

# インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) タカサキケイザイダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) セキネゼミ
高崎経済大学	経済学部	関根ゼミ

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) チームエヌ	フリガナ) ニノタクミ	4	無	
チームN	二野拓実			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

特になし

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)

動画配信サービスの展望 ～NETFLIX の国内普及を探る～

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

## 1. 研究概要 (目的・狙いなど)

近年、若者のテレビ離れが進行してきている。その要因として、スマートフォンやインターネットの普及、労働環境の変化 (少子高齢化による労働力不足から起こる労働の長時間化) などが挙げられる。その一方で SVOD 市場は着々と利用率を伸ばしてきている。SVOD の代表格である「NETFLIX」を例に挙げ、その発展の背景にある理由を探り、国内でのさらなる利用者の拡大について考えていく。

## 2. 研究テーマの現状分析 (歴史的背景、マーケット環境など)

発展し続けている SVOD において、NETFLIX は世界シェア率第 1 位を獲得している。しかし、日本国内では第 1 位の Amazon プライムにユーザー数・売上ともに大きく引き離されて第 2 位となっている。その中でどのようにして Amazon プライムとの差をなくし、様々な観点から差別化を図ろうとしている。

### 3. 研究テーマの課題

NETFLIX が日本国内でシェア率第 1 位を獲得するためにはどのような戦略が必要か。NETFLIX の課題として 2 つを挙げる。1 つ目は、Amazon プライムとの価格の差である。Amazon プライムは月額 500 円ほどであるにもかかわらず NETFLIX は月額 880 円～1980 円となっている。そして Amazon プライムは学生割引も充実している。この差は 20 代を主な利用者とする両社にとって明暗を分けると考えられる。

2 つ目は、“日本”向けのコンテンツの充実である。NETFLIX は洋画に強いイメージを持つ人も少なくない。日本国内でシェアを拡大するにはそういったイメージを持つ人々を取り込む必要がある。

3 つ目は、宣伝広告である。現状では NETFLIX は取り扱っている作品の広告は多いものの、NETFLIX 自体の広告は少なめとなっている。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

価格面の解決策としては、学生割引の導入を行う。20 代の利用者が最も多いため、既存ユーザーの囲い込みと新規ユーザーの獲得が可能となる。また洋画作品が豊富な点や英語字幕にも対応している点を活かして洋画を見ることを英語学習のツールの 1 つとしているユーザーの獲得も見込める。

コンテンツ面の解決策としては、“日本”の家族向けオリジナルコンテンツの充実を図る。あくまでも NETFLIX の強みであるオリジナルコンテンツに力を入れる。国内のバラエティー番組やアニメを作成する。

宣伝広告面の解決策としては、NETFLIX 自体のテレビ CM を増加を図る。そうすることで国内の認知率を高めることが狙いだ。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

インターネットによる調査

### 6. 結果や今後の取り組み

今回の研究を通じて、日本国内で NETFLIX が Amazon プライムビデオを追い越す可能性は十分にあると感じた。NETFLIX 独自の強みを生かしサービスを充実させることで利用者の拡大が期待できる。しかし、オリジナルコンテンツの作成、宣伝広告により以前よりコストの増大が見込まれ、学生割引を導入することで利用者の大半を占める 20 代に対する収益は下がる可能性もある。目先の利益だけではなくリスクも視野に入れたうえで大胆かつ慎重な経営が求められるだろう。

### 7. 参考文献

・進藤美希、鈴木重徳「インターネット上の映像配信 サービスのビジネス発展上の課題 — SVOD を中心に —」『Japan Marketing Academy Conference Proceeding vol.6』

Japan Marketing Academy, 2017, pp.289-299

※以下の URL で公開されている。

URL:[https://www.j-mac.or.jp/oral/fdwn.php?os\\_id=74](https://www.j-mac.or.jp/oral/fdwn.php?os_id=74)

・株式会社電通デジタル、フラー株式会社「VOD アプリ市場調査レポート 2017～2018 年最新版（日本国内）」2018（最終閲覧日：2019 年 9 月 13 日）

URL:[https://lab.appa.pe/wp-content/uploads/2018/07/20180710\\_VOD\\_report.pdf](https://lab.appa.pe/wp-content/uploads/2018/07/20180710_VOD_report.pdf)

・NETFLIX 公式ホームページ（最終閲覧日：2019 年 9 月 13 日）

URL:<https://www.netflix.com/jp/>

・総務省「平成 30 年版 情報通信白書」2018（最終閲覧日：2019 年 9 月 13 日）

URL:<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd252120.html>

#### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様（株式会社日

経 BP マーケティング) に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1〜7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4 ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経 BP 社・株式会社日経 BP マーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

**↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、ご提出ください**