



2021年7月16日

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〉

～定額制動画配信サービス 視聴者数ランキング 2021年上半期総括 サービス別編～

～ GEM ランキングクラブ発表 ～

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7月16日（金）、 「GEM ランキングクラブ」プロジェクトにて集計した「定額制動画配信サービス タイトル別視聴者数 pt」をはじめとした動画配信市場関連データを用いて、2021年上半期における各サービスのコンテンツ戦略を紐解きました。

※ 視聴者数 pt：記載の実査日において過去1週間以内にそのタイトルを見た人の多さを示す

- Amazon プライム・ビデオなど、視聴者数 pt を多く集めるサービスはアニメが席けん、その他のサービスでは独占配信・オリジナルコンテンツ戦略で差別化も

定額制動画配信サービス別 2021年上半期TOP10

	Amazon プライム・ビデオ	Netflix	Hulu	U-NEXT	dアニメストア	dTV	ディズニープラス	ABEMA プレミアム	Paravi	FOD プレミアム	J:COM オンデマンド	TELASA
1	呪術廻戦	呪術廻戦	名探偵コナン	呪術廻戦	呪術廻戦	名探偵コナン	ワンドヴィジョン	今日、好きになりました。	それSnow Manにやらせて下さい	監察医 朝顔	鬼滅の刃	相棒
2	鬼滅の刃	妻の不時着	呪術廻戦	名探偵コナン	転生したらスライムだった件	呪術廻戦	ファルコン&ウィンター・ソルジャー	「オオカミ」シリーズ	ドラゴン桜	知ってるワイフ	呪術廻戦	科捜研の女
3	進撃の巨人	進撃の巨人	ウォーキング・デッド	進撃の巨人	ゆるキャン△	キスマイどきどき	アナと雪の女王	恋する週末ホームステイ	パバジャニWEST	ワンピース	SPEC	呪術廻戦
4	約束のネバーランド	鬼滅の刃	君と世界が終わる日に	鬼滅の刃	鬼滅の刃	鬼滅の刃	マンダロリアン	呪術廻戦	リコカツ	古畑三郎	進撃の巨人	遺留捜査
5	ドキュメンタル ※2	梨泰院クラス	有吉の壁	ワンピース	進撃の巨人	銀魂	トイ・ストーリー	将棋	オーマイ・ボス!恋は別冊で	北の国から	名探偵コナン	進撃の巨人
6	ゆるキャン△	ヴィンチェンツォ	鬼滅の刃	転生したらスライムだった件	Re:ゼロから始める異世界生活	進撃の巨人	スター・ウォーズ	鬼滅の刃	半沢直樹	呪術廻戦	転生したらスライムだった件	鬼滅の刃
7	転生したらスライムだった件	今際の国のアリス	進撃の巨人	僕のヒーローアカデミア	蜘蛛ですが、なにか?	孤独のグルメ	アラジン	声優と夜あそび	俺の家の話	イチケイのカラス	ウォーキング・デッド	ウォーキング・デッド
8	名探偵コナン	ワンピース	クリミナルマインド	銀魂	五等分の花嫁	転生したらスライムだった件	アベンジャーズ	転生したらスライムだった件	天国と地獄～サイコな2人～	絶対零度～未然犯罪潜入捜査～	三国志	相葉マナブ
9	相席食堂	転生したらスライムだった件	ダウンタウンのカキの使いやあらへんで!	NARUTO -ナルト-	七つの大罪	ウォーキング・デッド	ムーラン	Re:ゼロから始める異世界生活	若峠る恋には理由があつて	青のSP～学校内警察・嶋田隆平～	NCIS～ネイビー犯罪捜査班	24 JAPAN
10	エヴァンゲリオン	東京リベンジャーズ	ウチの娘は、彼氏が出来ないう!!	ガンダム	ひぐらしのなく頃に	BTS	ロキ	五等分の花嫁	MIU404	RIDE ON TIME	ジョジョの奇妙な冒険	あざとくて何が悪いの?

※1 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 ※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～6月26日の毎週土曜日、調査対象期間：2021年1月2日～6月25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年上半期（1月2日～6月25日）の週次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た。サービスは集計期間中の総視聴者数 pt が多い順に左から並べている。

まず、Amazon プライム・ビデオ、Netflix、Hulu、U-NEXT など、総視聴者数 pt が上位のサービスのランキングには、「日本アニメシリーズ・映画」（黄色）である『呪術廻戦』や『鬼滅の刃』『進撃の巨人』『名探偵コナン』などが上位に入っている。これらのコンテンツは様々なサービスで提供されているが、多くの人々が利用するサービスでより多く視聴されていることが分かる。

一方、定額制動画配信サービスのオリジナルコンテンツ（囲み+赤字）に注目すると、上位には、Amazon プライム・ビデオのバラエティ『HITOSHI MATSUMOTO Presents ドキュメンタル』、Netflix の韓国ドラマシリーズ『愛の不時着』『梨泰院クラス』『ヴィンチェンツォ』などがランクインしており、各サービスの差別化ポイントとなっていることがうかがえる。

さらには、オリジナルコンテンツ（囲み+赤字）ないし、定額制動画配信サービス内で独占配信しているコンテンツ（囲み）で TOP10 を占めたディズニープラスや、『今日、好きになりました。』など恋愛番組シリーズが上位に入った ABEMA プレミアムは、「他のサービスでは観られないコンテンツ」がユーザーをひきつけ、サービス内で多く視聴されていることが分かる。

また、TBS 系の Paravi、フジテレビ系の FOD プレミアム、テレビ朝日系の TELASA は、テレビ局で放送されたドラマシリーズの見逃し配信が上位の多くを占めた。これらも、ほかの定額制動画配信サービスでは観られない独占配信コンテンツが多い。

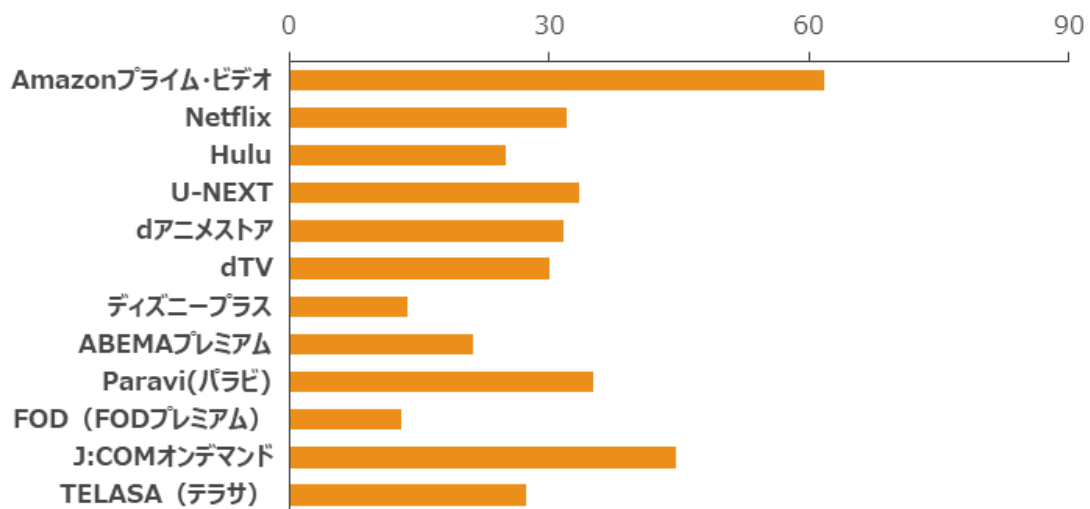
■ Amazon プライム・ビデオなどの上位サービスに「プラス1」での視聴行動か

前述のとおり、上半期の総視聴者数 pt が多いサービスでは「日本アニメシリーズ・映画」が上位に、それ以外では各サービスの独自コンテンツが多く視聴されていることが分かった。では、視聴者は各サービスをどのように利用しているのだろうか。使い分けはあるのだろうか。

以下のチャートは、GEM Partners で実施している「定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査」の 2021 年 7 月号に掲載している併用率のデータである。

各サービス利用者のうち「そのサービスのみ利用」してる回答者の割合

(集計対象：各サービスの利用者, %)



出典：「定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査」2021年7月号



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！

まず、各サービス利用者の中で「そのサービスのみ利用」している人の割合は、Amazon プライム・ビデオが最も高く、61.8%である。一方、ほかのサービスにおける「そのサービスのみ利用」の割合は1～3割程度である。つまり、ほとんどのサービスにおいて、利用者の大半は、「このサービスに加えて、他にも利用しているサービスがある」のである。

各サービス利用者がほかに利用しているサービス

(集計対象：各サービスの利用者, %)

	Amazon プライム・ ビデオ	Netflix	Hulu	U-NEXT	dアニメ ストア	dTV	ディズニープ ラス	ABEMA プレミアム	Paravi	FOD プレミアム	J:COM オンデマンド	TELASA
Amazonプライム・ビデオ →	-	17.2	8.8	4.0	3.8	2.6	3.9	1.7	0.8	0.8	2.2	0.8
Netflix →	53.8	-	15.8	7.1	3.0	2.3	6.5	2.5	1.0	1.0	3.3	1.5
Hulu →	55.1	31.6	-	8.2	4.1	3.9	7.6	3.3	3.2	2.2	3.4	1.0
U-NEXT →	45.8	25.9	15.0	-	2.7	5.7	5.1	5.5	1.2	0.5	2.8	2.7
dアニメストア →	50.7	12.8	8.6	3.1	-	12.8	4.6	4.4	0.9	0.4	0.0	2.1
dTV →	39.1	11.1	9.3	7.4	14.4	-	6.8	3.0	2.0	3.4	2.9	1.1
ディズニープラス →	64.4	33.9	19.9	7.3	5.7	7.5	-	3.2	1.9	2.6	4.1	0.6
ABEMAプレミアム →	51.4	23.3	15.7	14.1	9.8	6.0	5.8	-	2.5	0.0	2.4	1.2
Paravi →	35.1	14.0	21.1	4.4	2.8	5.7	4.9	3.6	-	12.6	2.0	1.6
FODプレミアム →	45.2	19.0	20.5	2.6	2.0	13.2	9.2	0.0	17.3	-	2.3	0.0
J:COMオンデマンド →	34.8	16.9	8.6	4.0	0.0	3.1	4.0	1.3	0.8	0.6	-	1.9
TELASA →	37.6	23.4	7.6	11.7	7.8	3.8	2.0	2.0	2.0	0.0	5.9	-

出典：「定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査」2021年7月号



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！

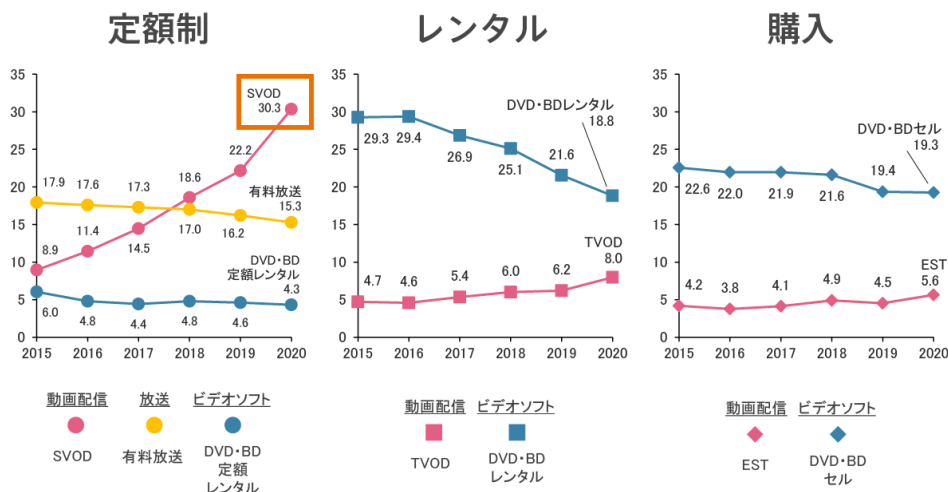
「各サービス利用者がほかに利用しているサービス」を調査したところ、いずれのサービスにおいても Amazon プライム・ビデオが最も多く、各サービス利用者の3～6割に上る。ここから、多くのサービスで提供されている人気作品は Amazon プライム・ビデオで視聴し、Amazon プライム・ビデオでは観られないコンテンツを求めて他サービスと契約している状況がみえてくる。つまり、Amazon プライム・ビデオに「プラス1」として利用されていることがうかがえる。

また、Paravi、FOD プレミアムは互いを利用していると答える人の割合が高めであり、「テレビドラマ好き」が「あのドラマも、このドラマも」観ていることがうかがえる。

■ 動画配信市場のさらなる成長に向けてますます重要なプラス1戦略

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)



※商品レポートには「無料 (AdVOD、地上波、BS)」の利用率推移も掲載

出典：「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)」

GEM Partners

「定額制動画配信サービス (SVOD)」を利用する人の割合は昨年の時点で 30.3%、すでに、有料放送 (15.3%)、DVD/BD レンタル (18.8%) を抜いて圧倒的に高い値である。ここからさらに定額制動画配信市場が成長していくには、「新たに定額制動画配信サービスを利用してもらう」だけでなく、「すでに何らかのサービスを利用している人に、追加で契約してもらう」ことが各社ともますます重要となる。各社がオリジナルコンテンツ、独占配信コンテンツを押し出す背景には、こうした競争環境の変化もあり、また、それぞれの差別化によって市場はさらに活性化しているといえよう。

*

上半期総括の全体視聴者数 pt ランキング編「『呪術』『鬼滅』等が上位をキープ、『東リベ』急上昇中、アニメの圧倒的存在感 (https://gem-standard.com/news_releases/291)」もご覧ください。

■ 「GEM ランキングクラブ」では毎週、サービスを横断した視聴者数 pt ランキングを配信

<https://gemranking.club/>

「GEM ランキングクラブ」は、定額制動画配信サービス利用者全体の中で、どんなタイトル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ン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 ブランド・ロイヤリティ調査」の詳細はこちら

<https://gem-standard.com/p/report/goo090900598>

■ 「動画配信／放送／ビデオソフト市場 ユーザー分析レポート」の詳細はこちら

<https://gem-standard.com/p/products/142>

■ 定額制動画配信サービス タイトル別 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】 視聴したタイトル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。タイトル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／国内版も同一タイトルとしてカウント（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 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（ジェムパートナーズ）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