

2011 年 3 月 2 日
アウンコンサルティング株式会社

動画視聴サイトの利用動向調査 (2011 年 3 月)

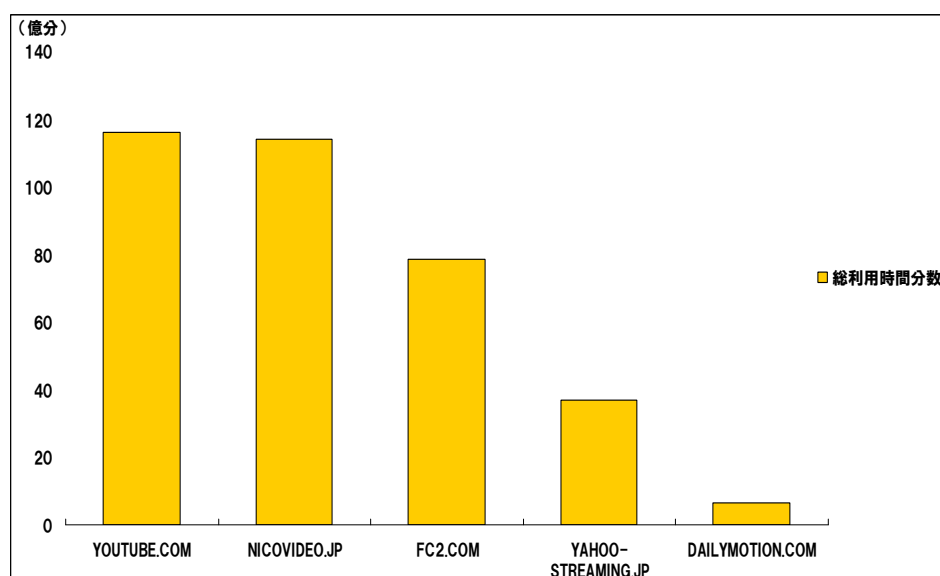
～ニコニコ動画の平均動画視聴時間は YouTube の 2.7 倍～

アジア圏を中心に、東京、沖縄、シンガポール、韓国、台湾、香港、タイの 7 拠点で展開し、戦略的なグローバルマーケティングを提供しているアウンコンサルティング株式会社（東証マザーズ：2459、本社：東京都文京区、代表取締役：信太明）は、このたび、コムスコア・ジャパン株式会社の正規販売代理店として日本における動画視聴サイトの利用動向に関する調査をまとめました。

調査結果

主要動画視聴サイトにおける月間の総利用時間分数を比較すると、YouTube がニコニコ動画を抑え最も利用時間が長く、月間約 116 億分視聴されています。また、ユーザーが利用する動画視聴サイトは YouTube とニコニコ動画の 2 つが主要なオンラインビデオサービスとなっており、続いて利用時間が長い FC2 に関しては YouTube の約 65% の利用時間という結果になりました。（図表 1）

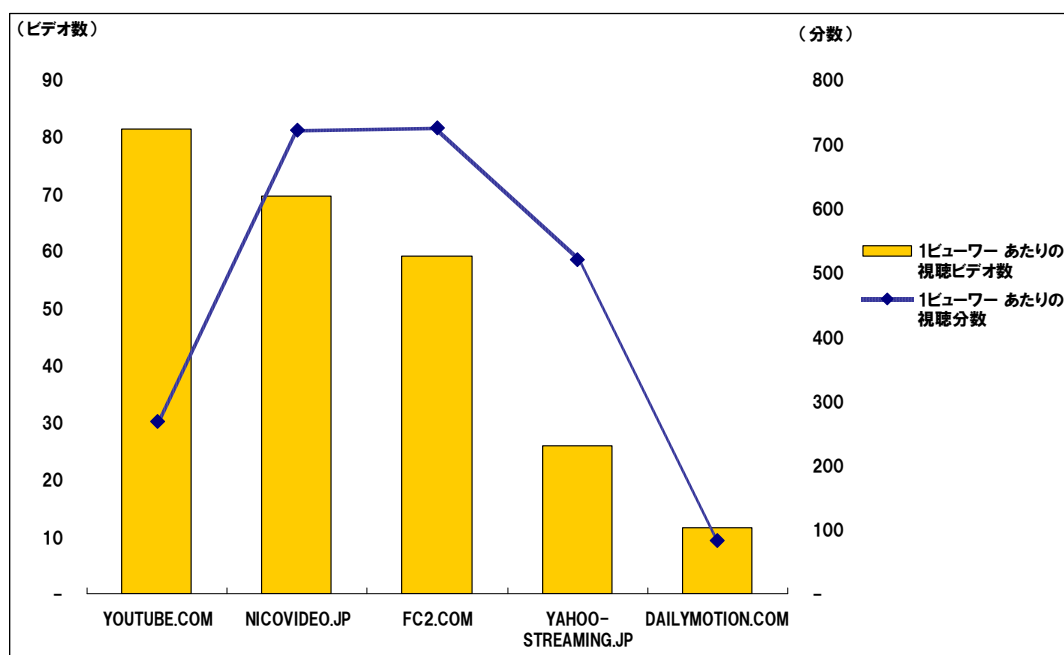
図表 1：動画視聴サイト総利用時間上位サイト



出典：コムスコア / ビデオメトリックス (Video Metrix) 2011年1月

総利用時間では YouTube がニコニコ動画を上回っていますが、動画視聴ユーザーの利用動向に注目すると、YouTube とニコニコ動画の間で異なる利用傾向が見えてきます。例えば、月間の 1 動画視聴者あたりの平均視聴ビデオ数では YouTube が引き続きニコニコ動画を上回っていますが、1 動画視聴者あたりの視聴分数ではニコニコ動画が YouTube を上回っており、約 2.7 倍の時間を費やしています。（図表 2）

図表 2：上位動画視聴サイトユーザー及び訪問別平均利用時間



出典：コムスコア / ビデオメトリックス (Video Metrix) 2011年1月

総利用時間など全数調査でも把握することができるデータで、各サイトの人気などを比較することができたとしても、各サイトの特徴を捉えるためにはそれぞれのユーザーの利用動向に着目する分析データが必要です。上記の例ではYouTube ではアップロードする動画時間の制限もあり、オンライン動画視聴者は短時間の動画を複数楽しむ傾向にありますが、ニコニコ動画では流し見などの長時間の利用が多いといった特徴を伺うことができます。YouTube やニコニコ動画に限らずユーザーの利用傾向にフォーカスしてサイトの特徴を計ることが、サイトの長所と短所の分析及びサイトの改善を行うことができますといえます。

調査主旨及び要綱

【調査主旨】

日本国内における動画視聴サイトの利用動向を調査

【調査要綱】

- データソース：コムスコア社が提供するオンラインビデオ視聴率データ、ビデオメトリックス
- 調査方法：コムスコア社が保有する調査対象パネルのインターネット使用データを基とした統計予測
- 調査期間：2011年1月度集計

<動画視聴サイト定義>

本リリース内ではオンラインで動画コンテンツを提供しているサイトを動画視聴サイトと定義しており、共有された動画ファイルを再生するために再生ソフトウェアを要するサービス及びB to Bの配信プラットフォームサーバーは含みません。

アウンコンサルティング株式会社

〔事業内容〕 アジア圏を中心としたグローバルマーケティング支援(多言語のウェブ制作・メディア運営・販促支援・翻訳)

〔設立年月日〕 1998 年 6 月 8 日 〔本社所在地〕 東京都文京区後楽 1-1-7 グラスシティ後楽 2F

〔代表者〕 代表取締役 信太明 〔資本金〕 339,576 千円 〔会社 URL〕 <http://www.auncon.co.jp>

〔プレスリリースに関するお問合せ〕 広報担当 渡辺／TEL:03-5803-2459 MAIL: pr@ auncon.co.jp

〔調査に関するお問合せ〕 担当 古川／TEL:03-5803-2777 MAIL: research@ auncon.co.jp