

## 映像豆知識 Netflixの衰退の始まりか!? テータで見る動画配信の行方

コロナ禍でうち時間が増加し、YouTubeやNetflixなどの動画配信を見る人も増えたかと思えます。しかし、ここに来てNetflixの会員数が減少に転じ、これまで一貫して成長してきた有料動画配信サービスにも変化の兆しが訪れています。そこで今回は、最近の様々なデータを見ながら、今後の動画配信の行方を探って行きたいと思えます。

### 🍷 わたしたちを取り巻く動画配信サービス

現在われわれの周りには、どのような動画配信サービスがあるでしょうか。図1は、縦軸に「TV放送かネットか」横軸に「無料か有料か」を並べ、各サービスがどこに分類されるかを図示化したものです。

● **テレビ放送** 従来から存在するテレビ放送は、NHK以外は無料の放送を基本としてきましたが、ここ最近では、一部番組の有料ネット配信なども行っています。日本国内ではまだまだ一番メジャーな動画配信サービスと言えるでしょう。

● **有料テレビ放送** スカパーやWOWOWといった有料テレビ放送も日本では古くからあるサービスです。テレビ放送と同じく、タイムテーブルに沿った番組を放送することを基本としてきましたが、最近ではネットによるオンデマンド配信にも対応しています。ケーブルテレビは、テレビ放送の電波障害対策目的での導入も多いと思われそうですが、図2の総務省のデータにあるように、世帯普及率では約半分(50%)となっており、思ったより普及している印象を受けます。

● **無料動画配信** 無料の動画配信サービスの中では、YouTubeが圧倒的な認知度、視聴者数を誇っています。(図3)「YouTubeは若者がスマホで見るもの」と考えていたら、それは古いです。2021年3月時点では、日本で月間 2,000万人以上がテレビ画面でYouTubeを見ているということです。

● **有料動画配信** Amazon Prime Video、Netflix、Huluなど、いわゆるサブスク型動画配信サービスは、ここ数年利用者が急激に拡大していますが、競争も激化しています。これについては後述いたします。

### 🇺🇸 米国では動画配信がケーブル上回るが・・・

米国では、国土が広いこともあり、ケーブルテレビの普及率が7割で、テレビ視聴時間のシェアも今まではケーブルテレビが一番多かったのですが、2022年8月、とうとう動画配信(ストリーミング)がケーブルテレビを上回りました。

動画配信のシェアを見ると、Netflix=8.0%、YouTube=7.3%、Hulu=3.6%と続きます。

順調そうに見える米国の動画配信市場ですが、その内情は決して楽観できるものではないようです。Netflixは、2022年1~3月期の業績発表で会員数が20万人減少し、過去10年で初めてマイナスに、続く22年4~6月期は3月末と比べて97万人減りました。各社は顧客獲得のために膨大なマーケティング費用を費やしており、収益を圧迫しているようです。顧客離反率も上がっており、**見たい動画を見終わると解約し、別のサービスへ乗り換える、といった傾向が見られる**とのことでした。

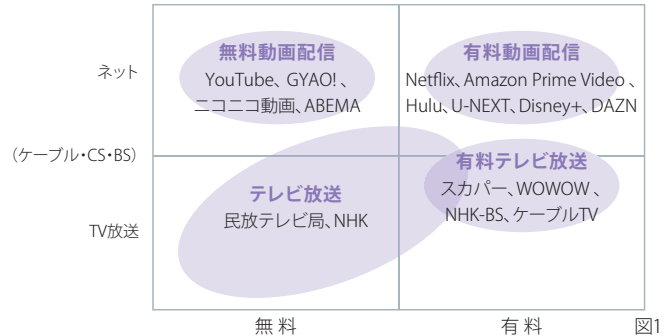
### 🍷 日本では有料動画配信サービスの利用率が30%を超える

日本でも有料動画配信サービスの利用率は年々増加しており、2022年は30%を超えました。先行する米国では、動画配信市場が既に成熟しつつあるようですが、**日本はまだ成長段階にあると言えます**。有料動画配信サービスの中での利用率を見ていくと、Amazon Prime Video=59.4%、Netflix=51.4%、Hulu=48.7%と続きます。日本の場合、Amazon Prime Video自体の料金が500円/月と他サービスと比較し安いのと、Amazonプライムの利用料も他国に比べ安価に設定されており、Amazonプライムに自動的に付属するAmazon Prime Videoの利用者が多いという背景があると思われる。

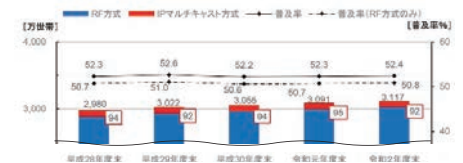
### 🍷 今後の動画配信の行方は?

最近、「サブスク疲れ」や「サブスク貧乏」という言葉が聞かれるようになりました。家計簿アプリ「Zaim」の運営会社の調べによると、サブスクを1つでも使う人の割合は2020年秋をピークに現在は3割も減っているということです。その波は、動画配信サービスにも押し寄せてきており、米国でのNetflixの会員数減少は、既にそれが数字に現れてきていると言えます。日本においても、動画配信サービスの成長はもう少し続くと見られますが、恐らく来年にはピークを過ぎ、減少に転じる可能性もあります。

どんなに動画配信のサービスが色々あっても、結局ユーザーは「**何で見るか**」ではなく「**何を見るか**」であり、自分が見たいコンテンツがあるサービスを、その時々に応じて利用する、ということになるでしょう。つまり、**最終的には「コンテンツ」が重要であり、どれだけ魅力的なコンテンツがあるサービスなのか、勝敗を分けるのではない**でしょうか。

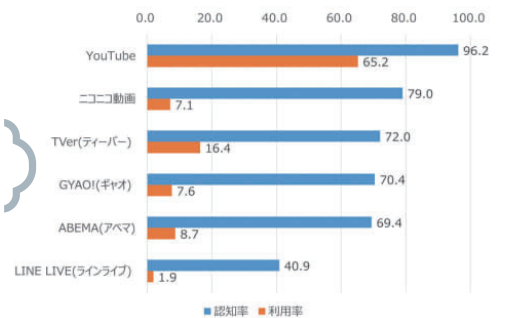


ケーブルテレビの普及状況

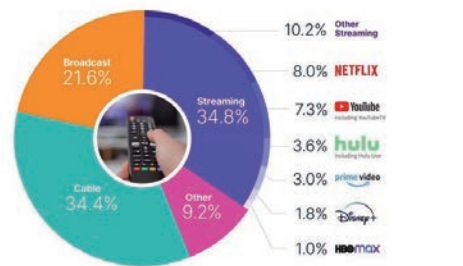


令和3年9月版 ケーブルテレビの現状 - 総務省

無料動画サービスの認知率と利用率

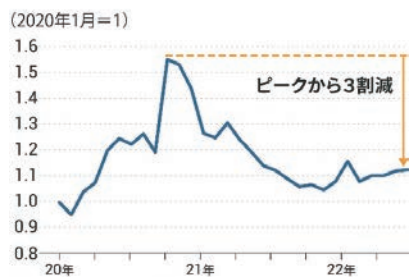


NTTドコモ モバイル社会研究所 2022年5月調べ



米ニールセン 2022年7月調べ

### サブスクを1つでも使う人の数は20年秋がピークだった



動画や書籍、ゲーム、学習、ストレージといったオンライン定額課金サービスに1つでも支出する人の数の推移。直近は22年6月。Zaim提供データから作成。

クーポンNo. NL27300

クーポンNo. NL27800

クーポンNo. NL271500

ダビングセンター全サービス対象

5,000円以上ご利用で

**300円割引クーポン**

有効期限 2022/10/31・お一人様1回限り

ダビングセンター全サービス対象

10,000円以上ご利用で

**800円割引クーポン**

有効期限 2022/10/31・お一人様1回限り

ダビングセンター全サービス対象

30,000円以上ご利用で

**1,500円割引クーポン**

有効期限 2022/10/31・お一人様1回限り

ダビングセンター  
全サービスに使える!

**割引クーポン  
プレゼント!!**

クーポンを切り取りご提示頂くか  
注文フォームのキャンペーン欄に  
クーポンNo.をご記入ください。

## おすすめ映像

### 「ディスカバリーチャンネル」 on YouTube 【億万長者の挑戦】正体隠して稼げ1億円!



アメリカの億万長者が、正体を隠して、知らない田舎町で、100ドルだけを元手に90日間で100万ドル規模のビジネスを立ち上げることができるか!?というドキュメンタリー企画。資金を増やして起業していく様は、これから起業したり、ビジネスを立ち上げたいと考えている人には、非常に参考になると思います。起業家のリアルな考え方が学べます。

「ディスカバリーチャンネル」は、アメリカのドキュメンタリー番組専門の制作会社で、日本ではスカパーやケーブルテレビで見ることができますが、最近では一部の番組がYouTubeでも見られるようになりました。他にも、「60日ホームレスになってみる」など、面白い番組が他にもあります。是非一度、見てみてください。

## ダビングセンター からのお知らせ

2022年10月～

動画編集サービスの新サービス&料金改定(値下げ!)予定  **動画編集センター**

動画編集サービス「**動画編集センター**」では2022年10月に新サービスの開始と、料金改定を行う予定です。今までご要望の多かった「**文字起こし**」や「**翻訳**」サービスを新たに追加します。

料金については、世の中値上げラッシュですが、なんと今回は値下げ予定です!ご興味がありましたら、是非一度動画編集センターのページをご覧ください。



映像の役に立つ情報満載

リンクイット・ダビングセンター **NewsLetter**

バックナンバーはこちらから

<http://www.tokyo-dc.jp/newsletter>

お問い合わせ

リンクイット  
**ダビングセンター**

**0120-970027**

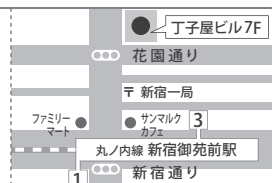
ホームページ  
**www.tokyo-dc.jp**

**東京 (東京ダビングセンター)**

〒160-0022 新宿区新宿1-36-4 丁子屋ビル7F

月一金 10:00~18:00(土日・祝祭日休み)

東京メトロ丸ノ内線 新宿御苑前駅より徒歩3分



**大阪 (大阪ダビングセンター)**

〒541-0041 大阪市中央区北浜3-5-20 松栄ビル7F

月一金 10:00~18:00(土日・祝祭日休み)

御堂筋線/京阪本線 淀屋橋駅より徒歩1分

