	1.2%	20.6%	19.3%	46.7%	10.3%

Q９　あなたが利用しているとお答えのパソコンを利用した映像配信サービスの中で、あなたがよく利用している、もしくは利用したいサービスを１位から３位までお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）

	１位	２位	３位
NHK オンデマンド	3.8%	2.4%	4.2%
テレビドガッチ	0.8%	1.8%	1.7%
DMM.COM	0.6%	2.1%	5.9%
You Tube	77.6%	16.8%	3.1%
ニコニコ動画	9.8%	48.7%	25.8%
GyaO!	6.4%	20.5%	44.2%
Show Time	0.5%	1.8%	4.8%
goo 映画	0.4%	0.6%	2.5%
hulu	－	0.3%	0.8%
スカパー！オンデマンド	0.1%	0.8%	0.3%
あてはまるものはない		4.2%	6.5%

Q10　次にあげる映像サービスの毎月の利用料金はどの程度までが限度だと思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	無料	500 円未満	500 円～1,000 円未満	1,000 円～2,000 円未満	2,000 円～3,000 円未満	3,000 円～4,000 円未満	4,000 円～5,000 円未満	5,000 円以上	わからない
BS テレビ有料放送	39.5%	19.6%	12.3%	7.2%	2.9%	0.7%	0.2%	0.3%	17.3%
CS テレビ有料放送（スカパー！ SD/HD）	28.5%	19.2%	13.6%	10.0%	3.7%	1.7%	0.6%	0.4%	22.3%
CS テレビ有料放送（スカパー！ e2）	28.3%	18.7%	13.6%	10.6%	3.5%	1.3%	0.8%	0.2%	23.0%
ケーブルテレビ	29.2%	16.4%	11.5%	10.9%	4.5%	2.6%	1.8%	0.5%	22.6%
店舗等での DVD や Blu-ray 購入	18.4%	16.2%	11.0%	13.3%	9.3%	4.5%	2.4%	2.1%	22.8%
店舗等での DVD や Blu-ray レンタル	18.0%	43.2%	10.8%	6.2%	2.1%	0.5%	0.1%	0.3%	18.8%
テレビ（受像機）を利用した映像配信	49.4%	17.1%	5.9%	3.4%	1.8%	0.6%	0.1%	0.3%	21.4%
パソコンを利用した映像配信	57.8%	14.6%	5.2%	2.3%	1.2%	0.6%	0.3%	0.4%	17.6%
携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信	54.7%	15.0%	3.8%	1.4%	1.0%	0.4%	0.4%	0.3%	23.0%

Q11　DVDやBlu-rayレンタルの１本あたりの利用料金はどの程度が適当だと思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	50 円未満	50 円～100 円未満	100 円～200 円未満	200 円～300 円未満	300 円～400 円未満	400 円～500 円未満	500 円～1,000 円未満	1,000 円以上	わからない
新作１泊２日	13.8%	18.6%	29.5%	16.5%	3.4%	1.5%	0.1%	0.1%	16.5%
新作２泊３日	11.4%	11.8%	24.9%	22.4%	8.4%	3.2%	1.0%	－	16.9%
準新作２泊３日	13.9%	23.0%	31.9%	9.9%	3.0%	1.1%	0.2%	0.1%	16.9%
準新作７泊８日	13.0%	22.2%	24.0%	15.3%	5.4%	2.6%	0.5%	0.2%	16.8%
旧作７泊８日	22.8%	29.6%	17.9%	8.8%	2.8%	1.4%	0.3%	0.2%	16.2%

Q12　テレビ（受像機）を利用した映像配信サービスの、１作品あたりの利用料金はどの程度が適当だと思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	無料	50 円未満	50 円～100 円未満	100 円～200 円未満	200 円～300 円未満	300 円～400 円未満	400 円～500 円未満	500 円～1,000 円未満	1,000 円以上	わからない
映画新作	19.0%	8.6%	14.4%	16.6%	12.0%	4.2%	3.1%	1.6%	0.4%	20.1%
映画旧作	30.5%	13.8%	19.5%	11.3%	4.1%	0.9%	0.7%	0.2%	－	19.0%
見逃し番組	39.8%	12.6%	16.2%	8.2%	2.4%	1.3%	0.3%	－	0.2%	19.0%
国内ドラマ旧作	42.3%	15.2%	13.7%	7.7%	2.5%	0.4%	－	0.1%	0.1%	18.0%
国内バラエティ旧作	45.8%	13.6%	12.7%	6.9%	1.7%	0.6%	0.1%	0.2%	－	18.4%
国内ドキュメンタリー旧作	43.2%	14.0%	13.3%	7.6%	2.2%	0.7%	0.1%	0.2%	－	18.7%
海外ドラマ	35.5%	14.0%	16.8%	8.8%	4.0%	0.9%	0.2%	0.1%	0.1%	19.6%
海外バラエティ	38.9%	14.0%	14.8%	7.6%	2.7%	0.9%	0.2%	0.1%	0.1%	20.7%
海外ドキュメンタリー	37.0%	14.1%	15.9%	8.4%	3.3%	0.7%	0.1%	0.1%	0.3%	20.1%
オリジナルドラマ	39.1%	12.1%	15.6%	7.9%	3.1%	0.7%	0.3%	0.2%	－	21.0%
オリジナルバラエティ	41.3%	12.4%	13.6%	7.4%	3.0%	0.7%	0.3%	0.1%	0.1%	21.1%
オリジナルドキュメンタリー	39.3%	12.7%	14.6%	7.4%	3.5%	1.2%	0.2%	－	0.1%	21.0%

Q13　パソコンを利用した映像配信サービスの１作品あたりの利用料金はどの程度が適当だと思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	無料	50円未満	50円～100円未満	100円～200円未満	200円～300円未満	300円～400円未満	400円～500円未満	500円～1,000円未満	1,000円以上	わからない
映画新作	25.9%	12.4%	17.2%	12.6%	7.4%	2.6%	2.3%	1.0%	0.1%	18.5%
映画旧作	38.5%	16.7%	14.9%	7.3%	3.0%	1.1%	0.5%	0.2%	－	17.8%
見逃し番組	46.1%	15.3%	11.6%	5.7%	2.2%	1.1%	0.4%	－	－	17.6%
国内ドラマ旧作	48.2%	14.2%	11.4%	5.7%	2.1%	0.7%	0.1%	0.2%	－	17.4%
国内バラエティ旧作	49.7%	13.2%	11.0%	5.0%	2.4%	0.5%	0.1%	0.1%	－	18.0%
国内ドキュメンタリー旧作	47.7%	13.7%	11.9%	5.2%	2.3%	0.7%	0.2%	0.1%	－	18.2%
海外ドラマ	41.5%	14.4%	13.9%	6.8%	2.9%	1.0%	0.2%	－	0.1%	19.2%
海外バラエティ	44.7%	13.9%	12.2%	5.9%	2.5%	0.7%	0.1%	－	0.1%	19.9%
海外ドキュメンタリー	43.6%	13.7%	12.8%	6.7%	2.3%	0.8%	0.2%	0.2%	0.1%	19.6%
オリジナルドラマ	46.8%	12.8%	11.9%	5.2%	2.9%	0.2%	0.5%	0.1%	0.1%	19.5%
オリジナルバラエティ	47.9%	12.3%	11.7%	4.9%	2.5%	0.6%	0.5%	－	－	19.6%
オリジナルドキュメンタリー	46.9%	12.7%	11.7%	5.4%	2.7%	0.7%	0.4%	－	－	19.5%

Q14　映像配信サービスにおいて揃えてほしい（充実してほしい）コンテンツは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）

	テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス	パソコンを利用した映像配信サービス	携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス
新作映画	51.9%	33.0%	7.7%
旧作映画	46.1%	30.7%	6.3%
見逃しテレビ番組・新作番組	42.8%	30.5%	8.0%
国内ドラマの旧作	38.5%	26.3%	5.9%
国内バラエティの旧作	33.2%	21.4%	4.7%
国内ドキュメンタリーの旧作	34.2%	20.3%	3.5%

海外ドラマ	36.8%	21.2%	4.3%
海外バラエティ	28.2%	14.0%	2.8%
海外ドキュメンタリー	32.6%	16.4%	3.1%
海外ニュース	28.7%	16.8%	5.3%
趣味	32.5%	25.3%	8.1%
グラビア	17.8%	16.5%	4.9%
アダルト	17.4%	20.8%	5.7%
オリジナル作品・番組	24.7%	16.6%	4.8%
あてはまるものはない	35.7%	44.1%	75.8%

Q15　映像配信サービスを利用するにあたって、考慮するものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）

	テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス	パソコンを利用した映像配信サービス	携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス
操作性・レスポンスの良さ	35.2%	31.3%	18.6%
セキュリティ	22.6%	37.3%	21.7%
料金	61.1%	56.5%	39.7%
料金プランの充実	34.7%	30.4%	18.7%
登録方法	20.9%	22.7%	13.3%
同一 ID で複数のメディア視聴が可能か	17.6%	19.6%	9.8%
コンテンツの充実	31.3%	29.2%	14.7%
コンテンツガイドの充実	16.9%	15.8%	6.3%
画質・音質	37.0%	33.1%	17.2%
運営会社	14.5%	14.8%	8.0%
支払い方法	30.3%	29.0%	17.9%
あてはまるものはない	26.7%	29.2%	48.9%

Q16　映像配信サービスを利用するにあたって、あなたが考慮するとお答えになったものについてお聞きします。その中で、あなたが最も考慮するものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）

	テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス	パソコンを利用した映像配信サービス	携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス
操作性・レスポンスの良さ	6.7%	6.1%	8.6%
セキュリティ	5.6%	24.0%	16.0%
料金	60.6%	48.6%	52.3%
料金プランの充実	9.1%	6.2%	5.5%
登録方法	1.0%	0.4%	1.2%
同一 ID で複数のメディア視聴が可能か	1.4%	1.0%	2.2%
コンテンツの充実	5.9%	4.5%	3.5%
コンテンツガイドの充実	0.1%	0.6%	0.8%
画質・音質	7.6%	6.9%	6.5%
運営会社	0.5%	0.7%	1.0%
支払い方法	1.5%	1.0%	2.5%

Q17　映像配信サービスを利用し、操作する場合に重視する（考慮する）ものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）

	テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス	パソコンを利用した映像配信サービス	携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス
反応の速さ	41.6%	49.9%	30.0%
反応の正確さ	29.8%	33.9%	19.6%
レジューム機能	15.4%	15.4%	8.3%
チャプター機能・分割	24.2%	21.6%	11.0%
倍速	23.2%	17.9%	8.3%
巻き戻し	25.5%	19.7%	10.4%
画面の構成	15.6%	14.6%	5.8%
カテゴリー構成	12.7%	11.3%	5.0%
あてはまるものはない	36.4%	36.1%	57.9%

Q18　DVDやBlu-rayレンタル、有料放送、テレビやパソコンを利用した映像配信サービスの利用についてお聞きします。あてはまるものをそれぞれお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）

	現在の利用状況	これから先の見込み・希望
レンタルのみ	35.9%	23.7%
有料放送のみ	3.0%	2.4%
映像配信サービスのみ	5.2%	4.2%
レンタルを中心に他も少し	6.2%	10.2%
有料放送を中心に他も少し	2.6%	3.5%
映像配信サービスを中心に他も少し	2.5%	4.7%
レンタルと有料放送をほぼ同等に	1.1%	2.0%
レンタルと映像配信サービスをほぼ同等に	1.5%	3.8%
有料放送と映像配信サービスをほぼ同等に	0.3%	0.8%
レンタル、有料放送、映像配信サービスをほぼ同等に	1.5%	3.9%
どれも利用しない	40.2%	40.8%

Q19　無料映像配信サービスと有料映像配信サービスの利用についてお聞きします。（お答えはそれぞれ１つ）

	現在の利用状況	これから先の見込み・希望
無料映像配信サービスのみ	57.6%	47.4%
無料映像配信サービス中心に有料映像配信サービスも少し	7.9%	15.5%
無料映像配信サービスと有料映像配信サービスをほぼ同等に	2.8%	4.6%
有料映像配信サービスを中心に無料映像配信サービスも少し	2.0%	2.8%
有料映像配信サービスのみ	0.4%	0.9%
どちらも利用しない	29.3%	28.8%

Q20　有料放送（NHKを除く）ならびに映像配信サービスにおける、CM・広告の扱いについてどのように思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）

	有料でもCM・広告は全くないほうがよい	CM・広告と有料をミックスして料金を下げるほうがよい	CM・広告を入れて無料にしたほうがよい	わからない
BSテレビ有料放送	17.2%	12.6%	44.0%	26.2%
CSテレビ有料放送	15.2%	14.5%	41.9%	28.4%
テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス	13.4%	14.0%	47.2%	25.4%
パソコンを利用した映像配信サービス	15.9%	11.4%	46.0%	26.7%
携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス	14.8%	9.3%	38.3%	37.6%

（あらまき　たつや：英語メディア学科　教授）