

報道関係各位

2021年1月28日

アライドアーキテツ株式会社

アライドアーキテツ、
「企業のデジタルマーケティング施策における動画活用の実態調査 2021」を実施
6割強がデジタルマーケティングに動画を活用することで成果が向上したと回答、
動画制作の内製化の傾向が強まる

ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援するアライドアーキテツ株式会社(東京都渋谷区、代表取締役CEO:中村壮秀、証券コード:6081)は、デジタルマーケティングにおける動画活用の意識を調査するため、「企業のデジタルマーケティング施策における動画活用の実態調査2021」として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。



■調査背景

2020年の動画広告市場規模は前年対比114%となる2,954億円に達しました。今後もスマートフォン動画広告が動画広告需要全体の成長をけん引し、2024年には6,396億円まで拡大することが予測されています。(※) そのような中、多くの企業がデジタルクリエイティブの疲弊を課題認識しており、クリエイティブの量産が広告成果改善に繋がると考えています。

しかしながら、動画クリエイティブの量産が重要視されながらも、動画制作にかかる手間や費用が効果と見合わず動画の量産を断念してしまったり、利用目的ごとの最適な動画表現のためのノウハウが不足していることから動画制作の手が止まってしまう企業は多く、動画の量産体制を構築できないという課題が顕著に発生しています。この度、企業にとってより良いマーケティング施策の支援を目指し、企業のマーケティング施策における動画活用の実態を把握するため「デジタルマーケティングにおける動画活用の実態調査」を実施しました。

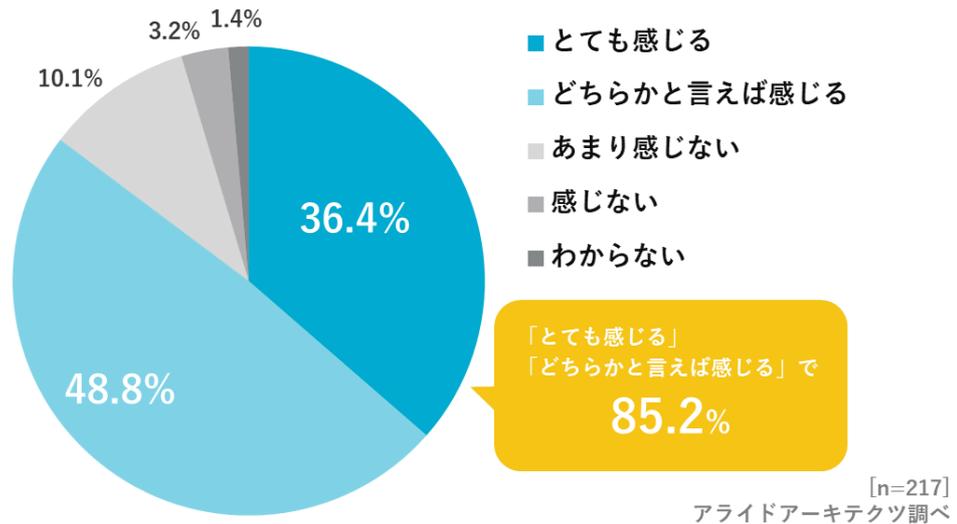
※出典:サイバーエージェント/デジタルインファクト調べ

■□■□■企業のデジタルマーケティング施策における動画活用の実態調査結果■□■□■

■85.2%の方が普段の業務における動画の重要性は「増している」と回答。動画クリエイティブの活用はマスト施策となりつつある

「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、動画活動の重要性が高まっていることがわかります。

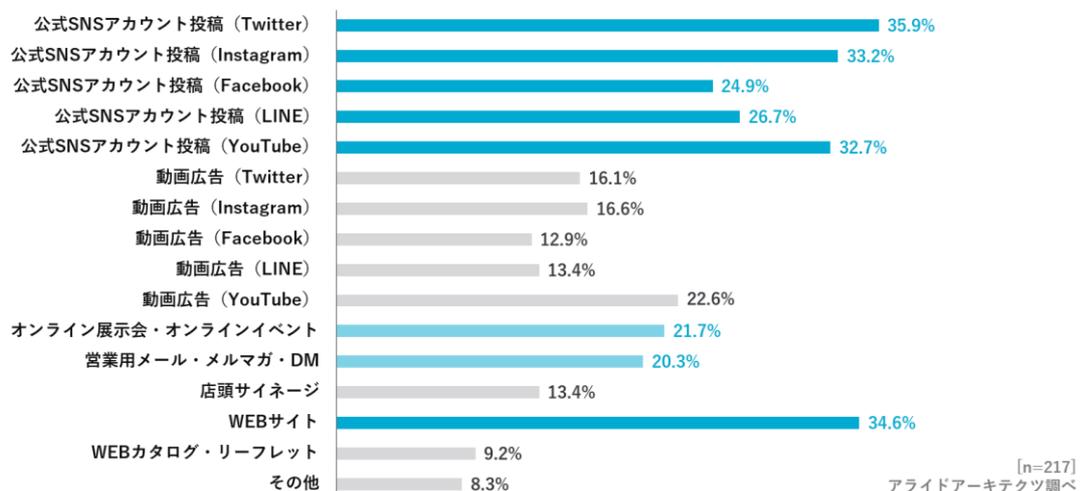
Q. 普段の業務において動画の重要性は増していると感じますか？



■動画コンテンツの主な使用先は「SNS投稿」「WEBサイト」

「動画コンテンツの使用先(媒体)」について調査したところ、「公式SNSアカウントの投稿」と「WEBサイト」が多い結果になりました。媒体が多様化する中でも、各媒体向けに動画コンテンツを制作し、動画を活用したデジタルマーケティングを行っていることがわかります

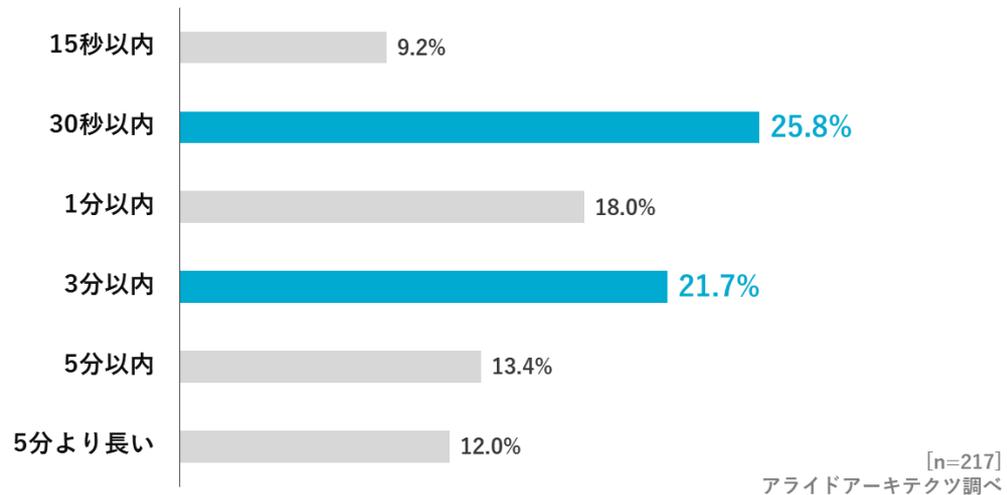
Q.あなたが動画を活用した施策を実施した際の、動画コンテンツの使用先(媒体)を教えてください。



■一番よく制作、活用する動画コンテンツの長さは「30秒以内」、次いで「3分以内」

「制作、活用する動画コンテンツの長さ」について聞いたところ、一番よく制作、活用するのは「30秒以内」、次いで「3分以内」の動画ということがわかりました。デジタルマーケティング領域においては、公式SNSアカウントの投稿や各媒体の動画広告において、30秒以内の「カジュアル動画」と言われる短編の動画が活用されることが多いと推測されます。

Q. 一番よく制作・活用するのはどれくらいの長さの動画ですか？

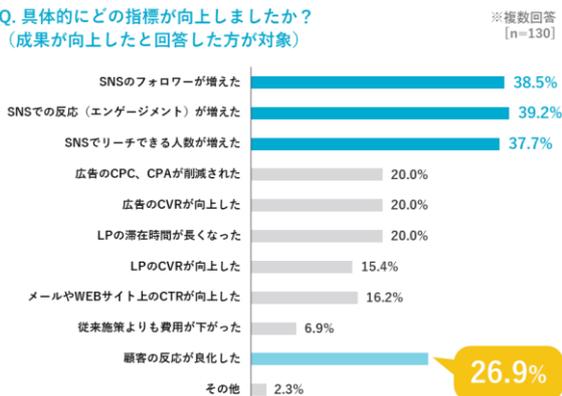


■動画コンテンツの活用によって、約62%「成果が向上した」と回答。成果が向上した指標TOP3は、「フォロワー数」、「エンゲージメント数」、「リーチ数」

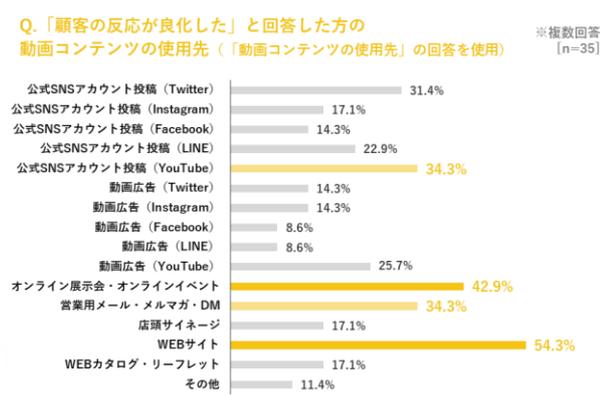
今回の調査で最も顕著だったのは、「静止画コンテンツに比べて、動画コンテンツの成果やKPI(CPA, CVR)の変化」について聞いたところ、動画コンテンツにより成果が「非常に向上した」「やや向上した」と回答した方が合わせて約62%にも上ったことがあげられます。「やや低下した」は2.3%、「低下した」は0%と、動画コンテンツの活用はデジタルマーケティングにおいて非常に成果の出やすい施策であることが伺えます。さらに、2020年7月に行った「企業の動画活用における実態調査 2020年」(以下、2020年度動画活用調査)の結果と比較すると、「成果が向上した」と回答した人は、40.9%から20pt.以上増加しており、動画コンテンツの活用がデジタルマーケティングの成果向上に作用する傾向が強まっていることがわかります。

あわせて、「成果が向上した指標」について調査したところ、回答者の約40%がSNSでの「フォロワー数」、「エンゲージメント数」、「リーチ数」が増えたと回答。このことから、動画コンテンツはSNS施策との相性が良いことがわかります。また、広告費の削減やCVR向上、LP滞在時間の長時間化への貢献度も高いことがわかります。

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)



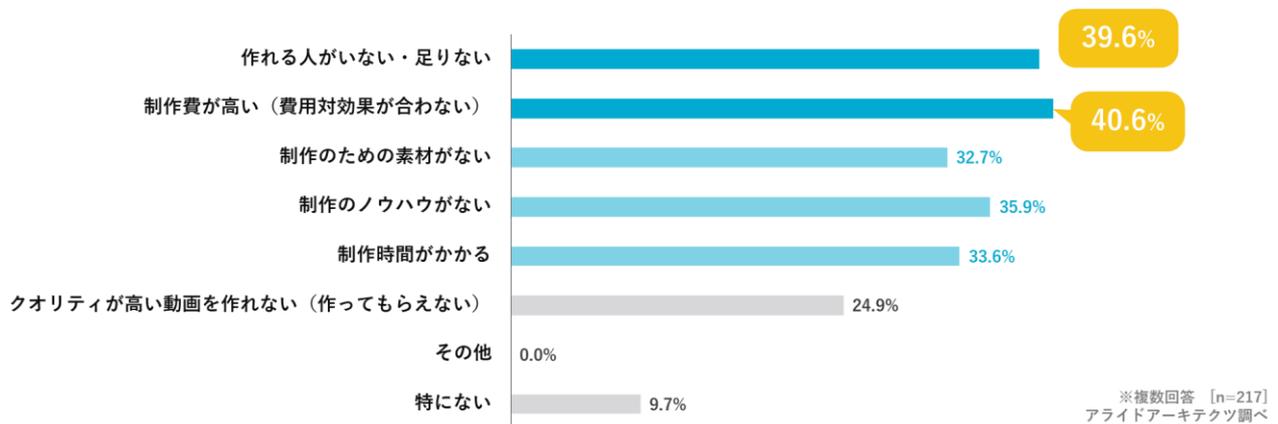
Q. 「顧客の反応が向上した」と回答した方の
動画コンテンツの使用先(「動画コンテンツの使用先」の回答を使用)



■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」について調査したところ、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が伺えます。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。

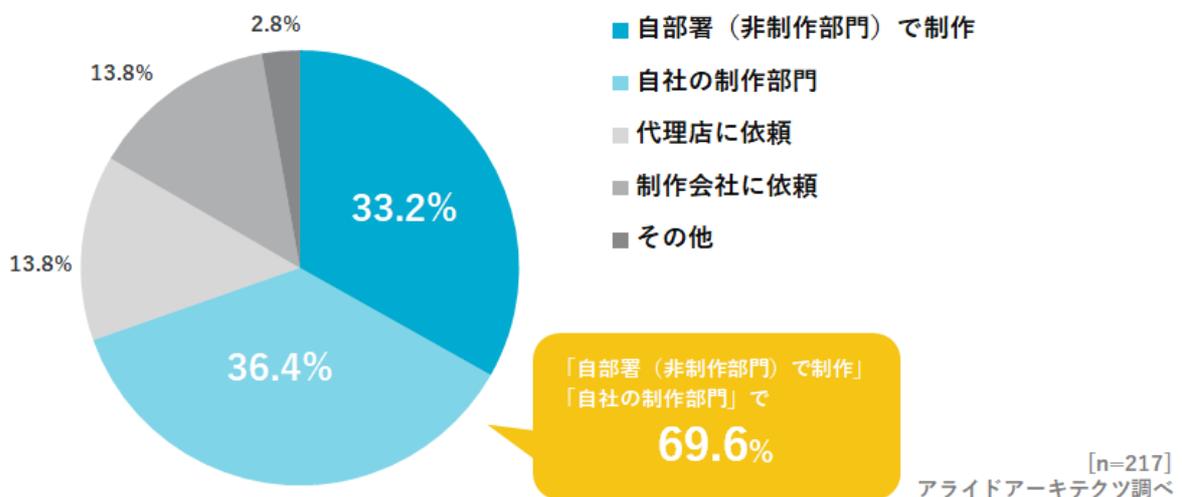
Q. 動画制作における課題、または現在動画を活用できていない理由を教えてください。



■動画制作は、代理店や制作会社への外注よりも、自社での内製化が進んでいる

「動画制作は主に誰が行っているか」について調査したところ、「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年度動画活用調査では、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が、自社制作の比率が約40pt.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。

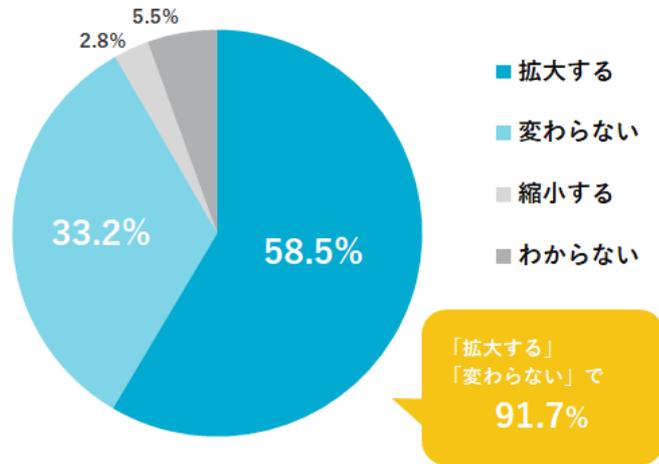
Q1-2. 動画の制作は主に誰が行っていますか？



■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見込まれます。

Q1-9. 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？



[n=217]
アライドアーキテクツ調べ

■調査の総括

企業のデジタルマーケティングに、動画クリエイティブを活用することで多くの企業が成果向上していることがわかりました。また、動画の制作は、代理店や制作会社などへの外注よりも自社制作にシフトする傾向が強く、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、約40%の回答者が「制作費」と「専門人材の不足」を課題に感じており、市場の成長のためにも課題の早急な解決が求められています。

■有識者のコメント

コロナ禍により、デジタル上で生活者とのコミュニケーションを完結しなければいけない状況が生まれたことで動画クリエイティブの重要性が急激に高まっています。より多様な接点での動画活用を目指し、外部への制作委託に加えて自社制作の仕組みを構築する企業が増加しています。従来のリッチ動画と、SNSを始めとするカジュアル動画の役割を棲み分け、後者のカジュアル動画を内製化することでコストをかけずに量産を行う体制を構築する動きが市場のトレンドになりつつあります。

また、「他社クリエイティブと差別化した見せ方をしたい」というご相談が弊社サービスのお客様から頂くことも増えています。動画の流通量が急増する状況下においても、生活者の目を惹く動画クリエイティブの見せ方を追求できるか否かが今後重要になっていくでしょう。

アライドアーキテクツ株式会社 CPO兼プロダクトカンパニー長 村岡弥真人

■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 : ソーシャルテクノロジーによるマーケティング支援事業

<アライドアーキテツとは>

アライドアーキテツは、ソーシャルテクノロジーによる生活者マーケティングの実現を支援します。2005年の創業時から一貫して生活者を社会の主役と位置づけ、企業とのつながりを生み出す多様なマーケティング支援サービスを開発・提供しています。累計4,000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、世界中の生活者と企業とのつながりを創出しています。2012年よりグローバル展開を開始し、現在はアジアや欧米など世界に向けてサービスを提供しています。

* 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】

アライドアーキテツ株式会社 広報室 担当:澤田
TEL: 03-6408-2791 MAIL: press@aainc.co.jp