



2022年1月14日

<2021年 定額制動画配信サービス 視聴ランキング総括>

アニメ強し、年間 TOP10 を独占、

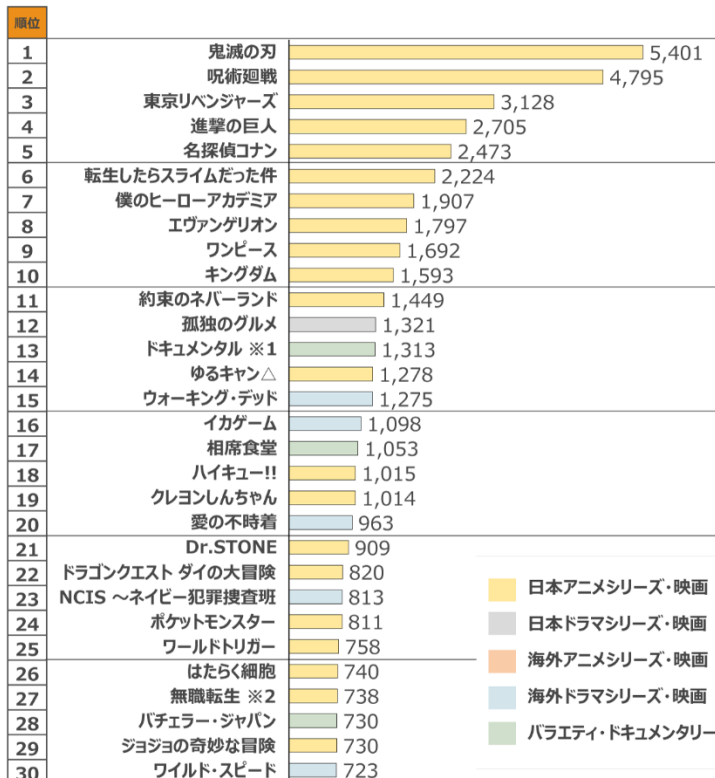
各社のオリジナル・独占作品、ラインナップ戦略に特色

～ GEM ランキングクラブ ～

エンタテインメント業界に向けたデータ×デジタルマーケティングサービスを提供する GEM Partners 株式会社（ジェムパートナーズ、所在地：東京都港区、代表取締役：梅津文）は1月14日（金）、エンタメコンテンツランキングやデータ情報を発信する「GEM ランキングクラブ」プロジェクトにて作成した「定額制動画配信サービス 視聴者数 pt 2021年総括」を発表いたします。

■ 2021年ランキング 1位は『鬼滅の刃』、11位までをアニメが占める

定額制動画配信サービス コンテンツ別ランキング 2021年 全体TOP30



視聴者数 pt：記載の実査日において過去1週間以内にそのコンテンツを見た人の多さを示す

本ランキングは19の定額制動画配信サービス（ABEMA プレミアム、Amazon プライム・ビデオ、Apple TV+、dTV、d アニメストア、FOD、Hulu、J:COM オンデマンド、Netflix、Paravi、Rakuten TV、SPOOX、TELASA、TSUTAYA TV、U-NEXT、アニメ放題、ディズニープラス、バンダイチャンネル、ひかりTVビデオサービス）の視聴者数 pt を横断して集計しています。

※ タイトル別調査のため同タイトルのアニメ版・実写版、同タイトルの別作品の区別はつかない
 ※1：『HITOSHI MATSUMOTO Presents ドキュメンタル』
 ※2：『無職転生 ～異世界行ったら本気だす～』
 出典：GEM Partners による定額制動画配信サービス コンテンツ別 調査
 実査日：2021年1月9日～2022年1月1日の毎週土曜日
 調査対象期間：2021年1月2日～12月31日



2021年の年間総合ランキング1位はアニメ『鬼滅の刃』が獲得しました。2021年上半期の総合ランキングでは『呪術廻戦』が1位に入りましたが、年間では『鬼滅の刃』が上回りました。『鬼滅の刃』は、上半期でも常に上位にランクインしていたほか、テレビアニメ版「無限列車編」の放送・配信が始まった10月以降、さらに視聴者数ptを稼ぎました。『鬼滅の刃』に続いてランクインしたのは、2位『呪術廻戦』、3位『東京リベンジャーズ』。どちらも2021年に劇場版が公開されて話題度が高まったコンテンツで、定額制動画配信サービスでも多く視聴されました。

アニメ以外で最も順位が高かったのは、12位に入った日本のドラマ『孤独のグルメ』です。日本ドラマで唯一のTOP30入りとなりました。

バラエティでは、Amazonプライム・ビデオで独占配信されているAmazonオリジナルの『HITOSHI MATSUMOTO Presents ドキュメンタル』が13位と最も上位にランクインしました。同じくAmazonオリジナルでは、下半期に配信が始まった『バチェラー・ジャパン』も28位に入っています。TOP30ではそのほか『相席食堂』が17位にランクインしました。

海外ドラマからは米ドラマシリーズの2作品、『ウォーキング・デッド』（15位）、『NCIS～ネイビー犯罪捜査班』（23位）に加え、Netflixオリジナルの韓国ドラマ2作品、『イカゲーム』（16位）、根強い人気を誇る『愛の不時着』（20位）がTOP30にランクインしました。

■ それぞれの特色を反映したサービス別ランキング

定額制動画配信サービス別 2021年 TOP10

	Amazon プライム・ビデオ	Netflix	Hulu	U-NEXT	dアニメストア	ディズニープラス	dTV	ABEMA プレミアム	Paravi	FOD プレミアム
1	鬼滅の刃	イカゲーム	名探偵コナン	呪術廻戦	転生したらスライムだった件	アナと雪の女王	名探偵コナン	今日、好きになりました。	それSnow Manにやらせて下さい	ワンピース
2	呪術廻戦	呪術廻戦	鬼滅の刃	鬼滅の刃	呪術廻戦	ロキ	鬼滅の刃	特撮	ドラゴン桜	監察医 朝顔
3	東京リベンジャーズ	愛の不時着	ウォーキング・デッド	名探偵コナン	鬼滅の刃	マンガロリアン	呪術廻戦	「オオカミ」シリーズ	ババジャWEST	ラジエーションハウス～放射線科の診断レポート～
4	エヴァンゲリオン ※1	東京リベンジャーズ	有吉の壁	進撃の巨人	ゆるキャン△	ワンダヴィジョン	キスマイどきどきーん!	恋する週末ホームステイ	半沢直樹	古畑任三郎
5	進撃の巨人	鬼滅の刃	呪術廻戦	ワンピース	東京リベンジャーズ	ファルコン&ウィンター・ソルジャー	東京リベンジャーズ	鬼滅の刃	リコカツ	知ってるワイフ
6	ドキュメンタル ※2	進撃の巨人	クリミナルマインド	転生したらスライムだった件	無職転生～異世界行ったら本気だす～	トイ・ストーリー	銀魂	呪術廻戦	オーマイ・ホス!恋は別冊で	北の国から
7	約束のネバーランド	全裸監督	君と世界が終わる日に	東京リベンジャーズ	進撃の巨人	スター・ウォーズ	進撃の巨人	声優と役あそび	水曜日のダウンタウン	彼女はキレイだった
8	僕のヒーローアカデミア	ワンピース	ダウンタウンのかきの使いやあらへん!E1	僕のヒーローアカデミア	僕のヒーローアカデミア	アベンジャーズ	転生したらスライムだった件	チャンスの時間	a.b.c-zの1000本ノック	鬼滅の刃
9	名探偵コナン	ヴァンチェンツォ	東京リベンジャーズ	銀魂	ひぐらしのなく頃に	アラジン	キングダム	恋愛ドラマは恋がしたい	昌黎	絶対零度～未然犯罪潜入捜査～
10	転生したらスライムだった件	相席食堂	進撃の巨人	ハイキュー!!	Re:ゼロから始める異世界生活	ホークアイ	僕のヒーローアカデミア	Mリーグ駅伝	天国と地獄～サイコロが2人～	最後から二番目の恋

【備考】月間視聴者数ptの合計が多い上位10サービスを左から順に掲載。コンテンツ別調査のため同じタイトルでのアニメ版・実写版、あるいは同じタイトルの別作品の区別はつかない
 ※1：新劇場版を定額制動画配信サービスで独占配信 ※2：『HITOSHI MATSUMOTO Presents ドキュメンタル』
 出典：GEM Partnersによる定額制動画配信サービス、タイトル別 調査 実査日：2021年1月9日～2022年1月1日の毎週土曜日、調査対象期間：2021年1月2日～12月31日

GEMランキングクラブ エンタテインメントをデータでも楽しむ!

2021年の調査結果を集計し、サービス別に視聴者数 pt ランキングを作成しました。サービス名は合計視聴者数 pt が多い順に左から並べています。上半期同様（※1）、合計視聴者数 pt の多いサービスほど、人気の日本アニメシリーズが上位に入っています。d アニメストアのようなアニメに特化していない、Amazon プライム・ビデオ、U-NEXT、dTV といったサービスでも、TOP10 におけるアニメの存在感が大きいことが分かります。

※1 参考記事：[「2021 年上半期総括：コロナ禍で成長の定額制動画配信、各サービスのコンテンツ戦略とは？ キーワードは<人気アニメ> <独占配信とオリジナル> ~サービス別視聴者数 pt ランキング編~」](#)

一方、各サービスは、オリジナル作品や独占配信作品にも力を入れて差別化を図っていることがうかがえます。Netflix は『イカゲーム』をはじめとした韓国ドラマやオリジナルドラマシリーズの『全裸監督』などがランクイン。Hulu や Paravi、FOD プレミアムは自社放送作品が入っています。また、ディズニープラスは『アナと雪の女王』『トイ・ストーリー』といったヒット映画シリーズに加えて、『ロキ』などのマーベル、『マンダロリアン』などのスター・ウォーズのドラマ作品が上位にランクインするなど、自社コンテンツで訴求をしています。

■ ランキング上位の視聴傾向からみるサービス特色

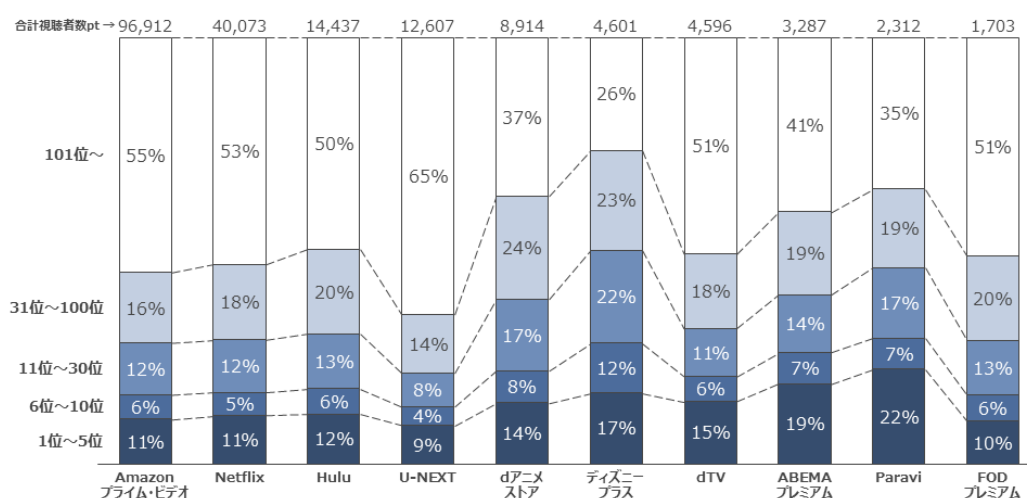
上記のとおり、各サービスは幅広く提供されている人気作に加え、それぞれのオリジナル作品や独占配信作品を提供し差別化を図っています。その一方で、各サービスにはランキング上位の作品以外にも、見切れないぐらい多数の作品があります（※2）。

※2 参考記事：[「コンテンツをすべて見切るには何年かかる？ 「再生時間」からみる定額制動画配信サービス<VOD ラインナップ分析ツール>」](#)

“強い人気作でユーザーを惹きつける”、あるいは“コンテンツ数の多さで満足度を高める”、どちらも重要な要素です。では、それぞれのサービスにおけるコンテンツの視聴者は、視聴者数 pt 上位の人気作にどの程度集中しているのでしょうか。あるいは、視聴者が見ている作品はどの程度ばらついているのでしょうか。

そこで、2021年の年間データを合算し、各サービスの上位作品の視聴者数 pt が、合計視聴者数 pt に占める割合を算出して視聴傾向を整理しました。

2021年 定額制動画配信サービス別 上位作品の視聴者数ptが年間合計視聴者数ptに占める割合



出典：GEM Partnersによる定額制動画配信サービス コンテンツ別 調査 実査日：2021年1月9日～2022年1月1日の毎週土曜日、調査対象期間：2021年1月2日～12月31日



合計視聴者数 pt 上位の、Amazon プライム・ビデオ、Netflix、Hulu は分布がよく似ています。これら 3 サービスは、概ね 30 位までで合計視聴者数 pt の 30%を占めています。

一方、コンテンツ数がほかのサービスよりも圧倒的に多い U-NEXT の場合（※3）、上位 30 位までの視聴者数 pt は 21%です。上位作品が全体視聴者数 pt の合計に占める割合が低く、コンテンツ数の多さに裏打ちされた「より多くの作品が視聴されている」状況となっています。

※3 参考記事：「[<定額制動画配信サービス調査> 作品数のイメージと実際の数に大きな差](#)」

反対に上位作品の集中度が高いのは、ディズニープラス、d アニメストア、Paravi、ABEMAプレミアムなど。上位 30 位までの視聴者数 pt の合計が全体に占める割合が 40～50%まで高くなっています。特定のジャンルやフランチャイズ/シリーズの強さがうかがえます。

*

このように、各サービスとも利用者を増やし、視聴されているなかで、コンテンツやラインナップで特色を打ち出しています。定額制動画配信サービスの市場は成長が継続していますが（※4）、2022年以降は、一人当たりの利用サービス数を増やすことが市場の成長を促す局面に入ってくるでしょう。各事業者としては、ほかのサービスに加えて、自社サービスを使ってもらう訴求をすることになりますが、こうした各社の特色の打ち出しがますます重要になると考えます。

※4 参考記事：「[<2021年 映像コンテンツ利用実態分析> 動画配信サービスの躍進続く 有料定額制・無料の利用率はそれぞれ前年比+4.8pt、+3.4pt を記録、一人当たり定額制サービス利用数は 1.7 個で前年と変わらず](#)」

過去のランキングデータ、男女別、年代別などの詳細は「GEM ランキングクラブ」で公開中

https://gemranking.club/w_ranking/

「GEM ランキングクラブ」は、週次の調査に基づき集計しています（詳細は「調査概要」参照）。定額制動画配信サービス利用者全体の中で、どんなコンテンツが観られているのか、エンタメファンと事業者の参考としていただくことを目的とし、成長著しい定額制動画配信サービスと映像エンタテイメント産業の更なる発展に資することを目指しています。

■ 定額制動画配信サービス コンテンツ別 調査概要

【調査方法】 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

【回答者数】 各回 約 7,000 人

【数値重みづけ】 総務省発表の人口統計を参考に回答者を性年代別に重みづけ

【集計方法】 視聴したコンテンツについては自由回答方式で聴取。これを GEM Partners 開発によるエンタメコンテンツ辞書を用いて名寄せ・集計を実施。コンテンツごとの視聴したシーズン数やエピソード数等は区別せず、一部でも観たと回答した人を視聴者としてカウント。また、劇場／テレビ版や海外／国内版も同一コンテンツとしてカウント（一部例外あり）。複数回観ても 1 カウントとしている。※名寄せ辞書のアップデートに伴い、過去に遡って値が修正されることがあります

■ 会社概要

会社名：GEM Partners 株式会社 設立：2008 年 3 月 17 日

代表取締役：梅津 文

事業内容：エンタテインメントビジネス領域で下記に関わる一切のこと

マーケティング戦略の立案と実行モニタリング

デジタルマーケティング実行

メディアの企画・運営

コーポレートサイト：<https://www.gempartners.com/>

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

GEM ランキングクラブ：<https://gemranking.club/>

■ 本件に関するお問い合わせ先

GEM Partners（ジエムパートナーズ）株式会社

担当：河西（かさい）

電話：03-6303-1346 メールアドレス：info@gempartners.com