

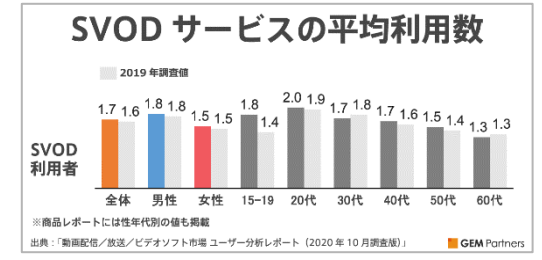
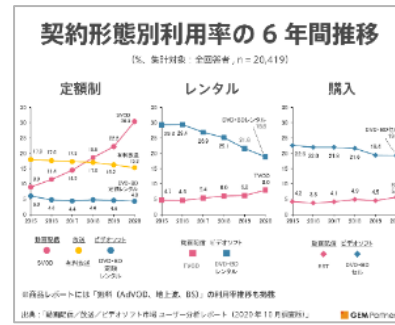
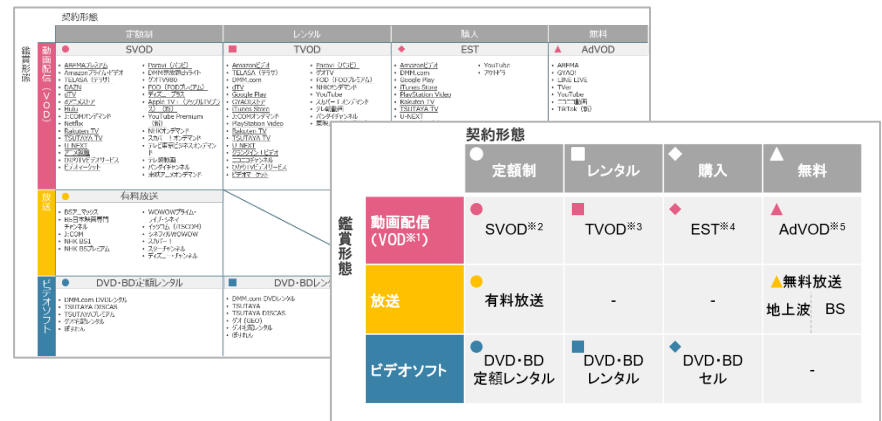
# 動画配信／放送／ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート

「契約形態（定額制、レンタル、購入、無料）」と「鑑賞形態（動画配信、放送、ビデオソフト）」を組み合わせた分析レポートで、ホームエンタテインメント市場を幅広く把握できるのが特長です。例えば、動画配信のみでなく、放送、DVD・BDといった観賞形態の異なるサービスの利用状況を横断して捉えることが可能です。

市場全体がこの1年でどう変わり、どう動いているかを把握できる、年1回発行のレポートです。

CATS・BIRDS・DOGS・PANDA

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



# 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）



映像ホームエンタテインメントにおける消費者の利用意識・行動に関する白書として、動画配信（VOD）／放送／ビデオソフト市場を網羅的に分析。市場全体がこの1年でどう変わり、どう動いているかを把握できる、年1回発行のレポートです。

## 契約形態×鑑賞形態の独自カテゴリで分類

鑑賞形態	契約形態			
	● 定額制	■ レンタル	◆ 購入	▲ 無料
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	-

## 映像ホームエンタテインメント全体を幅広くカバー

契約形態	鑑賞形態			
	● SVOD	■ TVOD	◆ EST	▲ AdVOD
動画配信 (VOD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ABEMA、Ustream</li> <li>Amazon Primeビデオ</li> <li>TELASA (有料)</li> <li>DMM (有料)</li> <li>Netflix</li> <li>dTV</li> <li>dTV+ストア</li> <li>Ustream</li> <li>YouTube Premium</li> <li>Netflix</li> <li>Rakuten TV</li> <li>TSUTAYA TV</li> <li>U-NEXT</li> <li>アスキー</li> <li>TSUTAYA オンライン</li> <li>TSUTAYA 動画サービス</li> <li>ビデオマーケット</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Prime</li> <li>TELASA (有料)</li> <li>DMM (有料)</li> <li>Netflix</li> <li>Google Play</li> <li>CyADストア</li> <li>Ustream</li> <li>Google Play</li> <li>Rakuten TV</li> <li>TSUTAYA TV</li> <li>U-NEXT</li> <li>アスキー</li> <li>TSUTAYA オンライン</li> <li>TSUTAYA 動画サービス</li> <li>ビデオマーケット</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon Prime</li> <li>DMM.com</li> <li>Google Play</li> <li>iTunes Store</li> <li>PlayStation Video</li> <li>Rakuten TV</li> <li>TSUTAYA TV</li> <li>U-NEXT</li> <li>アスキー</li> <li>TSUTAYA オンライン</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>You Tube</li> <li>Netflix</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> <li>Ustream</li> </ul>
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	▲ 無料放送 地上波 BS

## 分析軸のイメージ

- 映像ホームエンタテインメントの各サービスカテゴリについて、誰が、どの程度、どんなコンテンツを利用しているのか
- サービスをどのように併用し、今後の利用についてどう考えているのか？
- 個別のサービスについて、そのサービスを知っているか、利用しているか、利用したいと思っているか、どのような人が利用しているか
- 個別の動画配信サービスにおける、利用者の属性・鑑賞コンテンツ、利用シーン、利用機器・、用時間/金額はどのようにになっているか

2020年は特別版として、新型コロナウイルスの流行によるホームエンタテインメント市場への影響調査を追加分析 ※詳細は4ページ参照

## 集計ツール

集計ツールを使うと、都道府県毎やSVOD利用者／TVOD利用者毎の値など、レポート（PDF版）には掲載されていない「セグメント毎の値」を確認できます。

## 価格

- 日本語レポート（PDF）のみ：40万円（税別）
- 日本語レポート（PDF）+集計ツール（Excel, Tableau）：75万円（税別）
- 英語レポートオプション：上記プラス40万円（税別）

# 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。

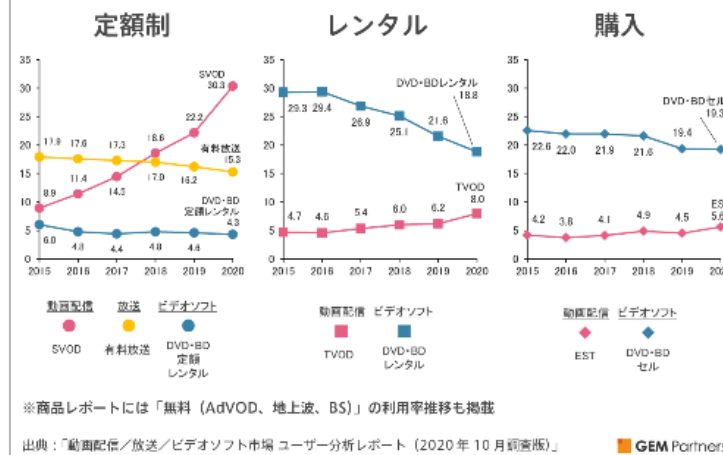
		契約形態			
		● 定額制	■ レンタル	◆ 購入	▲ 無料
鑑賞形態	動画配信 (VOD※1)	● SVOD※2	■ TVOD※3	◆ EST※4	▲ AdVOD※5
	放送	● 有料放送	-	-	▲ 無料放送 地上波 BS
	ビデオソフト	● DVD・BD 定額レンタル	■ DVD・BD レンタル	◆ DVD・BD セル	-

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

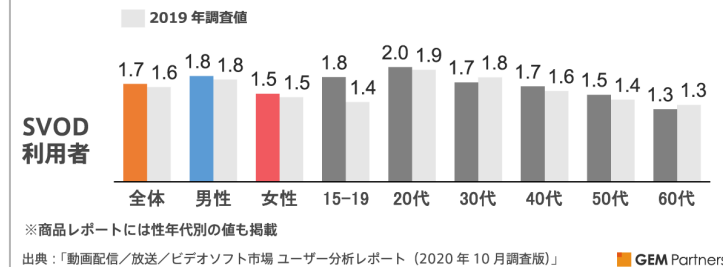
## 分析例

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

※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】ホームエンタテイン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ン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ンメントの利用は全体的にどう変わったか？
- ・ ホームエンタテイン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？
- ・ ホームエンタテイン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&amp;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

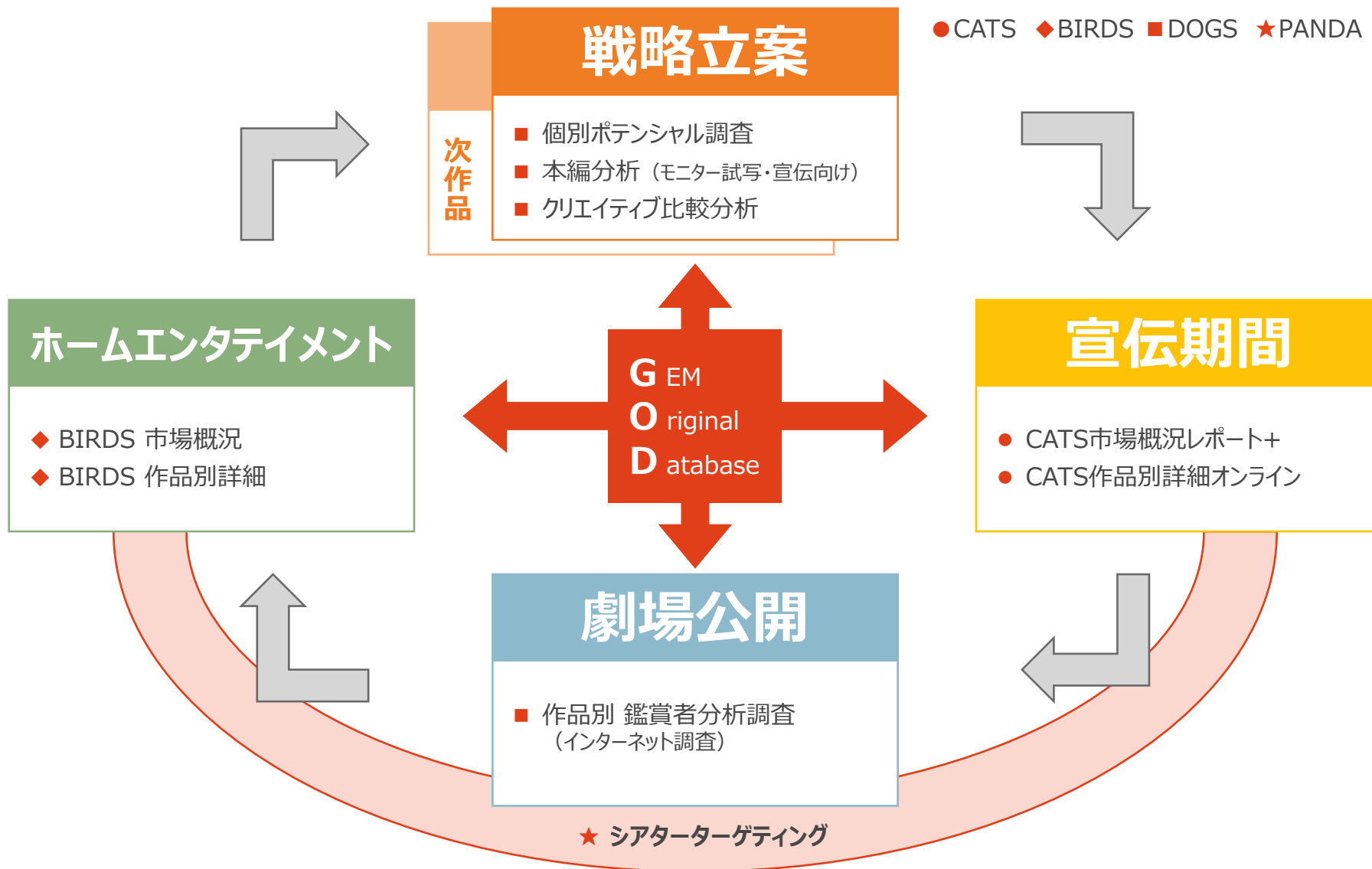
## データ × デジタルの力を最大限発揮しヒットを創出

- 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



## 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/>**