

# レンタルDVDの展望

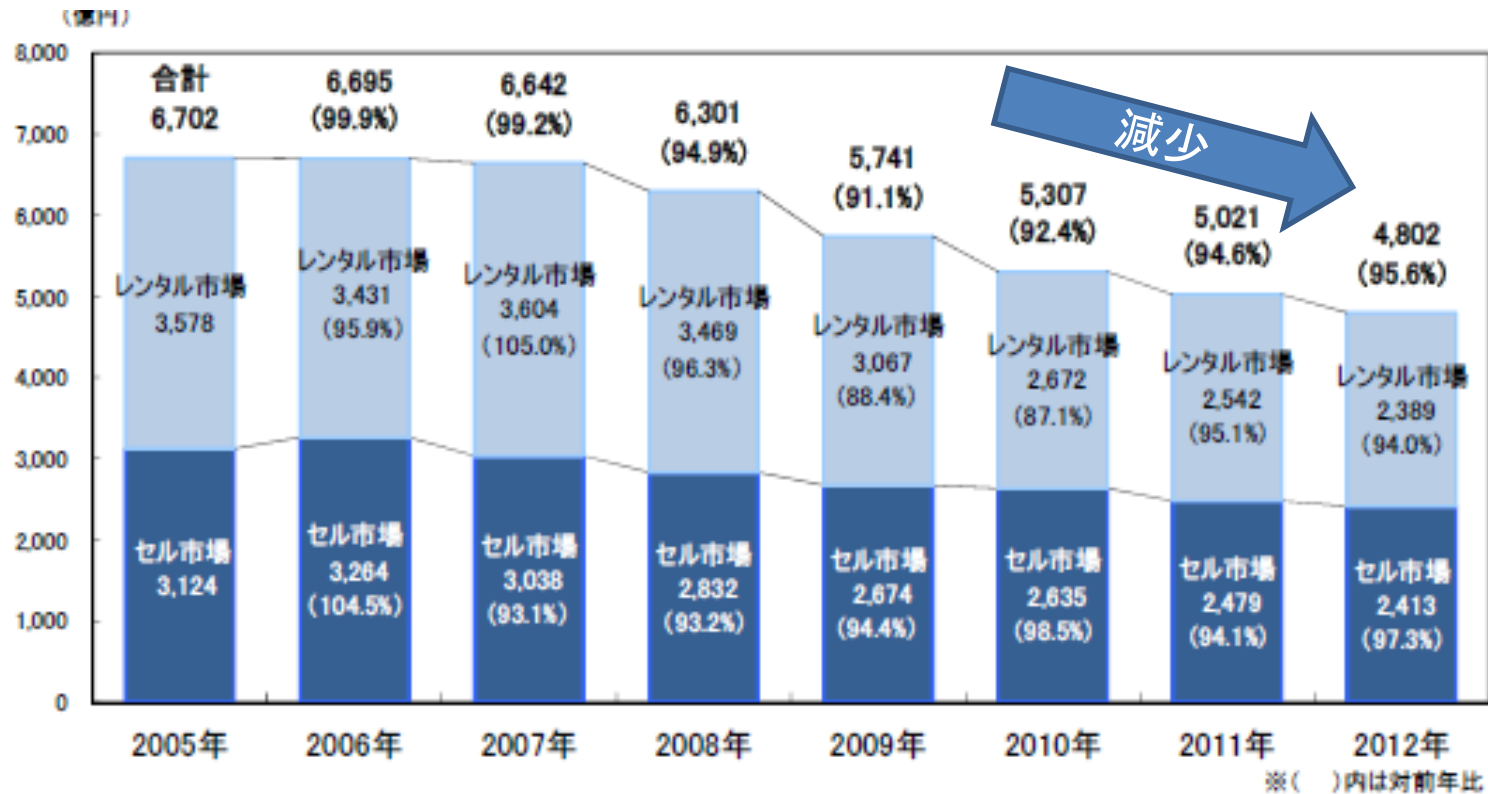
名古屋市立大学 森田ゼミ

# 目次

1. ビデオソフト市場の動向
2. 市場規模低下の原因
3. レンタル形態の比較
4. 今後の成長に向けて

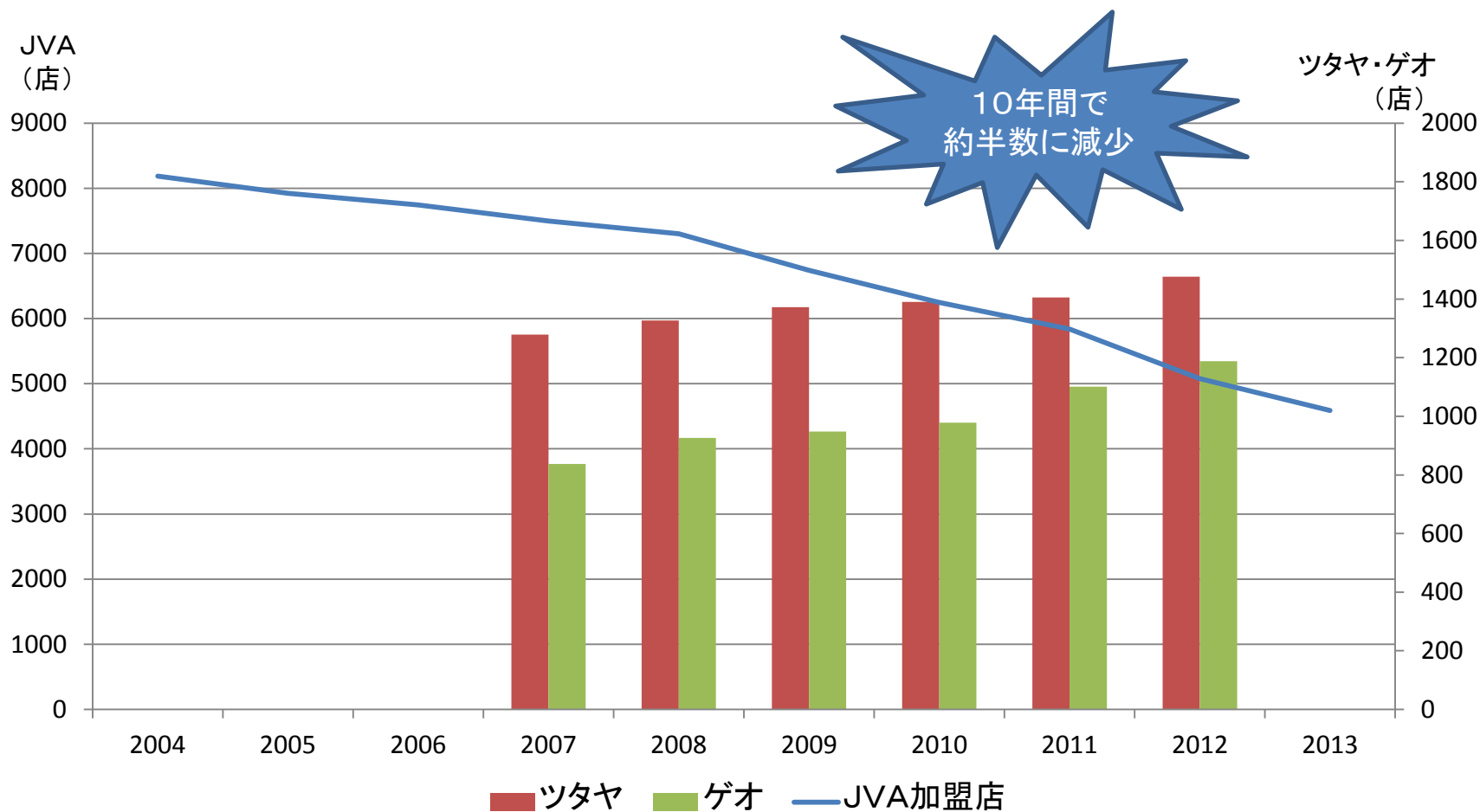
# 1. ビデオソフト市場の動向

# 市場規模の推移



出典:ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査

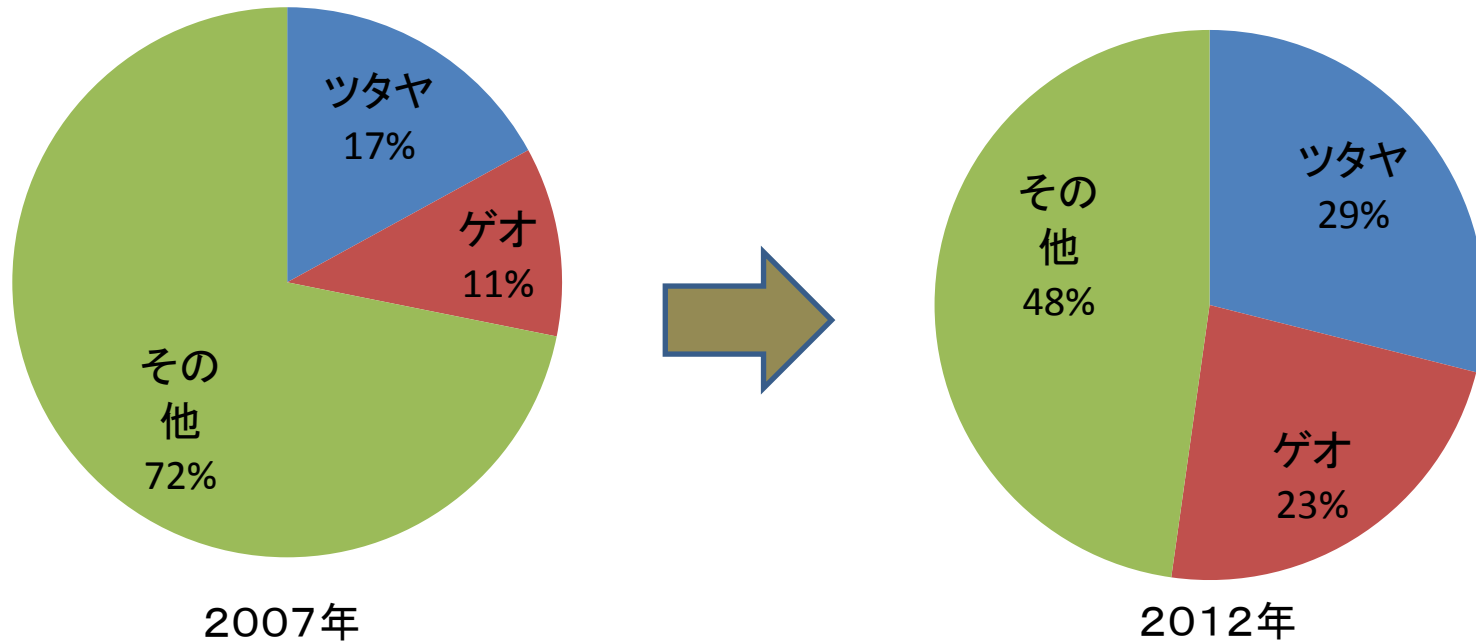
# レンタルビデオ店舗数の推移



※JVA・・・日本映像ソフト協会

出典：日本映像ソフト協会加盟店推移調査  
各社短信決算をもとに作成

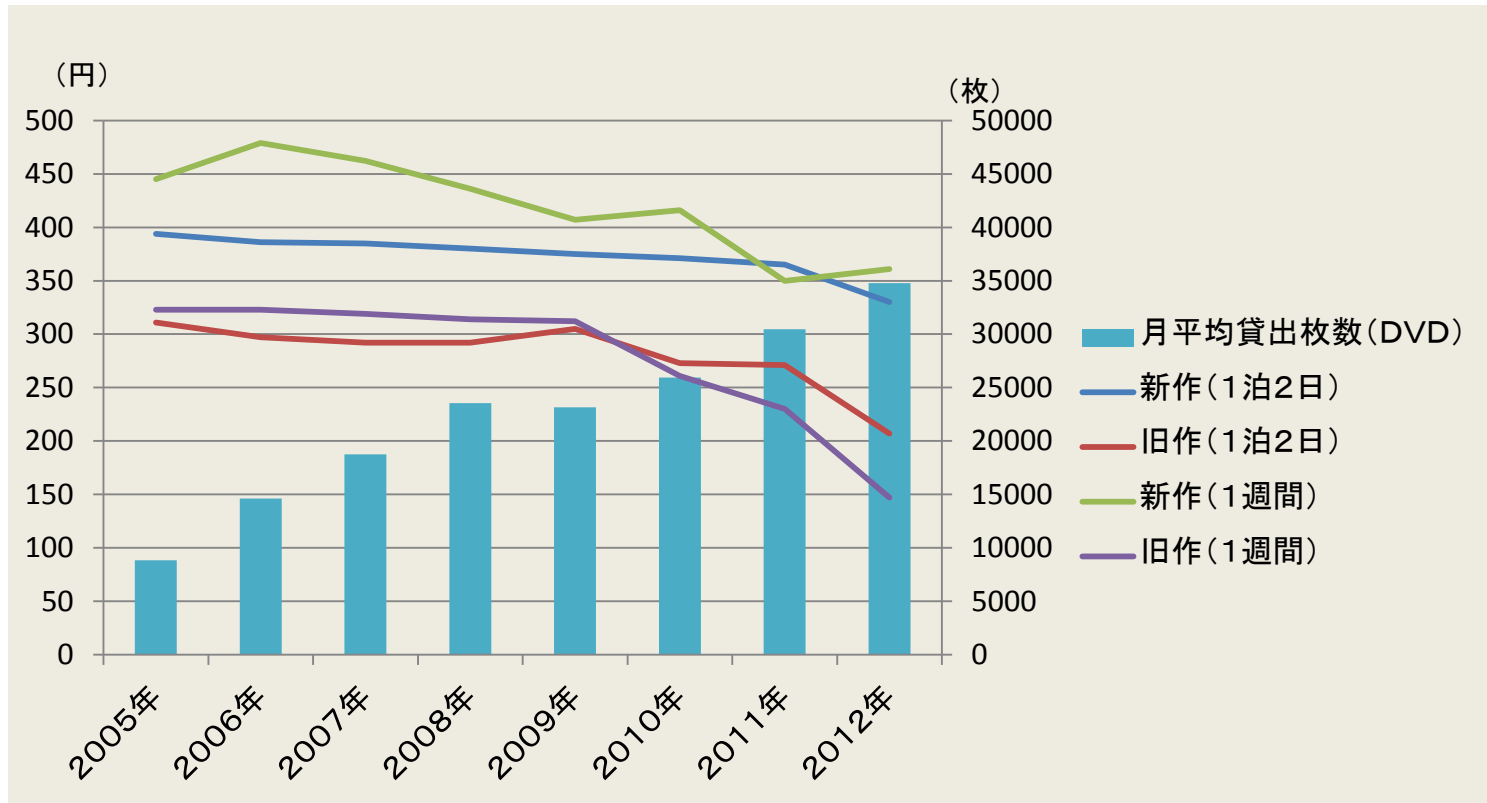
# レンタルビデオ業界シェア（店舗数）



ツタヤ・ゲオの2社が店舗数で業界の50%以上を占めている → **寡占状態**

## 2. 市場規模低下の原因

# 1) レンタル料金の低下(ショップ)

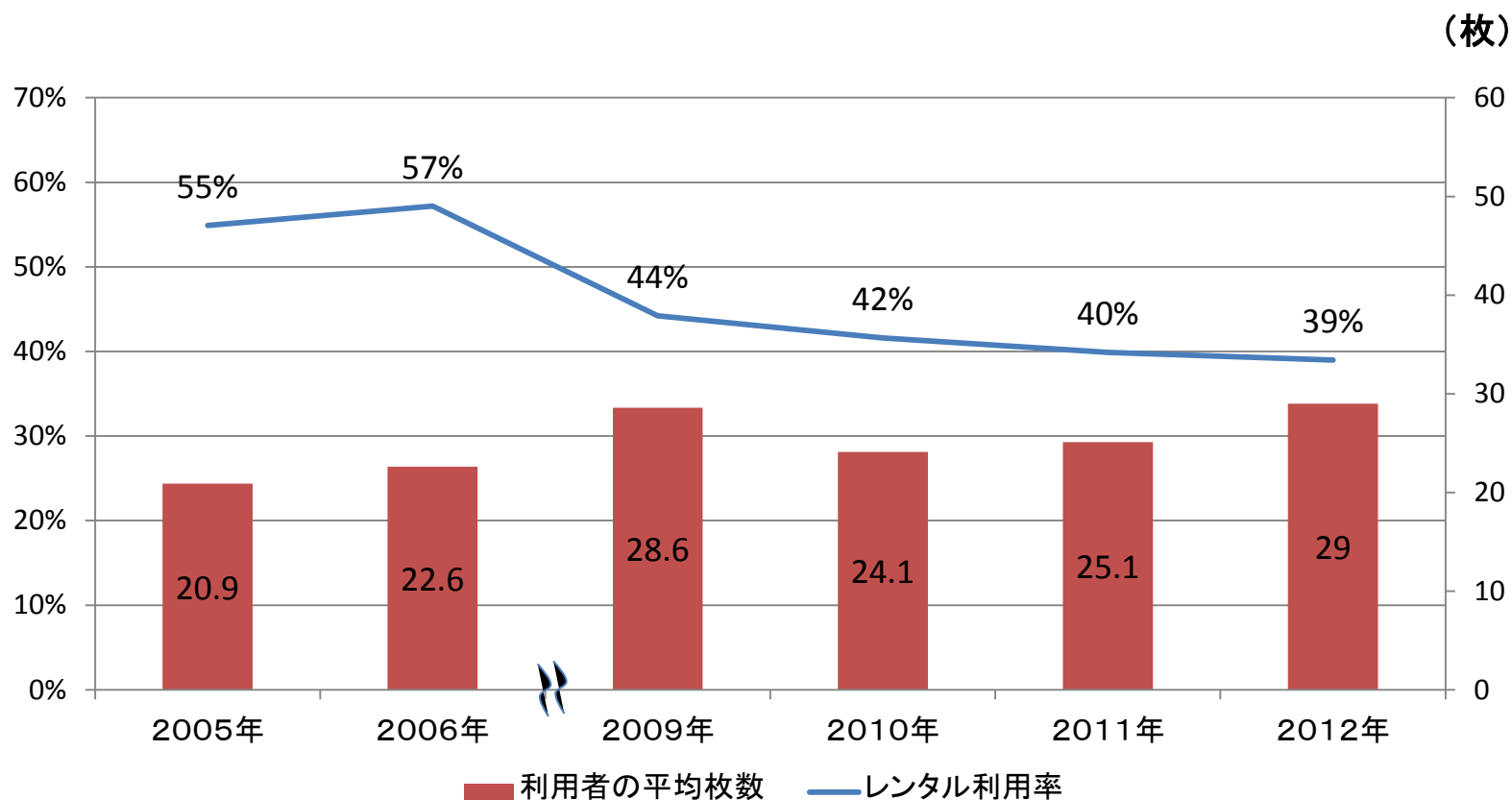


出典: レンタルビデオ店実態調査より作成

TSUTAYAとゲオの価格競争が原因



## 2) レンタル利用率の低下(ショップ、宅配)

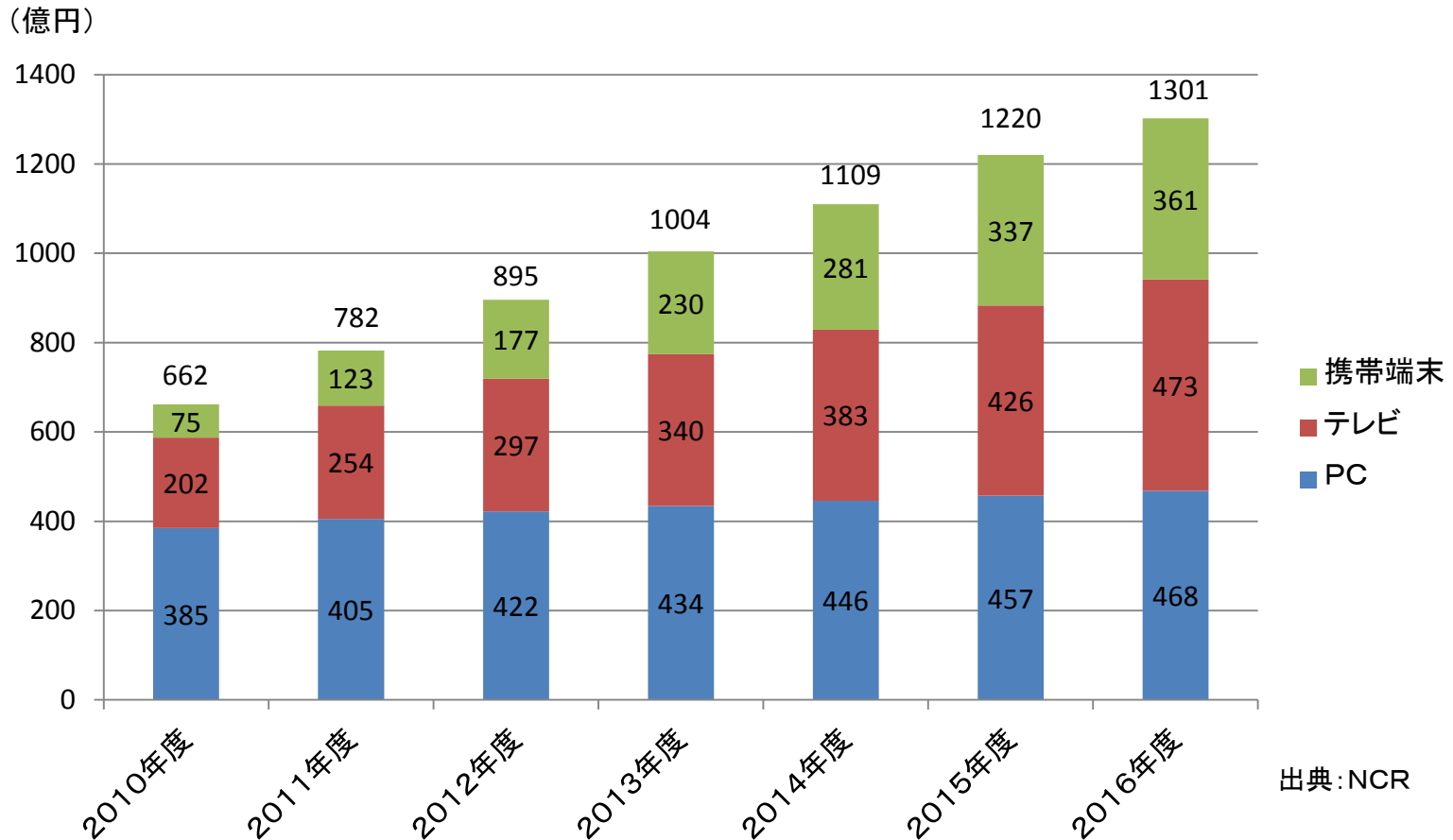


出典: ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査

# 理由

- ・時間のゆとりがない(29%)
- ・見たいソフトが少ない(24%)
- ・返却するのが面倒(24%)
- ・テレビ放映を録画してみる(22%)
- ・テレビの視聴時間が伸びた(15%)  
(←ケーブルテレビの普及) など

### 3) 動画配信市場の拡大



動画配信市場は近年拡大しており、今後もこの傾向が続くと予想される。

# まとめ

- DVDレンタルの市場規模は年々低下しており、店舗数も大きく減少している。
- 原因としてはツタヤとゲオの価格競争によるレンタル料金の低下、レンタル利用率の低下、動画配信市場の拡大などがあげられる。

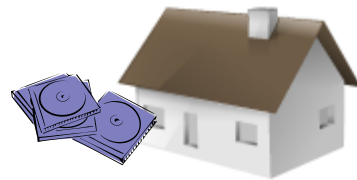
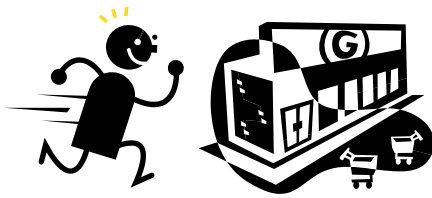
# 3. レンタル形態の比較

# ショップレンタルとは

ショップへ  
行く

レンタルする

ショップ  
へ返却

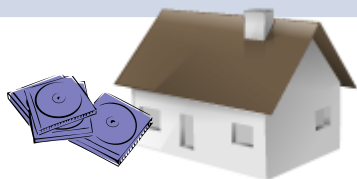


# 宅配レンタルとは

ネットで借りる



自宅に届く



ポストへ返却



(TSUTAYAの月額制)

新作レンタルは枚数制限があるが旧作は借り放題で、送料や返却期限はない。  
入会日から30日間はお試し期間で、無料でレンタルすることができる。

	メリット(利用者)	デメリット(利用者)
ショップ	<p>店舗独自のサービス(例:新作・旧作5本で千円)</p> <p>手続きが簡単</p> <p>店員との情報交換</p> <p>信頼と安心</p>	<p>店舗に行くのが面倒</p> <p>延滞料金がかかる</p> <p>貸し出し中がある</p> <p>探すのが面倒</p>
宅配	<p>店舗に行かなくてもいい</p> <p>現物が届く</p> <p>24時間利用可能</p> <p>検索ですぐ探せる</p>	<p>手続きが面倒</p> <p>貸し出し中がある</p> <p>DVD到着までに時間がかかる</p> <p>送料がかかる</p>



- ショップレンタルの強み

- 実店舗経営は中古買取販売などにも力を入れてきており、多角的に収益を上げることができる

- 宅配レンタルの強み

- 月額性によって安定した収益を上げることができる
- 仕入れを既存のレンタル店から旧作の中古を安く集めることができ場所的な制約がないので、幅広く揃えられる

# レンタル料金の比較

- ショップ(1週間)

-新作400円 / 旧作280円 ※TSUTAYA御器所店

- 宅配

-月額料金1980円 / 単品230円 + 送料(290円~)

# レンタルの収益構造

- 収益モデル

$$\text{利益} = \text{売上} - \text{原価} - \text{経費}$$

## ショップレンタルの経費

- 家賃、人件費、光熱費など実店舗経費

## 宅配レンタルの経費

- 送料などの流通経費

# 収益性の比較

- 実店舗では低価格競争が進行しDVD本体の収益性が低いために、中古買取販売などの多角化経営を迫られ、実店舗での収益がレンタル以外にシフト
- 宅配レンタルは月額制の場合、安く仕入れた旧作を使って時間を消費させて、安定した高い利益を確保
- 経費面においても実店舗と比較して宅配レンタルは有利である

# 成長性の比較

- 実店舗の数は減ってきているが、より多角的に収益のあげられる出店を行っている
- 宅配レンタルの基盤となるブロードバンドの普及率は77.9%と着実に拡大している

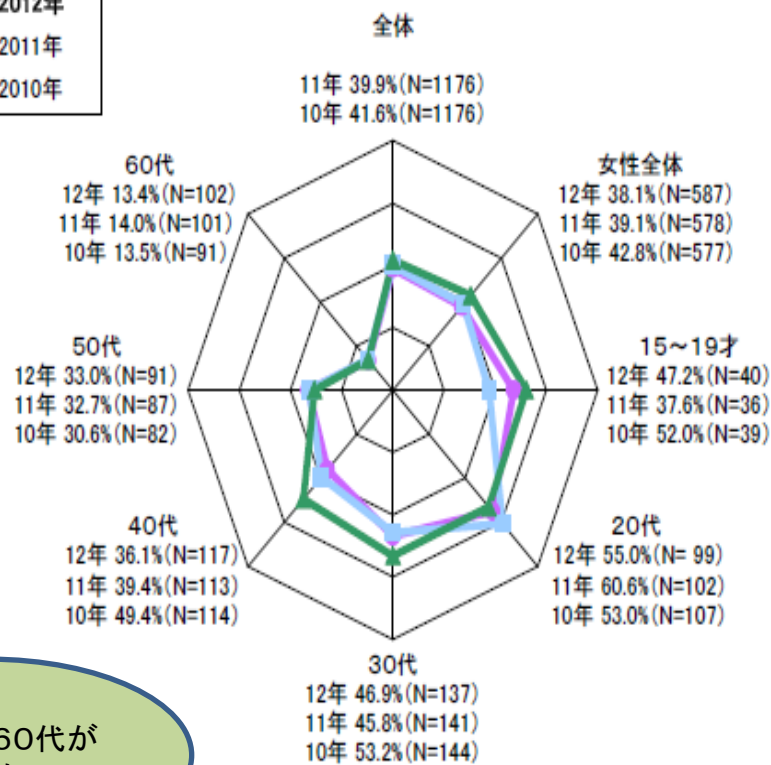
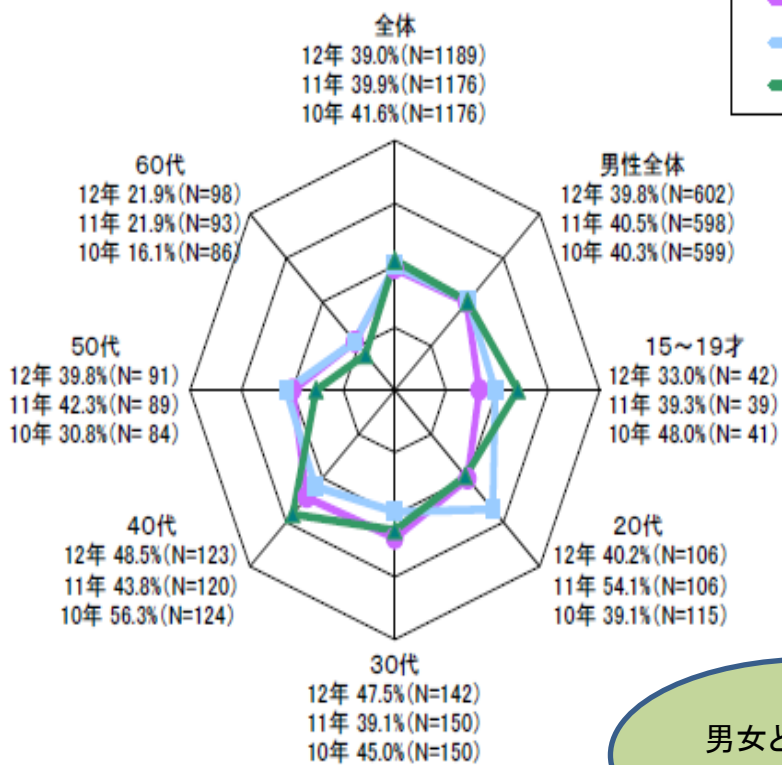
## 4. 今後の成長に向けて

# 年齢層



ビデオソフト(ショップ&ネット)のレンタル率<男性・年代別>

ビデオソフト(ショップ&ネット)のレンタル率<女性・年代別>



男女とも60代が  
少ない

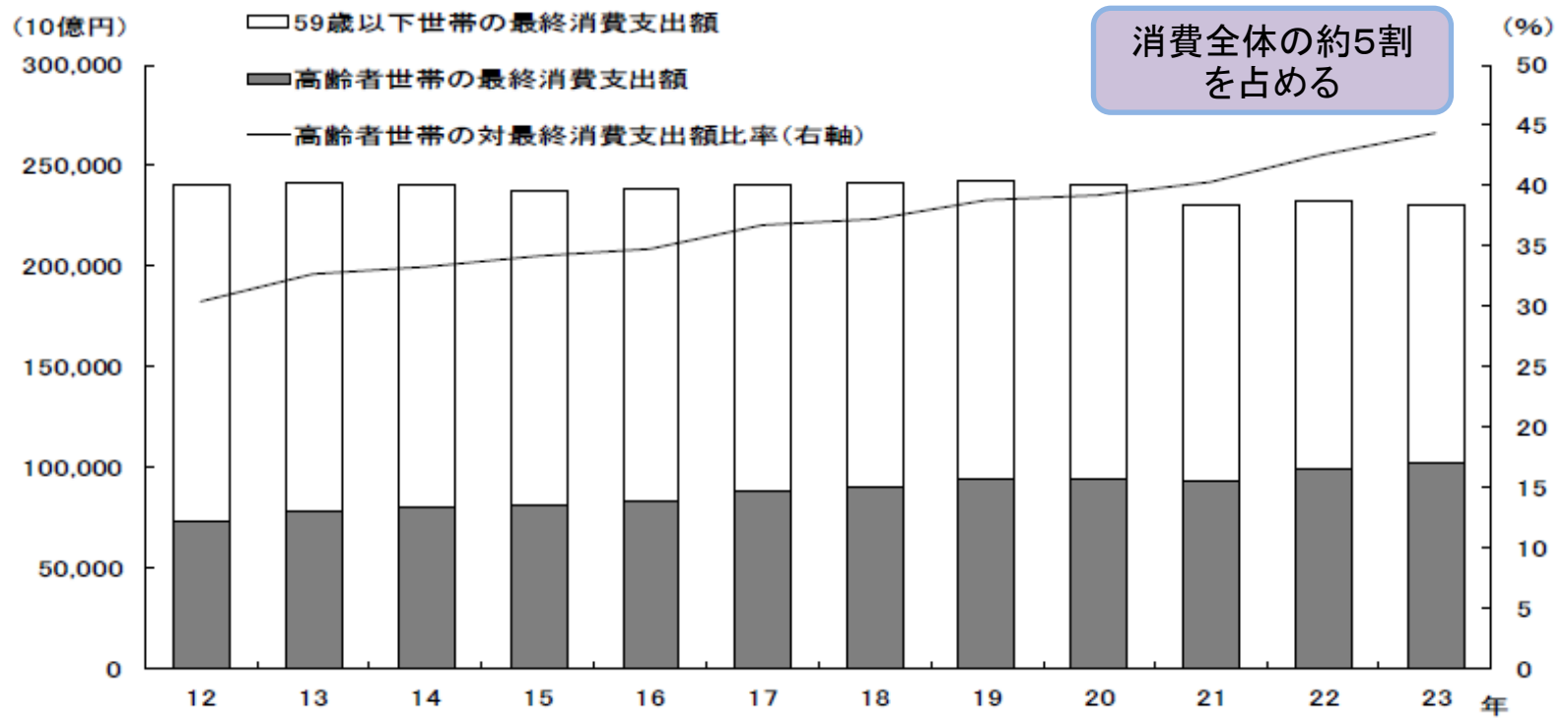
# なぜシニアにレンタルDVDなのか

- 家にいながら、長時間の余暇を過ごすことができる
- 外出が減り情緒的な刺激が減る高齢者にとって、DVDの視聴が刺激になる可能性がある
- DVDを通じて生涯学習の機会を広げる



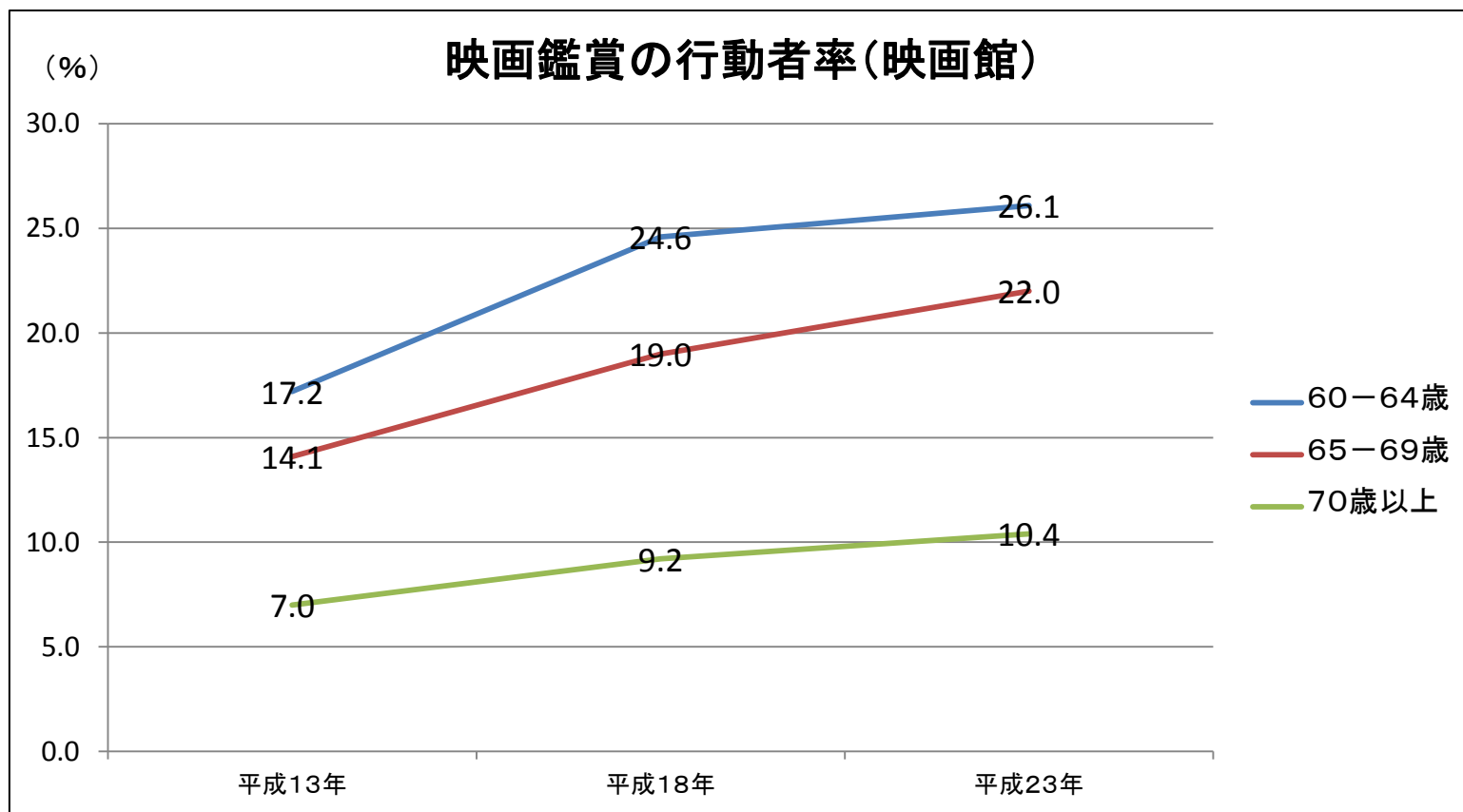
# シニア層の消費

## 高齢者世帯最終消費支出額の動向



出典: 経済産業省産業活動分析(平成24年1~3月期)

# シニア層の趣味・娯楽



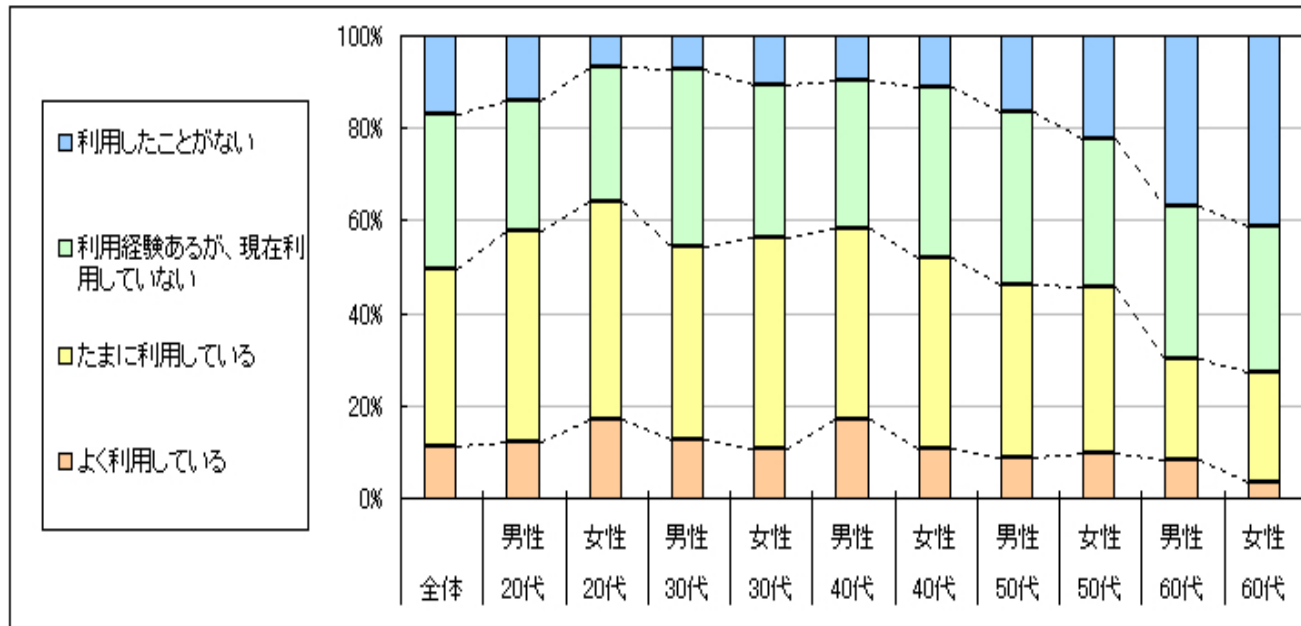
注) 行動者率…調査日に当該行動をした日の数÷属性別の人口×100

出典:総務省「社会生活基本調査(平成13~23年)」

# シニア層がレンタルしない理由

➤ 行動範囲が狭い

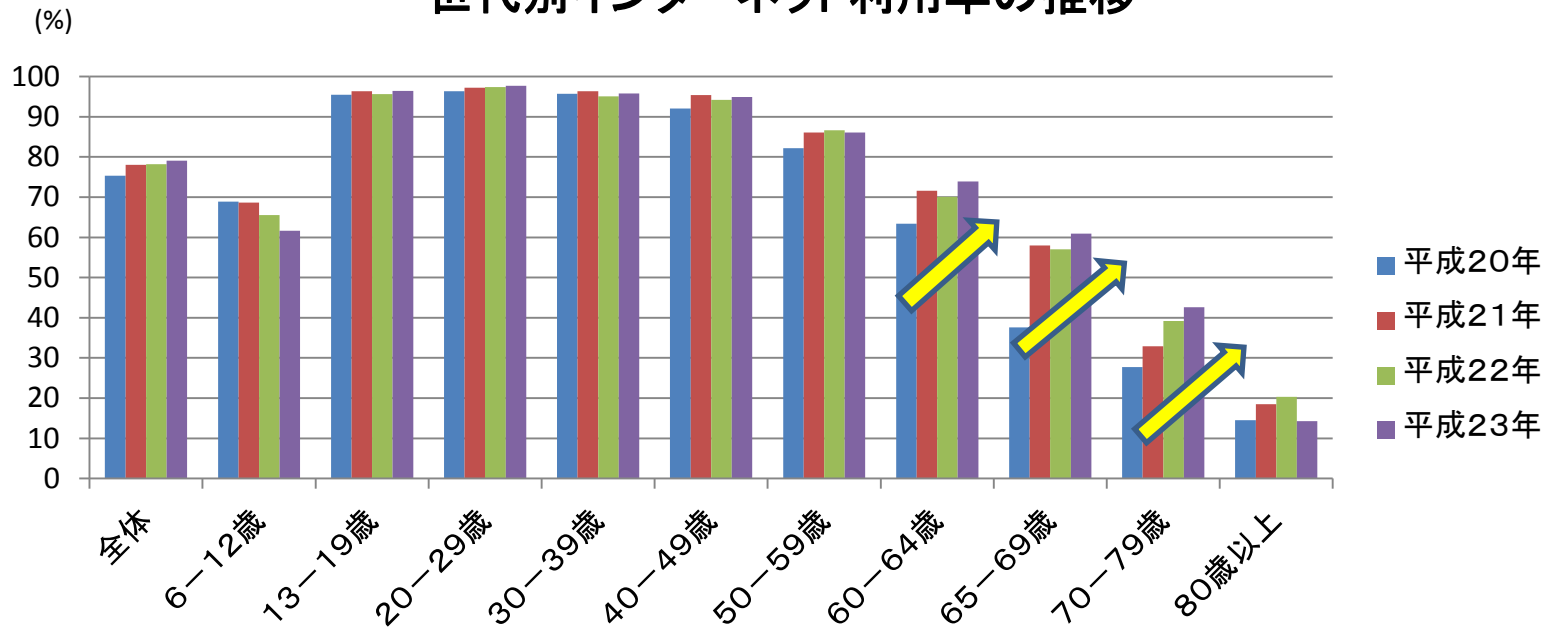
➤ DVDをレンタルするという考えがない



→DVDレンタルを利用したことがない人は60代で約40%

# 対策一宅配レンタル

## 世代別インターネット利用率の推移



出典：総務省「通信利用動向調査」もとに作成

シニア層のネット利用率が増加



宅配レンタルの可能性

# なぜシニアに宅配なのか

- お店に行かなくても見ることができる
- 操作が簡単
- DVDが実際に届く
- 比較的旧作の利用率が高い

# その他の対策

- 朝割

利用者が少ない朝に来店し、レンタルすればポイントがたまる

- 紹介制度

お友達紹介でポイントをためることができる

- 出張レンタル

移動図書館のように、店舗まで行かなくてもDVDを借りることができる機会を提供

- TEL催促

返却期限前にTEL連絡

# 成功例

- 任天堂

家庭用ゲーム機「Wii」は高齢者でも使えるテレビで孫と一緒に楽しめ、かつ健康器具的な要素もある

- セブン-イレブン・ジャパン

弁当や食材などの宅配事業「セブンミール」を展開し、高齢者世帯などへの無料宅配での売り上げは11年度は100億円

# まとめ

現在レンタルDVD市場は減少傾向にある。

しかし、この高齢社会の中でシニア層を取り込むことができれば、レンタルDVD市場は回復の見込みがある。



# 参考文献

- 日本映像ソフト協会 (<http://www.jva-net.or.jp/index.html>)  
「ビデオレンタル店実態調査」(2005～2012年)  
「ビデオソフト市場規模及びユーザー動向調査2012」  
「JVA個人向けレンタルシステム加盟店推移」
- 野村総合研究所  
「国内外における音楽・映像等のコンテンツのクラウド型サービスの動向」プレゼン資料(pdf)
- 株式会社ベンチャー・リンク「消費者利用動向調査(2009年)」  
([http://j-net21.smrj.go.jp/establish/startup/cons\\_benriya.html](http://j-net21.smrj.go.jp/establish/startup/cons_benriya.html))
- CCC短信決算、GEO短信決算
- 経済産業省「産業活動分析(平成24年1～3月期)高齢者世帯の消費について」(pdf)
- 総務省 (<http://www.stat.go.jp/>)  
「通信利用動向調査」(2008～2011年)  
「統計から見たわが国の高齢者(65歳以上)」(2012年)  
「社会生活基本調査」(平成13～23年)