

報道関係者各位  
プレスリリース

2019年6月28日  
ソフトブレイン・フィールド株式会社

## サブスク市場は発展みせるも、利用経験者は1割に満たず。

～サブスクリプションサービスの利用に関するアンケート調査～

### [調査結果のポイント]

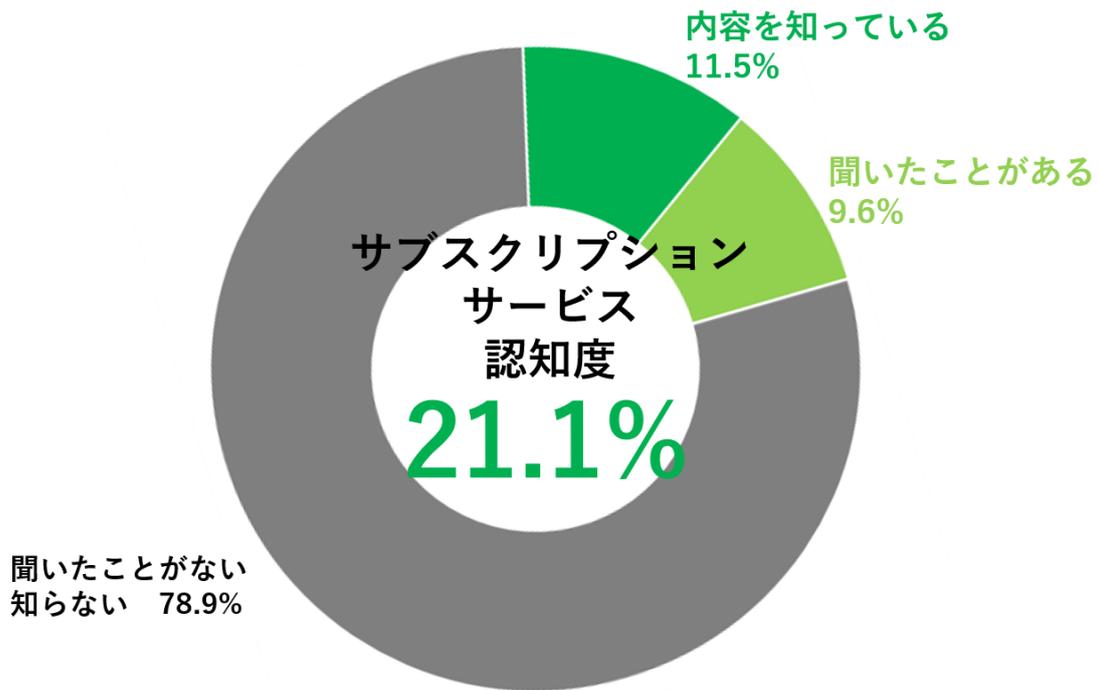
- ・サブスクリプションサービスの認知度は、「内容を知っている」が11.5%、「聞いたことがある」が9.6%に留まり、言葉を認知している方は2割となり、8割の方がサブスクリプションサービスという言葉に馴染みがない。(図表1)
- ・「サブスクリプションコンテンツサービス」の利用経験者は8.5%、「サブスクリプションレンタルサービス」の利用経験者は6.1%となり、いずれも1割に満たず、ほとんどの方は利用経験がない。(図表2)
- ・利用のきっかけは、いずれも「初月無料などのキャンペーン」が最多で、「サブスクリプションコンテンツサービス」が45.4%、「サブスクリプションレンタルサービス」が32.0%となり、「商品やサービスが魅力的だったから(コンテンツサービス33.5%/レンタルサービス16.0%)」や、「購入するよりもお得・節約のため(コンテンツサービス20.8%/レンタルサービス20.6%)」を上回る。1ヵ月あたりの利用料金はいずれも1ヵ月あたり「1,000円未満」が最多で、「サブスクリプションコンテンツサービス」が42.0%、「サブスクリプションレンタルサービス」が28.4%となり、2割以上の方が「無料期間内」と回答。(図表3、図表4)
- ・直近1年間で利用した「サブスクリプションコンテンツサービス」は、「1. 動画」が49.1%で半数以上。「2. 音楽」が29.7%、「3. 電子書籍・定期購読」が24.9%と続く。「サブスクリプションレンタルサービス」は、「1. 本・マンガ・絵本などの書籍」が17.5%で最多で、「2. カーシェアリング・カーリース」が9.8%、「3. アクセサリー・ジュエリー」が7.7%と続いた。(図表5、図表6)
- ・今後利用してみたい「サブスクリプションコンテンツサービス」は、「1. Amazonプライム・ビデオ」が43.2%と最多で、「2. Hulu」が18.6%、「3. Netflix」が18.1%と続き、動画コンテンツサービスが選ばれた。「サブスクリプションレンタルサービス」は、「1. パナソニック(安心バリュープラン)」が25.5%で最多となり、昨年12月からの比較的新しいサブスクリプションレンタルサービスが支持を集め、次いで、カーシェアリングの「2. Times CAR SHARE(タイムズカーシェア/車)」が14.2%、「3. Dyson Technology+(ダイソンテクノロジー プラス/家電)」が11.5%と続いた。(図表7、図表8)
- ・実店舗で利用してみたいサブスクリプションサービスは、「1. ポイント還元率のUPや値引き」が20.6%で最多となり、5人に1人の方が回答した。(図表9)

消費者に提供する商品やサービスの数ではなく、利用期間に対して定額料金で製品やサービスを貸し出す「サブスクリプションサービス(定額制と同じ意味で用いられるケースが多い)」が急速に広がり、2023年には8,600億市場に発展する見込みであると言われております(矢野経済研究所発表)。

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレイン・フィールド株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:木名瀬博)は、「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」(以下POB)アンケートモニター(N=3,163名、20代~60代男女)を対象に「サブスクリプションサービスの利用に関するアンケート」を2019年6月7日(金)~6月10日(月)にかけて実施をいたしましたので、ご報告いたします。(調査概要6P参照)

最初にサブスクリプションサービスの認知度を調査をしました。

図表 1) サブスクリプションサービスについてご存知ですか？



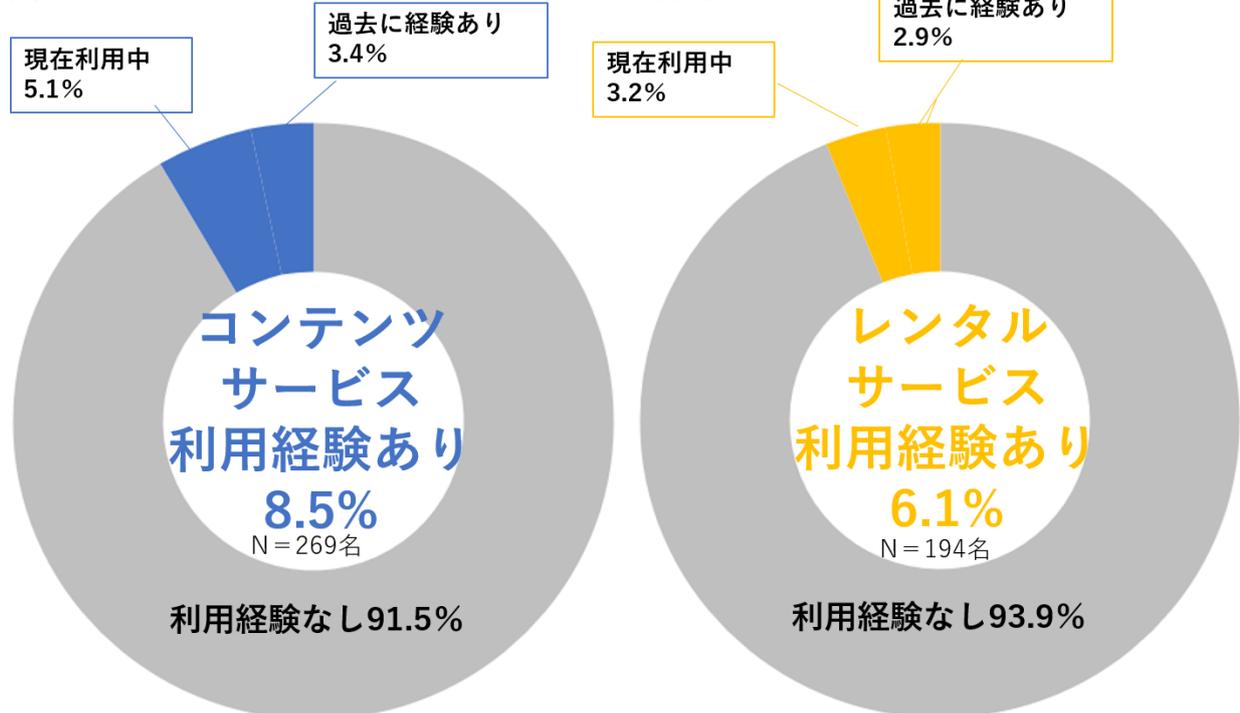
N = 3,163名、POB会員男女

ソフトブレン・フィールド調べ

サブスクリプションサービスの認知度は、「内容を知っている」が11.5%、「聞いたことがある」が9.6%に留まり、言葉を認知している方は2割となり、8割の方がサブスクリプションサービスという言葉に馴染みがないことがわかりました。

様々なサブスクリプションサービスがありますが、今回は、「コンテンツサービス」と「レンタルサービス」をセレクトし、利用経験や頻度を調査しました。

図表 2) サブスクリプションサービスの利用経験について



N = 3,163名、POB会員男女

ソフトブレン・フィールド調べ

利用経験については、「サブスクリプションコンテンツサービス」および「サブスクリプションレンタルサービス」とともに、1割に満たず、「コンテンツサービス利用経験あり」が8.5%、「レンタルサービス利用経験あり」が6.1%となりました。CMでもお馴染みの映像配信サービス「Amazonプライム・ビデオ」や、「カーシェアリング」のステッカーを貼った車や、貸出ステーションを街で見かける頻度が多くなった「カーシェアリング」など、日常生活の中で目に触れる機会が増えている印象を受けますが、ほとんどの方が利用経験がない実態がわかりました。

次からは、「サブスクリプションコンテンツサービス」の利用経験者（N=269名）および、「サブスクリプションレンタルサービス」の利用経験者（N=194名）を対象に、利用のきっかけや1ヵ月あたりの料金形態を調査しました。

図表3) サブスクリプションサービスを利用したきっかけは？（複数回答）

	コンテンツサービス (%)	レンタルサービス (%)
初月無料などのキャンペーン	45.4%	32.0%
商品やサービスが魅力的だったから	33.5%	16.0%
購入するよりもお得・節約のため	20.8%	20.6%
知人や友人が利用していたから	8.2%	8.8%
話題だから	7.1%	6.7%
広告や宣伝など	5.6%	8.2%
この中にはない	15.6%	28.9%

N=269名

N=194名

ソフトブレン・フィールド調べ

利用したきっかけを尋ねると、いずれも「初月無料などのキャンペーン」がもっとも多く、「サブスクリプションコンテンツサービス」が45.4%、「サブスクリプションレンタルサービス」が32.0%となり、「商品やサービスが魅力的だったから（コンテンツサービス33.5%/レンタルサービス16.0%）」や、「購入するよりもお得・節約のため（コンテンツサービス20.8%/レンタルサービス20.6%）」を上回りました。

図表4) 1ヵ月あたりのサブスクリプションサービス利用料金は？

	コンテンツサービス (%)	レンタルサービス (%)
無料期間内	20.4%	26.3%
1,000円未満	42.0%	28.4%
1,000円~2,000円未満	16.0%	12.9%
2,000円~3,000円未満	6.7%	10.3%
3,000円~4,000円未満	6.7%	6.7%
4,000円~5,000円未満	3.7%	4.6%
5,000円~10,000円未満	2.2%	5.2%
10,000円以上	2.2%	5.7%

N=269名

N=194名

ソフトブレン・フィールド調べ

1ヵ月あたりの利用金額を尋ねると、いずれも「1,000円未満」と回答した方がもっとも多く、「サブスクリプションコンテンツサービス」が42.0%、「サブスクリプションレンタルサービス」が28.4%でした。また、2割以上の方が、「無料期間内」と回答しました。

次に、直近1年間で利用した「サブスクリプションコンテンツサービス」および、「サブスクリプションレンタルサービス」のジャンルを調査しました。

図表5) 直近1年間で利用したサブスクリプションコンテンツサービスは？(複数回答)

コンテンツサービス (%)	
1. 動画	49.1%
2. 音楽	29.7%
3. 電子書籍・定期購読	24.9%
4. ソフトウェア・アプリケーション	11.9%
5. ゲーム	2.6%
6. その他	18.6%

N=269名

ソフトブレン・フィールド調べ

直近1年間で利用した「サブスクリプションコンテンツサービス」を尋ねると、「1. 動画」が49.1%となり、半数以上の方が回答し、「2. 音楽」が29.7%、「3. 電子書籍・定期購読」が24.9%と続きました。

図表6) 直近1年間で利用したサブスクリプションレンタルサービスは？(複数回答)

レンタルサービス (%)	
1. 本・マンガ・絵本など書籍	17.5%
2. カーシェアリング・カーリース	9.8%
3. アクセサリー・ジュエリー	7.7%
4. バッグ	7.2%
5. 家電	6.2%
6. 洋服	5.7%
7. ライドシェア(自転車・バイク)	2.1%
8. 家具・インテリア雑貨	1.0%
9. 子供向けおもちゃ・玩具	0.5%
10. その他	53.1%

N=194名

ソフトブレン・フィールド調べ

直近1年間で利用した「サブスクリプションレンタルサービス」を尋ねると、「1. 本・マンガ・絵本などの書籍」が17.5%でもっとも多く、「2. カーシェアリング・カーリース」が9.8%、宝飾品やファッション雑貨などの「3. アクセサリー・ジュエリー」が7.7%と続きました。コメントからは、「車を所有するほど乗らなくなったので、カーシェアを利用(60代男性)」といった、生活スタイルの変化がきっかけとなっていることや、「お店に行かなくても、洋服のコーディネートができるから(40代女性)」や、「レンタルやリースより気楽に利用できる(60代男性)」といった声もありました。

次に、「サブスクリプションコンテンツサービス」を今後利用したいと回答した方(N=902名)および、「サブスクリプションレンタルサービス」を今後利用したいと回答した方(N=1,011名)を対象に、利用したいサービスについて調査をしました。

図表7) 今後利用してみたいサブスクリプションコンテンツサービスは？（複数回答）

	(%)
1. Amazonプライム・ビデオ（動画）	43.2%
2. Hulu（動画）	18.6%
3. Netflix（動画）	18.1%
4. YouTube Premium（動画）	11.2%
5. デジタル新聞（日本経済新聞・一般紙など）	7.4%
6. Apple Music（音楽）	7.2%
7. dマガジン（雑誌）	7.2%
8. 楽天マガジン（雑誌）	6.2%
9. Spotify（音楽）	5.5%
10. めちゃコミック（漫画）	4.5%

※上位10回答

ソフトブレン・フィールド調べ

N=902名、サブスクリプションコンテンツサービスを今後利用したいと回答したPOB会員男女

まず、今後利用してみたい「サブスクリプションコンテンツサービス」を尋ねると、「1. Amazonプライム・ビデオ」が43.2%で、半数近くの方の支持を集め、「2. Hulu」が18.6%、「3. Netflix」が18.1%、「YouTube Premium」が11.2%と続き、1位から4位までは、動画コンテンツサービスが支持を集めました。他にも、音楽配信サービスの「6. Apple Music」7.2%や、雑誌読み放題の「dマガジン（雑誌）」7.2%などがランクインしました。コメントからは、「動画をたくさん観たいためNetflixを利用（20代男性）」や、「出先でも新聞を読むことができる（40代男性）」などといった声がありました。

図表8) 今後利用してみたいサブスクリプションレンタルサービスは？（複数回答）

	(%)
1. パナソニック（安心バリュープラン/家電）	25.5%
2. Times CAR SHARE（タイムズカーシェア/車）	14.2%
3. Dyson Technology +（ダイソン テクノロジー プラス/家電）	11.5%
4. airCloset（エアークローゼット/洋服）	9.5%
5. subslife（サブスクライフ/家電）	8.1%
6. MECHAKARI（メチャカリ/洋服）	7.1%
7. Laxus（ラクサス/バッグ）	5.8%
8. airRoom（エアールーム/家具・インテリア）	5.2%
9. subslife（サブスクライフ/家具・インテリア）	4.0%
10. 絵本クラブ（絵本）	3.8%

※上位10回答

ソフトブレン・フィールド調べ

N=1,011名、サブスクリプションレンタルサービスを今後利用したいと回答したPOB会員男女

次に、今後利用してみたい「サブスクリプションレンタルサービス」を尋ねると、パナソニック製の最新TVを定額でレンタルできる「1. パナソニック（安心バリュープラン/家電）」が25.5%でもっとも支持を集め、次いで、カーシェアリングの「2. Times CAR SHARE（タイムズカーシェア/車）」が14.2%、「3. Dyson Technology +（ダイソン テクノロジー プラス/家電）」が11.5%と続きました。他にも、「4. airCloset（エアークローゼット/洋服）」9.5%、や「7. Laxus（ラクサス/バッグ）」5.8%などといった、女性をターゲットにしたファッションやブランドバッグのレンタルサービスなどがランクインしました。

現在では、顧客囲い込み施策の1つとして、実店舗におけるサブスクリプションサービスを導入する企業も増えており、広がりをみせています。

最後に、実店舗で利用してみたい「サブスクリプションサービス」について調査をしました。

図表9) 実店舗で利用してみたいサブスクリプションサービスは？(複数回答)

	(%)
1. ポイント還元率のUPや値引き	20.6%
2. コーヒースタンドなどのカフェ利用	14.3%
3. 日用品購入	11.2%
4. ランチ利用時の、サラダバーやドリンク	10.2%
5. 新商品お試し購入	9.3%

N=3,163名、POB会員男女

ソフトブレイン・フィールド調べ

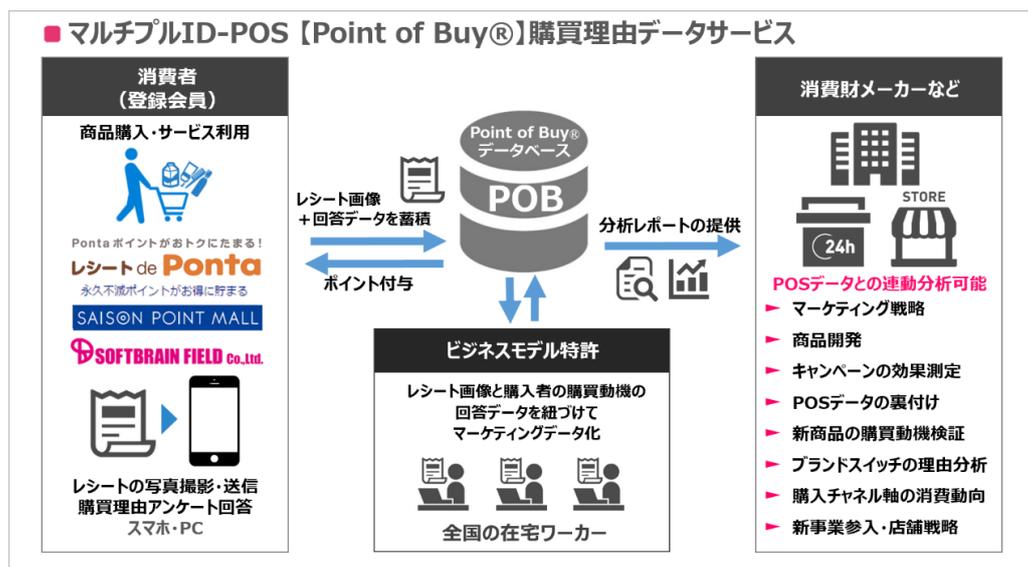
実店舗で利用してみたいサブスクリプションサービスを尋ねると、「1. ポイント還元率のUPや値引き」が20.6%となり、5人に1人の方が回答しました。他にも、「2. コーヒースタンドなどのカフェ利用」が14.3%、生活必需品などの「3. 日用品購入」が11.2%と続きました。

今回の調査では、「サブスクリプションサービス」については、8割の方が言葉に馴染みがなく、レンタルサービスおよびコンテンツサービスの利用者は1割に満たない結果となりました。「動画」や「音楽」などを中心に、様々な分野で展開が進んでいるイメージがありますが、消費者にサービスが浸透されるのはこれからであると言えます。

また、利用のきっかけについては、「商品やサービス」よりも、「無料期間などのキャンペーン」が上回らる中で、消費者の満足度を維持し、長く継続して利用してもらうための商品やサービスの提供が重要になってくるのではないのでしょうか。

【調査概要】

調査対象	全国のPOB会員アンケートモニター					
調査方法	インターネットリサーチ					
年代	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	66	286	582	488	216	1,638
男性	26	121	378	528	472	1,525
総計	92	407	960	1,016	688	3,163
調査日時	2019/6/7~6/10					
調査機関	ソフトブレイン・フィールド株式会社					



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート(利用証明として)を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人(シングルソース)から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実

態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約20万人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成  
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>  
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース（一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーボ <https://receipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（市場名：東証1部・4779、本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約90,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など169,000店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階 設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博 URL：<https://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 事業開発課 佐藤（さとう） / 神谷（かみたに）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと） / 石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：[press@sbfield.com](mailto:press@sbfield.com)

当社調査リリースに取材協力していただける企業を募集しています。くわしくは、[press@sbfield.com](mailto:press@sbfield.com) よりお気軽にお問合せください。