

WEB動画の未来について



まず、動画の主な特徴3つとして

特徴Ⅰ：興味を引きつける

動画は人の視覚や聴覚に訴えることができるので、
つい動画をみてしまう＝興味を持つきっかけになります。

動画は人やアニメーションが常に動いたり、音声
が流れるのでユーザーの目をより惹きつける効果
があります。

これは、人は動くものに対して本能的に反応する
習性があることも影響しており、動きや音声のある
動画は「ついみてしまう」という効果があります。



特徴2：多くの情報を伝えられる

動画を活用すれば、網羅的に伝えることができ
効率よく魅力を伝えることができます。

動画は1分間でなんと「Webページ3,600ページ分」ほどの情報量があるといわれています。例えば、ある製品の使い方を記載したマニュアルがあるとしたら。

使い方を細かく記載してページの多いマニュアルになるよりも、動画で使い方を説明したほうがイメージしやすい場合もあり、ユーザーからみても情報を探す負担が減りますよね。



特徴3：記憶に残る

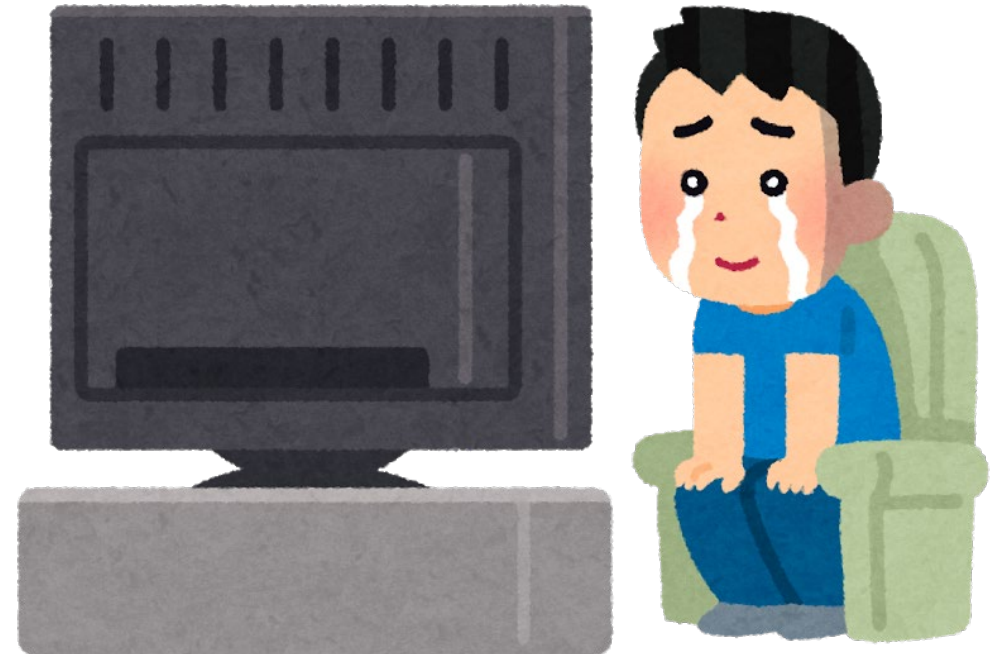
「あの時動画でみたやつだ!」と
記憶を基に思い出してくれやすくなります。

動画は記事コンテンツの2倍の記憶の定着力があるといわれています。

文字を読んだ時の記憶定着率は10%であるのに対して、動画を視聴した場合は記憶定着率が20%に上昇するそうです。

これは、動画は視覚だけではなく、聴覚にも働きかけることができるためです。

また、人は感情が動くと記憶に定着するといわれおり、動画はテキストや静止画よりもストーリー性を出せるので、感情を揺さぶり記憶に残りやすくなります。





そもそも
動画コンテンツにはどんな種類がある？

1.「商品・サービス紹介」

商品やサービスを紹介する動画は、多くの企業で活用されています。
テキストだけでは説明が難しいブランドイメージや、製品のこだわりなども短い時間でわかりやすく伝えられます。
動画の内容によっては、展示会や営業資料としても活用可能です。



2.「動画広告」

動画を活用し、企業や商材のプロモーションを行うのが動画広告です。
主にWebサイトの広告枠や動画サイトで再生されます。
動画広告は映像や音声も自由に使えるため、テキストのみの広告よりも印象に残りやすいのがメリットとして挙げられます。



3.「採用コンテンツ」

採用コンテンツ動画は、新卒採用、中途採用といった採用活動に活用します。会社紹介や事業内容を写真やグラフ、図などを使ってわかりやすく提供できるのがメリットです。

社員の声や経営者からのメッセージなどのコンテンツは、言葉では伝えにくい社内の雰囲気をわかりやすく伝えられます。

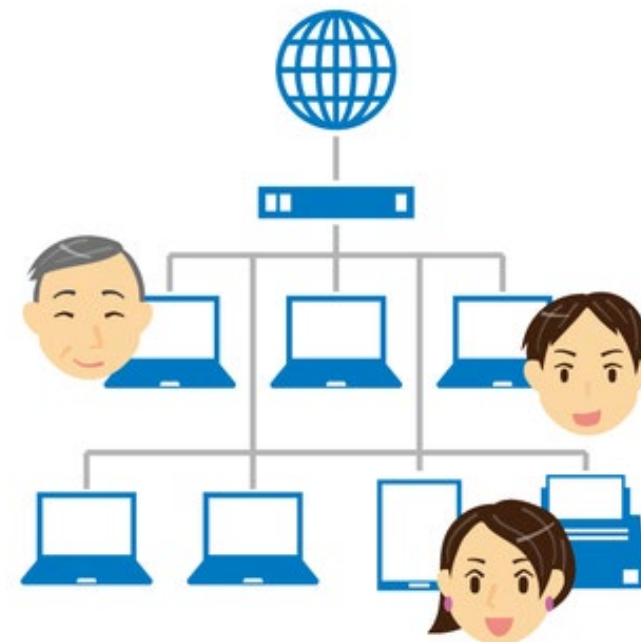


4.「社内向けコンテンツ」

社内向けコンテンツは、自社の従業員を対象にした動画で、社内研修や社内ブランディングの動画などが該当します。

業務マニュアル、ノウハウや情報の共有、代表メッセージによる理念教育など、利用方法はさまざまです。

動画ならではの豊かな表現力により、テキストよりも多くの情報を伝えることができます。



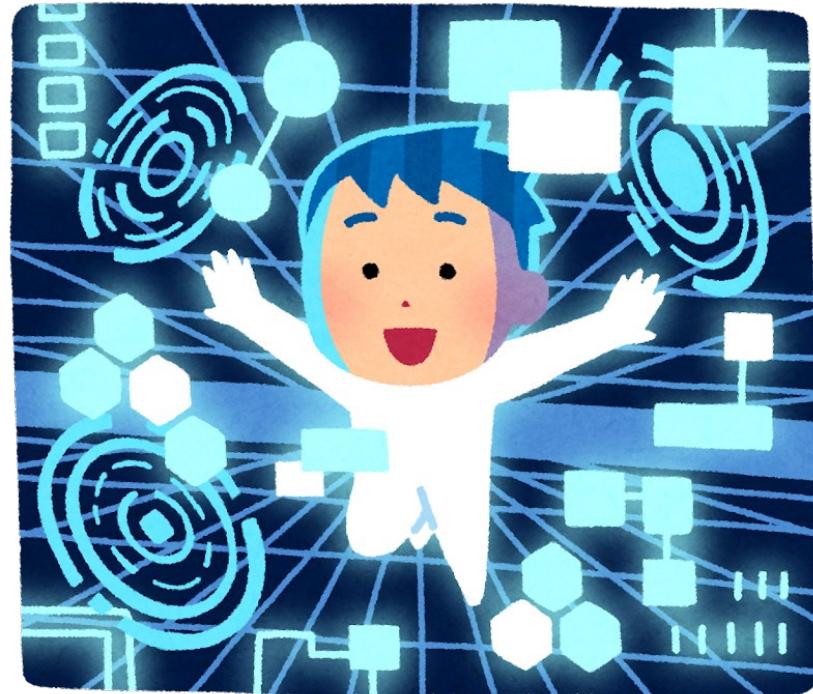


現在こんな事が言われています。

メタバースについて

メタバースとはコンピュータやコンピュータネットワークの中に構築された、3次元の仮想空間やそのサービスのことを言います。

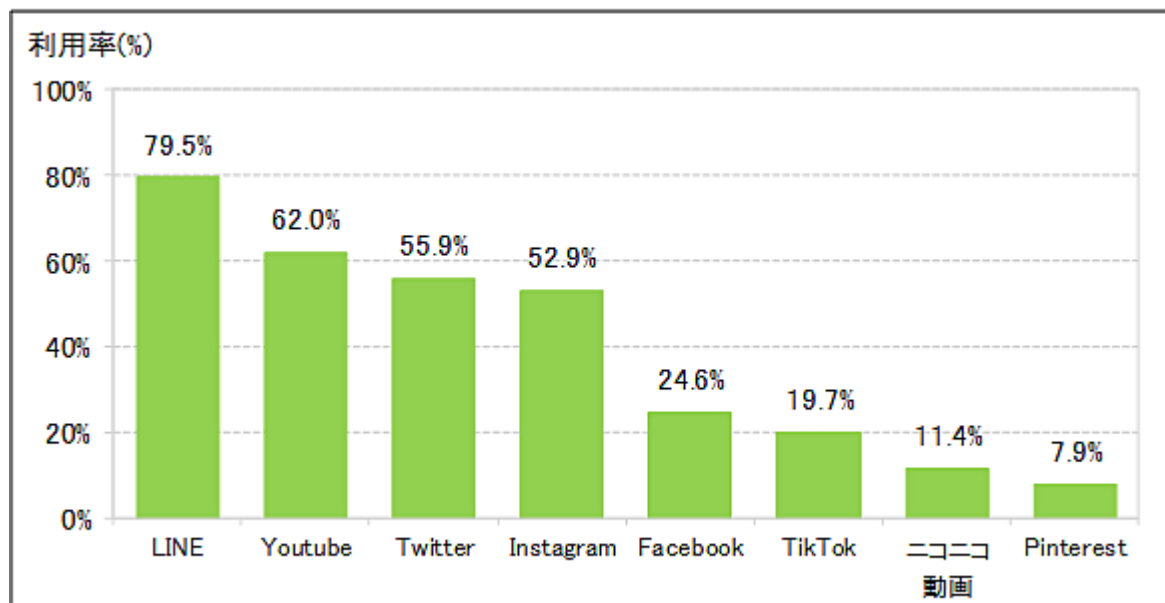
メタバースは、多くの可能性を秘めていますが、例として、メタバースをバーチャルオフィスとして利用し、テレワークでも簡単に情報共有でき、社員同士のコミュニケーションもとりやすくなったり、仮想空間というメリットからコンサートやビジネスなどで目的にあわせて空間を演出することができると言われています。



動画を用いたマーケティングについて

近年、企業のWebサイトやFacebookなどで、動画広告や説明動画を見かけることが多くなっています。文字情報以上の情報量があり、かつ理解しやすい、動画を用いたマーケティングは主流になりつつあるといえます。

■表2. 主なSNSの利用率



* 回答者(n=4,406)。SNS、コミュニティサイト・アプリを対象とした。

(参考:株式会社サイバーエージェント 2018年国内動画広告の市場調査)



動画で示す内容と、動画内のストーリー、音楽のすべてが調和することで、非常に強い印象を与えることができます。人は、他人の行動を自分の行動のように認識、共感し、感情的なつながりを生み出すことが科学的にも証明されています。このように動画を通して感動が動くと、より深く記憶に残り、内容を定着化させることができるのです。

AIによる動画について

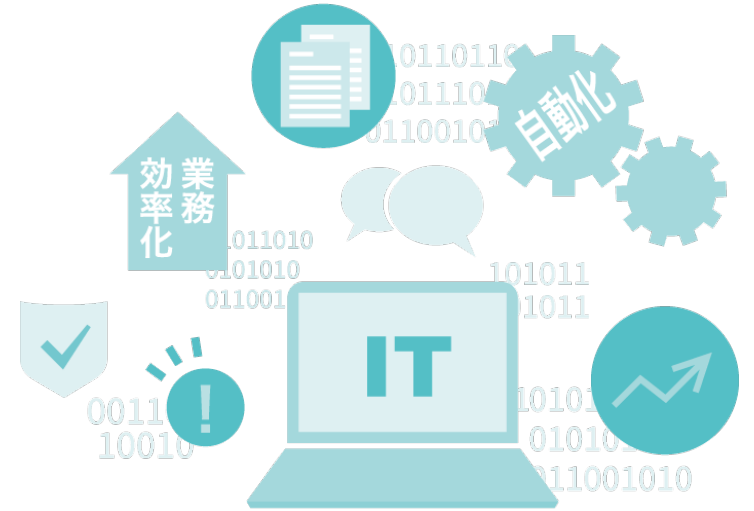
AIによる動画コンテンツの自動作成

AIが、素材を元に動画コンテンツを自動で作成することさえも可能となりつつあります。実際に、消費財メーカーなど一部の大手企業でもAIを使った動画コンテンツの自動作成の導入検証がはじまっています。

動画の作成は、内容の検討から絵コンテの作成、撮影やBGMの選定・編集など、多くの時間や費用がかかり、手を出しにくい側面がありました。今後、技術が発展・浸透することにより、これらの障壁が下がり、多くの企業で、動画マーケティングがより一層取り入れられるでしょう。

AIによる動画コンテンツの自動配信

AIの進歩により、顧客ごとの最適な動画コンテンツの配信を自動で行える時代が来ると考えられます。たとえば、DAMシステム上に保存されたコンテンツのタグを参照して、顧客ごとに最適なコンテンツを自動で選択、MAを通じて配信することが可能になります。これにより、動画コンテンツの数が充実しても、手間をかけることなく、顧客に応じた配信を行うことができます。



5Gでさらに動画が普及

「5G(ファイブジー)」になると「動画の時代になる」と言われています。

日本では2020年3月からAndroidスマホに導入されていますが、5Gによる通信の高速化・大容量化により、人々は4K・8Kといった高画質でリアリティーが高い動画もストレスなく見られるようになり、動画活用が増えます。





動画コンテンツの未来は？

広告市場の拡大と、動画の活用方法の多様化

動画の未来は、動画広告市場の拡大と、動画の活用方法の多様化が考えられます。

動画には、情報伝達量が多い、わかりやすく説明できる、記憶に残りやすいなどのメリットがあります。動画は、静止したコンテンツよりも人々の目を引く効果があり、理解しやすく、ユーザーの共感を生むことができます。動画広告市場は拡大を続け、今後も成長傾向にあります。また、動画は、未来ビジョンや新サービスのコンセプトなど、ユーザーの共感を生みたいときにも活用されています。

動画編集者など動画クリエイター・映像クリエイターの現在の需要

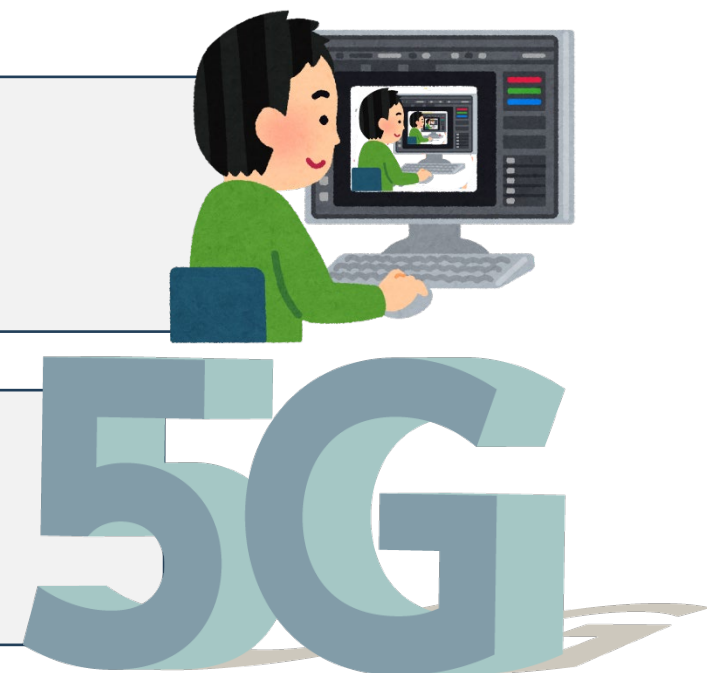
動画編集者など動画クリエイターの需要は、現時点でもかなり高いことが実態です。なぜなら、動画を観る人の数が増加していることに伴い、動画事業に参入する企業が増えているからです。

5Gにより、動画編集スキルの需要は更に盛り上がる

5Gはインターネットが爆速で使えるようになるシステムのこと。超高速・大容量の通信が可能となり、動画視聴におけるデータ制限が減り、通信コストも安くなる。

増える動画編集者に埋もれてしまうのは、確かな技術や知識がないことが原因

動画編集者の数」は増えているものの「発注者が求めるレベルの」動画編集者の数は全く足りていないAIができない属人的なことは、今後も人間の動画編集者がやり続けることになる



動画ビジネスの目的は変わらない



テクノロジーの変化と時代の変化から考えると、ぼんやりと未来が見えませんか？

動画ビジネスの目的は変わらないのです。

ということは、常にテクノロジー変化と時代の変化にアンテナを張っておきましょう。そして、自分がどの分野で勝負できるかを見極めて技術への挑戦と時代の変化に自己認識を合わせてみましょう。

まとめ

目的を相手に伝えやすい
媒体である動画（ムービー）は
やっぱり需要が高い。

動画の特徴

- ・「興味を引きつける」
- ・「多くの情報を伝えられる」
- ・「記憶に残る」

動画コンテンツの種類

- 1.「商品・サービス紹介」
- 2.「動画広告」
- 3.「採用コンテンツ」
- 4.「社内向けコンテンツ」

未来のキーワード

- ・メタバース
- ・動画マーケティング
- ・AI
- ・5G

