報道関係各位

2026年11月18日
株式会社クロス・マーケティング

ショート動画の視聴は68%、そのうち「ほぼ毎日見る」人は35%
やめようと思っても「つい見続けてしまう」は52%

－ショート動画に関する調査（2026年）－

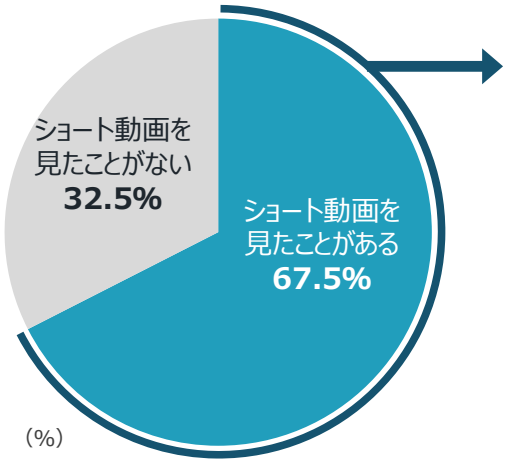
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「ショート動画に関する調査（2026年）」を実施しました。隙間時間に気軽に楽しめるショート動画ですが、少しだけのつもりが、つい何本も見入ってしまうこともあるのではないでしょうか。今回は、「ショート動画の視聴経験」「視聴したことがある動画ジャンル」「視聴頻度」「視聴シーン」「ショート動画の選び方」「ショート動画を見続けてしまう経験」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20261118shortvideo

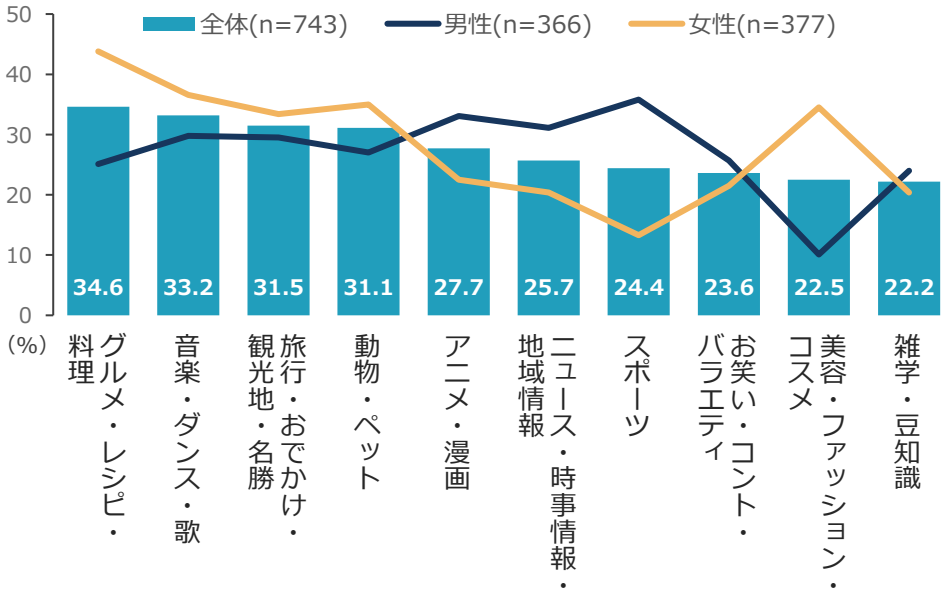
■調査結果

- ✓ **ショート動画を見たことがある人は67.5%。視聴経験のあるジャンルは、「グルメ・レシピ・料理」「音楽・ダンス・歌」「旅行・おでかけ・観光地・名勝」「動物・ペット」が上位で3割台。**
  男性は「アニメ・漫画」「ニュース・時事情報・地域情報」「スポーツ」が、女性は「グルメ・レシピ・料理」「音楽・ダンス・歌」「動物・ペット」「美容・ファッション・コスメ」が高い。<図1・図2>
- ✓ **視聴頻度は、「ほぼ毎日」が34.6%。「週に数日」も26.2%で、日常的に視聴している人が多い。**
  「ほぼ毎日」は30代が40.0%と高い。<図3>
- ✓ **視聴することが多いシーンは「寝る前にだらだら過ごしたいとき」が38.0%で最多。次いで、「休憩時間・昼休み」「疲れているとき・気分転換したいとき」が続く。**<図4>
- ✓ **ショート動画の選び方は、「表示された動画の最初の数秒を見て、興味があるものだけそのまま見ている」「おすすめ欄に表示された動画を、特に選ばず次々と見ている」「見たいテーマやジャンル、キーワードを検索して選んでいる」がTOP3。**<図5>
- ✓ **ショート動画を見るのをやめようと思ってもつい見続けてしまうことが「よくある」（17.1%）と「ときどきある」（35.0%）で、合わせて半数以上は視聴をやめられない経験がある。**
  20～30代は、つい見続けてしまうことが「よくある」は2割を超える。<図6>

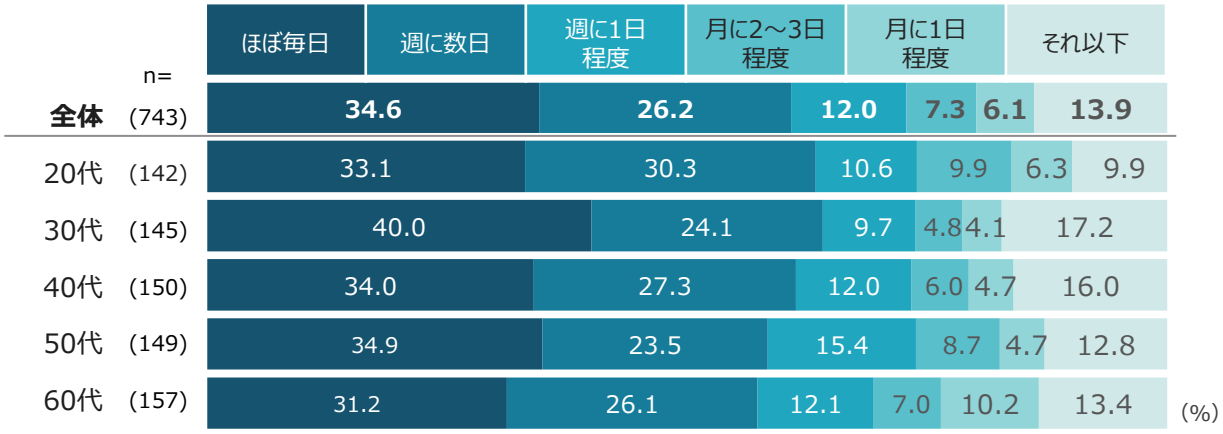
<図1> ショート動画の視聴経験
（単一回答：n=1,100）



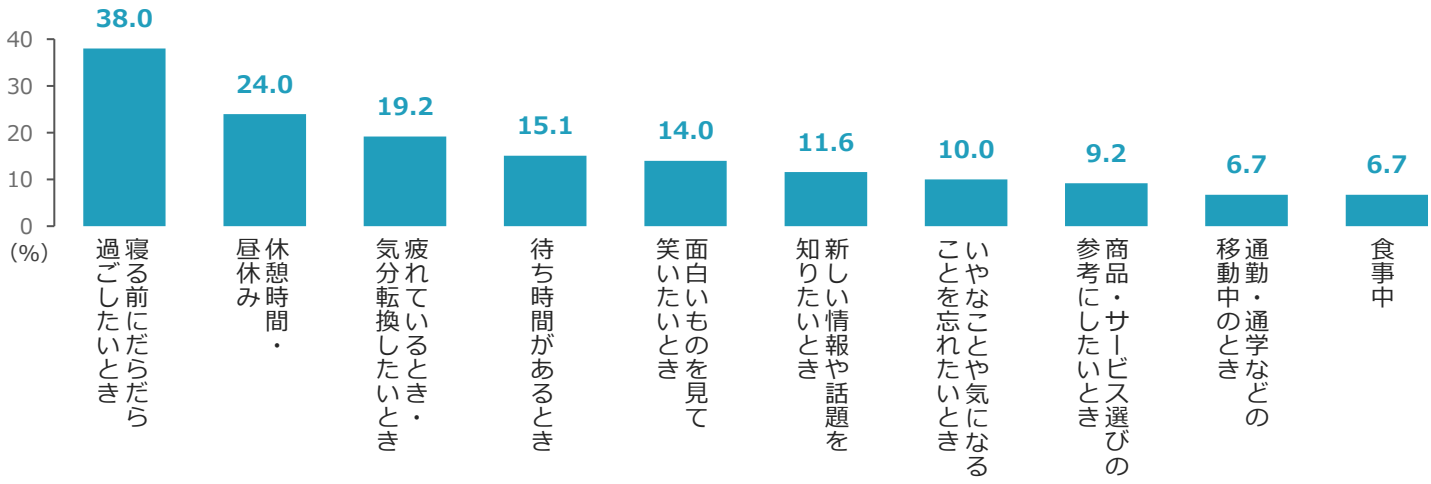
<図2> 視聴したことがあるショート動画ジャンル TOP10
（複数回答：視聴経験者ベース n=743）



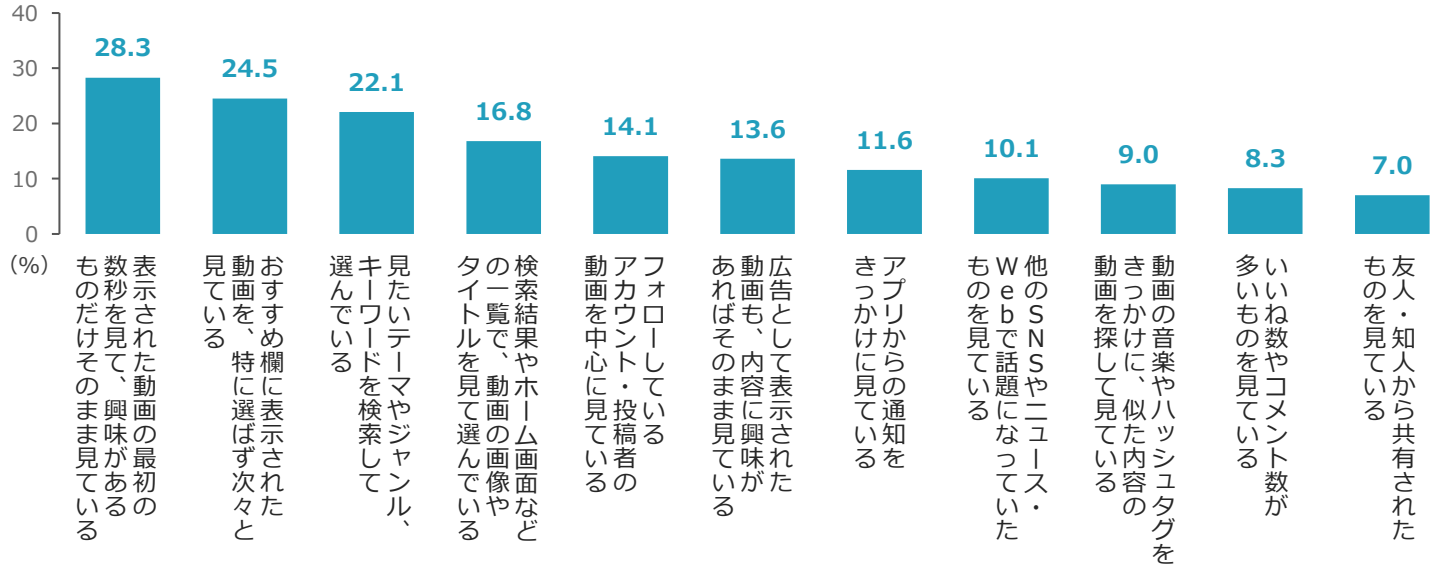
<図3> ショート動画の視聴頻度（単一回答：視聴経験者ベース n=743）



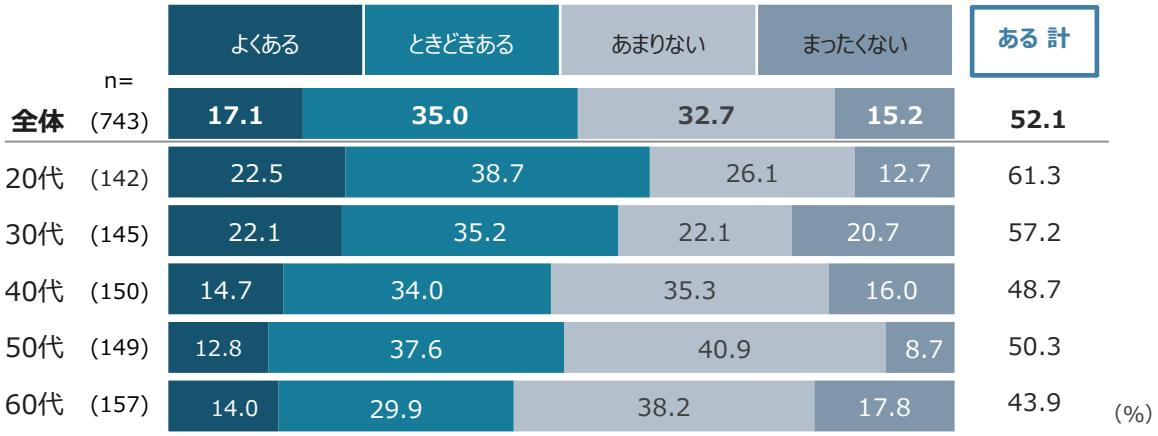
<図4> ショート動画の視聴シーン TOP10（複数回答：視聴経験者ベース n=743）



<図5> ショート動画の選び方　（複数回答：視聴経験者ベース n=743）



＜図6＞ショート動画を見るのをやめようと思っても見続けてしまう経験（単一回答： 視聴経験者ベース n=743 ）



■調査項目

□属性設問
□ショート動画の視聴経験・視聴したことがある動画ジャンル
□ショート動画の視聴頻度
□ショート動画の視聴シーン
□ショート動画の選び方
□ショート動画を見るのをやめようと思っても見続けてしまう経験

◆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/trend-eye/20261118shortvideo

■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　：2026年11月13日（金）～14日（土）
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　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ーション

◆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・・・」