



# 動画配信／放送／ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート（2021年11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	-

## 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

## 映像ホームエンタテインメント全体を幅広くカバー

鑑賞形態	契約形態				
	定額制	レンタル	購入	無料	
動画配信 (VOD)	<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>U-NEXT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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paravi(パラビ)</li> <li>DMM見放題chライオン</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)</li> <li>YouTube Premium</li> <li>NHKオンデマンド</li> <li>SPOOX(スポックス)</li> <li>テレビ東京ビジネスオンデマンド</li> <li>テレビ朝日</li> <li>WOWOWオンデマンド(新)</li> </ul>	<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>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>J.COMオンデマンド(新)</li> </ul>	<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>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>J.COMオンデマンド(新)</li> </ul>	<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</li> <li>日テレ無料(新)</li> <li>テレビ朝日(新)</li> <li>TBS FREE(新)</li> <li>本社はテレビ(新)</li> <li>FOD見放題無料(新)</li> </ul>
放送	<ul style="list-style-type: none"> <li>BSアニマックス</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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WOWOWプライム・ライブシネマ</li> <li>イッツコム (ITSCOM)</li> <li>WOWOWプラス 映画+ドラマ+スポーツ+音楽</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</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>(個別サービス単位の画面は実施せず)</li> <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>Twelve</li> </ul>
ビデオソフト	<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>グオ宅配レンタル</li> <li>ぼすれん</li> <li>DMM.com DVDレンタル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DMM.com DVDレンタル</li> <li>TSUTAYA</li> <li>TSUTAYA DISCAS</li> <li>グオ宅配レンタル</li> <li>ぼすれん</li> <li>DMM.com DVDレンタル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amazon</li> <li>HMV</li> <li>TSUTAYA (WEB)</li> <li>TSUTAYA (店舗)</li> <li>グオ (GEO)</li> <li>ビックカメラ</li> <li>ヨドバシ.com</li> <li>ヨドバシカメラ</li> <li>HMV &amp; BOOKS online</li> <li>新築堂</li> <li>新築堂WonderGOO</li> <li>アニメイト</li> <li>楽天ブックス</li> </ul>		

## 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：385,000円（税込）

日本語レポート（PDF）+集計ツール（Excel、Tableau）：715,000円（税込）

英語レポートオプション：上記プラス 440,000円（税込）

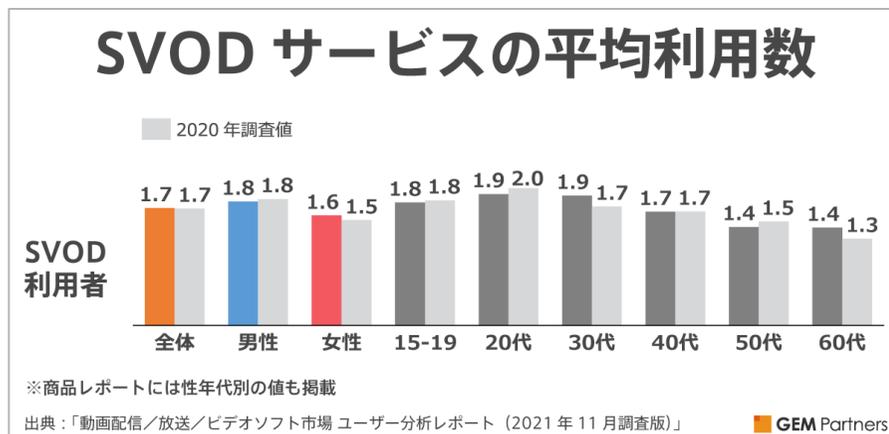
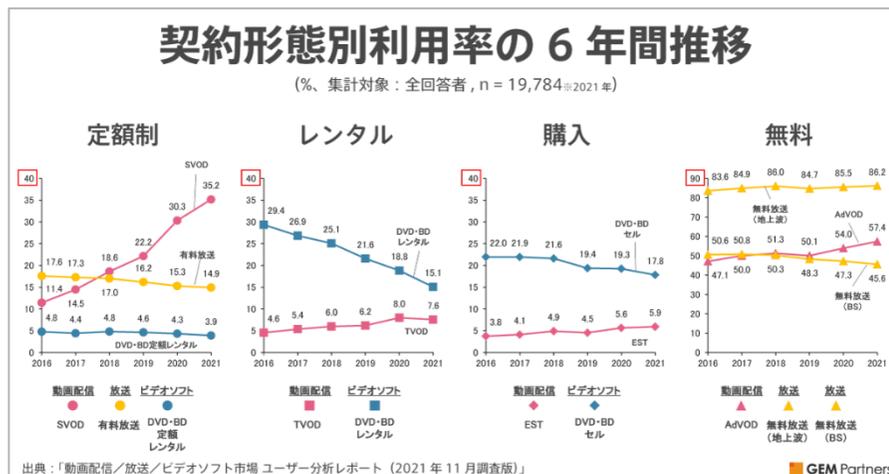
# ① 契約形態×鑑賞形態の独自カテゴリで分類

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：動画配信サービス ※2 SVOD：定額制動画配信サービス ※3 TVOD：レンタル型動画配信サービス  
 ※4 EST：動画配信販売サービス ※5 AdVOD：無料動画配信サービス

## 分析例



## 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		定額制	レンタル	購入	無料			
鑑賞形態	動画配信(VOD)	<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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paravi(パラビ)</li> <li>DMM見放題chライト</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)</li> <li>YouTube Premium</li> <li>NHKオンデマンド</li> <li>SPOOX(スプークス)</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>WOWOWオンデマンド(新)</li> </ul>	<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>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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paravi(パラビ)</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>Huluストア(新)</li> <li>ABEMAストア(新)</li> </ul>	<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>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>J:COMオンデマンド(新)</li> </ul>	<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</li> <li>日テレ無料(新)</li> <li>テレ朝動画(新)</li> <li>TBS FREE(新)</li> <li>ネットもテレ東(新)</li> <li>FOD見逃し無料(新)</li> </ul>	
	放送	<ul style="list-style-type: none"> <li>BSアニマックス</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> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>WOWOWプライム・ライブ・シネマ</li> <li>イツコム(ITSCOM)</li> <li>WOWOWプラス 映画・ドラマ・スポーツ・音楽</li> <li>スカパー！</li> <li>スターチャンネル</li> <li>ディズニー・チャンネル</li> </ul>	/		/		<p>(個別サービス単位の調査は実施せず)</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>TwelV</li> </ul>
	ビデオソフト	<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>はすれん</li> <li>DMM.com DVDレンタル</li> </ul>	<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>はすれん</li> <li>DMM.com DVDレンタル</li> </ul>	<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>はすれん</li> <li>DMM.com DVDレンタル</li> </ul>	<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>タワーレコード</li> <li>タワーレコードオンライン</li> <li>ビックカメラ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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2021年11月調査より新たに調査を開始したサービス

## ③ レポート目次

### ■ 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
- 5. AdVODサービス **（新）** ※2021年調査版から新たに追加

### ■ 参考資料

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

## ④ 仕様

## 動画配信／放送／ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート（2021年11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	2021年11月6日（土）～2021年11月10日（水） ※前回は2020年10月31日（土）～2020年11月4日（水）に調査
調査対象	日本在住の15～69歳の男女
回答者数	19,784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（2021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	202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】2021年12月10日（金） 【英語版】2021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ー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 エンタテイン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

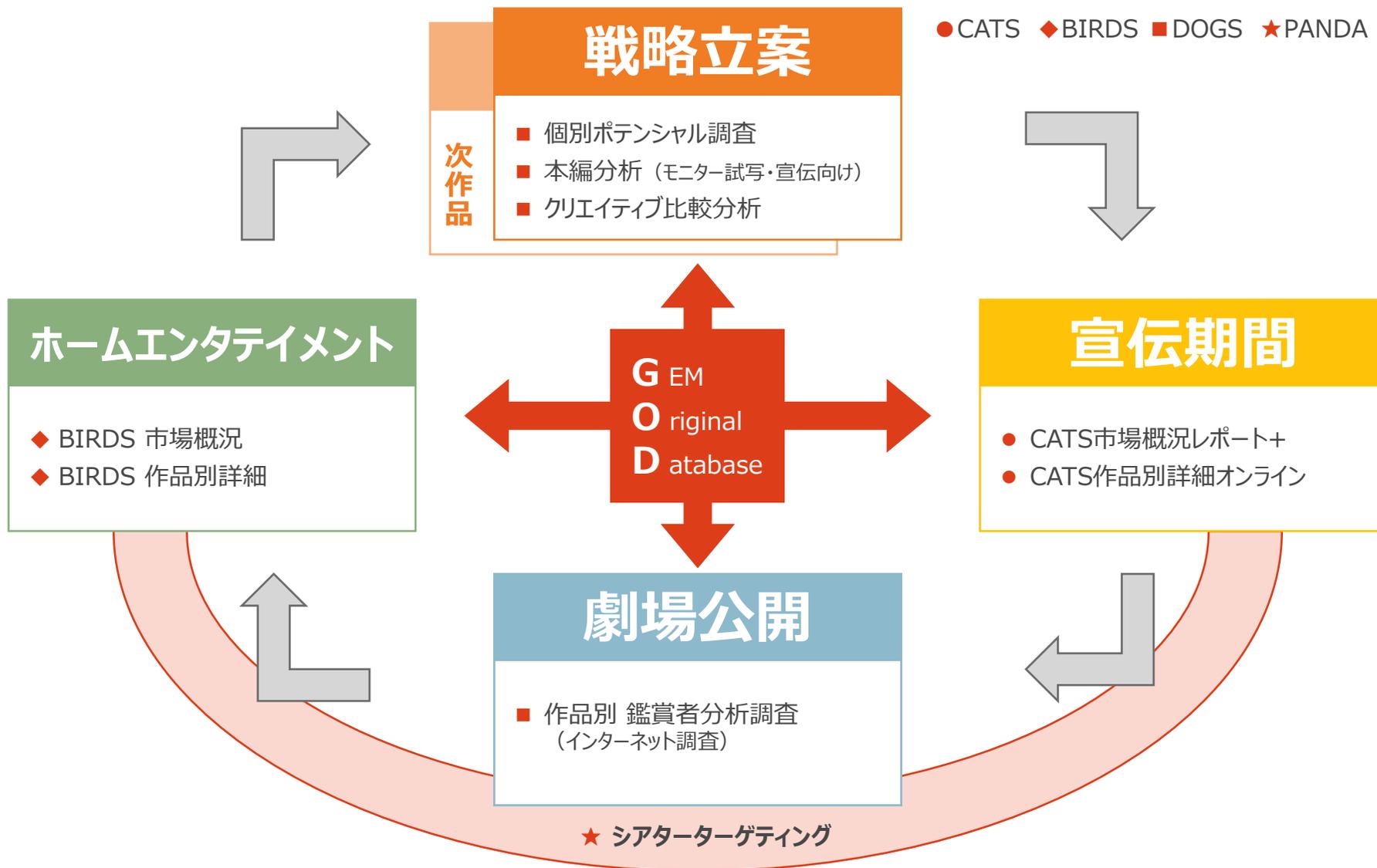
### データ × デジタルの力を最大限発揮しヒットを創出

- 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/>**