

YouTubeに関する利用実態調査

2007年 2月20日



株式会社メディアインタラクティブ
150-0031 東京都渋谷区渋谷2-6-11 花門ビル4F
Tel : 03-6826-5000 Fax : 03-6419-8375

目次

回答結果概要	2
調査結果詳細	3
調査の概要・回答者の概要	4
調査結果	5
1.YouTubeの視聴経験・認知状況	5
2.YouTubeの認知経路 / YouTube視聴経験者に対する設問	5
3.YouTubeの話題性 / YouTube視聴経験者に対する設問	6
4.YouTubeで視聴しているコンテンツ・最も視聴しているコンテンツ YouTube視聴経験者に対する設問	6
5.YouTubeの魅力 / YouTube視聴	7
6.YouTubeに対する考え / YouTube視聴経験者に対する設問	7
7.YouTubeの認知経路 / YouTubeの内容は知っているが 視聴経験のない者に対する設問	8
8.YouTubeを視聴しない理由 / YouTubeの内容は知っているが 視聴経験のない者に対する設問	8
9. YouTubeに対する関心度 / 「YouTubeの名前を知っている程度 + 知らない」者に対する設問	9

回答結果概要

視聴している・視聴したことがある層は全体の36.9%

株式会社メディアインタラクティブ (本社 渋谷区、代表 橋本光伸)は全国の18歳以上のインターネットユーザーを対象に、「YouTubeに関する利用実態調査」を実施しました。調査手法はインターネットリサーチ。調査期間は2007年2月1日～2月2日、有効回答数は2186人から得られました。

米動画サイトYouTubeは投稿者が作成した動画を気軽にアップロードできることから、数ヶ月間で爆発的に視聴者を獲得し、新しいメディアとして注目されています。一方で日本のテレビ番組等が権利者に無許諾でアップロードされるなど著作権侵害の問題も指摘されています。

今回、全国の一般生活者に対し視聴しているコンテンツやサイトの認知経路、著作権侵害に対する意識などを調査しました。

【1】YouTubeの視聴経験者は、全体の36.9%。認知層は全体の48%に達する。

YouTubeの視聴状況ならびに認知状況をたずねたところ、「視聴している・視聴したことがある」と回答した人は全体の36.9%でした。また、「視聴していないが名前と内容を知っている」と回答した人が11.1%で、前者とあわせた認知層は約5割(48%)となっています。

【2】YouTubeは口コミの話題性がある

YouTube視聴者に対して、YouTubeの認知経路をたずねたところ、「友人・知人・家族などから聞いた」21.2%でトップ。以下、「インターネットニュース」19.8%、「個人のブログなど」17.5%、「2ちゃんねるなどの掲示板」16.4%と続いています。また、別の設問でYouTubeの話題性をたずねたところ、「YouTubeのことを人に教えた」話題にしたことがある」人の割合は約7割に達しています。両者の結果から、YouTubeの口コミにおける話題性はかなり高いといえます。

【3】YouTubeで視聴しているコンテンツのトップは「テレビ番組」の62.7%がトップ。

YouTubeで視聴しているコンテンツをたずねた(複数回答)ところ、「テレビ番組」が62.7%でトップ。以下、「ホームビデオなどで撮られた一般の人からの作品」50.1%、「音楽プロモーションビデオ(日本)」35.6%と続いています。最も視聴しているコンテンツ(単数回答)でも「テレビ番組」が32.5%でトップという結果でした。

【4】テレビ番組の視聴に関する事項をYouTubeの魅力にあげる人が多い

YouTubeの魅力についてたずねたところ、「一般の人からの作品が視聴できること」41.1%がトップ。以下、「日本のテレビ番組やCMが視聴できること」36.9%、「見逃したテレビ番組が視聴できること」33.6%で、テレビ番組の視聴に関する事項を魅力にあげる人が多い結果となりました。

【5】YouTubeに対する考えは「個人が楽しむ分には問題ないサイトだと思う」が圧倒的に多く約7割を占めている。

米動画サイトYouTubeに関するアンケート 調査結果詳細

調査の概要

調査方法

株式会社メディアインタラクティブの運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施した。

調査対象

アイリサーチ登録モニターのうち18歳以上・全国を対象に実施した。

有効回答数

有効回答数：2186人

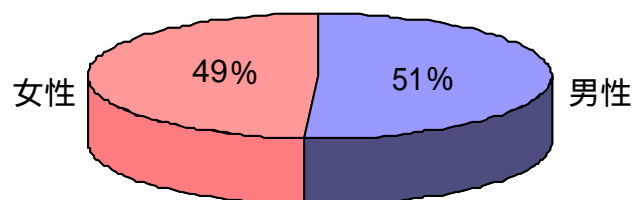
調査期間

調査実施日：2007年2月1日～2月2日

回答者の概要

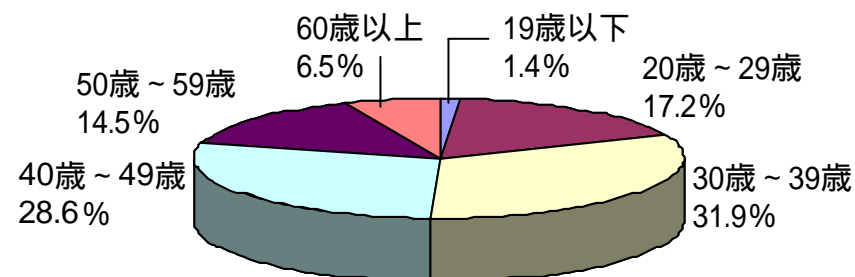
性別

性別 (N=2186)



年齢

年齢 (N=2186)

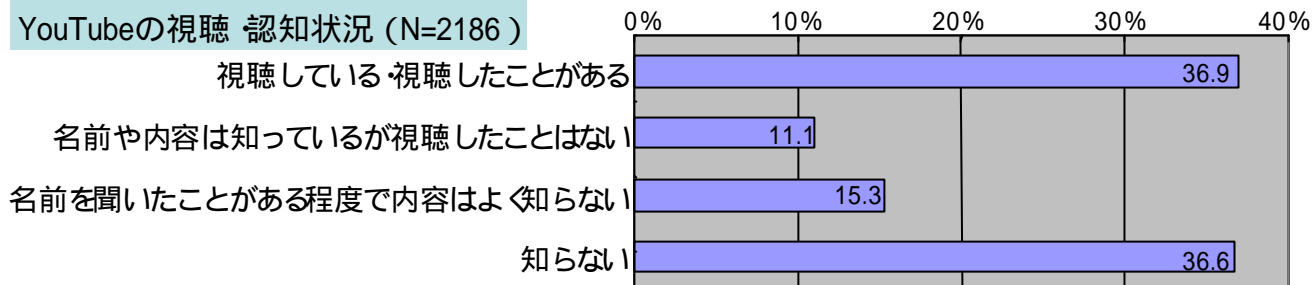


調査結果

1.YouTubeの視聴経験・認知状況 (SA)

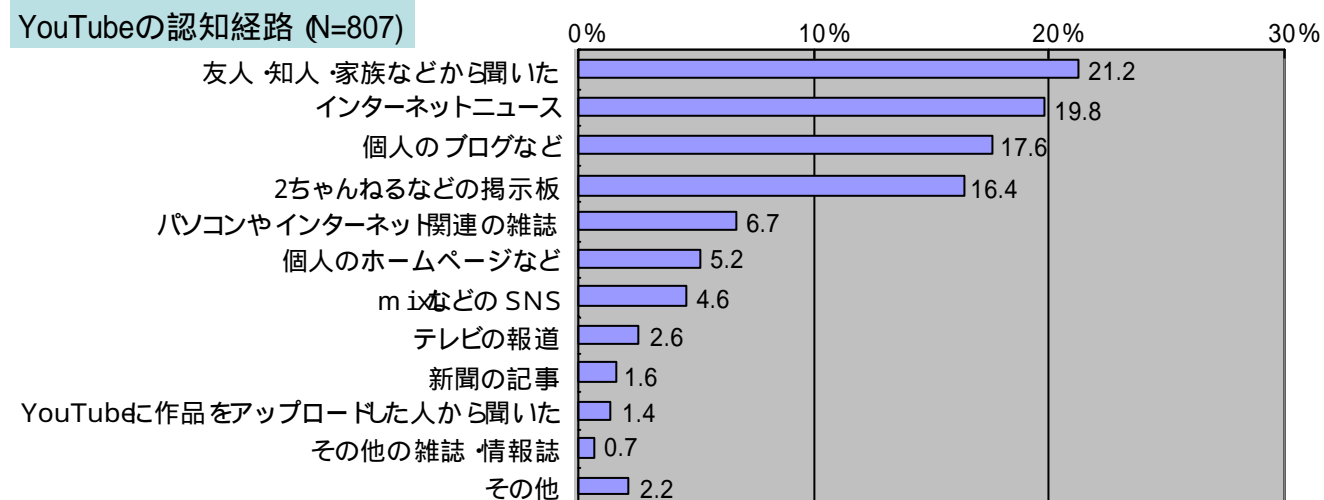
YouTubeの視聴経験者は、全体の36.9%。名前や内容は知っているが視聴したことはない」11.1%を加えた認知層は全体の48%に達する。

他方、「YouTubeのことは知らない」は36.6%。



2.YouTubeの認知経路 (SA) / YouTube視聴経験者に対する設問 (N=807)

友人・知人・家族などから聞いた」21.2%でトップ。以下、「インターネットニュース」19.8%、「個人のブログなど」17.5%、「2ちゃんねるなどの掲示板」16.4%と続いている。

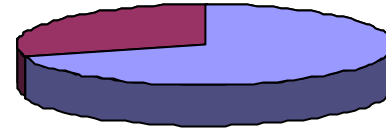


3.YouTubeの話題性 (SA) / YouTube視聴経験者に対する設問 (N=807)

YouTubeのことを人に教えたり話題にしたことがある人の割合は約7割に達しており、前項の認知経路で「友人・知人・家族などから聞いた」がトップであったことも考えると、口コミにおける話題性はかなり高いといえる。

YouTubeの話題性 (N=807)

人に教えたり話題にしたことはない 30.2%



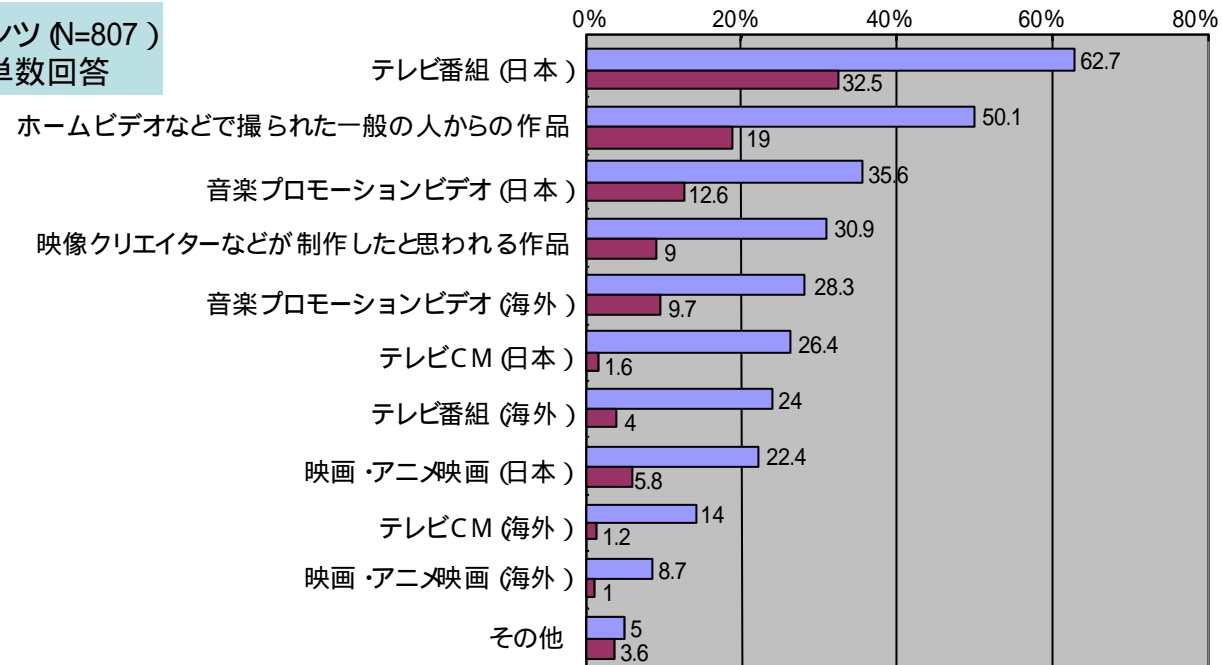
人に教えたり話題にしたことがある 69.8%

4.YouTubeで視聴しているコンテンツ (MA) ・最も視聴しているコンテンツ (SA) / YouTube視聴経験者に対する設問 (N=807)

YouTubeで視聴しているコンテンツを複数回答でたずねたところ、テレビ番組 (日本) 62.7%が最も高い。以下、ホームビデオなどで撮られた一般の人からの作品 50.1%、音楽プロモーションビデオ (日本) 35.6%と続いている。

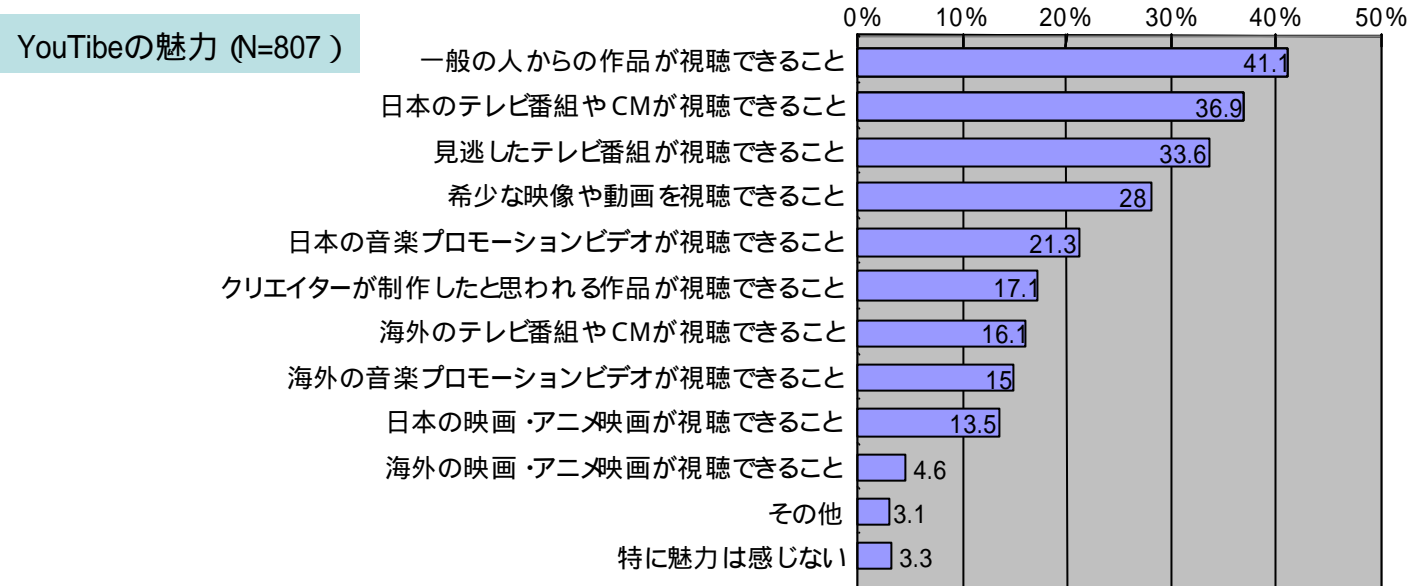
最も視聴するコンテンツは テレビ番組 (日本) 32.5%と全体の約3分の1を占めている。

視聴しているコンテンツ (N=807)
上段複数回答下段単数回答



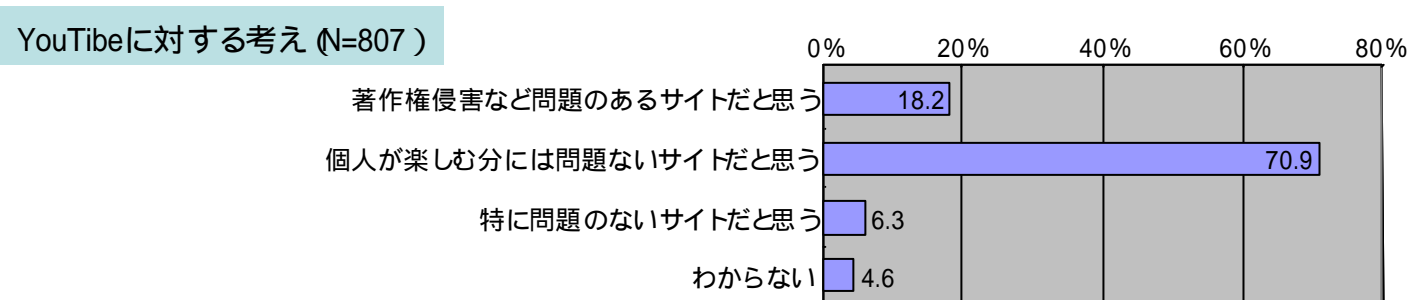
5.YouTubeの魅力 (MA) / YouTube視聴

YouTubeの魅力については、「一般の人からの作品が視聴できること」41.1%がトップ。以下、「日本のテレビ番組やCMが視聴できること」36.9%、「見逃したテレビ番組が視聴できること」33.6%で、テレビ番組の視聴に関する事項を魅力にあげる人が多い。



6.YouTubeに対する考え (SA) / YouTube視聴経験者に対する設問 (N=807)

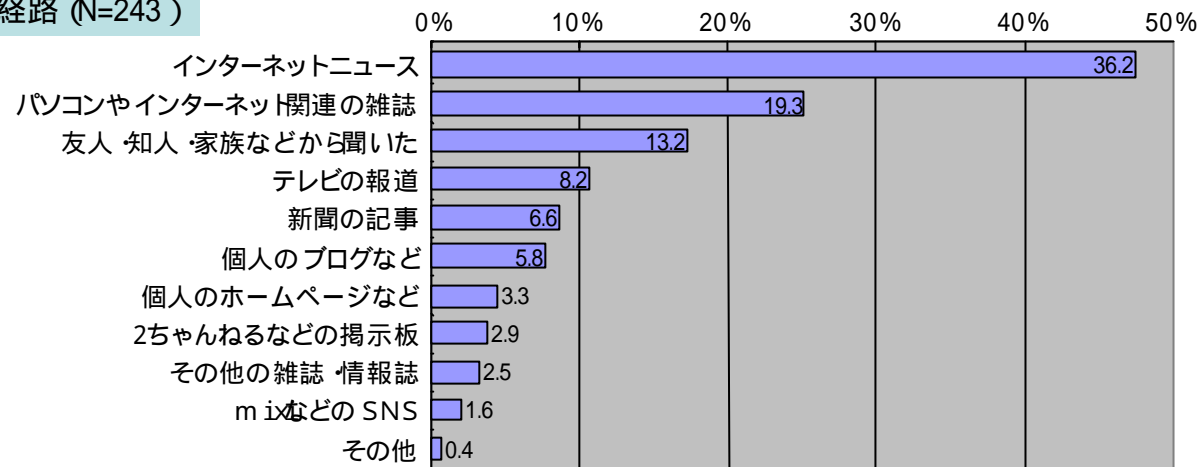
YouTubeに対する考えをたずねたところ、「個人が楽しむ分には問題ないサイトだと思う」が圧倒的に多く約7割を占めた。特に問題のないサイトだと思う6.3%を加えると、8割弱の人が「著作権などの問題なし」と考えている。他方「著作権侵害など問題のあるサイトだと思う」の回答割合は18.2%にとどまった。



7. YouTubeの認知経路 (SA) / YouTubeの内容は知っているが視聴経験のない者に対する設問 (N=243)

「インターネットニュース」36.2%、が最も高く、次いで「パソコンやインターネット関連の雑誌」19.3%となっており、YouTube視聴者においては口コミ経由が高かったのに対し、媒体経由での認知率が高いのが特徴的である。

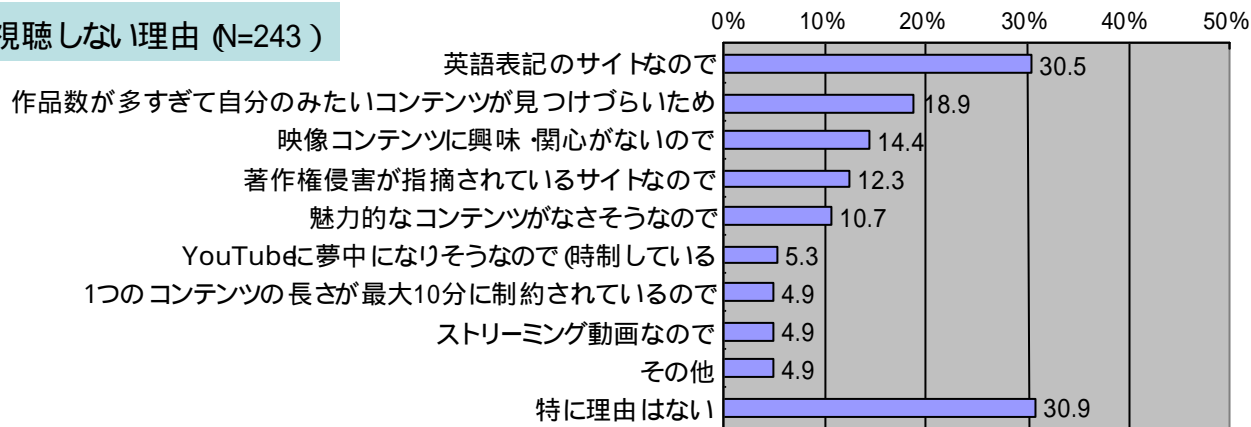
YouTubeの認知経路 (N=243)



8. YouTubeを視聴しない理由 (MA) / YouTubeの内容は知っているが視聴経験のない者に対する設問 (N=243)

YouTubeを視聴しない理由では、「特に理由はない」をあげる人が30.9%。理由ありでは「英語表記のサイトなので」が最も高く30.5%で、この層はYouTubeの日本語表記バージョンが登場した場合に視聴層に流れる可能性があるといえる。

YouTubeを視聴しない理由 (N=243)



9.YouTubeに対する関心度(SA) / 「YouTubeの名前を知っている程度 + 知らない」者に対する設問 (N=1136)

YouTubeの名前を聞いたことがある」または「知らない」と回答した人に対し、YouTubeの解説をした上で関心度をたずねた。結果、「興味・関心をもった」人が33%と全体の約3分の1に達しており、潜在視聴者層の可能性をうかがわせる結果となった。

