

報道関係者各位

2015年1月15日
株式会社ジャストシステム
www.justsystems.com/jp/

4割が、YouTubeの動画広告をスキップできるのにしなかったことがある
YouTubeの動画広告を、5秒経過しても“スキップしなかった”理由は？
～2割以上が、アプリの動画広告を見て、広告主のサイトへ訪問した経験あり～

株式会社ジャストシステムは、セルフ型アンケートサービス「Fastask (ファストアスク)」を利用して、事前の調査で「スマートフォンを利用している」と回答した 10 代～ 60 代の男女 1,000 名に対し、『動画広告に関するアンケート』を実施しました。

集計データをまとめた全 53 ページの調査結果レポートを「Fastask」実例レポートページ (<https://www.fast-ask.com/report/>) から、無料でダウンロード提供します。

【調査結果の概要】

■4割以上が、YouTubeの動画広告をスキップできるのにしなかったことがある

YouTube で、5 秒待つとスキップできるタイプの動画広告が表示された際に「5 秒でスキップしなかった経験がある」人の割合は 43.4 % でした。「最後まで動画広告を見たことがある」人は 39.2 %、「動画広告の内容は頭に入ってきてはいないがボーッとしていて結局最後まで視聴してしまったことがある」人は 36.8 % となりました。スキップできる動画広告であっても、4 割程度の人は接触による理解の程度の差こそあれ、最後まで視聴してしまうようです。

■YouTubeで動画広告をスキップしなかった理由は、「インパクトのある映像に引き込まれた」

YouTube の 5 秒待つとスキップできるタイプの動画広告を視聴した際、スキップしなかった人にその理由を聞いたところ、「インパクトのある映像に引き込まれたから」(46.8 %) が最も多いという結果になりました。、次いで、「自分自身の趣味や趣向に合っていると感じたから」(43.4 %)、「意外な演出に好奇心を刺激されたから」(38.9 %) でした。

■アプリの動画広告を見て、2割以上の人が「広告主のサイトへ訪問したことがある」

スマートフォンアプリの動画広告を視聴したことがある人のうち、21.2 % の人が「広告主のサイトを訪問した経験がある」ことがわかりました。「最後まで動画広告を見たことがある」人は 41.6 %、「動画広告を見た後にその商品・サービスを検索したことがある」人は 24.2 %、「動画広告を SNS でシェアしたことがある」人は 10.8 % でした。

■4割が、YouTubeのスキップ不可の動画広告を見て「悪い印象を持った」経験あり

動画広告の視聴をきっかけに、そのブランドに悪い印象を抱いたことがあるかをたずねたところ、YouTube の「スキップできない動画広告」を見た人のうち、39.9 % の人が「悪い印象を抱いたことがある」と回答しました。YouTube の「5 秒でスキップできる動画広告」を見た人のうちでは 34.9 %、YouTube 以外の WEB コンテツ内動画広告を見た人のうちでは 31.8 %、アプリの動画広告を見た人のうちでは 37.1 %、電車の動画広告を見た人のうちでは 24.7 % が「悪い印象を抱いたことがある」と回答しました。

※いずれも「あてはまる」「ややあてはまる」の合計。

【調査の実施概要】

調査期間：2015年1月5日(月)～1月6日(火)

調査対象：事前の調査で「スマートフォンを利用している」と回答した10代～60代の男女1,000名

質問項目：

- ・「動画広告」の視聴状況についてあてはまるものを選んでください。
- ・YouTubeの動画広告(5秒でスキップできる)を見た際の行動についてあてはまるものを選んでください。
(5秒でスキップしない/最後まで見る/商品・サービスを検索する/SNSでシェアする など)
- ・YouTubeの動画広告(5秒でスキップできる)を見た後の状況についてあてはまるものを選んでください。
(そのブランドに良い印象を持つ/悪い印象を持つ/ブランドに興味を持つ/そのブランドを他人に紹介する など)
- ・5秒間で動画をスキップしなかった理由について、あてはまるものを選んでください。
(好きな著名人が出ていた/心地よい音楽だった/映像に引き込まれた/意外な演出に興味を持った など)
- ・YouTubeの動画広告(スキップできない)を見た際の行動についてあてはまるものを選んでください。
(5秒でスキップしない/最後まで見る/商品・サービスを検索する/SNSでシェアする など)
- ・YouTube以外のWEBコンテンツ内動画広告を見た際の行動についてあてはまるものを選んでください。
(5秒でスキップしない/最後まで見る/商品・サービスを検索する/SNSでシェアする など)
- ・スマートフォンアプリの動画広告をみた際の行動についてあてはまるものを選んでください。
(5秒でスキップしない/最後まで見る/商品・サービスを検索する/SNSでシェアする など)
- ・電車内の動画広告をみた際の行動についてあてはまるものを選んでください。
(5秒でスキップしない/最後まで見る/商品・サービスを検索する/SNSでシェアする など)
- ・動画広告について、あてはまるものを選んでください。
(必ずスキップする/興味に合わせて配信されていると感じる/広告表示されると見たい動画も視聴をやめるなど)

提供するレポートの概要：

全53ページ。集計データを、「Fastask」実例レポートページ

(<https://www.fast-ask.com/report/>)より提供します。

【「Fastask」について】 <http://www.fast-ask.com/>

「Fastask(ファスタスク)」は、日本語ワープロソフト「一太郎」や日本語入力システム「ATOK(エイトック)などのソフトウェアを手がける、ジャストシステムが提供するセルフ型のネットリサーチサービスです。

ネットリサーチのプロセスを徹底的にクラウド化することで、“従来の3分の1という低価格”と“スピーディーな調査”を可能にしました。

【本調査】 1問1サンプル回収あたり一律:10円(税別)

【スクリーニング調査】2,000サンプル回収あたり一律:10,000円(税別)



* 記載された社名および製品名は各社の商標または登録商標です。

■ 読者からのお問い合わせ先: インフォメーションセンター

TEL: 03-5324-7624、06-6886-9300

報道関係者からのお問い合わせ先: 経営企画室 広報担当

TEL: 03-5324-7811

E-mail: prg@justsystems.com

■ インターネット ホームページによる情報提供

ニュースリリース: <http://www.justsystems.com/jp/news/>

「Fastask」サービス情報: <http://www.fast-ask.com/>

■ 引用・転載時のクレジット表記のお願い

本リリースを引用・転載される際は、必ず、「株式会社ジャストシステムのFastask調べ」といったクレジットを明記くださいますよう、お願い申し上げます。