

# YouTube Impact Report

2022 年日本における YouTube の  
経済的、文化的、社会的影響



## 要旨

# 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。

## 多様な機会の提供



### 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。



### 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。



### 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。



### 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。



### 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。

# YouTube が経済効果を生むしくみ

世界で最も使われている  
動画共有プラットフォーム



YouTube の月間ログインユーザー数は数十億人にのぼり、毎日数十億時間もの動画が視聴され、再生回数は数十億回にも及びます。\*



2022 年には、YouTube でコンテンツ制作をした人の数が過去最高数を記録しました。\*

動画のアップロード・共有以上の  
価値を提供

クリエイターやパートナーは、本プラットフォームを利用して新しい視聴者を見つけ、ファンとつながり、新しいキャリアやビジネスにつなげています。



クリエイターやパートナーは、個人、企業、慈善団体、政府機関、メディア、音楽会社など多岐にわたります。

クリエイターやパートナーが YouTube から収益を得る方法

YouTube パートナー プログラムを通じた複数の収益化方法\*\*

YouTube は、広告や YouTube Premium のサブスクリプションからの収益の一部をクリエイターに還元しています。



視聴者ファンディングは、ファンにはクリエイターと関わる機会として、クリエイターには収益を得る手段として役立っています。



YouTube には、クリエイターが視聴者から収益を得るための方法がさらに 2 つあります。



YouTube で得られる  
他の収入

YouTube で知名度を上げると、クリエイターはプラットフォーム外でも収入を得られるようになります。例えば：



YouTube が日本にもたらす経済効果



日本では、11 万人以上のクリエイターやパートナーが YouTube に関連した収入を得ています。



YouTube から収入を得ている日本のクリエイターの 3 人に 1 人以上が、YouTube が主な収益源であると答えています。



日本では、19,000 人のクリエイターやパートナーが、自分の YouTube チャンネル運用のために他の人を雇用しています。



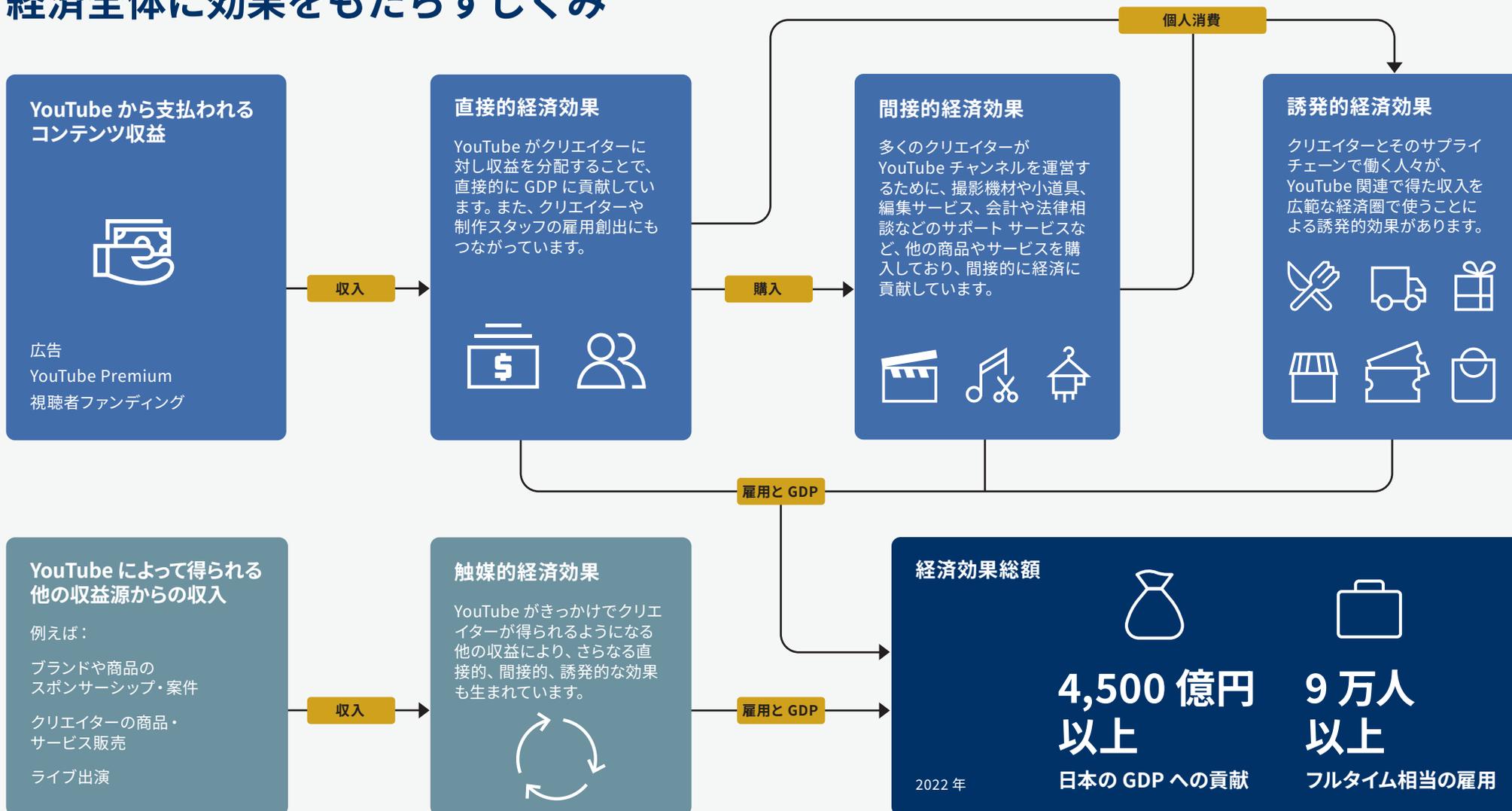
YouTube の視聴者ファンディングで収益を得たチャンネル数は前年同月比で 30% を超える増加となりました。(2022 年 12 月)

\*出典：YouTube 自社収集データ(2022 年 12 月時点)

\*\*収入を得るための様々な方法についての詳細は[こちら](#)。

\*\*\*広告収入以外の収益化方法としては視聴者ファンディングやショッピングが含まれます。

# YouTube のクリエイティブ エコシステムが 経済全体に効果をもたらすしくみ



経済効果

# 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。副収入を得ている個人から、本業として生計を立てているプロのコンテンツクリエイターまで、何千人もの日本のクリエイターが YouTube で収益を得ています。

## YouTube / 東海オンエア

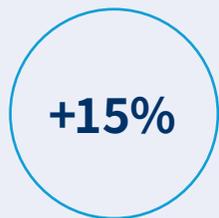
6人組 YouTube クリエイターの東海オンエア。メンバー同士の掛け合いから生まれるスピード感、ライブ感あふれる投稿が人気を呼んだ彼らは、2023 年で活動開始 10 周年を迎える。

彼らの人気と共に、活動拠点の愛知県岡崎市も注目を浴びている。動画内で登場する場所が「聖地化」し、岡崎市のあちこちの「聖地」を多くのファンや観光客が訪れるようになったことで、市の知名度向上と若い誘客促進に成功。2016 年から 2023 年まで、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。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。



### 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。



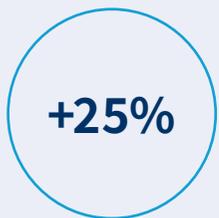
### クリエイティブ ビジネスの拡大

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)。



### 社会に貢献

YouTube で収入を得ているクリエイターの 74% が、YouTube で得た影響力を活かして、社会に貢献したいと回答しています。



### 新規チャンネル登録者

登録者数が 10 万人を超えるチャンネル数が、前年比で 25% 以上増加し、8,500 以上になりました (2022 年 12 月時点)。



最初は趣味として始めた YouTube ですが、現在は仕事として取り組んでいます。自分が発信したいことを多くの人に広めることができ、人生の転機となりました。

— 女性、35~44 歳、中部地方在住

経済効果

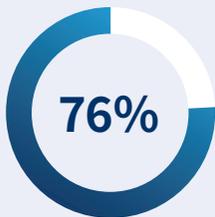
# 音楽業界を活性化

日本でサービスを開始してから16年間、YouTubeは日本の音楽業界に多大な影響を与えてきました。YouTubeはプロモーションツールであり、大きな収入源であるだけでなく、日本国内のアーティストが世界中の新しい視聴者にリーチする、そして音楽プロデューサーが才能を発掘して今後の有能な人材を確保するためのユニークなリソースとなっています。



### 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。



### パイプラインの充実

YouTubeチャンネルを持つ音楽関連会社の76%が、YouTubeによって業界内のクリエイティブ人材の供給が増えたと回答しています。



### 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。



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、韓国をはじめとした世界各国のチャートにランクインし、数々の人気アーティストが楽曲に合わせたダンス動画を投稿。日本だけでなく海外でも人気を誇るアーティストとなった。自身のYouTubeチャンネルでは、ミュージックビデオやライブ映像、ライブ舞台裏の様子のほか、コミュニティ投稿を告知や日常を発信する場として活用することで、ファンとの関係を強化している。また、長尺動画だけでなく、YouTubeショートも積極的に活用。弾き語りバージョンや生歌バージョンなど1曲を複数のパターンで投稿したり、ダンスチャレンジに参加してくれたユーザーやアーティストのショート動画に対してリアクションをするショート動画を投稿するなど、YouTubeの多彩なフォーマットを活用し、コンテンツを世界中に発信している。



YouTube上でのJASRACレパトリーの利用について、JASRACとGoogleは2008年にパートナーシップを結び、2023年7月現在、7,500万を超えるJASRACレパトリーがYouTubeで利用可能となっています。YouTubeとの包括契約は音楽利用の可能性を広げ、ユーザーが新たな音楽と出会える可能性を高めると同時に、音楽クリエイターによる新たな楽曲創作の力強い後押しになると考えています。

— JASRAC 常任理事 宇佐美和男

社会的影響

# 学びの場

YouTube は、クリエイターが学びのコンテンツを投稿する場を提供しています。新しいスキルを身につけたい、キャリア チェンジをしたい、趣味を極めたい、あるいは、学びを通して自己を向上させたいといった多様な視聴者のニーズに応えるべく、役に立つハウツー動画から授業動画まで、様々な年齢や能力の学習者をサポートするコンテンツが投稿されています。また、YouTube の教育動画は、学生にとってはもちろんのこと、保護者や教師にとっても貴重な教材として役立てられています。

## YouTube / QuizKnockと学ぼう

QuizKnock は、2016 年に東大クイズ王としても知られる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。「楽しいから始まる学び」をテーマに、Web メディアや YouTube を通じて、教育とエンターテインメントを結びつけたコンテンツを発信している。そんな彼らが、もっと学びに寄せたテーマを扱ったコンテンツを届けられないかと考え、開始したのが「QuizKnockと学ぼう」チャンネルだ。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する。

例えば「勉強LIVE」では、視聴者と一緒に勉強するライブ配信を実施することで、一緒だから頑張れる、挑戦できる、という参加しやすいコミュニティを提供。「好きになっちゃう放課後」シリーズは、メンバーが様々な専門分野について語り合う企画で、学びの最も面白い部分を抽出した内容となっている。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。



### 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。



### 教育支援

YouTube を利用している教師の 61% が、自分の授業や課題に YouTube のコンテンツを使ったことがあると報告しています。



### 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。



### 知識へのアクセス

YouTube を利用している教師の 73% が、生徒は YouTube によって、他の方法では得られない教育コンテンツにアクセスできると回答しています。



YouTube では、勉強したいことがいつでも動画でわかりやすく学べ、実践しやすいです。とても充実した時間を過ごせるプラットフォームだと感じています。

— 男性、35~44 歳、金沢在住

社会的影響

# 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。また多くの人は、個人の健康問題から異常気象や自然災害のような大規模な危機に晒された時まで、情報が必要になった際 YouTube で信頼できる情報を得ようとしています。

## YouTube / RICE MEDIA

RICE MEDIA は、1 分間で社会問題や SDGs をおもしろく、かつ、わかりやすく伝え、身近な生活の課題として捉えてもらうことをコンセプトにした社会派のメディアだ。定期的にショート動画を投稿している YouTube チャンネルは、10~20 代の若者を中心に支持され、動画の総再生回数は 2 億回\*を超えている。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。



\* 2023 年 9 月時点

## YouTube / HOME広島ニュース

広島県のローカルテレビ局である広島ホームテレビは、2020 年に HOME広島ニュース YouTube チャンネルを開設。以来、最新の広島ニュースや国民的関心の高い話題など、視聴者のニーズが高い情報を幅広く発信している。広島の高雨や土砂災害などの緊急時や G7 広島サミットなど国際的関心が集まるイベントの際は、通常の動画に加え、ライブ配信を行った。また、LGBTQ+ の話題について発信するなど、多様なコンテンツを配信。安芸高田市議会の市長の奮闘をドキュメンタリーやショートとして公開したローカル局ならではの動画は人気を呼んだ。定期的な配信により、若年層を含む、幅広い年代の視聴者を惹きつけている。



### 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。



### 多様なコンテンツ

ユーザーの 70% が、YouTube で見つけられるコンテンツや視点の多様性を評価していると回答しています。



### 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。

文化的影響

# 日本の文化を世界へ

YouTube のユーザーはクリエイターを見つけてフォローしたり、共通の趣味を持つ人々のグループやファン コミュニティを見つけることで、帰属意識やつながりを得ています。日本のクリエイターやアーティストは世界中の視聴者とつながり、日本の文化を世界に輸出することができます。



### 新しい消費者にアプローチ

YouTube チャンネルを持つメディアや音楽関連会社の 75% が、YouTube によって世界中の新しい視聴者にリーチできると回答しています。



### 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。

## / 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、アメリカやアジアを中心に 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。

彼女が人気になったきっかけは、「Mom's life in Japan」という日常の 1 日を記録した Vlog が各国の視聴者から共感を得たこと。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た。さらに海外の視聴者に伝わりやすくなるよう、字幕をつけたり、英語で挨拶をするなど、工夫を重ね、お子さんの成長と共に日本の家庭料理や伝統文化も伝えている。



# 経済モデリング手法に関する Q&A

## 経済モデリングに含まれるクリエイターの範囲・定義は？

Oxford Economics のモデルには、YouTube で収入を得ているクリエイターが含まれます。これらのクリエイターは、自身の最大チャンネルのチャンネル登録者数が 1 万人以上の個人または企業、および、チャンネル登録者数はそれ未満だが YouTube から直接収入を得ているか、YouTube の動画を通じて他の収益源から収入を得ているか、YouTube の運用のために正規社員を雇用しているクリエイターと定義しています。このレポートには 3,000 人以上の YouTube ユーザー、3,000 人以上のクリエイター、600 を超える企業の意見が掲載されております。

Oxford Economics はメディア会社や音楽関連会社の影響もモデル化しています。

## Oxford Economics は YouTube のクリエイティブ エコシステムの GDP 貢献度をどのように推計したか？

日本を拠点とする YouTube のコンテンツクリエイターを対象とした調査結果と、音楽業界の収益に関する公開情報を用いて、2022 年の YouTube からの総支出額を推計しました。プラットフォーム以外からの収益は、クリエイターやビジネスを対象とした調査回答から推計しました。

Oxford Economics は、YouTube の活動に関連する収入から中間コストを差し引くことで、YouTube から収入を得るクリエイターの直接的な GDP 貢献度を推計しました（「生産」アプローチ）。

音楽・メディア会社の GDP への直接貢献は、標準的な GDP 計算率を収益推計に適用して推計しました。

また Oxford Economics は、YouTube から収入を得るクリエイターが雇用する正社員やパートナーに関連する FTE 雇用についても、調査回答から推計しています。

Oxford Economics はその後「インプット・アウトプット」モデル（いわゆる、経済において誰が何を誰から購入するかを示した表）を用いて、サプライチェーン（間接経済効果）と労働者支出（誘発経済効果）の両方の効果を推計しました。日本のモデルは、Oxford Economics のグローバル インパクト モデルから作成したもので、OECD データに基づきます。

結果は総額基準で示しており、クリエイターが使用した資源、もしくは、彼らの支出による資源が、代わりにどのような用途に使われたかは考慮していません。

## Oxford Economics は YouTube が創出した雇用をどのように試算したか？

YouTube で収入を得ているクリエイターのうち、フルタイム相当の雇用は、1 週間あたりの YouTube 関連労働時間に関する調査回答から推計しました。Oxford Economics は、YouTube で収入を得ているクリエイターのうち、YouTube の作業時間が週 8 時間以上の人の回答のみを含めました。

YouTube から収入を得るクリエイターが生むフルタイム相当の雇用数も、アンケート回答から推計しました。メディアや音楽会社によってサポートされる雇用、およびすべての種類のクリエイターの間接的、誘発的な効果は、GDP の結果に推定生産性を適用して割り出しました。

注：本レポートに掲載されている事例は YouTube 提供によるものです。

# 調査方法

Oxford Economics は、YouTube を利用するユーザー、クリエイター、ビジネスを対象とする 3 つのアンケート調査を 2023年 3 月、4 月に行いました。

いずれの調査も Oxford Economics が作成し、オンラインで実施しました。

ユーザーを対象とする調査は、年齢、性別、地域で日本人のサンプルユーザーにアンケートを送付し、回答には YouTube ユーザーの特徴を反映するように加重平均を行いました。

クリエイターを対象とする調査は、YouTube からクリエイター コミュニティにアンケートを送付し、Oxford Economics が正しいバランスとなるようにチャンネル登録者数による回答の集計およびチェックを行いました。

ビジネスを対象とする調査は、コンテンツ制作会社（特に音楽関連会社、メディア会社中心）、広告主、様々な事業目的で YouTube のコンテンツを利用する企業など、YouTube を利用する大小さまざまな企業を対象に行いました。

# Oxford Economics について

1981年に創立された Oxford Economics は、世界有数の独立系グローバル アドバイザリー企業として、100 種以上の産業、200 カ国以上の国、8,000 カ所以上の都市や地域に関するレポート、予測、分析ツールを提供しています。

イギリスのオックスフォードに本社を置き、ニューヨーク、ロンドン、フランクフルト、シンガポールに地域センターを持つ Oxford Economics は、従業員数450名で、そのうち300名は専門エコノミスト、業界専門家、ビジネス編集者です。

企業、金融、政府の意思決定者やオピニオンリーダーへの重要なアドバイザーとして、大手企業、金融機関、政府機関、業界団体、一流大学、コンサルタント会社、シンクタンクなど、2,000 を超える国際組織を顧客基盤としています。



## グローバル本社

Oxford Economics Ltd  
Abbey House  
121 St Aldates  
Oxford OX1 1HB  
UK  
電話: +44 (0)20 185 268 900

## ロンドン

4 Millbank  
London SW1P 3JA  
UK  
電話: +44 (0)20 3910 8000

## ニューヨーク

5 Hanover Square (8th floor)  
New York NY 10004  
USA  
電話: +1 646 503 3050

## シンガポール

6 Battery Road  
#38-05  
Singapore 049909  
電話: +65 6850 0110

## 電子メール

mailbox@oxfordeconomics.com

## ウェブサイト

www.oxfordeconomics.com

## 欧州・アフリカ・中東

オックスフォード  
ロンドン  
ベルファスト  
フランクフルト  
パリ  
ミラノ  
ストックホルム  
ケープタウン  
ドバイ

## 米州

ニューヨーク  
フィラデルフィア  
ボストン  
シカゴ  
ロサンゼルス  
トロント  
メキシコシティ

## アジア太平洋

シンガポール  
香港  
東京  
シドニー