



# プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当  
Eメール： jpw\_press@nielsen.com  
電話： 03-6837-6500

## **有料動画サービスの女性及び若年層の利用者が増加 ～ニールセン 消費者の動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発表～**

2021年4月26日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 宮本 淳）は、動画コンテンツと動画広告の利用動向調査「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2021（Nielsen Video Contents & Ads Report 2021）」を発売し、そのレポートを元に動画コンテンツの利用状況と利用者の意識を分析し、発表しました。

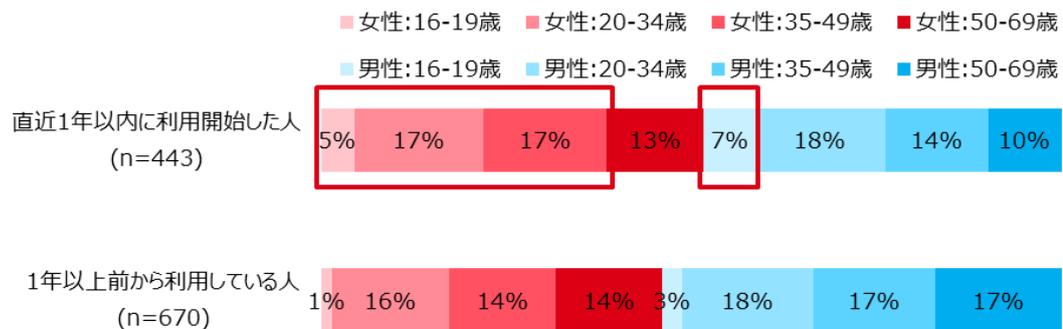
昨年、オンライン動画サービス市場では大きな動きがありました。Disney+や NHK プラスといった世間の話題を集める新たなサービスが開始されたことや、特に有料動画サービスの利用状況が大きく変化しました。「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2021（Nielsen Video Contents & Ads Report 2021）」によると、インターネット利用者における有料動画サービスの利用率は昨年の 30%から 36%に増加していることが分かりました。この成長率の伸長は直近 3 年間では最も大きなものとなっています。

有料動画サービスは、昨年大きく利用者が増加していますが、最近利用し始めた人が既存の利用者と同じような利用者であると捉えているとしたら、それは適切な理解ではありません。有料動画サービスの運営会社にとって、増加した利用者数を維持するには、最近利用し始めた人に継続してサービスを利用してもらうことが重要です。そのためには、最近利用し始めた人と既存の利用者間の利用傾向の差異を把握することによって、コンテンツのレコメンデーション機能の改良に役立てたり、今後充実させるコンテンツのジャンルを検討することに役立てたりする必要があります。

主要動画サービスを直近 1 年以内に利用し始めた人と、1 年以上前から利用している人を比較したところ、性別では、最近利用し始めた人は女性が 52%を占める一方で、既存の利用者では女性の割合が 46%となっています。また年代別では、最近利用を始めた人全体では 19 歳以下の人が多くなっている一方で、女性では 20-49 歳の人も多くなっていました（図表 1）。女性の幅広い年代で利用者が多くなっているのは、利用を開始した理由として「話題になっているから」という回答が多いことを考慮すると、動画サービスの様々なコンテンツがメディアで話題に上がったことをきっかけに、緊急事態宣言の発令に伴う外出制限により、休日の過ごし方の 1

つであった映画館での映画鑑賞が難しくなったことや、緊急事態宣言発令中においてテレビドラマの新しい作品の制作本数が減少した期間があったことが要因となり、新たに生まれた時間を自宅で楽しむために利用し始めた可能性が考えられます。また職業別に見ると、最近利用し始めた人では学生の割合が多くなっていました。COVID-19の影響で、自宅でのオンライン授業が増加して外出が減少したことを受け、通学時間の代わりに生じた新たな時間を動画サービスの利用に充てていたことが考えられます。

図表1: 性年代別構成比

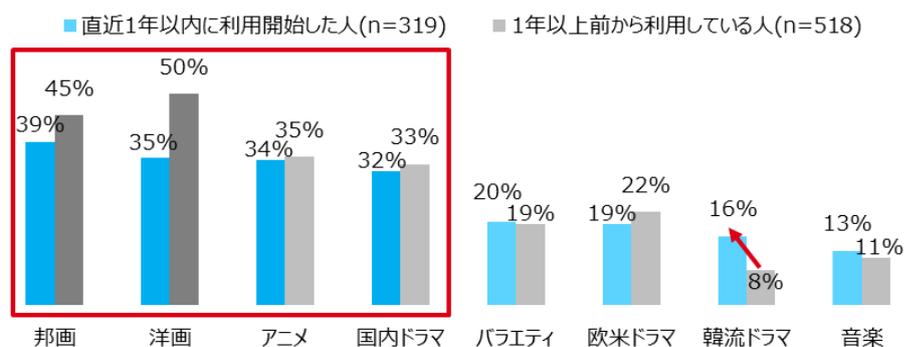


Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2021

※利用率上位のサービス (Amazon Prime Video, Netflix, Hulu, U-NEXT, DAZN) のうち、いずれかを直近1年以内に利用開始した人を「直近1年以内に利用開始した人」、それ以外の利用者を「1年以上前から利用している人」と定義

主要動画サービスを1年以上前から利用している人では、洋画や邦画のジャンルを好んで視聴する映画好きが多くなっている一方で、直近1年以内に利用し始めた人では洋画や邦画に加え、アニメ、国内ドラマのジャンルも同程度に視聴していました。さらに、多くのメディアで話題になった韓流ドラマの視聴も多くなっていました (図表2)。これは、既存の利用者が特定のジャンルに対して強い関心を持っていた一方で、最近利用し始めた人は、動画サービスの様々なコンテンツがメディアで話題に上がったことをきっかけに動画サービスを利用し始めた人が多かったことから、特定のジャンルに偏らずに様々なジャンルを視聴しているためだと考えられます。

図表2: 有料動画サービスで視聴するジャンル



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2021

※利用率上位のサービス (Amazon Prime Video, Netflix, Hulu, U-NEXT, DAZN) のうち、いずれかを直近1年以内に利用開始した人を「直近1年以内に利用開始した人」、それ以外の利用者を「1年以上前から利用している人」と定義

※ジャンルは直近1年以内に利用開始した人のスコアが10%以上のものを掲載



当社シニアアナリストの宗像直樹は、次のように述べています。「有料動画サービスの利用率はこの1年間で大きく伸びました。また、有料動画サービスを最近利用し始めた人は女性や若年層が多く、メディアで動画サービスのコンテンツが話題になっていたことをきっかけにして、外出制限で生まれた新たな時間を自宅で楽しむために有料動画サービスを使い始め、既存の利用者が好んで視聴していた洋画、邦画のジャンルに加え、アニメ、国内ドラマも同程度に視聴、さらに韓流ドラマの視聴が多くなっていることが分かりました。有料動画サービスの運営会社にとっては、このような利用者間の差異を把握することは、コンテンツ開発のヒントとなります。また視聴ジャンルをはじめとした利用者の視聴状況は、自社サービスと競合サービスでは異なっている可能性があったり、時間が経つにつれて変化していきなりする可能性があります。そのため、今後消費者をより惹きつけるコンテンツを開発するためには、市場全体の動向を継続的に把握していく必要があります。」

**ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2021 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2021) について**  
ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート (Nielsen Video Contents & Ads Report 2021) は、近年大きく変化してきている動画市場について、消費者の動画コンテンツの利用状況と動画広告に対する意識を調査することで、今日の消費者が、「どのような動画コンテンツを視聴し」「どのようなサービスを利用し」「どのような動画広告を求めている」のかを俯瞰できるレポートです。

本調査は2021年3月10日～12日にかけて実施され、パソコン、従来型携帯電話、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月1回以上インターネットを利用している日本全国の15才（高校生）以上の男女、約3,000人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記4デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

今年のレポートでは、昨年同時期に実施したレポートと比較した結果も掲載しています。

また、2020年12月時点のPCおよびスマートフォンからのインターネット視聴率情報（PC版：ニールセン ネットビュー、スマートフォン版：ニールセン モバイルネットビュー）をもとに、消費者の記憶に頼らない各種動画サービスの利用実態（利用頻度や利用時間など）もレポートに含んでおります。

「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2021」にご関心のある方は、弊社営業担当までお問い合わせください。

セールス&アナリティクス宛 [jpw\\_ClientServices@nielsen.com](mailto:jpw_ClientServices@nielsen.com)

###

#### 【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.  
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11階  
資本金： 1億円  
設立： 1999年5月  
代表者： 代表取締役社長 宮本 淳  
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、Eコマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン デジタル株式会社のサービス概要、および会社概要は [www.netratings.co.jp](http://www.netratings.co.jp) でご覧いただけます。



## ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE : NLSN) は、メディア業界の全体的かつ客観的な理解を提供するための世界有数のデータと分析を提供しています。ニールセンはオーディエンスの測定、オーディエンスの成果、コンテンツに関するサービスを通じて、クライアントとパートナーに複雑な問題に対するシンプルなソリューションを提供することで、クライアントの投資や成長戦略の価値を最適化しています。ニールセンは、重複を排除したクロスメディア・オーディエンス測定を提供できる唯一の企業です。ニールセンとクライアントにとって、Audience is Everything™ であり、ニールセンはすべてのオーディエンスの声が重要であることを保証することに取り組んでいます。

S&P 500 企業としてニールセンは、約 60 カ国で測定と分析のサービスを提供しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください：[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

## ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

### AD & CONTENT (デジタル広告/コンテンツ視聴率)

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings

ニールセントータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

### AUDIENCE (視聴者パネル測定サービス)

インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView

スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView

### MEDIA ANALYTICS (メディア/広告効果分析サービス)

ブランドリフト効果測定サービス Brand Lift Plus

広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect

デジタル広告/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

### PLANNING/ ACTIVATION (プランニング/アクティベーション支援サービス)

ブランドセーフティサービス OpenSlate

デジタル広告統計データ digiads

ニールセン オーディエンスセグメント DaaS サービス Nielsen Japan Mobile NetView Powered by Lotame セグメント/ Nielsen eXelate タクソミー

### INTERNATIONAL DATA (海外データサービス)

海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International

海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View

海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement