

プレスリリース

お問い合わせ： 西村総一郎、広報担当
Eメール： jpw_press@nielsen.com
電話： 03-6837-6500

多様化する動画視聴環境の中での有料動画サービスの利用動向 ～ニールセン、動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発表～

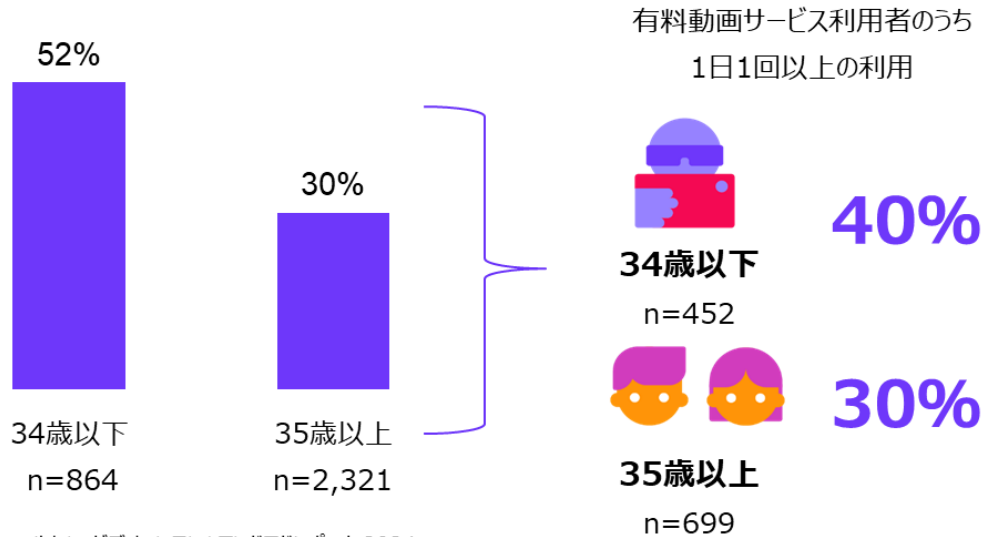
2024年4月18日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役Dean Matthew Richardson）は、動画コンテンツと動画広告の利用動向調査「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2024（Nielsen Video Contents & Ads Report 2024）」を発売し、そのレポートを元に有料動画サービスの視聴状況を分析し、発表しました。

好きな時に好きなコンテンツを楽しむインターネット動画サービスの視聴は、余暇時間の過ごし方として定着してきています。日本ではここ数年で無料動画や有料動画、ライブ配信など様々な動画カテゴリで新しいサービスが参入するなど動画配信サービスの市場は今もなお、変化し続けています。消費者の可処分時間が限られている中で、動画配信サービスを提供する企業としては各年代のニーズやサービス利用に対する障壁などの動向を把握し、それらをもとにPDCAサイクルを回していくことが重要になります。

「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2024（Nielsen Video Contents & Ads Report 2024）」によると、インターネット利用者のうち有料動画サービスの利用経験があるのは35歳以上では30%であるのに対して、34歳以下では52%と半数以上の方が利用していました。利用頻度でも35歳以上の30%が1日に1回以上利用しているのに対し、34歳以下では40%となり、利用率も利用頻度も若年層ほど高いことがわかります（図表1）。

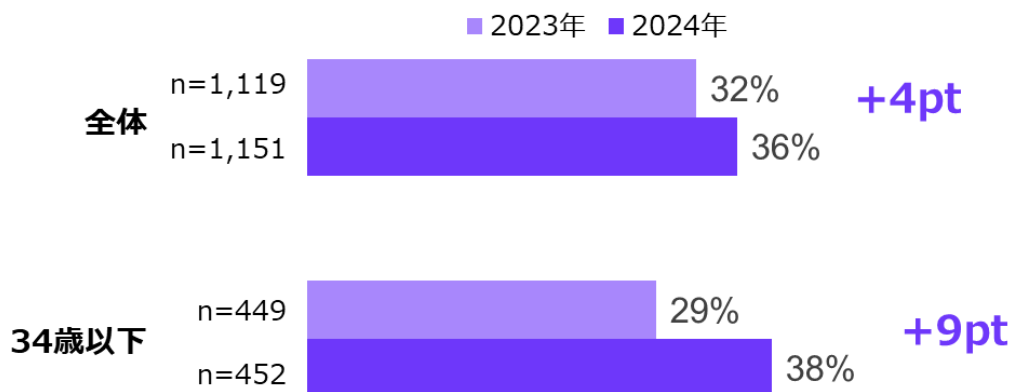
図表1：有料動画サービス利用率、利用頻度



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2024
 ※集計対象：インターネット利用者

有料動画サービスはいつでもどこでも好きな動画が視聴できるという利便性でサービス利用が拡大し、若年層の中では2人に1人が利用する規模まで成長してきましたが、そのコンテンツの豊富さゆえに見たいコンテンツが見つからず視聴をやめてしまうケースもあります。実際に、有料動画サービス利用者では36%が見たいコンテンツが見つからず困ることがあると回答し、昨年と比べて4ポイント増加していました。34歳以下では特にこの傾向が強く、昨年と比べて9ポイント増加し38%となっていました。(図表2)。競争が激しくなるなか、これまでは各サービスが提供するコンテンツの質や量が注目されがちでしたが、今後はいかに消費者にストレスのない視聴環境を提供することができるかが重要な課題になってきます。

図表2：有料動画サービス利用者のうち見たいコンテンツを探すために苦労している人



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2024
 ※集計対象：有料動画サービス利用者

「コンテンツを見ようと動画サービスを開いたものの、見たいコンテンツが見つからないために閉じることもある」、または「見たいコンテンツがどのサービスで見られるのかが分からなくて困ることがある」と回答した人

最後に、有料動画サービス契約時に重要視する要素で昨年と比べて増加率の高かった要素に着目すると、34歳以下で「おすすめの作品を紹介してくれる機能」が14ポイント、「コンテンツがダウンロードできること」は9ポイント増加していました（図表3）。有料動画サービスの利用率の高い34歳以下では、よりコンテンツを見つけやすい仕組み、インターネット環境の有無や回線速度に左右されないシームレスな視聴体験を提供することが今後もサービス利用を継続してもらう上で一層重要になるでしょう。

図表3: 昨年からの増加が大きかった有料動画サービス契約時の重要要素



34歳以下の有料動画利用者

n=423

おすすめの作品を紹介してくれる機能があること	+14pt
コンテンツをダウンロードできること	+9pt
オリジナルコンテンツがあること	+7pt
画質が選べること	+7pt
メニュー選択、読み込みのスピードの速さ	+6pt

Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2024

※集計対象: 調査対象の有料動画10サービスいずれか利用者

当社シニアアナリストのコヴァリョヴァ・ソフィヤは、次のように述べています。「動画配信サービスは、無料動画やライブ動画、有料動画サービスなど様々な動画カテゴリでの利用が定着しつつある中で、年代によっては好みにあったコンテンツの質や量に加えて、見つけやすさなどの機能の充実性に対するニーズも高まっています。特に有料動画サービスの利用率が高い34歳以下の視聴者に豊富にある選択肢の中で自社サービスを選択してもらうためには、消費者が視聴したいコンテンツにたどり着くまでのストレスを防ぎ、興味のあるコンテンツを適時に提供することが一層重要になります。各動画配信サービスを提供する企業は、いつ、だれが、どのように各サービスを視聴しているかを把握し、視聴者のニーズに応えるサービス提供を行うことで競争力を維持していくことが重要になります。」

ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2024 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2024) について

ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2024 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2024) は、近年大きく変化してきている動画市場について、消費者の動画コンテンツの利用状況と動画広告に対する意識を調査することで、今日の消費者が、「どのような動画コンテンツを視聴し」「どのようなサービスを利用し」「どのような動画広告を求めている」のかを俯瞰できるレポートです。

本調査は2024年3月5日～7日にかけて実施され、パソコン、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月1回以上インターネットを利用している日本全国の16才以上の男女、約3,200人を対象に調査を行いました。サンプル数は、上記デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

また、2023年12月時点のPCおよびスマートフォンからのインターネット視聴率情報（PC版：ニールセン ネットビュー、スマートフォン版：ニールセン モバイルネットビュー）をもとに、消費者の記憶に頼らない各種動画サービスの利用実態（利用頻度や利用時間など）もレポートに含んでおります。

###

【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階
資本金： 1 億円
設立： 1999 年 5 月
代表者： 代表取締役 Dean Matthew Richardson
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン デジタル株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンについて

ニールセンは、視聴者測定、データ、分析におけるグローバルリーダーとして、世界のメディアとコンテンツの形成を担っています。あらゆるチャネルとプラットフォームにおける人々の行動に関する深い理解を通じ、実用的なインテリジェンスによって、将来にわたってクライアントがオーディエンスとのつながりを構築できるようにサポートします。ニールセンは世界 55 カ国以上で測定と分析のサービスを提供しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください： www.nielsen.com

ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

AD & CONTENT（デジタル広告/コンテンツ視聴率）

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings
ニールセン トータル広告視聴率 Nielsen Total Ad Ratings
ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings

AUDIENCE（視聴者パネル測定サービス）

インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView

MEDIA ANALYTICS（メディア/広告効果分析サービス）

ブランドリフト効果測定サービス Brand Lift Plus
広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect
デジタル広告/クリエイティブリフト効果調査 ニールセン デジタル広告クリエイティブ評価 Nielsen Digital Creative Evaluation

PLANNING/ ACTIVATION（プランニング/アクティベーション支援サービス）

デジタル広告統計データ digiads

INTERNATIONAL DATA（海外データサービス）



海外広告統計データ Nielsen Ad Intel International

海外消費者視聴動向調査データ Nielsen Consumer & Media View

海外テレビ視聴率データ Nielsen TV Audience Measurement