

2026年5月11日

報道関係者各位

株式会社ガイアックス

ショートドラマの視聴媒体は『TikTok』が42.4%で1位、ショートドラマ市場動向調査レポートを公開 ～ショートドラマは認知度9割超の“国民的”コンテンツ～

株式会社ガイアックス(本社:東京都千代田区、代表執行役社長:上田 祐司、証券コード:3775、以下 ガイアックス)は子会社である、クリエイターとの共創を通じて企業のマーケティング課題を解決する株式会社CREAVE(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:中村真奈、以下 CREAVE)と共同で2026年5月11日(月)に『ショートドラマ市場動向調査レポート』を公開しました。

調査レポートをダウンロードする:<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-154526/>



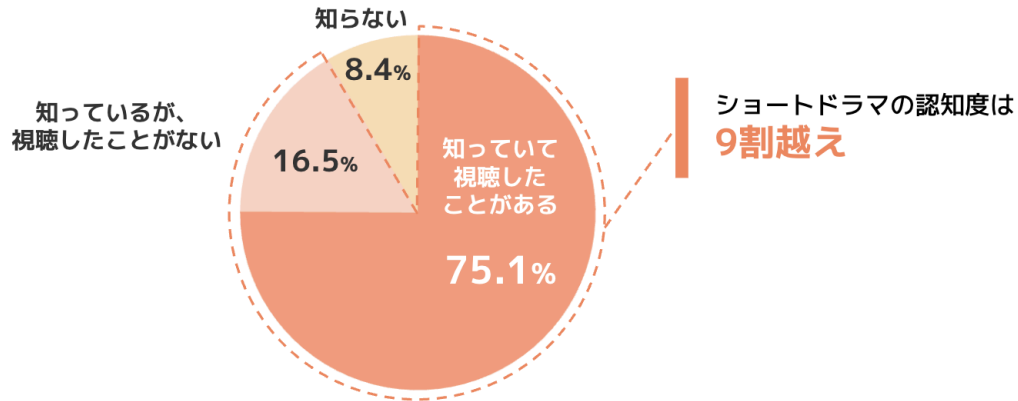
調査の結果、ショートドラマは認知度9割を超える“国民的”コンテンツとして定着し、視聴媒体ではTikTok(42.4%)がYouTubeやInstagramを上回る実態が明らかになりました。また、継続視聴/次話視聴の理由の9割が『続きが気になる』と回答し、ストーリーの力が重要であることがわかりました。

■ 認知度9割越えで、ショートドラマはコンテンツ形式として完全に定着！

全体の91.6%の人がショートドラマを知っていると回答し、全体のなんと75%が視聴したことがあると回答しました。2024年頃からショートドラマを制作するクリエイターの参入、企業活用が本格化し、SNS等に流通するショートドラマコンテンツの量が増加したこともあり、多くの人の目に触れるようになった結果だと言えます。

ショートドラマの認知視聴状況

Q1. 近年、SNSで人気を集めているコンテンツとして「ショートドラマ」というものがありますが、知っていますか？ また、視聴したことはありますか？



Copyright © CREAVE Co.Ltd. All Rights Reserved.

■ ショートドラマ視聴媒体としてはTikTokが利用割合でトップに！

ショートドラマを視聴する媒体として、4割以上の方が「TikTok」を挙げる結果となりました。全体のMAUではYouTube/X/InstagramがTikTokよりかなり多いのですが、ショートドラマ視聴という用途ではTikTokが人気を集めているようです。

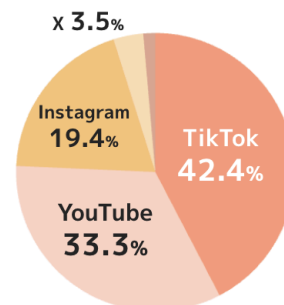
ショートドラマを視聴する媒体

Q2. 「ショートドラマ」を視聴する際、利用する媒体を選択してください。(複数選択可)

SNS名称	日本国内 アクティブユーザー数(MAU)
LINE	1億
YouTube	1,370万
X (Twitter)	6,800万
Instagram	6,600万
Facebook	2,600万
TikTok	4,200万

2026年4月版 | 性別・年齢別 SNSユーザー数 (X、Instagram、TikTokなど13媒体) より

よく利用されるSNSランキングでは
TikTokは4位だが、
ショートドラマ視聴目的ではTikTokがトップに！



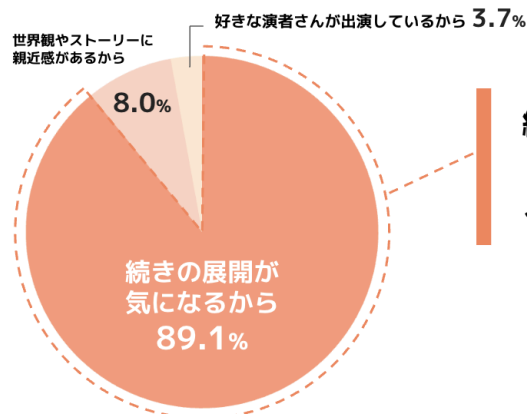
Copyright © CREAVE Co.Ltd. All Rights Reserved.

■ 継続視聴/次話視聴の理由の約9割が「続きの展開が気になるから」ストーリーの重要性が浮き彫りに

ショートドラマ視聴者のうち、継続視聴/次話を視聴したことがある方に、その理由を聞いたところ、約9割の方が、「続きの展開が気になるから」と回答しており、ショートドラマコンテンツにおけるストーリーの重要性が浮き彫りになる結果となりました。

ショートドラマの継続視聴

Q8. ショートドラマを継続視聴もしくは、次話を見る理由に当てはまるものを選択してください（複数選択可）



継続視聴・次話視聴の理由の約9割が
「続きの展開が気になるから」
ストーリーの重要性が浮き彫りに

Copyright © CREAVE Co.Ltd. All Rights Reserved.

■ 弊社運営のショートドラマアカウント「マジ明日」とのタイアップPRで、顧客商品の購買意向が2倍に！！

弊社が運営するショートドラマアカウント「本気出すのは明日から」(通称「マジ明日」)でタイアップPRを実施した企業様の商品についてリフト調査を実施しました。その結果、マジ明日視聴者と非視聴者で、認知度約20%上昇、購買意向が2倍という結果が出ました。ショートドラマのストーリーの中で、商品を自然に登場させ違和感なく訴求するというPR方式の有効性を示していると評価しています。

調査内容②の結果 | 化粧品商材のリフト調査

	マジ明日視聴者	マジ明日非視聴者
認知度	44.2%	25.9%
購買意向	23.3%	10.5%

購買意向が2倍に！！

※認知度…「顧客商材について知っていますか？」という質問に対し、「知っている」と回答した人の割合

※購買意向…「顧客商材について買いたい/買ってみたいと思いますか？」という質問に対し、「思う」と回答した人の割合

Copyright © CREAVE Co.Ltd. All Rights Reserved.

・調査概要

調査主体: 株式会社CREAVE / 株式会社ガイアックス 自主調査

調査時期: 2026年4月
調査対象: 20代から60代の一般消費者
調査方法: オンラインアンケート
調査人数: アンケート 273名

※調査データの引用および転載について

調査データの引用および転載の際は、必ず「出典: 株式会社CREAVE / 株式会社ガイアックス『ショートドラマ市場動向調査レポート』」と明記ください。なお、Webページへの引用・転載の際は、弊社ウェブサイトの記事URL (<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-154526/>) もあわせて掲載をお願いいたします。

さらに詳しい調査内容や、ショートドラマコンテンツによる企業の商品サービスの、認知・購買への影響などの詳細や、他のタイアップPRのリフト調査については調査レポート本編に掲載しておりますので、是非以下からご確認ください。

調査レポートをダウンロードする: <https://gaiax-socialmedialab.jp/document/post-154518/>

■総再生回数10億回突破のショートドラマ『本気出すのは明日から”マジ明日”』

『本気出すのは明日から”マジ明日”』とは、2025年2月から開始10ヶ月で総再生回数10億回、フォロワー数40万人を突破した株式会社CREAVEが制作のショートドラマです。

▶詳細:【総再生回数10億回突破！】『本気出すのは明日から。』監督×代表が明かすファン獲得の裏側

<https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000785.000003955.html>

■株式会社ガイアックス ソーシャルメディアマーケティング事業部 庄司和磨 コメント



ショートドラマというコンテンツは、SNSにおいてもはや一過性の流行りではなく、一つのコンテンツ形式として定着してきたと言えます。クリエイターによるショートドラマ配信への参入のみならず、企業活用も急増してきたことを受けて本調査を実施いたしました。新しいコンテンツ形式だからこそ、その視聴状況や、マーケティング効果については詳細がわからない部分が多いです。ガイアックスとしては、引き続きCREAVEと協力してショートドラマ事業を推進するとともに、ユーザーの視聴状況についても継続的に分析していきたいと考えています。

ガイアックスのSNSマーケティングサービス



ガイアックスは、SNSの黎明期から大手企業を中心としてSNSマーケティングを支援してきたSNS専門の支援会社です。

SNS活用における高い戦略性、コンサルティング・提案力を強みとして、飲料食品、日用品、エンタメ、教育、人材、製薬、金融、官公庁など業種・業界を問わず幅広い企業様、延べ1,000社以上の支援実績があります。

<https://gaiax-socialmedialab.jp/>

■ 株式会社CREAVE 概要

設立: 2016年8月

代表取締役社長: 中村 真奈

本社所在地: 東京都千代田区平河町2-5-3 MIDORI.so NAGATACHO

事業内容: SNSコンサルティング事業、クリエイターマーケティング事業、ストックフォト事業

URL: <https://creave.co.jp/>

■ 株式会社ガイアックス 概要

設立: 1999年3月

代表執行役社長: 上田 祐司

本社所在地: 東京都千代田区平河町2-5-3 MIDORI.so NAGATACHO

事業内容: ソーシャルメディアサービス事業、シェアリングエコノミー事業、web3/DAO事業、インキュベーション事業

URL: <https://www.gaiax.co.jp/>



株式会社ガイアックス

代表執行役社長 上田 祐司

東京都千代田区平河町2-5-3 MIDORI.so NAGATACHO

名証ネクスト市場 コード番号: 3775

TEL 03-6869-0018(広報室)