

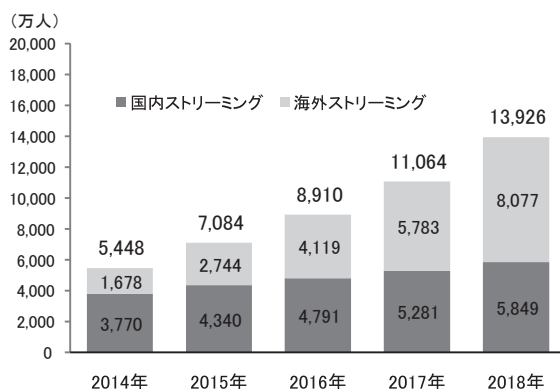
世界ナンバー1のサブスクリプション企業「Netflix」

サブスクリプションビジネスは、アメリカでは日本に先んじること約10年前より事例が見られ始めており、現在ではもはやスタンダードな手法となってきている。そこでまずは、既に事業が軌道に乗り、成功しているアメリカ発の企業について紹介する。

サブスクリプションビジネスの代名詞とも言われる動画配信サービス。今では国内外で数々のサービスが群雄割拠の様相を呈しているが、中でも世界最大の規模を誇るのがNetflixだ。

1997年にカリフォルニア州スコッツバレーに設立され、DVDの郵送レンタル・サービスから事業を開始。そして2007年に現在隆盛を極めることとなった映画やテレビ番組のストリーミング配信を開始し、現在、190カ国以上で1億3,900万人の有料会員を抱えている。日本でも2015年9月よりサービスを開始し、オランダ、ブラジル、インド、韓国同様、オフィスも構える。

■図表1 ストリーミング事業の有料会員数



以下ではサブスクリプションビジネスで重要であるとされる、顧客とのエンゲージメントを高めるためのNetflixの諸施策について述べることにする。

1. わかりやすい料金体系

まず、月額料金の設定がわかりやすい。画質と同時視聴画面数により3つのプランが用意されているが、これは画質の良さを求めたり、家族がそれぞれ同時に楽しむなど、利用者の用途に合わせて選べるようになっている。

■図表2 日本での料金体系

	ベーシックプラン	スタンダードプラン	プレミアムプラン
月額料金 (税抜)	800 円	1,200 円	1,800 円
画質	SD 画質 (480P)	HD 画質 (720P/1080P)	UHD 4K (2160P)
同時視聴可能画面数	1	2	4

また、Netflixにはレンタル作品はないので、月額料金以外はかからず、プランによって視聴できる作品が異なることもないので会員にとっては安心である。

2. オリジナル作品へのこだわり

Netflixのコンテンツの豊富さは当初からの強みであるが、近年ではオリジナル作品も増やす傾向にあり、その数は群を抜いている。

オリジナル作品の制作への投資額は映画、ドラマを合わせて年間1兆円を超えと言われており、著名なプロデューサーや実績豊富な制作会社と組むことで、質の高い作品を生み出している。2018年に公開された映画『ROMA / ローマ』は第91回アカデミー賞において、監督賞、外国語映画賞、撮影賞の3冠に輝いた。

作品の一部には劇場公開されるものもあるが、基本的にNetflixの独占配信であり、価格競争に巻き込まれにくい状況を作り出している。

3. レコメンデーション機能の充実

会員が過去に視聴した作品の傾向や好みなどを分析して、好みに合った作品を知らせるレコメンデーション機能も充実している。

■図表3 レコメンドされた画面



出典：Netflix 公式サイト メニュー画面

コンテンツ数が豊富でも会員にとって本当に視聴したい作品は案外限られていることもあり、その場合探すのも大変だ。そのため、ネットフリックスにアクセスした途端に見たい作品を検索、表示してくれる機能に、満足する会員も多い。

実はこの機能、創業時のDVDの郵送レンタル・サービスの頃から既に手作業ながら行っており、ネットフリックスを語る上で欠かせない強みとなっている。因みに2000年代にかけて隆盛を誇ったビデオ・DVDレンタルチェーンであるブロックバスターは当然ながらこのような機能を持たず、さらにオンライン対応への遅れが後の倒産につながったものとされている。

4. マルチデバイス対応

ネットフリックスはテレビ、パソコン、スマートフォンやタブレットなど利用者がお気に入りの

デバイスで視聴可能な点も大きな強みとなっている。特にテレビ対応には注力しており、国内外を問わず現在販売されている多くのテレビ新製品のリモコンには「ネットフリックス・ボタン」が設置されている。

その他にも3DS、PS4などのゲーム機やストリーミングメディアプレイヤーなど、多くのデバイスで視聴可能なため、幅広い利用者層に親しみやすい動画配信サービスとしての地位を確立している。

ちょっとしたスキマ時間を利用して、どこでも楽しめる点で利便性は大きい。

5. アップル、ディズニーの参入には

以上、ネットフリックスの強み、特長について紹介したが、市場規模の拡大とともに、これを追う各社の動きも活発になってきている。

まずアップルが「Apple TV アプリケーション」のリニューアルを発表。これにより、Amazonプライム・ビデオやHuluといった150以上のストリーミングサービスのコンテンツも視聴可能となった。

加えて、Apple TVアプリ上でしか見られない限定コンテンツ「Apple TV+」も発表。

一方、ディズニーも2019年後半よりアメリカにてオンデマンド型動画配信サービス「Disney+」を開始すると発表。Star Wars、Pixar、Marvel、ナショナル・ジオグラフィックといったブランドを含む、ディズニーが抱える多数のコンテンツが視聴可能となる。

これに対してネットフリックス側は、「ディズニーなど世界クラスのブランドとの競争は興奮しているが、我々の成長に重大な影響を与えるとは思っていない。」と強気なコメント。今後これら巨大資本を持つ企業との激突から目が離せない。