



2021年4月15日

Netflix がオリジナル作品充実度 No.1 をキープ ディズニープラスが大躍進、Amazon と 2 位争い

＜定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査＞

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4月15日、定額制動画配信サービス（SVOD）の浸透状況や獲得ポテンシャル、流出入状況、ブランドイメージなどをまとめた毎月発行のレポート「**定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査**」の4月号を発行いたしました。今回、同レポートの結果をもとに、定額制動画配信サービス（SVOD）のブランドイメージ分析の1年間の推移に着目し、市場動向を探った結果をご報告します。

ピックアップした指標は、「そこでしか見られない作品の充実度」。日本在住の15～69歳の男女にインターネットアンケートを行い、各SVODサービスに対し、利用の有無を問わず「そこでしか見られない作品がある、もしくはありそう」と答えた人の割合になります。これは、各サービスに関して、オリジナル作品が充実している、もしくは独占配信作品が多いと消費者が感じているかどうかの指標ともいえます。

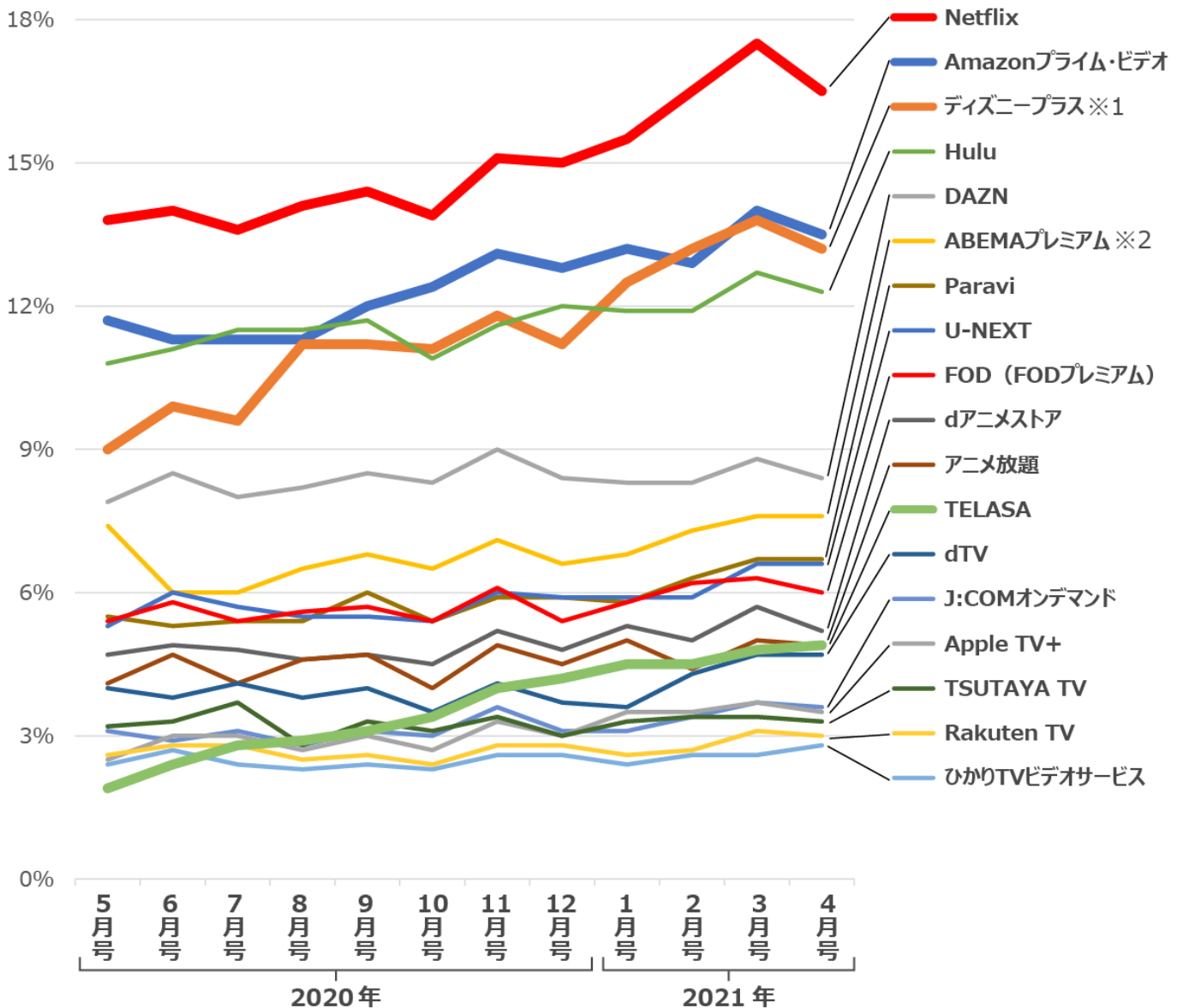
【調査ハイライト】

指標：「そこでしか見られない作品の充実度」（2020年5月号～2021年4月号）

- 値を上げ続け、首位を独走する Netflix
- 大幅上昇のディズニープラス、Amazon プライム・ビデオと 2 位争いへ
- 年間上昇幅 2.0pt 以上は、ディズニープラス、TELASA、Netflix

「そこでしか見られない作品の充実度」 サービス別推移

(%、100%=回答者全体 [日本在住の15-69歳男女])
各号の実査日は前月末 (例: 2021年4月号→2021年3月末実査)



※1: 2020年6月号(5月末実査分)まで、旧称“ディズニードラックス”で聴取

※2: 2020年5月号(4月末実査分)まで、旧称“Amebaビデオ(プレミアムプラン)”で聴取

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」2020年5月号~2021年4月号

「3. ブランドイメージ 3-1. 回答者全体におけるブランドイメージの状況」

GEM Partners

上記グラフは、「定額制動画配信サービスブランド・ロイヤリティ調査」の2020年5月号から2021年4月号までに掲載された「そこでしか見られない作品の充実度」の値の推移になります。各号の値は前月末の調査値となることにご注意ください。

値を上げ続け、首位を独走する Netflix

1年前となる2020年5月号（同年4月末実査）で2位以下を離して首位を獲得したNetflix。その後も、順位を落とすことなく値を上げ続け、最新調査となる2021年4月号（同年3月末調査）でも首位を記録しました。Netflixは、プラットフォームを横断した「定額制動画配信サービス視聴者数3月度ランキング」（※）で15位にランクインしたヒットドラマ『愛の不時着』などをはじめ、“Netflixオリジナル”と銘打った作品を効果的に配信しており、「そこでしか見られない作品がある」というイメージ訴求に最も成功している定額制動画配信サービスであると考えられます。

※GEMランキング調べ（調査対象期間：2021年2月27日～3月26日）

大幅上昇のディズニープラス、Amazonプライム・ビデオと2位争いへ

調査サービス内で年間上昇幅TOPとなるディズニープラス。2020年5月号（同年4月末実査）では4位でしたが、好調に値を上げ、2021年2月号（同年1月末実査）では、2位にランクインしました。一方、Amazonプライム・ビデオも値を伸ばしており、最新調査の2021年4月号（同年3月末調査）では、ディズニープラスをおさえて2位となりました。2月号以降、Amazonプライム・ビデオとディズニープラスは僅差で推移しており、今後も入れ替わりが予想されます。

年間上昇幅2.0pt以上は、ディズニープラス、TELASA、Netflix

上記グラフの期間（2020年5月号から2021年4月号）において、2.0pt以上上昇したサービスは、ディズニープラス（+4.2pt）、TELASA（+3.0pt）、Netflix（+2.7pt）となりました。

TELASAは2020年4月7日にサービス名称を「ビデオパス」から「TELASA」に変更。以降、順調に値を伸ばしています。

今回の調査結果は「**定額制動画配信サービス ブランド・ロイヤリティ調査**」を基にしています。ご紹介した18の定額制動画配信サービスを対象とした毎月発行のトラッキングレポートで、各サービスの「認知・利用状況」「新規／継続利用意向の状況」「加入・解約の理由とサービス間の流出入状況」や、今回取り上げたブランドイメージなど、様々な角度で分析を行っています。自社サービスのポジションニングや宣伝効果の把握はもちろん、提案資料の素材としてぜひご利用ください。

■ 調査概要

【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」

【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

【調査実施日】発行号の前月末

【回答者数】10,000人弱

【数値重みづけ】総務省発表の人口統計、弊社実施調査を参考に回答者を性年代・映画鑑賞頻度別に重みづけ

■ 「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、購読のお申込み

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

■ 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/>

サービスサイト【GEM Standard】：<https://gem-standard.com/>

■ 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）、西川

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