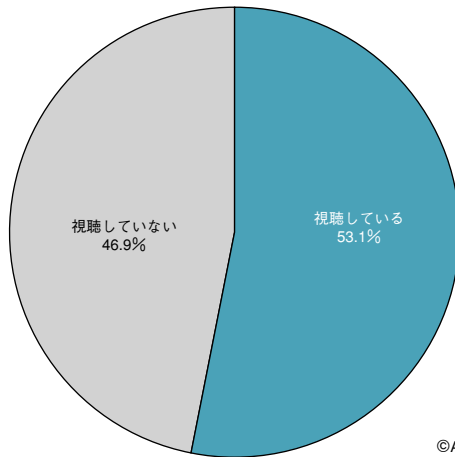


映像と音楽配信

インターネットの映像視聴はやや伸びている

資料2-4-33 映像情報の視聴有無 N=2,742

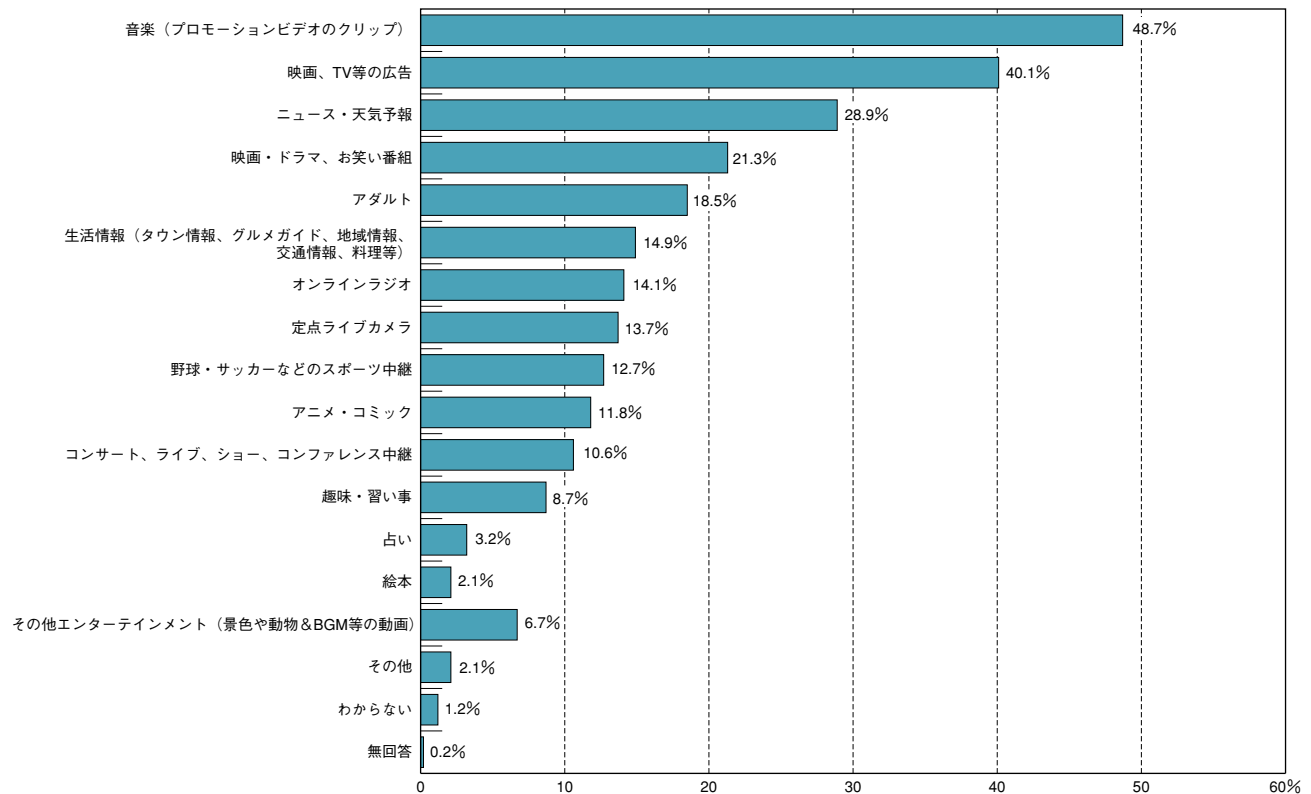


©Access Media/impress,2003

53.1%がインターネットの映像情報を「視聴している」と回答している。調査方法は違うが、昨年は全体で45.4%であった。ブロードバンド環境の利用者に限定した比率は、昨年すでに61.0%にのぼっていた。

旧来型娯楽に続いてニュース、生活情報も人気

資料2-4-34 視聴する映像ジャンル N=1,456



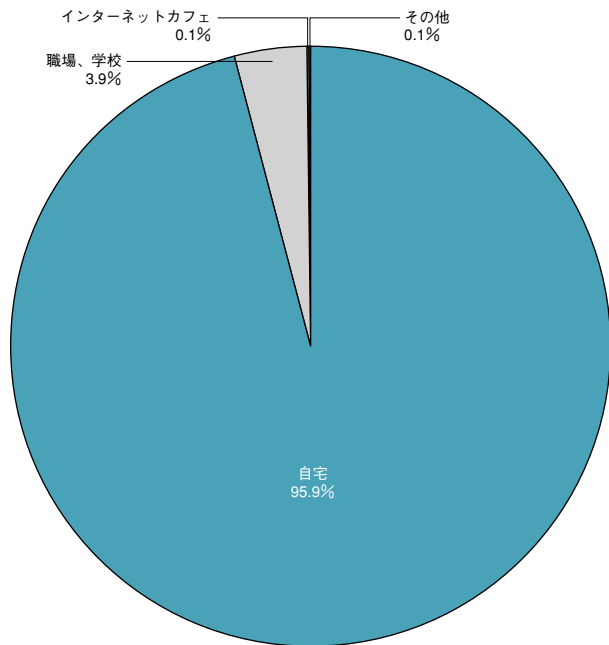
©Access Media/impress,2003

音楽、映画予告編など従来からある映像を視聴した人が多い。ただ、ニュース番組や生活情報などがそれぞれ28.9%、14.9%と高い数値を示しているところも、この分野の可能性を示している。

映像と音楽配信

95.9%が「自宅」で映像を見ている

資料2-4-35 映像情報の主な視聴場所 N=1,456

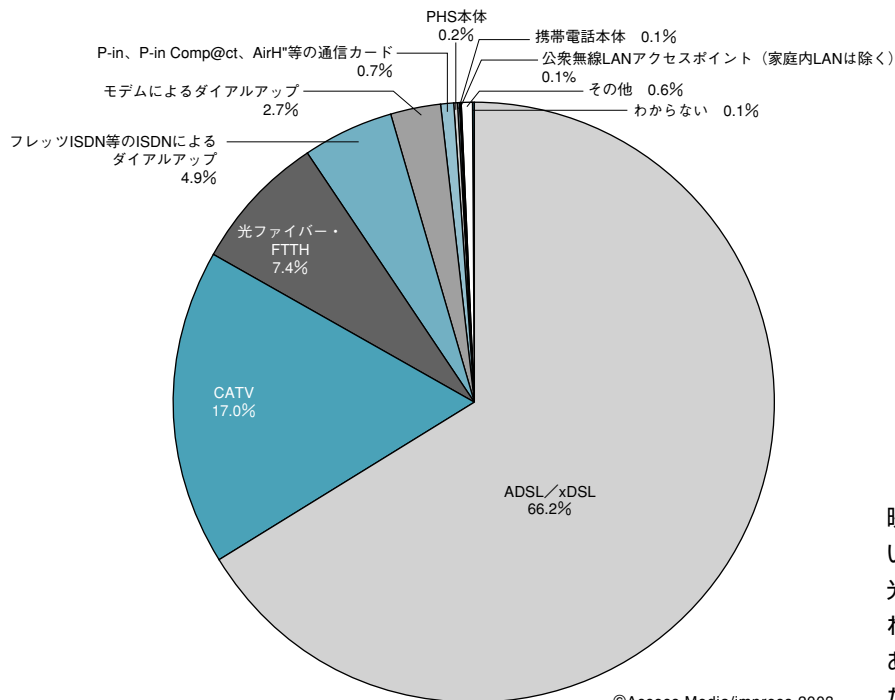


©Access Media/impress,2003

主な映像の視聴場所は、ほぼ全数が「自宅」と回答している。職場や学校はわずか3.9%で、映像情報はプライベートの時間に利用されていると推測できる。インターネットカフェは0.1%。自宅でも十分に映像を楽しむ通信環境があるといえる。

映像視聴者の通信環境は9割がブロードバンド

資料2-4-36 映像情報利用者の通信環境 N=1,456



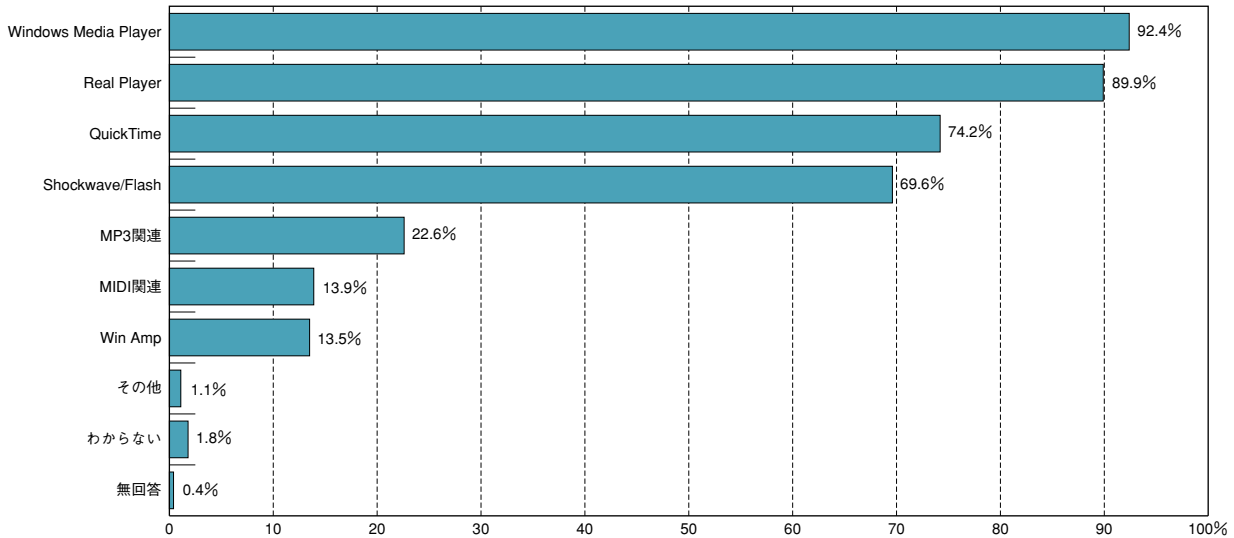
©Access Media/impress,2003

映像を視聴している人の通信環境を聞いてみると、ADSL/xDSL、CATV、光、公衆無線LANアクセスポイント合わせて90.7%がブロードバンド環境である。今後、家庭の回線速度に相応した映像ビジネスの発展が期待される。

映像と音楽配信

Windows Media Playerが92.4%で首位

資料2-4-37 利用している音声・動画再生ソフト N=1,456

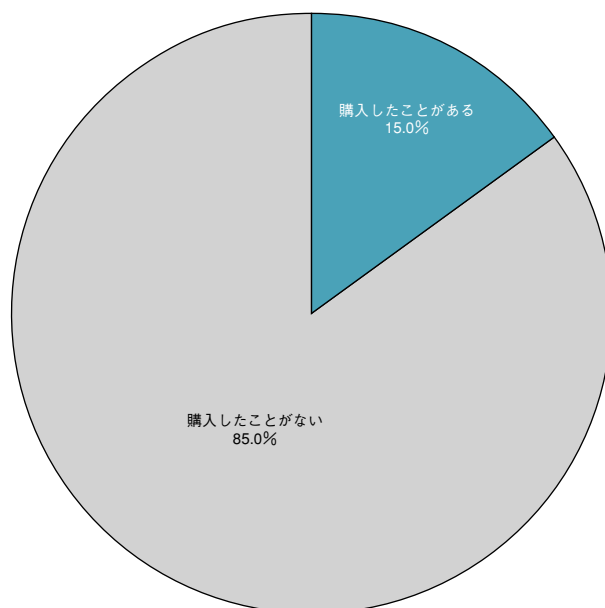


©Access Media/impress,2003

Windows Media Player (92.4%)、Real Player (89.9%)、QuickTime (74.2%) が三大プラットフォーム。5.1chサラウンド対応のWindows Media9 が発表されるなど映像配信分野は通信環境の向上に呼応して技術革新が進んでいる。

映像情報にお金を払ったことのある人はまだ15%

資料2-4-38 有料映像情報の購入経験 N=1,456



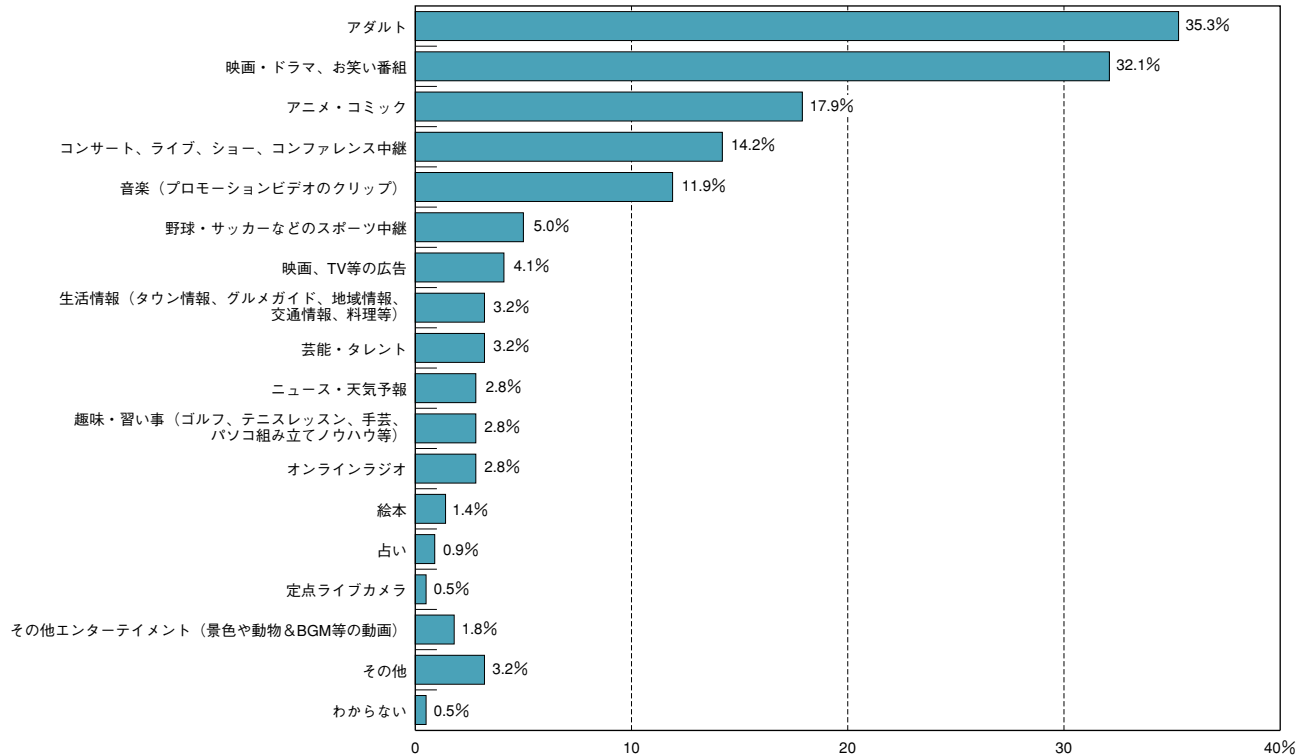
©Access Media/impress,2003

映像情報利用者の中でも有料の映像情報を購入したことがある人は15.0%とまだ少ない。無料情報との差別化など魅力的なコンテンツの充実に加え、使いやすい課金サービスの整備など、解決すべき問題はたくさんある。

映像と音楽配信

購入したことがある映像のトップはアダルト

資料2-4-39 購入した映像情報のジャンル N=218



©Access Media/impress,2003

映像情報を購入したことがある人にそのジャンルを聞いてみると、35.3%で「アダルト」がトップ。「映画、ドラマ、お笑い番組」といった一般娯楽情報が32.1%でこれに肩を並べている。「アニメ・コミック」が14.2%で3位につけ、分野に広がりが見える。

日本の普及状況

個人の利用実態

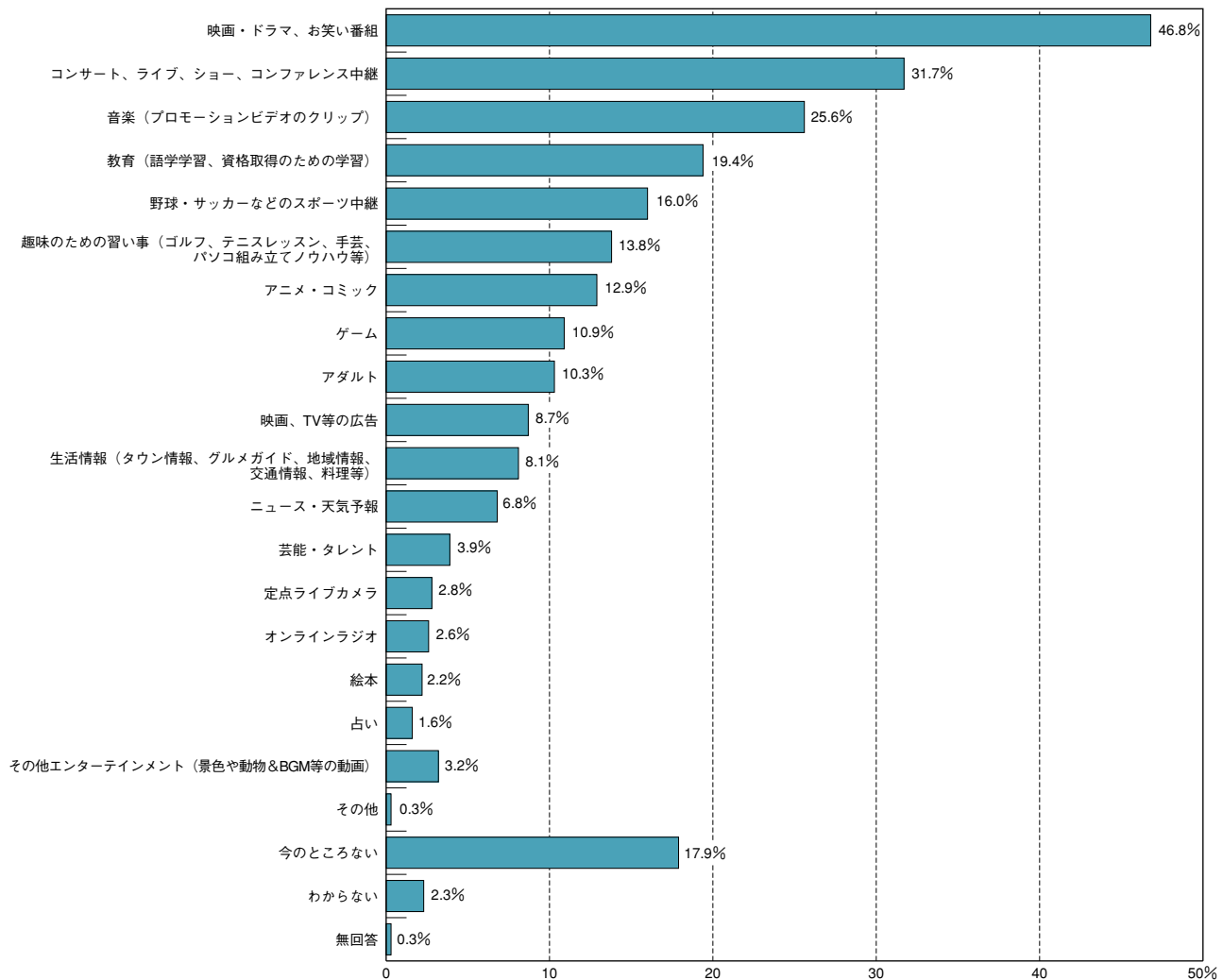
企業の利用実態

海外の普及状況

映像と音楽配信

今後お金を出してもよい映像の分野では「教育」が健闘

資料2-4-40 今後お金を出してもいいと思う映像情報 N=2,333



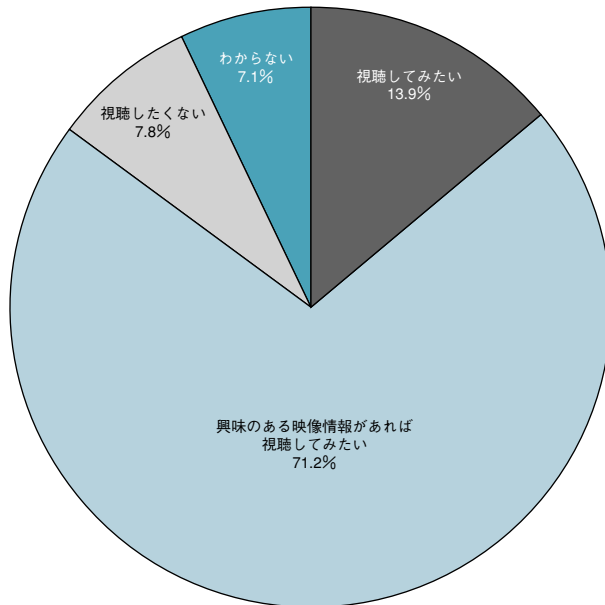
©Access Media/impress,2003

「映画・ドラマ」（46.8%）、「コンサート中継」（31.7%）、「音楽」（25.6%）と若年層に強い情報が上位を占めるが、「語学教育」（19.4%）、「趣味の習い事」（13.8%）も高い。Eラーニングにおける映像利用は、今後さらなる発展が期待される。

映像と音楽配信

85.1%が内容次第では映像情報に期待

資料2-4-41 今後の映像情報視聴意向 N=2,742

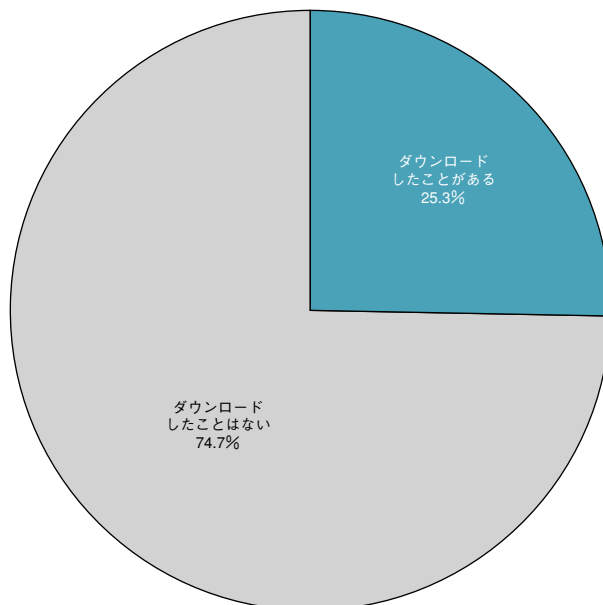


©Access Media/impress,2003

積極的な「視聴してみたい」と内容次第では見てもよいという「興味のある映像情報があれば視聴してみたい」を合わせると85.1%にもものぼる。ユーザーの期待は大きい反面、内容にはシビアな目を持っており、レベルの高い競争がせまられる。

4分の1が音楽のダウンロード経験者

資料2-4-42 音楽配信サイトからのダウンロード経験 N=2,742



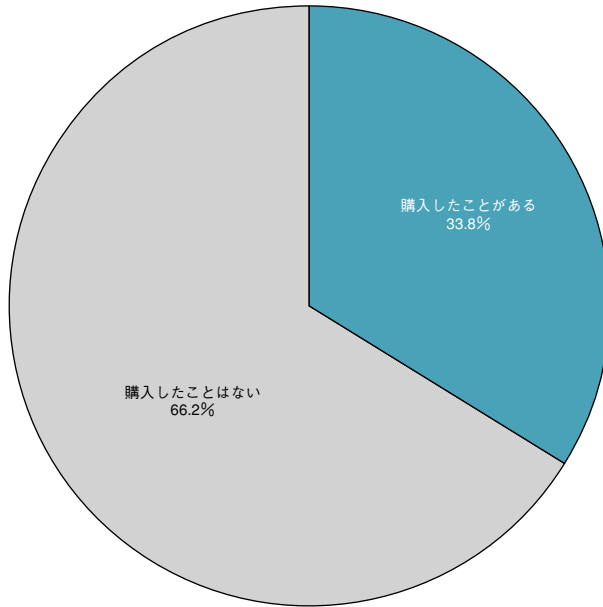
©Access Media/impress,2003

その登場以来、常に成功の可能性が語られてきたものの、長い間伸び悩んでいるのが音楽ダウンロードビジネスである。試聴も含め、音楽配信サイトからダウンロードしたことがあると回答した人は25.3%で、オンラインゲームとほぼ同じである。

映像と音楽配信

音楽ファイル試聴後の購入者は33.8%

資料2-4-43 音楽配信サイトからダウンロードしたことがある人の購入経験 N=695

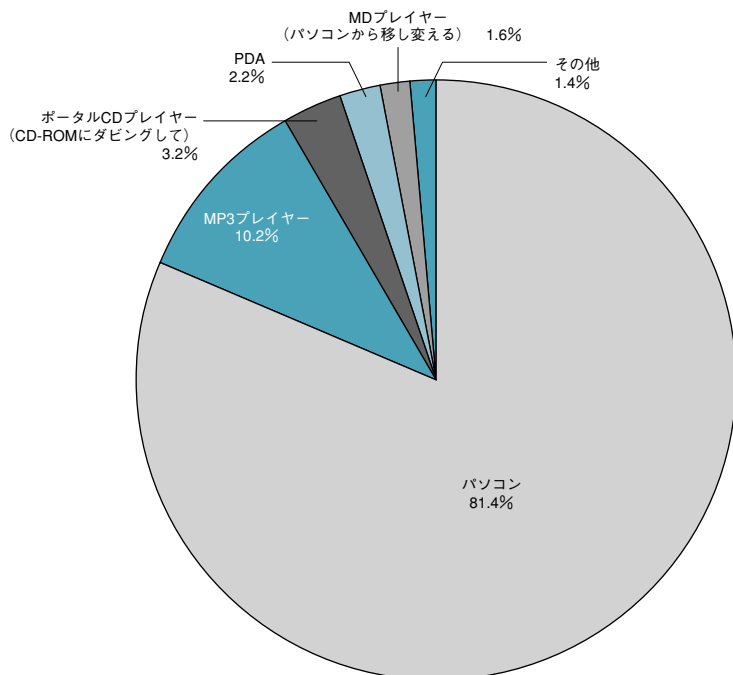


©Access Media/impress,2003

ダウンロードした人の中で購入に至ったのは33.8%。一般的な通信販売等のデータと比較しても少ない数字ではない。ただし、購買層の中心を占める固定ファン以外をどうやって購入に結びつけていくかは、音楽ビジネスそのものが抱える問題である。

音楽ファイルの再生は8割がパソコン

資料2-4-44 ダウンロードした音楽を再生する主な機器 N=695



©Access Media/impress,2003

81.4%も的人がパソコンを通して音楽を試聴していることがこのビジネスの伸び悩みの一因であるといえる。現状では10.2%のMP3プレイヤーや、一桁台の各携帯機器での利用がもっと伸びていけば、ビジネス全体が飛躍的に発展することは間違いない。

日本の普及状況

個人の利用実態

企業の利用実態

海外の普及状況



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp