

2022年 The Compass レポート – コネクテッドTVのインパクトと Roku の強み

コネクテッドTV (CTV) の普及率は 87%に達している。ストリーミング視聴が大画面で行われるようになったことで、CTV向け広告が大きくと伸び、それによりAVOD、広告付きSVODの利用が増えている。CTV広告は放送広告の 5 分の 1 程度であるが、NetflixとDisney+も広告付きサービスに参入する予定である、大きな成長が予想されている。CTVの普及に大きな貢献をしているRokuの売上は\$27 億に達しており、その 82%は広告等のプラットフォーム収入になっている。レポートはCTV普及のインパクト、それにRokuの事業を分析する。

本レポートはアメリカにおける映像コンテンツの配信サービス市場をモニタリングする年間購読サービス、*The Compass*の一部として出版されており、市場の主要な動き、それに最新の市場統計数値を提供しています。

価格: 年刊レポートのみ: 70,000 円 (消費税別)

ページ数: 約 40 ページ

2022年 The Compass レポート 目次 / 図表目次

<u>I. 放送/OTT市場の構造</u>	<u>I-1</u>
A. テレビ視聴世帯.....	I-1
B. コンテンツ事業者とTVネットワーク.....	I-2
1. 映画スタジオ.....	I-2
2. TVネットワーク.....	I-3
C. 放送事業者.....	I-5
1. 地上波放送局.....	I-5
2. 多チャンネル事業者.....	I-6
D. プロードバンド・サービス.....	I-8
E. ストリーミング・サービス.....	I-9
1. TVOD/EST.....	I-9
2. SVOD.....	I-10
3. AVOD/FAST.....	I-11
F. ビデオ・エンターテインメント.....	I-11
<u>II. コネクテッドTVのインパクト</u>	<u>II-1</u>
A. コネクテッドTV.....	II-1
1. コネクテッドTVの普及.....	II-1
2. コネクテッドTVの重要性.....	II-3
B. コネクテッドTV広告.....	II-4
1. AVODとFASTの成功.....	II-4
2. 広告付きSVOD.....	II-7
3. CTV広告の規模.....	II-9

C.	放送への影響.....	II-10
1.	広告カレンシー.....	II-11
2.	ローカル局のストリーミング.....	II-11
III.	<u>ROKUの強み.....</u>	<u>III-1</u>
A.	CTVプラットフォーム.....	III-1
B.	Rokuの収入構造.....	III-2
1.	Rokuの収入.....	III-2
2.	Rokuのプラットフォーム収入.....	III-4
C.	CTVのもたらすインパクト.....	III-8
1.	新たな垂直統合.....	III-8
2.	ComcastのCTV戦略.....	III-9
IV.	<u>データ.....</u>	<u>IV-1</u>

図表目次

図表 I-1	テレビ世帯率.....	I-1
図表 I-2	テレビ利用時間の配分.....	I-2
図表 I-3	映画会社トップ10（US興行収入: \$百万）2021年）.....	I-2
図表 I-4	主要なTVネットワーク保有会社.....	I-3
図表 I-5	主要な地上波ネットワーク.....	I-3
図表 I-6	TVネットワークトップ25.....	I-4
図表 I-7	テレビ局の分類と局数.....	I-5
図表 I-8	主要地上波局保有会社.....	I-5
図表 I-9	多チャンネルサービス加入世帯数.....	I-6
図表 I-10	多チャンネルサービスのタイプ別シェア.....	I-7
図表 I-11	既存型多チャンネルサービス事業者トップ10.....	I-7
図表 I-12	主要なvMVPDの加入者数（2021年末）.....	I-8
図表 I-13	ブロードバンド世帯数と加入率.....	I-8
図表 I-14	ブロードバンドサービスのシェア.....	I-9
図表 I-15	主要ブロードバンドサービス事業者.....	I-9
図表 I-16	主要なTVODサービス.....	I-10
図表 I-17	主要なSVODサービス.....	I-10
図表 I-18	主要AVODサービス.....	I-11
図表 I-19	アメリカのビデオ・エンターテインメント市場.....	I-11
図表 I-20	ビデオエンターテインメント市場（\$100万）.....	I-12
図表 I-21	購入、レンタル、VOD/SVOD.....	I-12
図表 II-1	コネクテッドTVの普及率.....	II-1
図表 II-2	利用されているCTVの内訳.....	II-2
図表 II-3	OTTビデオのインプレッション数に占めるデバイスのシェア.....	II-2
図表 II-4	OTTビデオの再生時間に占めるデバイスのシェア.....	II-3
図表 II-5	ストリーミングビデオ広告の長さ.....	II-4
図表 II-6	広告収入のOTTビデオサービス利用者.....	II-5

図表 II-7 Pluto TVの番組表画面	II-6
図表 II-8 NetflixとTubiの利用者年齢	II-7
図表 II-9 新規加入に占める広告付きプランの割合	II-8
図表 II-10 利用しているSVODサービスの数	II-8
図表 II-11放送とCTV広告の売上（\$億）	II-9
図表 II-12 CTV広告媒体のシェア	II-10
図表 II-13 テレビ・サービスの合計収入	II-10
図表 III-1 CTVでのストリーミング視聴時間におけるシェア	III-1
図表 III-2 オープン・プログラマティックCTV広告でのシェア	III-2
図表 III-3 Rokuのアクティブ・ユーザ数	III-3
図表 III-4 Rokuのデバイスとプラットフォーム収入（\$億）	III-3
図表 III-5 RokuのARPU（各年のQ4）	III-4
図表 III-6 Rokuのインタラクティブ広告	III-5
図表 III-7 Rokuのホーム画面広告	III-6
図表 III-8 Rokuのスクリーンセーバー広告	III-7
図表 III-9 Rokuの「What to Watch」画面	III-7
図表 III-10 ストリーミングでの垂直統合	III-8
図表 III-11 CTV広告プラットフォーム	III-9