

10代で4割の認知率の『LINE LIVE』って、してます？

～モバイル動向調査からみた、動画サービスの認知率～

株式会社NTTドコモ モバイル社会研究所

目次

- 調査結果 : ①各種動画サービスの認知率
②性別と年代による動画サービス認知率の違い

■ 調査結果

1. 全体ではYouTubeがトップの認知率

ネットやスマートホンで動画を見ることが一般化してきている今、改めて動画サービスの認知率を調査したところ、「YouTube」が8割を超える認知率を示していて、無料・有料すべての動画サービスの中でのトップの認知率となっている。

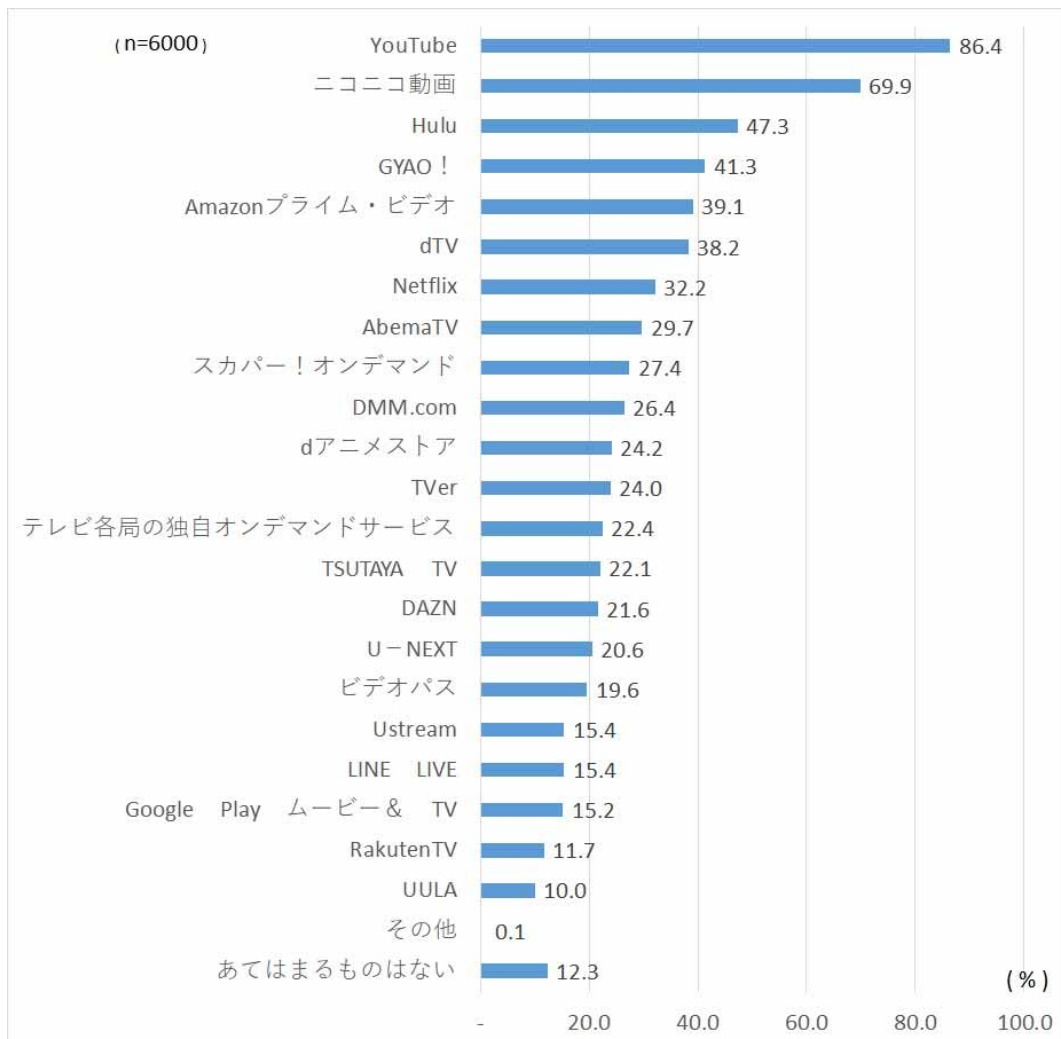


図1 動画サービスの認知率 (MA)

有料の動画サービスを見てみると、「Hulu」が約半数の認知率を示し、有料サービスの中で
の1位の認知率となっている。

2. 「性別」「年代」により、知っている動画サービスに違い

性別や年代別で認知率を展開してみたのが、以下に示す表1である。

表1 各種動画サービスの性年代別認知率

| n=30以上で 全体+10pt以上 全体+5pt以上 全体-5pt以下 全体-10pt以下 | 全体 | 性年代別 (10歳刻み) | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | 男性 | | | | | | | 女性 | | | | | | |
| | | 男性 1 0 代 | 男性 2 0 代 | 男性 3 0 代 | 男性 4 0 代 | 男性 5 0 代 | 男性 6 0 代 | 男性 7 0 代 | 女性 1 0 代 | 女性 2 0 代 | 女性 3 0 代 | 女性 4 0 代 | 女性 5 0 代 | 女性 6 0 代 | 女性 7 0 代 |
| n= | 6,000 | 180 | 379 | 467 | 584 | 462 | 534 | 380 | 176 | 367 | 446 | 561 | 456 | 559 | 449 |
| YouTube | 86.4 | 90.6 | 82.3 | 81.6 | 87.2 | 90.9 | 90.3 | 80.0 | 86.9 | 88.6 | 88.1 | 89.7 | 91.2 | 86.6 | 75.3 |
| ニコニコ動画 | 69.9 | 78.9 | 71.5 | 66.2 | 72.3 | 76.4 | 71.5 | 60.5 | 69.9 | 75.2 | 72.6 | 73.4 | 72.1 | 66.7 | 54.6 |
| Hulu | 47.3 | 62.8 | 54.9 | 47.3 | 54.3 | 53.9 | 39.5 | 25.8 | 55.7 | 56.4 | 59.9 | 58.5 | 49.1 | 39.0 | 17.8 |
| GyAO! | 41.3 | 48.9 | 42.2 | 39.2 | 46.6 | 49.8 | 40.6 | 31.6 | 44.3 | 46.9 | 50.2 | 45.5 | 39.0 | 38.6 | 19.2 |
| Amazonプライム・ビデオ | 39.1 | 53.3 | 46.7 | 39.4 | 49.3 | 45.5 | 35.8 | 23.9 | 44.3 | 43.1 | 48.9 | 41.7 | 37.1 | 32.0 | 16.7 |
| dTV | 38.2 | 49.4 | 45.1 | 37.5 | 43.2 | 47.2 | 30.1 | 22.9 | 46.6 | 47.7 | 51.8 | 45.8 | 39.0 | 26.3 | 15.4 |
| Netflix | 32.2 | 50.6 | 48.8 | 40.0 | 40.8 | 34.6 | 20.0 | 14.5 | 38.6 | 44.7 | 44.6 | 37.4 | 28.5 | 16.8 | 10.2 |
| AbemaTV | 29.7 | 49.4 | 39.3 | 34.0 | 39.6 | 34.2 | 25.1 | 11.3 | 39.2 | 39.8 | 38.3 | 31.9 | 26.1 | 16.6 | 9.1 |
| スカパー！オンデマンド | 27.4 | 39.4 | 31.4 | 24.2 | 30.3 | 35.3 | 25.3 | 21.8 | 34.7 | 27.2 | 28.5 | 29.9 | 26.5 | 23.1 | 16.9 |
| DMM.com | 26.4 | 47.2 | 39.1 | 31.0 | 38.0 | 36.8 | 17.6 | 10.3 | 34.7 | 33.5 | 32.7 | 26.9 | 22.1 | 12.7 | 6.5 |
| dアニメストア | 24.2 | 42.2 | 35.4 | 28.5 | 31.8 | 27.7 | 13.1 | 11.8 | 34.7 | 29.7 | 32.1 | 28.5 | 21.3 | 13.6 | 7.6 |
| TVer | 24.0 | 33.9 | 31.4 | 26.3 | 29.1 | 31.0 | 17.2 | 9.2 | 33.0 | 31.3 | 27.1 | 29.2 | 25.4 | 17.2 | 6.2 |
| テレビ各局の独自オンデマンドサービス | 22.4 | 32.8 | 24.8 | 19.9 | 25.5 | 26.0 | 24.9 | 19.7 | 21.0 | 19.3 | 22.4 | 22.6 | 21.5 | 20.6 | 16.0 |
| TSUTAYA TV | 22.1 | 33.3 | 27.7 | 21.4 | 25.5 | 25.5 | 18.7 | 18.7 | 25.6 | 27.0 | 28.7 | 23.2 | 19.5 | 15.7 | 9.6 |
| DAZN | 21.6 | 37.8 | 34.0 | 31.0 | 33.7 | 27.7 | 12.4 | 6.1 | 19.3 | 26.4 | 25.3 | 23.5 | 17.8 | 10.2 | 5.1 |
| U-NEXT | 20.6 | 41.7 | 29.0 | 23.3 | 26.5 | 25.1 | 15.0 | 11.6 | 31.8 | 28.1 | 24.9 | 19.6 | 16.2 | 11.4 | 6.5 |
| ビデオパス | 19.6 | 33.3 | 28.8 | 21.8 | 23.6 | 21.9 | 9.7 | 6.8 | 30.1 | 30.0 | 24.4 | 25.3 | 19.1 | 10.9 | 5.1 |
| Ustream | 15.4 | 23.3 | 26.1 | 23.6 | 24.3 | 20.3 | 8.4 | 5.8 | 15.9 | 19.9 | 19.7 | 15.7 | 9.4 | 5.5 | 3.8 |
| LINE LIVE | 15.4 | 39.4 | 19.8 | 14.6 | 15.8 | 13.9 | 7.9 | 7.6 | 42.0 | 27.5 | 17.5 | 16.2 | 13.4 | 8.1 | 6.7 |
| Google Playムービー&TV | 15.2 | 36.7 | 25.1 | 18.4 | 20.2 | 18.2 | 11.2 | 10.0 | 19.3 | 14.7 | 17.0 | 14.4 | 9.9 | 7.0 | 8.2 |
| RakutenTV | 11.7 | 21.1 | 15.8 | 14.3 | 15.9 | 14.1 | 7.7 | 6.3 | 15.9 | 14.2 | 13.7 | 13.0 | 7.7 | 7.3 | 4.7 |
| UULA | 10.0 | 21.1 | 15.8 | 14.3 | 11.8 | 12.1 | 4.9 | 5.8 | 13.6 | 12.8 | 11.4 | 9.3 | 8.1 | 4.7 | 5.1 |
| その他 | 0.1 | 1.1 | - | 0.2 | 0.2 | - | 0.2 | - | - | 0.3 | 0.2 | - | - | - | 0.2 |
| あてはまるものはない | 12.3 | 7.2 | 14.2 | 16.3 | 12.2 | 8.4 | 9.0 | 18.7 | 12.5 | 9.3 | 10.3 | 10.0 | 8.3 | 12.0 | 22.7 |

表1をみると、一般論として、何れの動画サービスにおいても、認知率は若年層の方が高く、年齢を経るにしたがって低下の傾向がみられる。また、一部のサービスを除き、認知率に顕著な男女差は見られない。

それでは、いくつかのサービスに絞って、詳細を見て行きたい。

動画サービス全体で1位の認知率を示していた「YouTube」、有料サービスで1位の認知率だった「Hulu」、そして、年代による認知率に大きな差があった「LINE LIVE」(※1)を示したのが下図である。上から2本の線が、「YouTube」の、真ん中の2本の線が「Hulu」、下の2本の線が「LINE LIVE」である。

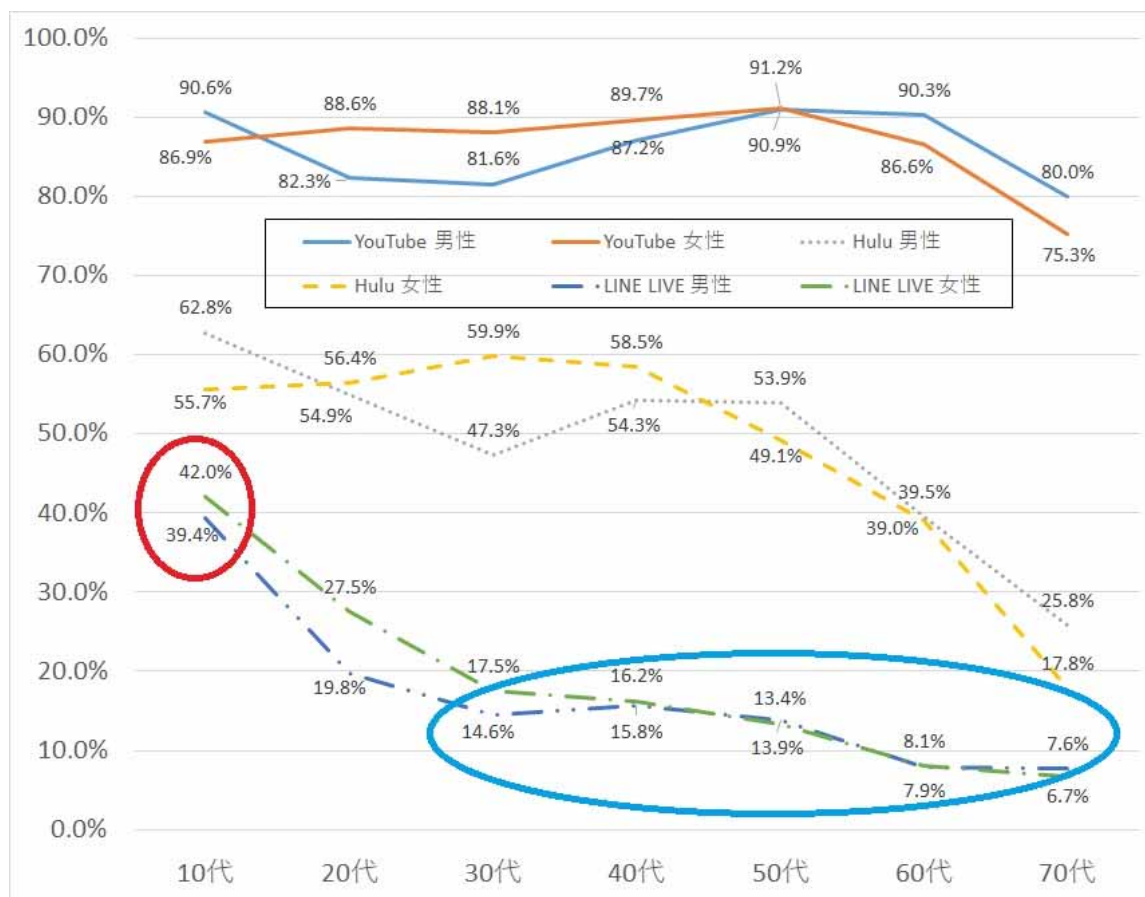


図2 「YouTube」 / 「Hulu」 / 「LINE LIVE」 性年代別認知率

まずこれからわかることは、認知率が一番高い「YouTube」は、各年代、男女ともに比較的まんべんなく高い認知率を誇っている事である。70代では若干の認知率の低下がみられるが、それでもなお、70%を超える値を示しているのは驚異的である。

有料サービスで1位(全体では3位)の認知率を示した「Hulu」であるが、10代から50代までは年代によらず比較的フラットに近い認知率を示しているが、60代よりも上の世代になると低下の傾向を示し、70代に至っては、10~50代までの半分程度の認知率となっている。

最後に「LINE LIVE」である。「LINE LIVE」は、10代において高い認知率を示すが(図中赤線囲い)、年齢が上がると一気に認知率が低下している(図中青線囲い)。「Hulu」でも年齢が上がるにつれて認知率の低下を示しているが、50代までは比較的フラットである。しかし「LINE LIVE」は、男女ともに10代の認知率は40%を超えるのに対して、既に30代で半分以下の20%未満となり、比較的若い年代からの認知率低下が見られているのが特徴的である。

同じく、認知率の差異に他サービスと異なる傾向を示したのが「DAZN」である。

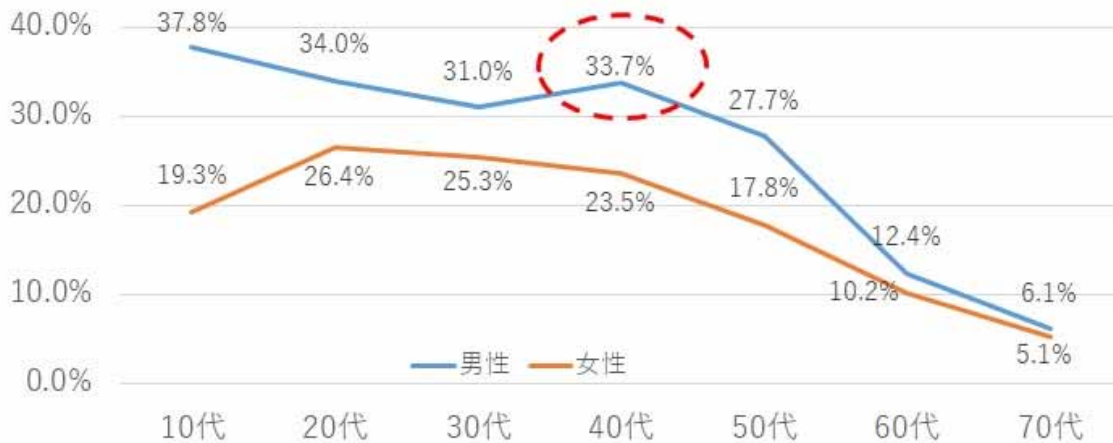


図3 DAZN 性年代別認知率

多くの動画サービスでは、認知率は男女で年代により交差し、性別による大きな違いは見られないが、「DAZN」では一貫して男性の認知率が女性よりも高い値を示しているのが特徴的である。

また、赤い点線で囲ったところに着目していただきたい。若干ではあるが、前後の年代に比べて認知率が上がっている。「DAZN」は、「Jリーグ等各種スポーツの動画コンテンツを視聴できるサービスであるが、調査対象となった2017年のキラーコンテンツはJリーグであった。Jリーグ観戦者の6割を占める男性の認知率が一貫して女性よりも高く、また観戦者の平均年齢である40代での認知率が上がっているのは興味深い。(※2)

以上、今回は、2018年一般向けモバイル動向調査から、動画サービスの認知率について報告した。

次回は、動画サービスの利用率について報告する。

※1：『LINE LIVE』：LINE上で無料のライブ配信及び視聴が可能なサービス

※2：観戦者の男女比、平均年齢は、「Jリーグ スタジアム観戦者調査2017 サマリーレポート」による

■調査概要

調査名：経年概況調査（一般向けモバイル動向調査）

調査時期：2018年1月、調査対象：全国・15～79歳男女、調査方法：Web、

標本抽出法：QUOTA SAMPLING、性別・年齢（5歳刻み）・居住で割付、6000サンプル回収

■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 03-5156-1087