

PRESS RELEASE



報道関係各位

2021年2月26日

アライドアーキテクツ株式会社

アライドアーキテクツ、「企業の DX 推進における動画活用の実態調査 2021」を実施

動画の自社制作を行う企業が昨対比 2.3 倍、動画制作の内製化傾向が強まる

SaaS とデジタル人材で企業のマーケティング DX を支援するアライドアーキテクツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役 CEO: 中村壮秀、証券コード: 6081)は、企業の DX 推進における動画活用の実態を調査するためインターネットリサーチを実施し、全国 20~50 代の会社員および経営者のなかで業務において「動画コンテンツ」を活用した施策を実施したことがある 217 名が回答しました。

企業のDX推進における 動画活用の実態調査

2021



■調査背景

新型コロナウイルス感染症拡大は企業活動に変革をもたらしました。こうした企業活動の大きな変化や成長のために、IT 企業だけでなく、従来デジタルが推進されてこなかった業界においてもデジタルが浸透し始めています。経済産業省からも「DX」が推進されるように、社会の変化に対応し、企業のさらなる成長のためにも「デジタル技術を活用することで組織やビジネスモデルを変革し、価値提供の方法をアップデートすること」が求められているのです。

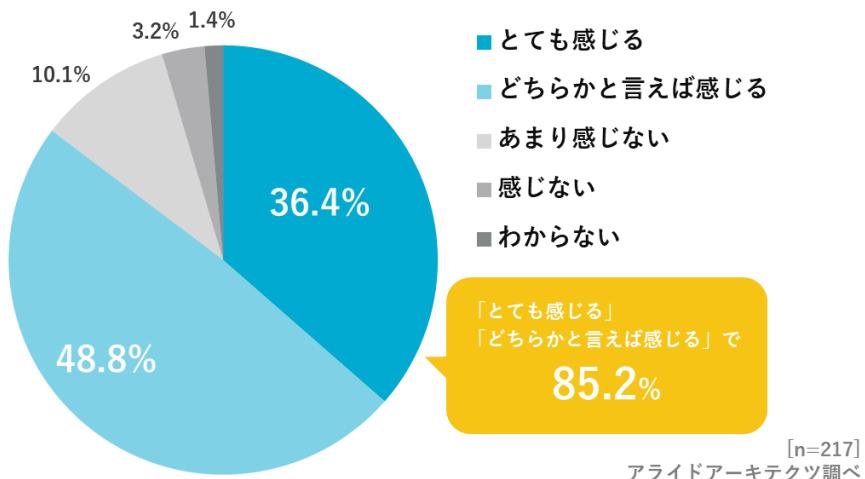
企業の情報発信の方法も DX が進んでおり、従来のイベントや営業活動、紙での訴求を動画に置き換えるケースが増えてきていることから「動画の活用」が DX 推進のカギとなると考え、企業にとってより良い動画活用の支援を目指すべく、「企業の DX 推進における動画活用の実態調査 2021」を実施しました。

■□■□■企業のDX推進における動画活用に関する調査結果■□■□■

■85.2%の方が普段の業務における動画の重要性が「増している」と回答。動画クリエイティブの活用は施策として必須になりつつある。

「普段の業務における動画の重要性」について聞いたところ、約85%が動画の重要性を「とても感じる」「どちらかと言えば感じる」と回答。企業活動において、動画活用の重要性が高まっていることがわかります。

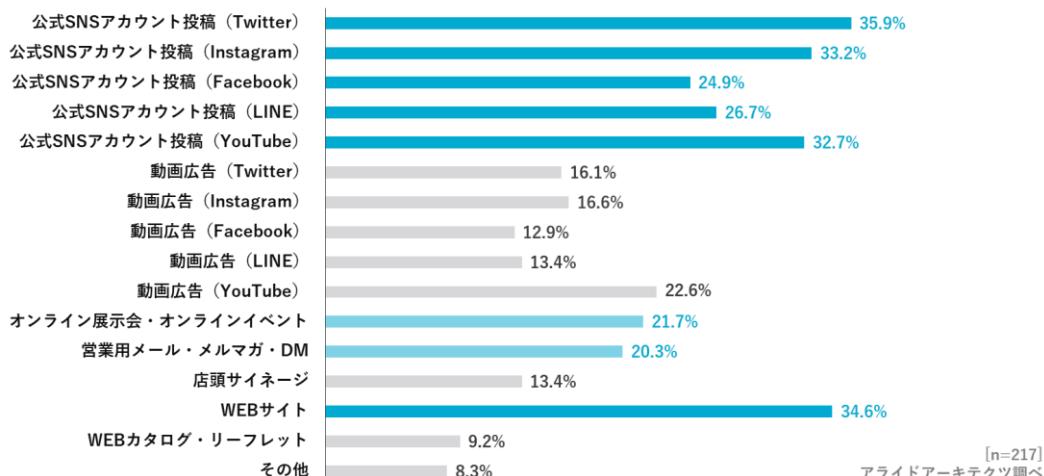
Q. 普段の業務において動画の重要性は増していると感じますか?



■動画コンテンツの主な使用先は「SNS投稿」「WEBサイト」。「オンライン展示会・オンラインイベント」「営業用メール・メルマガ・DM」への使用も進んでいる。

「動画コンテンツの使用先」について調査したところ、「公式SNSアカウント投稿」と「WEBサイト」が多い結果になりました。また、「オンライン展示会・オンラインイベント」「営業用メール・メルマガ・DM」も20%以上が使用していると回答。デジタルマーケティング領域だけでなく、イベントや営業活動、DMなど今まで主にオフラインで行われていた施策においてもDXが推進され動画の活用が進んでいることがうかがえます。

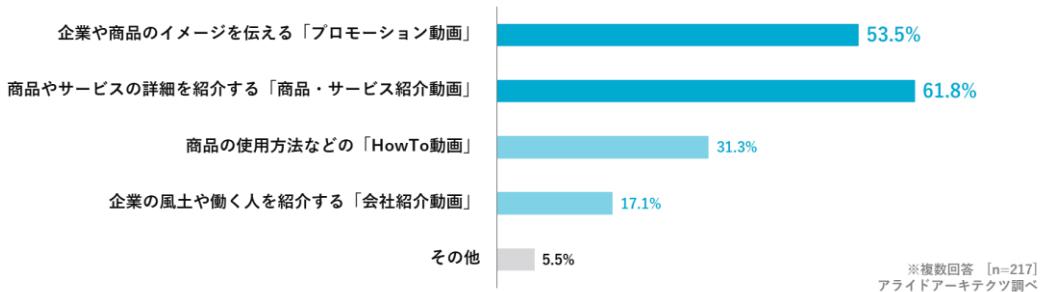
Q.あなたが動画を活用した施策を実施した際、動画コンテンツの使用先（媒体）を教えてください。



■「商品・サービス紹介動画」「プロモーション動画」に留まらず、「会社紹介動画」の活用も進む。

「活用したことがある動画の種類」について聞いたところ、営業活動や展示会などで活用する「商品・サービス紹介動画」が 61.8%、「プロモーション動画」が 53.5%と半数以上の方はこの 2 種類の動画の活用経験がありました。また、「会社紹介動画」も 17.1%と、営業活動や採用活動などで動画を活用していることがうかがえます。

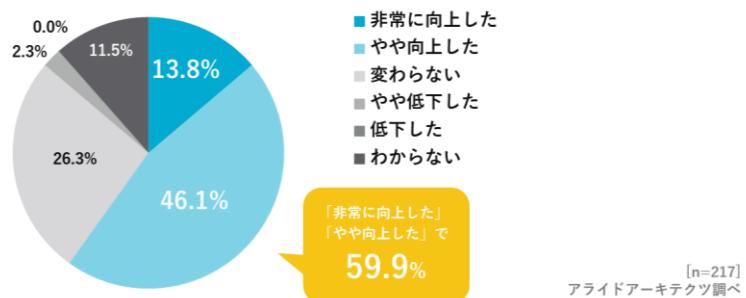
Q. 今までに施策に活用したことがあるのは、どのような動画ですか？



■動画コンテンツの活用によって、約 60%「成果が向上した」と回答。

静止画コンテンツに比べて、動画コンテンツの方が成果が「非常に向上した」「やや向上した」と回答した方が合わせて約 60%。一方で、「やや低下した」は 2.3%、「低下した」は 0%と、動画コンテンツの活用は成果の出やすい施策であることがわかります。

Q. 静止画コンテンツに比べて、動画コンテンツの成果やKPI (CPA, CVR等) はいかがですか？



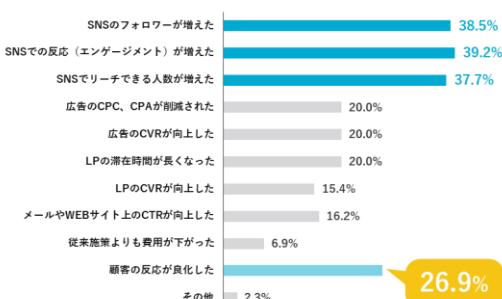
■動画コンテンツの活用によって、向上した指標は「SNS 上での施策」や「顧客の反応が良化した」。

「成果が向上した指標」について調査したところ、SNS でのフォロワー、反応、リーチといった「SNS 上での施策」が約 40%、続いて「顧客の反応が良化した」は約 27%となり、デジタルマーケティング施策への貢献度が高いことがわかりました。

さらに、「顧客の反応が良化した」と回答した方へ「動画コンテンツの使用先」について聞いたところ、「WEB サイト」や「オンライン展示会・オンラインイベント」、「営業用メール・メルマガ・DM」という結果になりました。

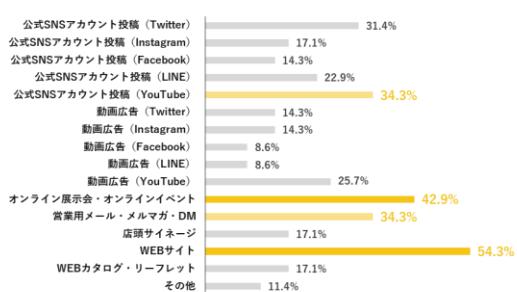
Q. 具体的にどの指標が向上しましたか？
(成果が向上したと回答した方が対象)

※複数回答
[n=130]



Q. 「顧客の反応が良化した」と回答した方の
動画コンテンツの使用先（「動画コンテンツの使用先」の回答を使用）

※複数回答
[n=35]

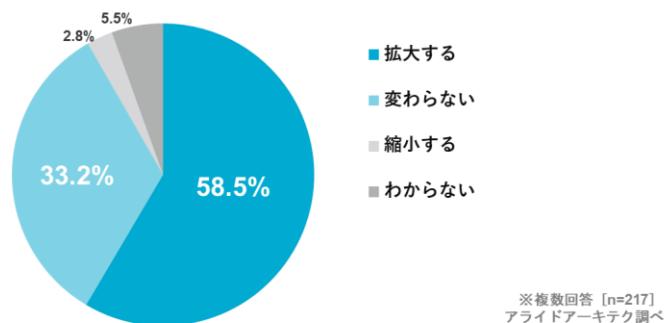


アライドアーキテクツ調べ

■今後自身の業務における動画活用について、約 58%の方が「拡大する」と回答。

「今後の動画クリエイティブの活用」について聞いたところ、58.5%が「拡大する」と回答しました。動画の需要は今後ますます拡大することが見込まれます。

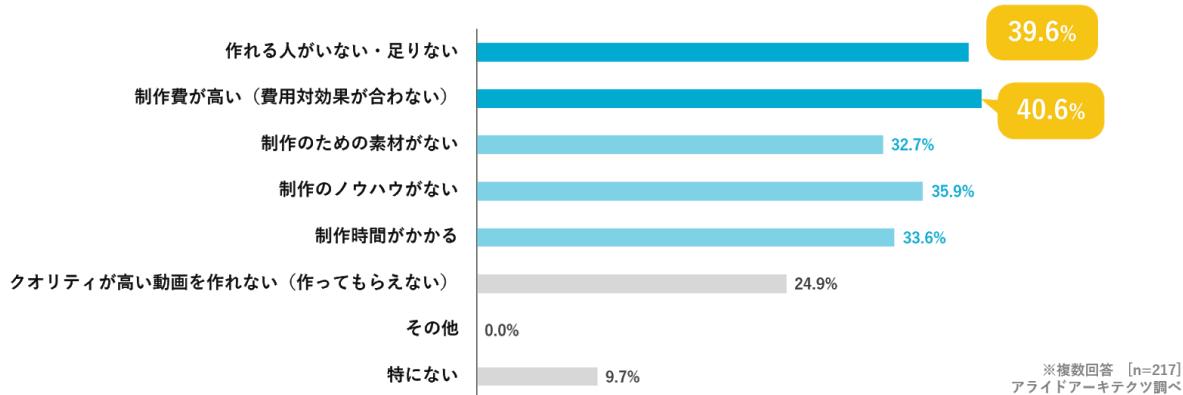
Q. 今後、あなたの業務において動画コンテンツの活用は拡大すると思いますか？



■動画制作における課題は、「制作費」「(社内の)専門人材の不足」が最多。また、「素材が無い」「ノウハウがない」「時間がかかる」という内製化するにあたっての課題も。

「動画制作における課題、または現在動画を活用できていない理由」について聞いたところ、約 40%の方が「制作費が高い」「作れる人がいない・足りない」と回答し、外注における制作費の問題、また社内に動画制作が可能な部門、人材が不足していることを課題に感じていることがうかがえます。また、主に自社で動画制作する際には、「ノウハウがない」「時間がかかる」「素材がない」という課題と感じていると考えられます。

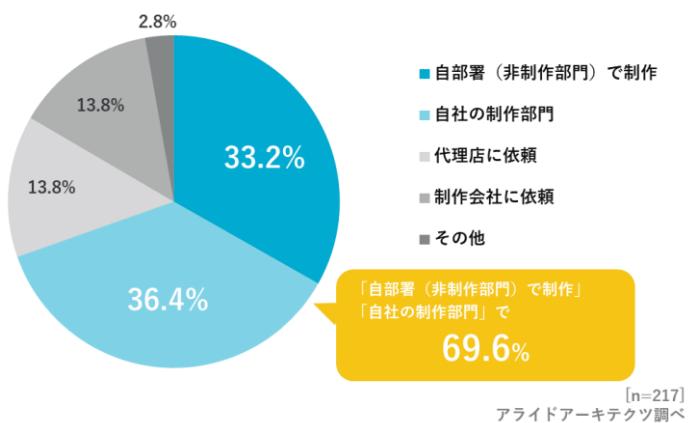
Q. 動画制作における課題、または現在動画を活用できていない理由を教えてください。



■動画の自社制作を行う企業が昨対比 2.3 倍、動画制作の内製化の傾向が強まる

「動画制作は主に誰が行っているか」について聞いたところ、「自社の制作部門」に次いで「自部署(非制作部門)」が多い結果になりました。2020 年 7 月に行った「[企業の動画活用における実態調査 2020 年](#)」では、自社制作を行う企業は 29.7% と、パートナー企業に制作を依頼する傾向が強くありました。本調査では、自社制作の比率が昨対比 2.3 倍となる約 70% まで増加しており、動画制作ツールなどの普及によって、動画制作の内製化が加速していると考えられます。また、自社制作を行うことで、外注コストを抑えていることも理由のひとつとして推測されます。

Q. 動画の制作は主に誰が行っていますか？



■調査の総括

これまで主流だった、デジタルマーケティング領域への活用だけでなく、「展示会・イベント」や「営業活動」などのデジタル化が急速に進んだことで動画の需要が急増している事がわかりました。また、前回調査よりも代理店や制作会社などへの外注が大幅に減少し、動画制作の内製化が進んでいることが明らかになりました。しかしながら、課題も山積しており、市場の成長のために約40%が課題と感じた「制作費」と「専門人材の不足」については早急に解決することが求められています。

■有識者のコメント

高速で大容量のデータ通信を可能にする5Gが普及する中で、コロナ禍で営業先に直接会えない・従来の展示会が実施できないなどのビジネス環境の大きな変化が後押しとなり、ネットやSNS上だけでなく、顧客とのあらゆる接点において動画の活用が今後ますます拡大していくことは確実です。

しかしながら現時点では、制作費の確保が難しいため、自社内で膨大な時間をかけて動画を制作している企業が多いのが現状です。ノウハウや特別な技術が無い人でも簡単に動画を制作できる環境構築が、企業の生産性向上に繋がるはずです。

動画制作ツール「LetroStudio」事業責任者 藤田佳佑

■調査概要

調査名称：動画に関するアンケート

調査主体：アライドアーキテクツ株式会社

調査対象：全国20～50代男女の会社員および経営者、

業務において「動画コンテンツ」を活用した施策を実施したことがある方

調査期間：2020年12月23日～28日

調査方法：株式会社ジャストシステム「Fastask(ファストアスク)」を用いたインターネットリサーチ

有効サンプル数：221名

※設問ごとの有効回答数を「n=」で記載しています。

※本調査の内容を転載・ご利用いただく場合は「アライドアーキテクツ株式会社調べ」とクレジットを記載してください。

★調査結果に関する解説や本リリースに掲載しきれなかった調査結果を下記で公開しています。ぜひご覧ください。URL：<https://service.aainc.co.jp/product/letrostudio/whitepaper/002>

<アライドアーキテクツ株式会社 会社概要>

- ・代表者 : 代表取締役 CEO 中村壮秀
- ・所在地 : 東京都渋谷区恵比寿一丁目 19-15 ウノサワ東急ビル 4 階
- ・URL : <https://www.aainc.co.jp>
- ・設立 : 2005 年 8 月 30 日
- ・事業内容 : マーケティング DX 支援事業

<アライドアーキテクツ・グループとは>

アライドアーキテクツ・グループは、日本、アジア、欧米に 7 つの拠点を持つマーケティング DX 支援企業です。2005 年の創業以来累計 6,000 社以上への支援を経て得られた豊富な実績・知見を活用し、自社で開発・提供する SaaS や SNS 活用、デジタル人材(※1)などによって企業のマーケティング DX(※2)を支援しています。

※1 主に SaaS や SNS などのデジタル技術・手法に詳しく、それらを生かした施策やサービスを実行できる人材(SNS 広告運用者、SNS アカウント運用者、エンジニア、

WEB デザイナー、クリエイティブ・ディレクター等)を指します。

※2 マーケティング領域におけるデジタルトランスフォーメーションのこと。当社では「デジタル技術・デジタル人材によって業務プロセスや手法を変革し、人と企業の関係性を高めること」と定義しています。

* 本プレスリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

【リリースに関するお問い合わせ先】

アライドアーキテクツ株式会社 広報室 担当:澤田

TEL:03-6408-2791 MAIL:press@aainc.co.jp