

10代の9割が動画を視聴、無料動画が中心

～ スマートフォンによる動画視聴の実態 ～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

◆ポイント◆

- ・全体の70%を超える人がスマホで月1回以上動画視聴も、無料が中心
→ 中でも10代は約90%がスマホで動画を視聴、有料動画は20代がコア層
- ・視聴している動画サービスは無料のYouTubeが突出しており、次いで有料のAmazonプライム
- ・DAZNはアクティブユーザの多い動画サービスか

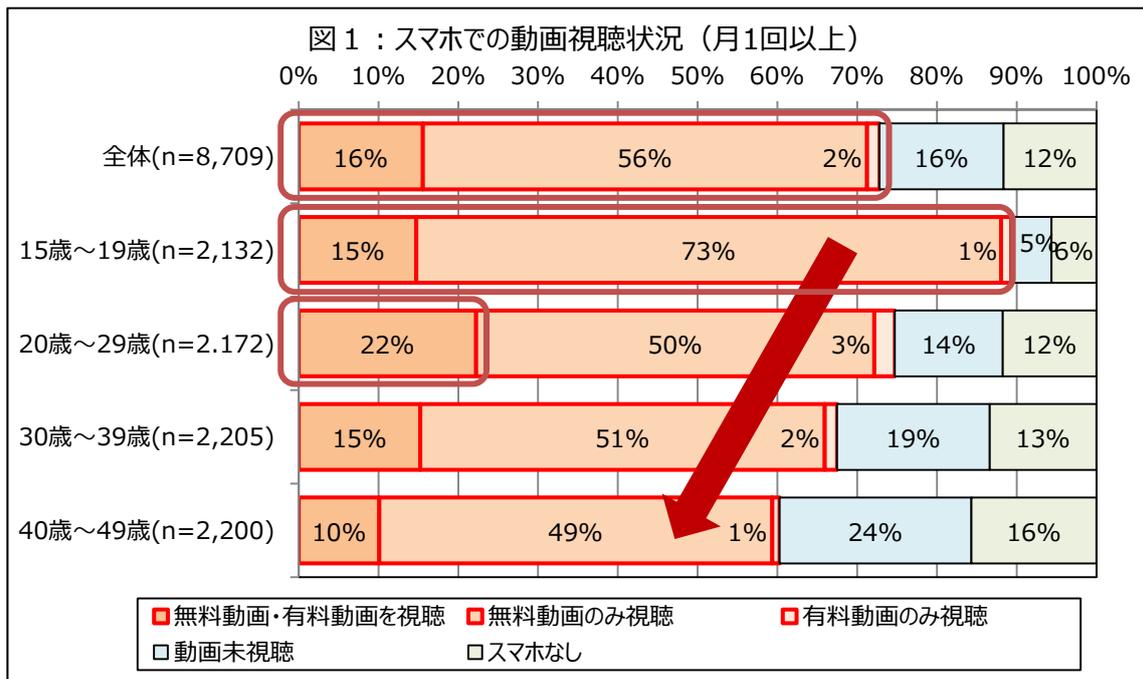
スマホに代表されるICTデバイスの多機能化や高機能化、無線ネットワークの高速化、あるいはWi-Fiスポットの増加など、インターネットと動画を取り巻く環境は充実しつつある。そこでモバイル社会研究所では2018年2月、デバイスをスマホに限定して動画視聴の実態を調査した。

1. 調査結果

(1) 年代別の動画視聴状況

スマホによる動画の視聴経験について、全体傾向及び年代別の傾向は下記のとおりであった。

- ・全体では70%超がスマホにより動画を視聴しており、うち50%超が無料動画「のみ」を視聴している。
- ・年代別では若年層ほどスマホで動画を視聴する傾向。中でも10代では動画視聴者は90%に迫り、また、無料動画「のみ」の視聴者が圧倒的。YouTubeなどを視聴する習慣が根付いていると思われる。
- 一方、20代は無料・有料両方の視聴者が他の年代より7ポイント程度多く、有料動画視聴者の潜在層としてもっとも可能性があるかもしれない。

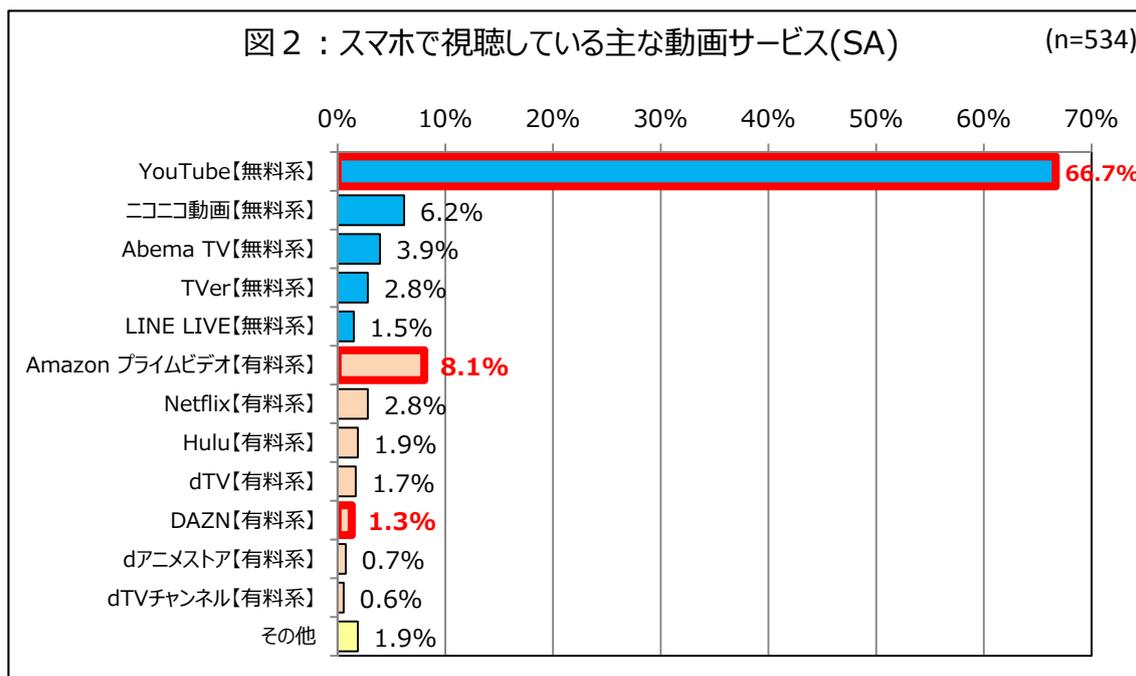


(2) 視聴している動画サービス

スマホにより月1回以上動画を視聴している対象者に限定し、主に視聴している動画サービスを「1つのみ」挙げてもらったところ、534名より回答を得た。その結果は下記のとおり。

- ・主に視聴する動画サービスは圧倒的に「YouTube」で、70%に迫る勢いであった。次点は有料の「Amazonプライムビデオ」で8%強だった。
- ・歴史の浅い「DAZN」が善戦。スポーツの同時中継にニーズがあるか。

動画視聴をスマホに限定し調査した結果は「YouTube」の圧勝であった。しかし今後、光サービスとの連携など、テレビ機器を介した動画視聴が一般化することで、その勢力図にも変化がみられるかもしれない。なお、今回は動画サービスを「どこで」「どのくらいの時間」視聴しているかについてレポートしたい。



2. 調査概要

- 【スクリーニング】 実施期間：2018年2月9日～2月15日（7日間）
調査手法：インターネット調査、調査対象：全国15歳～49歳 男女
サンプルサイズ：8,709
調査項目：1問（1ヶ月以内のスマートフォンによる動画視聴経験の有無）
- 【本調査】 実施期間：2018年2月16日～2月17日（2日間）
実施手法：インターネット調査、調査対象：全国15歳～49歳 男女
サンプルサイズ：534（スマホで動画を視聴している男性270、女性264）
調査項目：3問：（主に視聴する動画サービス／視聴場所／視聴時間）

3. お問い合わせ先

詳細なデータ、質問項目など、ご不明な点がございましたら、下記までご連絡ください。

株式会社 NTT ドコモ モバイル社会研究所 msri-inq-ml@nttdocomo.com