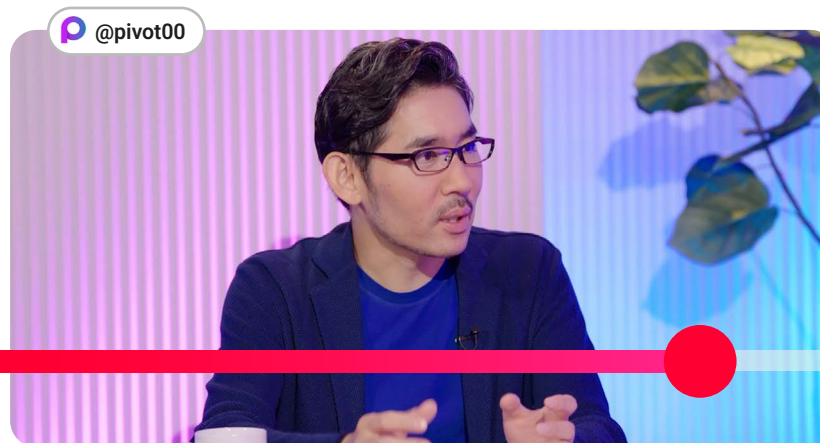
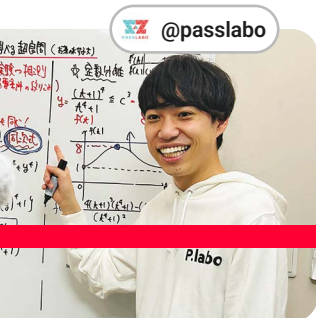


2024 年の 日本における YouTube の影響



クリエイティビティを
成長につなげる
プラットフォーム



- 03 YouTube CEO ニール モーハンより
- 04 日本における影響
- 06 収益化の機会
- 13 企業の成長支援
- 19 音楽業界の活性化
- 23 学びの場
- 28 情報へのアクセス



このレポートに掲載されている調査の大部分は、Oxford Economics と提携して実施したものです。調査方法の詳細については、QR コードをスキャンしてください。

YouTube はこのわずか 20 年間で、人々のエンターテインメントに対する関わり方を根本から変革しました。今や台本のある番組やポッドキャストから、音楽やスポーツの生中継まで、あらゆるコンテンツを視聴する場として YouTube は人々に愛されています。そしてそれはひとえに、YouTube クリエイターの皆様の存在あってのものです。

ニール モーハン



2007 年に YouTube パートナープログラムを開始し、現在のクリエイターエコノミーの基礎を築きました。当時は「クリエイター」という言葉さえ存在していませんでしたが、今では多くの人々の夢の職業を表すものになりました。

さらに多くの視聴者と広告主が YouTube に集まることで、クリエイターが活躍する機会は今までになく拡大しています。10 年以上にわたり、YouTube がクリエイターに支払う収益の総額は毎年増え続けてきました。この成長はここ 3 年間で加速しています。

本レポートによると、YouTube は 2024 年、日本の GDP に 4,600 億円貢献し、85,000 人以上の雇用を支えました。現在、クリエイター

や企業が YouTube で収益を得る方法はこれまで以上に多様になっており、クリエイターが YouTube で得た資金を自身のコンテンツやチーム、事業運営に再投資している状況が見られます。

この勢いと今後 20 年を見据えると、クリエイターエコノミーはまだ始まったばかりです。これまでの YouTube の素晴らしいストーリーを共に紡いでくださった皆様に感謝します。これから先の 20 年がどのようなものになるのか、私たちも楽しみにしています。

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Neel Mohan'.

ニール モーハン
YouTube CEO



日本における YouTube の影響

YouTube は 2007 年から、広告収益の半分以上をクリエイターに直接分配しています。

YouTube は、クリエイターがその活躍に対し正当な対価を得られるようにし、参入障壁を解消しました。これにより、誰もがビジネスを立ち上げ、収入を得て雇用を生む形でクリエイターエコノミーを確立させ、従来のメディアを進化させました。

YouTube は今や、日本の企業とクリエイターが国内外の視聴者をつなぎ、GDP を成長させ、雇用を創出する活気あるプラットフォームです。YouTube のコンテンツは月間数十億人に楽しまれ、デジタル経済成長にも貢献しています。

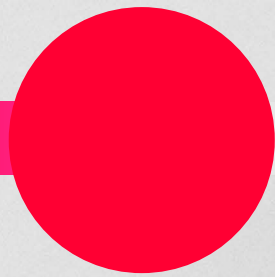
**4,600
億円**

2024 年、YouTube のクリエイティブエコシステムは、日本の GDP に 4,600 億円以上貢献しました。*

**85,000
人相当**

YouTube のクリエイティブエコシステムは、日本で 85,000 人相当以上のフルタイム換算雇用 (FTE) を支えています。*

クリエイターの
機会創出によって
日本経済全体に
貢献する





YouTube でクリエイターが
視聴者と出会い、
キャリアを得て、
市場全体を活性化する
場所づくり

収益化の 機会

収益分配の仕組み

YouTube の収益分配モデルである YouTube パートナープログラムでは、広告や YouTube Premium のサブスクリプションから得られる収益の大部分をクリエイターに支払っています。

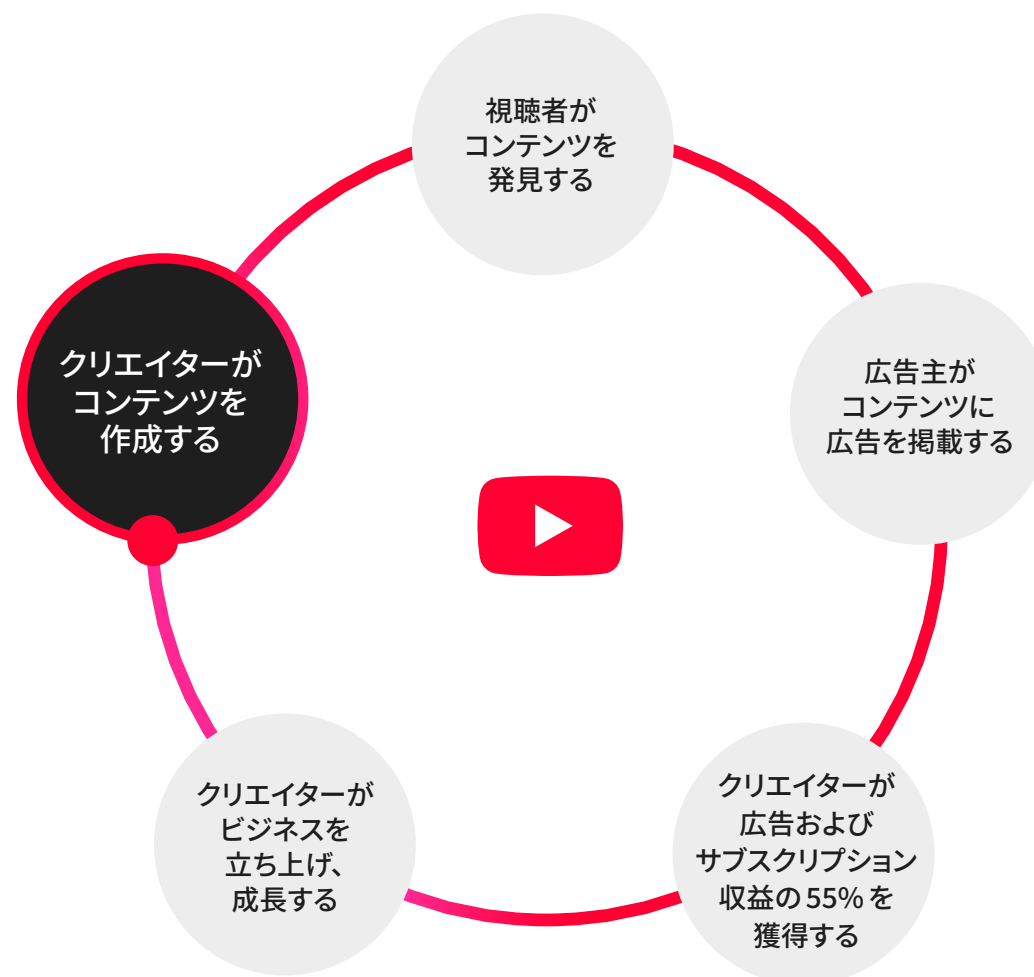
広告主は、クリエイターのコンテンツを視聴しているファンにリーチするために YouTube を利用します。YouTube は、広告から得られた収益をクリエイターに支払います。

そうすることでクリエイターは視聴者を獲得でき、キャリアをスタートすることができます。クリエイターは自らの生計を立てるだけでなく、独自のビジネスや産業におけるデジタルトランスフォーメーションを推進することで、日本経済の強化にも貢献しています。

700 億米ドル

YouTube は、2024 年 1 月までの 3 年間で
クリエイターやアーティスト、そしてメディア企業に
700 億米ドル以上を支払いました。*

* YouTube、2024 年 12 月





YouTube パートナープログラムを通じた収益化

長年にわたり、YouTube は広告以外にもクリエイター向けの新しい収益化の選択肢に投資し続けており、今では収益分配やファンとの交流など、様々な方法があります。

例えば、スーパーチャットは、クリエイターとファンの交流を深めるための機能です。視聴者がスーパーチャットを購入することで、動画のチャット欄で自分のメッセージをハイライトして表示することができ、好きなクリエイターから注目してもらうことができます。

このようなツールによって、クリエイターは収益を増やし、コミュニティを築くことができます。



* YouTube パートナープログラムの詳細については、こちらをスキャンしてください。

序文 日本における影響 収益化の機会 企業の成長支援 音楽業界の活性化

パーソナライズ機能で クリエイターや コンテンツを より見つけやすく

YouTube には、世界全体で 200 億本以上の動画があり、クリエイターは 1 日に 2,000 万本の動画をアップロードしています。**

だからこそ視聴者には、膨大な動画の中から自分に合った有用なものを整理 分類するためのツールが必要です。一方クリエイターにとってパーソナライズされたおすすめ機能は、自身のコンテンツが発見されるきっかけとなり、固定ファンの獲得につながります。

* Oxford Economics による調査

** YouTube、2024 年 12 月

*** ユーザーは「YouTube でのデータ」にアクセスすることで、プライバシー設定を管理できます。

学びの場

情報へのアクセス

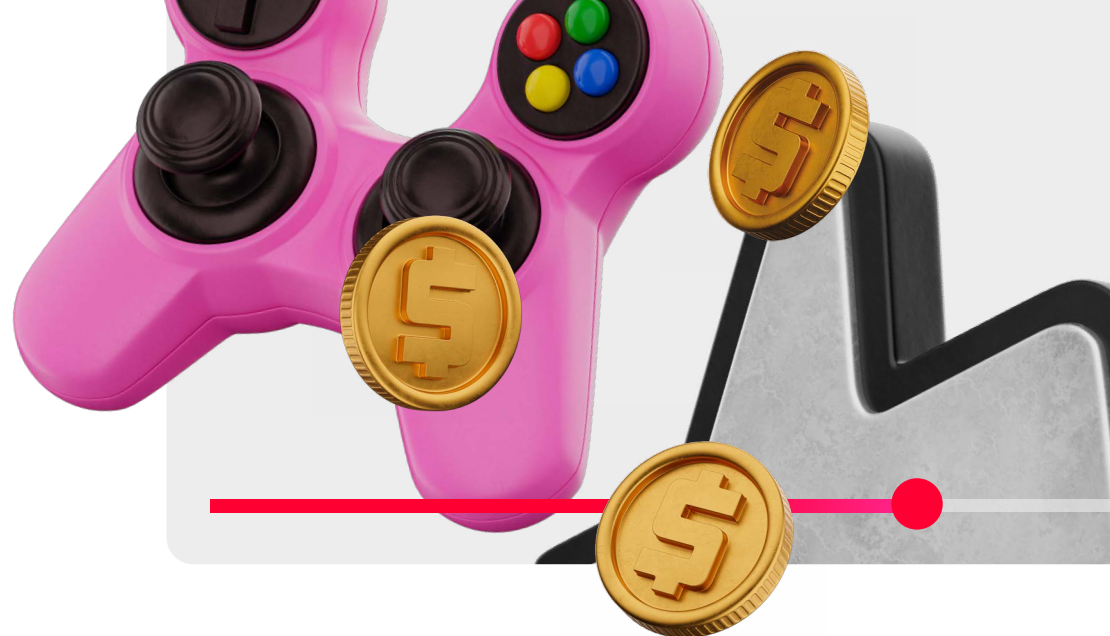


68%

クリエイターの 68% が、「視聴者層の拡大には YouTube のパーソナライズされたおすすめ機能が重要である」と回答しています*。



躍動する日本の クリエイターエコノミーに さらなる力を



デジタル時代において、YouTube のオープンプラットフォームは、より多くの人のためにより多くの機会を創出しています。スキルや才能、あるいは意欲があれば、誰でもチャンネルを作成し、コンテンツを共有し、収入を得て、プロフェッショナルとして成長することができます。

日本では、YouTube クリエイターが新しいビジネスを立ち上げることで市場に新たな価値を加え、GDP に貢献し、より広範な経済的波及効果を生み出しています。

69%

69% のクリエイターが、「YouTube で得た影響力で社会に良いインパクトを与えたい」と考えています。*

73%

クリエイターの 73% が、「YouTube はグローバルな存在感を出すために欠かせないプラットフォームである」と回答しています。*

77%

YouTube で収益を得ているクリエイターの 77% が、「YouTube は従来のメディアからは得られない形でコンテンツを制作し収入を得る機会を提供している」と回答しています。*

[序文](#)[日本における影響](#)[収益化の機会](#)[企業の成長支援](#)[音楽業界の活性化](#)[学びの場](#)[情報へのアクセス](#)

独自の世界観で魅了！ 日本発、国境なき エンタメの最前線

 @SUSHIRAMEN-Riku

すしらーめん《りく》は、1999 年生まれ。中学 2 年生で動画投稿を開始し、2025 年 6 月現在、900 万人を超える登録者数を保有し、その影響力は国境を越え拡大しています。

彼の動画が世界中の視聴者を魅了する理由は、型破りなアイデアと圧倒的スケールです。物理法則に逆らったように見える科学実験動画の撮影など、常識を覆す挑戦。企画の新しさだけでなく、映像クオリティと、純粋に「楽しい」を追求する探求心が、言葉の壁を越え、人々の心を掴んでいます。世界的な YouTube クリエイターである Mr.Beast との共演は、そのグローバルな影響力を象徴する出来事と言えるでしょう。

さらに、廃校を活用した巨大実験場を作るクラウドファンディング企画では、わずか 2 ヶ月で 1 億円もの資金調達に成功。すしらーめん《りく》は、動画でみんなに楽しんでもらうことを願って、活動の幅を広げています。

すしらーめん《りく》は、型破りな実験で世界を魅了する日本の人気クリエイター。Mr.Beast との共演も果たし、海外にも多くのファンを掴んでいます。





「YouTube を始めたことによって
収入的余裕が生まれ、
人との関わりが増え、
コミュニケーションをとる
機会が増えました。」

YouTube クリエイター、25～34 歳、関東

YouTube でデジタル時代の
企業の成長を加速する

企業の 成長支援



日本企業の 成長を支援

YouTube は、中小企業の成長と人材育成を支援します。社員は企画、制作、分析といった一連のプロセスを通して実践的なデジタルスキルを身につけ、ブランド構築や顧客拡大を実現しています。そしてこれらの経験を持つデジタル人材が、大企業や伝統的企業に即戦力として流入し、イノベーションを促進しているのです。

このようにして YouTube は、日本のビジネス全体で持続可能なイノベーションのサイクルを推進しています。

66%

YouTube チャンネルを持つ中小企業の 66% が、「YouTube が収益の拡大に役立った」と回答しています。*

* Oxford Economics による調査



74%

YouTube チャンネルを持つ中小企業の 74% が、「YouTube で新しい視聴者にリーチすることで、顧客基盤の拡大に役立った」と回答しています。*

序文

日本における影響

収益化の機会

企業の成長支援

音楽業界の活性化

学びの場

情報へのアクセス

趣味の文具愛が結実！ 新時代のクリエイター

@seasar04

文房具への深い愛から始まったYouTubeチャンネル「しーさー文房具」は、今や情報発信の場を超え、独自の経済圏を築き上げるプラットフォームに進化しています。

チャンネル開設当初、たった14歳であったしーさーは、文房具についての丁寧なレビューや効果的な活用法を惜しみなく共有し、その深い専門知識と文房具への揺るぎない情熱で、多くの視聴者の心を掴みました。

その後、しーさーは、2024年に自分でシャープペンを作りたいという夢を

叶えました。自社ブランド「SEASAR」を立ち上げ、単に市販品を紹介する立場から、自らが「こんな文房具があればもっと楽しい」という製品を企画、販売を始めたのです。

見逃せないのは、彼の開発したオリジナル商品は決して低価格帯とは言えないにも関わらず、発売されるたびに即座に完売となるという実績です。

これは、個人の「好き」を起点とした情報発信が、視聴者との共感と信頼を築き上げ、やがて具体的な経済的価値へと転換できることを示す一例です。

しーさーは文房具愛から経済圏を築いたYouTubeクリエイター。2024年に立ち上げた自社オリジナル商品は、即完売するほど人気が高い。



「商品を掲載したことで、
新しいお客様の目に留まる
機会が増えました。
それがきっかけで来店者が増加し、
収益を伸ばすことができました。」

YouTube を通じた
音楽アーティストの成長と、
業界の発展に寄与する

音楽業界の 活性化



日本の音楽界の才能に 世界という舞台を

YouTube は、日本の音楽才能を世界へ届ける上で、業界やアーティストに不可欠な存在です。

アーティストは YouTube の MV やライブ、カバーなどを通じてファンやレーベルと繋がり、音楽業界も新しい才能を発掘する機会を得ています。

また、強固な著作権管理を基盤とする YouTube は、レーベルが次世代アーティストを育成し、収益を拡大し、グローバルな視聴者にリーチすることを可能にしました。

72%

YouTube チャンネルを持つ音楽関連会社の 72% が、「YouTube は新しいアーティストや音楽のブレイクに不可欠である」と回答しています。*

70%

YouTube チャンネルを持つ音楽関連会社の 70% が、「YouTube は世界中の新しい視聴者層にリーチするのに役立っている」と回答しています。*

81%

YouTube チャンネルを持つ音楽関連会社の 81% が、「YouTube は自社にとって重要な収益源である」と回答しています。*

国内最大規模の 国際音楽賞 「MUSIC AWARDS JAPAN」 YouTubeを 通じ世界へ発信

日本音楽界の歴史に名を刻む初の国際音楽賞「Music Awards Japan (MAJ)」が、記念すべき第1回を開催。主催は、音楽業界の五団体が初めて共同で立ち上げた CEIPA です。舞台は、歴史あるロームシアター京都。

MAJ 2025 には、計 65 組のアーティストがノミネートされ、主要 6 部門には 5 組ずつが選出。期間中、32 組が豪華なステージを披露し、日本の音楽の力を力強く世界へ発信しました。

主催の CEIPA は YouTube をグローバルストリーミングパートナーとし、授賞式や関連イベントを全世界に配信。これにより、世界中の音楽ファンが高画質・高音質でリアルタイムに祭典を楽しみ、その国際的な存在感を強く印象づけました。

@musicawardsjapanceipa

MUSIC
AWARDS
JAPAN

日本初の国際音楽賞 MAJ が京都で開催。65 組がノミネートされ、世界へ日本の音楽を発信しました。





「優秀なクリエイターを
探すことができる YouTube は、
私たちにとって重要なインフラです。」

クリエイティブ ディレクター、A&R (アーティスト&レパートリー) 部門 統括責任者、音楽関連会社

YouTube にある高品質な
学習コンテンツへのアクセス

学びの場



学びと発見を すべての子どもたちに

YouTube と YouTube Kids は、日本の子どもたちがオンラインで安心して探求し、見つけ、学ぶための、保護者が信頼できる環境づくりを目指しています。使いやすい「保護者による使用制限機能」の提供や、クリエイター側に制作ガイドラインを設ける品質原則の策定などが、その取り組みの一例です。

また YouTube は、若年層の学習者向けに、年齢に応じた多様で有益な動画を提供できるよう努めています。

59%

日本では、YouTube を利用している親の 59% が、「YouTube (または YouTube Kids) は子どもたちの学習に役立っている」と回答しています。*

* Oxford Economics による調査



70%

日本では、YouTube を利用している親の 70% が、「YouTube (または YouTube Kids) は子どもたちの学習や娯楽のために質の高いコンテンツを提供している」と回答しています。*

序文

日本における影響

収益化の機会

企業の成長支援

音楽業界の活性化

学びの場

情報へのアクセス

教室での学びを さらに強化するために

YouTube の豊富なコンテンツは、日本の教育と DX の重要な一翼を担っています。

化学からコーディングまで、あらゆるテーマの学習リソースが従来の教材を補完。

幅広い年齢の生徒がトップクリエイターの質の高い知見に触れることで、教師が学習体験を向上させ、生徒の学びをさらに深めることができます。



65%

YouTube を利用している教師の 65% が、「YouTube 動画は複雑な問題を生徒に理解させるために役立つ」と回答しています。*

66%

YouTube を利用している教師の 66% が、「YouTube は生徒が教室外でも学び続けるのに役立つ」と回答しています。*

67%

YouTube を利用している教師の 67% が、「YouTube は生徒の学習に役立つ」と回答しています。*



東大医学部発の 教育系 YouTube チャンネル

PASSLABO は東大医学部発の教育系 YouTube チャンネルで、大学受験に関する授業動画を配信しています。

PASSLABO のモットーは、「学びを en× タメに! (enjoy× タメになる)」。

体系的に整理された講義はもちろん、大学受験での学びがエンタメになるような発想、アイデアも同時に提供しています。これは、地方と都会の教育格差の解消という理念実現にも向けられたものです。

人気コンテンツでもある「全パターン解説」や「共通テスト対策」はその代表例で、高校の教育現場などでも多数活用されています。

また、PASSLABO は誰よりも「受験生目線」であることを大切にしており、毎年メンバーが「大学入学共通テスト会場受験」を受けていることにも、その意識の徹底ぶりが現れています。



PASSLABO は東大医学部発の教育系 YouTube チャンネルです。
大学受験での学びがエンタメになるような授業動画を届けています。



「娘が高校生のとき、
数学の微分積分を
理解していなかったことが
明らかになりました。
YouTube で高校生に数学を
教えるチャンネルを
見つけました。
とても役に立ちました。」



YouTube 上の
信頼できる最新の情報を、
いつでも、誰にでも

情報への アクセス

タイムリーで 信頼性できる 情報へのアクセス

YouTube は、日本の誰もがタイムリーで信頼できる情報にアクセスできるよう尽力しています。

ニュースクリエイターは、重要な瞬間に YouTube で最新情報を共有し、視聴者は日本や世界の出来事を多様なスタイルでリアルタイムに把握することができます。

@seasar04



52%

日本では、52% のユーザーが YouTube でニュースを検索したことがあります。そのうち、70% が「YouTube では信頼できる情報源からのニュースを見つけられる」と回答しています。*

60%

日本では、YouTube チャンネルを持つメディア企業の 60% が、「YouTube は速報や危機的状況などの重要な場面にコンテンツを配信するのに役立つ」と回答しています。*

89%

日本では、89% のユーザーが「情報や知識を集めるために YouTube を利用している」と回答しています。*



現代社会の 情報ニーズに応え、 人々を支える 情報基盤に

「日本を PIVOT する」を使命に掲げる PIVOT は、ビジネスパーソンの仕事や生活に役立つコンテンツを毎日発信する YouTube チャンネルです。2022 年 6 月に本格始動し、わずか 2 年 9 ヶ月で登録者数 300 万人を突破しました。

PIVOT は、最前線で活躍するトップリーダーや専門家による実践的な知見を、インタビューや対談形式の映像コンテンツを通じて、わかりやすく発信しています。時間の制約にとらわれず、30 分を超える動画も多数ある一連の動画は、コネクテッド TV での視聴にも適した見応えのある内容です。

その情報ジャンルも最新のビジネストレンドにとどまらず、経営、テクノロジー、マネー、キャリア、ビジネススキル、健康、学び、教育など多岐にわたり、個人のキャリアや暮らしを豊かにする幅広い内容を網羅しています。

@pivot00



PIVOT は、ビジネス、経済、政治など重要情報を迅速に届けるメディア。視聴者に激動の時代を生き抜くヒントを提供しています。



「資産運用について考えたり、
自分でできる投資を
探すことができました。
YouTubeのおかげで
世界情勢や株などの
ニュースを見るようになり、
知識を得ることができました。」

