

報道関係者各位

2014年1月7日
株式会社リビジェン

動画配信・共有サービスに関する調査を実施 年代別の特徴として、10代では「ツイキャス」「Vine」が人気の傾向

- ・ 10代の意見「（ツイキャスは）ニコ生より手軽で簡単で、暇潰しにはなる」「（Vineは）6秒でお腹をいためるくらい笑える」
 - ・ 知名度はYoutube、ニコニコ動画、ツイキャス、Vineの順
 - ・ 動画配信・共有サービスは全体的に10代に高い知名度
-

スマートフォンを活用したマーケティングリサーチ事業を展開する株式会社リビジェン（URL：<http://www.livigen.co.jp>、本社：東京都港区、代表取締役：孫 尚均）は、全国の10代～30代の一般男女500人を対象に、「動画配信・共有サービス」についての調査を実施しました。

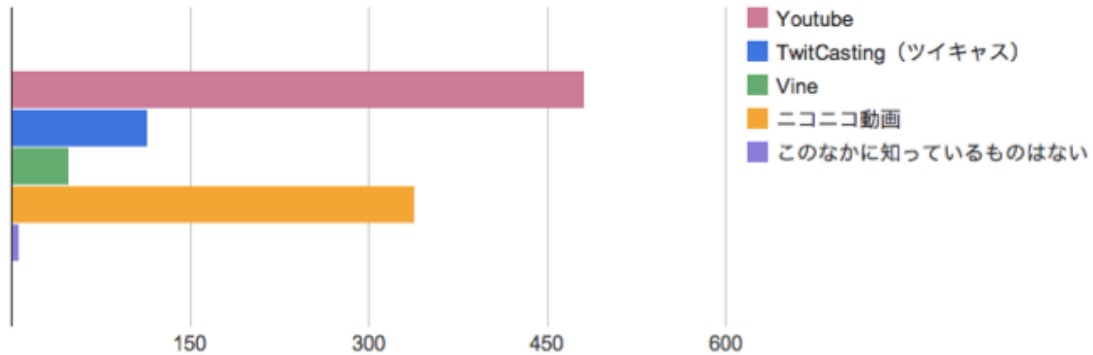
【調査背景】

国内では若年層を中心にスマートフォンの普及が進んでおり、それにつれO2OやECなどのビジネスも拡大が進んでいます。本調査はスマホユーザーの行動特性を把握しその情報を提供することで、スマホビジネス全体を活性化させることを目的としています。

【調査結果】

- ◆ 知っている動画配信・共有サービスについて質問したところ、最多は「Youtube」で96.2%となりました。次いで「ニコニコ動画」が67.8%、「TwitCasting（ツイキャス）」が23%、「Vine」が9.6%となり、「このなかに知っているものはない」は1.4%となりました。

以下のうち、あなたが知っている
動画配信・共有サービスを教えてください。



Youtube は全年代で認知度が9割超と高かったのに対して、他3つのサービスは各年代で特徴が見られました。

「ニコニコ動画」は 10代：63.3%、20代：72.6%、30代：64.9%となり、

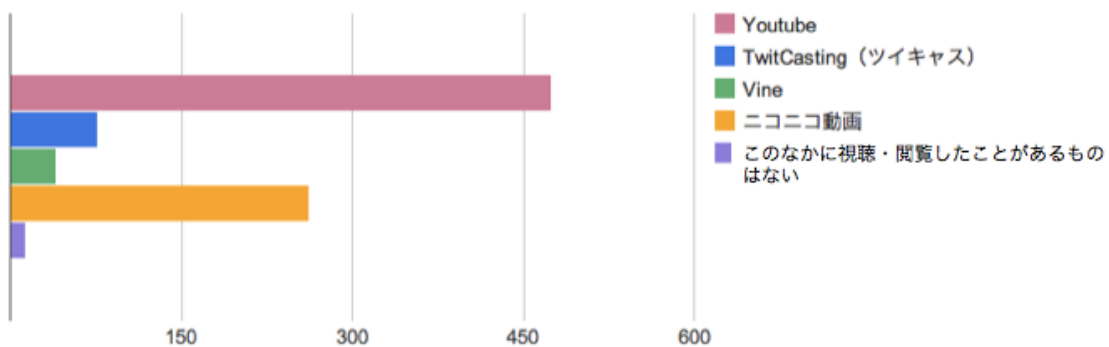
「TwitCasting (ツイキャス)」は10代：39.2%、20代：21.9%、30代：12.7%、

「Vine」は 10代：22.5%、20代：6.5%、30代：4.2%

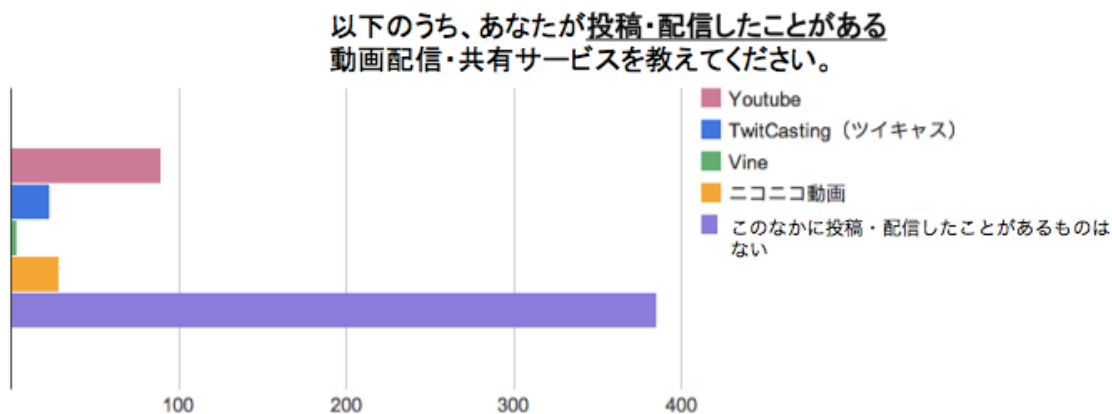
となりました。

- ◆ **視聴・閲覧したことがある動画配信・共有サービス**について質問したところ、最多は「Youtube」で95%となりました。次いで「ニコニコ動画」が52.6%、「TwitCasting (ツイキャス)」が15.4%、「Vine」が8%となり、「このなかに視聴・閲覧したことがあるものはない」は2.6%となりました。

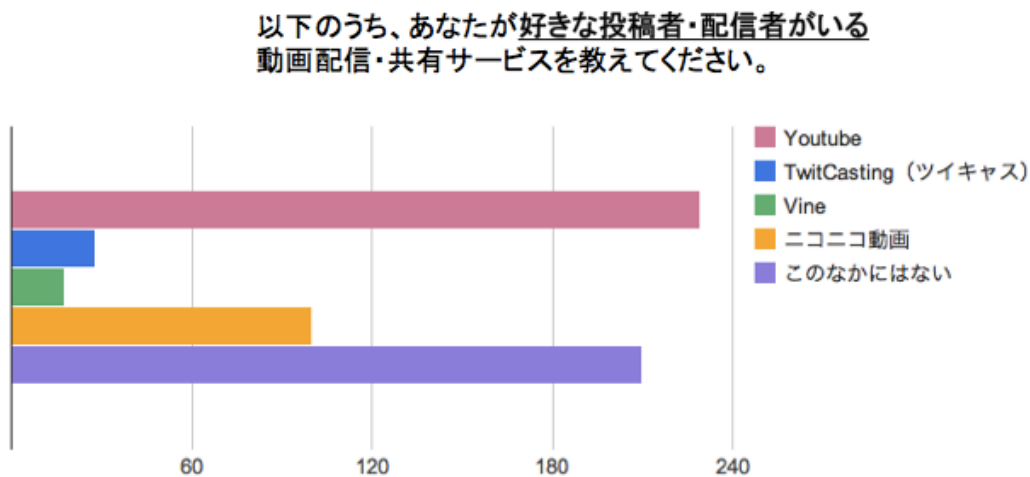
以下のうち、あなたが**閲覧・視聴したことがある**
動画配信・共有サービスを教えてください。



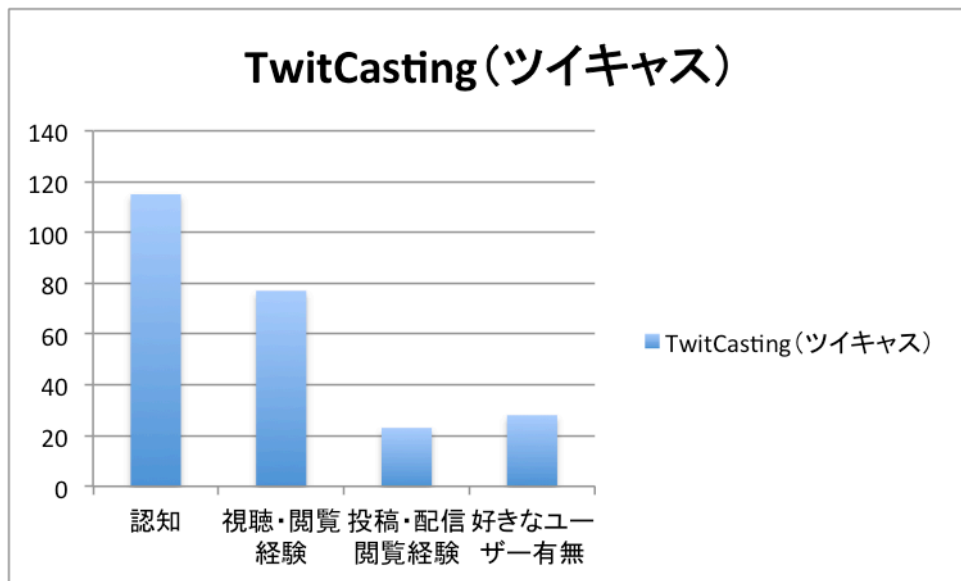
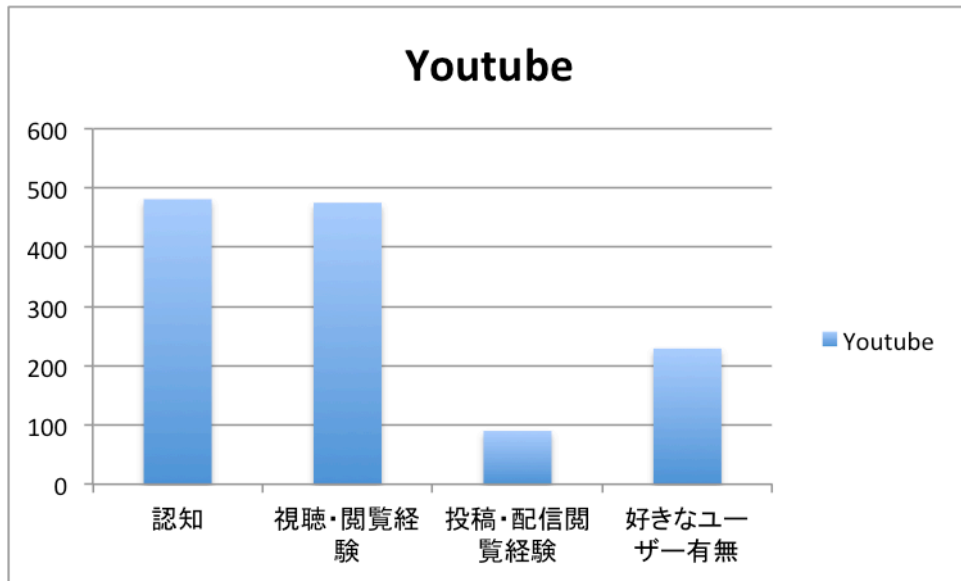
- ◆ 投稿・配信したことがある動画配信・共有サービスについて質問したところ、最多は「Youtube」で18%となりました。次いで「ニコニコ動画」が5.8%、「TwitCasting（ツイキャス）」が4.6%、「Vine」が0.8%となり、「このなかに投稿・配信したことがあるものはない」は2.6%となりました。

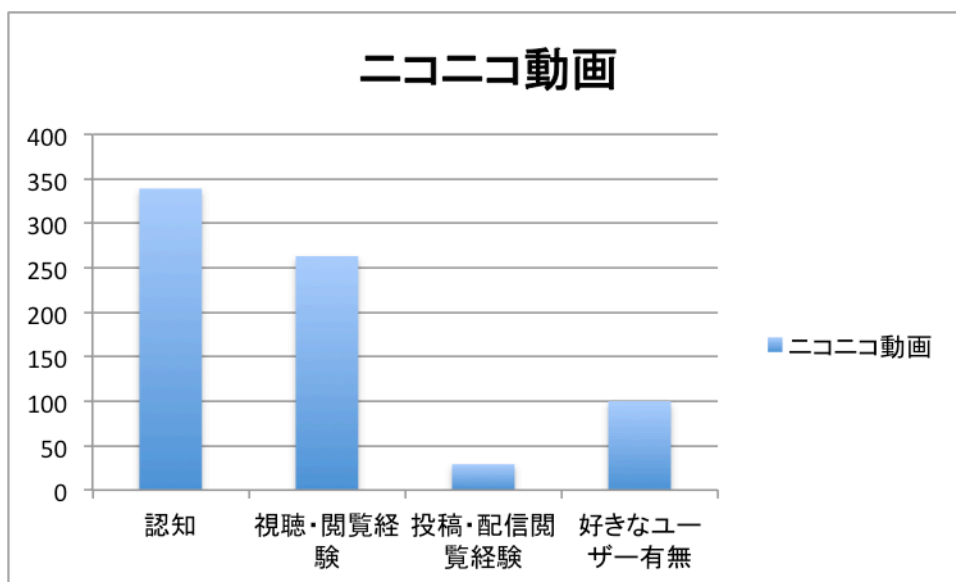
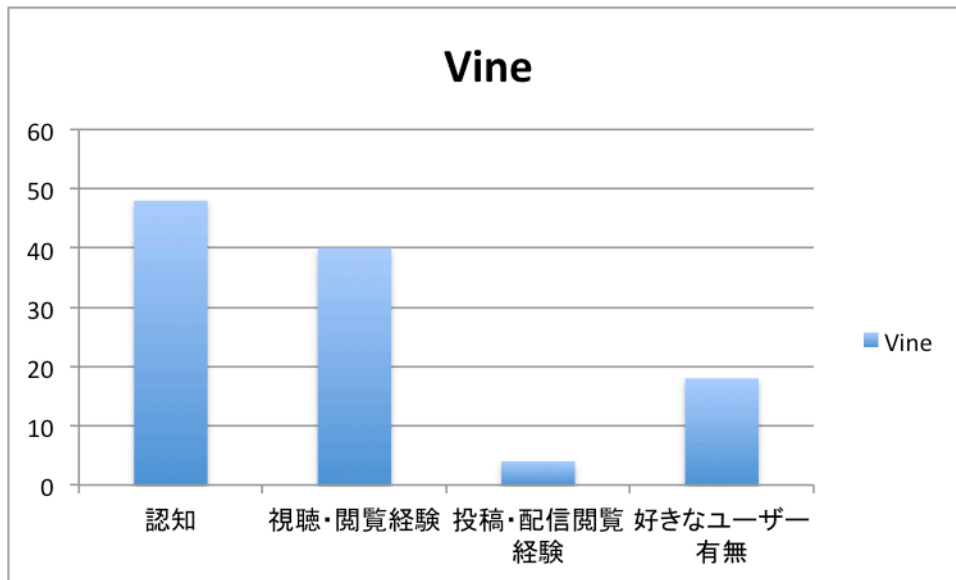


- ◆ 好きな投稿者・配信がいる動画配信・共有サービスについて質問したところ、最多は「Youtube」で45.8%となりました。次いで「ニコニコ動画」が20%、「TwitCasting（ツイキャス）」が5.6%、「Vine」が3.6%となり、「このなかにはない」は42%となりました。



【各サービス毎のまとめ】





◆ TwitCasting (ツイキャス) を利用したことのある人に、ツイキャスのどのような点が楽しい・面白いと感じるかについて質問したところ、以下の回答が挙げられました。

- ・「Twitter で仲良くなった人が見に来てくれるところ (15 歳・中学生・男性)」
- ・「ニコ生より手軽で簡単で、暇潰しにはなる (16 歳・高校生・女性)」
- ・「携帯一つで簡単に配信できるところ (16 歳・高校生・女性)」
- ・「芸能人が自分のコメントを読んでもくれたとき嬉しかった (22 歳・大学生・女性)」
- ・「趣味が会う人とかとお話したり、弾き語りとか見るのが楽しい (14 歳・中学生・女性)」

- ◆ Vine を利用したことのある人に、Vine のどのような点が楽しい・面白いと感じるかについて質問したところ、以下の回答が挙げられました。

- ・「6 秒でお腹をいためるくらい笑える（13 歳・中学生・男性）」
- ・「6 秒だけなのに動画でストーリーみたいなのが観られて楽しいところ（16 歳・高校生・女性）」
- ・「短くてすぐに楽しめる動画が多い（22 歳・大学生・女性）」
- ・「短時間の動画のため手軽に見られる（24 歳・専門学生・女性）」
- ・「海外と繋がりが多いところ（18 歳・高校生・女性）」

【調査概要】

調査手法：スマホリサーチ（スマートフォンを使用したインターネット調査）

調査対象：全国の 10 代～30 代の一般男女（アンケートアプリ「スマモニ」会員）

有効回答数：500 サンプル

調査期間：2014 年 1 月 6 日 11:37～同日 12:10

調査地域：全国

実施期間：株式会社リビジェン

【株式会社リビジェンについて】

株式会社リビジェン（本社：東京都港区、設立：2012 年 6 月 15 日、URL：<http://www.livigen.co.jp>、代表取締役：孫 尚均（そん なおひと）、資本金：5,400 万円）は、スマートフォンを活用したマーケティングリサーチ事業を展開しています。リビジェンが提供するセルフ型アンケートサービス「スマートサーベイ」は低コスト性、強い訴求のプロモーションに活用できるアンケートメディアとしての特徴、若年層へリーチできる点に強みを持っております。

【本件に関するお問い合わせ先】

本リリースに関するお問い合わせや取材、資料提供をご希望の方は下記までご連絡ください。

本調査結果のローデータや、年代別・性別のクロス集計表のご提供に関しては、有償（税別 3 万円）となります。

担当：株式会社リビジェン 広報担当 室谷（むろや）

Email：info@livigen.co.jp TEL：03-6804-5190