

スパコロ、「動画配信サービス利用率の調査」を発表 動画配信サービスの最新利用率ランキング！3位はNetflix、2位はTVer、1位は・・・！

ロイヤル顧客の反応可視化ツールを提供する株式会社スパコロ（本社：東京都港区、代表取締役社長：林 秀紀）は、全国の10～50代の7,241名を対象に実施した「動画配信サービス利用率の調査」の結果をご報告いたします。

※調査対象サービス: Amazonプライムビデオ、Hulu、Netflix、U-NEXT、dTV、DAZN、Paravi、ABEMA、Disney+、FOD、ひかりTV、NHKオンデマンド、スカパー!オンデマンド、TELASA、TSUTAYA TV、DMM.com 動画、RakutenTV、J:COM オンデマンド、AppleTV+、日テレ無料、テレ朝動画、テレ東動画、TBS FREE、GYAO!（※順不同）

スパコロは、顧客ニーズを把握して製品・サービス変革のきっかけづくり、実現のため“自社ロイヤル顧客の意識データを可視化するSaaSサービスを提供しています。調査結果の詳細は以下からお問合せ下さい。

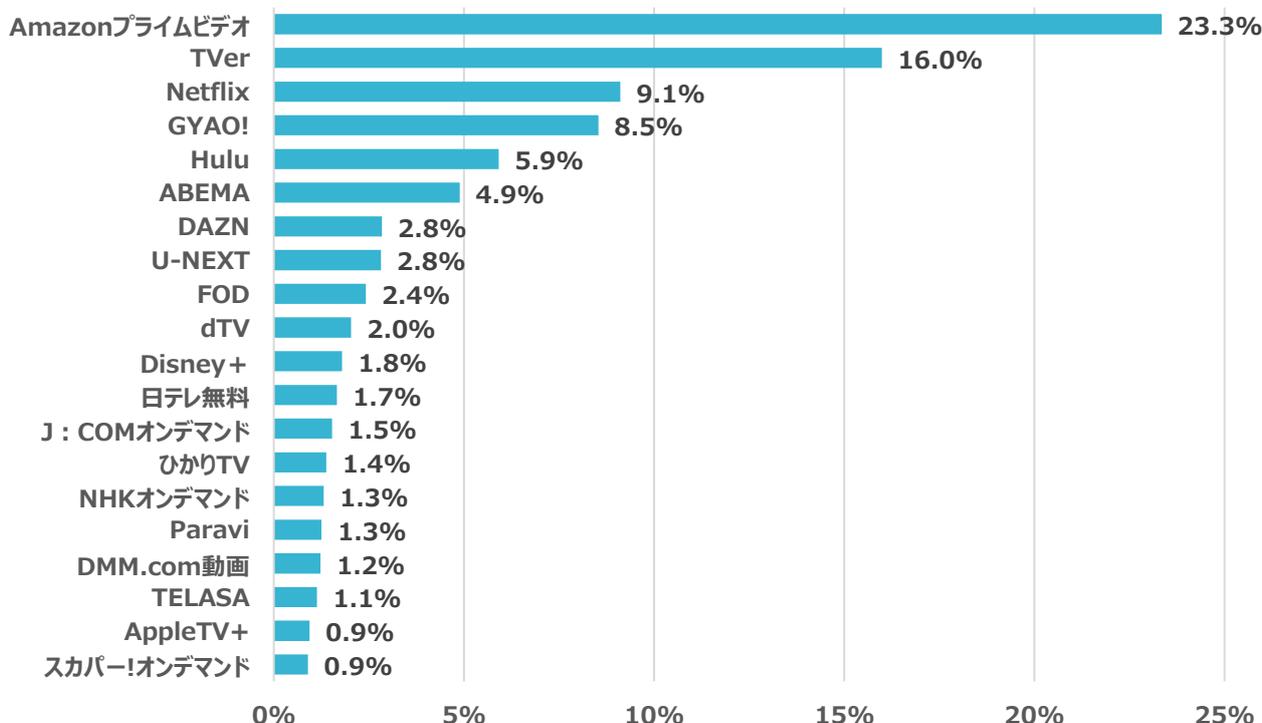
【詳細結果公開 URL】 <https://corp.supcolo.jp/video-streaming-service/>

【サイト URL】 <https://service.supcolo.jp/>

■ 動画配信サービス利用率、1位はAmazonプライムビデオ！5人に1人が利用している結果に。

現在利用されている動画配信サービスの利用率では、3位はNetflixで9.1%、2位はTverで16.0%、1位はAmazonプライムビデオで23.3%。1位のAmazonプライムビデオは約5人に1人が利用している結果となりました。この理由としてAmazonプライム会員他の特典とあわせて、プライムビデオを活用している人が多いことが推察できます。上位には、無料でも多くのコンテンツが楽しめるTverやGYAO!、独自のコンテンツを多く配信するNetflix、Hulu、ABEMA、DAZNなどがランクインする結果となりました。

動画配信サービス 利用率ランキング ※有料・無料問わない



複数回答

全国10～50代 n=7,241

スパコロ 「動画配信サービス利用率の調査」

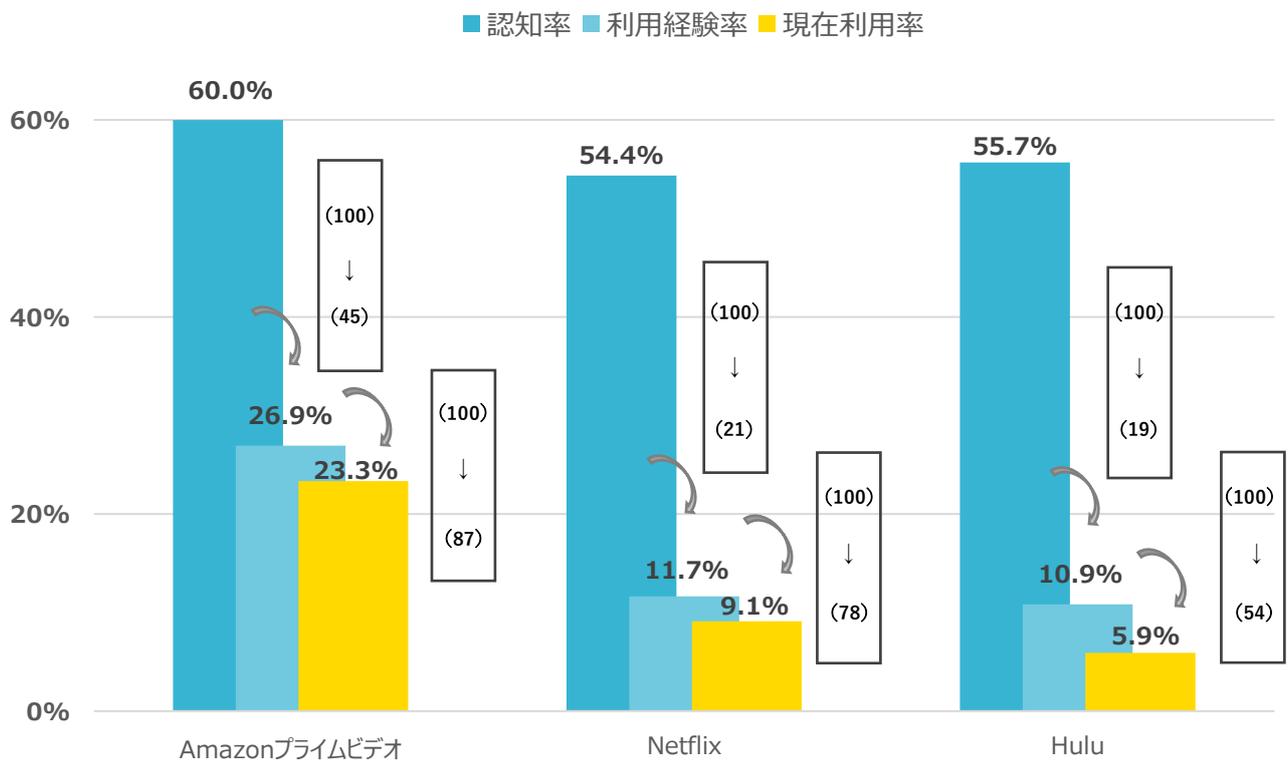
詳細版の表はスパコロサイトお問合せよりお求めください

■ Amazon プライムビデオ、トライアル率・継続率ともに Netflix、Hulu を大きく上回る

有料動画配信サービストップ3の浸透状況について見ると、Amazon プライムビデオでは、認知率 60.0%、利用経験率 26.9%、現在利用率 23.3%。Netflix では、認知率 54.4%、利用経験率 11.7%、現在利用率 9.1%。Hulu では、認知率 55.7%、利用経験率 10.9%、現在利用率 5.9%という結果となりました。

認知率については3サービスに大きな差はなかったものの、認知に対する利用経験の割合では、Amazon プライムビデオが45%、Netflix が21%、Hulu が19%。Amazon プライムビデオが他に比べて、認知後のトライアル率が高いことがわかります。また、利用経験率に対する現在使用率においても Amazon プライムビデオは87%と利用の継続率が高く、離脱するユーザーが少ないということがわかります。

動画配信サービスの認知率・利用経験率・現在利用率の比較 ※有料のみのサービス トップ3



複数回答

全国 10~50代 n=7,241

スパコロ 「動画配信サービス利用率の調査」

上記3サービス以外の表はスパコロサイト、お問合せよりお求めください

■ Amazon プライムビデオ、6 割近くがロイヤル顧客。離反顧客の少なさが目立つ

Amazon プライムビデオの利用経験者を利用頻度・利用意向の 2 軸で区切り、顧客セグメントを見ていきます。

積極ロイヤル顧客(週 1 回以上利用かつ利用意向あり層)の割合が 48.5%、消極ロイヤル顧客(週 1 回以上利用かつ利用意向なし層)8.7%。ロイヤル顧客の合計は 6 割近くを占めています。これに対し、離反顧客の割合は 13.3%と、1 割程度に留まる結果となりました。離反顧客が少ないのは、下記の自由回答ピックアップからもわかるとおり、Amazon プライムは必ずしも動画鑑賞目的で加入されているわけではなく、Amazon プライムの複合的なサービス利用の一部として活用されているため、動画を頻繁に視聴しないユーザーでも離反することが少ないことが要因であると推察できます。

Amazon プライムビデオ 顧客セグメントマップと利用理由

利用頻度(利用経験者)				
利用なし	週一回以下	週一回以上		
計13.3%	計29.4%	計57.2%		
積極 離反顧客 6.7%	積極 一般顧客 19.1%	積極 ロイヤル顧客 48.5%	計 74.3 %	利用 意向 あり
消極 離反顧客 6.7%	消極 一般顧客 10.4%	消極 ロイヤル顧客 8.7%		
			利用 意向	

複数回答

全国 10～50 代 Amazon プライムビデオ利用経験者 n=540

スパコロ 「動画配信サービス利用率の調査」

Netflix,Hulu の同表はスパコロサイト、お問合せよりお求めください

<利用理由 自由回答ピックアップ>

- ◇ ショッピングやプライムミュージックと合わせて活用できるため。
- ◇ ドコモの特典として利用している。アマゾン利用時に送料が無料になるから。
- ◇ 子どもが見る番組があるから。
- ◇ 動画以外の特典があるため。
- ◇ 配偶者が Amazon プライム会員だから。
- ◇ 安いから。
- ◇ オリジナルコンテンツが多いから。

複数回答

全国 10～50 代 Amazon プライムビデオ利用経験者 n=540

スパコロ 「動画配信サービス利用率の調査」

Netflix,Hulu の同表はスパコロサイト、お問合せよりお求めください

《総論》

今回の調査では動画配信サービスについて、特に Amazon プライムビデオに注目してレポートいたしました。新型コロナウイルスの流行以来、動画配信サービスを利用する割合が増加する中、Amazon プライムビデオが認知・利用経験・現在利用の全ての割合で 1 位を獲得しているとともに、ロイヤルティの高い顧客を多く抱えていることがわかりました。Amazon プライムビデオという単独のサービスの強みに加え、通販・本・音楽などあらゆるウェブサービスを利用できる点は顧客メリットが大きく、他サービスを引き離す大きな要因となっている事は明らかです。“総合ウェブサービス Amazon”と競わなければならない動画配信サービス各社の戦いは引き続き厳しいものになると予想されます。

【調査概要】スパコロ『動画配信サービス利用率の調査』

調査方法 : 全国 10~50代を対象としたインターネットリサーチ

調査期間 : 2021年3月5日(金)~3月9日(火)

有効回答数 : 7,241名

調査対象サービス : Amazonプライムビデオ、Hulu、Netflix、U-NEXT、dTV、DAZN、Paravi、ABEMA、Disney+、FOD、ひかりTV、NHKオンデマンド、スカパー!オンデマンド、TELASA、TSUTAYA TV、DMM.com動画、GYAO! RakutenTV、J:COMオンデマンド、AppleTV+、日テレ無料、テレ朝動画、テレ東動画、TBS FREE (※順不同)

スパコロは、顧客ニーズを把握して製品・サービス変革のきっかけづくり、実現のため
“自社ロイヤル顧客の意識データを可視化”する SaaS サービスを提供しています。

<https://service.supcolo.jp/>

◇本件に関するお問い合わせ先◇

株式会社スパコロ 広報室 高倉 川上まで

Email : press@supcolo.jp