

① 契約形態×鑑賞形態の独自カテゴリで分類

契約形態として「定額制／レンタル／購入／無料」の4つに分類。鑑賞形態として「動画配信／放送／ビデオソフト」の3つに分類しました。契約形態と鑑賞形態を横断して分析できます。

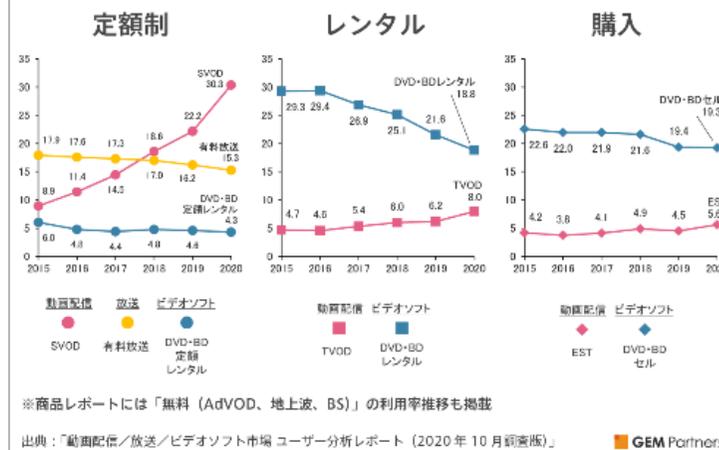
		契約形態			
		● 定額制	■ レンタル	◆ 購入	▲ 無料
鑑賞形態	動画配信 (VOD※1)	● SVOD※2	■ TVOD※3	◆ EST※4	▲ AdVOD※5
	放送	● 有料放送	-	-	▲ 無料放送 地上波 BS
	ビデオソフト	● DVD・BD 定額レンタル	■ DVD・BD レンタル	◆ DVD・BD セル	-

※1 VOD : Video on Demand ※2 SVOD : Subscription VOD ※3 TVOD : Transactional VOD
 ※4 EST : Electric Sell Through ※5 AdVOD : Advertising VOD

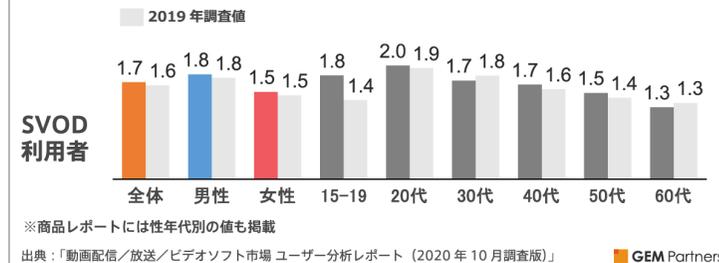
分析例

契約形態別利用率の6年間推移

(%、集計対象：全回答者、n = 20,419)



SVOD サービスの平均利用数



② 映像ホームエンタテインメント全体を幅広くカバー

調査対象は、動画配信（VOD）だけでなく、放送（有料、無料）やビデオソフト市場まで幅広く捉えています。

契約形態		月額制	レンタル	購入	無料
鑑賞形態	動画配信 (VOD)	<p>● SVOD</p> <ul style="list-style-type: none"> ABEMAプレミアム Amazonプライム・ビデオ TELASA (テラサ) DAZN dTV dアニメストア Hulu J:COMオンデマンド Netflix Rakuten TV TSUTAYA TV U-NEXT アニメ放題 ひかりTVビデオサービス ビデオマーケット Paravi (パラビ) DMM見放題chライト ゲオTV980 FOD (FODプレミアム) ディズニープラス Apple TV+ (アップルTVプラス) (新) YouTube Premium (新) NHKオンデマンド スカパー！オンデマンド テレビ東京ビジネスオンデマンド テレ朝動画 バンダイチャンネル 東映アニメオンデマンド 	<p>■ TVOD</p> <ul style="list-style-type: none"> Amazonビデオ TELASA (テラサ) DMM.com dTV Google Play GYAO!ストア iTunes Store J:COMオンデマンド PlayStation Video Rakuten TV TSUTAYA TV U-NEXT クラクイン！ビデオ ニコニコチャンネル ひかりTVビデオサービス ビデオマーケット Paravi (パラビ) ゲオTV FOD (FODプレミアム) NHKオンデマンド YouTube スカパー！オンデマンド テレ朝動画 バンダイチャンネル 東映アニメオンデマンド 	<p>◆ EST</p> <ul style="list-style-type: none"> Amazonビデオ DMM.com Google Play iTunes Store PlayStation Video Rakuten TV TSUTAYA TV U-NEXT ニコニコチャンネル ひかりTVビデオサービス YouTube アクトビラ 	<p>▲ AdVOD</p> <ul style="list-style-type: none"> ABEMA GYAO! LINE LIVE TVer YouTube ニコニコ動画 TikTok (新)
	放送	<p>● 有料放送</p> <ul style="list-style-type: none"> BSアニメックス BS日本映画専門チャンネル J:COM NHK BS1 NHK BSプレミアム WOWOWプライム・ライブ・シネマ イツコム (iTSCOM) シネフィルWOWOW スカパー！ スターチャンネル ディズニープラスチャンネル 			<p>▲ 無料放送</p> <p>地上波</p> <p>(個別サービス単位の調査は実施せず)</p> <p>BS</p> <ul style="list-style-type: none"> BS11 BS-TBS BSテレ東 (BSジャパン) BSフジ BS朝日 BS日テレ TwellV
	ビデオソフト	<p>● DVD・BD月額レンタル</p> <ul style="list-style-type: none"> DMM.com DVDレンタル TSUTAYA DISCAS TSUTAYAプレミアム ゲオ宅配レンタル ほすれん 	<p>■ DVD・BDレンタル</p> <ul style="list-style-type: none"> DMM.com DVDレンタル TSUTAYA TSUTAYA DISCAS ゲオ (GEO) ゲオ宅配レンタル ほすれん 	<p>◆ DVD・BDセル</p> <ul style="list-style-type: none"> Amazon HMV TSUTAYA (WEB) TSUTAYA (店舗) ゲオ (GEO) タワーレコード タワーレコードオンライン ビックカメラ ビックカメラ.com ヨドバシ.com ヨドバシカメラ HMV & BOOKS online 新星堂 新星堂WonderGOO アニメイト 楽天ブックス 	

※1 下線は代表的な動画配信（VOD）サービスとして「3章 動画配信サービス毎の利用実態深掘り」で調査対象としたサービス

※2 同じ名称であっても、サービスカテゴリが異なる場合は、異なるサービスとして扱っている（例SVODの『dTV』とTVODの『dTV』）

※3 サービス名の後ろに（新）とあるものは2020年10月調査より新たに調査を開始したサービス

【追加分析】ホームエンタテイメントへの新型コロナウイルス流行の影響

分析軸のイメージ

新型コロナウイルスの流行によるホームエンタテイメント市場への影響を明らかにし、市場がどう変わり、今後もそれが継続するのか、もどるのかを検証する

- ・ 新型コロナウイルスの流行で、映像エンタメ以外も含むホームエンタテイメントの利用は全体的にどう変わったか？
- ・ ホームエンタテイメントの各カテゴリについて、今後の利用意識はどのようになっているか？
- ・ ホームエンタテイメント全体の利用変化の中で、映像エンタメはどのような位置づけにあるのか？
- ・ 映像エンタメにおいて、コロナ禍の中で良く見たコンテンツジャンルはなにか？
- ・ コロナ期間中に新しく利用を開始した月額定額の動画配信サービスは何か？
- ・ なぜそのサービスを選んだのか？
- ・ そのサービスの利用のきっかけとなった具体タイトルは何か？
- ・ そのサービスを今後も利用したいか？
- ・ すでに利用をやめている場合、その理由はなにか？

【本編】

本レポートについて

サマリー

- 1章 サービスカテゴリ別の利用実態のサマリー
- 2章 個別サービス毎のブランド浸透状況のサマリー
- 3章 動画配信サービス毎の利用実態深掘りのサマリー

1章 サービスカテゴリ別の利用実態

- 1. サービスカテゴリ別の利用状況と今後の利用意向
- 2. どの程度利用しているのか
- 3. 誰が利用しているのか
- 4. 何時間鑑賞しているのか
- 5. どんなコンテンツを鑑賞しているのか
- 6. 今後の利用意向
- 7. サービスを選ぶ際に重視するポイント

2章 個別サービス毎のブランド浸透状況

- 1. サービス認知率に対する利用率の水準
- 2. 利用率に対する利用意向の水準

＜サービスカテゴリ別浸透状況＞

- 3. SVODサービス
- 4. 有料放送サービス
- 5. DVD・BD定額レンタルサービス
- 6. TVODサービス
- 7. DVD・BDレンタルサービス
- 8. ESTサービス
- 9. DVD・BDセルサービス
- 10. AdVODサービス
- 11. 無料放送（BS）サービス

3章 動画配信サービス毎の利用実態深掘り

- 1. サービス内の併用状況
- 2. SVODサービス
- 3. TVODサービス
- 4. ESTサービス

参考資料

- 性年代別の保有機器
- 性年代別の映像コンテンツに対する考え方
- 性年代別の好きなジャンル
- 性年代別の映像を選ぶ基準
- 各コンテンツをどのサービスカテゴリで観るのか

【追加分析】

ホームエンタテイメントへの 新型コロナウイルス流行の影響

本レポートについて

サマリー

1章 ホームエンタテイメント全体の変化

- 1. 新型コロナウイルス流行・自粛に伴うホームエンタテイメント全体への意識変化
- 2. コロナ前後でのホームエンタテイメントの実施状況
- 3. 各種ホームエンタテイメント行動の増加理由
- 4. 増加したホームエンタテイメント行動の今後の意向

2章 映像ホームエンタテイメントの変化

- 1. コロナ禍の中ではまった映像コンテンツジャンル
- 2. コロナ禍ではまった映像コンテンツジャンルの視聴プラットフォーム

3章 SVODサービス利用の変化

- 1. コロナ禍で新しく利用を開始したSVODサービス
- 2. コロナ禍で新しく利用を開始したSVODサービスの加入理由
- 3. コロナ禍で新しく利用を開始したSVODサービスの現在／今後の利用意向
- 4. コロナ禍で新しく利用を開始したSVODサービスの解約（予定）の理由

動画配信／放送／ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート（2020年10月調査版）

調査方法	インターネットアンケート
調査実施日	2020年10月31日（土）～2020年11月4日（水） ※前回は2019年11月2日（土）～2019年11月5日（火）に調査
調査対象	日本在住の15～69歳の男女
回答者数	20,419人
数値の重みづけ	10歳刻み性年代の比率が、総務省統計局発表の人口推計（2020年10月1日時点の概算人口）と等しくなるように重み付けを行った
総ページ数	【本編】191ページ 【追加分析】42ページ
販売方法	ダウンロード
納品形式	【レポートのみ】PDFレポート ※Excel、Tableauファイルなし 【集計ツール付き】PDFレポート、集計ツール（Excel 形式／ Tableau 形式）
発行日	【日本語版】2020年12月9日（水） 【英語版】2020年内発売予定

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 **A**nalytical **T**racking **S**urvey

ホームエンタテインメント向け
分析サービス



Blu-ray **I**nte**R**net **D**VD **S**urvey

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 & **O**ppportunity **G**enerating **S**urvey

デジタルマーケティング
実行&分析



Programmatic ad **A**ND **A**nalytics

各サービスのポイント

レポート&DB商品

CATS

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ン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ン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

DOGS

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 作品のポテンシャル、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

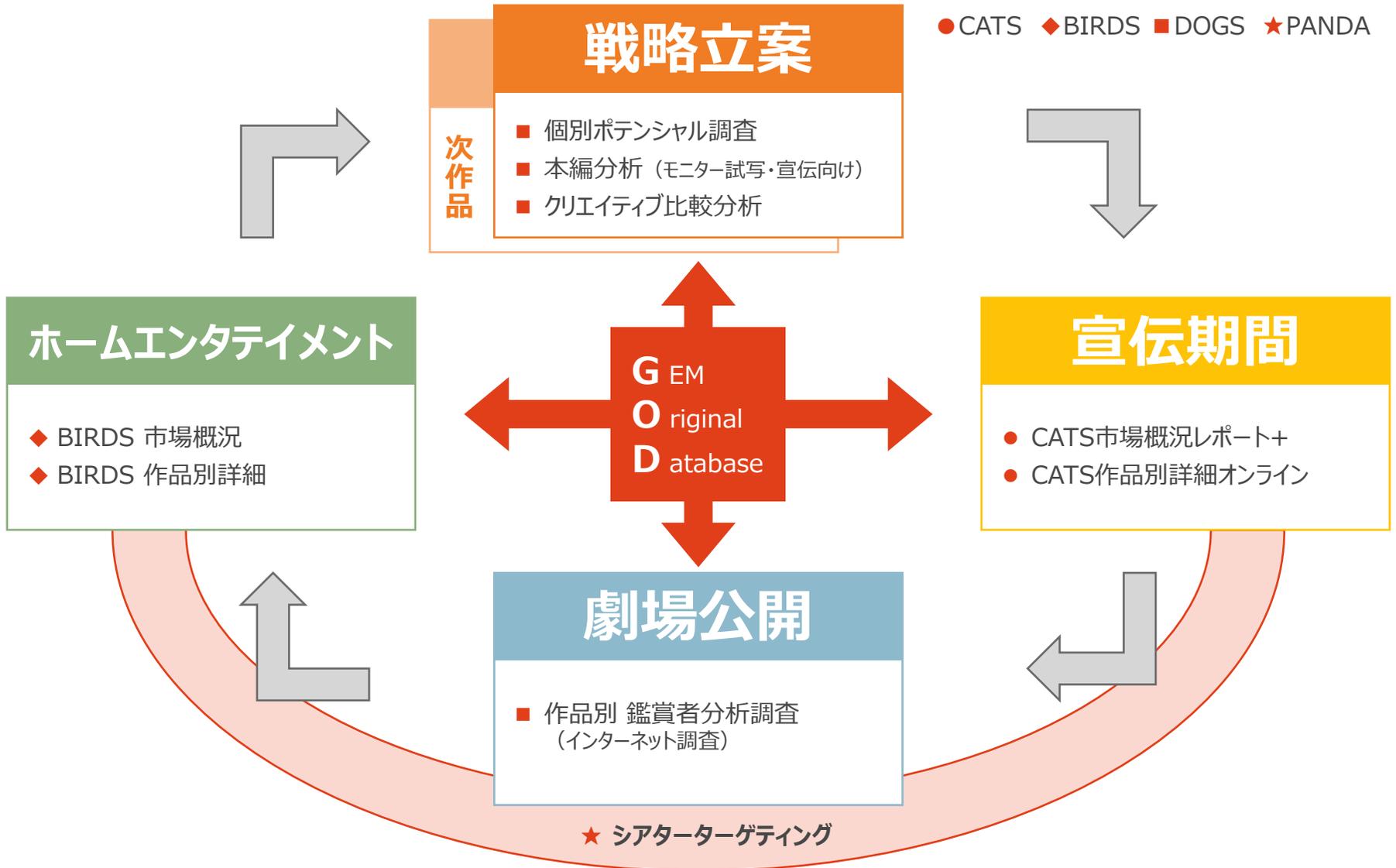
- ① トラッキングデータ、リサーチサービスの結果を活かした、
作品ごとのデジタル広告プランニング
- ② 劇場データ/映画ファンデータ保有は業界ナンバーワン



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

●CATS ◆BIRDS ■DOGS ★PANDA



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) 、西川

 **GEM Standard**

<https://gem-standard.com/>