

2025年2月28日

報道関係各位

映像メディア利用率は、「映画館」「DVD・ブルーレイ レンタル」が減少、「SVOD」が増加**有料動画配信サービスでは上位3サービスの利用率が前年から増加**

—「映像メディアユーザー実態調査 2025」レポート発行—

映像コンテンツのマーケティング事業を総合的に手掛ける株式会社フィールドワークス（代表取締役：木田義之）と映像メディア総合研究所合同会社（代表：四方田浩一）は、全国 5000 人規模のネットアンケート調査を実施。テレビ放送、映画館、DVD・ブルーレイ、有料・無料の動画配信など、すべての映像視聴メディア・サービスのユーザー利用実態を調査・分析し、3月1日にレポートを発行します。

■本調査について

本調査は、今回で14年目となり、経年変化データも充実。各映像視聴メディアの利用率、利用数、視聴コンテンツジャンル、利用サービス、利用数の変化、利用増減理由などの基本的な項目に加え、注目の動画配信サービスに関する項目では、定額見放題型、レンタル型、セル（販売）型に分け、スマホ、PC、テレビなどデバイス利用、テレビ番組の見逃し配信、利用のきっかけ、利用サービスの選択理由など、ユーザーの利用動向を多角的に分析しています。

本調査は、映像コンテンツの権利者、テレビ局、映画館、動画配信事業者、DVD・ブルーレイのレンタル店・販売店など、各映像コンテンツ流通事業者、そして映像コンテンツ市場の動向にご興味、ご関心のある方々にとって、市場を把握する上での一助となり、今後の利用者拡大への分析材料となることを目的とします。

【調査概要】

- レポート名：映像メディアユーザー実態調査 2025
- 調査目的：映像視聴メディア・サービス利用者の利用実態の把握
- 調査対象メディア・サービス：
映画興行 無料テレビ放送、有料テレビ放送 DVD・ブルーレイのレンタル DVD・ブルーレイの購入、無料動画サービス、
定額型動画配信（SVOD）、レンタル型動画配信（TVOD）、デジタルデータでの動画販売（デジタルセル）
- 調査期間：2024年11月1日～11月8日
- 調査対象者：13～69歳男女
- 調査エリア：全国
- 調査方法：インターネットアンケート調査
- 集計サンプル数：5021人
- 調査企画：株式会社フィールドワークス／映像メディア総合研究所合同会社

<本件に関するお問い合わせ先>

映像メディア総合研究所・四方田（ヨモダ）
mail：yomoda@eizomedia.jp株式会社フィールドワークス・藤崎（フジサキ）
mail：fujisaki@fieldworks.ne.jp

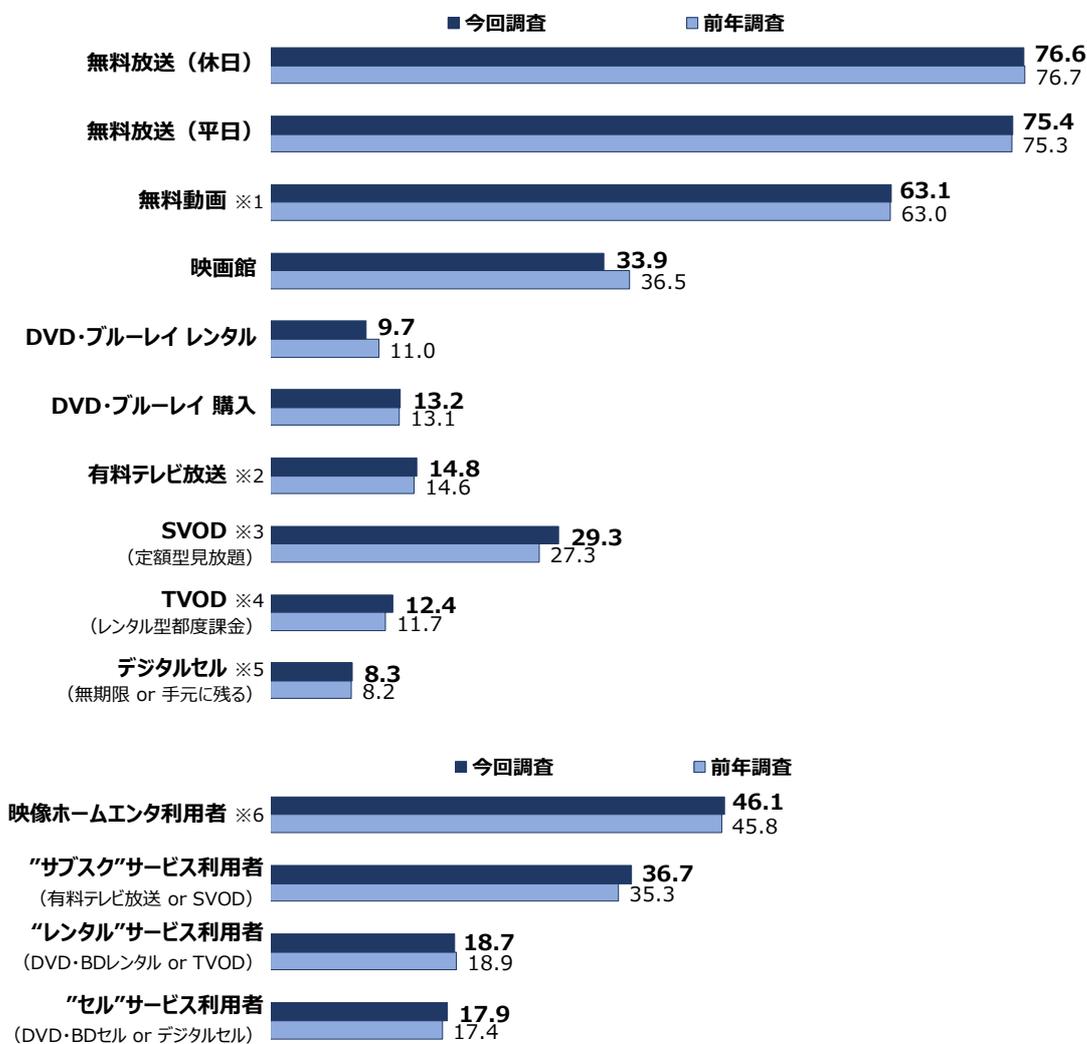
■ 調査結果（抜粋）

映像メディア利用率は、「映画館」「DVD・ブルーレイ レンタル」が減少、「SVOD」が増加

コロナ禍明け2年目と位置付けられる2024年は前年から大きな社会的変化がなく、「無料放送」「無料動画」「DVD・ブルーレイ購入」「有料テレビ放送」「TVOD」「デジタルセル」の利用率は、前年から1ポイント未満の増減にとどまりました。目立った動きでは「映画館」が前年から2.6ポイント減少、「DVD・ブルーレイレンタル」が1.3ポイント減少、「SVOD」が2ポイント増加となりました。サービス形態別に見ると、定額制の「SVOD」と「有料テレビ放送」いずれかを利用する“サブスク”サービスの利用率は前年から1.4ポイント増加して36.7%となりました。都度課金サービスでは、「DVD・ブルーレイ レンタル」と「TVOD」を合わせた“レンタル”サービスは18.7%で前年並み、「DVD・ブルーレイ セル」と「デジタルセル」を合わせた“セル”サービスも前年並みの17.9%にとどまり、有料の映像ホームエンタ利用者（“サブスク”“レンタル”“セル”いずれかの利用者）の割合は、前年から微増の46.1%となりました。（グラフ①）。

① 映像メディア・サービスの利用率（回答者における利用人数の比率／N=5021）

（%）



※1 YouTube、TVer、TikTok、ABEMA、ニコニコ動画、NHKプラスなど無料の動画配信サービス

※2 WOWOW、スカパー！、J:com、ひかりTVなどの有料のテレビ放送サービス

※3 Amazonプライム会員特典のプライムビデオ、NETFLIX、U-NEXT、ディズニープラス、HULU、DAZN、dアニメストアなどの定額型見放題サービス

※4 Amazonプライム会員特典以外のレンタル視聴、U-NEXTのポイントレンタル、YouTube ムービー & TVなどの都度課金型レンタルサービス

※5 DVD・ブルーレイの購入と同様のデジタルデータでの購入（無期限ストリーミング、またはダウンロード）

※6 DVD・ブルーレイのレンタル・セル、有料テレビ放送、有料動画配信のいずれかの利用者（映像ホームエンタテインメントの有料利用者）

■ 調査結果（抜粋）

有料動画配信サービス利用率は、「Amazon プライム・ビデオ」「Netflix」「U-NEXT」が前年から増加

回答者全体における各サービスの利用率（グラフ②）は、プライム会員特典の「Amazon プライム・ビデオ」が前年から 1.1 ポイント増加して 23.0%と他に 2 倍以上の差をつけています。続く「Netflix」も前年から 1.2 ポイント増加して 9.7%と 1 割に迫り、有料の動画配信専門サービスとしてはトップとなります。「U-NEXT」も前年から 0.5 ポイント増加して 4.4%となり、上位 3 サービスの利用率は増加を続けています。

② 有料動画配信サービスの利用率（回答者全体における利用人数の比率／N=5021）

