

1 回の平均視聴時間は約 8 割が「1 時間未満」

～ 動画は「自宅」で、「個食型」視聴 ～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

◆ポイント◆

- ・1 回あたりの平均視聴時間は「1 時間未満」が 8 割弱、ボリュームゾーンは「10～30 分」
- ・若年層ほど「じっくり」時間をかけて動画を視聴する傾向
- ・スマホによる動画の主な視聴場所は「自宅内」が 6 割強を占める
- ・なかでも 4 割が自分の部屋など、「個食型」スタイルで視聴

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。本報告は 2018 年 3 月報告した「年代別の動画視聴状況」「視聴している動画サービス」に続くものである。

1. 調査結果

(1) 1 回あたりの平均視聴時間

スマホで動画を視聴していると回答した人に対し、1 回あたりの平均視聴時間を聞いた結果は下記のとおり。

- ・ボリュームゾーンは「10 分以上 30 分未満」（表 1）。
- ・全体では「1 時間未満」が 8 割弱（表 2 赤枠部分）。
- ・年代別では若年層ほど動画の視聴時間は長くなる傾向。

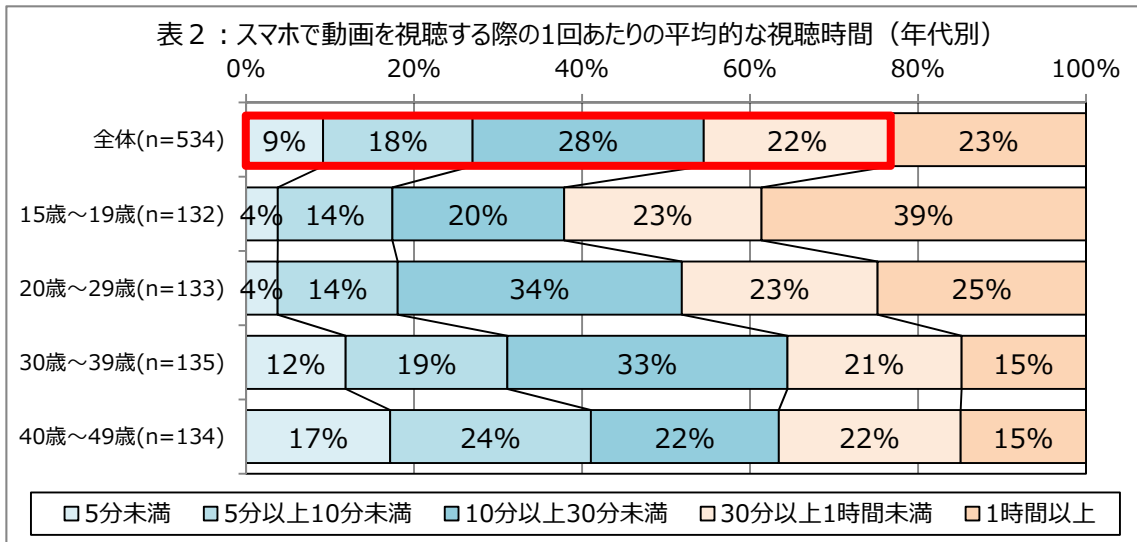
全体的には 1 回あたりの平均視聴時間は「30 分未満」が過半数であり、総じて視聴時間は長いとはいえない。年代別にみると、若年層ほど 1 回あたりの平均視聴時間が長い。特に 10 代では「30 分以上」が 6 割を占めるなど、「長時間視聴」の傾向にある。総務省統計局「平成 28 年社会生活基本調査」によれば、10 代は他の年代層に比較し「休養・くつろぎ」など余暇時間が多い傾向にあるため、結果的に動画視聴に割ける時間も多し、と想定される。しかし昨今、SNS などのコミュニケーションツールやゲームなどのエンターテインメントサービスが充実しつつある。限られた余暇時間のうち動画視聴に対する時間配分は変化する可能性もあることから、今後も同じような傾向が続くのか、モバイル社会研究所としても注視していきたい。

※総務省統計局「平成 28 年社会生活基本調査」：<http://www.stat.go.jp/data/shakai/2016/pdf/gaiyou2.pdf>

※サンプルサイズが小さく参考扱いとなりますが、サービス毎の 1 回あたりの平均視聴時間を本事務連絡末尾に掲載しています。

表 1：スマホで動画を視聴する際の「1 回あたりの平均視聴時間」ランキングトップ 3

	1回あたりの平均的な視聴時間	割合
1	「10分以上30分未満」	28%
2	「30分以上1時間未満」	22%
3	「5分以上10分未満」	18%



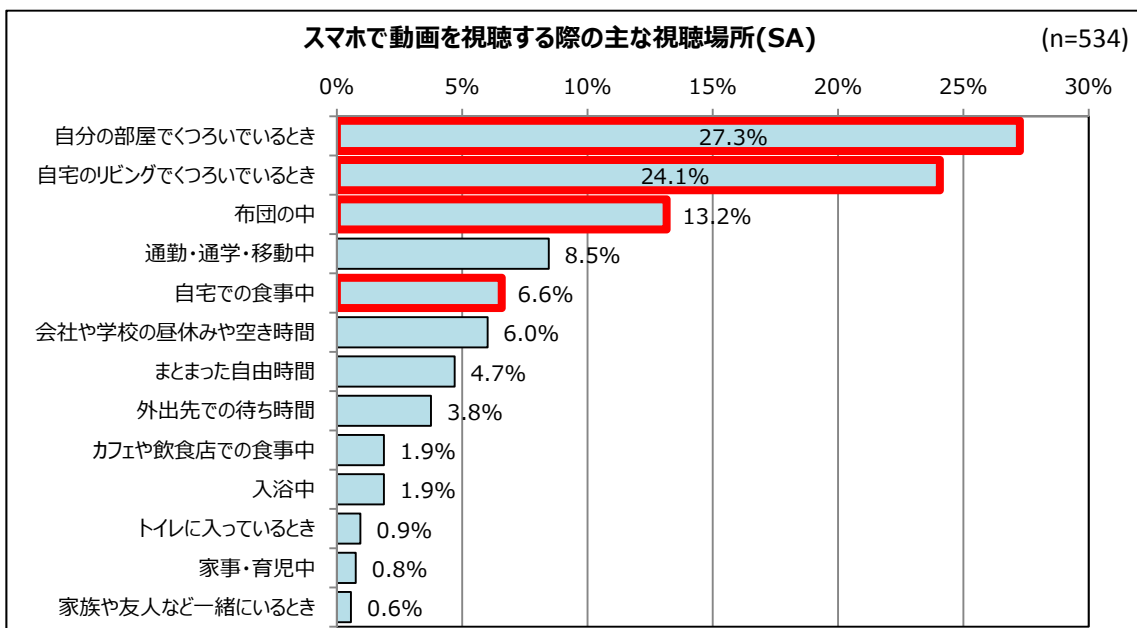
(2) 主に動画を視聴している場所

スマホにより動画を視聴していると回答した人に対し、主に視聴している場所を「1つのみ」挙げてもらった結果は下記のとおり。

- ・動画視聴者の6割強が主に「自宅内」、なかでも4割は「自分の部屋」「布団の中」と回答。
- ・外出先（「通勤・通学・移動中」「会社や学校の空き時間」「外出先での待ち時間」など）が主な動画視聴場所と回答した方は2割程度。

「通勤・通学・移動中」「会社や学校の空き時間」「外出先での待ち時間」など、スマホの「いつでも」「どこでも」という利点を活かした視聴スタイルは意外に少ない。一方で自宅、特に「自分の部屋」「布団の中」など、自分一人だけで視聴していると想像できる視聴スタイルが4割に上ることから、テレビとは異なる「個食型」視聴が進んでいることがうかがえる。

※サンプルサイズが小さく参考扱いとなりますが、サービス毎の主な視聴場所を本事務連絡末尾に掲載しています。



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）

<参考>

（1）サービスごとの1回あたりの平均視聴時間

- ・無料系サービスは比較的短時間、有料系サービスは比較的長時間視聴されている傾向。

		5分未満	5分以上10分未満	10分以上30分未満	30分以上1時間未満	1時間以上2時間未満	2時間以上
無料	YouTube (n=356)	10.7%	19.7%	27.5%	21.9%	12.1%	8.1%
	ニコニコ動画 (n=33)	9.1%	15.2%	30.3%	12.1%	15.2%	18.2%
	Abema TV (n=21)	9.5%	14.3%	28.6%	28.6%	9.5%	9.5%
	TVer (n=15)	6.7%	13.3%	13.3%	33.3%	20.0%	13.3%
	LINE LIVE (n=8)	12.5%	12.5%	25.0%	25.0%	12.5%	12.5%
有料	Amazon Prime Video (n=43)	0.0%	11.6%	39.5%	20.9%	23.3%	4.7%
	Netflix (n=15)	0.0%	26.7%	26.7%	13.3%	26.7%	6.7%
	Hulu (n=10)	20.0%	10.0%	20.0%	30.0%	20.0%	0.0%
	dTV (n=9)	0.0%	11.1%	0.0%	22.2%	44.4%	22.2%
	DAZN (n=7)	0.0%	28.6%	28.6%	14.3%	28.6%	0.0%
	dアニメストア (n=4)	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	0.0%	25.0%
	dTVチャンネル (n=3)	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%
その他	20.0%	10.0%	20.0%	30.0%	10.0%	10.0%	

（2）サービスごとの主な視聴場所

- ・無料系サービスは比較的自宅など、有料系サービスは移動中・外出先などで視聴されている。

主な視聴場所		1	2	3	4	5
		通勤・通学・移動中	外出先	自宅（4以外）	自分の部屋・布団の中	その他
無料	YouTube (n=356)	6.5%	7.6%	34.6%	45.2%	6.2%
	ニコニコ動画 (n=33)	12.1%	12.1%	24.2%	45.5%	6.1%
	Abema TV (n=21)	19.0%	14.3%	42.9%	19.0%	4.8%
	TVer (n=15)	13.3%	6.7%	33.3%	40.0%	6.7%
	LINE LIVE (n=8)	12.5%	25.0%	50.0%	0.0%	12.5%
有料	Amazon Prime Video (n=43)	7.0%	16.3%	34.9%	32.6%	9.3%
	Netflix (n=15)	20.0%	26.7%	20.0%	26.7%	6.7%
	Hulu (n=10)	30.0%	50.0%	10.0%	10.0%	0.0%
	dTV (n=9)	22.2%	11.1%	22.2%	33.3%	11.1%
	DAZN (n=7)	0.0%	57.1%	28.6%	14.3%	0.0%
	dアニメストア (n=4)	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%
	dTVチャンネル (n=3)	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%
その他	0.0%	20.0%	20.0%	50.0%	10.0%	

（本データは視認性を高めるため選択肢をマージしています。）

3. お問い合わせ先

詳細なデータ、質問項目など、ご不明な点がありましたら、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