

バーチャルYouTuber視聴者の調査

執筆者 KDDI 総合研究所 フューチャーデザイン 1 部門 アナリスト
横田 健治

▼記事のポイント

<サマリー>

最近、バーチャル YouTuber と呼ばれる、YouTube などの動画サイト上でタレント活動をする CG のキャラクターが盛り上がりを見せている。バーチャル YouTuber が出演する動画では、モーショントラッキング技術により演者の動きをキャラクターに反映させているため、アニメに比べて短期間かつ低コストでキャラクターの動画を作ることができる。また、バーチャル YouTuber が出演する動画は、事前に撮影して投稿・配信されるだけでなく、ライブによる配信も行われており、バーチャル YouTuber が視聴者のコメントに反応するといった双方向のコミュニケーションが行われている。

本レポートは、バーチャル YouTuber の提供価値を明らかにすることを目的とし、バーチャル YouTuber を頻繁に視聴する 20 歳から 39 歳の男女に実施したグループインタビュー調査の結果を紹介する。

グループインタビューでは、バーチャル YouTuber はキャラクターとしての設定があることが魅力であり、人間の YouTuber が無理してハイテンションになる動画と比べて、安心して見ることができるという意見が多かった。この意見や他の様々な意見を総合すると、バーチャル YouTuber の提供価値は次の 3 つにまとめられる。<1>自分の都合に応じて視聴できること。<2>自分の安心できる世界観の中に浸ることができること。<3>共感や自己肯定感を感じることができること。これら 3 つの価値は、従来のサービスでは同時に満たすことができていなかった可能性が高い。一方、バーチャル YouTuber は、実在の人物に比べてキャラクター設定の自由度が高く、従来のサービスとは異なる世界観を作り出しており、これら 3 つの価値を同時に満たしやすいと推察される。そのため、バーチャル YouTuber は一時的な流行ではなく、ひとつの新たなジャンルとして今後定着していくものと思われる。

<キーワード>

バーチャル YouTuber VTuber バーチャルライバー バーチャルタレント

<地域>

日本

1 背景と目的

1-1 バーチャルYouTuberとは？

最近、バーチャルYouTuber（VTuber、バーチャルライバー、バーチャルタレントとも呼ばれる）が急激な盛り上がりを見せており、バーチャルYouTuberの人数は2018年1月末の181人から、2018年7月末には4,475人に急拡大した¹。2018年9月末時点では、人気トップのキズナアイは、チャンネル登録者数（ファン数）が221万人、動画の総再生回数が1.5億回に達している²。図表1にキズナアイの外観を示す。

【図表1】キズナアイの外観



出典：YouTube“【自己紹介】はじめまして！キズナアイです♡(´▽`♡)”

バーチャルYouTuberとは、YouTubeなどの動画サイト上で、タレント活動をするキャラクターのことを指す言葉である。CGにより作成されたキャラクターに、演者が動きと声を当てることで、あたかもキャラクターが生きているように見せることができる。バーチャルYouTuberは、「ゲーム実況」、「歌ってみた」、「雑談」など、様々なジャンルの動画を配信している。具体例として、バーチャルYouTuberの動画の中で、YouTubeにおいて、本稿執筆時点で50万回再生を超えている動画の一部を図表2に示す。

¹ ユーザーローカル“バーチャルYouTuberの市場成長に関する分析調査”，
<https://www.userlocal.jp/news/20180806vc/>

² ユーザーローカル“バーチャルYouTuberランキング”，
<https://virtual-youtuber.userlocal.jp/>

【図表2】バーチャルYouTuberの動画例

動画の内容	バーチャル YouTuber名	動画タイトル
【ゲーム実況】プレイヤーが実況しながらゲームをプレイする動画	猫宮ヒナタ	バーチャルYouTuber『猫宮ひなた』PUBGをやるよ！【#0X】
	電腦少女シロ	【女子実況】裸で釜に入って登山したらひどい結果に...【Getting Over It】【103】
【アプリ利用】アプリを利用している様子を投稿した動画	キズナアイ	【検証】キズナアイが『斉藤さん』したら本人だとバレるのか！？
	ミライアカリ	【速報】次元の壁を越えた！in VRChat【MiraiAkariProject#010】
【歌ってみた】既存の曲を自らの肉声で歌った動画	YuNi	【息継ぎ必死】シャルル 歌ってみた - YuNi
	富士葵	【Cover】なんでもないや/RADWIMPS 『君の名は。』 Nandemonaiya "Your Name"
【声を使った演技】早口言葉や声真似などの声を使った演技を投稿した動画	キズナアイ	【演技力じゃがりこ面接】まさかの新作！？キズナアイ面接！
	輝夜月	【声真似】バーチャルユーチューバーのガチ声真似しましたまる
【自己紹介】自己紹介や自分の意見の主張を投稿した動画	輝夜月	必殺！あいさつきめてみたっス!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!
	ミライアカリ	【自己紹介】ねえ…聞いて欲しいの…【MiraiAkariProject#001】
【雑談】日常の話題や視聴者のメッセージ紹介などの雑談をする動画	バーチャルのじゃろり狐娘 Youtuberおじさん	返信するだけのつまらない長い動画【008】
	月ノ美兎	月ノ美兎の放課後ラジオ 30.4.23

図表2に見られるように、バーチャルYouTuberの動画は娯楽を目的としたものが多い。バーチャルYouTuberと登場人物が存在する既存の娯楽メディアを、登場人物と企画内容という2つの観点で分類した結果を図表3に示す。バーチャルYouTuberは、アニメやゲームと同じように架空のキャラクターが登場するが、アニメやゲームはシナリオに沿った内容が提供されることに対し、その場でのアドリブによる演出が多いことが異なる。また、バーチャルYouTuberでは、動画内のコメントやTwitter上で質問・要望を受け付けて次回以降の動画に反映させたり、ライブ配信中に投稿されたコメントにキャラクターがリアルタイムで反応したりすることが行われている。さらに、YouTube上での活動に留まらず、TV出演やライブイベントを開催するキャラクターも存在する。

【図表3】 登場人物が存在する娯楽メディアの分類

		企画内容	
		シナリオ型	アドリブ型
登場人物	実在	映画 テレビ	ライブ・コンサート YouTuber
	架空	アニメ ゲーム	バーチャルYouTuber

バーチャルYouTuberが演じるキャラクターは、3Dモデルの場合と2Dモデルの場合がある。3Dモデルを利用する場合、空間内を動いたりカメラアングルを任意に設定できたりといったコンテンツの自由度が高くなる。3Dモデルでは、演者の動作をリアルタイムにキャラクターに反映させるため、モーションキャプチャーの技術が使われている。モーションキャプチャーの利用により、アニメ制作に比べて短期間かつ低コストでキャラクターが動く動画を作ることができる。

3Dモデルと2Dモデルのどちらの場合でも、キャラクターの表情を変化させるために、カメラで撮影した演者の表情をキャラクターにシンクロさせる技術が使われている。また、特殊な表情をさせたい場合などは、演者がボタンを押すことでその表情に切り替えたり、動画編集時に特殊な表情を後付けしたりすることも行われている。図表4に、モーションキャプチャーと表情認識を利用したバーチャルYouTuberの制作風景を示す。

【図表4】 バーチャルYouTuberの制作風景



出典：YouTube“バーチャルYouTuberの作り方大公開！
3Dモーションキャプチャーが凄い……！【よきゅCH】”

キャラクターの音声については、演者の声をそのまま反映させることが多い。ただし、男性が女性キャラクターを演じるときなどは、音声変換ソフトウェアを使う場合や、音声認識ソフトウェアと音声合成ソフトウェアを組み合わせる場合もある。

バーチャルYouTuberは個人が制作し、個人として活動している場合もあるが、キャラクター制作費やモーションキャプチャー機材費といった初期費用、動画の企画・撮影・編集といった作業が必要なことから、有名なバーチャルYouTuberは企業が運営していることが多い。バーチャルYouTuberのビジネスにおける収入源は、YouTubeに掲載された広告による広告料、特定の商品宣伝によるスポンサー料、ライブ配信における視聴者からの投げ銭、LINEスタンプやボイス等のデータのライセンス料、キーホルダー・Tシャツ・フィギュア等のグッズのライセンス料、ライブ等のイベント入場料などが挙げられる。

1-2 バーチャルYouTuberの歴史

2016年12月にキズナアイが動画投稿を始め、世界で初めてバーチャルYouTuberを自称したことがその歴史の始まりである。キズナアイが動画投稿を始める前にも、キャラクターが動画サイト上で活動することは行われていたが、非常にマイナーな存在であり、バーチャルYouTuberというジャンルを確立するには至っていなかった。

バーチャルYouTuberが流行し始めたのは2017年12月に入ってからである。ニコニコ動画のランキング上位をバーチャルYouTuberの動画が占め、多くの人がバーチャルYouTuberという存在を知ることになった。また、この時期にバーチャルYouTuber四天王として、キズナアイ、輝夜月（カグヤルナ）、ミライアカリ、電脳少女シロ、バーチャルのじゃろり狐娘Youtuberおじさん（ねこます）、の5人（5人だが四天王と呼ぶ）が話題となった。図表5にバーチャルYouTuber四天王の外観を示す。

2018年1月以降、バーチャルYouTuberの人数が急激に増えてきた。2018年2月には、キャラクターになりきってライブ配信を行う、バーチャルライバーのグループ「にじさんじ」の1期生が登場し、月ノ美兎（ツキノミト）が有名となった。にじさんじは、それまで主流だった3Dモデルのキャラクターの動画を投稿するスタイルとは異なり、2Dモデルのキャラクターがライブ配信を行うというスタイルを確立した。

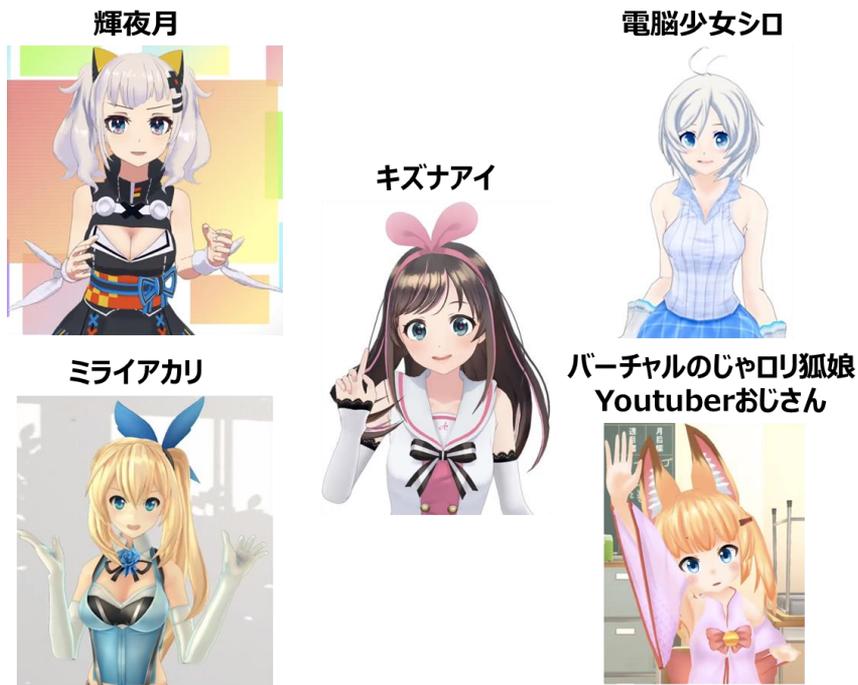
2018年4月には、グリー（株）がバーチャルYouTuber関連事業に100億円規模の投資計画を発表³、（株）サイバーエージェントの子会社がバーチャルYouTuberのマネジメント事業に特化したCyberVという会社を設立⁴、（株）ドワンゴがバーチャルキャストというVR空間でライブ配信できるサービスを開始⁵するなど、大手IT企業も本腰を入れるようになった。

³ <https://corp.gree.net/jp/ja/news/press/2018/0405-01.html>

⁴ https://cyber-z.co.jp/news/pressreleases/2018/0403_5897.html

⁵ <http://blog.nicovideo.jp/niconews/70674.html>

【図表5】 バーチャルYouTuber四天王の外観



出典：YouTube“【自己紹介】はじめまして！キズナアイです(´▽`)”

YouTube “【自己紹介】輝夜 月の特技がスゴイ！！！！”

YouTube“【自己紹介】ねえ…聞いて欲しいの…【MiraiAkariProject#001】”

YouTube“【自己紹介】はじめまして！シロです！【001】”

YouTube“バーチャル狐娘Youtuberおじさん。はじめます。【001】”

2 インタビュー調査

バーチャルYouTuberが急速に流行した理由は、YouTuber、アニメ、アイドルといった従来のサービスにない、何らかの価値を提供していると考えられる。そこで、バーチャルYouTuberを頻繁に視聴する人を対象に、バーチャルYouTuberの魅力と視聴実態を把握する調査を実施し、バーチャルYouTuberの提供価値を明らかにする。

2-1 調査手法

まず調査パネルにwebアンケートの形式で、バーチャルYouTuberの認知と視聴経験を聴取し、回答結果より、グループインタビュー調査の候補者を抽出する。

<調査概要>

- ・ 調査手法：グループインタビュー調査
- ・ 年齢：20～39歳
- ・ 居住地：東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県
- ・ 対象者数：男性16人、女性6人
- ・ 調査期間：2018年8月3日～8月5日

<グループインタビュー対象者の選定条件>

- ・ バーチャルYouTuberの視聴頻度が2週間に1回以上
- ・ バーチャルYouTuberの魅力についての5段階評価で、「魅力を感じている」または「やや魅力を感じている」と回答した人

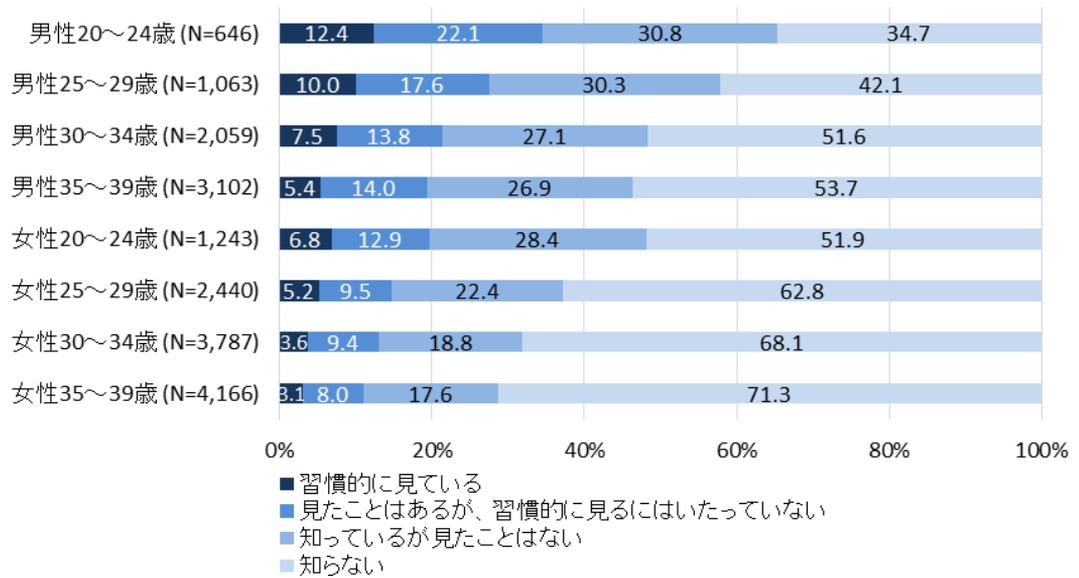
2-2 予備調査結果

予備調査の結果より、バーチャルYouTuberの認知と視聴経験、バーチャルYouTuberに対する活動経験について紹介する。

2-2-1 バーチャルYouTuberの認知と視聴経験

バーチャルYouTuberの認知と視聴経験を図表6に示す。バーチャルYouTuberの認知率と視聴経験率は、同年代の男女で比較すると男性の方が高く、年齢で比較すると若いほど高い。ただし、アンケートの回答者は女性や年齢が高い人が多いといった属性の偏りがあり、正しく実態を反映しているとは限らないため、予備調査結果は参考値として参照されたい。

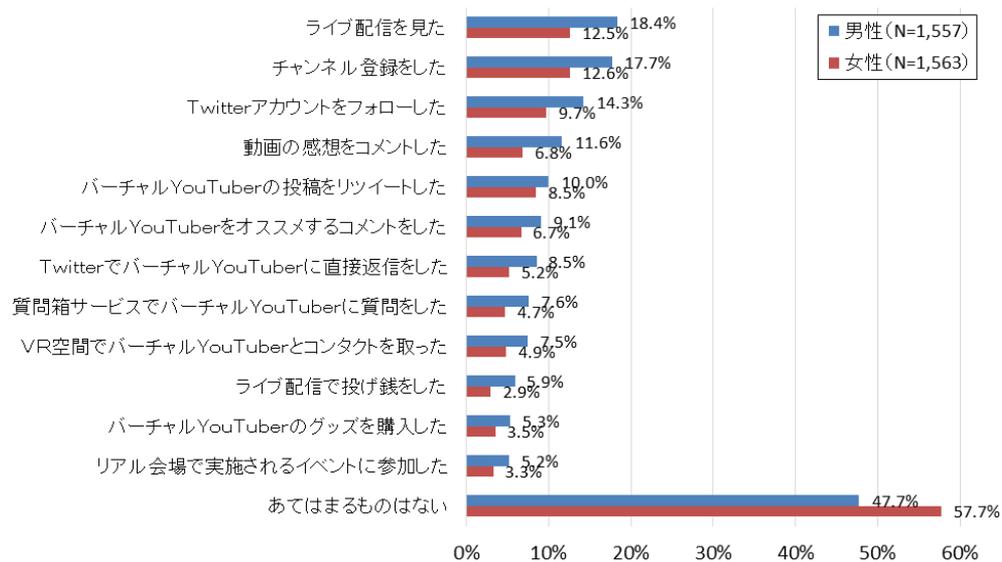
【図表6】 バーチャルYouTuberの認知率と視聴経験率



2-2-2 バーチャルYouTuberに対する行動

バーチャルYouTuberを「習慣的に見ている」「見たことはあるが、習慣的に見るにはいたっていない」と回答した男女に、バーチャルYouTuberに対する各行動の経験を聴取した結果を図表7に示す。男性と女性を比較すると、男性の方が各行動の経験率が高い。

【図表7】 バーチャルYouTuberに対する各行動の経験



3 本調査結果

3-1 調査対象グループ

予備調査の結果より、視聴経験率は男性の方が高いため、男性3グループ、女性1グループのインタビューを実施した。男性は、バーチャルYouTuberの視聴頻度やバーチャルYouTuberに対する行動⁶の経験数に応じて、3グループに分けた。各グループの特徴の違いを図表8に示す。

【図表8】 調査対象グループの特徴

	視聴頻度の中央値	1日あたりの視聴時間の中央値	視聴したバーチャルYouTuberの人数の中央値	バーチャルYouTuberに対する行動の経験数の中央値
男性① 6人	ほとんど毎日	1時間以上、2時間未満	15人	9
男性② 4人	2～3日に1回くらい	10分以上、30分未満	3人	5
男性③ 6人	4～5日に1回くらい	10分以上、30分未満	4人	2
女性 6人	2～3日に1回くらい	30分以上、1時間未満	9人	7

3-2 インタビューにおける質問と回答

バーチャルYouTuberを頻繁に視聴する男女の各グループへのインタビューにおいて、対象者に聞いた主な質問とその回答を図表9に示す。対象者へのインタビューの中で、バーチャルYouTuberと似ているものとして、YouTuber、アニメ、アイドルが例として挙げられた。対象者は、これらとバーチャルYouTuberの違いを説明できている、バーチャルYouTuberは独自のポジションを確立していることが分かった。

⁶ バーチャルYouTuberに対する行動の選択肢として、図表7に示す12の選択肢を提示した。

【図表9】 インタビュー対象者に聞いた主な質問と回答

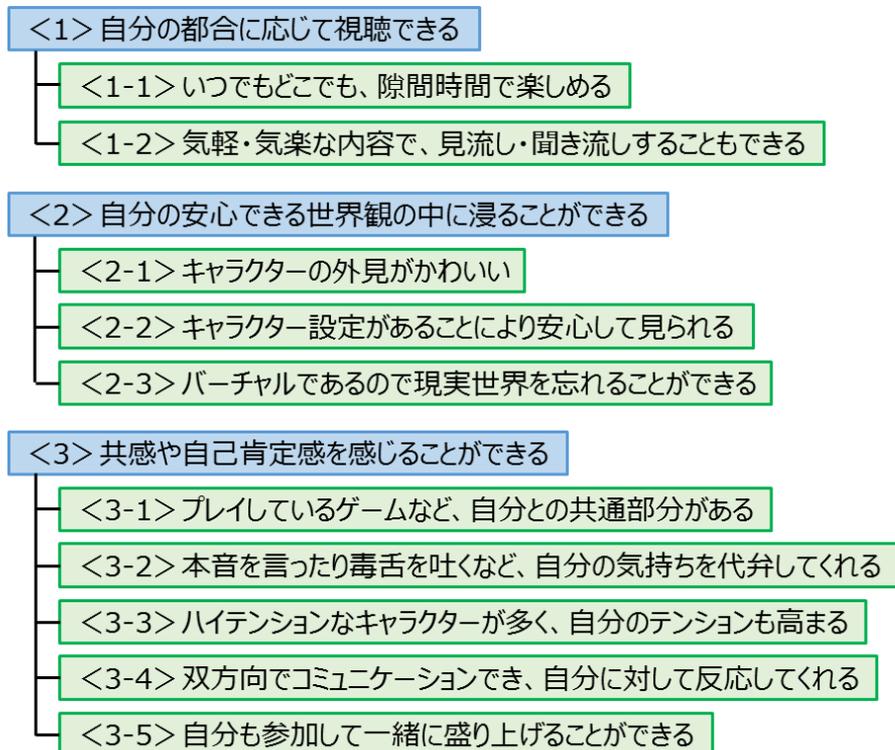
質問	回答
バーチャル YouTuber の視聴の仕方	「動画がそんなに長くないので、ちょっとした暇な時間に手軽に見られる」 「スマホで移動時間に見る」 「アニメのようにストーリーを理解しようと集中せず、ダラダラ見られる」 「テレビを見たり、別のことをしながら見ている」
バーチャル YouTuber の魅力	「キャラクターの絵がきれい」 「セリフや動作とかの振る舞いがかわいい」 「自分の知っているゲームの実況をしてくれる」 「ゲームが下手過ぎもせず上手過ぎもせず、ちょうどいいのがいい」 「自分が言えない本音を言ってもらえたら、何かスツとする」 「毒舌や下ネタを言い、よく言ってくれたと感じる」 「ハイテンションなキャラクターが多く、元気をもらえる」 「仕事終わりはテンションが下がるが、明るく元気なバーチャル YouTuber を見ると、自分もテンションが上がる」
バーチャル YouTuber と似ているもの	「YouTuber」 「アニメ」 「アイドル」
YouTuber、アニメ、アイドル等との違い	「YouTuber はテンションが高いと無理していると思うが、バーチャル YouTuber はすごいテンションでもすんなり見られる」 「キャラクター設定があり、自分の期待を裏切らない安心感がある」 「人だとリアリティがあって疲れるが、バーチャルだと現実を離れられる」 「ライブ配信だとコメントしたら返してくれ、キャラクターと会話しているみたいな気分になれる」 「Twitter で絡めたりして本当に会える人みたいな感じ」
バーチャル YouTuber に対してとった行動	「コメント投稿」 「ライブ配信を視聴」 「LINE スタンプの購入」
バーチャル YouTuber に対して行動をする動機	「動画のネタをコメントで募集しており、それが動画に反映すると嬉しい」 「コメントはリアルなライブの合の手みたいな感じで、手拍子をしたりサイリウムを振ったりする代用」 「投げ銭やグッズ購入、いいねを押すだけでも応援できるので、自分が盛り上げ役の一員を担うという充足感が得られる」

3-3 バーチャルYouTuberの提供価値

図表9に示すインタビュー結果から、バーチャルYouTuberの提供価値は次の3点にまとめられる。(図表10)

- <1>自分の都合に応じて視聴できること。
- <2>自分の安心できる世界観の中に浸ることができること。
- <3>共感や自己肯定感を感じることができること。

【図表10】 バーチャルYouTuberの提供価値



3-4 調査対象の各グループの特徴

バーチャルYouTuberに関する各グループの発言において、グループ間の相違が見られたものを図表11に示す。男性①グループは、「何回も繰り返し見る」「コメントで応援する」「掲示板で語り合う」といった発言があるように、バーチャルYouTuberに対して積極的かつ能動的な関与行動が見られ、「生きがい」と言える存在になっていた。一方、男性③グループは、「コメントをするメリットを感じない」「オタクとして見られたくない」といった発言があるように、バーチャルYouTuberに対して深く関与しておらず、「暇つぶし」としかとらえていないことが分かった。

女性グループのバーチャルYouTuberへの関与度合いは、「視聴の仕方」「コメント」

「周囲との情報交換」の質問に対して、男性③グループと同じような回答をしており、同程度の関与度合いと言える。しかし、「どのような存在か」という問いに対しては、「自分の友達のような存在」「自分のなりたい姿」と男性の各グループとは異なる捉え方が見られる点が特徴的である。これは、調査を実施した2018年8月時点では、図表2や図表5に見られるようにバーチャルYouTuberのキャラクター設定が「女性」であることが多く、もっぱら、「男性が女性キャラクターを視聴していること」と「女性が女性キャラクターを視聴していること」の違いが、そのひとつの理由として推察される。

【図表11】各グループの発言で相違がみられたもの

	男性①グループ	男性②グループ	男性③グループ	女性グループ
視聴の仕方	・何回も繰り返し見ることもある	・登録しているチャンネルを順番に見る	・暇つぶしに見る	・空き時間に見る
どのような存在か	・生きがい ・新たな娯楽コンテンツ ・アイドルと友達の間 ・応援したい存在	・元気をもらえる存在 ・癒される ・面白い人	・ラジオに近い ・暇つぶし ・好奇心として見る対象	・自分と並列の友達のような存在 ・言いたいことを代弁してくれる ・自分のなりたい姿
コメントをする/しない理由	・コメントで一緒に盛り上げる ・コメントで応援する	・コメント返しがきたら嬉しい ・コメントが返ってこないテンションが下がるのでコメントはしない	・コメントするメリットを感じない	・コメントはしない ・見ているだけがいい
周囲との情報交換・交流	・掲示板とかで語り合う ・Twitterで好きな人を推す	・ネガティブ情報を目にするのが嫌でネットの情報は見ない ・バーチャルYouTuberを見ている友人と話す	・周囲で話題になることはない ・オタクとして見られたくない	・周囲で話題になることはない ・夫や弟と話す
今後の期待	・リアルへのさらなる進出を期待	・自分も仮想世界に行ってみたい	・今後の発展にはあまり興味ない	・自分用のキャラクターが欲しい

4 まとめ

本調査結果から、バーチャルYouTuberの提供価値は、次の3つにまとめられる。

- < 1 > 自分の都合に応じて視聴できること。
- < 2 > 自分の安心できる世界観の中に浸ることができること。
- < 3 > 共感や自己肯定感を感じることができること。

インタビュー対象者にとっては、バーチャルYouTuberの比較対象として名前が挙がったYouTuber、アニメ、アイドルでは、上記の3つの価値を同時に満たすことができていなかった可能性が高い。一方、バーチャルYouTuberは、実在の人物に比べてキャラクター設定の自由度が高く、図表2や図表3に見られるように従来のサービスとは異なる世界観を作り出しており、上記3つの価値を同時に満たしやすいと推察される。そのため、バーチャルYouTuberは一時的な流行ではなく、ひとつの新たなジャンルとして今後定着していくものと思われる。

【執筆者プロフィール】

氏名：横田 健治（よこた けんじ）

経歴：株式会社KDDI総合研究所 フューチャーデザイン1部門1グループ アナリスト

2012年KDDI入社、2013年KDDI研究所出向、2016年KDDI総合研究所発足に伴い、
現職に至る。