

ショート動画の魔力

— 脳神経学・経済・社会に及ぼす影響 —

南山大学 荒井ゼミ

佐々 琉晟 齋藤 柚季 森 駿太 近藤 利彦 三宅 悠太

目次

- はじめに



- 脳に与える影響



- 経済に与える影響



- 社会に与える影響

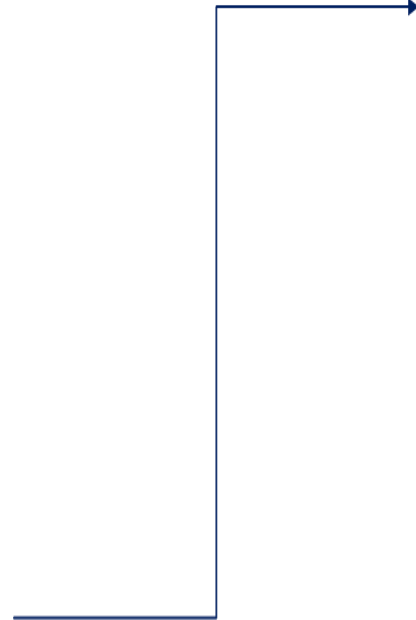
- まとめ



- 今後の展望

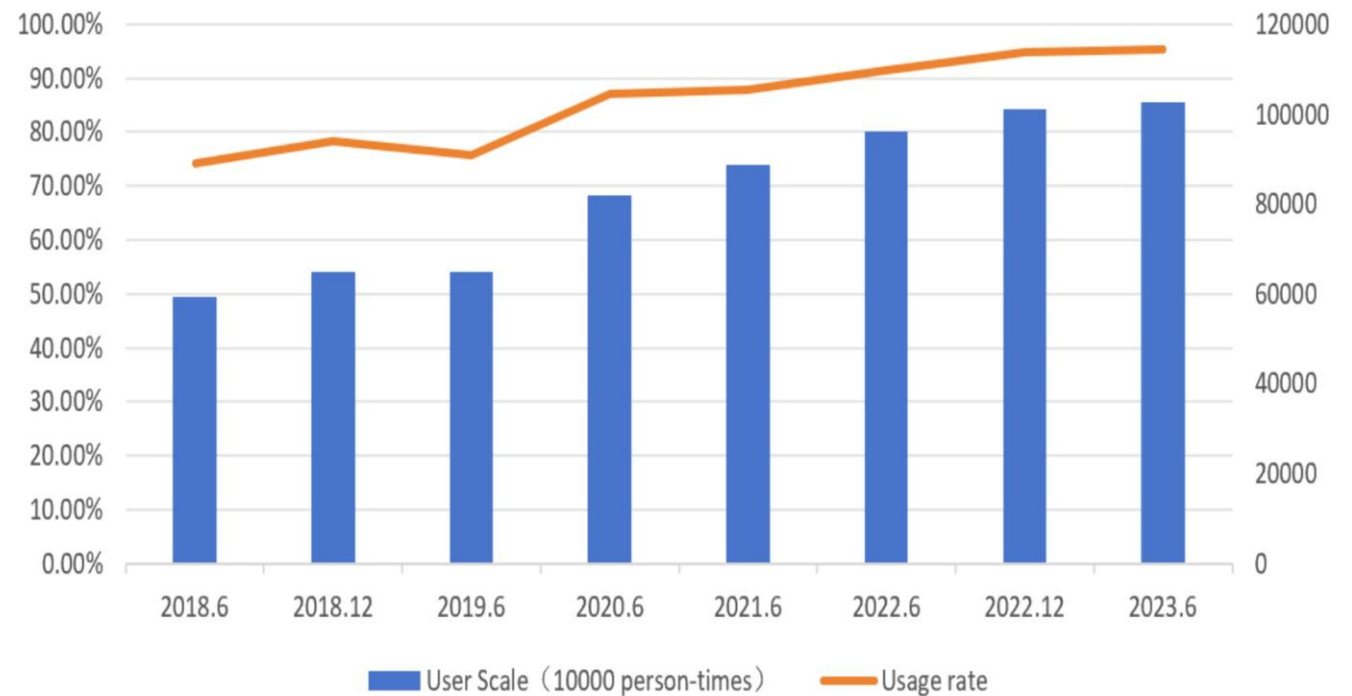


- 最後に



はじめに

- 現在、短尺動画が世界的に急成長している。
EX) TikTok、YouTube Shorts、Instagram Reels
- 2018年～2023年にかけて
ユーザー率は約30%増え、
ユーザーの数は約1.5倍増えた



Q.なぜショート動画を選ぶのか？

A.手軽に見ることができるため

NHK文研フォーラム2023「Z世代とテレビ」において、

「テレビって動かせない。その部屋で見ないといけないし、家族と見ないといけない。1人で見られる環境があまりない。となると、そこで家族と会話しなくちゃいけないし、テレビ見ながら作業したいとなると、リビングとかでやりづらい」（経済学部3年生、女性の返答）



同調査のワークショップ

「これからのテレビ」に何を期待するか⇒「チャンネル増」の注文があった。

Z世代は好きな時に好きなものを見る**手軽さ**を求めている

はじめに

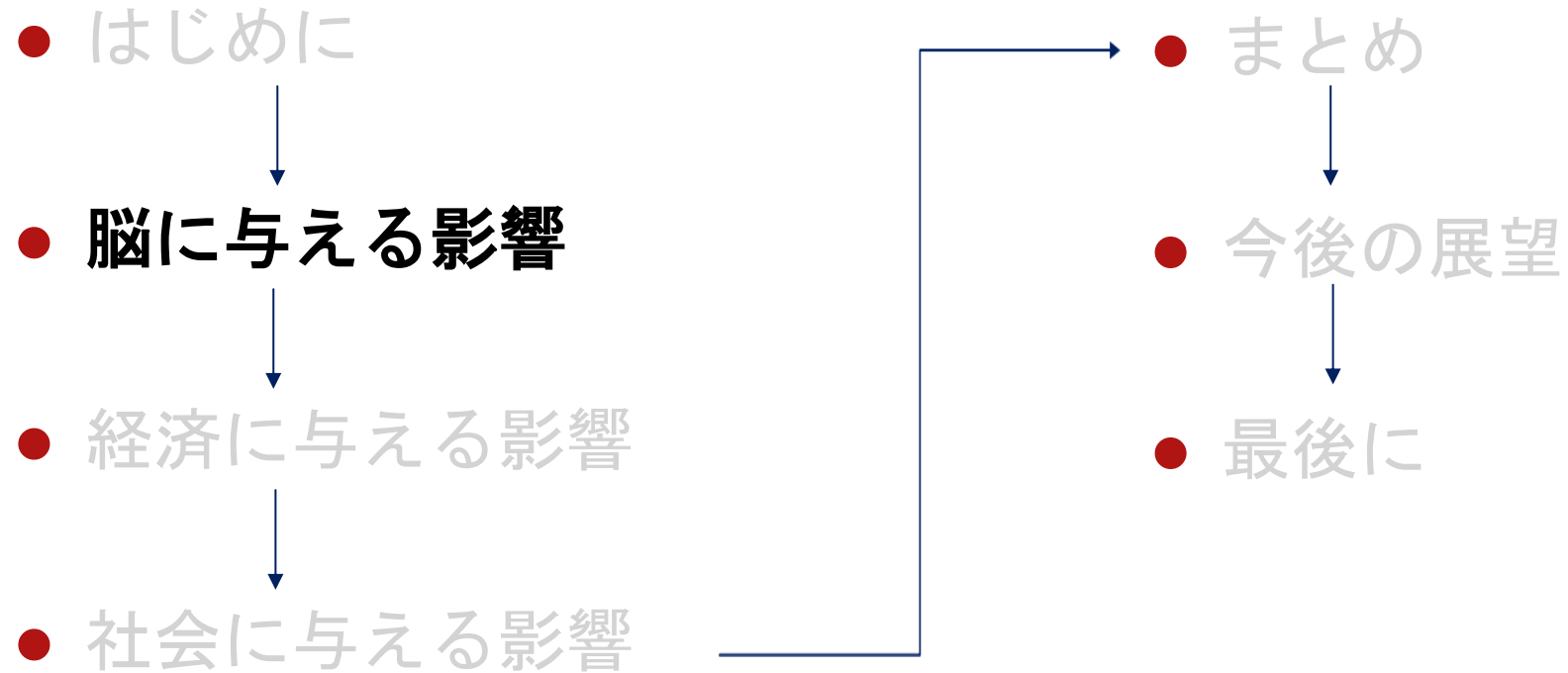
ショート動画はスキマ時間に手軽に見ることができる

⇒短尺動画が生活に欠かせないものになってきている

研究目的

1. ショート動画が「なぜ」これほどまでに人を惹きつけるのか
2. ショート動画を今後どのように活用していくか

目次



ショート動画が人を惹きつける仕組み

脳の報酬系



注意の仕組み



※脳の報酬系とは、
強い感情により「ドーパミン」を
出し、満足感や快感をもたらす
脳の神経回路

長時間の視聴に！

注意による依存

人間の脳は「変化」や「動き」に強く反応する（生存本能）



ショート動画はテンポが速く、映像・音・テロップが変わる



「あと**10秒**だけ・・・」と次々に見てしまう

注意による依存（動画と脳構造・機能の関係）

MRIを使い、ショート動画中毒傾向と灰白質体積の
機能的結びつきを検証

（＊灰白質体積：脳の一部であり、思考や記憶、感情の調整など高次脳機能に関わっている）



特に前頭前脳や前頭皮質などが関わっていた



ショート動画は脳を常に刺激し注意を奪い続けている

注意による依存（動画と脳構造・機能の関係）

EEG（脳波検査）を使い、スマートフォン上の
短尺動画使用傾向と実行機能・注意制御との関連を調べる



ショートビデオ依存傾向と実行制御・自己制御ネットワークを
反映する神経細胞に負の関係があった



長時間の視聴は依存性を高め、自制心が低下していく

認知コストの低さ

ショート動画の一本15～30秒という短さ

→脳にとって「**処理が楽**」な情報量

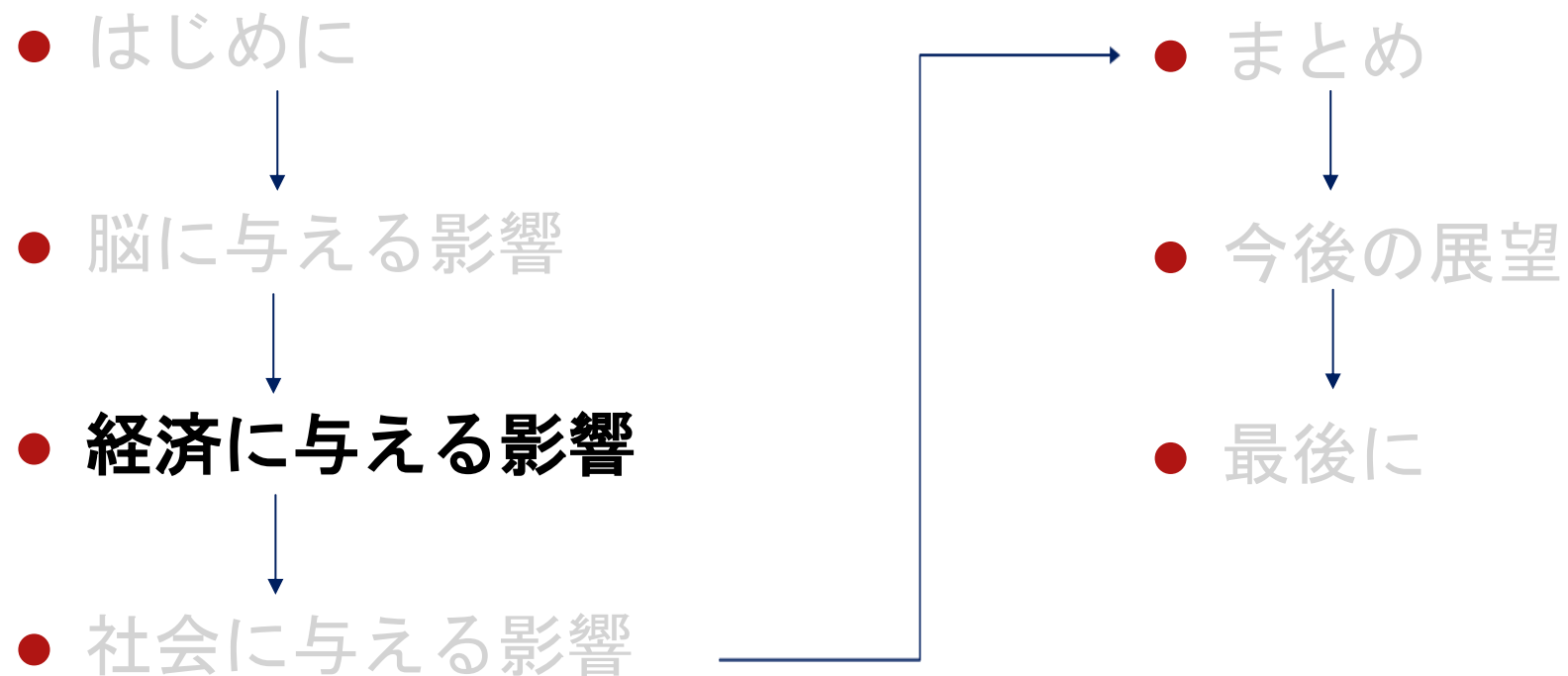
短くて分かりやすいためエネルギーを消費しない



ショート動画は「努力せずに快楽を得られる情報形式」であり、

脳にとって “**非常においしい**” 構造

目次



概要

TikTok、Instagram Reels、YouTube Shortsなどのショート動画

× 単なる娯楽コンテンツ

○ 新しい経済構造の形成者

マーケティング構造の変化

消費者行動への影響

収益創出のメカニズム

マーケティング構造の変化

ショート動画の特徴

- 瞬間的な訴求力
- アルゴリズムによる個別最適化

⇒ 企業のマーケティング構造を変化

持続的な視聴者の関心を引き付ける仕組み

⇒ Attention Economy(注意経済)の中心的存在に

消費者行動への影響

ブランド認知向上に関しては、

従来型マーケティングとショート動画には大きな有意性なし

しかし . . .

- 短時間で視聴者の注意を強く引き、ブランド想起を高める効果
- 特に若年層ではショート動画との関与度が高い

⇒ 今後より効率的かつ効果的な手法になっていく可能性が高い

ブランド浸透とファン層拡大に寄与

収益創出のメカニズム

例：TikTok

- 効率的な運営と大規模データに基づくトラフィックアルゴリズムによって推薦を最適化し、エンゲージメントの最大化を図る。

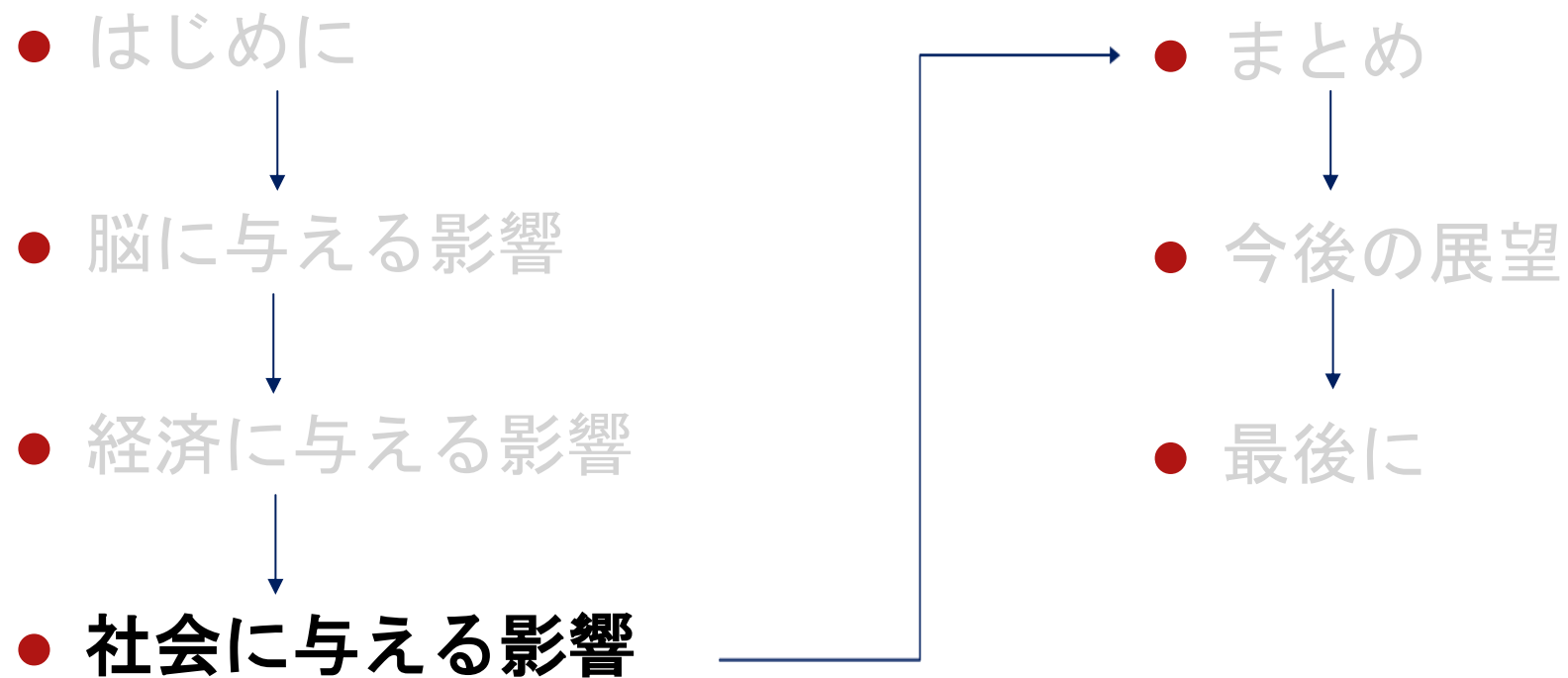
これを以下の多角的な収益経路と結びつける

1. 広告モデル 2. ユーザー課金(投げ銭) 3. eコマース連携

- 成功のカギ 

⇒ 多様な収益モデルの統合、アルゴリズムの精度・推薦最適化

目次



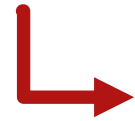
ショート動画普及による変化

- インターネット技術の発展により、ショート動画が普及
↳ 徐々にソーシャルメディアの主流の位置に
- 特に新型コロナウイルス感染症の影響で**市場拡大**

ショート動画は多くの人の楽しみの一つに

情報消費スタイルの変化

- 情報収集の利便性と効率性の飛躍的な向上



情報のリアルタイム性と迅速な伝達

- 多様なメディアによる情報源の確保



地域や国境を越えた情報収集が可能

- 低コストかつ手軽



エコーチェンバー現象

エコーチェンバー現象とは・・・

ソーシャルメディアの特性によって、
ユーザーが同質的な情報に囲まれてしまうリスクが高まる現象



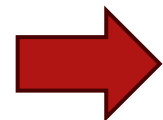
ユーザーが異なる視点に触れる機会が**減少**

短く切り取られた、**偏りのある情報**が手に入りやすい

若年層のライフスタイル

TikTokで若者の政治的内容において娯楽化の傾向

政治的コンテンツを作成・消費に
ミーム形式やトレンド音源を利用



従来の解説形式よりも
64%多くの「いいね」
71%多くのシェア

解説や情報提供よりも、
拡散性や即時的な面白さを追求する「娯楽化」へ

米国若年層のTikTok

米国の若年層の間でTikTokは
政治やニュースを知るための重要な情報収集の場所

18歳から29歳	48%
30歳から49歳	36%
50歳から64歳	22%
65歳以上	24%

30歳未満ユーザーの約半数が
主要または副次的な理由で利用

時事問題に言及した面白い投稿を**84%**、
時事問題に関する人々の意見表明を**80%**が目にしたことがある

ショート動画が文化に与える影響

- 文化のグローバル化



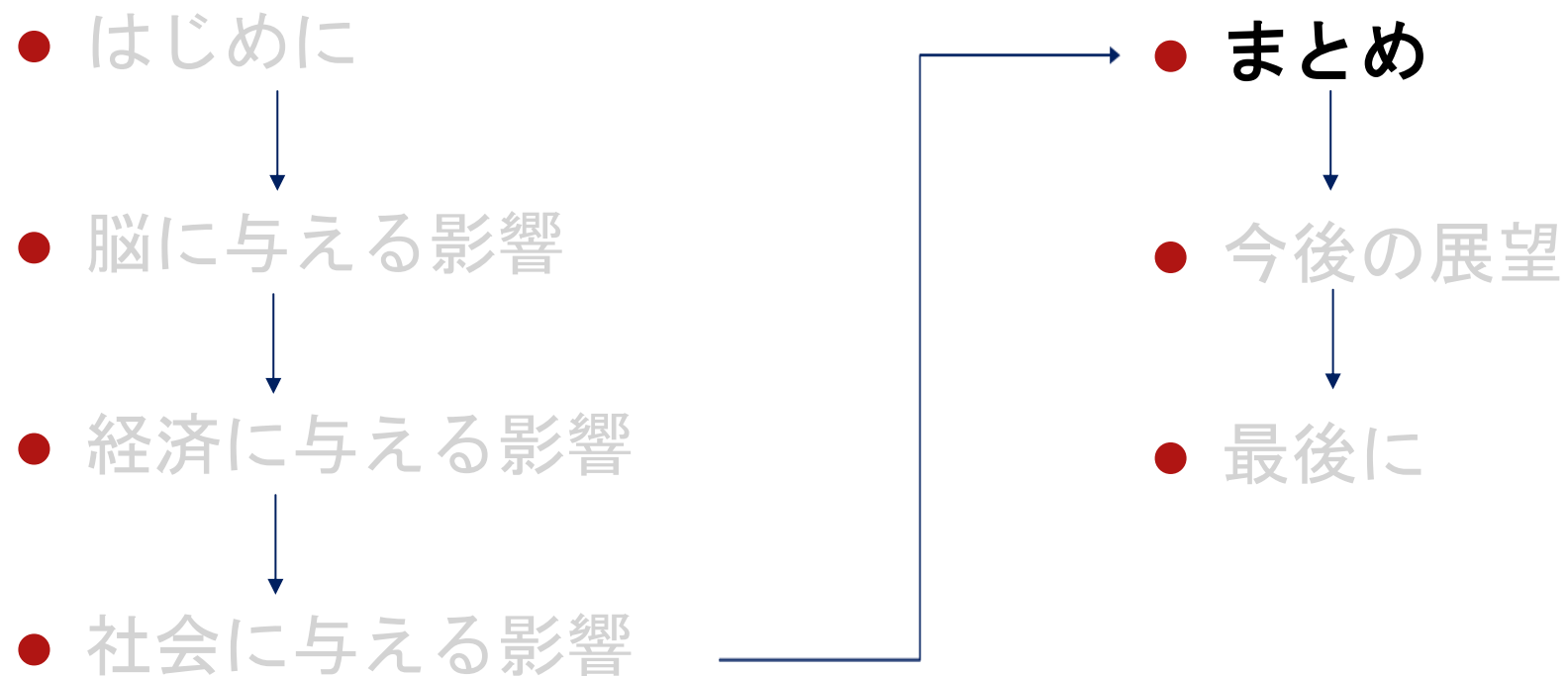
- 文化的多様性やアイデンティティに影響

文化が世界規模で拡散されるのを促進、
国境を越えた文化交流を可能とする

異文化に対する理解と発展に貢献

文化的表現において重要な役割を果たす

目次



まとめ

脳への影響

脳を常に直接刺激することで
注意を奪い、低い認知コストで
快楽を与え続ける

時間間隔や集中力、
自制心にまで
影響を与える

経済への影響

ショート動画は
多角的収益により、
Attention(注意)を

経済資源とする
新しい市場構造を築く

社会への影響

ショート動画は
情報収集の手段(政治を含む)

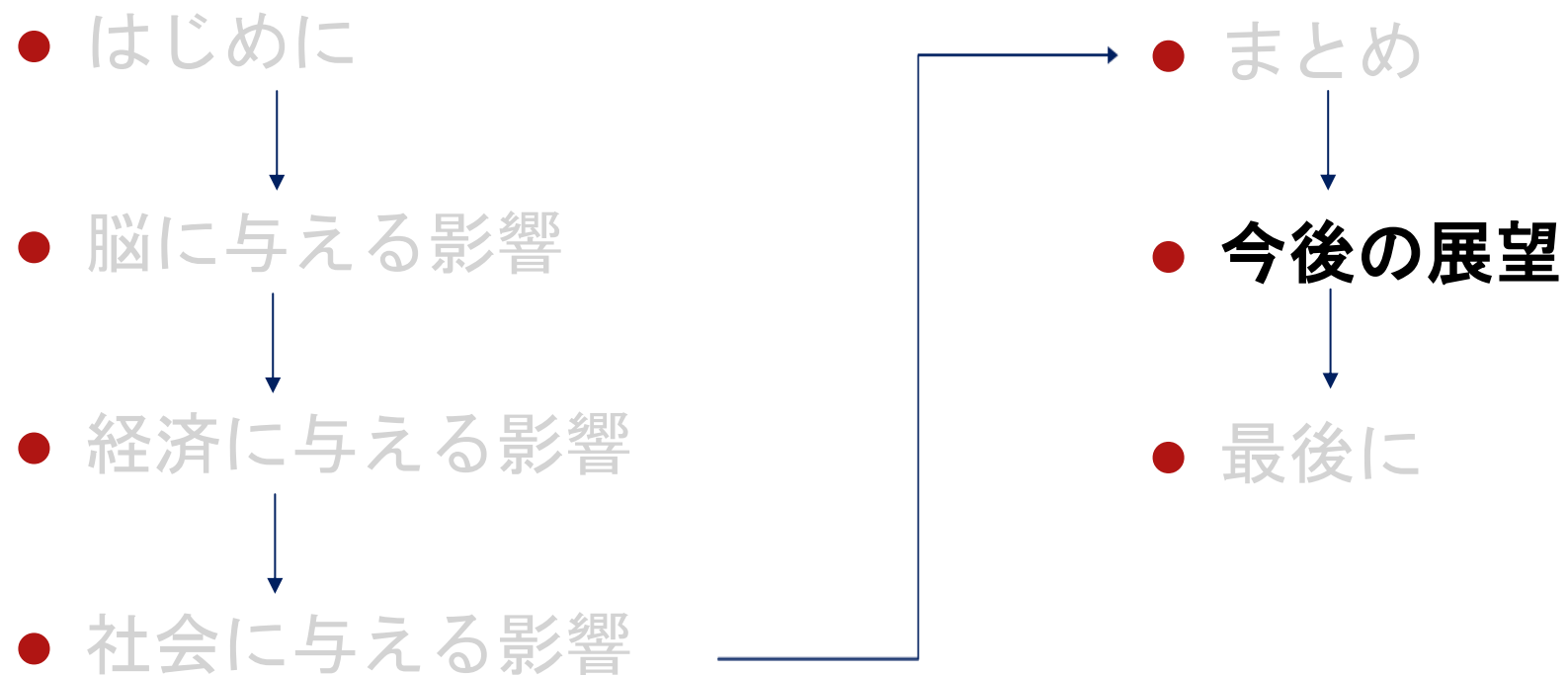
異文化の理解と発展に貢献

情報の偏りには注意
(エコーチェンバー現象など)

ショート動画は様々な分野において、**注目度が高い**

ショート動画の応用力の高さ

目次



学校のICT環境

- 2020年以降のGIGAスクール構想によって全国の公立学校の生徒1人あたり平均1.1台の端末が配備(2024年3月時点)
- 学校のICT環境は着実に整備されている。



学習において動画を使うことが当たり前

マイクロラーニング (1回5分程度の短時間の学習)

- スマートフォンアプリを使った実験
- 携帯端末を使った学習 (m-ラーニング) において

学習時間による学習効果の差はあるのか

- 21~24歳の男女43名を3グループに分け、テストを実施

45分学習グループ

15分×3学習グループ

5分×9学習グループ

事前テスト（60問）

アプリ（45分）

アプリ（15分）

アプリ（15分）

アプリ（15分）

アプリ（5分）

アプリ（5分）

アプリ（5分）

アプリ（5分）

アプリ（5分）

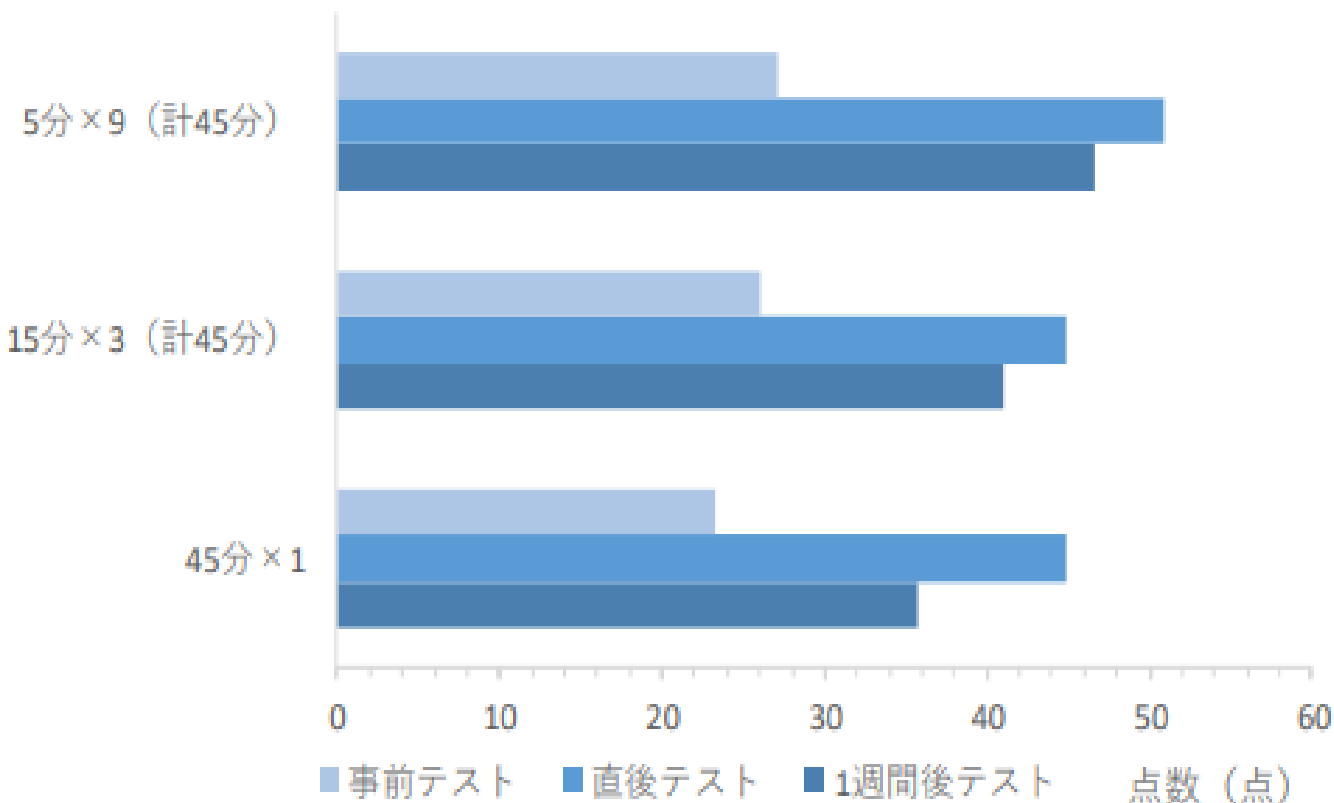
アプリ（5分）

アプリ（5分）

アプリ（5分）

アプリ（5分）

当日 事後テスト（60問）**1週間後 事後テスト（60問）**



「携帯端末による学習支援システムにおけるマイクロラーニングの影響」

事前テストと1週間後テストの点数差

$5分 > 15分 > 45分$

直後テストと1週間後テストの点数差

$45分 > 5分$

マイクロラーニングは効果的な学習方法である

ショート動画を使った実験

- 大学の講義、オンライン反転授業（学生は授業の一週間前から資料動画を視聴し、授業内でディスカッション等）
- 受講者男女65人を長い動画と短い動画でグループ分け

（見る回数に指定なし）

長い動画（約55分）

短い動画（約8分）

ショート動画を使った実験

- 短い動画のグループが長い動画のグループより
動画一本当たりの平均視聴時間： 24.7% 上昇
最終試験のスコア： 7.4% 上昇



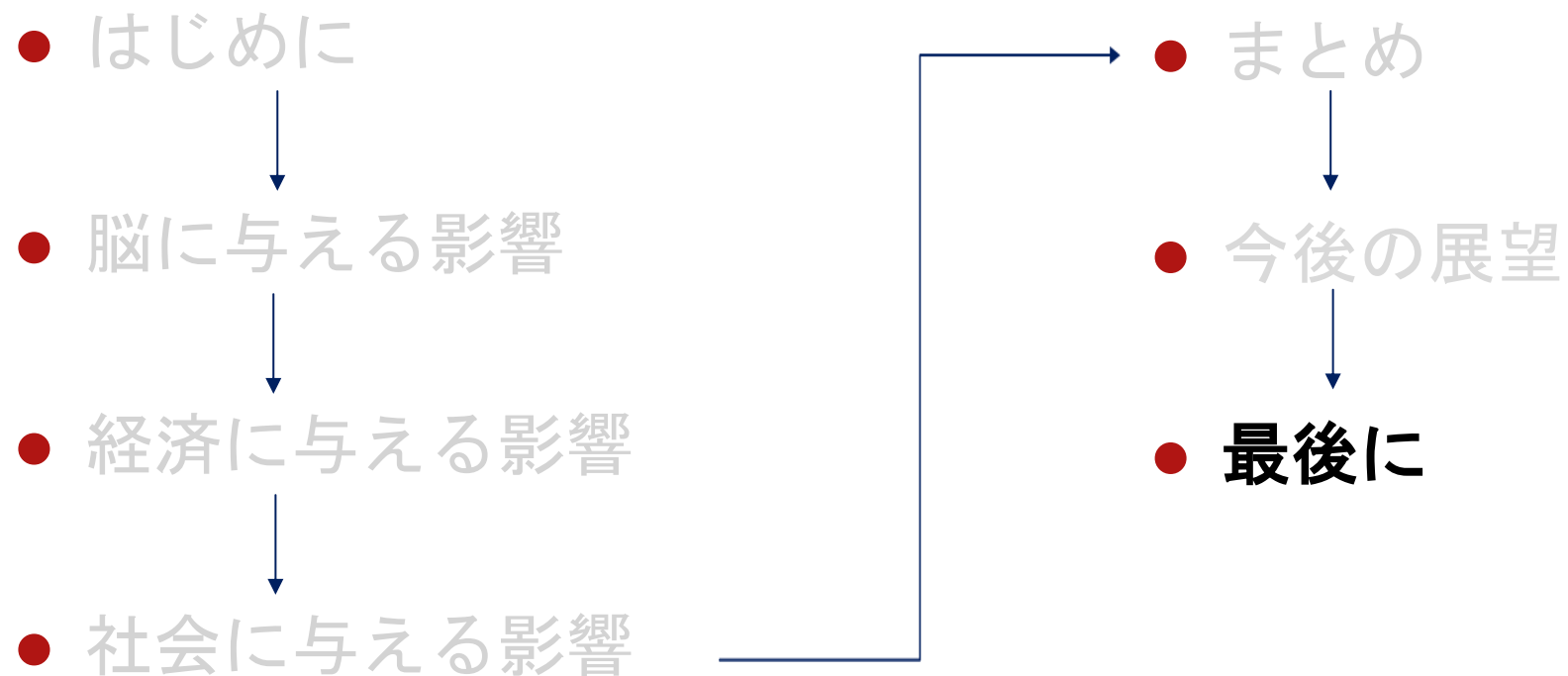
ショート動画が学力を向上させる可能性

- 効率性や使いやすさ、認知負荷がかかりにくい
→ 学習への関与が高くなる

ショート動画の教育面での可能性

- 長編動画を短くまとめ、**内容が構造化された**ショート動画は教育、学習面において有用
- 人間の集中力の持続時間が10分～15分と言われる中で、ショート動画の可能性には**非常に期待できる**

目次



ショート動画を教育に使うべきか

デメリット

- 依存性がある
- 時間感覚や集中力、自制心に影響
- **長期的**な視聴には危険が伴う可能性

メリット

- 学力を向上させる
- 学習に興味を持たせやすい
- 授業の導入やテスト対策など**短期的**な使用は効果あり

最後に

結論: ショート動画は教育に使うべき

- ショート動画は現状全ての教育を代替するものではなく、一部を短期的な目的のために使用することが必要
- 学校教育だけでなく、企業のアルバイト・新人研修等での使用も期待される

スライド番号	参考文献
3	Frontiersrs “Psychol” 2024-8-6 https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1391204/full 「中国におけるショートビデオ依存症の原因、心理的メカニズム、対処戦略の分析」
4	保高隆之／舟越 雅、「Z世代と「テレビ」」 https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20231201_7.pdf
9	“NeuroImage” (307巻) 2025-2-15 https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S105381192500031X 「短編ビデオ依存症の神経解剖学のおよび機能的基質と脳のトランスクリプトームおよび細胞構造との関連」
10	PMC (PubMed Central) “Front Hum Neurosci” 2024-6-27 https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11236742 「携帯電話のショートビデオ視聴は注意機能に悪影響を及ぼす：脳波研究」

スライド番号	参考文献
14	Anqi Huang, Zuraidah Zainol.“The Impact of Short Video Platform Characteristics on Marketing Effectiveness: A Bibliographic Review and Future Research Directions”.ResearchGate. February 2025. https://www.researchgate.net/publication/390180593_The_Impact_of_Short_Video_Platform_Characteristics_on_Marketing_Effectiveness_A_Bibliographic_Review_and_Future_Research_Directions, (2025年10月15日)
15	Dev Sharma, Dr. Diksha Panwar.“The Impact of Short-Form Videos (Reels/Shorts) on Brand Awareness” International Journal of Research Publication and Reviews. April 2025. https://ijrpr.com/uploads/V6ISSUE4/IJRPR41549.pdf?utm_source=chatgpt.com, (2025年10月15日)
16	Mai Thi Dung, Huynh Ha Thien My and Bach Minh Khôi. “INTERACTION TRENDS THROUGH SHORT VIDEOS ON TIKTOK AMONG GEN Z IN VIETNAM – PROPOSING CONTENT IDEAS FOR BUILDING TIKTOK CHANNELS FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES” . International Journal of Education, Business and Economics Research (IJEER). October 2024. https://ijeber.com/uploads2024/ijeber_04_260.pdf?utm_source=chatgpt.com, (2025年10月15日)

スライド番号	参考文献
19,20	吉田光男 『ソーシャルメディアにおける情報収集とエコーチェンバー現象』 https://www.jstage.jst.go.jp/article/jkg/75/1/75_25/_pdf/-char/ja
18	陳 嵐清 『インタラクティブ動画の現状調査』 https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssd/70/0/70_22/_pdf/-char/ja
22	Colleen McClain 『About half of TikTok users under 30 say they use it to keep up with politics, news』 https://www.pewresearch.org/short-reads/2024/08/20/about-half-of-tiktok-users-under-30-say-they-use-it-to-keep-up-with-politics-news/
23	Shahid Hussain 『Algorithmic Amplification and Youth Political Engagement on TikTok: A Study of Political Discourse, Engagement, and Gendered Interactions in Pakistan』 https://journal.50sea.com/index.php/MC/article/view/1549/2085
24	Chen Lin 『Exploring the Impact of Short Videos on Society and Culture: An Analysis of Social Dynamics and Cultural Expression』 https://journal.50sea.com/index.php/MC/article/view/1549/2085

スライド番号	参考文献
28~30	杉野葉優,中桐齊之「携帯端末による学習支援システムにおけるマイクロラーニングの影響」 兵庫県立大学,教育システム情報学会2018年度学生研究発表会 https://www.jsise.org/wpcontent/uploads/2022/08/2018_kansai_a07.pdf
31,32	Jia Zhu, Hang Yuan, Quan Zhang, Po-Hsun, Yongjie Wang, Sixuan Duan, Ming Lei, Eng Gee Lim, Pengfei Song. 2022. The impact of short videos on student performance in an online-flipped college engineering course. Humanit SOC Sci Commun
33	S. K. Abell and N. G. Lederman , Handbook of Research on Science Education, Lawrence Erlbaum Associates Publishing, (2007)