



CMR	Vol.24-9月号
-----	------------

YouTubeで待望のローンチ 縦型動画広告は他と何が違う？

今月の ピックアップ

YouTubeは9月12日、「縦型の動画広告」を公開した。FacebookやInstagram、SnapChatでも既に提供されているフォーマットではあるが、YouTubeにはこれらの広告と異なる形で活用される事が期待されるという。

参照：<https://markezone.jp/article/detail/29255>

■縦型の動画広告がスタンダードに

動画広告の先駆けは間違いなくYouTubeですが、当時はPCでの再生を意図していたこともあり、当然そのフォーマットは横型でした。未だに「動画広告＝横型」という認識を持っている人が多いのも、これが理由です。しかし、海外ではSnapChatが2014年に縦型動画のフォーマットをリリースし、当初懐疑的であった広告主も、その効果が分かるにつれて、徐々に「縦型の動画広告」が浸透していきました。

日本でも、Instagramの流行によって、若年層を中心に縦型動画は今や当たり前を感じるようになってきました。このようにストーリーズ全盛時代だからこそ、縦型の動画広告が受け入れられやすい環境が作られ始めています。YouTubeが縦型の動画広告フォーマットをリリースすることも自然の流れではありませんね。

ただ、YouTubeはその広告（あるいは動画プラットフォームとして）の性質上、他の動画媒体と異なる使い方がされると予想されています。

SnapChatやInstagramに代表される縦型の動画広告は、上下左右に動かすことをユーザーに求めます。

一方、YouTubeは、基本的にユーザーが動画を見ている中に広告が挿入される（プレロール広告）ため、じっと見ていることが多くなります。

すなわち、YouTubeの縦型動画広告は、スワイプを促すものというよりはTVCMにより近い感覚で見られます。

■動画広告の最適な時間は何秒なのか

アドテック企業のスチールハウスCEOマーク・ダグラス氏は、「インスタグラムとSnapChat上の広告は短い。YouTube上の広告も、短いほど良いのではないか。このことで、YouTubeに新しい広告主が増えるだろう」と語っています。

縦型動画広告としての時間最適解は、今後も15秒程度の短いものということはYouTube上でも恐らく変わらないでしょう。

その他のトピックス

動画施策検討企業に聞く「尺」「制作期間」「予算」——ブルークス調べ
<http://marketing.itmedia.co.jp/mm/articles/1809/11/news008.html>

AI×動画×SNSで「個」へのマーケティングを進化！アライドアーキテクト、新会社AiCON TOKYOを設立
<https://markezone.jp/article/detail/29282>

TikTok活用で視聴数が160%UP！AbemaTVの若年層向けマーケティングに迫る
<https://markezone.jp/article/detail/29286>

10代スマホサービストレンド調査

若年層のトレンドやインサイトを分析するマーケティング研究機関「TT総研 -Teens Trend総研-」は、「10代のスマホサービストレンド」に関する意識・実態調査をおこないました。

参照：<https://tt-soken.jp/article/702>

10代がほぼ毎日使う連絡ツール

順位	アプリ
1位	LINE (回答数：284)
2位	Twitter (回答数：100)
3位	Instagram (回答数：90)
【Pick Up】 ひま部、Discord、DISCO	

10代がほぼ毎日使うSNS

順位	アプリ
1位	Twitter (回答数：195)
2位	LINE (回答数：153)
3位	Instagram (回答数：113)
【Pick Up】 Studyplus、HelloTalk、カカオトーク	

10代がほぼ毎日使うマルチメディア

順位	アプリ
1位	YouTube (回答数：206)
2位	ニコニコ動画 (回答数：25)
3位	TikTok (回答数：12)
【Pick Up】 Mirrativ、nana、V LIVE、Tver、Abema TV	

10代がほぼ毎日使うライフスタイルアプリ

順位	アプリ
1位	SNOW (回答数：32)
2位	メルカリ (回答数：31)
3位	B612 (回答数：22)
【Pick Up】 Classim、シフトボード、ペタットカレンダー、LIPS、LUCRA、ST channel、Qoo10、SHOPLIST	

10代がほぼ毎日遊ぶゲーム

順位	アプリ
1位	荒野行動 (回答数：29)
2位	バンドリ！ガールズバンド パーティー！ (回答数：21)
3位	モンスターストライク (回答数：20)
【Pick Up】 PUBG、パズドラ、Fate GO、スクフェス	

※調査対象：10代男女315名

今回のTT総研調査では、LINE・Twitter・Instagram・YouTubeについては、多くの10代がほぼ毎日使っているということが分かります。これらをベースに、個人の趣味や関心などで使うアプリ（サービス）に個性が表れています。

ライフスタイルアプリやゲームアプリは恐らく1年後のアンケートでランキングが変わってくる可能性は高いため、日々トレンドを追うことが重要です。まずは今のトレンドを把握し、次に流行るアプリを考えてみるのも面白いのではないのでしょうか。

C.REP

株式会社シー・レップ(C.REP Co.,Ltd.)

〈東京本社〉

〒102-0074 東京都千代田区九段南2丁目3-14 日本生命靖国九段南ビル4F

TEL : 03-6670-2336 FAX : 03-6670-2996

〈大阪本社〉

〒541-0054 大阪市中央区南本町1丁目8-14 堺筋本町ビル5F

TEL : 06-6262-0999 FAX : 06-6262-0998

■ HP

株式会社シー・レップ

<http://www.c-rep.jp/>

マナビプロモーション支援事業部

<http://www.manabi-promotion.com/>

■ お問い合わせ窓口

info@manabi-promotion.com

東京 : 03-6670-2336 大阪 : 06-6262-0999

CMR 2018年9月版

発行 2018年10月4日

発行者 マナビプロモーション支援事業部

1. 当社が独自に調査した結果をまとめた2018年8月31日時点の情報です。
2. 無断複製、無断配布、無断公開を禁止しております。



MANABI PROMOTION

シー・レップ マナビ 

www.c-rep.jp