

2021 年度

卒業論文

動画配信サービス(VOD) の差異

2021 年 12 月 31 日

大東文化大学経営学部経営学科

(学籍番号 18161340)

内山翔太

目次

- はじめに

- 研究方法

 - データについて

 - 分析対象にした動画配信サービス

 - 分析手法

- 分析結果

 - 性別ごとの比較分析

 - 年代ごとの比較分析

 - 動画配信サービスごとの満足度分析

 - 視聴ジャンルごとでの比較分析

 - 動画配信サービスで重要視しているもの別分析

- 結果を踏まえての考察

- まとめ

- 参考文献

はじめに

昨今新型コロナウイルスの影響により外出する機会が減り、自宅で楽しめる娯楽というものが注目を集めています。私自身もそのうちの一人であり、家で楽しめる娯楽などを楽しんでいます。とりわけ自分の周りや世間的に注目されているものの一つがサブスクリプションです。サブスクリプションとは、「料金を支払うことで、製品やサービスを一定期間利用することができる」形式のビジネスモデルのことで、近年ではサブスクとも略され、英語では「予約購読」や「定期購読」という意味の言葉です。世の中には様々なサブスクリプションが存在しますが、中でも動画配信サービス(VOD)は多くの人が利用しているサービスであります。そしてその動画サービスだけでも多くのアマゾンプライムビデオやNetflixなど多くの種類のサブスクリプションが存在します。

私は世の中に数多く存在するサブスクリプションの中で利用者・購読者はどのような基準で利用しているのか、各サブスクリプションの強みや弱みなどを調べ、各サービスの利用者がどのようなことに求めているのかが分かると考え、研究を行うことにした。

研究方法

データについて

今回の研究で取りあつかったデータは、クラウドソーシングサービスの Lancers を用いて約 1 週間を目安に幅広い年齢層に向けてアンケートを取り約 600 件ほどのアンケート結果を基に研究を行っていきましました。

内容は以下の通りである。

アンケート期間は 2021 年 11 月 4 日から 11 月 11 日までの 7 日間で、回答者数は 573 名あった。

分析対象とした動画配信サービス

前述したとおり動画配信サービスは世の中に数多く存在しています。そのため今回は、有名な動画配信サービス五つに焦点をあてアンケートを取り分析を行うことにした。まず一つがアマゾンプライムビデオである。アマゾンプライムビデオはアマゾンがアマゾンプライム会員に提供しているサービスの一つである。このサービスの特徴としてはアマゾンというネット通販のサービスの会員でサービスを受けられるのと同時に会員限定の動画を視聴できるところにある。そのため利用者は老若男女問わず多く、世界でトップクラスのサブスクリプションの一つであると言われていています。二つ目はネットフリックスです。ネットフリックスはアメリカのカリフォルニア州に本社を置く会社です。もともとはビデオレンタルを行う会社として経営を行っていましたが、2007年に今行われている動画配信サービスを開始し、世界規模の企業へと成長していった。現在は既存の動画を配信するだけではなく、自社オリジナルの作品も多く手掛けており、会員数も国内外問わず世界トップクラスの会員数になっている。三つ目が U ネクストです。U ネクストは日本の動画配信サービスとして 2007 年から始まっている日本の動画配信サービスではトップクラスであり、アマゾンプライムビデオ、ネットフリックスに次いでシェアを誇っている。四つ目が D アニ

メストアです。D アニメストアはドコモが2012年にアニメに特化した VOD サービスとして開始し、現在では既存のアニメ作品だけではなく、アニソンのライブ映像やミュージッククリップなども視聴できるなどアニメの総合サービスとなっている。五つ目が DAZN です。DAZN は DAZN グループが運営する動画配信サービスでスポーツ専門としてサービスを行っています。2016年からサービスを開始し、サッカーや野球、テニスだけではなく格闘技やモータースポーツなど幅広いジャンルの配信サービスを行っている。

以上のように今回は総合的動画配信サービスの大手3社と専門動画配信サービス2社を比較対象として研究を行った。

分析手法

今回は各動画配信サービスを軸に様々アンケート項目をクロス分析し比較を行ってみた。この作業を行うために性別や年齢だけではなく、満足度やそのサービスに求めるものなど色々な視点から分析できるような項目をいくつか用意しそれに沿って分析を行う。

サービス名	人数
amazon	376
netflix	185
unext	56
D アニメ	50
DAZN	32
その他	31

上の表は今回のアンケートで利用者の数を多い順に並べたものである。最大手であるアマプラ、Netflixが大半を占める結果となった。この結果を基にクロス分析を行っ

ていく。

分析結果

性別ごとの比較分析

このデータは、性別ごとに動画配信サービスの利用傾向を調べるため分析を行った。

男性		女性	
アマプラ	256(47%)	アマプラ	120(48%)
Netflix	111(20%)	Netflix	42(16%)
uNeX	38(7%)	uNeX	18(7%)
dアニメ	35(6%)	dアニメ	15(6%)
dazn	24(4%)	dazn	8(3%)
その他	82(15%)	その他	47(19%)

性別ごとで分析を行った結果、男女ともに差異はあまりない結果となった。男女による趣味趣向の差によって利用するサービスに変化があると思われたが、結果として差異がないという結果となった。

年代ごとの比較分析

このデータは、年代ごとに動画配信サービスの利用層に傾向及び差異があるか調べるため分析を行った。

	若年層	中年層以上
アマプラ	226(60%)	150(40%)
Netflix	113(61%)	72(39%)
uネク	36(64%)	20(34%)
dアニメ	37(74%)	13(28%)
dazn	17(53%)	15(47%)
その他	76(58%)	54(42%)

上記の表は各サービスの利用者を10代から30代を若年層、40代以上を中年層以上として比較し表にしてみた。結果はDアニメストア以外の動画配信サービスはほぼ6対4の割合になっていた。こういったネットでのサービスは若者世代に多く利用されていることが分かった。Dアニメストアに関しては、取り扱っているのがやはり若年層向けになっているため他のサービスより、若年層と中年層以上の割合に大きな差異が出たのではないのかと考えられる。

動画配信サービスごとの満足度分析

このデータは、動画配信サービスごとの満足度を調べて、各サービスごとに満足・不満足を基に比較するために分析を行った。

	満足度
アマプラ	3.69
Netflix	3.74
uネク	3.73
dアニメ	3.92

DAZN**3.53**

上記の表は動画配信サービスごとに満足度を5点満点で答えてもらい、それを平均化したものである。総合動画配信サービスであるアマゾンプライムビデオ・ネットフリックス・Uネクストはほぼ同じ満足度になっていた。しかしDアニメストア・DAZNといったどちらも特定のジャンルに特化した動画配信サービスであるにも関わらず満足度に0.4点もの差が開いていた。

視聴ジャンルごとの比較分析

このデータは、総合配信サービスごとに利用者がどのようなジャンルをよく見ているのか比較するために分析した。

	日本 ドラマ	韓国	海外	邦画	洋画	アニメ	ドキュ メンタ リー	エン タメ	スポ ーツ	その 他
アマ プラ	126(1 2%)	37(4 %)	131(1 2%)	143(1 4%)	205(1 9%)	252(24 %)	55(5%)	62(6 %)	33(3 %)	10(1 %)
ネト フリ	66(12 %)	34(6 %)	106(2 0%)	56(10 %)	117(2 2%)	100(18 %)	22(4%)	22(4 %)	13(2 %)	6(1 %)
uネ ク	25(17 %)	12(8 %)	13(9 %)	23(15 %)	26(17 %)	28(19 %)	6(4%)	12(8 %)	5(3 %)	0(0 %)

上記の表は総合動画配信サービスであるアマゾンプライムビデオ・ネットフリックス・Uネクストの3社を対象としてジャンルごとの視聴率を表にしてみた。結果としてアマゾンプライムビデオは1位アニメ、2位洋画、3位邦画になった。ネットフリックスは1位洋画、2位海外ドラマ、3位アニメになった。Uネクストは1位アニメ、2位洋画、3位日本ドラマになった。この結果からアマゾンプライムビデオはアニメが一番多くドラマや映画関係が一律になっている。ネットフリックスは海外ドラマ、映画の視聴者が多い。Uネクストは他の動画配信サービスに比べると日本ドラマの視聴者が多い傾向にあることが分かった。

動画配信サービスで重要視しているものの別分析

このデータは、動画配信サービスごとに何を重要視して利用しているのかを比較し、動画配信サービスごとに差異はあるか比較するために分析を行った。

	料金	ジャンル	見放題	画質	サービス	その他
アマプラ	136(37%)	124(33%)	81(22%)	3(1%)	27(7%)	1(0.2%)
Netflix	39(21%)	102(55%)	37(20%)	0(0%)	6(3%)	0(0%)
uネク	5(9%)	25(45%)	18(32%)	2(4%)	6(11%)	0(0%)
dアニメ	12(24%)	22(44%)	14(28%)	1(2%)	1(2%)	0(0%)
DAZN	6(19%)	20(63%)	2(6%)	2(6%)	2(6%)	0(0%)
その他	35(27%)	63(48%)	25(19%)	2(2%)	5(4%)	0(0%)

上記の表は動画配信サービスごとに、何を求めているのかを表にしてみた。結果はアマゾンプライムビデオが1位料金・2位ジャンル・3位見放題であった。Netflixは1位ジャンル、2位料金、3位見放題であった。Uネクストは1位ジャンル、2位見放題、3位サービスであった。Dアニメストアは1位ジャンル、2位見放題、3位料金であった。DAZNは1位ジャンル、2位料金、3位が見放題・画質・サービスが同率だった。その他では1位ジャンル、2位料金、3位見放題という結果になった。この結果から多くの動画配信サービスで最も重要視されていることがジャンル数だったのに対して、アマゾンプライムビデオだけが料金を一番重要視されていた。Uネクストだけはサービスの充実度が上位に入っていた。DAZNだけはジャンル・料金の部分では重要視されていたが他の部分では一律の結果になっていた。

結果を踏まえた考察

ここでは以上の結果を踏まえたうえで結果ごとの比較を考察していこうと思う。

性別ごとに比較を行った結果、男女で利用している動画配信サービスの差異はほとんどなかった。そこで男女で視聴しているジャンルに差異はないか分析したところ次のような結果になった。

男性		女性	
アニメ	32(23%)	アニメ	28(20%)
洋画	40(16%)	洋画	25(17%)

邦画	32(13%)	海外ドラマ	22(16%)
日本ドラマ	32(13%)	日本ドラマ	21(15%)
海外ドラマ	28(11%)	邦画	13(9%)
エンタメ	21(8%)	韓国ドラマ	10(7%)
スポーツ	21(8%)	エンタメ	7(5%)
ドキュメンタリー	10(4%)	ドキュメンタリー	3(2%)
韓国ドラマ	6(2%)	スポーツ	3(2%)
その他	7(3%)	その他	7(5%)

男女ともにアニメ作品の視聴が1位という結果になった。男性側は映画関係が上位になっているのに対して、女性側はドラマ関係のジャンルが比較的上位になっている。この結果から男女ともに利用している動画配信サービスには違いはなく、その利用している配信サービスで見ているジャンルには差異があることが分かった。男性は女性よりも映画関係の作品を重視し、女性はドラマ関係の作品を重視する傾向があるのかもしれないと考えられる。そのため男性客を増やす際は映画を、女性客を増やす際はドラマを強みとすると良いと考えられる。

次に満足度分析の結果で出た専門のジャンルを取り扱っているDアニメとDAZNが満足度において0.4ポイントもの差があった。なぜどちらも専門動画配信サービスであるにも関わらず差異があるのか考えていきたいと思う。

この差を考察するにあたって前述記載した動画配信サービスで重要視しているもの別分析の表も使って考えていきたいと思う。DアニメストアとDAZNで重要視して見ている部分の差にDアニメストアはジャンル・見放題・料金とこの三つが他の総合動画配信サービス同様に高い割合を占めていた。一方でDAZNはジャンルは全体の中で一番の重要度とされていたが他の見放題・料金については重要視されていないような結果となっていた。これらを踏まえてDアニメストアが専門動画配信サービスであるにも関わらず、料金や見放題の数などで支持を得られているため満足度が高いのではないかと考えた。逆にDAZNの場合はスポーツ専門動画配信サービスとて唯一の部分はあるものの、料金や見放題などの他のサービス面が劣っているのではないかと考えた。ちなみにDアニメストアの月額料金は440円に対して、DAZNは月額1925円である。DAZNは海外の放映権などを買っているためこのような値段設定になっているのではないのでしょうか。このように同じ専門動画配信サービスでもサービスの力の入れようによっては、満足度に差が生まれてしまうのではないかと私は考える。

次に動画配信サービスで重要視しているものについて、Uネクストだけがサービスの充実度が上位に入っていたことについて考えて行きたいと思う。この考察に関しては上記にある視聴ジャンルごとの比較分析も踏まえて考察しようと思う。

視聴ジャンルごとの比較分析の結果、Uネクストは他の総合動画配信サービスと比較す

ると日本ドラマや邦画が上位に位置している。しかしアマゾンプライムビデオやネットフリックスでは日本ドラマや邦画より洋画や海外ドラマが上位に位置している結果となっている。このことから私は U ネクストのサービスの充実さはアマゾンプライムビデオやネットフリックスにはない日本ドラマや邦画の質に対してのサービスにあるのではないかと考えた。アマゾンプライムやネットフリックスは海外の企業であるためやはり日本の作品が少ないように感じるが U ネクストは日本の企業であるためにそのようなところに力を入れているのではないかと考えた。他にも U ネクストはアマゾンプライムビデオやネットフリックスより料金がいため、利用者はサービスやジャンルの充実差などを求めているのではないかと私は考えた。

最後に動画配信サービスで重要視しているものについて、アマゾンプライムビデオだけがジャンルの豊富さではなく、料金を重要視しているところについて考察していく。

アマゾンプライムビデオがほかの動画配信サービスと違う点は、アマゾンプライムの会員特典にあると考えている。アマゾンプライムに加入すると動画配信サービスを受けられるだけでなく、通販でのサービスや電子書籍などのサービスなども同時に受けることができる。多くのサービスを月額500円で受けられるのでここがアマゾンプライムの強みであるのではないかと考えます。またアマゾンプライムには他の動画配信サービスにはあまりない学生割などのサービスもあり、若い世代が気軽に加入しているような取り組みもしています。他の学生割ができるサブスクリプションと違いアマゾンプライムは簡単に学生割のサービスを受けられます。そういった手ごろな料金でサービスを受けられるため、アマゾンプライムビデオで一番重要視されているのは料金の部分なのではないかと考えられる。

まとめ

今回私は動画配信サービス（VOD）の比較分析を卒業論文のテーマに選んだが、難しさを感じるのと同時に、多くの発見を見つけることができた。サービスが本格化してからまだ10数年の歴史しかない動画配信サービスだが、多くのサービスが存在し、同じ総合動画配信サービスや専門動画配信サービスでも利用者の求めているものや満足度には差異があることを知ることができた。アンケートを取る際にも回答者側が答えやすくなるような質問文を作るなど色々な面で工夫をし、結果として自分の最初の目的であった各動画配信サービスの差異の分析ができたのではないかと思う。しかし今回のアンケートでは動画配信サービス定期利用者を中心としてアンケートを作成したため多くの回答者を募るのが難しく、昨今注目されているサービスとはいえ、まだまだ利用者は多くはないのではないかと感じた。今回の分析はあまり多くないアンケート数の中で比較分析を行ったため、まだまだ分析できる箇所がたくさんあるテーマであると思う。この先の比較分析はさらに多くのアンケート数並びに、動画配信サービスを使っていない人にもアンケートして、比較分析を行うことでさらに深く動画配信サービスの実態に迫れるのではないかと考える。

動画配信サービス以外にも世の中には数多くのサブスクリプションがあり、人それぞれ色々な考えを基にサブスクリプションしていると思われる。そういったものも一緒に分析対象とし、比較を行うことでどういったものがサブスクリプションにできるのか、今までとは違ったサービスの提供がいろいろな商材からできるのではないかと私は考える。

参考文献

<https://www.lancers.jp/mypage> ランサーズ（アンケート調査に利用）

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000004.000053976.html>（テーマ決めに利用）