

2020年10月吉日

2020年4月~6月期、動画によるメディア消費がほぼ2倍に 配信動画をコネクテッドTVで視聴する人は160%増加

ブライトコブ、Withコロナのメディア&エンターテインメント動画の視聴動向を示す2020年第2四半期の動画視聴レポートを発行

当該リリースは、2020年8月18日ポストン発信リリースの抄訳です。

2020年8月18日ポストン発 - 動画配信クラウドサービスのBrightcove Inc. (NASDAQ : BCOV、以下、米国ブライトコブ) は、同日、[2020年第2四半期のBrightcove Q2 2020 Global Video Index \(ブライトコブ・グローバル・ビデオ・インデックス\) レポートのメディア&エンターテインメント版](#)を発行しました。

同レポートは、世界各地のブライトコブの顧客に由来する最近の数億データを分析し、動画コンテンツ視聴実態を報告しています。レポートによると、2020年第2四半期は、**ニュースとエンターテインメントコンテンツの消費が第1四半期(23%)からほぼ2倍(40%)となりました。**通常、第2四半期は第1四半期に比べても動画視聴が伸びが鈍いにも関わらず、**2020年の上半期を2019年と比較してみると、全体の視聴数は30%以上の増加を示しています。**

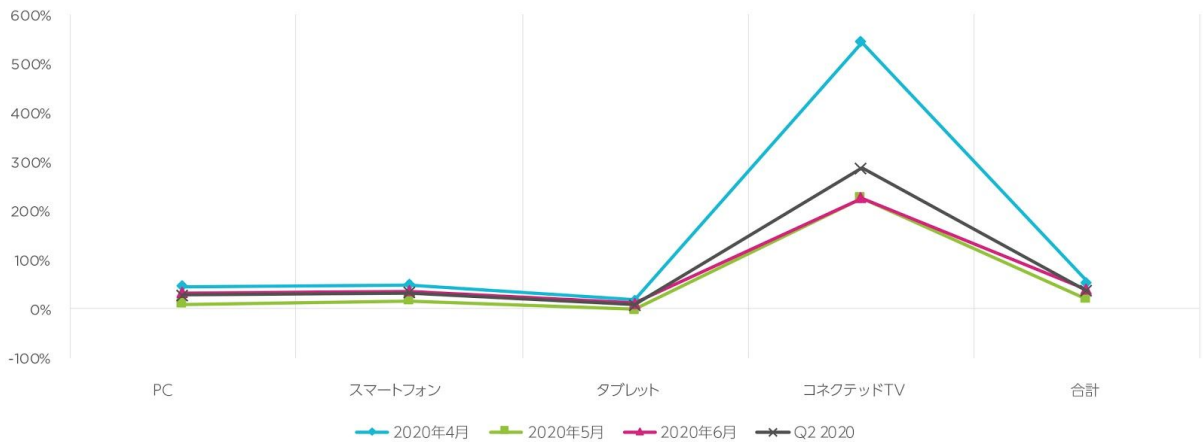
特に、各国政府が外出自粛制限を緩め始めた時期であるにもかかわらず、OTTを介したニュース・エンターテインメント関連コンテンツの消費が増加し続けました。これは、消費者が従来のテレビ放送から離れ、インターネット上の動画配信がメディア消費の選択肢として確立されつつあると、読み取ることができます。

その他、注目すべきデータは以下のとおりです。

日本

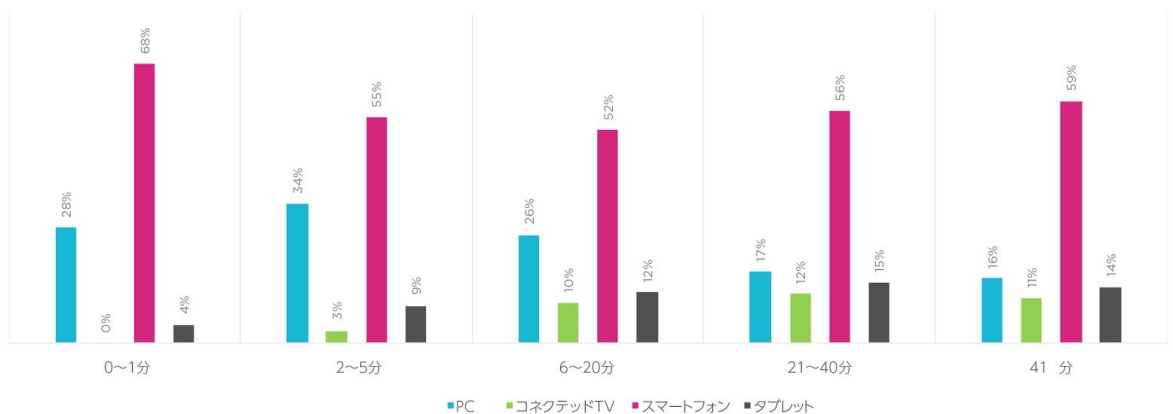
- 日本の動画視聴回数は、2020年第2四半期に36%増加し、4月には最大の伸びを見せました。コネクテッドTVは286%の成長を見せましたが、動画視聴シェアとしては10%にまだ届いていません。これは、元々少なかった再生数が大幅な成長していることを意味しています。

動画視聴数前年比増加率(日本)



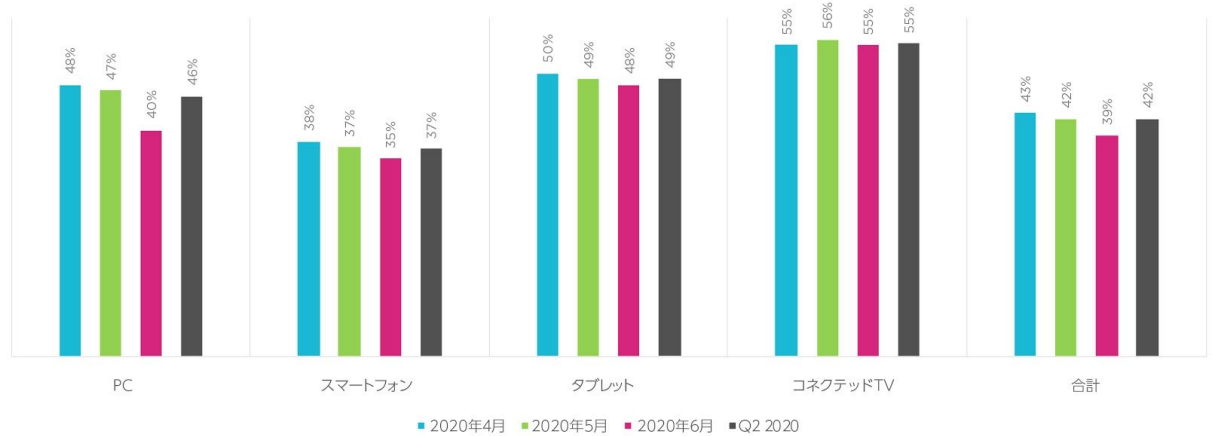
- スマートフォンによる動画視聴回数は、4月の50%増を皮切りに、2020年第2四半期全体では33%を上回る大幅な増加となりました。また、動画視聴回数のシェアとしてもスマートフォン（59%）は最大でした。
- また、タブレットの視聴回数シェアは12%となり、動画視聴数は前年比に比べ8%増でした。スマートフォンで視聴される長編動画（21分～40分）および超長編動画（41分～）の視聴時間シェアは、それぞれ56%と59%で世界最大です。スマートフォンは、他のあらゆる長さの動画においても高いシェア率を保持しており、0~1分のコンテンツで60%、2~5分のコンテンツで55%、6~20分の動画で52%となっています。

動画尺別視聴デバイスシェア(日本)



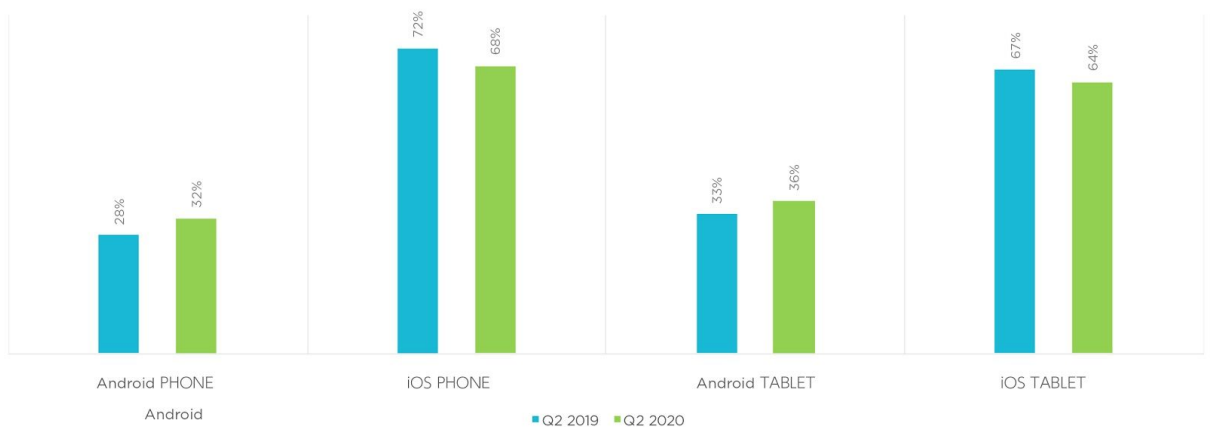
- デバイスのシェアなど一部の視点では、日本の動画配信市場が新興市場と同じような傾向を見せることがあります。例えば、2020年第2四半期の日本におけるスマートフォンにおける動画視聴シェアは約60%を占めています。これは、インドやAPAC地域の88%には及びませんが、米国市場の48%を大きく上回っています。
- 視聴完了率は、他の先進国市場と同様の傾向が見られ、コネクテッドTV（55%）が最も高く、次いでタブレット（49%）、PC（46%）、スマートフォン（37%）が続きます。

デバイス別視聴完了率(日本)



- 2020年第2四半期、スマートフォンにおける動画視聴は、68%以上がiPhoneによるものです。iOSはタブレット端末における動画視聴においても支持されており、64%がiPadを利用した動画視聴でした。
- 日本では、iOSの動画シェアが徐々に低下しており、iPhoneとiPadの動画視聴シェアは、それぞれ2020年第1四半期の72%と67%から減少しています。しかし、Appleが市場の優位性を失うまでには至っていません。

モバイルOSシェア(日本)



北米

- 動画の視聴数は、外出自粛制限が解除される直前の4月に103%に増加し、第2四半期で最大の伸びを示しました。
- コネクテッドTV、スマートフォン、タブレット、パソコン、いずれのデバイスにおいても視聴数が増加しました。4月は80%超、5月は39%、6月は53%増加しました。
- デバイスの中では、コネクテッドTVによる視聴数が最大で、前年比428%と急増しました。これはスマートフォンによる視聴時間の4倍に値します。
- コネクテッドTVに続き、タブレットは200%、パソコンは30%、スマートフォンは37%と、前年比の視聴時間が増加しました。

ブライトコーブ・グローバル・ビデオ・インデックスレポートを担当する、主席アナリストのJim O'Neillは次のように述べています。

「ストリーミング業界はかつてない速さで発展しています。新型コロナの影響で人々が屋内で過ごす時間が増えたことが大きな理由と考えられますが、外出自粛命令は最近の急激な動画消費の主な原因ではありません。動画業界内で著しい成長が起きており、さらに多くの動画コンテンツが配信されています。たとえばNetflixのようなOTTサービスは2600万人近く視聴者が増え、ディズニープラスの登録者は第2四半期中に5450万人を超えました。」

ブライトコーブ・グローバル・ビデオ・インデックス 2020年第2四半期の詳細は、以下よりダウンロードいただけます。

<https://www.brightcove.com/ja/video-index>

グローバル・ビデオ・インデックスレポートについて

ブライトコーブのグローバル・ビデオ・インデックスは、毎四半期、ブライトコーブの数千社に及ぶお客様から入手する4,000億を超える匿名データを評価することにより、あらゆる規模のビジネスの戦略的・戦術的判断に役立つ業界の知見を提供します。

【ブライトコーブについて】

Brightcove Inc. (NASDAQ : BCOV) は、あらゆるデバイスやディスプレイにおける動画の管理、配信、収益化を実現するクラウドソリューションを、グローバルで提供する大手プロバイダーです。2004年の創業以来、絶え間ない研究開発投資を続け、受賞履歴を持つテクノロジーやサービス、手厚いカスタマーサポート、幅広いパートナー企業と創造するエコシステムを基盤に、世界70か国以上で数千を超えるお客様企業の動画によるビジネスの成果向上を支援してきました。詳しくは<<https://www.brightcove.com/>> (英語) をご覧ください。

日本市場には、ブライトコーブ株式会社より上記サービスを提供しております。

<<https://www.brightcove.com/ja/>> (日本語)

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

ブライトコーブ株式会社 マーケティング

担当：大野

TEL：03-6453-7730

E-Mail：pr-japan@brightcove.com