

動画での情報収集について、 視聴者と企業の間で発生しているギャップとは ～アンケート調査から読み解く動画活用のポイント～

株式会社シャノン（本社：東京都港区、代表取締役社長：中村 健一郎、証券コード：3976、以下、シャノン）は、視聴者と企業に実施した「動画での情報収集と情報提供に関するアンケート」の結果を発表いたします。

■調査サマリー

- ・2019年以前から企業の動画活用は進んでいたが、2020年に5割以上の企業がウェビナーを開始
- ・企業がもっとも公開したいコンテンツ「製品の概要」は、視聴者のニーズと一致
- ・6割以上の視聴者が望む動画チャンネルはWebサイト。一方で企業はウェビナーに注力
- ・企業の動画活用の課題でもっとも多いのは「費用対効果」

■アンケート実施の背景

コロナ禍でオフラインのマーケティング活動が制限されているいま、オンラインで顧客に情報を提供できる動画に取り組む企業が増えてきました。

シャノンでも今後、動画施策に注力していくなかで「視聴者はどのような動画を求めているか」「ほかの企業はどのような取り組みをしているのか」を調査したいと考え、動画で製品やサービスの情報収集をする視聴者と、動画で情報発信をする企業との両方でアンケートを実施しました。

アンケート結果を通して、企業の動画活用で押さえてたいポイントをご紹介します。

■「動画での情報収集と情報提供に関するアンケート」概要

アンケート実施概要

視聴者へのアンケート

1. 対象者
企業でサービスや製品を導入する際、情報収集や選定に関わる20歳以上の男女
2. 人数
881人
3. 回答期間
2021年3月23日(火)～3月26日(木)
4. 実施方法
ネットリサーチ

企業へのアンケート

1. 対象者
シャノンのメール配信リスト
2. 人数
122人
3. 回答期間
2021年5月11日(火)～5月14日(金)
4. 実施方法
リストにメールでアンケートを配信し、回答を依頼

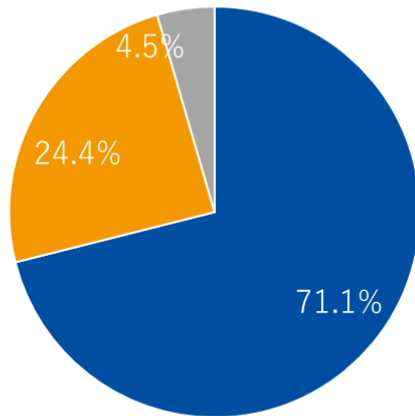
■2019 年以前から企業の動画活用は進んでいたが、2020 年に 5 割以上の企業がウェビナーを開始

動画チャンネルを視聴する頻度について、視聴者にアンケートをとったところ、ウェビナーについては、71.1%が「2019 年以前と比較して 2020 年以降は増えた」と回答しました。

YouTube チャンネルや Web サイトの動画についても「2019 年以前と比較して 2020 年以降は増えた」と答えた割合はそれぞれ 60.8%、46.6%と、2020 年から各動画チャンネルを視聴する頻度が高まっていることがわかりました。

視聴者へのアンケート①

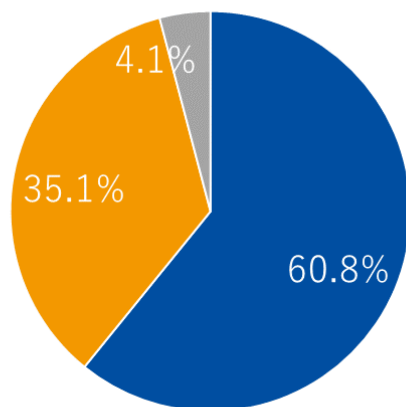
企業のウェビナーを視聴する頻度について、当てはまるものをお選びください。



- 2019年以前と比較して2020年以降は増えた
- 2019年以前と比較して2020年以降も変わらない
- 2019年以前と比較して2020年以降は減った

視聴者へのアンケート②

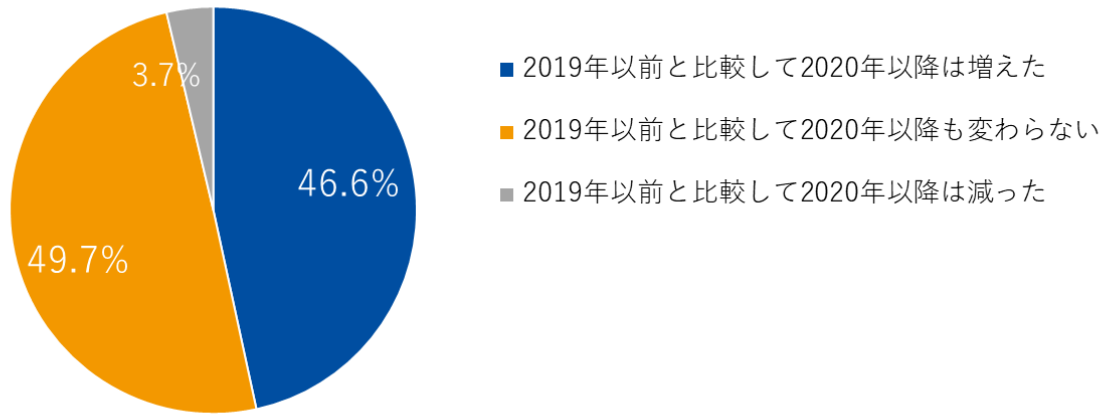
企業のYouTubeチャンネルを視聴する頻度について、
当てはまるものをお選びください。



- 2019年以前と比較して2020年以降は増えた
- 2019年以前と比較して2020年以降も変わらない
- 2019年以前と比較して2020年以降は減った

視聴者へのアンケート③

企業のWebサイトで動画を視聴する頻度について、
当てはまるものをお選びください。



一方、企業が動画施策に取り組みはじめた時期を調査したところ、ウェビナーは 59.8%の企業が「2020年」と回答しています。さらに、「2019年以前 (7.4%)」「2021年 (8.2%)」を合わせると7割以上の企業がウェビナーを実施しています。

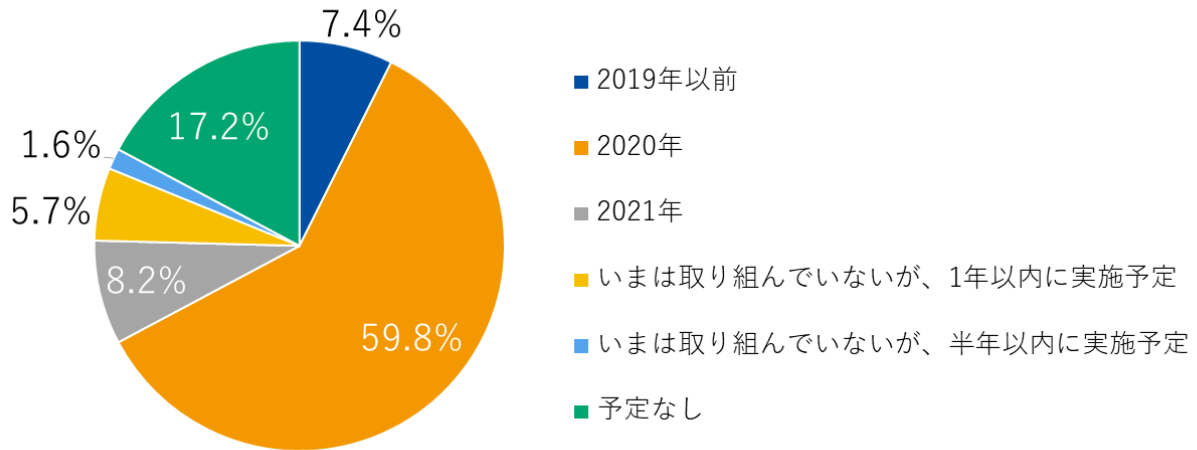
また、YouTubeチャンネルやWebサイトの動画についても「2019年以前」「2020年」「2021年」の選択肢を合計すると半数以上の企業が取り組んでいます。

ただし、ウェビナーとは異なり、YouTubeチャンネルやWebサイトの動画を取り組み始めた時期については「2019年以前」と答えた企業がもっとも多く、それぞれ 36.9%、39.3%でした。

このことから、ウェビナーについては2020年を機に増えたものの、それ以前からなんらかの動画チャンネルを活用している企業が多いことがわかりました。

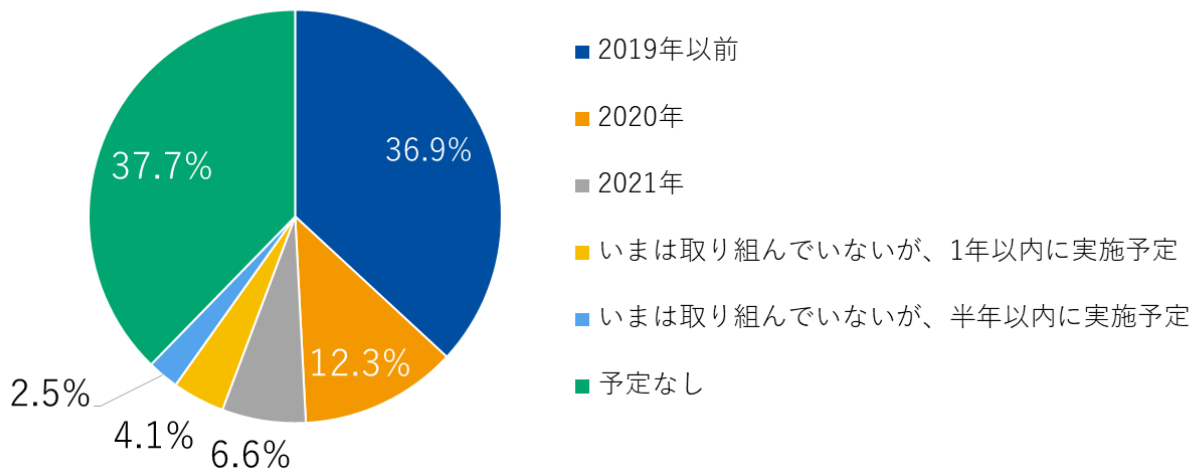
企業へのアンケート①

ウェビナーについて、いつから取り組んでいますか？



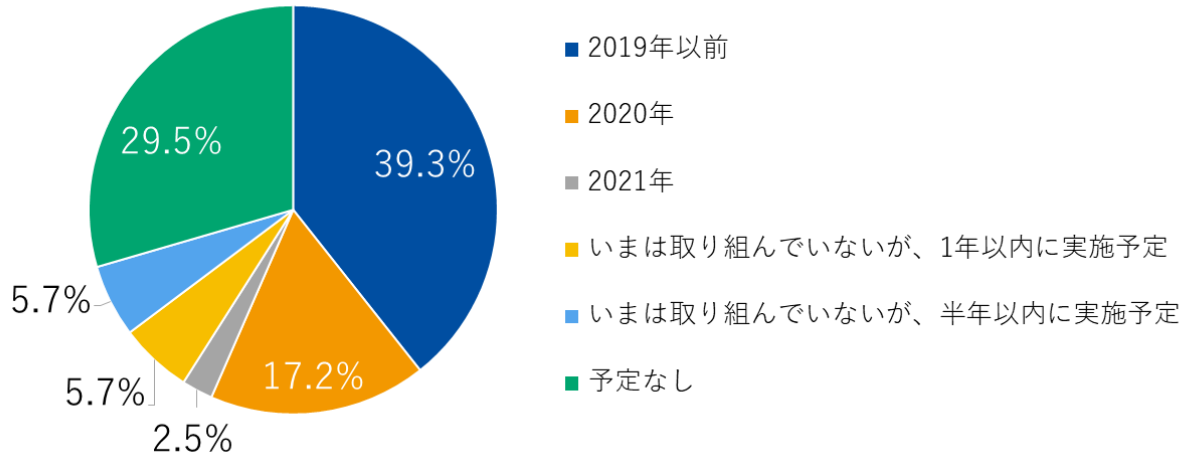
企業へのアンケート②

YouTubeについて、いつから取り組んでいますか？



企業へのアンケート③

Webサイトの動画について、いつから取り組んでいますか？

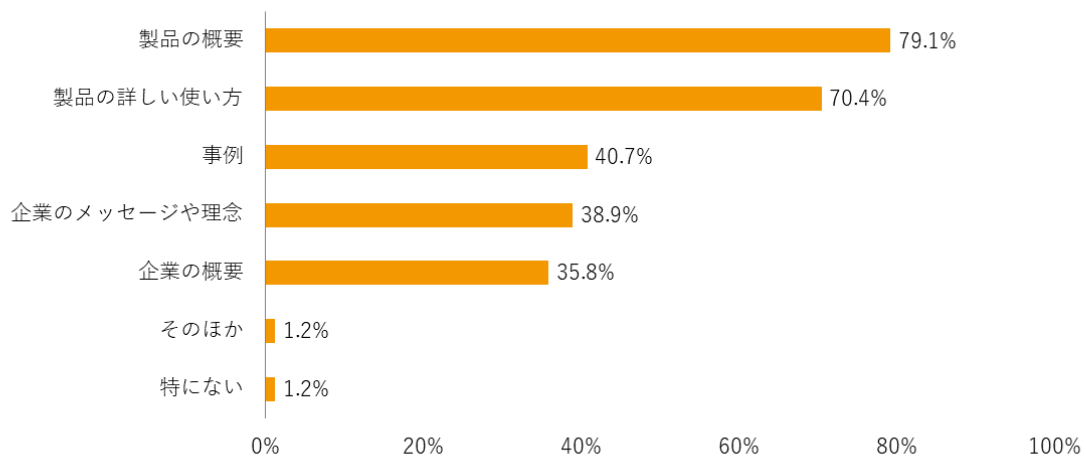


■企業がもっとも公開したいコンテンツ「製品の概要」は、視聴者のニーズと一致

Webサイトで視聴したい動画コンテンツについて視聴者からの回答が多かった上位3つは、「製品の概要（79.1%）」「製品の詳しい使い方（70.4%）」「事例（40.7%）」でした。

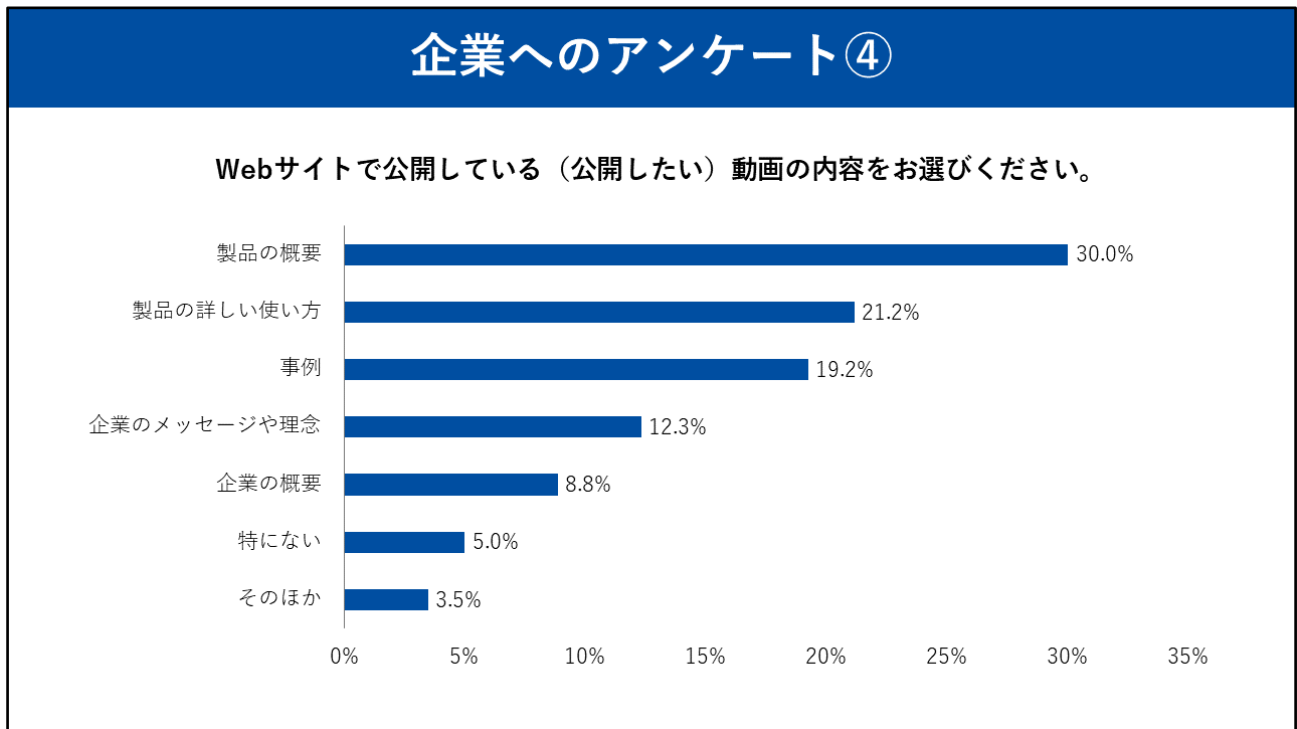
視聴者へのアンケート④

企業のWebサイトの動画で視聴したいものをお選びください。



そこで、企業にWebサイト上で公開している（公開したい）動画コンテンツを尋ねたところ、「製品の概要（30.0%）」「製品の詳しい使い方（21.2%）」「事例（19.2%）」と回答数の多い上位3つのコンテンツは視聴者への設問と一致しました。

このことから、企業が公開している（公開したい）動画コンテンツは視聴者のニーズに合っていることが分かりました。

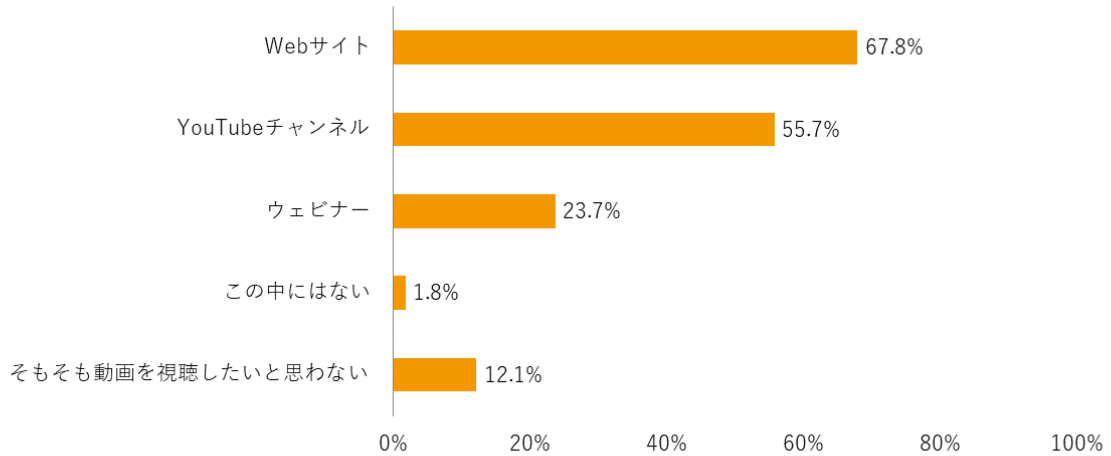


■6割以上の視聴者が望む動画チャンネルはWebサイト。一方で企業はウェビナーに注力

今後活用したい動画チャンネルについては、視聴者の67.8%が「企業のWebサイト」と回答しました。

視聴者へのアンケート⑤

企業の動画を視聴したい場所を以下の3つからお選びください。

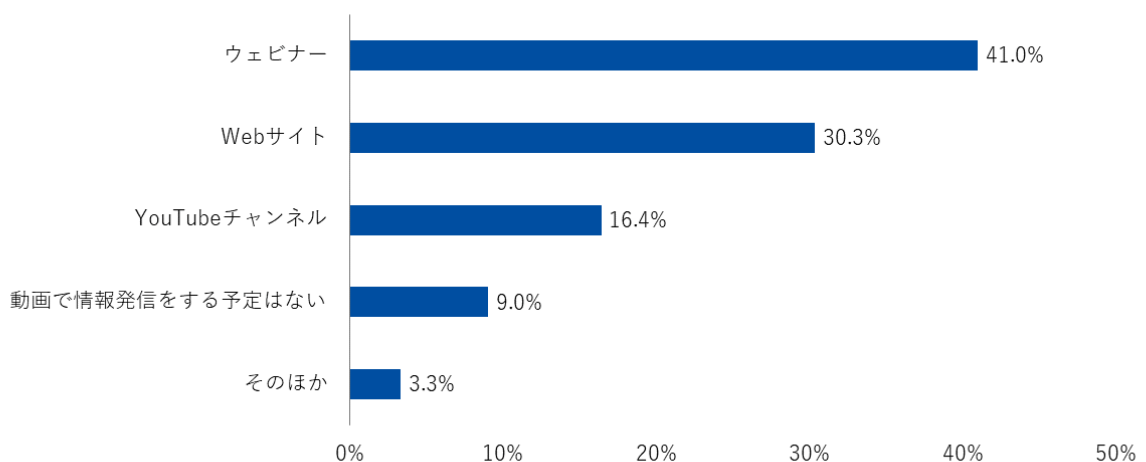


一方で、企業が今後注力したい動画チャンネルは、「ウェビナー」が 41.0%と最も多くの回答を占めています。

このことから、視聴者が企業の Web サイトで情報収集したいと考えている一方で、企業はその要望に答えたチャンネルで動画を提供できていないことが分かります。

企業へのアンケート⑤

今後、もっとも注力したい動画チャンネルをお選びください。

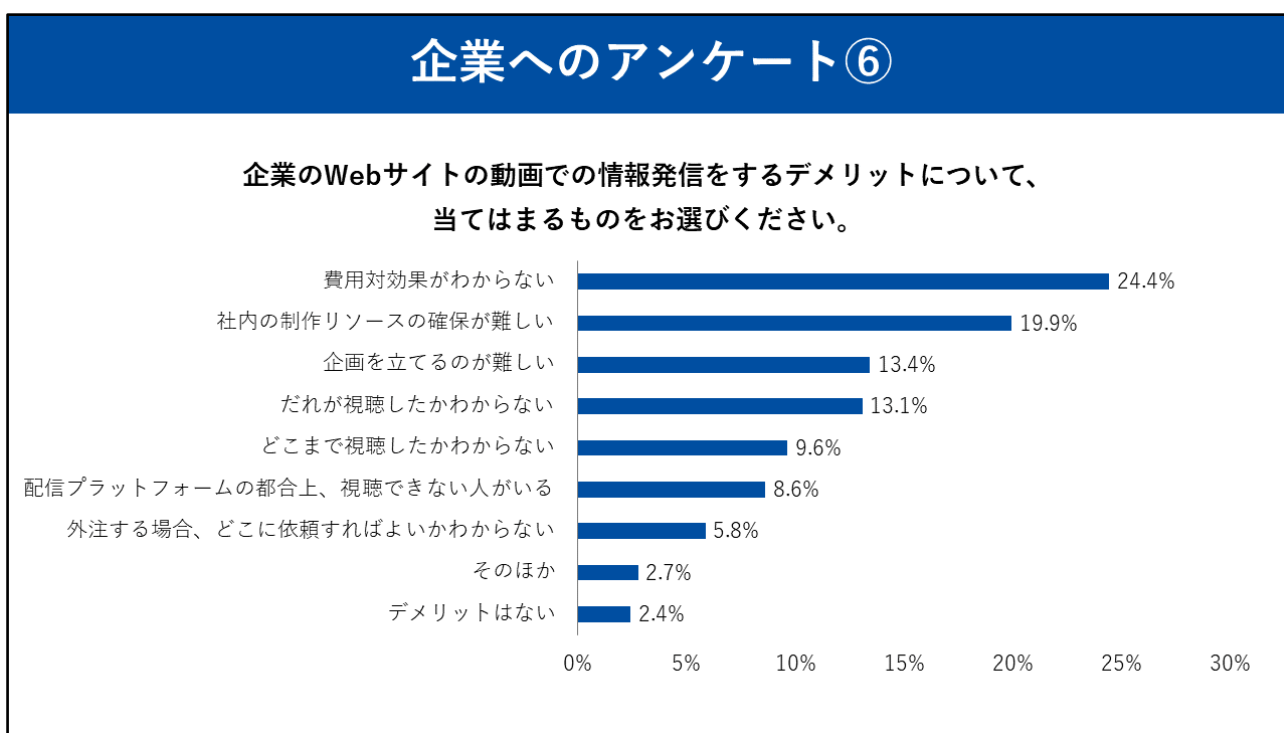


■企業の動画活用の課題でもっとも多いのは「費用対効果」

企業に Web サイトでの動画活用のデメリットについて調査したところ、もっとも多かった回答は「費用対効果がわからない」で 24.4%でした。

続いて多かったのは「社内の制作リソースの確保が難しい (19.9%)」「企画を立てるのが難しい (13.4%)」といった、継続的に動画制作を実施する際にぶつかりやすい課題です。

さらに「だれが視聴したかわからない (13.1%)」「どこまで視聴したかわからない (9.6%)」と効果測定に関する課題が続きます。



■アンケート結果から読み解く、企業の動画活用で押さえないポイント

視聴者と企業への 2 つのアンケートを比較した結果、2020 年以降、動画で製品やサービスの情報収集をする人が増えており、企業もウェビナーをはじめとした動画での情報発信に注力しています。

コロナ禍でイベントやセミナーなど対面での情報収集が制限され、代替りの手段として視聴者は動画を活用し、企業も動画に取り組んでいると考えられます。

企業がもっとも注力したい動画チャンネルはウェビナーでしたが、視聴者のもっとも望む動画チャンネルが Web サイトであることを踏まえると、「製品の概要」「製品の詳しい使い方」「事例」といった Web サイトの動画コンテンツを充実させることも重要です。

しかし、動画について企業が考える課題でもっとも多かったのが「費用対効果」であったことから、企業がウェビナーに注力するのは、イベントやセミナーの代わりにの施策として取り組んでいるからだけではなく、ほかの動画チャンネルと比較して、参加率やその後の商談化率など費用対効果を計測しやすいメリットがあることが推測されます。

■株式会社シャノンについて

シャノンは、クラウドテクノロジーをコアに、企業のマーケティング課題を解決する製品・ソリューション・サービスを提供しています。イベント、セミナー、マーケティングオートメーション、デジタルとアナログを組み合わせるデジアナマーケティングなどを実現するシャノンのマーケティング支援システムは、金融、IT・通信、製造業など業種を問わず、大規模から中規模まで多様なシーンでご利用いただいています。

社名商号	株式会社シャノン（英文：SHANON Inc.）
証券コード	3976（東証マザーズ）
設立	2000年8月
資本金	4億4784万円（2020年1月末現在）
代表者	代表取締役社長 中村 健一郎（なかむら けんいちろう）
所在地	東京都港区三田 3-13-16 三田 43MT ビル 4階
事業内容	クラウド型マーケティングソリューションの企画・開発・販売・サポート マーケティングにかかわるコンサルティングおよびサービスの提供
URL	https://www.shanon.co.jp/

■本件に関するお問い合わせ先

株式会社シャノン マーケティング部

TEL：03-6743-1565

E-mail：marketing@shanon.co.jp