

---

# 動画共有サイトに関する調査

---

インターネット時代の  
i.m.press  
月刊「アイ・エム・プレス」

GAIN  
人々の思いを解き明かす

## ◆調査概要

### 調査目的

動画共有サイトにおける利用者の利用状況および非利用者の利用意向  
(※動画共有サイト:コンテンツ供給のみのサイトではなく、視聴者が動画の投稿をできるサイトと定義)

### 調査期間

2008年 7月4日 ~ 7月7日

### 対象地域

首都圏(1都3県:東京都 神奈川県 千葉県 埼玉県)  
京阪神(2府1県:兵庫県 大阪府 京都府)

### 割付

	男性	女性
15-19歳	50	50
20-29歳	50	50
30-39歳	50	50
40-49歳	50	50
50-69歳	50	50

### サンプル数

500サンプル

### 調査方法

インターネットリサーチ

### 調査主体

株式会社 アイ・エム・プレス

### 調査協力

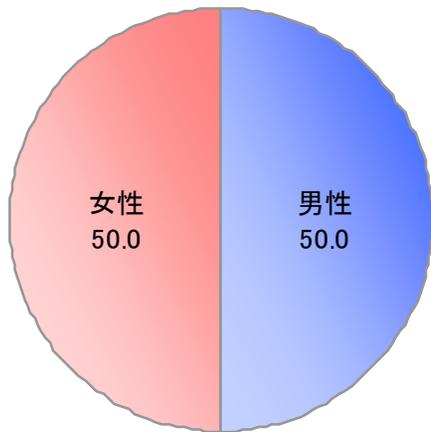
株式会社GAIN(ゲイン)

### 報告書 表記説明

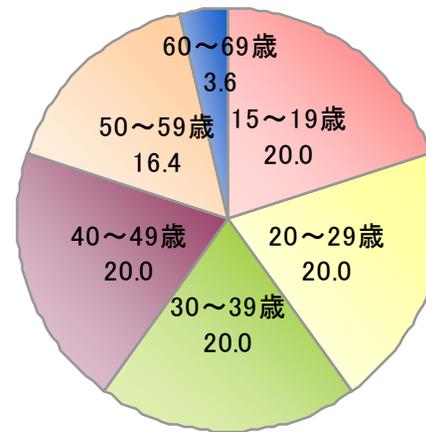
\* 基数が30未満のものは、参考値とする。

## ◆ 対象者プロフィール

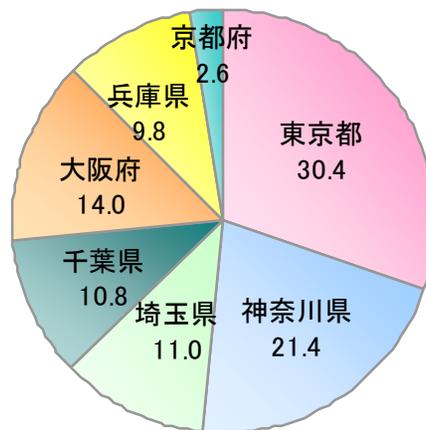
### 性別



### 年代



### 居住地



# ◆ 調査票 ①

## 動画投稿サイトに関する調査

### ■調査票

番号	条件	内容	区分
Q-001	必須回答	あなた、またはあなたのご家族の方が従事されている業種を全てお知らせください。	M/A
1		建設業	
2		製造業・卸売・小売業[食料]	
3		製造業・卸売・小売業[飲料(酒類除く)]	
4		製造業・卸売・小売業[酒類]	
5		製造業・卸売・小売業[繊維製品]	
6		製造業・卸売・小売業[トイレットリー]	
7		製造業・卸売・小売業[医薬品]	
8		製造業・卸売・小売業[化粧品]	
9		製造業・卸売・小売業[石油製品]	
10		製造業・卸売・小売業[AV・家電・電気機械器具]	
11		製造業・卸売・小売業[鉄鋼・金属]	
12		製造業・卸売・小売業[精密機械]	
13		製造業・卸売・小売業[電機・電子]	
14		製造業・卸売・小売業[自動車・輸送機器]	
15		製造業・卸売・小売業[その他]	
16		電気・ガス・熱供給・水道業	
17		運輸・運送業	
18		電気通信業	
19		飲食業	
20		金融業	
21		保険業	
22		不動産業	
23		サービス業[旅行、その他宿泊所、娯楽業]	
24		サービス業[その他]	
25		映像・音楽関連業	
26		設計事務所	
27		デザイン・広告制作会社	
28		出版・編集業	
29		印刷関連業	
30		マスコミ関連業	
31		通信業	
32		情報処理・情報サービス業	
33		調査業・広告代理業	
34		病院・医療機関	
35		商社	
36		官公庁	
37		協同組合	
38		学校・教育関連	
39		研究所[民間・公共]	
40		その他	
41			

Q-002	必須回答	あなたの性別をお知らせください。	S/A
1		男性	
2		女性	

Q-003	必須回答	あなたの年齢をお知らせ下さい。	S/A
1		14歳以下	
2		15～19歳	
3		20～29歳	
4		30～39歳	
5		40～49歳	
6		50～59歳	
7		60～69歳	
8		70歳以上	

Q-004	必須回答	あなたが住んでいる地域をお知らせください。	S/A
1		北海道	
2		青森県	
3		岩手県	
4		宮城県	
5		秋田県	
6		山形県	
7		福島県	
8		東京都	
9		神奈川県	
10		埼玉県	
11		千葉県	
12		茨城県	
13		栃木県	

14		群馬県	
15		山梨県	
16		新潟県	
17		長野県	
18		富山県	
19		石川県	
20		福井県	
21		愛知県	
22		岐阜県	
23		静岡県	
24		三重県	
25		大阪府	
26		兵庫県	
27		京都府	
28		滋賀県	
29		奈良県	
30		和歌山県	
31		鳥取県	
32		島根県	
33		岡山県	
34		広島県	
35		山口県	
36		徳島県	
37		香川県	
38		愛媛県	
39		高知県	
40		福岡県	
41		佐賀県	
42		長崎県	
43		熊本県	
44		大分県	
45		宮崎県	
46		鹿児島県	
47		沖縄県	

Q-005	必須回答	あなたは、「動画共有サイト」をご覧になりますか。※ここで言う動画共有サイトとは、視聴者自らが動画を投稿できるサイトのことを指します。(例:YouTube、ニコニコ動画など)	S/A
1		はい	
2		いいえ	

Q-006	必須回答	あなたが「こんな動画共有サイトがあれば見たい」というものをなるべく詳しくお書き下さい。	F/A

Q-007	必須回答	あなたは1日平均でどれくらい、動画共有サイトを利用されていますか。	S/A
1		30分未満	
2		30分以上1時間未満	
3		1時間以上2時間未満	
4		2時間以上3時間未満	
5		3時間以上5時間未満	
6		5時間以上	

Q-008	必須回答	あなたがよく動画共有サイトを利用する時間帯はいつですか。あてはまるものをいくつもお選び下さい。	M/A
1		平日5時～9時	
2		平日9時～12時	
3		平日12時～16時	
4		平日16時～19時	
5		平日19時～23時	
6		平日23時～5時	
7		休日5時～9時	
8		休日9時～12時	
9		休日12時～16時	
10		休日16時～19時	
11		休日19時～23時	
12		休日23時～5時	

# ◆ 調査票 ②

Q-009	必須回答	あなたは日頃、どの動画共有サイトを利用していますか。あてはまるものをいくつかもお選び下さい。	M/A
1		YouTube	
2		ニコニコ動画	
3		アメーバビジョン	
4		フツチミー！ TV	
5		Yahoo!ビデオキャスト	
6		mixi動画	
7		@nifty ビデオ共有	
8		zoome	
9		フォト蔵	
10		字幕.in	
11		Tvbreak	
12		OnAir	
13		PeeVee.TV	
14		ClipLife	
15		その他日本の動画共有サイト	F/A
16		海外の動画共有サイト	

Q-010	必須回答	あなたは動画共有サイトでどんなジャンルの動画をご覧になりますか。あてはまるものをいくつかもお選び下さい。	M/A
1		音楽	
2		アート	
3		スポーツ	
4		ニュース	
5		グルメ	
6		動物	
7		観光・旅行	
8		ファッション	
9		美容・健康	
10		漫画・アニメ	
11		映画	
12		お笑い	
13		科学技術	
14		教養・教育・ハウツー	
15		自然	
16		ホームビデオ・日記	
17		グラビア・アダルト	
18		その他	F/A

Q-011	必須回答	あなたは動画共有サイトに投稿したことがありますか。	S/A
1		投稿したことがある	
2		投稿したことはない	

Q-012	必須回答	それでは、過去半年以内にどのくらい投稿していますか。	S/A
1		5本未満	
2		6～10本	
3		11本以上	

Q-013	必須回答	どんなジャンルの動画を投稿しましたか。あてはまるものをいくつかもお選び下さい。	M/A
1		音楽	
2		アート	
3		スポーツ	
4		ニュース	
5		グルメ	
6		動物	
7		観光・旅行	
8		ファッション	
9		美容・健康	
10		漫画・アニメ	
11		映画	
12		お笑い	
13		科学技術	
14		教養・教育・ハウツー	
15		自然	
16		ホームビデオ・日記	
17		グラビア・アダルト	
18		その他	F/A

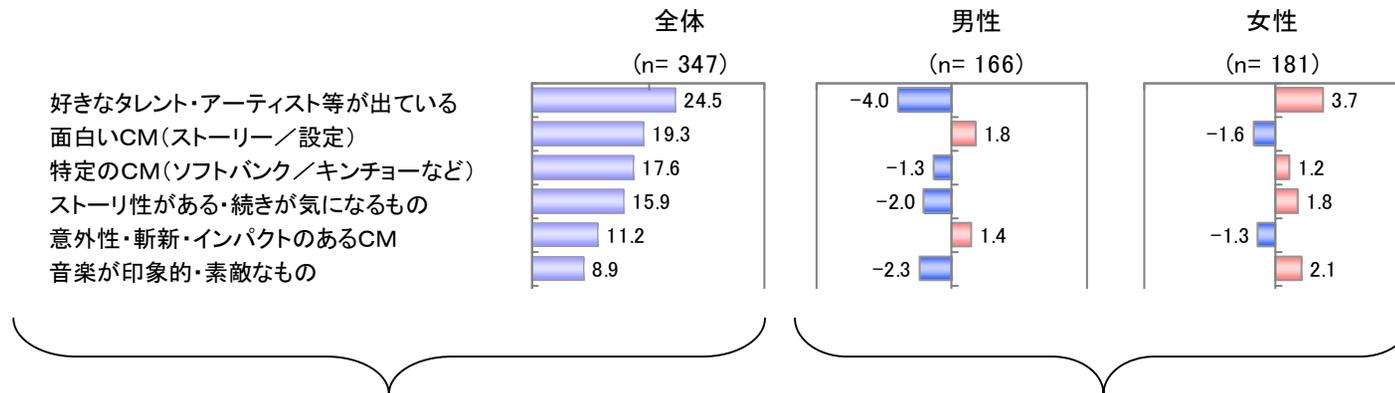
Q-014	必須回答	動画共有サイトには、動画に対してコメントをつけられる機能があるものがあります。あなたは、見た動画にコメントをつけることがありますか。	S/A
1		頻繁にコメントする	
2		ときどきコメントする	
3		ほとんどコメントはしない	

Q-015	必須回答	あなたは、自分の投稿した動画に対するコメントを意識しますか。	S/A
1		自分の動画へのコメントを強く意識する	
2		自分の動画へのコメントをやや意識する	
3		自分の動画へのコメントはあまり意識しない	
4		自分の動画へのコメントはほとんど意識しない	

Q-016	必須回答	最近、企業のマーケティング・コミュニケーションの一環として、動画共有サイトを使って広報活動を行うケースが増えています。あなたは、動画共有サイトが企業の広報活動に用いられることをどのように感じられますか。	S/A
1		たいへん良いと思う	
2		まあ良いと思う	
3		あまり良いとは思わない	
4		まったく良いとは思わない	
5		動画共有サイトの企業の広報活動への利用を知らない	

Q-017	必須回答	あなたが前問で、動画共有サイトによる企業の広報活動を「<前問選択肢>」とお答えになった理由をご自由にお知らせ下さい。	F/A
-------	------	--	-----

## ◆ 比率差分グラフの見方



全体の数値

各属性の数値(例:男性/女性)

⇒⇒全体の数値との差を示す。

例えば、「好きなタレント・アーティスト等」という項目の場合、  
男性は、全体の数値24.5%より-4.0%低い、  
すなわち、 $24.5 - 4.0 = 20.5\%$ であるということ。

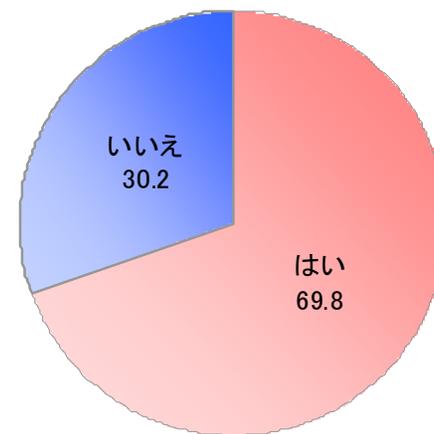
……属性間の有意差有り(有意水準5%)

## ◆ サマリー① 「属性分析」

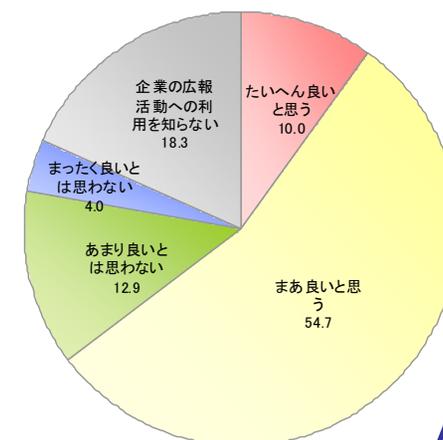
### ～キーワードは『普遍性』と『二強時代』～

- ◆ **動画共有サイトの利用率は約7割**  
10代の男女、20代男性は90%を超える。50 & 60代でもほぼ半分の人が利用している。
- ◆ **1日の平均利用時間は6割が「30分未満」**  
平均視聴時間は10代がもっとも長く、30代以降はその約半分程度。
- ◆ **利用時間のピークは19～23時**  
男性は深夜の視聴が多い。最も利用している10代は、休日のほぼ終日も高い利用率にある。
- ◆ **利用サイトは「YouTube」と「ニコニコ動画」に集中**  
YouTubeは全年代に安定して普及しているのに対し、ニコニコ動画は10～20代のユーザーが中心となっている。
- ◆ **カテゴリでは「音楽」、「漫画・アニメ」、「お笑い」が人気**
- ◆ **投稿の経験者は全体の1割弱**
- ◆ **企業の広報活動へのサイト利用は6割強が肯定的**  
肯定派の理由 1位「効果があるから」  
2位「大勢の人に見てもらえる」  
3位「有害・不快でなければいい」  
否定派の理由 1位「営利目的で使用すべきではない」  
2位「邪魔だから」  
3位「企業のイメージダウンになる」

動画共有サイト利用状況



企業の広報活動へのサイト利用



## ◆ サマリー② 「利用者像分析」

### ◆未利用者

「動画共有サイトを見ない」と答えた人は、「知っているが普段は使っていない」人より、そもそも動画共有サイトを認知していない人、または存在を知っていても具体的な情報を持っていない人が多いものと推測される。

しかし、「見てみたい動画」を聞くと、通常の動画共有サイトで十分視聴可能なものも多いことから、サイトについての認識を得、さらにはサイトまで足を運ぶきっかけさえあれば、ユーザーに転換する可能性は十分にあるものと思われる。

### ◆利用者

動画共有サイトは全体の7割、しかも世代間を越えて幅広く利用されている。

しかし、実際に投稿をしたことがあるのはその1割足らず、見た動画にコメントをする習慣のある人も2割程度に過ぎない。

現状としては、発信側にも立てる人が一握り、そしてそれを取り巻く人たちがいる程度はいるが、大部分の人は自ら動くことはなく、単に「インターネットコンテンツのひとつ」として享受しているだけの状態であるといえるかもしれない。

当然、利用スキルの高度化と接触時間は比例する。

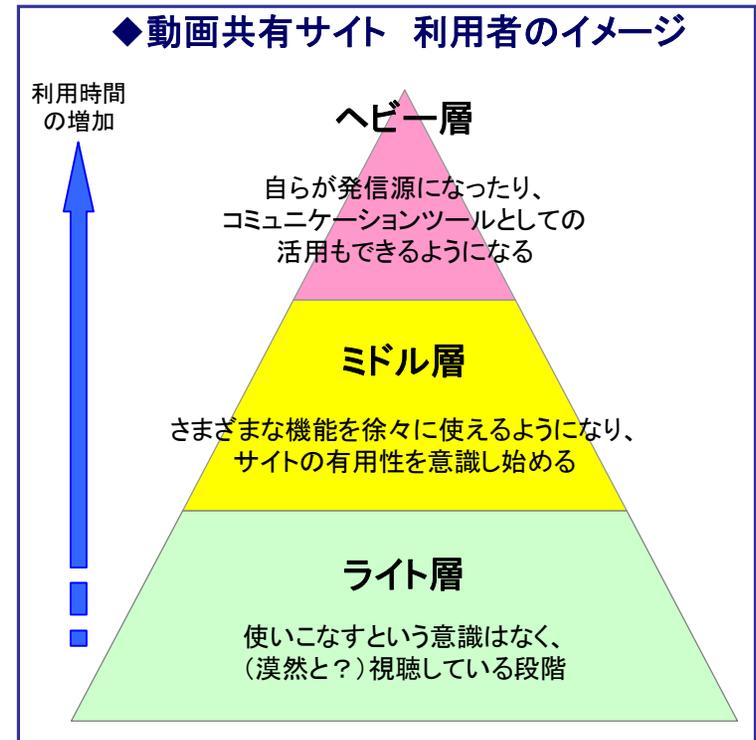
### ◆YouTube vs. ニコニコ動画

利用状況では、両サイトでシェアをほぼ独占している状況にあるが、その趣きはかなりの違いがある。

大部分のユーザーにとってはYouTubeが動画共有サイトの入り口であり、事実上の標準形となった。そして、そこに物足りなさを覚えた人がニコニコ動画も併用する—という流れがあると思われる。

全年代に浸透しているYouTubeに対し、若年層に支えられているニコニコ動画。漫画・アニメに強く、独特のコメント機能とその利用率の高さ、そして視聴時間が長い。

YouTubeがボーダレスかつ敷居の低い空間であるのに対し、ニコニコ動画は同じ趣向の人が集う、ある程度閉鎖性のあるコミュニティ的要素が高いと考えられる。



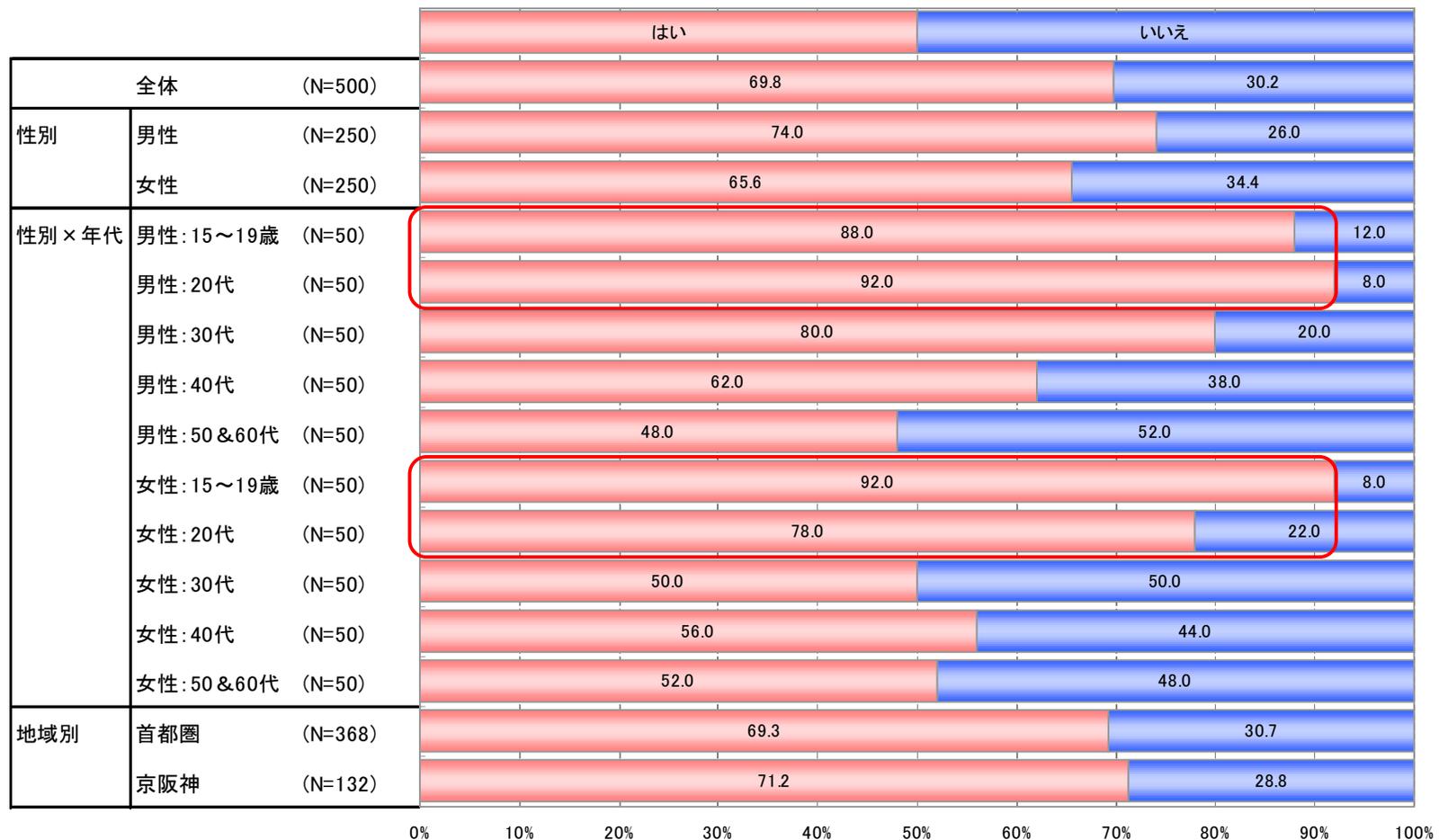
「属性分析」

◆ 属性分析

Q-005 あなたは、「動画共有サイト」をご覧になりますか。[SA]

全体の7割が「動画共有サイト」を利用

- 性別で見ると、女性より男性の方が動画共有サイトの利用率が約8ポイント高い。
- 年代別では10代～20代の約80～90%が利用。一方、40代や50&60代でも約半数が利用している。
- 性別×年代で見ると女性は30代から利用者が減少し始める。
- 地域別での差は見られない。

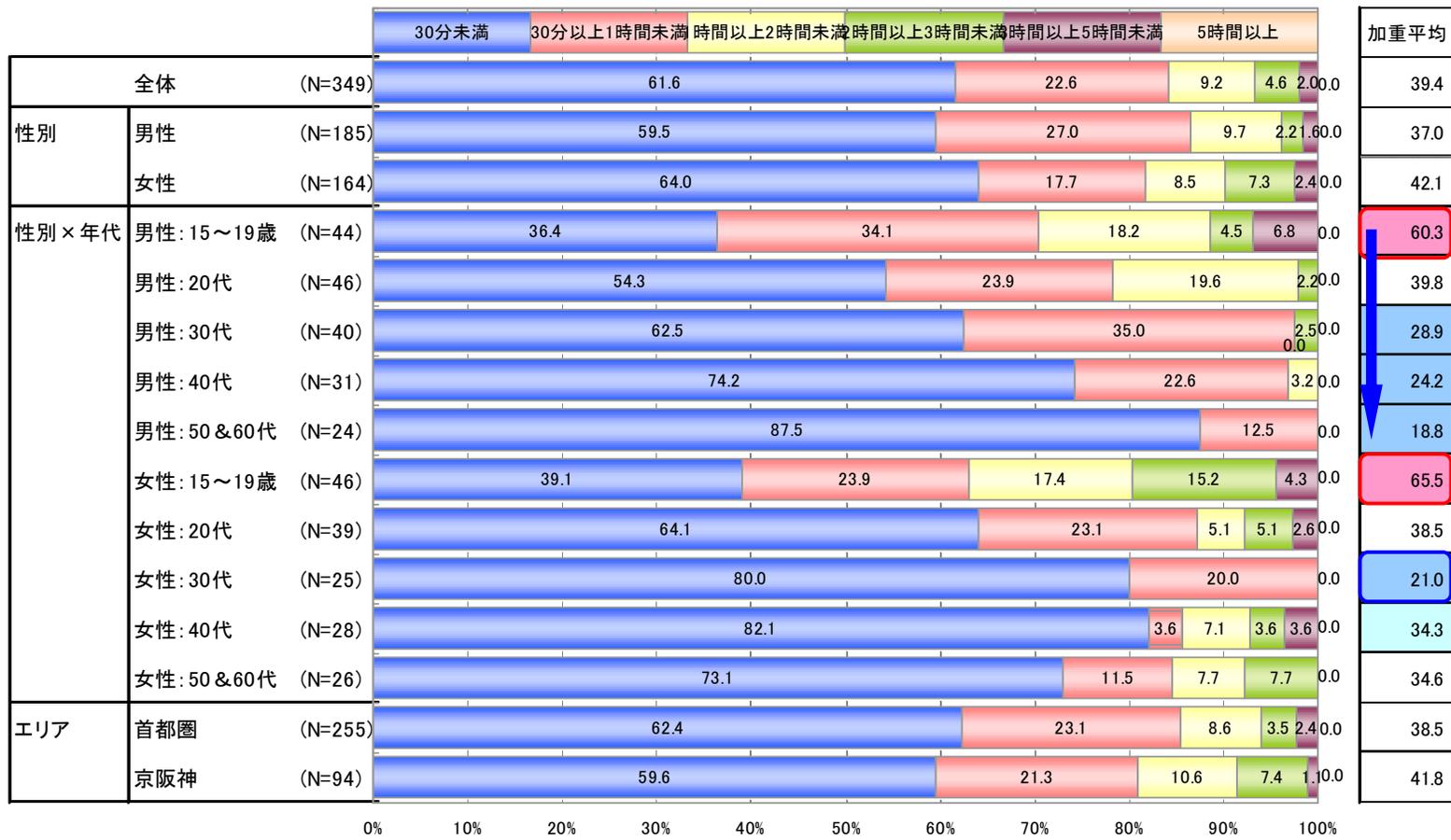


◆ 属性分析

Q-007 あなたは1日平均でどれくらい、動画共有サイトを利用されていますか。[SA]

1日の平均利用時間は6割が「30分未満」

- 性別で見ると、女性は「30分未満」は男性より多いが、その一方で「2時間以上3時間未満」も3倍以上の出現率がある。
- 加重平均により平均視聴時間を算出すると、年代別では10代の利用時間が圧倒的に長く、年代を追うほど短くなる。
- 性別×年代で見ると、男性が年齢とともに漸減するのに対し、女性は30代が突出して短いが、40代からは再度増加する傾向にある。



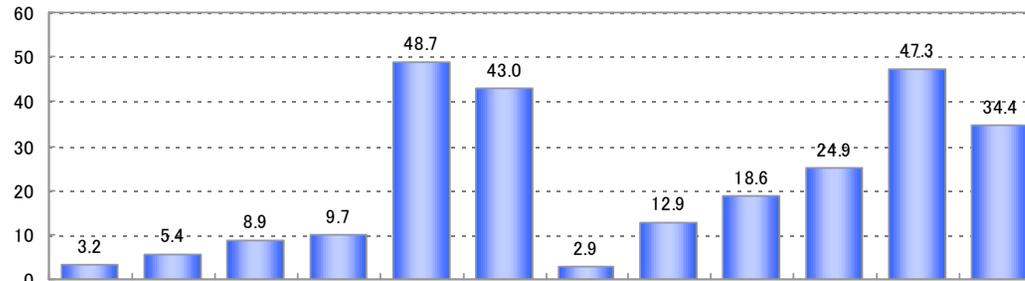
※加重平均: 30分未満=15、30分以上1時間未満=45、1時間以上2時間未満=90、2時間以上3時間未満=150、3時間以上5時間未満=240として算出

◆ 属性分析

Q-008 あなたがよく動画共有サイトを利用する時間帯はいつですか。[MA]

利用ピークは19時～23時。10代は休日も高い利用率

- 平日・休日ともに19時～23時の利用者が最も多い。
- 男女別では、男性の深夜の利用度が高さが目立つ。逆に女性は深夜は低いが、平日の午前から夕方にかけては男性を2～3倍程度上回っている。
- 年代別では10代の平日夜間と休日のほぼ終日が高い利用率を示すのに対し、女性30～40代はほぼ逆の傾向にある。
- 地域別に見ると、関西が関東より平日深夜の利用が低い一方、平・休日とも午前から夜間にかけては軒並み約3～12ポイント上回っている。



		サンプル数	平日 5時～9時	平日 9時～12時	平日 12時～16時	平日 16時～19時	平日 19時～23時	平日 23時～2時	休日 5時～9時	休日 9時～12時	休日 12時～16時	休日 16時～19時	休日 19時～23時	休日 23時～2時
全体		349	3.2	5.4	8.9	9.7	48.7	43.0	2.9	12.9	18.6	24.9	47.3	34.4
性別	男性	185	2.7	2.7	4.9	5.4	46.5	52.4	2.2	12.4	18.4	23.8	48.1	38.4
	女性	164	3.7	8.5	13.4	14.6	51.2	32.3	3.7	13.4	18.9	26.2	46.3	29.9
性別×年代	男性:10代	44	-	6.8	2.3	15.9	59.1	52.3	-	20.5	25.0	38.6	63.6	38.6
	男性:20代	46	4.3	-	6.5	2.2	54.3	50.0	2.2	13.0	23.9	30.4	45.7	41.3
	男性:30代	40	-	-	7.5	-	35.0	62.5	-	2.5	7.5	7.5	45.0	40.0
	男性:40代	31	3.2	-	-	-	45.2	51.6	-	16.1	16.1	22.6	41.9	35.5
	男性:50+60代	24	8.3	8.3	8.3	8.3	29.2	41.7	12.5	8.3	16.7	12.5	37.5	33.3
	女性:10代	46	4.3	2.2	6.5	17.4	63.0	41.3	8.7	17.4	26.1	41.3	56.5	39.1
	女性:20代	39	2.6	2.6	7.7	15.4	48.7	35.9	2.6	17.9	15.4	30.8	59.0	41.0
	女性:30代	25	-	20.0	16.0	4.0	40.0	32.0	-	-	20.0	12.0	28.0	24.0
	女性:40代	28	3.6	10.7	25.0	14.3	42.9	28.6	-	-	10.7	10.7	32.1	21.4
	女性:50+60代	26	7.7	15.4	19.2	19.2	53.8	15.4	3.8	26.9	19.2	23.1	42.3	11.5
エリア	首都圏	255	3.1	4.7	7.8	8.2	45.5	46.7	3.1	10.2	17.3	22.7	45.5	34.9
	京阪神	94	3.2	7.4	11.7	13.8	57.4	33.0	2.1	20.2	22.3	30.9	52.1	33.0

◎セル着色の見方

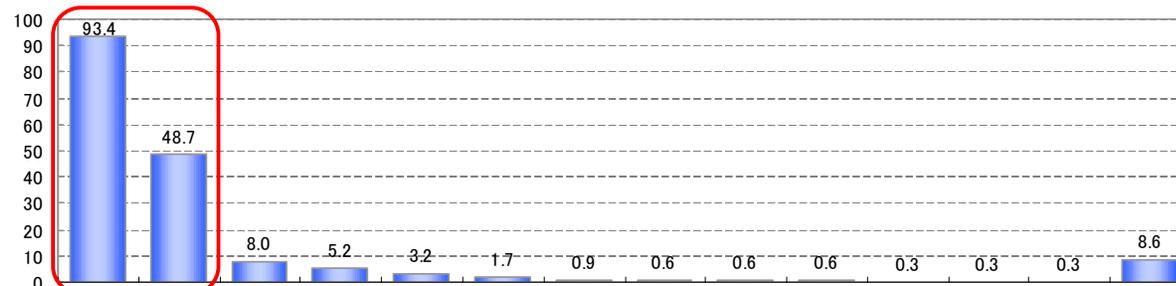
- 全体値より+10%
- 全体値より+5%
- 全体値より-5%
- 全体値より-10%

◆ 属性分析

Q-009 あなたは日頃、どの動画共有サイトを利用していますか。[MA]

YouTubeが圧倒的な強さ、追うニコニコ動画

- YouTubeが全ユーザーの90%以上という圧倒的な利用率を上げている。次にニコニコ動画が約半数で続いているが、そのほかについては10%を超えるものがなく、現状では動画共有サイトはこの二強状態にあるといえる。
- 年代別で見るとYouTubeが全年代にまんべんなく普及しているのに対し、ニコニコ動画は10代～20代に集中しており、両者のカラーの違いが垣間見られる。



	サンプル数	YouTube	ニコニコ動画	Deoxy	Mixi	アニメ	TV	Zoo	Bilibili	フォト	Tvbreak	字幕	Clip	その他	海外
全体	349	93.4	48.7	8.0	5.2	3.2	1.7	0.9	0.6	0.6	0.6	0.3	0.3	0.3	8.6
性別	男性	185	91.9	50.8	8.6	4.9	4.9	1.1	1.1	0.5	0.5	0.5	0.5	-	8.6
	女性	164	95.1	46.3	7.3	5.5	1.2	1.8	0.6	0.6	0.6	-	-	0.6	8.5
性別×年代	男性:10代	44	93.2	75.0	9.1	4.5	9.1	-	4.5	-	2.3	-	-	-	11.4
	男性:20代	46	91.3	65.2	6.5	6.5	6.5	-	-	-	-	-	-	-	6.5
	男性:30代	40	90.0	37.5	10.0	7.5	5.0	5.0	5.0	2.5	-	2.5	2.5	-	7.5
	男性:40代	31	93.5	35.5	3.2	-	-	3.2	-	-	-	-	-	-	6.5
	男性:50&60代	24	91.7	20.8	16.7	4.2	-	-	-	-	-	-	-	-	12.5
	女性:10代	46	87.0	76.1	4.3	4.3	2.2	-	-	-	2.2	-	-	2.2	15.2
	女性:20代	39	97.4	43.6	7.7	10.3	2.6	2.6	-	-	-	-	-	-	5.1
	女性:30代	25	100.0	28.0	16.0	8.0	-	4.0	-	-	-	-	-	-	4.0
	女性:40代	28	96.4	32.1	3.6	-	3.6	3.6	-	-	-	-	-	-	7.1
	女性:50&60代	26	100.0	30.8	7.7	3.8	-	-	-	3.8	-	-	-	-	7.7
エリア	首都圏	255	93.7	46.7	7.1	6.3	3.1	1.6	1.2	0.8	0.8	0.8	0.4	0.4	7.8
	京阪神	94	92.6	54.3	10.6	2.1	3.2	2.1	-	-	-	-	-	-	10.6

◎セル着色の見方

- : 全体値より+10%
- : 全体値より+5%
- : 全体値より-5%
- : 全体値より-10%

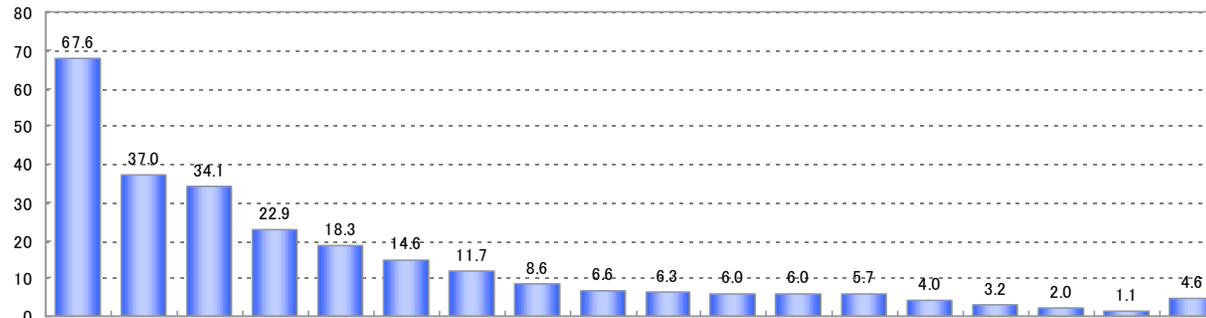
(※OnAir、PeeVee.TVは回答者0のためグラフから除外)

# ◆ 属性分析

Q-010 あなたは動画共有サイトでどんなジャンルの動画をご覧になりますか。[MA]

## 「音楽」「漫画・アニメ」「お笑い」が人気

- 「音楽」は全体の3分の2以上の利用率。女性10代で90%を超えるなど、全年代から安定した数字を獲得している。
- 「漫画・アニメ」は10代に高い人気だが、20代に入ると男女間に温度差が見える。
- 「お笑い」は20代に圧倒的サポート。ただしエリア別では関西圏の方が利用率が低い。
- そのほか、「動物」は女性、「スポーツ」「ニュース」「グラビア・アダルト」は男性が中心に視聴されている。



	サンプル数	音楽	漫画・アニメ	お笑い	映画	スポーツ	動物	ニュース	グラビア・アダルト	教養・教育・ハウツー	アート	観光・旅行	ホームビデオ・日記	自然	科学技術	グルメ	美容・健康	ファッション	その他	
全体	349	67.6	37.0	34.1	22.9	18.3	14.6	11.7	8.6	6.6	6.3	6.0	6.0	5.7	4.0	3.2	2.0	1.1	4.6	
性別																				
男性	185	61.1	36.2	37.3	22.2	30.3	7.6	16.8	14.1	8.6	3.2	6.5	5.4	7.6	7.0	3.2	1.1	1.1	2.7	
女性	164	75.0	37.8	30.5	23.8	4.9	22.6	6.1	2.4	4.3	9.8	5.5	6.7	3.7	0.6	3.0	3.0	1.2	6.7	
性別×年代																				
男性:10代	44	65.9	50.0	38.6	25.0	27.3	2.3	11.4	6.8	4.5	-	4.5	2.3	2.3	6.8	4.5	-	-	-	
男性:20代	46	58.7	54.3	56.5	15.2	26.1	8.7	13.0	13.0	15.2	2.2	8.7	6.5	10.9	15.2	2.2	-	4.3	2.2	
男性:30代	40	57.5	25.0	37.5	20.0	40.0	2.5	20.0	15.0	7.5	7.5	2.5	5.0	5.0	-	2.5	-	-	5.0	
男性:40代	31	58.1	19.4	29.0	25.8	38.7	22.6	35.5	16.1	6.5	6.5	6.5	3.2	3.2	6.5	3.2	-	-	6.5	
男性:50&60代	24	66.7	16.7	8.3	29.2	16.7	4.2	4.2	25.0	8.3	-	12.5	12.5	20.8	4.2	4.2	8.3	-	-	
女性:10代	46	91.3	60.9	32.6	23.9	-	13.0	4.3	8.7	4.3	15.2	2.2	4.3	4.3	2.2	4.3	-	2.2	6.5	
女性:20代	39	76.9	30.8	46.2	17.9	5.1	17.9	2.6	-	7.7	5.1	5.1	7.7	-	-	-	2.6	2.6	5.1	
女性:30代	25	64.0	32.0	36.0	12.0	4.0	20.0	-	-	4.0	12.0	4.0	8.0	-	-	4.0	-	-	12.0	
女性:40代	28	60.7	32.1	25.0	32.1	3.6	28.6	10.7	-	3.6	3.6	7.1	7.1	-	3.6	10.7	-	-	3.6	
女性:50&60代	26	69.2	19.2	3.8	34.6	15.4	42.3	15.4	-	3.8	11.5	15.4	7.7	7.7	-	3.8	3.8	-	7.7	
エリア																				
首都圏	255	65.9	35.7	36.1	23.1	17.3	14.9	12.9	7.5	7.5	7.5	5.9	6.7	7.1	4.3	3.9	2.4	1.6	5.1	
京阪神	94	72.3	40.4	28.7	22.3	21.3	13.8	8.5	11.7	4.3	3.2	6.4	4.3	2.1	3.2	1.1	1.1	-	3.2	

◎セル着色の見方

- : 全体値より+10%
- : 全体値より+5%
- : 全体値より-5%
- : 全体値より-10%

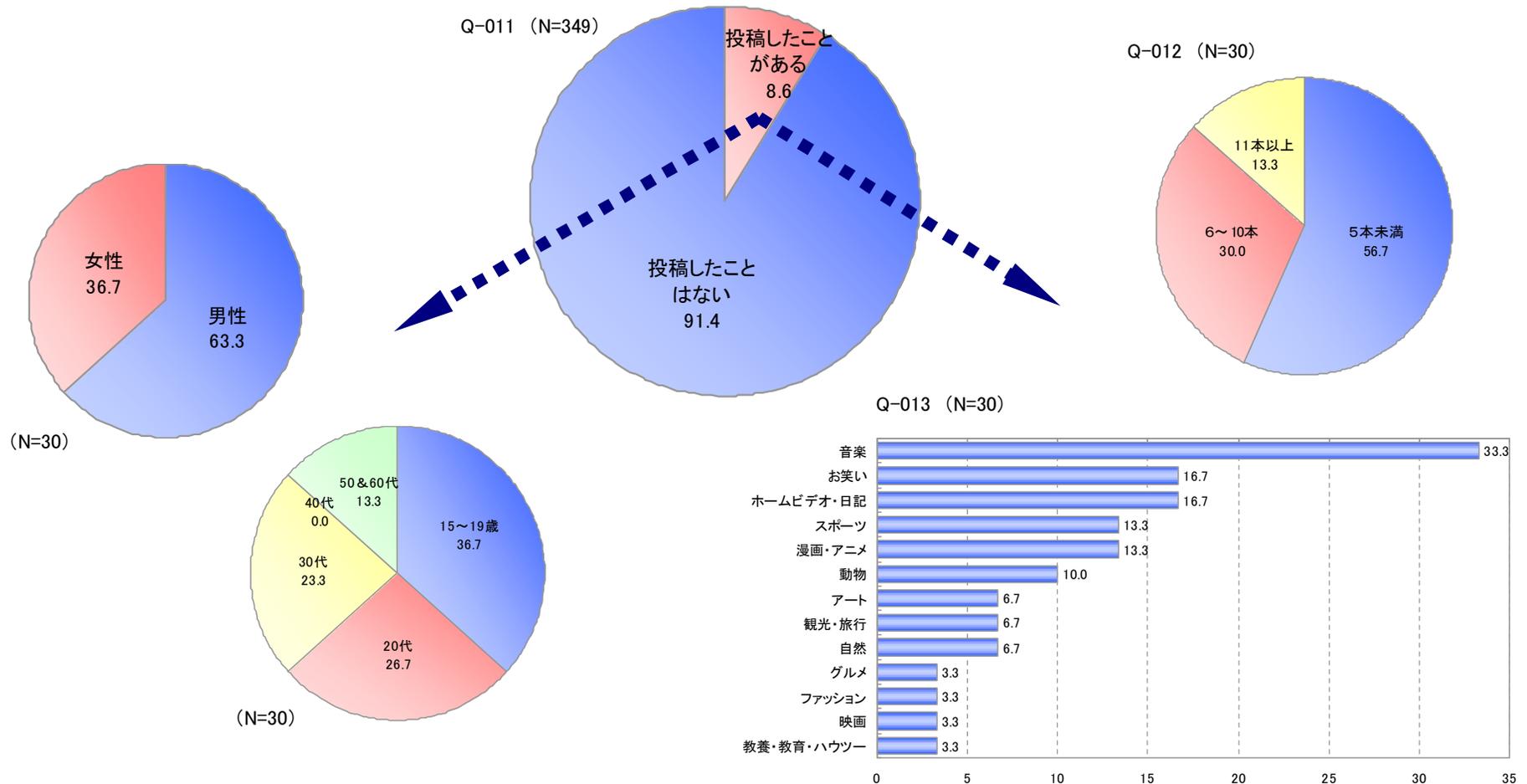
## ◆ 属性分析

Q-011 あなたは動画共有サイトに投稿したことがありますか。[SA]

Q-012 それでは、過去半年以内にどのくらい投稿していますか[SA] Q-013 どんなジャンルの動画を投稿しましたか[MA]

### 投稿経験者は利用者の1割足らず

- 投稿経験は男性の方が多い。年代別では40代は出現しなかったが、50 & 60代も含めて幅広い年代に経験者がいる。
- 過去半年間での投稿本数は半数以上が「5本未満」。
- 投稿ジャンルでは音楽が最も多い。

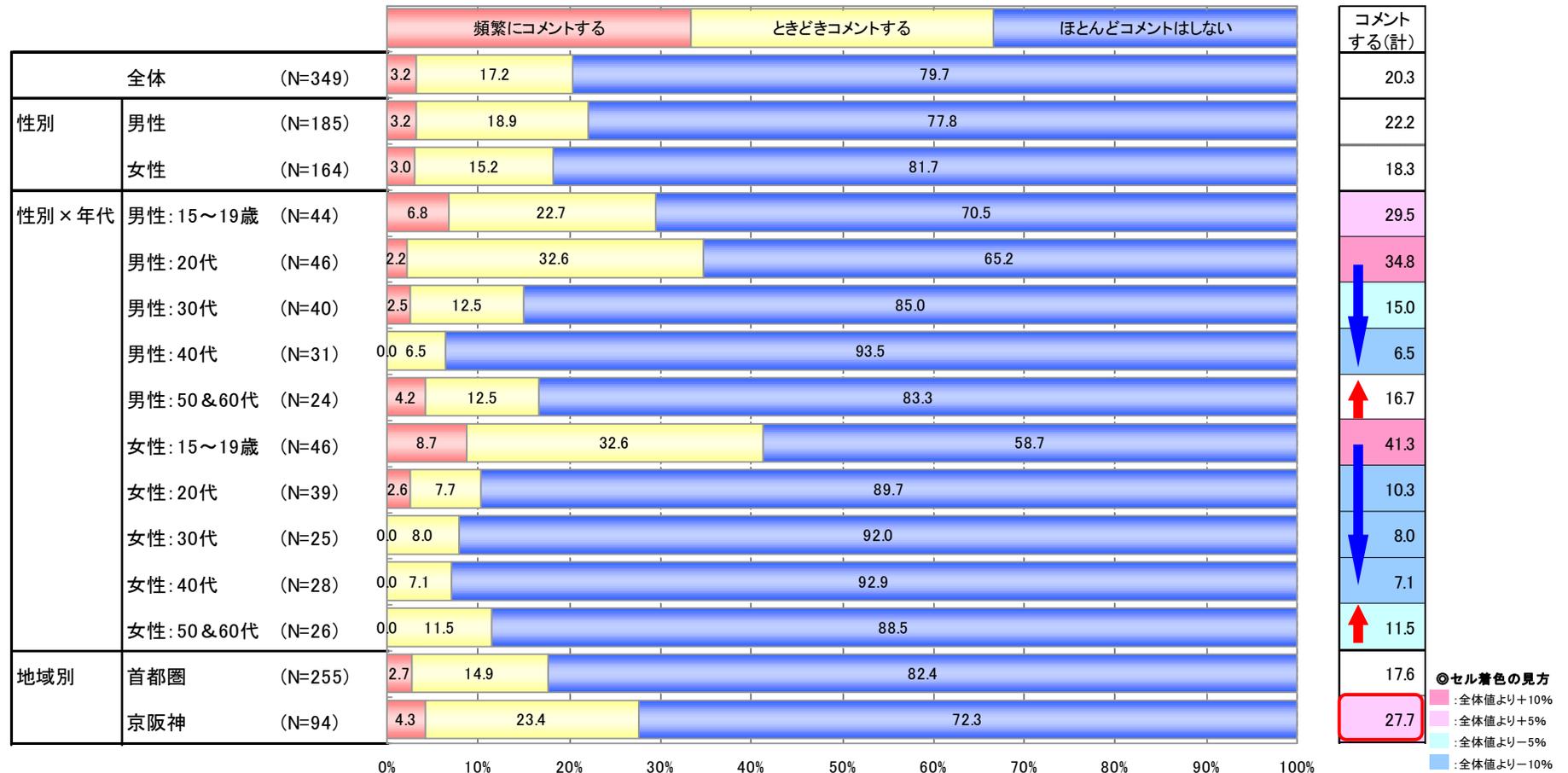


## ◆ 属性分析

Q-014 動画共有サイトには、動画に対してコメントをつけられる機能があるものが多くあります。あなたは、見た動画にコメントをつけることがありますか。[SA]

### コメントをする習慣のあるユーザーは2割

- 男女別ではコメント習慣の比率は大きな差はない。
- 年代別では10代～20代がその中心となり、年代が高くなるにつれて下がっていくが、逆に50 & 60代になると再度持ち直す傾向がある。
- 性別×年代で見ると女性は20代から急激に数値が減少、同年代でも男女間に温度差が見られる。
- エリア別では関西が関東より10ポイント上回っている。

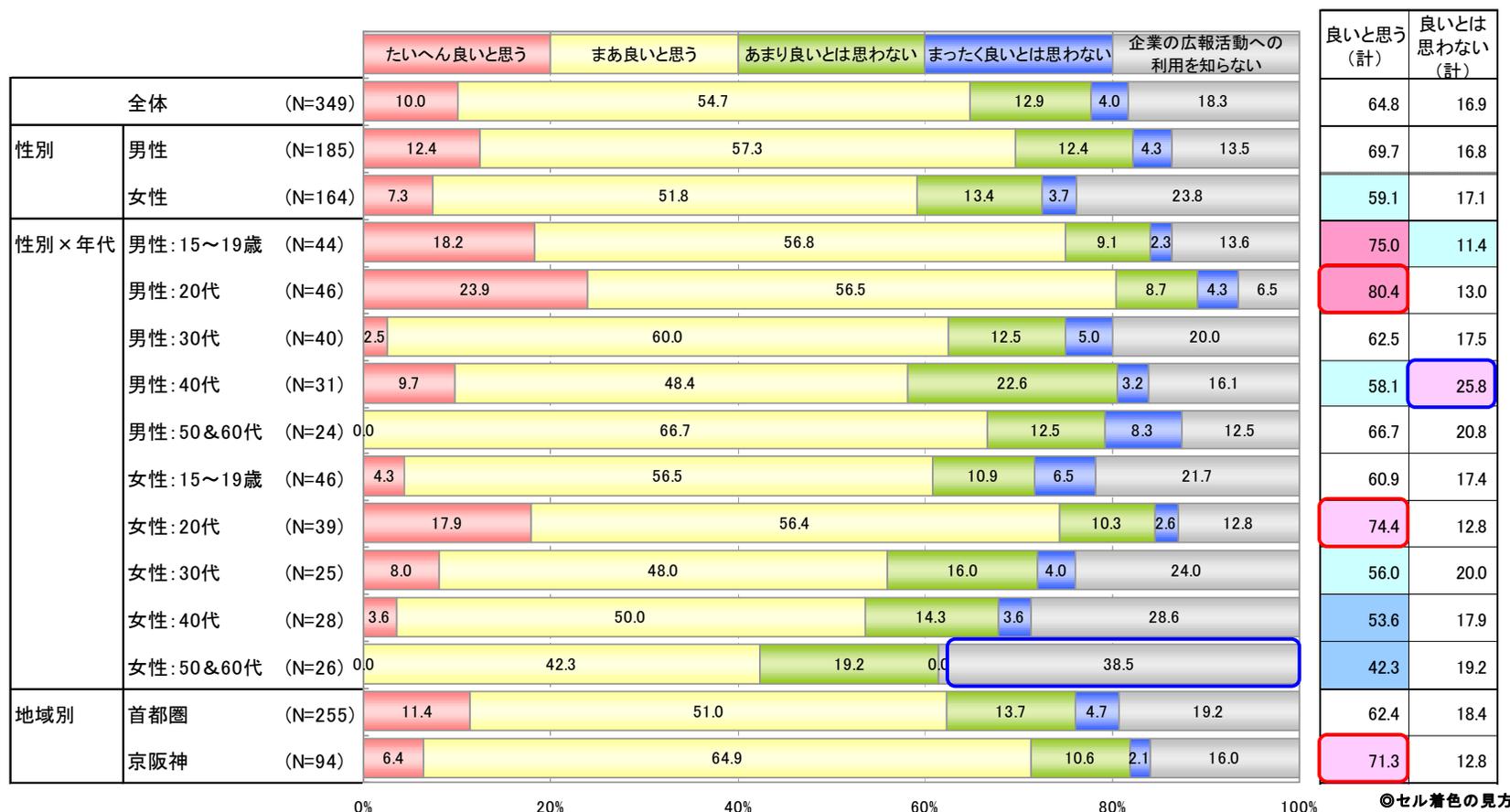


# ◆ 属性分析

Q-016 最近、企業のマーケティング・コミュニケーションの一環として、動画共有サイトを使って広報活動を行うケースが増えています。あなたは、動画共有サイトが企業の広報活動に用いられることをどのように感じられますか。[SA]

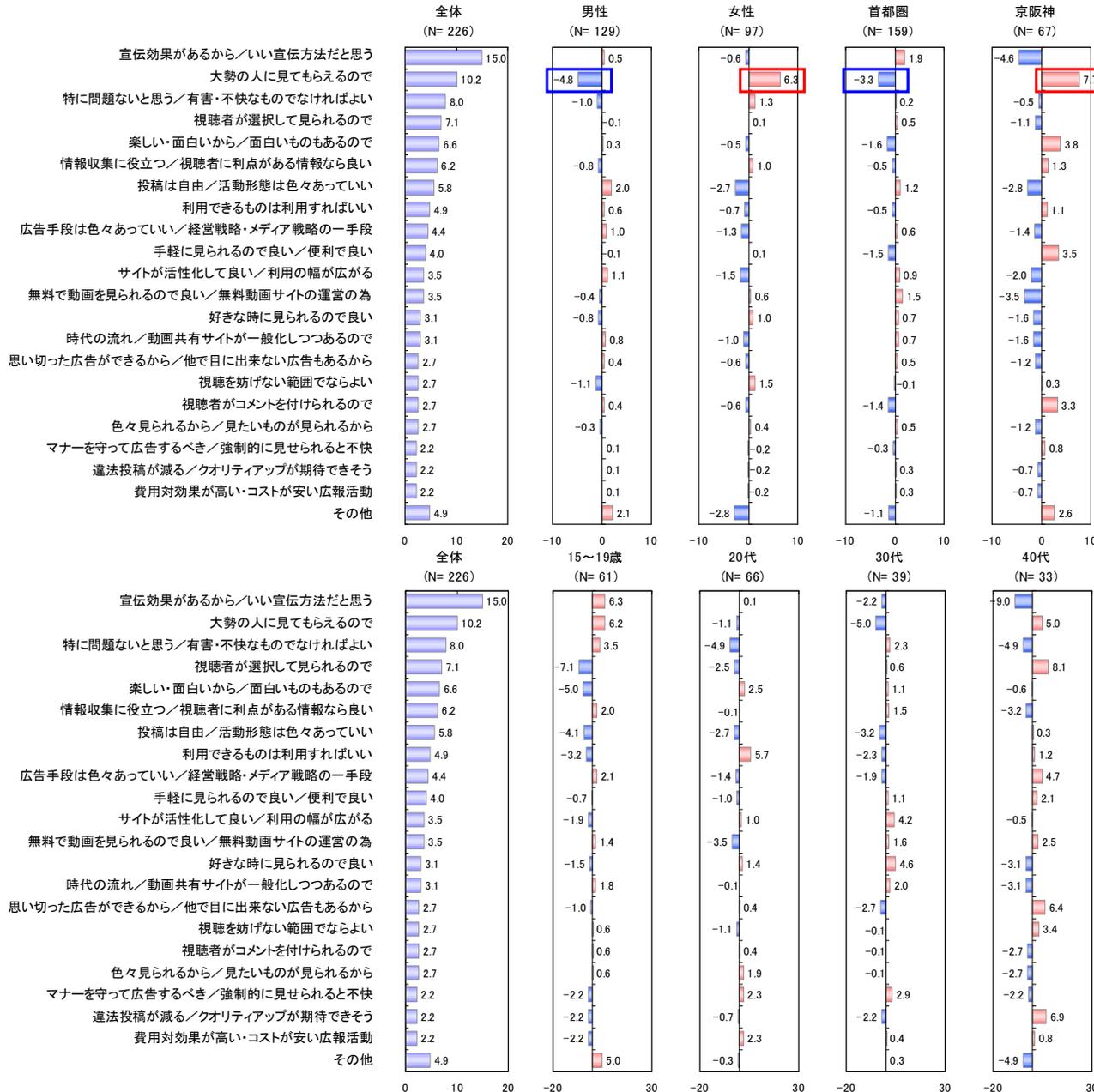
## 広報活動への利用は6割が肯定的

- 肯定派は男性が女性を10ポイント以上上回っている。
- 年代別では男女とも20代がもっとも受け入れている。40代以上はその数値が下がるが、男性が否定派が多くなるのに対し、女性は広報活動を認知していない人が多くなり、特に50&60代では約4割に達する。
- エリア別では肯定派で、関西が関東より約9ポイント上回っている。



# ◆ 属性分析

Q-017 あなたが前問で、動画共有サイトによる企業の広報活動を「<前問選択肢>」とお答えになった理由をご自由にお知らせ下さい。[FA]



## 肯定派の理由は「効果があるから」が1位

- 「大勢の人に見てもらえる」は男女間、関東・関西間ではつきりと傾向が分かれた。
- 地域別では関東が「効果がある」「無料サイトの運営のため」「サイト活性化」などビジネス的見地が多く出るのに対し、関西は「面白い」「手軽」「コメントがつけられる」など、視聴者・参加者としての意見が多い傾向が見られる。

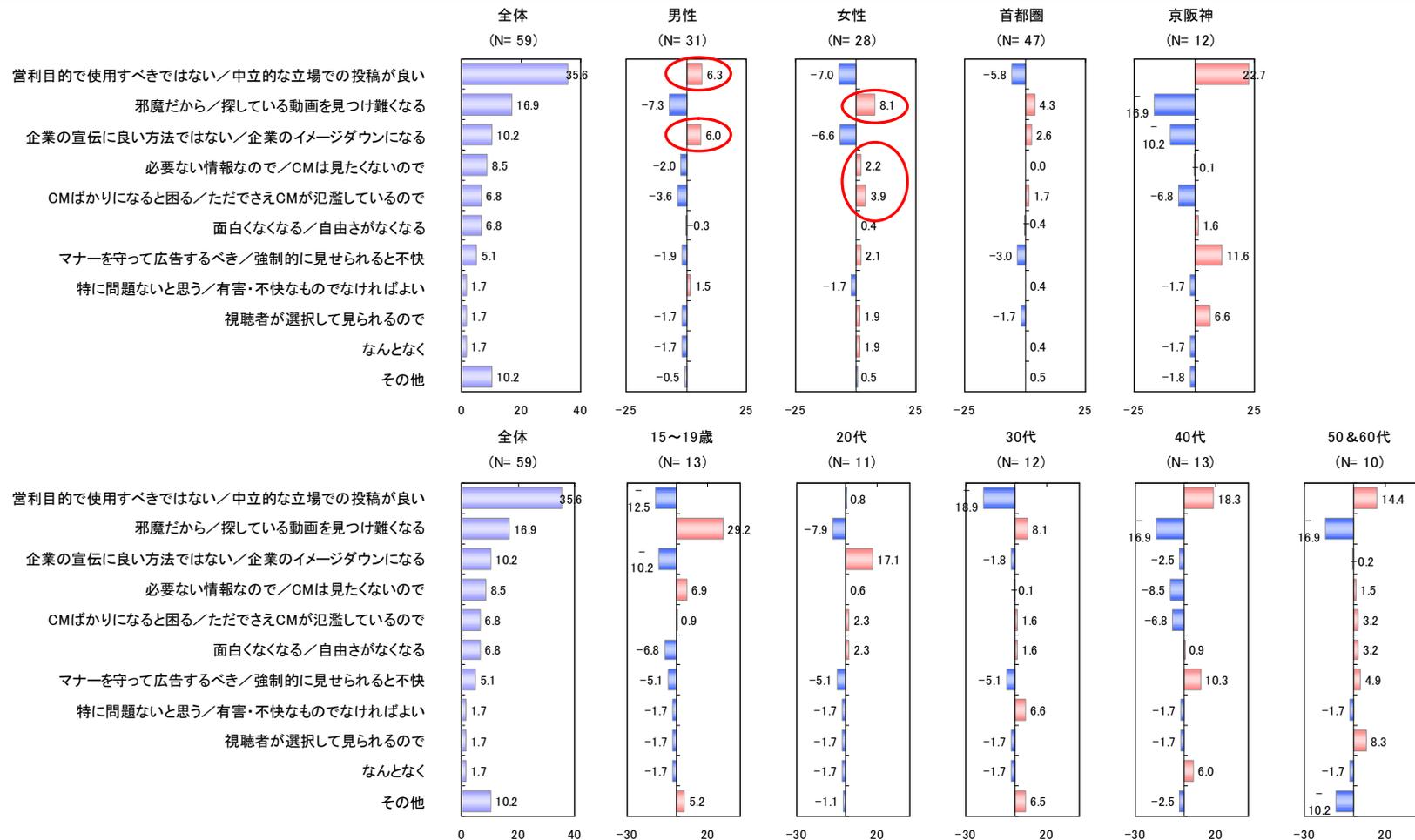
※肯定派は出現率2%以上のみを掲載  
      ...属性間の有意差あり (優位水準5%)

# ◆ 属性分析

Q-017 あなたが前問で、動画共有サイトによる企業の広報活動を「<前問選択肢>」とお答えになった理由をご自由にお知らせ下さい。[FA]

## 否定派の理由は「営利目的の否定」が1位

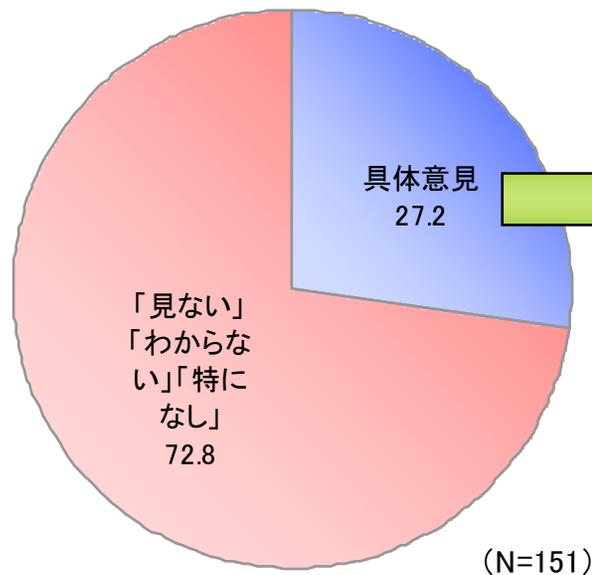
- 「営利目的で使用すべきではない／中立的な立場での投稿が良い」が2位に2倍以上の差をつけ、最も多かった。
- 有意差の出た項目はなかったが、傾向では男性が「営利／中立～」「イメージダウンになる」といった「企業サイドへの見解」が多かったのに対し、女性は「邪魔だから」「必要ない」「CMばかりでは困る」といった「視聴者としての意見」を述べる人が多かった。



# 「利用者像分析」

### 未利用者は動画共有サイトへのイメージ付けが困難か

- 動画共有サイトの未利用者に対し「どのような動画があれば視聴してみたいか」を聞いたところ、「動画サイトは見ない」、「わからない」「特になし」が全体の7割を超える結果となった。このことから、未利用者にとっては動画共有サイトに対する基本的な情報・知識がなく、サイトがどのようなものであるかという具体的なイメージが持てていない状態であることが推測される。
- 一方、具体的にジャンルやサイトのイメージを挙げた場合、実際にはサイト上で視聴可能なものが多くあることから、認知とサイト誘導までのきっかけがあればユーザーになることは十分にあるものと思われる。



回答	人数
ペット／動物	8
ドラマ	3
料理	3
安心／安全なもの	3
旅／おすすめスポット	3
TV番組	2
子どももの	2
自然破壊の危機／自然の土地	2
有害でないもの	2
映画	2

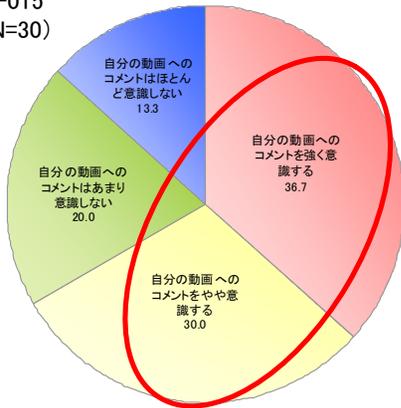
(複数回答のみ)

◆ 「投稿者」分析 Q-015 あなたは、自分の投稿した動画に対するコメントを意識しますか。[SA]

投稿経験者はヘビーユーザーの傾向

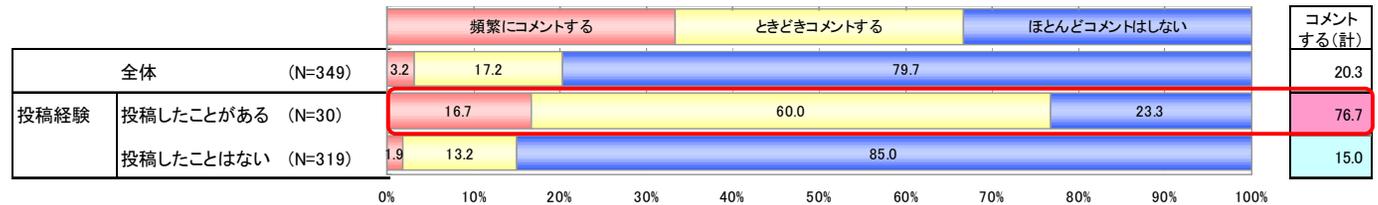
- 3分の2が「コメントは意識する」と回答。
- 投稿者は自らも積極的にコメントを行う。
- 投稿経験者は平均利用時間が未経験者のほぼ倍になっている。
- これらの点から、投稿者はサイトの機能全般を積極的に使いこなし、それに伴い利用時間も自ずと長時間化していく、いわゆる「ヘビーユーザー」への流れが浮かび上がる。

Q-015  
(N=30)

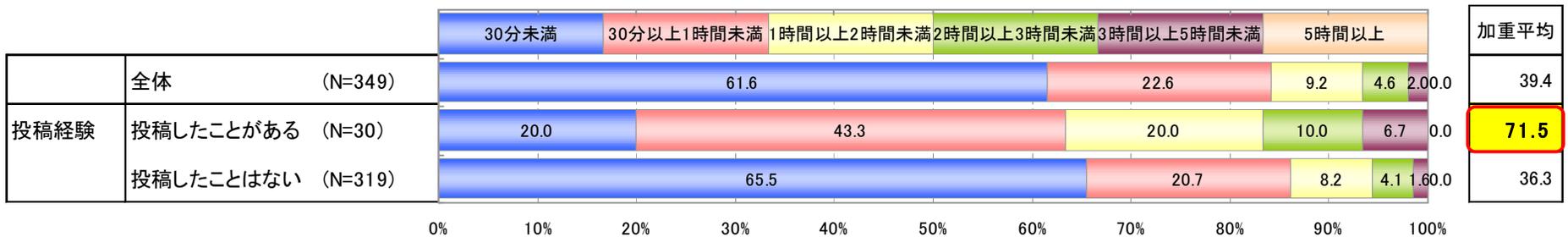


Q-014 動画共有サイトには、動画に対してコメントをつけられる機能があるものがあります。あなたは、見た動画にコメントをつけることがありますか。[SA]

◎セル着色の見方  
 ■ : 全体値より+10%  
 ■ : 全体値より+5%  
 ■ : 全体値より-5%  
 ■ : 全体値より-10%



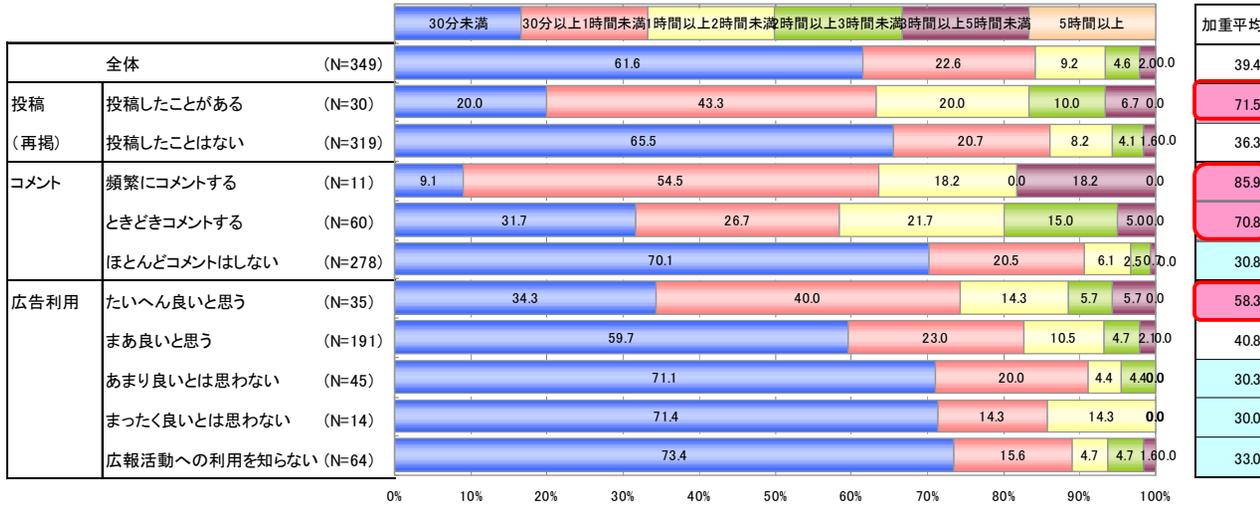
Q-007 あなたは1日平均でどれくらい、動画共有サイトを利用されていますか。[SA]



※加重平均: 30分未満=15、30分以上1時間未満=45、1時間以上2時間未満=90、2時間以上3時間未満=150、3時間以上5時間未満=240として算出

# ◆ 「利用者」分析①

Q-007 あなたは1日平均でどれくらい、動画共有サイトを利用されていますか。[SA]



※加重平均: 30分未満=15、30分以上1時間未満=45、1時間以上2時間未満=90、2時間以上3時間未満=150、3時間以上5時間未満=240として算出

**機能を使いこなしていくほど、視聴時間は増加していく**

●前述の投稿者同様、サイトの機能を知り、使いこなしていくほどに利用時間は増加していく。ただし、割合としては利用状況が深まっている人はまだ少数派であるといえる。

●また、企業の広告利用については、すべてにおいて「使いこなしている人ほど受容している」傾向が出ている。このことから、サイトをよく利用する人ほど、その利用のされ方の多様化も受け入れられる心境になっていくものと考えられる。

Q-016 最近、企業のマーケティング・コミュニケーションの一環として、動画共有サイトを使って広報活動を行うケースが増えています。あなたは、動画共有サイトが企業の広報活動に用いられることをどのように感じられますか。[SA]



◎セル着色の見方

- 全体値より+10%
- 全体値より+5%
- 全体値より-5%
- 全体値より-10%

## ◆ 「利用者」分析② YouTube vs. ニコニコ動画

### 若年層、アニメに強い ニコニコ動画

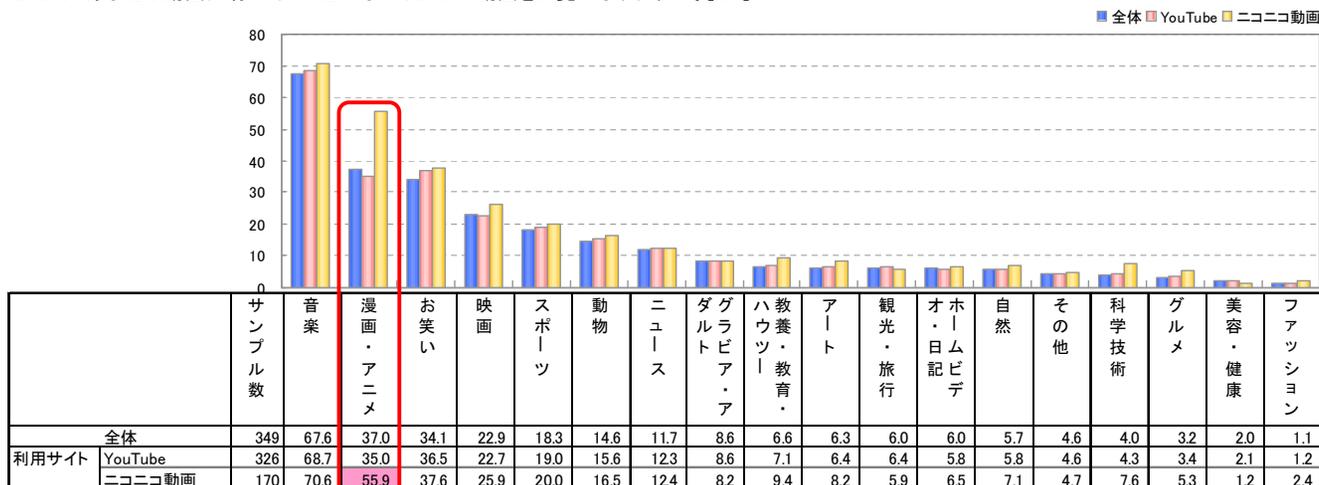
●全年代に安定して普及しているYouTubeに対し、ニコニコ動画は10代と20代男性を中心に利用されている(Q-009参照)。

●視聴ジャンルについては両者にほとんど差がなかった中、唯一ニコニコ動画の「漫画・アニメ」が突出して高い利用率を上げており、ニコニコ動画がこのジャンルに強いことを裏付ける結果であるといえる。

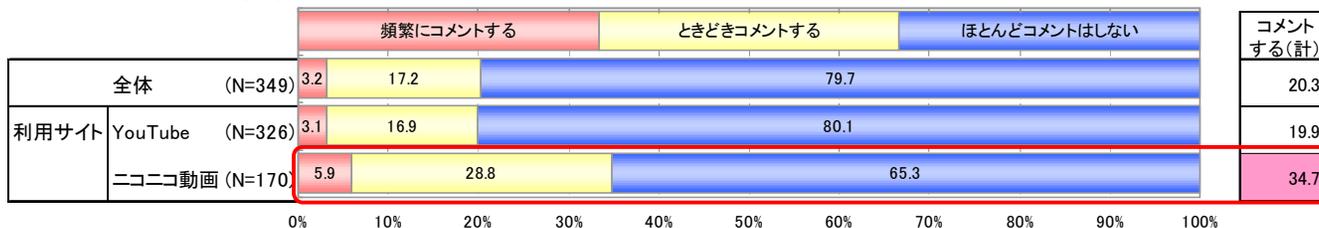
●コメント利用はニコニコ動画がYouTubeの約1.7倍を記録。

●これらに関係してか、利用時間はニコニコ動画がYouTubeの約1.5倍となっている。

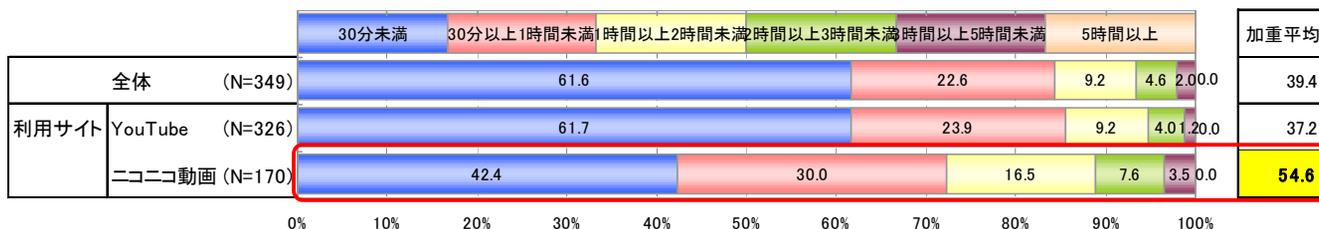
Q-010 あなたは動画共有サイトでどんなジャンルの動画をご覧になりますか。[MA]



Q-014 動画共有サイトには、動画に対してコメントをつけられる機能があるものがあります。あなたは、見た動画にコメントをつけることがありますか。[SA]



Q-007 あなたは1日平均でどれくらい、動画共有サイトを利用されていますか。[SA]



※加重平均: 30分未満=15、30分以上1時間未満=45、1時間以上2時間未満=90、2時間以上3時間未満=150、3時間以上5時間未満=240として算出