

報道関係各位

2024年3月6日
株式会社クロス・マーケティング

若年層以外にも広がる「倍速視聴」 まとめて見るときにも、ちょっとした空き時間にも利用

－ 動画の倍速視聴に関する調査（2024年） －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「動画の倍速視聴に関する調査（2024年）」を実施しました。近年、動画配信サービスで視聴できるコンテンツも増えており、タイパ（タイムパフォーマンス）を意識して、倍速で視聴することもあるのではないのでしょうか。今回は、動画コンテンツの倍速視聴経験、倍速で視聴しているジャンル・シーン、動画を倍速で見ることに対する意識、低倍速で見たい動画コンテンツなどを聴取しました。

※動画コンテンツ：録画したテレビ番組やYouTube、Amazonプライム・ビデオ、Netflixなど動画配信サービス内のコンテンツで聴取

※倍速視聴とは、標準速度よりも早い速度で動画を再生し、視聴すること

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240306baisoku/>

■調査結果

✓ **動画コンテンツの倍速視聴経験は「経験あり」が47.0%。3年前と比べ、12.6pt増加。**

男女ともに20～30代の視聴経験率は4割強～6割と高いが、50～60代でも3～4割を占め、倍速視聴は若年層に限らず各年代にまで浸透している。<図1>

✓ **倍速で視聴している動画コンテンツは、「ドラマ」「バラエティ」「企画動画」が上位。「ニュース・報道」「商品紹介、まとめ動画」「映画」などのジャンルも倍速でよく視聴されている。**<図2>

✓ **倍速で視聴するシーンは、「休日にまとめて」が4割。次いで「平日の夜」「寝る直前」が3割と続く。**

20代は「ランチを食べながら」「順番待ちの時間」「バス・電車内」など、ちょっとした空き時間に倍速で視聴している。<図3>

✓ **倍速視聴は、「倍速で見るもの・見ないものを分けている」が最も高いものの、「自由度が上がる」「効率よくたくさん視聴できる」という良い点と、「印象が残りにくく、内容を忘れやすそう」「目や耳が疲れそう」「よく理解できない」という懸念点とほぼ同率。**

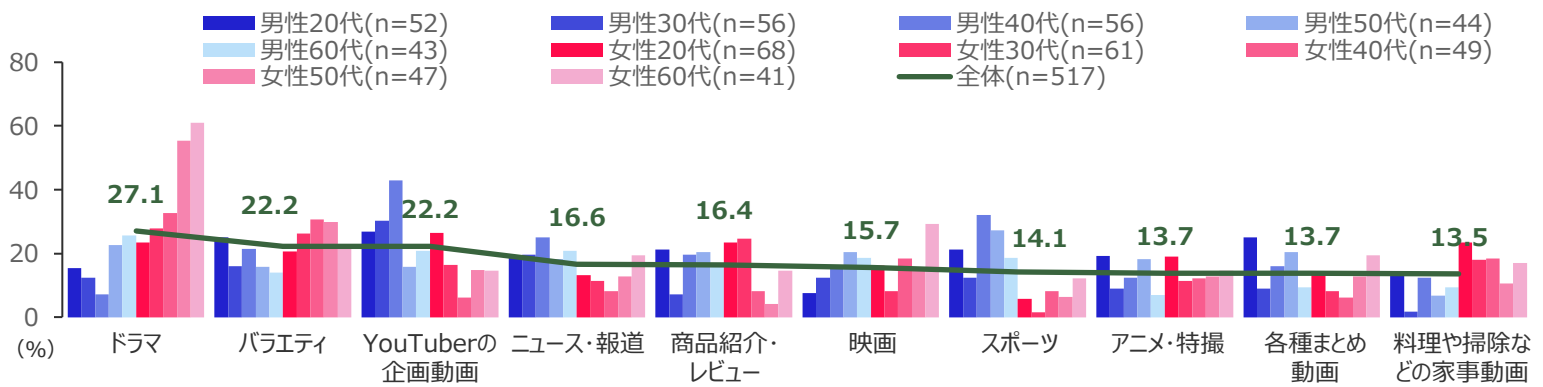
女性20代・30代では「効率よくたくさん動画を視聴できる」、男性20代では「倍速で見ないと時間を損した気になりそう」「集中して視聴できる」が高く、若い世代では特に時間効率を意識している様子。<図4>

✓ **低倍速で視聴したい動画は、「スポーツ」「ダンス」「ピアノ」「メイク」「英語」など習得を目的としたものや、やり方を確認したり、記憶に残したいコンテンツがあげられた。**<図5>

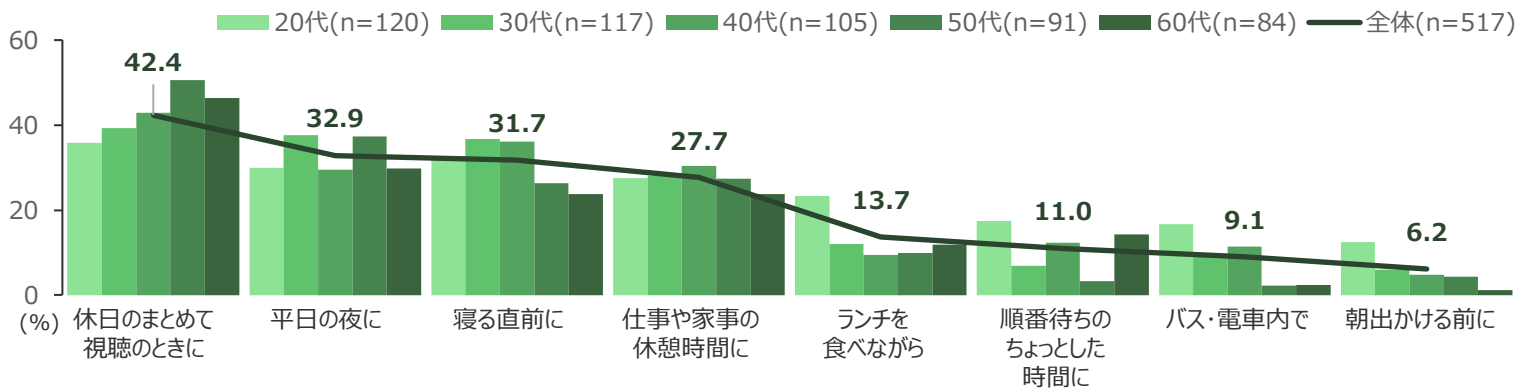
<図1> 動画コンテンツの倍速視聴経験（単一回答）

n=		よく倍速で 視聴している	ときどき倍速で 視聴している	倍速で視聴した ことはあるが、 今はあまり倍速では 視聴していない	倍速で視聴した ことはない	動画コンテンツは 見ない	倍速視聴 経験あり計
2021年全体 (1,100)		8.9	14.1	11.4	40.6	25.0	34.4
2024年全体 (1,100)		13.2	19.6	14.2	37.1	15.9	47.0
男性	20代 (110)	13.6	20.9	12.7	39.1	13.6	47.3
	30代 (110)	12.7	20.0	18.2	40.0	9.1	50.9
	40代 (110)	12.7	18.2	20.0	31.8	17.3	50.9
	50代 (110)	10.0	19.1	10.9	40.9	19.1	40.0
	60代 (110)	10.9	15.5	12.7	41.8	19.1	39.1
女性	20代 (110)	19.1	25.5	17.3	25.5	12.7	61.8
	30代 (110)	14.5	23.6	17.3	29.1	15.5	55.5
	40代 (110)	10.9	20.0	13.6	36.4	19.1	44.5
	50代 (110)	20.0	15.5	7.3	40.0	17.3	42.7
	60代 (110)	7.3	18.2	11.8	46.4	16.4	37.3 (%)

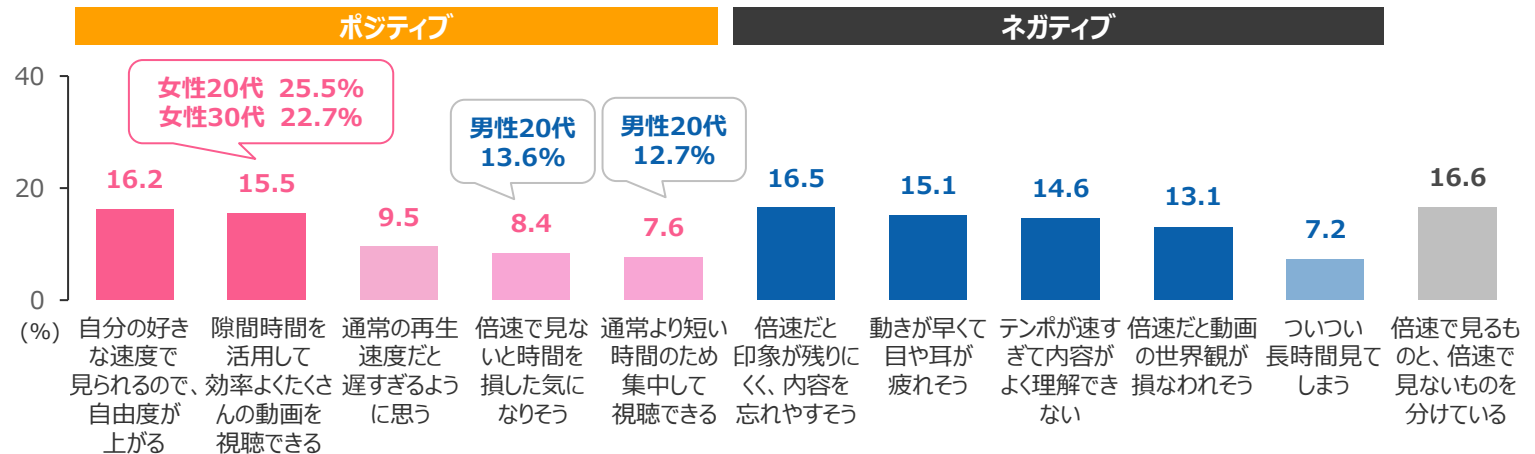
<図2> 倍速で見ている動画コンテンツTOP10 (複数回答) ※動画コンテンツの倍速視聴経験がある人ベース



<図3> 動画コンテンツを倍速で見るシーン (複数回答) ※動画コンテンツの倍速視聴経験がある人ベース



<図4> 動画コンテンツを倍速で視聴することに対する意識 (複数回答: n=1,110)



<図5> 低倍速で見たい動画コンテンツ (自由回答抜粋)

- ・ ゲームの攻略動画。操作のタイミングなどを見極めたいから。(男性20代)
- ・ スポーツの動画。動きやリアルな感覚を感じるため。またフォームを参考にするときは等倍か低速で見た方が勉強になる。(男性20代)
- ・ ダンスの動画。振り付けを低倍速で見ると細かい動きを確認したいから。(男性40代)
- ・ ピアノ演奏の鍵盤を映した動画、指の動きを見たいため。編み方の動画、手元の動きを確認するため。(女性20代)
- ・ バイクレースをスローで見ることで臨場感が増す。(男性60代)
- ・ メイク動画。きっちりポイントを確認しながらみたい。(女性20代)
- ・ 英語の発音を知りたい時。音楽で演奏のフレーズを確認したい時。(女性50代)
- ・ 勉強などの動画でしっかりと記憶に残したいコンテンツを見たいときは低倍速で見る。(男性30代)
- ・ 歴史ものや京都の紹介もの。詳しく知りたいのでゆっくりじっくり見たい。(女性50代)
- ・ 好きな俳優が出ているドラマ。役者のちょっとした表情の変化などじっくり見たい。(女性60代)
- ・ ASMR系または自然の風景をそのまま流している動画。動画の長さが1時間程度だと短すぎて、再生終了時にまた別の動画を探さなければならないのが面倒だから。(女性20代)

■ 調査項目

- 属性設問
- 動画コンテンツの倍速視聴経験
- 倍速で見ている動画コンテンツ
- 動画コンテンツを倍速で視聴するシーン
- 動画コンテンツを倍速で視聴することに対する意識
- 低倍速で見たい動画コンテンツ

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240306baisoku/>

■ 調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
調査地域 : 全国47都道府県
調査対象 : 20～69歳の男女
調査期間 : 2024年3月1日 (金) ～ 3日 (日)
有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

- 会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」