

2022 年の日本における YouTube の影響

日本の人々は YouTube を、新しいスキルを身につけたり、他の人とつながったり、人生を豊かにするために使っています。また、YouTube は、多様なコンテンツクリエイターが自分の関心があることや好きなことを国内外に発信するプラットフォームとして、新しいキャリアやビジネスの機会を創出しています。

**4,500 億円
以上**

YouTube のエコシステムは 2022 年、日本において 4,500 億円以上の経済効果をもたらしました。

**9 万人
以上**

YouTube のエコシステムにより、日本で 9 万人以上のフルタイム相当の雇用が創出されています。

創造して収入を得る機会

YouTube は、クリエイターが自分の才能や興味を世界中の視聴者と共有する機会を提供することで、収入を得られるようにしています。

84%

独自の機会

YouTube で収入を得ているクリエイターの 84% が、YouTube はコンテンツ制作のチャンスと、従来のメディアでは得られなかった収益機会を創出していると回答しています。

+15%

クリエイティブ ビジネスの拡大

日本国内で 100 万円以上の収益を上げている YouTube チャンネルの数は、前年比で 15% 増加しました（2022 年 12 月時点）。

/ 東海オンエア

6人組 YouTube クリエイターの東海オンエア。メンバー同士の掛け合いから生まれるスピード感、ライブ感あふれる投稿が人気を呼んだ彼らは、2023 年で活動開始 10 周年を迎える。8 年連続で愛知県岡崎市の観光伝道師として任命されている東海オンエアは、動画や SNS での PR 活動だけでなく、岡崎市主催のイベントへの参加、コラボ土産の開発、これらの活動による観光客や移住者の増加等、地域活性化に貢献している。



音楽業界の活性化

YouTube は、プロモーションツールとして、収益源として、また新しい才能の発掘手段として、日本の音楽業界に多大な影響をもたらしています。

83%

新しい才能のブレイクをサポート

YouTube チャンネルを持つ音楽関連会社の 83% が、新しいアーティストや音楽をブレイクさせるために YouTube は欠かせない存在だと回答しています。

70%

重要な収益源

YouTube チャンネルを持つ音楽関連会社の 70% が、YouTube は自社にとって重要な収益源だと回答しています。

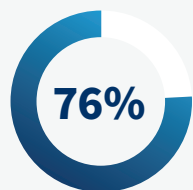
/ imase

音楽活動開始わずか 1 年で楽曲をバイラルヒットさせ、メジャーデビューした imase さん。楽曲「NIGHT DANCER」は世界各国のチャートにランクインし、国内外で人気のアーティストとなった。彼の YouTube チャンネルでは、ミュージックビデオやライブ映像、ライブ舞台裏のほか、コミュニティ投稿も活用し、ファンとの関係を強化。また、長尺動画だけでなく YouTube ショートも積極的に利用し、様々なフォーマットでコンテンツを世界中に発信している。



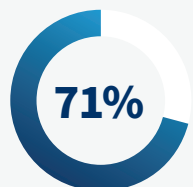
学びの場

YouTube は、有益な情報、教育的動画、ハウツー 動画などを提供することで、様々な年齢や能力の学習者をサポートしています。



学習の強化

YouTube を利用している教師の 76% が、YouTube は生徒の学びに役立つと回答しています。



学びをもっと楽しく

YouTube を利用している保護者の 71% が、YouTube (あるいは 13 歳未満の子どもを対象とする YouTube Kids) によって、子どもがもっと楽しく学べるようになったと回答しています。

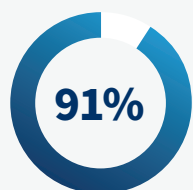
YouTube / QuizKnockと学ぼう

2016 年に東大クイズ王の伊沢拓司さんを中心とした東京大学クイズ研究会の有志によって発足し、教育とエンターテインメントを融合したコンテンツを提供している QuizKnock。「QuizKnockと学ぼう」チャンネルでは、さらに学びに寄せたテーマを扱い、メンバー自らが学びを楽しむロールモデルとなり、学びのコミュニティ創出に貢献。学びが能動的になり、自分で学ぶ習慣がつくようになった生徒や学生たちが、熱中してのめり込むようになる「遊ぶように学ぶ世界」の実現を目指す。



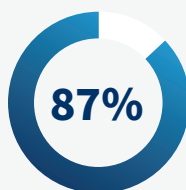
情報へのアクセス

YouTube は、国内だけでなく世界中の重要な事柄についての信頼できるコンテンツを提供し、ユーザーが常に時事問題やニュースを入手できるようにしています。



知識の収集

ユーザーの 91% が、情報や知識の収集に YouTube を使っていると報告しています。



信頼できる情報へのアクセス

ユーザーの 87% が、地震や台風などの自然災害時、YouTube でタイムリーかつ信頼できる情報にアクセスできて役立ったと回答しています。

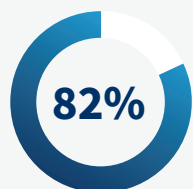


YouTube / RICE MEDIA

RICE MEDIA は、1 分間で社会問題や SDGs を面白く、かつ、わかりやすく伝えることをコンセプトにした社会派のメディアだ。レポーターが様々な社会問題の現場に潜入取材し、その様子を伝えたり、「1ヶ月プラなし生活」を実際行うことでプラスチック問題を自分ごと化してもらうなど、特に若い世代の視聴者が社会問題について考えるきっかけとなるようなコンテンツを配信している。

日本のコンテンツを世界へ

YouTube を通して、日本のクリエイターやアーティストが世界中の視聴者とつながり、日本文化を世界に発信しています。



グローバル プラットフォーム

YouTube で収入を得ているクリエイターの 82% が、グローバル プレゼンスを得るには YouTube が欠かせないプラットフォームだと回答しています。



海外の視聴者

日本のチャンネルで制作されたコンテンツは、その視聴時間の 10% 以上が海外で視聴されています。

YouTube / KimonoMom

Kimono Mom こと MOE さんは、出産を機に YouTube チャンネルを開設。元々舞妓さんだった MOE さんが、着物を着て、子育てや家事をするありのままを映し出した動画が海外の視聴者に人気を呼び、190 カ国以上の国や地域で視聴されるチャンネルとなった。居住スタイルや文化は違っても、夜泣きやご飯を食べることを嫌がる赤ちゃんを育てるという子育ての大変さは世界共通。コメント欄で世界中の視聴者同士が子育ての悩みを共有するなど、新米ママの日常動画が視聴者の繋がりを作っている。



OXFORD
ECONOMICS

