

2023年11月21日
株式会社ビデオリサーチ

約半数が自宅内においてスマートフォンで動画配信プラットフォーム利用 若年層の利用が多く、男女 20-34 才は 22~24 時台の利用が多い

～視聴率サンプルからの動画視聴測定結果より～

株式会社ビデオリサーチ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長執行役員:望月 渡)は、関東地区の 1,378 人を対象とした、自宅内でのスマートフォンでの動画視聴測定を実施しましたのでお知らせします。生活者のメディア視聴環境が多様化する中、当社は従来のテレビ視聴率だけでなく、コネクテッド TV(CTV)や PC、スマートフォン・タブレットなどモバイル端末での動画配信プラットフォーム(TVer や YouTube など)の利用実態の把握を目指し、より正確な動画視聴測定データ提供に向け、視聴率測定領域の拡張に関する取り組みを行っています。本取り組みは 2024 年 4 月に関東地区にて β 版^{*}の提供を開始し、2025 年 10 月から全国 32 地区で正式にサービス化を予定しており、今回のスマートフォンでの動画視聴測定はその一環です。動画視聴測定データの測定要領や取り組みに関する詳細は別紙をご参照ください。

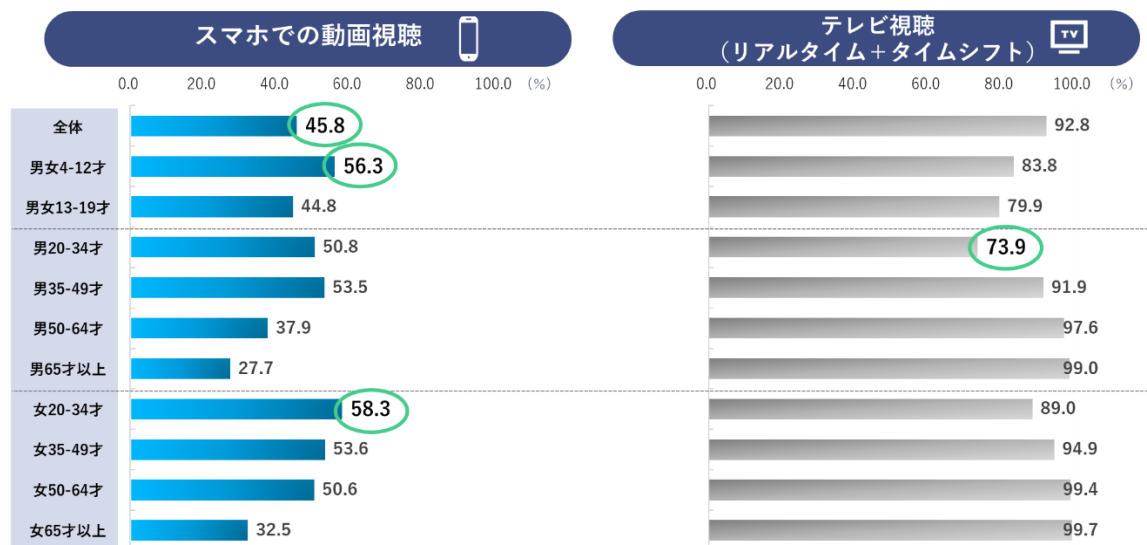
※ β 版=関東地区 2,700 世帯の半数程度のサンプル数での調査データを想定(対象サンプルは偏りを防ぐためランダム抽出)

<今回のリリースのポイント>

- ✓ 約半数 が、自宅内で週に 1 分以上、スマートフォンで動画配信プラットフォームを利用
- ✓ 動画配信プラットフォームの利用時間帯は、19 才以下の若年層は朝と夕方~夜の視聴が最も多く、男女 20-34 才は 22~24 時台の利用が多い

■約半数が、自宅内で週に 1 分以上、スマートフォンで動画配信プラットフォームを利用

- ・個人全体では 45.8%と、1 週間で約半数の人がスマートフォンで動画配信プラットフォームを利用しており、ターゲット別では男女 4-12 才、女性 20-34 才それぞれ、6 割弱の人が利用していることがわかります
- ・スマートフォンでの動画視聴割合とテレビ視聴割合は必ずしも比例しておらず、メディアの使い分けが行われている様子うかがえます



※集計期間：2023 年 9 月 4 日(月)～2023 年 9 月 17 日(日)の 2 週間

※調査対象：関東地区 1,378 人

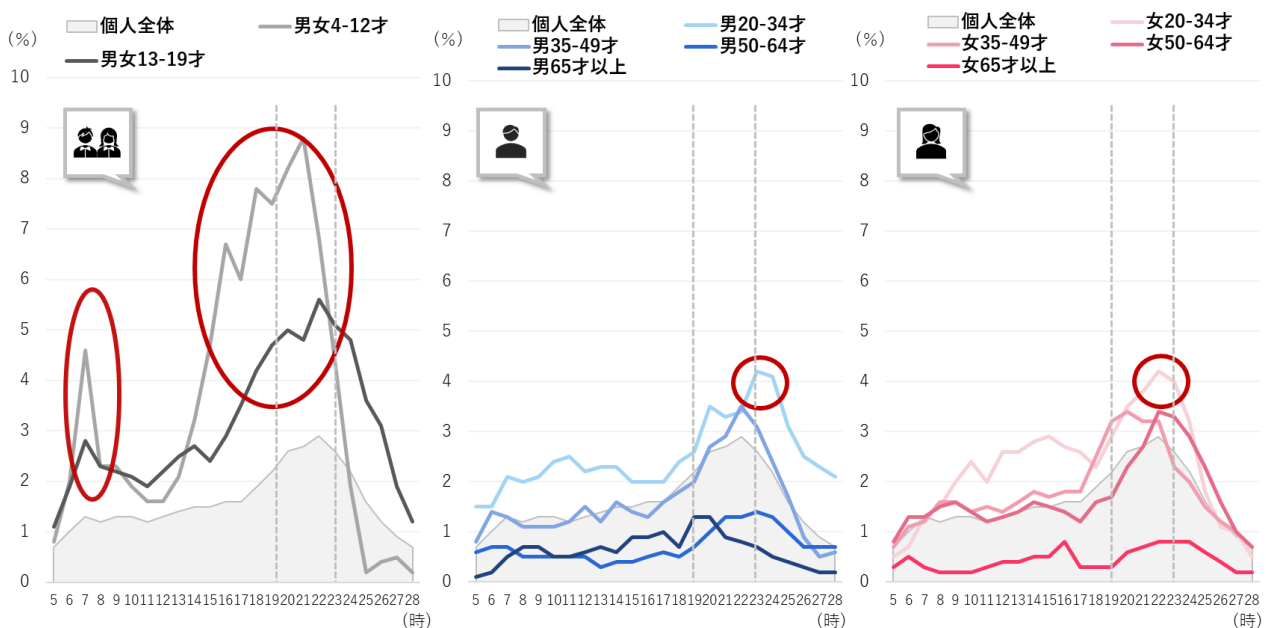
※上記は集計期間の 2 週間のデータを 1 週単位で算出し平均させたもの

※テレビ視聴はリアルタイム視聴とタイムシフト視聴のいずれかで 1 分以上視聴した割合

■動画配信プラットフォームの利用時間帯は、19才以下の若年層は朝と夕方～夜の視聴が最も多く、男女20-34才は22～24時台の利用が多い

- ・若年層の視聴に大きな特徴があり、男女4-12才で朝(7時台)と夕方から夜にかけて(16～22時台)、男女13-19才で夜(19～22時台)において、スマートフォンによる動画視聴の割合が他の年代と比較して高くなっています
- ・男女ともに20-34才が日中を通じてスコアが高く、22～24時台の利用が多いです。男性は23時台、女性は22時台でピークに達しています
- ・テレビ視聴の多い時間帯(19～23時)は、スマートフォンでの動画視聴も増える傾向にあり、コンテンツ視聴経路の多様化によって、家族それぞれが自分の好むコンテンツを異なるデバイスで視聴していることがうかがえます

各属性別の自宅内におけるスマートフォンでの動画プラットフォーム利用時間帯



※集計期間：2023年9月4日(月)～2023年9月17日(日)の2週間

※調査対象：関東地区1,378人

※集計期間の2週間のデータを時間帯毎に平均させたもの

当社は、普及が拡大するコネクテッドTVを含む、自宅内のテレビ視聴と様々なデバイスを通じた動画視聴の可視化を進め、テレビとデジタルの統合指標確立に向けた研究開発に取り組んでいます。今後もテレビ視聴率のほか、動画視聴測定データの調査・研究を進め、自宅内における時間帯や利用者の特性によるメディアの使い分けや視聴行動、テレビ放送と動画配信プラットフォームの重複利用状況などを捉えたデータを提供してまいります。

(参考) 掲載データの測定概要

今回は視聴率調査において進めている動画視聴測定の取り組みにおいて、関東地区の 1,378 人を対象として測定しています。

対象地区	関東地区
対象期間	2023年9月4日(月)～2023年9月17日(日)の 2 週間
対象者	<p>関東地区視聴率調査対象者 (6,096人)のうち、 スマホでの動画視聴測定への協力者 1,378人 にフォーカスしました。</p>  <p>動画測定用センサー 協力依頼進捗率 約40%</p> <p>調査対象者全体 6,096人 (2,665世帯) *期間内有効世帯ベース</p> <p>動画測定用 センサー 協力者 2,439人 (1,087世帯)</p> <p>今後依頼予定 3,657人 (1,578世帯)</p> <p>参考) 動画測定用センサー協力者におけるスマホ所有率 約80% / スマホ協力率 約70% ※日々変動しています</p>
対象プラットフォーム	TVer/NETFLIX/prime video/YouTube/Disney+/TikTokなど

●株式会社ビデオリサーチ

株式会社ビデオリサーチは、テレビも含めた動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。テレビ視聴率データを提供する調査機関として 1962 年に設立し、以来、日本国内におけるテレビ視聴率調査をはじめとした各種メディアデータやマーケティングデータなど最先端のデータを提供し、企業のマーケティング課題解決のトータルサポートを行っています。

別紙

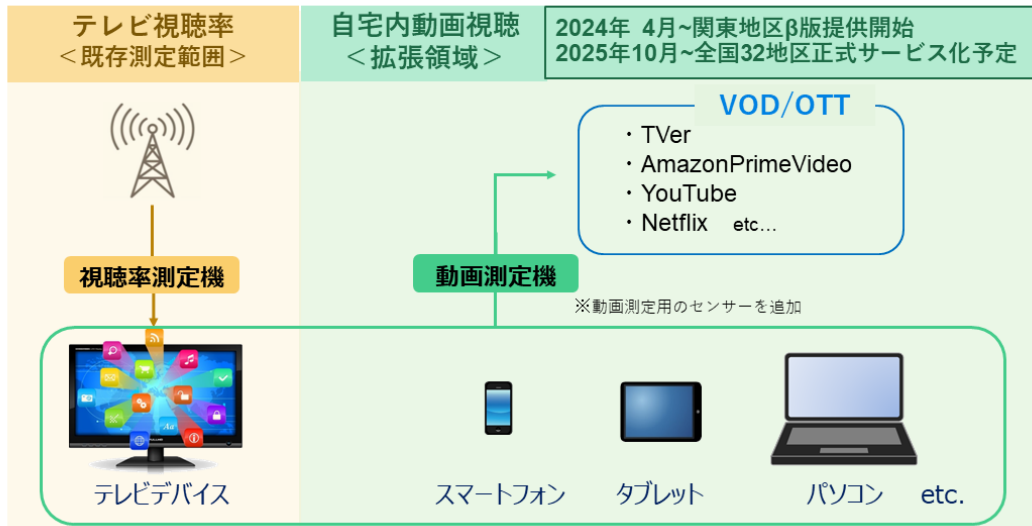
<動画視聴測定データについて>

統計学に基づく、代表性の高い視聴率調査対象世帯/個人のデータを活用しています。

テレビ視聴率調査は放送エリアに合わせ全国 32 地区で調査を実施しており、本データも同じ視聴率調査対象サンプルから取得するため、2025 年 10 月からは 32 地区個別での分析のほか、32 地区を束ねて全国の視聴状況を算出することも可能となります。

- 測定方法: 当社のテレビ視聴率調査対象世帯に対し、従来の視聴率測定機に加え、動画測定用のセンサーを新たに設置することでコネクテッド TV や PC・モバイル端末別での動画視聴を測定
- 提供時期: 2024 年 4 月～ β 版提供開始予定 関東地区 2,700 世帯の半数程度のサンプル
2025 年 10 月～ 正式サービス化予定 全国 32 地区 10,700 世帯、約 25,000 人

◆視聴率調査の領域拡張



<動画視聴測定データで把握できること>

① 自宅内における PC やモバイル端末での動画配信プラットフォームの利用実態の把握

個人が所有する PC や、スマートフォン・タブレットなどモバイル端末での動画配信プラットフォームの利用実態を個人単位で測定しており、自宅内の動画視聴をターゲット別・時間帯別に把握することが可能となります。

② 生活者の自宅内における視聴行動データの把握

テレビ視聴率調査の特性を紐付けているため、調査地区や世帯構成による利用状況の差異や、曜日時間帯による傾向の把握など、生活者の自宅内における動画視聴行動の詳細なデータも確認することができます。

③ テレビの放送視聴、CTV の動画配信プラットフォーム利用など、視聴経路を組み合わせた分析が可能

テレビ視聴率調査による放送視聴状況と、コネクテッド TV での動画配信プラットフォーム利用状況のデータを比較、分析することが可能となります。

特定の動画配信プラットフォーム利用者が好むテレビ番組や、テレビをよく見る人が利用している動画配信プラットフォームなど、放送と動画を掛け合わせた分析を行うことで、マーケティングにおけるターゲット獲得に向けた効果的な組み合わせを確認できます。