資料５－２

配信サービスの市場動向・視聴状況について

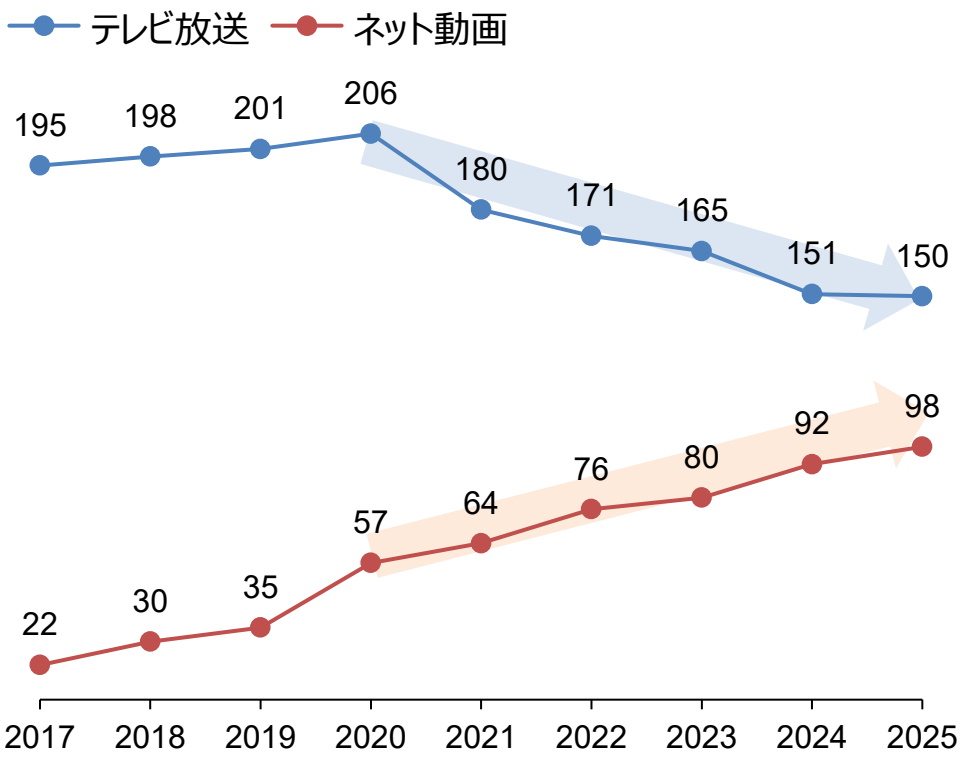
令和８年１１月４日
情報通信審議会
情報通信政策部会
放送政策委員会事務局

国内におけるテレビ放送とネット動画の視聴状況

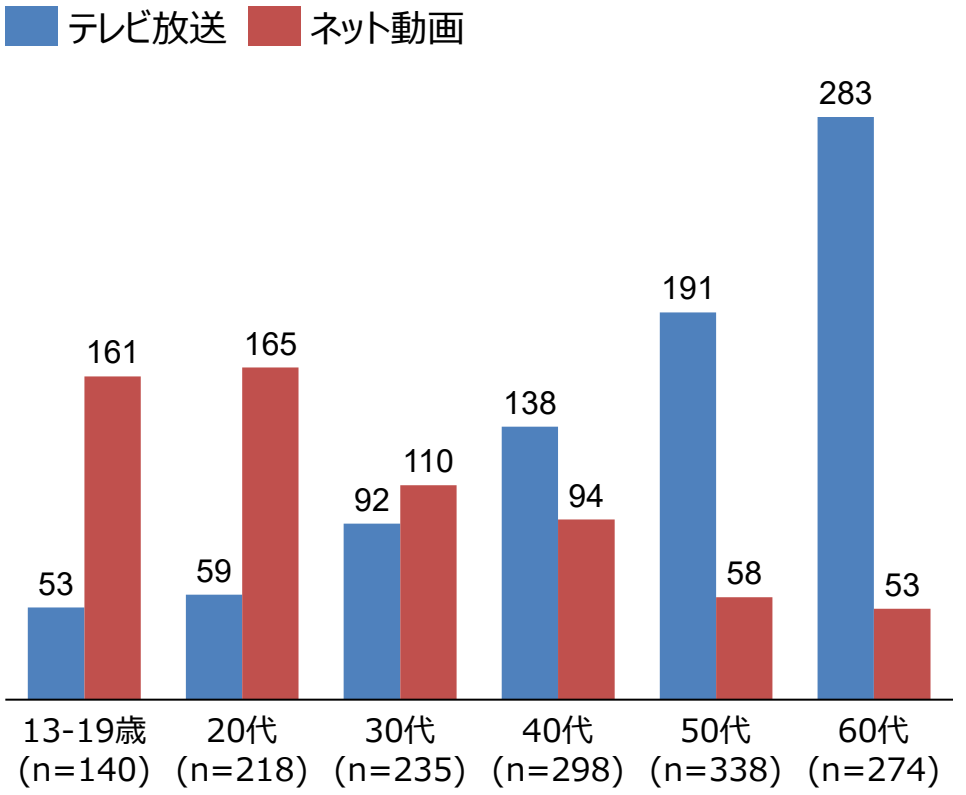
- テレビ放送の視聴時間が減少する中、ネット動画の視聴時間は増加、コロナ禍以降変化が加速。
- 若年層ほど動画配信の視聴時間が長く、30代以下ではネット動画がテレビ放送の視聴時間を上回っている。

テレビ放送・ネット動画の視聴時間（1日あたり分数）

2017-2025年 ・ 13-69歳



2025年 ・ 年代別



※ テレビ放送はリアルタイム視聴と録画を含む、ネット動画は動画共有サービスと動画配信サービスの合計。非視聴者を含む1日平均（分）。
平日・休日別の回答を、平日5日・休日2日として加重平均。左図の13～69歳計は、各年度の年代別のデータをサンプル数で加重平均して算出。

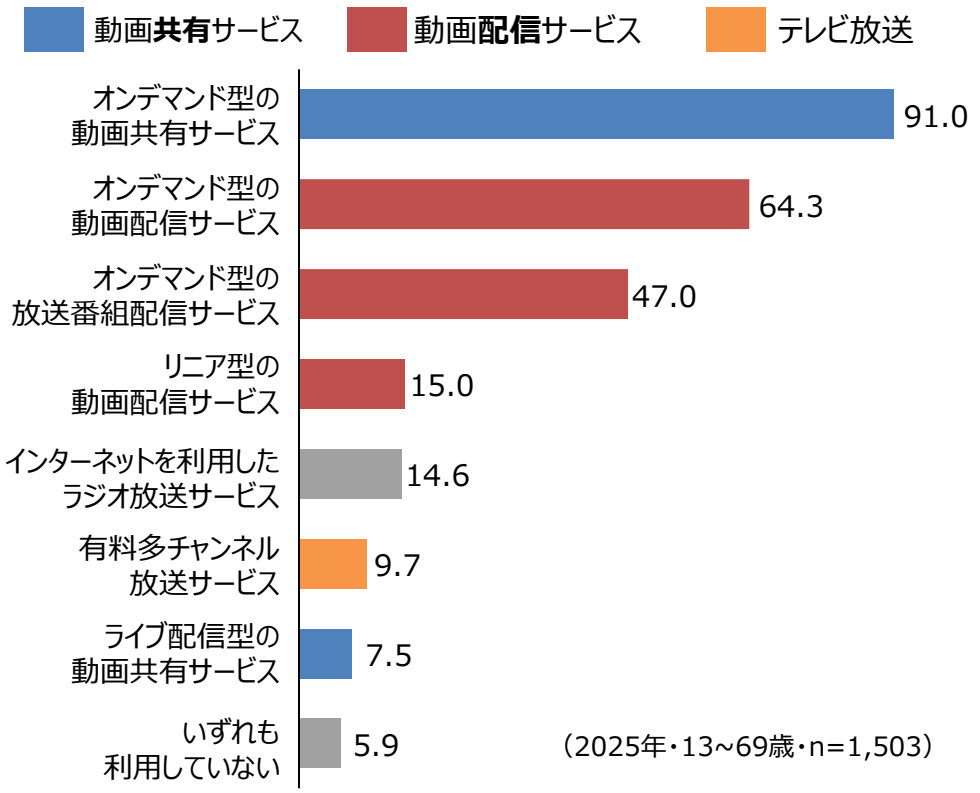
【出典】総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」https://www.soumu.go.jp/main_content/001079141.pdf

国内におけるテレビ放送とネット動画サービスの利用状況

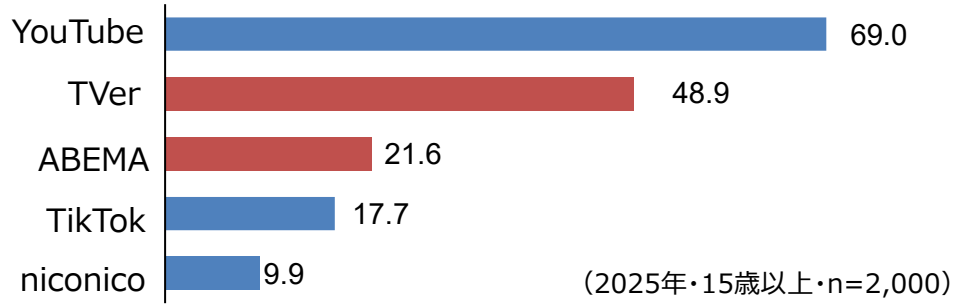
- オンデマンド型の動画配信サービスの利用率が、有料多チャンネル放送サービスの利用率を大きく上回っており、動画コンテンツの視聴において大きな存在感を有している。
- 個別サービスを見ると、無料サービスではYouTubeやTVer、有料動画配信サービスではAmazonプライムビデオやNetflixが高い利用率となっている。

テレビ放送・ネット動画等の利用率

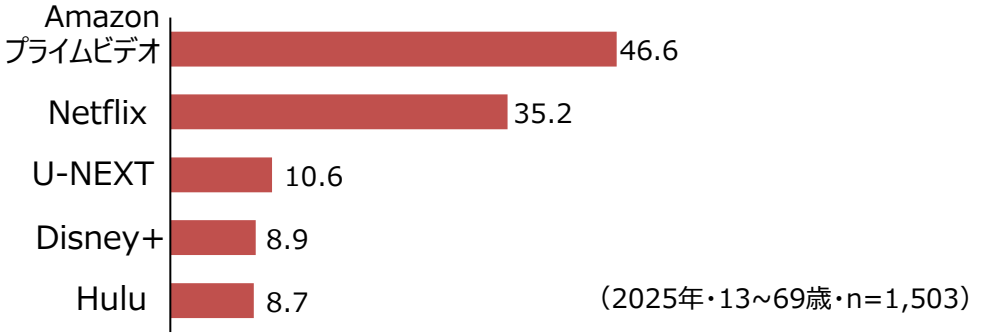
サービス区分別※1



（参考）主な**無料**ネット動画サービス※2



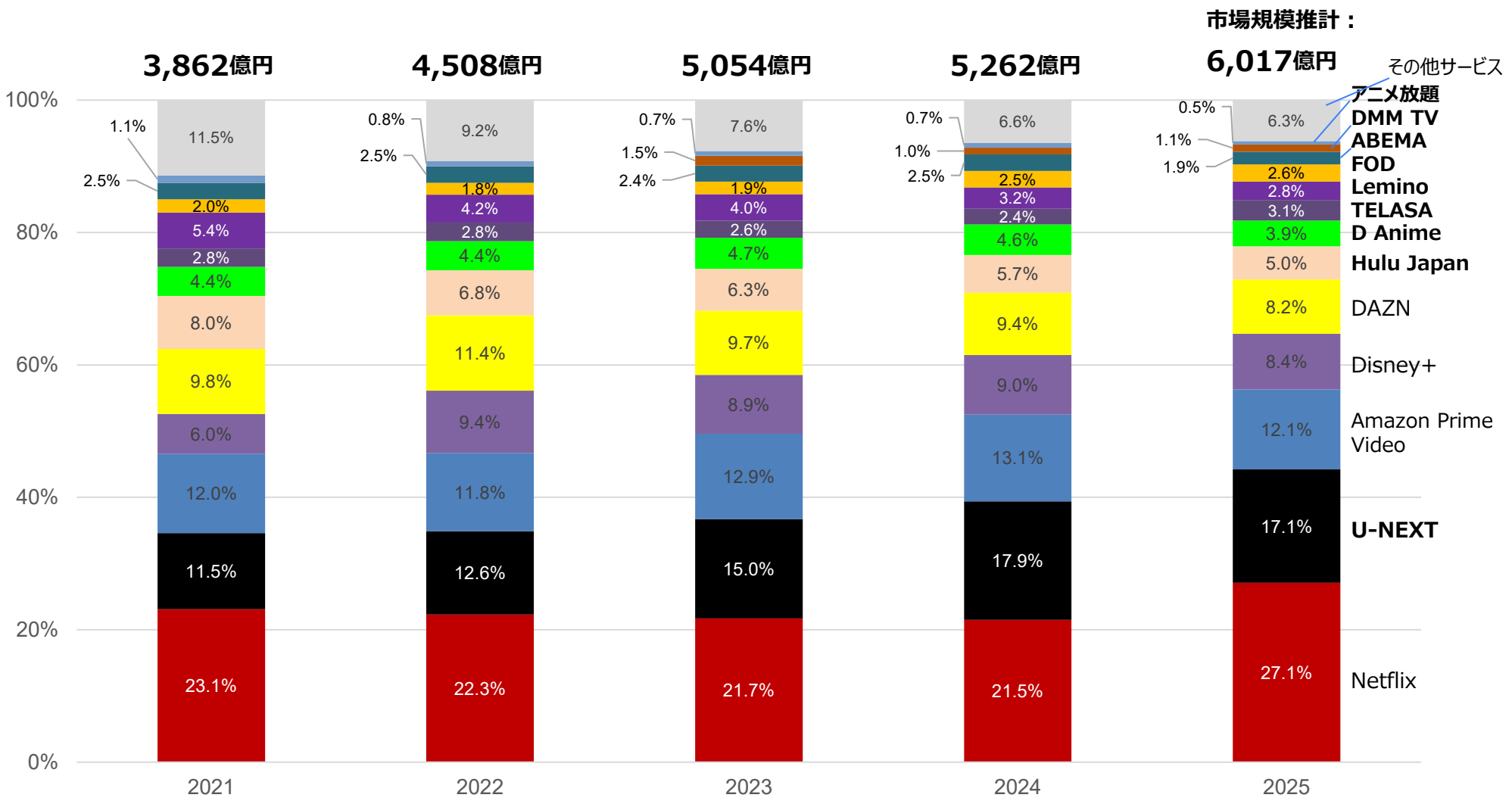
（参考）主な**有料**動画**配信**サービス※1



【出典】（※1）総務省「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」（2026年）、（※2）総務省「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査研究」（2026年）

国内動画配信（定額制）サービスの市場規模・シェア

2025年の定額制動画配信（SVOD）サービスの国内市場規模は、推計6,017億円（前年比+14%）であり、市場規模は拡大傾向にある。

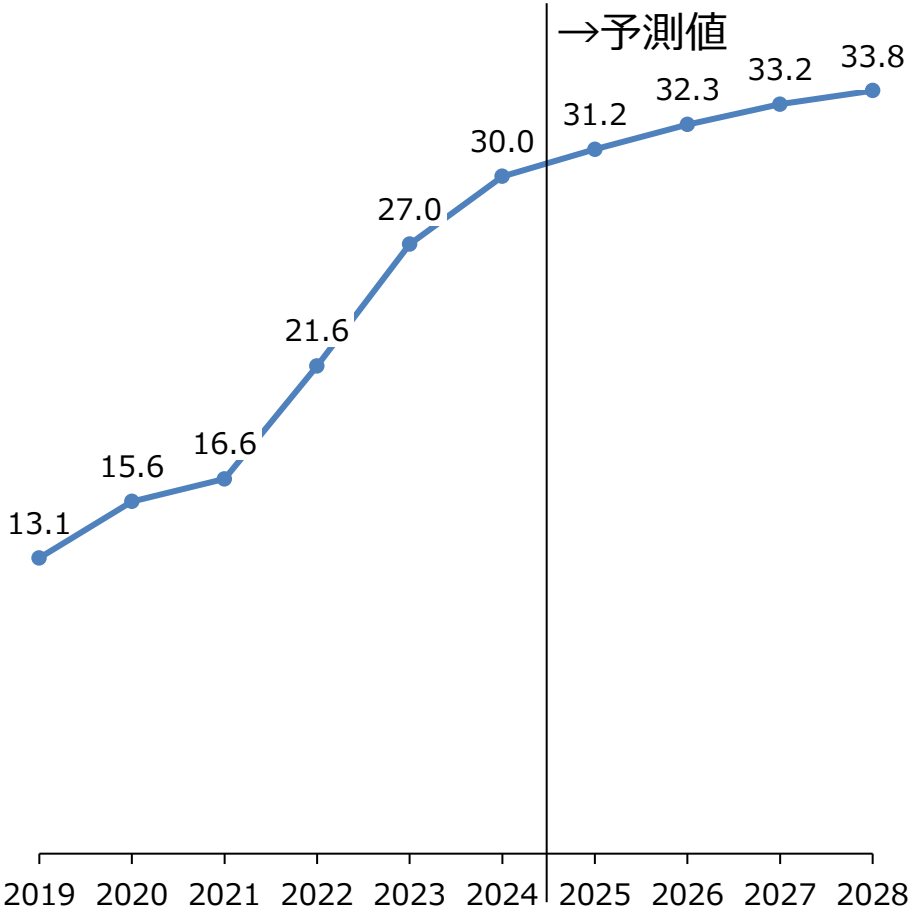


【出典】GEM Standard, “定額制動画配信（SVOD）サービス別　国内市場シェア推移”を基に総務省作成

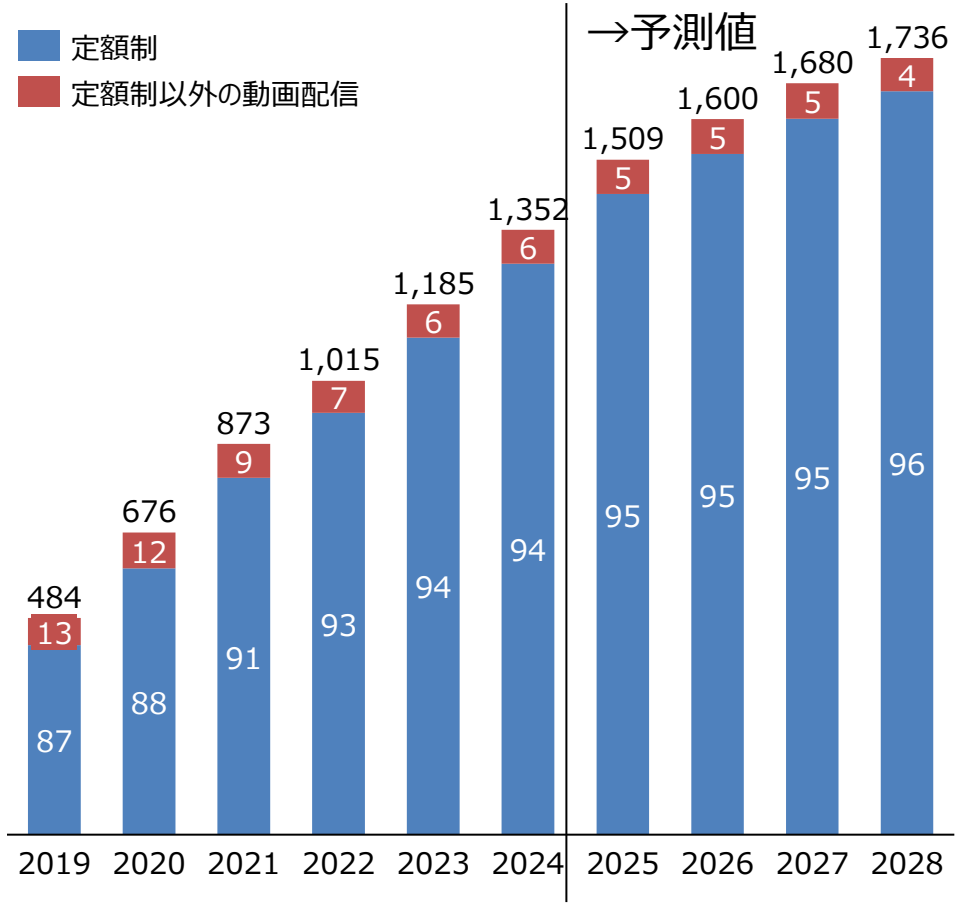
世界の動画配信サービス市場の動向

世界の動画配信サービス市場は定額制を中心に拡大し、2028年には契約数33.8億件、売上高1,736億ドルに達する見通し。

定額制動画配信契約数（億契約）



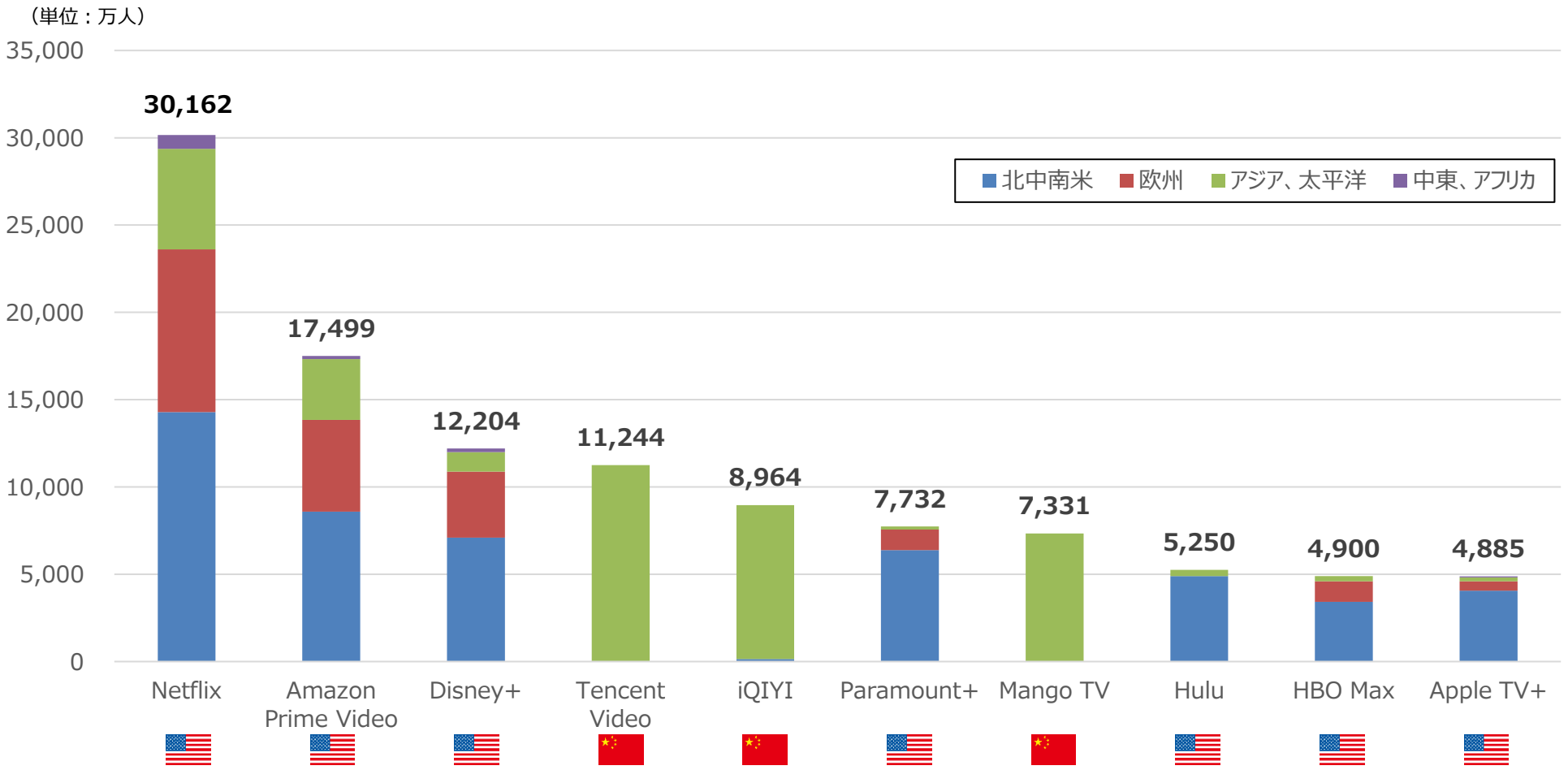
動画配信サービスの売上高（億ドル）



【出典】総務省「令和7年版 情報通信白書」データ集・図表18（2026年・Omdiaデータに基づく）
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r07/html/datashu.html

全世界の主な動画配信プラットフォームの有料契約者数

動画配信プラットフォームの有料契約者数（2024年末）では、グローバル配信プラットフォームが台頭。



（※）有料契約者数：定額制動画配信(SVOD)サービスの有料会員数。

（※）動画配信プラットフォーム：定額制動画配信(SVOD)サービスを指す。

【出典】OMDIA, “Channel Revenue Programming Spend Database September 2025”を基に総務省作成。

地域別動画配信プラットフォームの状況

地域	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
東南アジア	Viu（地域）1,374万人	Netflix（グローバル）1,300万人	Vidio（現地）540万人	WeTV（地域）427万人	iQIYI（グローバル）333万人	HBO Max（グローバル）276万人	Vision Plus（現地）272万人	Disney+ Hotstar（地域）253万人	VieOn（現地）230万人	True ID Plus（現地）170万人
北米	Netflix（グローバル）8,693万人	Amazon Prime（グローバル）6,793万人	Disney+（グローバル）5,679万人	Hulu（現地）4,900万人	Paramount+（グローバル）4,725万人	Peacock（現地）3,945万人	Apple TV+（グローバル）3,923万人	HBO Max（グローバル）2,610万人	ESPN＋（現地）2,490万人	Starz（現地）1,177万人
欧州	Netflix（グローバル）9,318万人	Amazon Prime（グローバル）5,269万人	Disney+（グローバル）3,779万人	HBO Max（グローバル）1,177万人	Paramount+（グローバル）1,174万人	DAZN（グローバル）920万人	RTL＋（現地）606万人	Discovery+（グローバル）593万人	Apple TV+（グローバル）528万人	ivi（地域）463万人
中南米	Netflix（グローバル）5,333万人	Amazon Prime（グローバル）1,787万人	Paramount+（グローバル）1,663万人	Discovery+（グローバル）1,417万人	HBO Max（グローバル）807万人	Globoplay（現地）705万人	Claro Video（地域）570万人	Crunchyroll（グローバル）256万人	DAZN（グローバル）196万人	Apple TV+（グローバル）143万人
南アジア	JioHotstar（現地）4,502万人	Amazon Prime（グローバル）1,891万人	JioCinema（現地）1,846万人	Netflix（グローバル）1,077万人	Sony LIV（現地）659万人	Discovery+（グローバル）640万人	ZEE5（現地）566万人	Aha（現地）290万人	Watcho（現地）248万人	Ullu（現地）234万人

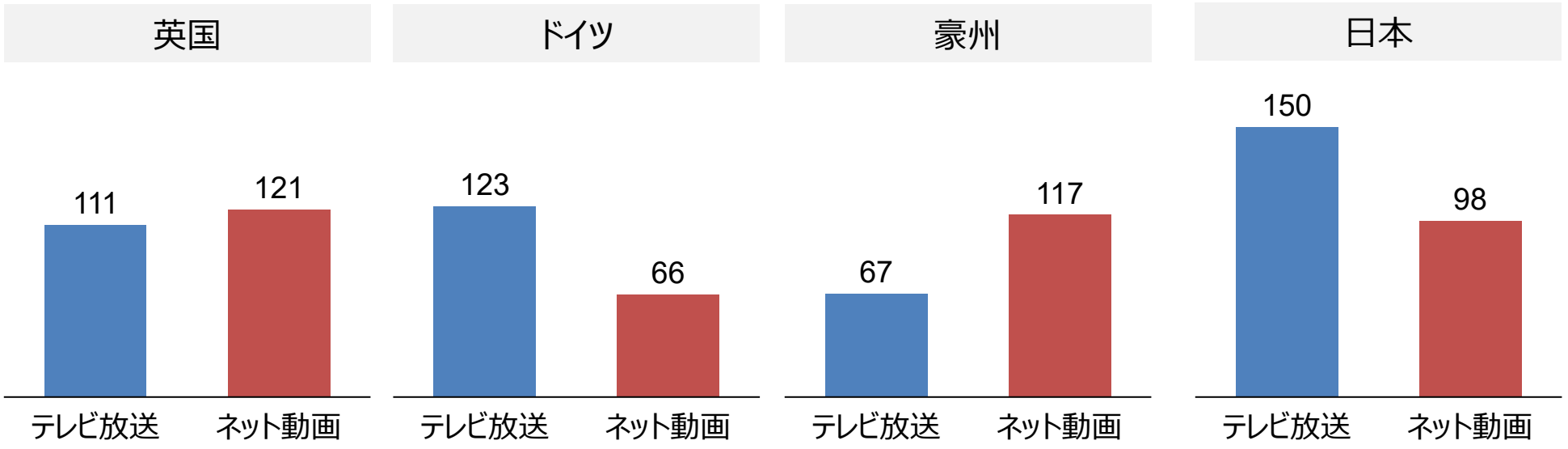
（※）2024年末時点の定額制動画配信（SOD）サービスの有料契約者数。「グローバル」とは自国の属するエリア外にも事業を展開する事業者、「地域」とは自国の属する地域内で事業を展開する事業者、「現地」は自国のみにおいて事業を展開する事業者をいう。

（出典）OMDIA, “Channel Revenue Programming Spend Database September 2025”を基に作成。

諸外国におけるテレビ放送とネット動画の視聴状況

諸外国でもネット動画が日常的な視聴手段となっており、英国・豪州ではネット動画の視聴時間がテレビ放送を上回っている。

テレビ放送・ネット動画の視聴時間（1日あたり分数・2025年）



テレビ放送：テレビ放送のリアルタイム視聴およびタイムシフト視聴
ネット動画　：動画配信・動画共有サービス（テレビ番組の見逃し配信等も含む）

国	対象年齢	サンプルサイズ	調査方法	出所
英国	4歳以上	約16,000人	機械式調査 ※自宅内のみ	Ofcom「Media Nations 2026」
ドイツ	14歳以上	2,512人	アンケート調査 （前日のメディア視聴を聴取）	ARD/ZDF「Medienstudie 2025」
豪州	18歳以上	4,396人	アンケート調査（過去7日間の利用有無と、平均的な1週間の視聴時間を聴取）	The Social Research Centre「The 2025 Television & Media Survey – Summary Report」
日本	13~69歳	1,503人	アンケート調査（日記式）	総務省「令和7年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

動画配信サービスの普及に伴う視聴者の認識

ドイツ：若年層におけるテレビ・配信のサービス認識

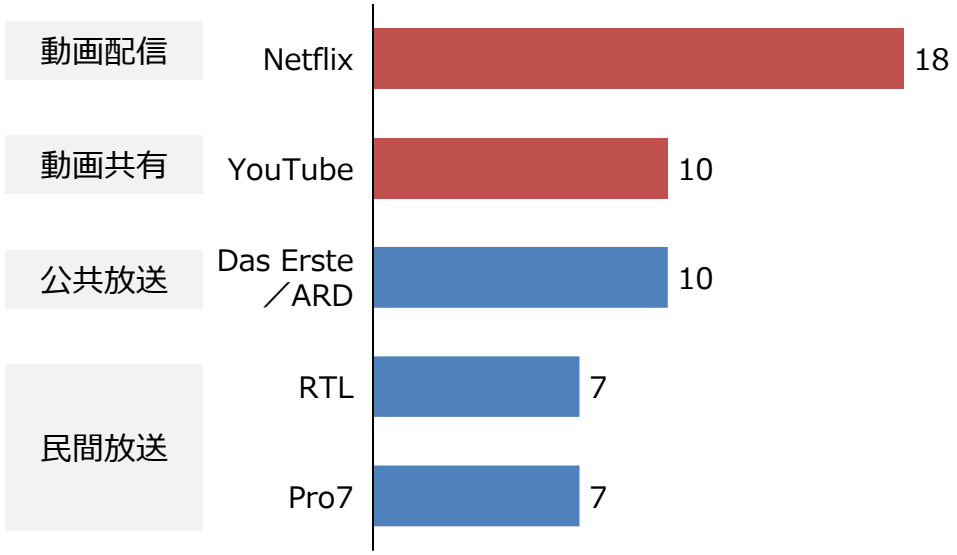
- ドイツでの12～19歳の1,200人を対象とした調査では、「もっとも好きなテレビ局」としてNetflix（18%）とYouTube（10%）が挙げられた。
- 若年層では、テレビ放送とストリーミングサービスを必ずしも区別せずに認識していることがうかがえる。

豪州：制度の適用範囲と視聴者認識の違い

- 豪州では、商業テレビ放送には青少年保護や番組内容等を定めた業界行動規範（コード）が適用されるが、当該コードは動画配信には適用されていない。
- 豪通信メディア庁（ACMA）の調査では、コードを一定程度認知・理解している回答者においても、半数以上が動画配信にもコードが適用されると認識していた。

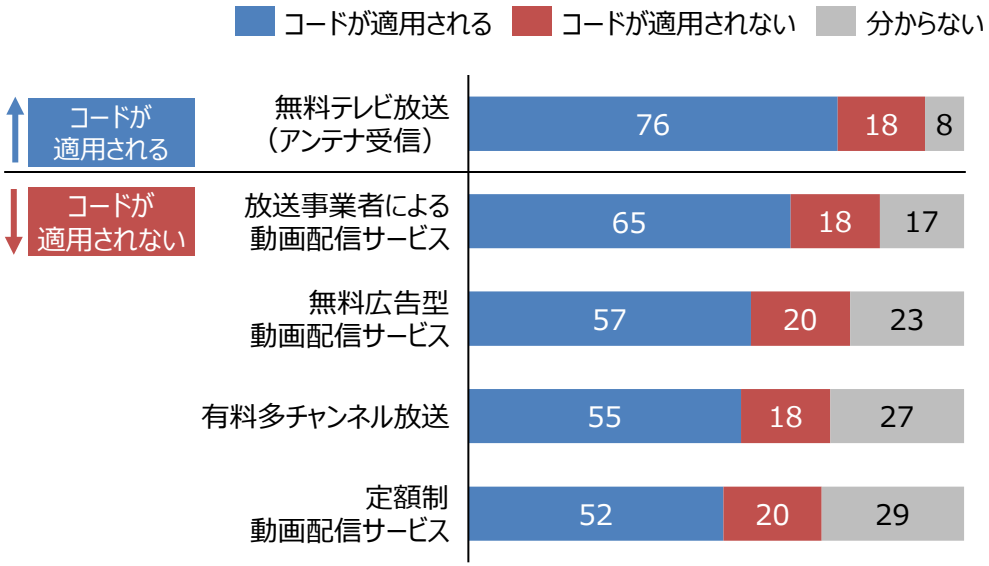
「もっとも好きなテレビ局」に対する回答結果（%）

（2025年・12~19歳1,200人）



コードの適用範囲に関する視聴者アンケートの結果

（2025年・コードを「ある程度知っている」「十分理解している」と回答した成人499人）



【出典】mpfs「JIM-Studie 2025」（2025年）、ACMA「What TV viewers expect」（2026年2月）