

MARKET RESEARCH

オンラインビデオの状況に 関する調査 - 2018年

本調査はライムライト・ネットワークスが行っている一連の調査の一部であり、デジタルコンテンツについての消費者の認知と行動について、世界のデータと日本の特徴をまとめたものです



概要

世界最大規模のプライベート・ネットワーク経由で配信されるコンテンツ・デリバリー・ネットワーク (CDN) を提供するライムライト・ネットワークスは、オンラインでのビデオ視聴習慣および意見に関して継続的に調査を行っており、今年も日本、フランス、ドイツ、インド、イタリア、フィリピン、シンガポール、韓国、英国、および週に1時間以上オンラインビデオコンテンツを視聴する18歳以上の米国人、合わせて5,000人のコンシューマを対象にアンケートを実施しました。その結果から、グローバルの傾向と日本の特徴についてまとめました。

オンラインでのビデオ視聴時間は年々伸びている

世界的に見ると、オンラインでビデオを視聴する時間は毎年長くなっています。今年の平均は6時間45分/週で、これは昨年よりも1時間多く、2016年と比べると2時間半増えています。

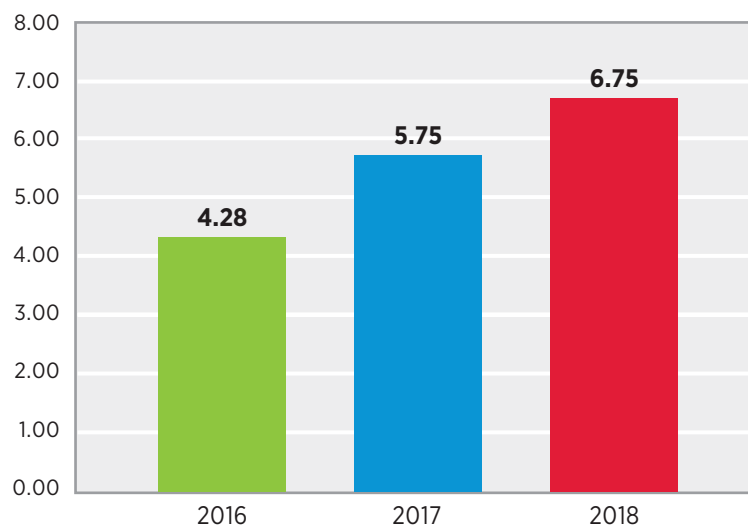


図1: 毎週どれくらいの時間を、オンラインでビデオを見ることに使っていますか? (2016-2018)

しかし、これを国別に見てみると、日本はドイツに次いで2番目に短く、週に5時間10分ほどです。それでも、昨年の世界平均に近づいており、増加傾向にあると言えます。

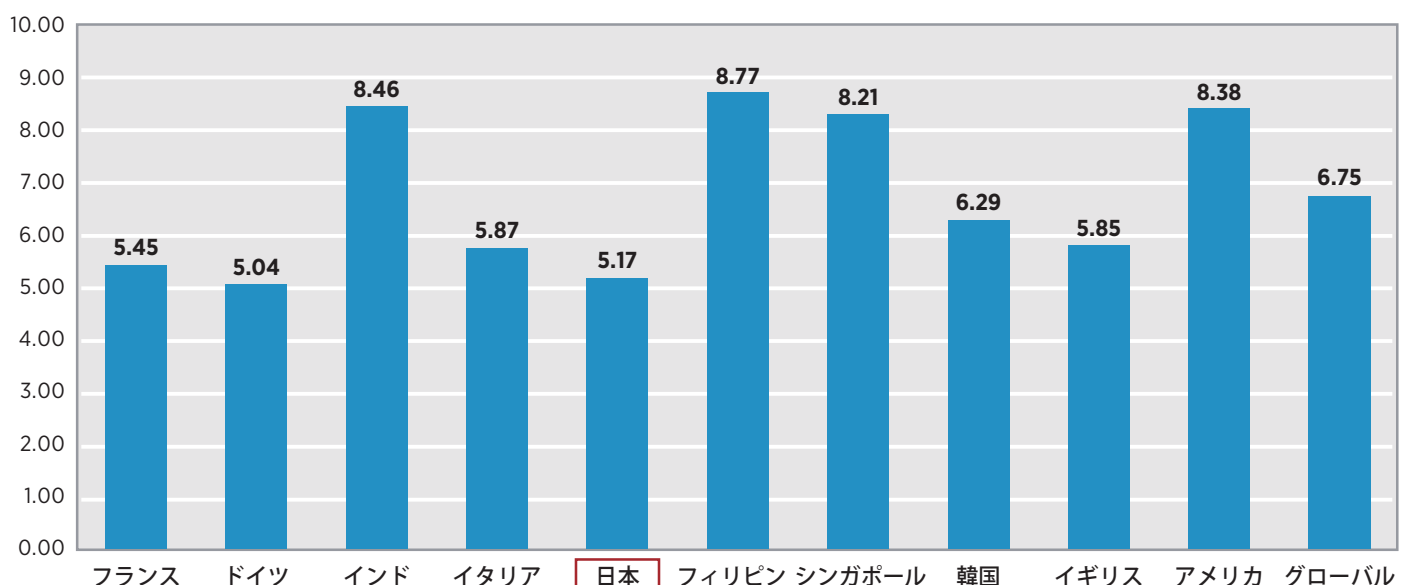


図2: 毎週どれくらいの時間を、オンラインでビデオを見ることに使っていますか?

日本ではテレビ放送の視聴時間はビデオよりも多いですが、それでも世界では最低です。日本の視聴者のテレビ離れが加速していることが伺えます。

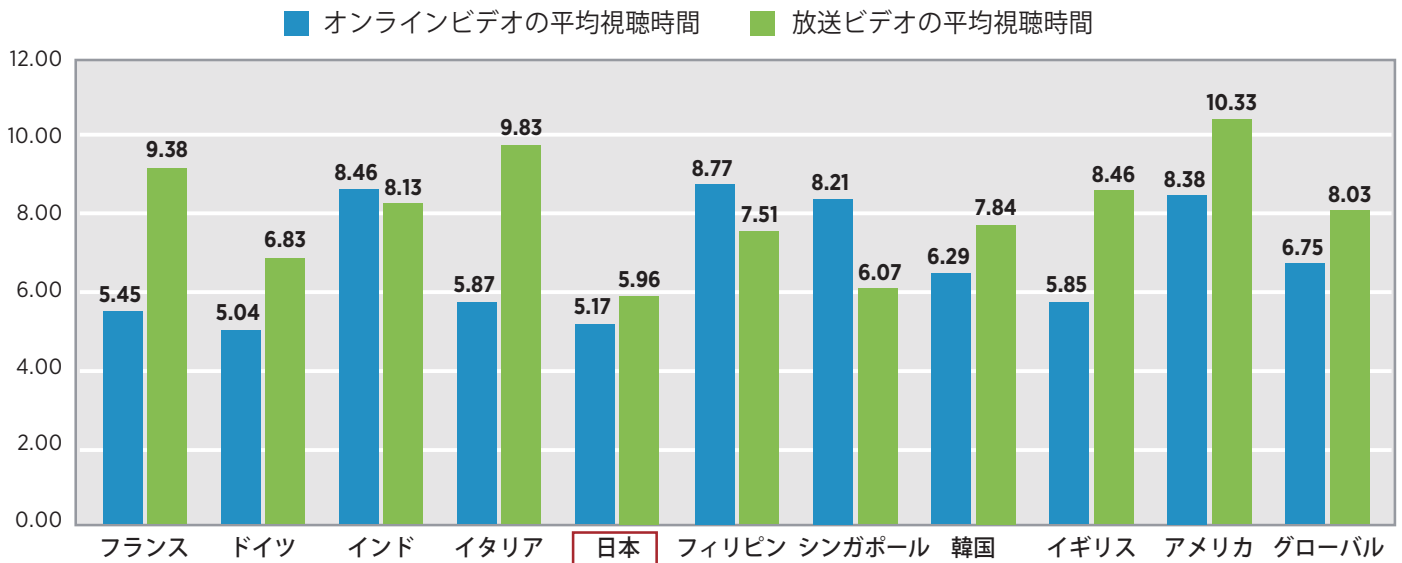


図3: 毎週どれくらいの時間を、オンラインでビデオを見ることに使っていますか?

テレビ放送の視聴についての詳しいデータを見ると、日本はテレビ放送、ケーブル、衛星を「全く観ない」が22%で最も多く（2位のイギリスの2倍近く）、週に4時間未満しか観ない人が全体の6割を占め、テレビ離れが世界一進んでいることが伺えます。

国	全く観ない	週に1-2時間	週に2-4時間	週に4-7時間	週に7-10時間	週に10-20時間	週20時間以上	平均
フランス	11.8%	10.8%	14.8%	15.6%	14.4%	14.6%	18.0%	9.38
ドイツ	10.0%	24.4%	19.0%	12.6%	10.8%	15.2%	8.0%	6.83
インド	4.0%	14.4%	17.2%	19.2%	19.4%	17.6%	8.2%	8.13
イタリア	4.0%	12.2%	12.6%	18.0%	17.0%	22.2%	14.0%	9.83
日本	22.2%	20.0%	17.4%	13.4%	9.0%	8.6%	9.4%	5.96
フィリピン	8.8%	16.2%	21.0%	18.8%	12.0%	12.2%	11.0%	7.51
シンガポール	17.0%	17.8%	19.0%	16.8%	12.4%	10.0%	7.0%	6.07
韓国	4.8%	17.4%	22.2%	17.4%	12.8%	14.8%	10.6%	7.84
イギリス	12.8%	17.0%	12.8%	14.6%	11.8%	17.4%	13.6%	8.46
アメリカ	11.8%	10.8%	12.0%	13.4%	13.4%	17.2%	21.4%	10.33
グローバル	10.7%	16.1%	16.8%	16.0%	13.3%	15.0%	12.1%	8.03

図4: 毎週どれくらいの時間を、放送、ケーブルテレビ、衛星放送でビデオを見ることに使っていますか?

視聴者はスポーツ実況のリアルタイムストリーミングを望んでいる

全体の6割の回答者が、遅延がなければスポーツのオンラインストリーミングを視聴すると回答しています。日本では半数を割っていますが、それでも根強い要望があることがわかります。

国	思う	思わない
フランス	62.6%	37.4%
ドイツ	47.4%	52.6%
インド	78.8%	21.2%
イタリア	69.4%	30.6%
日本	44.4%	55.6%
フィリピン	70.8%	29.2%
シンガポール	56.2%	43.8%
韓国	70.4%	29.6%
イギリス	41.8%	58.2%
アメリカ	53.4%	46.6%
グローバル	59.5%	40.5%

図5: テレビ放送と同時に視られる(遅延しない)としたら、ライブのスポーツイベントをストリーミングで見てみたいと思いますか?

この傾向は若年層ほど強くなります。(グローバルのデータ)

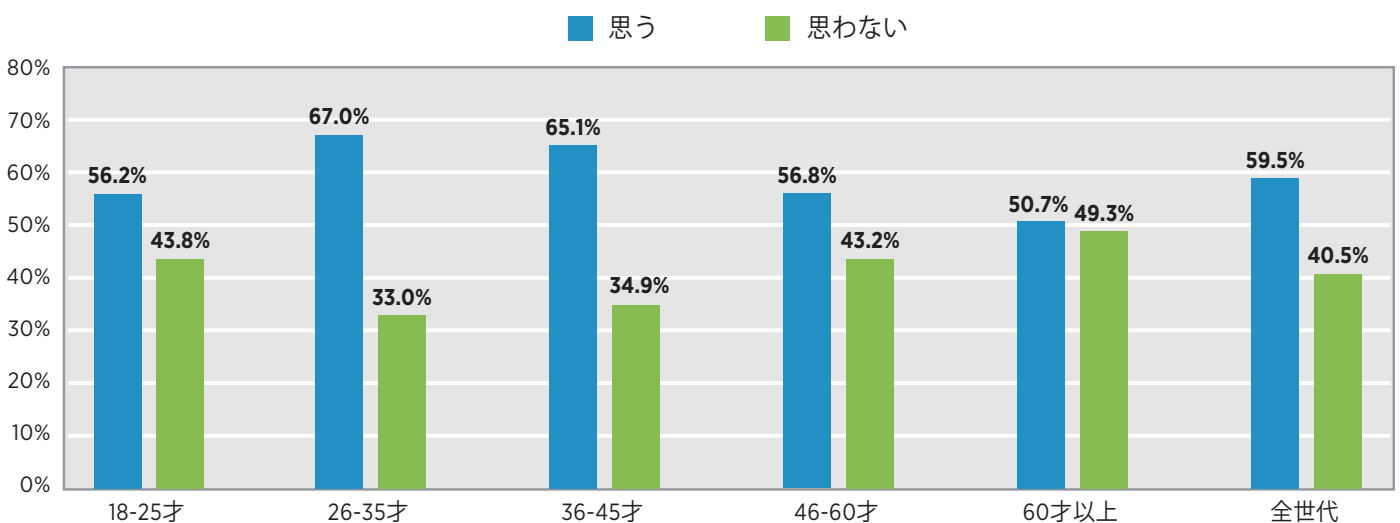


図6: テレビ放送と同時に視られる(遅延しない)としたら、ライブのスポーツイベントをストリーミングで見てみたいと思いますか?

ネット対応テレビでオンラインビデオを視聴するのが世界の主流

オンラインビデオを視聴するためのデバイスとして世界で最も多かったのが、ネット対応テレビ（スマートテレビ）でした。

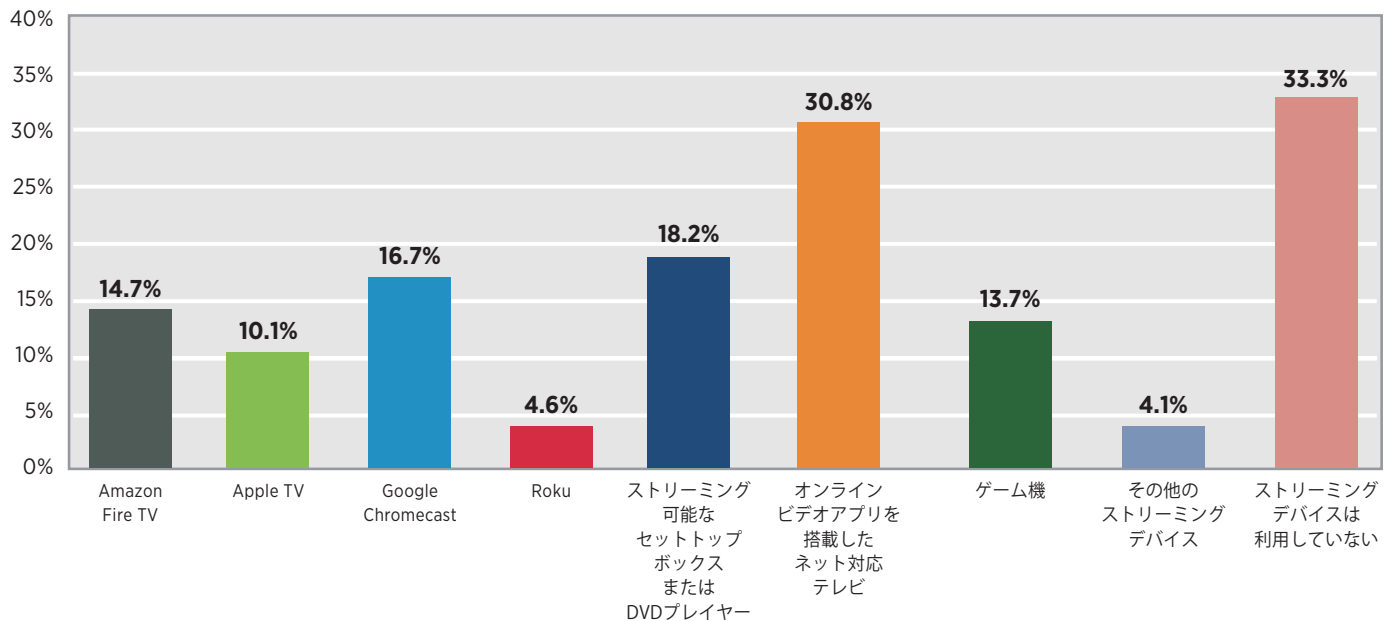


図7: テレビでオンラインビデオを視聴する際、どのデバイスを利用しますか？（利用するデバイス全てを選んでください）

しかし日本ではネット対応テレビでオンラインビデオを視聴していると答えた回答者は11%に過ぎず、突出して低い値となりました。一方で、Fire TV、Apple TVやゲーム機で視聴していると回答した人はグローバル平均よりも多く、多様なデバイスを活用していることが伺えます。

国	Amazon Fire TV	Apple TV	Google Chromecast	Roku	ストリーミング可能なセットトップボックスまたはDVDプレイヤー	オンラインビデオアプリを搭載したネット対応テレビ	ゲーム機	その他のストリーミングデバイス	ストリーミングデバイスを利用していない
フランス	7.0%	7.2%	10.8%	1.4%	13.0%	15.4%	14.0%	2.4%	56.6%
ドイツ	26.0%	9.0%	9.0%	1.4%	9.2%	30.8%	13.8%	3.0%	37.4%
インド	24.4%	11.0%	26.8%	5.8%	39.6%	31.6%	12.4%	3.8%	24.4%
イタリア	11.6%	7.6%	16.0%	1.4%	6.0%	36.6%	16.0%	4.2%	36.8%
日本	16.0%	10.8%	11.0%	2.0%	9.4%	10.8%	14.8%	5.4%	41.2%
フィリピン	4.2%	9.0%	29.6%	3.8%	16.0%	45.2%	12.2%	7.2%	23.8%
シンガポール	5.2%	11.6%	16.0%	1.0%	25.6%	41.0%	7.8%	4.6%	31.8%
韓国	8.2%	12.2%	23.2%	3.6%	31.2%	30.2%	10.4%	2.8%	30.0%
イギリス	22.6%	9.2%	11.2%	4.6%	20.0%	33.8%	13.2%	4.6%	27.4%
アメリカ	22.0%	13.2%	13.6%	21.0%	12.2%	32.8%	22.8%	3.0%	24.0%
グローバル	14.7%	10.1%	16.7%	4.6%	18.2%	30.8%	13.7%	4.1%	33.3%

図8: テレビでオンラインビデオを視聴する際、どのデバイスを利用しますか？（利用するデバイス全てを選んでください）

半数以上がSVOD (サブスクリプション型ビデオオンデマンド) サービスを契約している

世界的にSVODサービスが成長しており、グローバル平均では6割近くがSVODサービスを契約しています。日本の契約率は最も低いですが、それでも半数以上がひとつ以上のSVODサービスを契約していると回答しています。

国	契約していない	ひとつ	ふたつ	三つ	四つ	五つ以上	平均
フランス	60.6%	26.8%	9.2%	2.4%	0.8%	0.2%	0.6
ドイツ	42.0%	34.2%	17.2%	4.2%	1.6%	0.8%	0.9
インド	31.2%	27.0%	24.4%	10.6%	4.4%	2.4%	1.4
イタリア	38.2%	35.6%	19.2%	5.2%	1.8%	0.0%	1.0
日本	47.8%	34.8%	11.6%	3.8%	1.2%	0.8%	0.8
フィリピン	33.2%	39.0%	16.8%	6.8%	1.4%	2.8%	1.1
シンガポール	51.6%	34.6%	9.4%	2.4%	1.0%	1.0%	0.7
韓国	40.8%	30.0%	18.0%	8.2%	2.2%	0.8%	1.0
イギリス	41.6%	31.6%	19.2%	5.2%	1.6%	0.8%	1.0
アメリカ	20.2%	29.6%	27.2%	15.0%	4.6%	3.4%	1.6
グローバル	40.7%	32.3%	17.2%	6.4%	2.1%	1.3%	1.0

図9: 有料のビデオサービス (Netflix、Amazon Primeなど) をいくつ契約していますか?

SVODサービスを解約する理由の1位は価格だが、日本ではコンテンツに拘る

SVODサービスを解約するとしたらどのような理由によるかを聞いたところ、グローバルではサービスの提供価格を挙げた回答者が55%と最も多かったのに比べ、日本では「コンテンツに魅力が無い場合」が最も多く、価格よりもコンテンツを重要視していることがわかりました。また、「視聴したいと思っているデバイスの全てがサポートされていない場合」を挙げた回答者がグローバル平均よりも圧倒的に多くなっています。

国	視たいコンテンツを探すのが大変な場合	視聴可能なコンテンツに魅力が無い場合	サービスの提供価格が高くなりすぎた場合	ビデオの再生品質が悪い場合	視聴したいと思っているデバイスの全てがサポートされていない場合
フランス	8.4%	21.6%	59.6%	8.0%	2.4%
ドイツ	0.8%	30.4%	52.0%	10.2%	6.6%
インド	8.4%	23.6%	45.0%	13.0%	10.0%
イタリア	2.8%	16.2%	69.8%	8.6%	2.6%
日本	10.0%	39.6%	37.0%	7.2%	6.2%
フィリピン	6.4%	21.0%	57.8%	9.0%	5.8%
シンガポール	4.6%	25.2%	63.2%	5.0%	2.0%
韓国	9.8%	31.4%	44.0%	9.4%	5.4%
イギリス	5.2%	23.6%	59.8%	8.0%	3.4%
アメリカ	7.0%	20.6%	62.0%	7.8%	2.6%
グローバル	6.3%	25.3%	55.0%	8.6%	4.8%

図10: オンラインストリーミングの視聴契約を解約するのは、どの場合ですか?

ビデオ視聴における最も大きな不満はリバッファリング

オンラインビデオの視聴に際して最も不満を感じる点を聞いたところ、リバッファリングにより再生が途中で止ることを挙げた回答者が最も多く、日本でも同じ傾向でした。しかし日本では、ビデオ再生開始までの遅延を挙げた回答者がグローバル平均よりも多くなっています。さらに、幅広いデバイスに対応していない点について不満を挙げた回答者は世界最多でした。

国	ビデオが始まるまでに長い時間がかかる	映像の品質が悪い (ぶれる、見えない、など)	視聴したいと思っていた デバイスがサポート されていない	ビデオのリバッファリングが 起こる (再生中にビデオが止るなど)
フランス	12.4%	45.4%	7.8%	34.4%
ドイツ	14.2%	25.2%	15.4%	45.2%
インド	13.2%	32.0%	8.8%	46.0%
イタリア	11.6%	28.8%	7.0%	52.6%
日本	15.2%	29.8%	22.8%	32.2%
フィリピン	8.0%	40.6%	8.2%	43.2%
シンガポール	12.6%	31.8%	9.2%	46.4%
韓国	24.4%	29.2%	10.4%	36.0%
イギリス	12.2%	29.2%	9.6%	49.0%
アメリカ	9.2%	28.6%	12.8%	49.4%
グローバル	13.3%	32.1%	11.2%	43.4%

図11: オンラインでビデオを視聴する際に最も不満に思うことは何ですか?

リバッファリングが何回起きたら視聴を止めるか、という質問に対する回答を平均すると、2.2回という値が出ました。この値は年々減少しており、視聴者は寛容でなくなっていることがわかります。

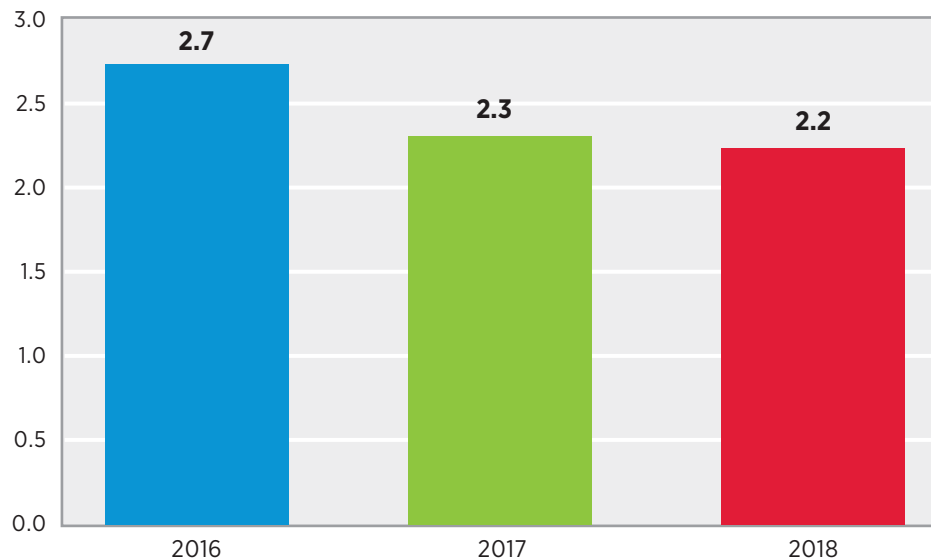


図12: オンラインビデオでのリバッファリングが何回起きると、視聴を止めますか?

結論と提言

以上、日本の特徴を中心に調査の内容をご紹介してきましたが、日本の視聴者はオンラインビデオの視聴時間は短い一方でテレビ離れは進んでおり、視聴に際しては遅延や中断に厳しいという結果となりました。ライムライトからの提言は以下の通りです。

- 日本ではオンラインビデオの視聴時間がグローバルに比べて短い一方で、テレビ離れは進んでおり、日本でも今後オンラインビデオの視聴が伸びる可能性が残されています。その際、グローバルで人気の高いスマートテレビではなく、Fire TVやApple TV、ゲーム機などのテレビに外付けするデバイスでの視聴が中心になると考えられます。
- グローバルの6割、日本でも半数近くが遅延のないスポーツ実況を望んでいます。テレビ放送との配信の差を埋めることで、より多くの視聴者をオンラインに惹きつけることができます。
- ビデオ視聴における最大の不満は、リバッファリングによる再生の中断です。しかも視聴者は年々これに厳しくなっており、リバッファリングを最小に抑えるためのソリューションの導入が急務です。
- また日本では、配信開始までの遅延を問題視する回答者も多く、ライブストリーミングの遅延同様、対策が急がれます。
- 視聴者が不満に感じることで「自分が使っているデバイスでコンテンツを見ることができない」がグローバル平均の2倍で世界最多となっており、多様なデバイスへの対応が遅れていることが示唆されています。様々なデバイスにコンテンツを提供できるよう、システムとワークフローを見直す必要があります。

info-jp@ltnw.com | jp.limelight.com | EXPERIENCE FIRST

ライムライト・ネットワークス・ジャパン株式会社
〒107-0061 東京都港区北青山2-7-28 NAビルディング2F
TEL: 03-5771-4230