

# ビジネスの成功に 動画が必要な4つの理由



株式会社 三光  
SANKO CO., LTD.

## ◆なぜビジネスの成功に動画が必要なのか？

現在、多くの企業が動画の活用を始めております。マーケティング施策、営業ツール、カスタマーサポート、リクルート、社内研修など活用シーンは様々です。ビジネスの成功に動画が欠かせなくなってきました。さて、それではなぜビジネスの成功に動画が必要なのでしょう？

### 理由 1. 消費者の生活の中心には常に「動画」がある

PC、スマホの普及に伴い、テレビCMや雑誌等といった従来のメディアから一気に多様化しました。PC、スマホで検索すれば自分の探している商品・サービス情報は大量にヒットします。口コミサイトもたくさんあるので、購入者のリアルな評価を知ることができます。今では世界最大の動画配信プラットフォーム YouTube の成長により、インターネットユーザーの中で動画が非常に身近なものになっています。小学生の2019年「将来つきたい職業」は、男子1位が「YouTuberなどのネット配信者」であることが学研教育総合研究所の小学生白書より明らかになりました。Google ジャパンが開催した YouTube の広告主向けイベントでは、2017年の結果を発表しています。日本語版の提供開始から10年経過した2017年には、18

歳～64 歳のインターネット人口の 82%が YouTube で何らかの動画を視聴したといます。さらに、YouTube 全体では 1 日あたりの動画視聴時間が 10 億時間を超え、月間ログイン視聴者数は世界で 19 億人、日本では 6,200 万人に達するそうです。このデータが示すように、動画というコンテンツは間違いなく消費者の生活の中心にあります。スマートフォンが普及した今では自宅だけでなく、ちょっとした隙間時間を見つけては、動画を楽しむ消費者も多いでしょう。

## 理由 2. 数あるコンテンツの中で「動画」の可能性がスゴイ

インターネット上にあるコンテンツは大まかに分類するとテキスト、画像、そして動画の 3 つです。これらの中で最も情報伝達量の高いコンテンツはやはり動画になります。米国のエクスペリエンスデザイン会社である btrax が動画に関する統計をまとめてブログエントリーによると、1 分の動画が伝えられる情報量はテキストにして 180 万語ほどであり、Web ページに換算するとなんと 3,600 ページ分に匹敵します。これを 1 分間で完読できる人などいないので、動画を活用することでいかに多くの情報を伝達できるかが分かります。さらに、動画を活用すると製品やサービスへの理解度が 74%高まるという統計もあるため、や

はりテキストや画像だけで情報を伝えるよりも、動画を活用する方がより多くの情報を伝えられます。

「動画の可能性」といえば、米国のシェーバー市場にて革新的なサービスで成功した企業があります。

Dollar Shave Club（ダラーシェイブクラブ）は「毎月1ドル+送料でカミソリの替え刃を届ける」という画期的なサービスを提供した企業であり、サービス提供開始からわずか2日で1万2,000人の会員を獲得したという逸話があります。この偉業を支えたのが動画を活用したマーケティングです。Dollar Shave Clubは笑いやユーモアを含め、自身達の訴求ポイントをストレートに伝えた動画をYouTube上で配信し、それが爆発的にシェアされたことで大量の会員獲得を達成しました。この事例で興味深い点は、シェーバーという世界的な寡占市場においても画期的なサービスと動画マーケティングを駆使したことで、大手シェーバー企業にとって大きな脅威になったことです。ちなみにDollar Shave Clubは最終的にUnilever社に推定10億ドルで買収されました。ちょっとした知恵とそれを訴求するための動画を駆使すれば、中小企業が特定の市場で大量のシェアを獲得することも夢ではありません。

### 理由3. 「動画」を活用している企業は活用していない企業よりも成長している

動画を活用すれば必ずしもビジネスが成功するわけではありません。肝心なのは「どう活用するか？」であり、「動画活用＝成功」と考えてしまうと失敗する可能性もあります。しかし、米国の調査会社である Aberdeen Group（アバディーングループ）が2015年に行った調査によれば、動画を活用している企業は活用していない企業よりも前年比伸び率が49%も高いという結果が出ています。その理由は、動画が消費者の中心にあるためであり、マーケティングソフトウェアを提供する HubSpot（ハブスポット）が公開したコンテンツ消費に関する調査によれば、ソーシャルメディアやニュース記事など多彩なコンテンツが流れる Web において、ユーザーが最もじっくり視聴するコンテンツは動画だそうです。本稿を読まれている方の中には YouTube 等で配信する動画広告に興味を持っている方も多いでしょう。消費者が動画を視聴する際に流れる動画広告は、関連キーワードによって配信される動画広告が最適化されているので、適切なターゲットに動画広告を届けることができます。前述した動画視聴に関するデータを考慮すると、動画広告のリーチ数はインターネットユーザーの実に80%以上ということになり、従来のマスマーケティングよりもかなり効率良くマーケティング施策を展開できます。

## 理由4. 企業の決裁者クラスにもアプローチできる

大企業はもとより中小企業の決裁者の多くは50代以上のミドルシニア層とシニア層です。そのため「動画では企業決裁者に届かないことが多いのでは？」と考えられがちですが、これは誤解です。MMD総研が実施した「2017年シニアのスマートフォン利用に関する調査」の結果によると、60代のスマートフォン所持率は51.9%と過半数を超えています。70代でも35.7%と高い所持率があります。ミドルシニア層とシニア層のインターネット利用や動画視聴は確実に増加傾向にあるため、動画を活用することで効率良く企業決裁者に商品やサービスをアプローチすることが可能なのです。

### ◆すべてのビジネスに動画を

「動画」と聞くと動画マーケティングを連想しがちですが、活用シーンは本当にたくさんあります。それぞれのシーンで適切な動画を活用することで、ビジネス効果を最大化していくことができるでしょう。

当社(株)三光ではシーンごとに最適な動画をご提案し、制作から配信まで一気通貫でご提供します。

動画制作の際は、ぜひ(株)三光までご相談ください。

電話：0955-23-5808 動画担当：山口