１．動画配信サービス

　動画配信サービスとは、インターネットやモバイル通信回線を通じてパソコンやスマートフォンなどで動画を視聴できるサービスのことである。定額制などの有料サービスや広告収入で運営している基本無料のサービスがある。映画やアニメといったコンテンツを配信するサービスのほかに、アマチュアが投稿した動画を共有するサイトもある。現在は「YouTube」などの無料動画配信サービスでも料金を支払い、レンタル・購入するコンテンツも存在する。

これらは店舗型のレンタル市場に変わって今後成長していくことが期待できる。

１．１　有料動画配信

　有料動画配信サービスとは料金を支払いコンテンツの視聴するサービスである。「Amazonプライムビデオ」や「Netflix」などがある。

　ICT総研の調査によると有料動画配信サービスの利用者は2017年で1440万人を超え、需要予測では2020年に2000万人を超える見込みである。かつては作品ごとに料金を払うPPV(ペイパービュー)方式が中心だったが、月額1000円以下で見放題となる定額サービスの利用者が増えている。

2015年末時点の有料動画配信サービス利用者は980万人で、このうち定額制サービスの利用者数は約3分の2にあたる640万人であったが2017年末には1190万人へと拡大した。有料動画配信サービス利用者はさらに増え続け、2020年にはPPV利用者と合わせて2010万人にまで拡大すると予測されている。今後も定額制サービスの利用者が大きく増え、2020年には1,810万人に達する見通しとなっている。一方でPPV方式の需要は減る見込みである。

2017年11月に、4405人のインターネットユーザーに対して実施したWebアンケート調査の結果によると、動画配信・無料サービスのみを利用するユーザーは67％であった。また、定額制サービスを利用するユーザーは13％で、PPVを利用するユーザーは2％である。動画サービスを全く利用しない人も18％いる。
　現在、無料動画サービスしか利用していない人が有料サービスに移行する可能性もあり、有料動画サービスの潜在市場は大きいものと想定される。

動画配信サービスは競争が激しい状況である。差別化として、利用しやすいアプリ・サイトの開発やコンテンツの独占配信が挙げられるが、利用しやすさは差別化しにくく、独占配信は各動画配信サービスが行うと、各サービスのコンテンツが薄くなるという弊害がある。

１．２　無料動画配信サービス

無料動画配信サービスは有料のものと違いウェブサイトやアプリによって無料で映像コンテンツ見ることができるサービスである。有名なものに「YouTube」や「ニコニコ動画」があるが、ウェブ上には数多くの動画閲覧サイトが存在する。これらも動画配信サービスと捉えることもできる。映像コンテンツは企業などだけではなく、一般のユーザーから投稿された動画を提供されることが多い。実際に、インプレスの調査では、「YouTube」利用者の中で一般ユーザー投稿の動画を見ている人が最も多かった。

無料の動画配信サービスの利用者はとても多い状況であるが映像の投稿・閲覧は無料となるため収益源は広告収入によってなりたっている。視聴回数に応じて動画投稿者にも広告収入が入るシステムを導入しているところは、広告を視聴者見せるための魅力的なコンテンツはユーザーが作成するため、企業が行っているサービスは投稿された動画を整理する情報処理事業であるともいえる。

中には基本無料でも有料のコンテンツや特典の付く有料会員サービスなどで収益を得ているところもある。

１．３　動画配信サービスの問題

このように有料・無料ともに成長に期待できる動画配信サービスだが、テレビ番組やビデオ作品を、著作権者に無許可でユーザーが投稿する違法アップロードなどの問題がある。

2014年時点では映画やアニメの海賊版による被害額が2838憶円となった。博報堂のメディア環境研究所の調査によると、2018年のスマートフォン所有率は2014年に比べ20％以上増加しているため、被害額も増加していると予測できる。

　対策として、YouTubeでは「Content ID」を使用している。Content IDとは著作権者が自分の所有するコンテンツを含む動画を発見するための自動識別システムである。著作権者があらかじめContent IDを登録しておくことにより、そのコンテンツが他者によりアップロードされることを防ぐことができる。

　しかし、Content IDは動画内容を少し変えることで識別されないというケースもあり、完全とはいえない。また、YouTubeのような著名な動画配信サービスでは違法アップロード対策をしているが、違法アップロードをしているサイトはインターネット上に多数あるため解決していない。