定額制動画配信サービスブランド・ロイヤリティ調査

「定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査」は、定額制動画配信サービス市場全体の成長状況と各サービスのポジショニングを定点で把握することができる商品です。

自社での実施には費用も手間もかかるブランド・ロイヤリティ調査を、わかり やすいシンプルな構成で、リーズナブルにまとめています。

また、各サービスの状況を毎月同じ指標で定点観測できるため、業界に関わるすべてのみなさまにご覧いただきたい"業界の今を知る"レポートとなっています。

CATS · BIRDS · DOGS · PANDA

Blu-ray InteRnet DVD Survey ホームエンタテイメント向け分析サービス



定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査



プロモーションの効果把握、利用者獲得にむけた効果的な戦略立案に最適

- 国内の主要定額制動画配信サービスについて、ブランド浸透度やロイヤリティ、ブラン ドイメージ、加入・解約の状況について毎月調査を行っているため、プロモーションやラ インナップ強化などの施策の効果把握が可能です。
- 新規利用意向へのブランドイメージの影響や加入・解約の理由などを分析することで、 どのポイントを強化・アピールすると効率的に利用者を獲得できるのかについて示唆を 得ることができます。

変化を把握できる毎月のトラッキング調査

く浸透状況>

各サービスの認知・利用状況と 推計される会員数がどれくらいか

<3か月以内の流出入状況>

加入・解約の理由と サービス間の流出入状況

く獲得ポテンシャル>

各サービスの新規利用意向の状況と その意向の理由/加入しない理由

国内主要サービスを網羅する17サービスを調査

- ABEMAプレミアム
- FOD (FODプレミアム)U-NEXT

- Amazonプライム・ビデオ Hulu

アニメ放題

TELASA

Apple TV+

dアニメストア

- J:COMオンデマンド
- ディズニープラス

• ひかりTVビデオサービス

 DAZN dTV

- Netflix
- Paravi
- Rakuten TV

【サービス名:アルファベット順、五十音順】

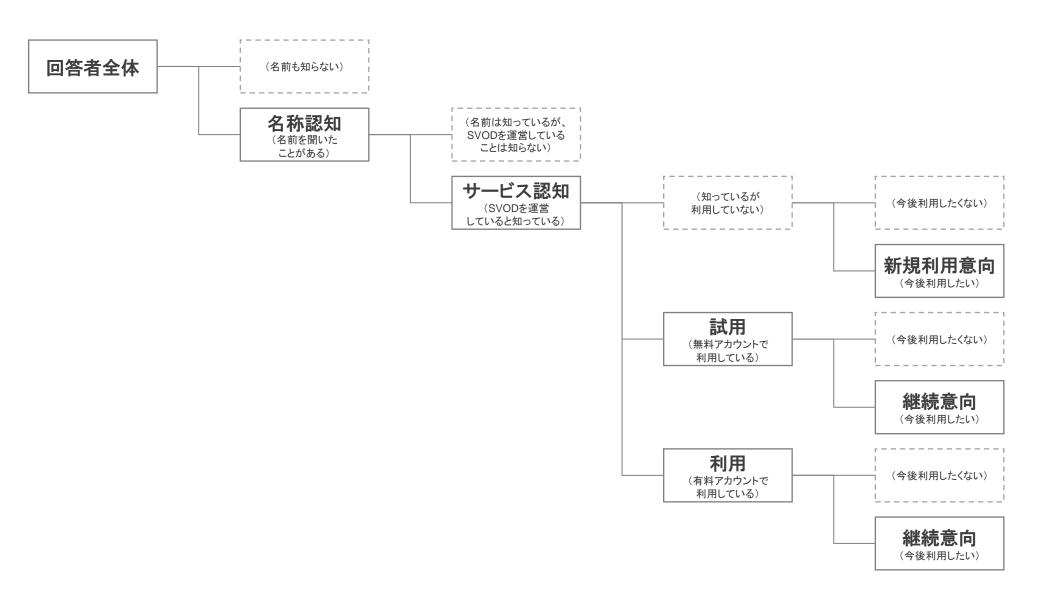


価格

年間購読(2022年1月号~12月号)※月1回発行

- 1. 日本語版レポート (PDF) + セグメント別集計値 (Excel) : 2,640,000円 (税込)
- 2. 日本語版レポート (PDF) + 英語版レポート (PDF) + セグメント別集計値 (Excel) : 3,036,000円 (税込)
- ※期中の購読開始も承っております。詳細はお問い合わせください。

指標の定義

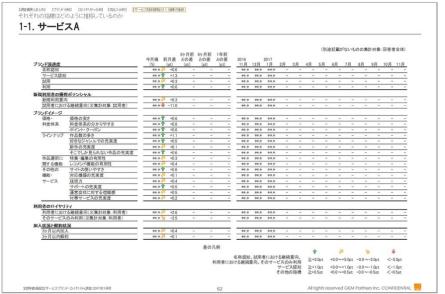


サンプルイメージ

世 サービン 今月低 (st.) ************************************	前月差 (pt) ジー+*.* ジー+*.* ジー+*.* ジー+*.*	## 第月遊 (%) (pr) (pr) (pr) (pr) (pr) (pr) (pr) (pr		TV部出(GRP) TVCM 第出 *** ***	各組内 発出 *** *** ***	デジタル賞出 Twitter ウ ツイート件数 *** ***	ウェブニュー	ブログ 作数 **
+0,0 00,0 +0,0 00,0 +0,0 00,0 +0,0 00,0 +0,0 00,0	##.# ##.# ##.# ##.# ##.#	##,# ½ -#,# ##,# ½ -#,# ##,# ½ -#,# ##,# ½ -#,#	**,*	***	***	***	***	
+e,e	/*.* /*.* // // // // // // // // // // // // //	**,* ½ -*,* **,* ½ -*,* **,* ¾ -*,*	**,* ²⁵ +*,* **,* ²⁵ +*,*	***	***	***		
+e,e	→*,* →*,*	**.* 31 -*.*	**.* 💥 -*.*	***		-	***	
++,+ ++,+ ++,+ ++,+ ++,+ ++,+	→*,* →*,*	**,* 🛺 +*,*			***			
+0,0 00,0			*** 3 -**	_		888	***	
	++;+			889	***	***	***	
++,+ ++,+		**,* 💥 -*,*	**,* 🎖 +*,*	***	***	694	***	
	+4,4	**,* 💥 -*,*	**,* 🦮 -+,*	***	***	***	***	
,* **,*	++,+	**,* 🧎 -*,*	**,* 📈 +*,*	*	***	***	***	
18,8 88,8	J#,#	es,e 🤡 —e,e	**,* 🤡 -*,*	***	***	***	***	
,* .,*	++,+	**,* 🦮 -*,*	**,* 🧺 -*,*	***	***	***	***	
++,8 ++,8	+*,*	**,* 💥 -*,*	**,* 💥 -*,*	***	***	***	***	
***	++,+	**,* 💥 -*,*	**,* 💥 -*,*	***	***	***	***	
+*,* **,*	+,*	**,* 🧺 -*,*	**,* 🎾 -*,*	***	***	***	***	
+0,0 80,0	<i>></i> +∗,∗	**,* 📈 +*,*	**,* 🦮 -*,*	***	***	***	***	
-0,0 00,0	<u>₩</u> -+,+	**,* 🗸 +*,*	**,* 🦮 -*,*	***	***	***	***	
	10,0 00,0 10,0 00,0 10,0 00,0 10,0 00,0	+0,0	10,0	100 10	10 10 10 10 10 10 10 10	100 10	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

4	<作品数の多さ>	7	<好きなジャンルでの充実度>				
2.0	サービスM	3 5.0	● サービスE				
k T		F 4.5					
1.5		Ý 4.0	• サービスN				
1.0	・サービスレ	五 3.5	サービスB				
	サービスA	提 3.0	#-PZH #-EZD				
1.0	#-EZD.	用 2.5	7-670				
	サービスC・ サービスF・ サービスE サービスH サービスG	新規利用に与えるG影響	7 - LAL				
	サービスE サービスH サービスG サービスB サービスN	3	サービスC サービスA				
0.5	サービスJ・・サービス0		サービスK® サービスG サービスJ				
	サービスI ・サービスK	1.0	7 620				
		ブランド	● サービスM	ブランド			
0.0		イメージ 0.0		イメージ	19		-04-53
0 2	4 6 8 10 12 14 16 18 20 22	0903	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12	の強さ	類別	イメージ:器い	影響:大き
	<新作の充実度>		<そこでしか見られない作品の充実度>		大きい 小さい	影響:大きい	を強みと
2.0	#-E20	3 22	サービスI		4		7 6
	• #-EZM	F 2.0	,		3小	イメージ:弱い	-0x-5:3
2.0	サービスK® ●サービスH	7 1.8			心影響	影響:小さい	影響:小
1.5	サービスの	2 1.6					
	サービス! * サービスJ	ジが新規利用 1.2				33CV	強い
	●● サービスE	割 12					207390-
1.0	サービスB	E 1.0	サービスH®®サービスN		指標の	127.86 -	
	・サービスし	ž 0.8	サービスの・サービスの サービスF・		750	ボイメージの強	
1.5	サービスF®	0.6	サービスG サービスJ サービスA			ービス認知者に ランドイメージ(I	
* 0.5	サービスN サービスD®	0.4	サービスM・サービスE サービスD			ボイメージか 利用意向に与え	ZEGE.
	7 - 2201	0.2	サービスB®		+	のブランドイメー	ジを持ってし
0.0		ブランド	サービスト。	ブランド イメージ		合に、「新規利用 る割合かどの程	
						す値(EXHEP.23)	
	2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13	の強さ	0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17	の強さ	725	7.1E/2100F-64	





レポート目次

【調査概要とまとめ】 調査概要 指標の定義 今月のまとめ	(P.02)	【ロイヤリティ分析】 1. 利用者のロイヤリティ 1-1. 利用者の継続意向 1-2. 併用状況	(P.59)
【ブランド分析】		【流出入分析】	
1. ブランド浸透度	(P.08)	1. 加入状況	(P.62)
1-1. 認知・利用の状況、メディア露出と推計会員数	(1.00)	1-1. 3ヶ月以内加入の状況	(1.02)
1-2. 今月のメディア露出と前月差		1-2. 加入者の流入元	
1-3. 各サービスの公式YouTubeチャンネルにおける月間再生	回数トップ5動画	1-3. 流入元のサービス	
1-4. 性別・年代別の利用状況		1-4. 加入理由	
1-5. 性年代別の利用状況		2. 解約状況	(P.67)
1-6. 鑑賞コンテンツ別の利用状況		2-1.3ヶ月以内解約の状況	
1-7. 利用している鑑賞方法別の利用状況		2-2.当月の解約指数状況	
2. 新規利用者の獲得ポテンシャル	(P.22)	2-3. 解約者の流出先	
2-1. 新規利用意向の状況		2-4. 流出先のサービス	
2-2. サービス間の新規利用意向者の重なり		2-5. 解約理由	
2-3. 新規利用意向の理由		【サービス別詳細集計】	
2-4. 新規利用を開始しない理由		1. 指標の推移	(P.73)
2-5. 試用者の継続意向		1-1. ABEMAプレミアム	1-10. Netflix
3. ブランドイメージ	(P.28)	1-2. Amazonプライム・ビデオ	1-11. Paravi(パラビ)
3-1. 回答者全体におけるブランドイメージの状況		1-3. Apple TV+(アップルTVプラス)	1-12. Rakuten TV
3-2. サービス認知者におけるブランドイメージの状況		1-4. DAZN	1-13. U-NEXT
3-3. ブランドイメージが新規利用意向に与える影響		1-5. dTV	1-14. アニメ放題
3-4. サービス毎のブランドイメージのポジショニング 3-5. ブランドイメージ毎のサービスのポジショニング		1-6. dアニメストア	1-15. ディズニープラス
3-5. ブラントイメーシザのサービスのホンショニング 4. 利用者の属性	(P.55)	1-7. FOD (FODプレミアム)	1-16. ひかりTVビデオサービス
4. 利用自の属性 4-1. 性年代別構成比	(2.33)	1-8. Hulu	1-17. TELASA(テラサ)
4-2. 鑑賞コンテンツ別構成比		1-9. J:COMオンデマンド	(5107.)
4-3. 利用している鑑賞方法別構成比		2. セグメント別集計	(Excelのみ)
. 0. 13/110 (4 () () () () () () () () ()			

	定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査
調査方法	メール誘導でのインターネットアンケート
調査対象	日本在住の15~69歳の男女 ※性年代別の構成比が日本全体の人口構成と合致するように重み付け
調査実施日	毎月下旬に実施
回答者数	毎回10,000人弱 ※毎回リフレッシュしており、少なくとも2カ月連続で回答することは禁止しています
発行タイミング	年12回(1月~12月、毎月15日発行)※15日が日曜・祝日の場合、翌営業日
調査対象サービス	ABEMAプレミアム/Amazonプライム・ビデオ/Apple TV+/DAZN/dTV/dアニメストア/FOD(FODプレミアム)/Hulu/J:COMオンデマンド/Netflix/Paravi/Rakuten TV/U-NEXT/アニメ放題/ディズニープラス/ひかりTVビデオサービス/TELASA ※アルファベット・50音順
商品バリュエーション	1. 日本語版レポート(PDF)、セグメント別集計値(Excel) 2. 日本語版レポート(PDF)、英語版レポート(PDF)、セグメント別集計値(Excel)
提供ファイル	PDFファイル、Excelファイル(ExcelファイルにはPDFの内容に加えセグメント別の集計値を含む)

GEM Standard **商品・サービス概要**

商品・サービス一覧

レポート&DB商品

映画製作・興行・配給・宣伝向け 分析サービス



Cinema Analytical Tracking Survey

ホームエンタテイメント向け
分析サービス



Blu-ray InteRnet DVD Survey

個別設計サービス

個別リサーチ&マーケティング ソリューション



Demand & Opportunity Generating Survey

デジタルマーケティング 実行&分析



Programmatic ad AND Analytics

各サービスのポイント

レポート&DB商品

トラッキングデータをベースにした需要予測モデル

Cinema Analytical Tracking Survey

映画・配給業界のデファクトスタンダード指標

- ① 業界共通指標としての作品の浸透度と興行収入の予測
- ② 戦略立案・作品宣伝プランニング・結果検証を ワンストップで行えるデータベースラインナップ



BIRDS ホームエンターテイメント市場の定点観測 Blu-ray InteRnet DVD Survey

動画配信・放送・DVD市場の変化を網羅的に ダイナミックにとらえる唯一のインサイトデータ・レポート

- ① 俯瞰的に映像エンタテイメント業界をとらえるデータ
- ② 動画配信はプラットフォーム・コンテンツサイドの マーケティングニーズすべてに対応



個別設計サービス

戦略立案・作品評価のためのカスタマイズリサーチ

Demand & Opportunity Generating Survey

直観を確信に変えるカスタマイズリサーチで 作品の可能性を最大化するロードマップ構築

- (1) エンタテイメントブランドのポテンシャル、強み・弱みを洗い出す
- ② ファンの攻略方法を明確化し、ファン層の間口奥行を拡大
- ③ アクションしやすい、具体性のある示唆を提供



PANDA データをフル活用したデジタルマーケティング Programmatic ad AND Analytics

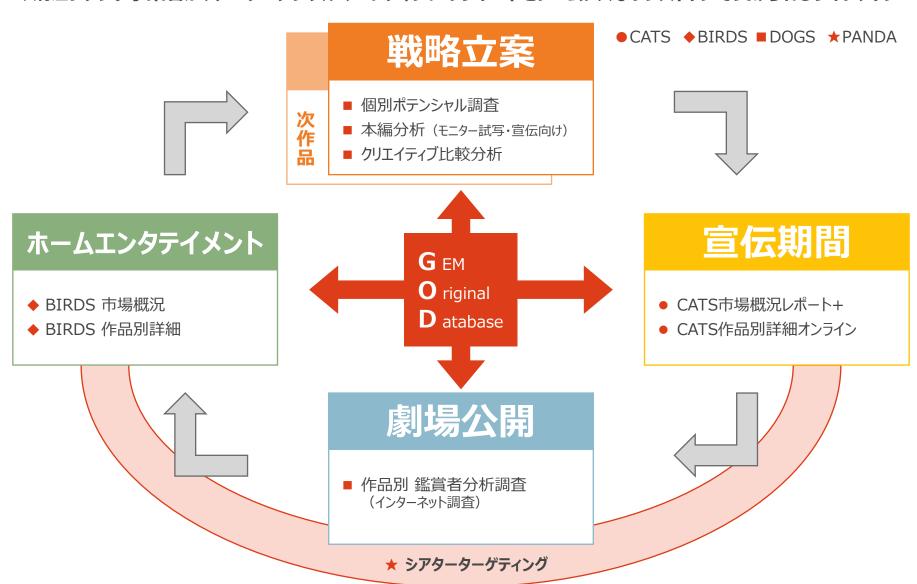
データ × デジタルの力を最大限発揮しヒットを創出

- (1) トラッキングデータ、リサーチサービスの結果を活かした、 作品ごとのデジタル広告プランニング
- ② 劇場データ/映画ファンデータ保有は業界ナンバーワン



商品・サービスのラインナップワンストップのサービスを実現

映像コンテンツ事業者が、データ×デジタルマーケティングのサポートをシームレスなワンストップで受けられるラインナップ



お問い合わせ先

GEM Partners株式会社

Tel: 03-6303-1346 (平日10:00~19:00)

E-mail: sales@gempartners.com

担当:河西(かさい)

GEM Standard https://gem-standard.com/