

プレスリリース  
報道関係者各位

2024年7月4日(木)  
株式会社ビデオリサーチ  
配信技術研究所株式会社  
GLOE株式会社

## ライブ配信メディアの市場動向や広告価値をまとめた レポートを無償提供開始

～若年層に人気のゲーム実況・VTuber配信視聴を対象として、調査を実施～

株式会社ビデオリサーチ(本社：東京都千代田区、代表取締役社長執行役員：石川 豊、以下「ビデオリサーチ」)、配信技術研究所株式会社(本社：東京都渋谷区、代表取締役：牧野耕志、以下「配信技研」)、GLOE株式会社(本社：東京都新宿区、代表取締役：谷田優也、古澤明仁、東証グロース：9565、以下「GLOE」)は、若年層に人気のゲーム実況・VTuber配信視聴を対象としたライブ配信メディア市場に関する調査を実施し、ライブ配信メディアの市場動向や広告価値についてまとめた『ライブ配信メディアレポート』の無償提供を2024年7月4日(木)より開始したことをお知らせします。

本レポートは、メディアリサーチや生活者研究のナレッジを有するビデオリサーチが行った調査・分析を中心に、ゲーム・VTuberコンテンツに関する番組制作やイベント運営、コンサルティングなどを行っている配信技研およびGLOEの知見を取り入れた内容になっています。

また、本レポートの無償提供に伴い、本レポートの内容をもとにライブ配信メディア市場について解説するウェビナーを9月上旬頃に開催予定です。詳細は後日発表いたします。



### ■若年層を中心に人気を集め大きな価値を持つ、ゲーム実況やVTuber配信などの「ライブ配信メディア」

「ライブ配信メディア」は、様々な配信プラットフォーム上でリアルタイムに配信されており、近年人気を集めています。視聴者はチャットやスーパーチャットなどの“投げ銭”システムを通じて、配信者と双方向でコミュニケーションを取りながら配信を楽しむことができるのが特徴です。

「ライブ配信メディア」にはアイドルやスポーツのライブ配信など様々なジャンルのコンテンツがある中、特に10代や20代といった若年層を中心に盛り上がりを見せているゲーム実況やeスポーツ、VTuberのライブ配信視聴を今回の調査・分析対象としました。若年層とのコミュニケーションに課題を感じる企業が増えている中で、このメディアに大きな価値があると考え、レポート発刊に至りました。

## ■ 『ライブ配信メディアレポート』とは

『ライブ配信メディアレポート』は、2024年1月にYouTube Live（ライブ配信）やTwitchでゲーム実況やVTuber配信を視聴している“ライブ配信視聴者”を対象に行ったアンケート調査結果と、配信技研が提供する「GikenAccess<sup>\*1</sup>」のデータを基に「ライブ配信メディア」の現状とその影響を深く理解することを目的としています。ライブ配信の視聴時間や利用者数、ライブ配信視聴者のプロフィール、広告・PR手法ごとにその効果を分析した結果等をまとめています。

調査の結果、ゲーム実況やeスポーツ、VTuberのライブ配信メディア市場は若年層が多く、能動的に見ていることや、配信者やその他の視聴者とのコミュニティ意識を持つことで、メディア内の広告に対する評価もポジティブであることがわかり、新たな価値を持つメディアであることがデータからも確認できました。

今後はこの結果を通じて、ライブ配信メディアで広告展開を行う広告主や広告会社に対して、より効果的なメディアプランニングを支援できる仕組みの研究を進めていきます。ライブ配信メディアの実態や広告価値を示すことで、ライブ配信メディアの視聴文化及び経済圏の成長に貢献することを目指します。

\*1：配信技研が開発した、国内のゲームライブ配信者のチャンネルのデータ（配信時間や視聴時間など）をリアルタイムに検索・閲覧出来るライブ配信コンテンツ専用のデータツール。

『ライブ配信メディアレポート』は、下記、ビデオリサーチのコーポレートサイト (<http://bit.ly/4bqiUb3>) よりダウンロードいただけます。

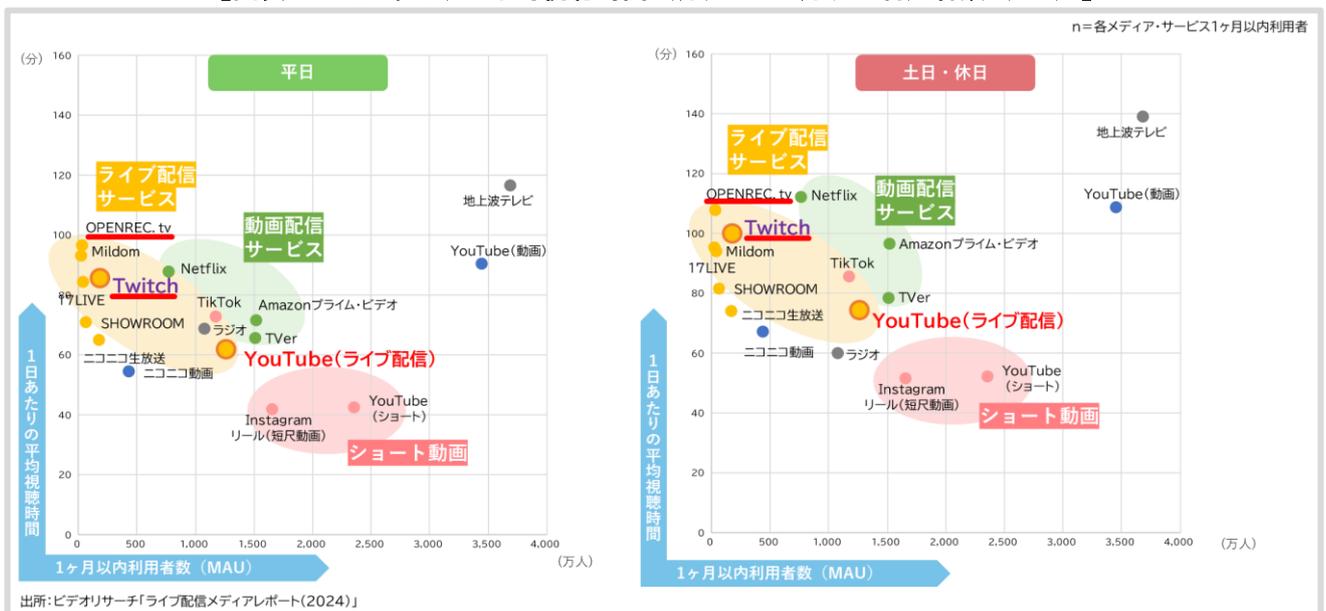
レポートをダウンロードする

## 【ご参考】『ライブ配信メディアレポート』でのトピックス（以下、レポートの内容を抜粋して記載）

### ■ Twitchを中心に、ライブ配信メディアは1日あたりの視聴時間が長い

ライブ配信メディア（図表1黄色部分）は、テレビやYouTubeに比べて利用者数は少ないものの、「Twitch」や「OPENREC.tv」などゲーム実況コンテンツが多いことから比較的視聴時間が長めであることが特徴です。

【図表1：1日あたりの平均視聴時間（分）×1か月以内利用者数（MAU）】

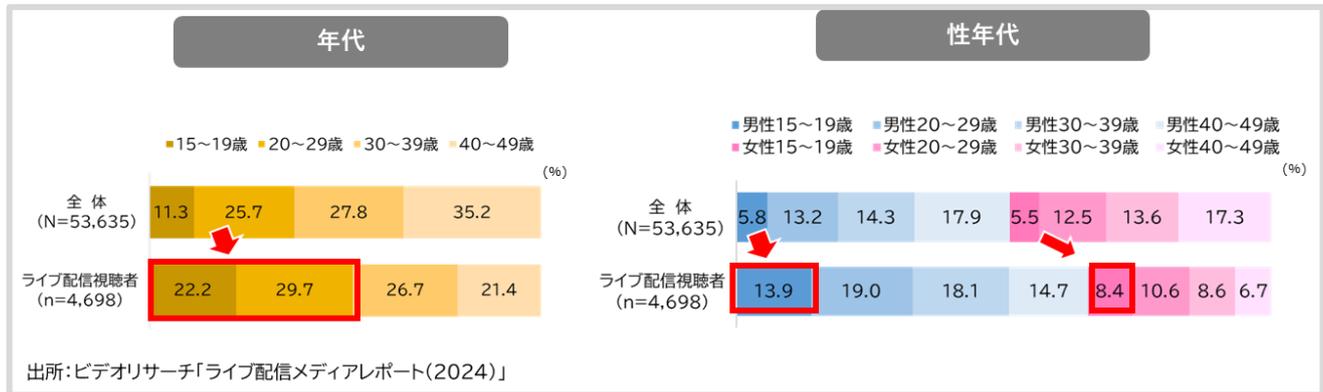


■ライブ配信視聴者は、特に若年層（15～19歳）の割合が高い

ライブ配信視聴者\*2は全体と比較すると男女ともに10代が目立ち、若年層を中心に視聴されているメディアであることがうかがえます。

\*2：「YouTube Live（ライブ配信）またはTwitchでゲーム実況・VTuberの動画を月に1回以上視聴している人」と定義。

【図表2：ライブ配信視聴者プロフィール】



■ライブ配信メディア特有の広告手法「バナーロール」広告は、商品・企業の好感度へ寄与する

様々な動画広告を比較した際に、ライブ配信メディア特有のバナーロール\*3広告は、「配信者を支援してくれていると思った」が9.2%と動画広告やバナー広告に比べてやや高くなっていました。また、「好感を持った」もやや高いことから、企業やブランドが“推し”である配信者を支援してくれていると認識し、好感を持ったと推察されます。

\*3：ライブ配信画面内に表示される静止画広告。数秒ごとに広告が切り替わる。

【図表3：広告視聴後の気持ちや行動の変化（イメージ）】

	YouTubeやTwitchの広告機能を使った広告		配信者が自分のチャンネルやSNSなどを使って発信する広告			
	動画広告	バナー広告	バナーロール広告	商品や企業・ブランドに関する配信/動画 (PRや企業とのコラボ動画など)	SNSでの発信 (PRなど)	
	n=2194	n=2082	n=1851	n=2041	n=2015	
商品・サービスやブランド、企業について	配信者を支援してくれていると思った	6.9	4.7	9.2	11.5	7.7
	企業はコミュニティの一部/仲間だと思った	3.8	3.7	3.8	4.3	3.9
	印象に残った	9.7	7.8	8.4	11.2	8.9
	興味が湧いた	6.6	6.2	7.9	11.9	9.3
	流行っている、人気があると感じた	5.4	4.8	4.8	6.0	6.8
	自分向けだと思った	3.6	3.6	4.9	4.8	4.2
	知るきっかけになった	13.2	12.4	11.4	16.1	14.0
	好感を持った	3.8	3.4	5.2	6.3	5.5
	信頼感が高まった	3.4	3.0	3.7	4.7	4.0
	特長がよく理解できた	3.4	2.8	3.5	5.9	4.1
	購入したい/利用したいと思った	2.9	3.2	4.1	4.6	4.0
	調べたり検索した	5.2	4.1	4.4	7.3	5.9
	家族や友人などと話題にした	2.0	1.9	2.0	2.1	2.1
お店またはECサイトで購入を検討した	2.5	2.0	2.8	2.8	2.4	
購入・利用した	1.5	1.1	1.6	2.2	1.5	
広告について	広告を増やしてほしい/増えてもよいと思った	1.2	1.9	2.9	3.3	2.5
	広告を減らしてほしい/減ってもよいと思った	55.3	51.3	42.4	35.9	35.4

出所: ビデオリサーチ「ライブ配信メディアレポート(2024)」

『ライブ配信メディアレポート』は、下記、ビデオリサーチのコーポレートサイト (<http://bit.ly/4bqiUb3>) よりダウンロードいただけます。

レポートをダウンロードする

## ■『ライブ配信メディアレポート』調査概要

調査手法	WEB調査（WEB調査協力会社のパネル調査を依頼し、特定サイトに訪問してもらい回答）
調査期間	2024年1月26日（金）～28日（日）
調査対象	全国に居住する15～49歳男女個人 且つ YouTube Live（ライブ配信）またはTwitchでゲーム実況やVTuberの動画を月に1回以上視聴している人
サンプル数	【事前調査】53,635 ss 【本調査】2,403ss
集計	下記仕様に基づきウェイトバック集計を実施 ・性年代構成は住民基本台帳に準拠 ・加えて本調査では、事前調査から算出した「YouTube Live（ライブ配信）またはTwitchでゲーム実況・VTuberの動画を月に1回以上視聴している人」の出現率を使用
企画・調査主体	株式会社ビデオリサーチ
協力	配信技術研究所株式会社、GLOE株式会社

## ■本取り組みにおける各社の役割

企業	役割
ビデオリサーチ	・視聴率などマスメディアを測定し提供してきた知見共有 ・アンケート調査やデータ解析によるデータ提供・分析
配信技研	・配信技術研究所が保有する「GikenAccess」（ライブ配信データ解析ツール）のデータ提供・分析 ・配信者の活動支援実績による知見共有
GLOE	・ライブ配信市場内の各ステークホルダーの調整 ・eスポーツイベントの企画・運営等の実績による知見共有

## 株式会社ビデオリサーチ 会社概要

テレビも含めた動画ビジネスを支えるデータ&システム会社です。テレビ視聴率データを提供する調査機関として1962年に設立し、以来、日本国内におけるテレビ視聴率調査をはじめとした各種メディアデータやマーケティングデータなど最先端のデータを提供し、企業のマーケティング課題解決のトータルサポートを行っています。

- ・ URL : <https://www.videor.co.jp/>
- ・ 所在地 : 東京都千代田区三番町6-17
- ・ 設立 : 1962年9月20日
- ・ 代表取締役 社長執行役員 : 石川 豊

## 配信技術研究所株式会社 会社概要

「個人の自己実現を加速させる」をミッションとして2019年に創業されたスタートアップです。個人が社会と関わり自己実現を為すにあたり存在する 問題・障壁をテクノロジーにより解決します。

- ・ URL : <http://giken.tv/>
- ・ 所在地 : 東京都渋谷区

## GLOE株式会社 会社概要

GLOEは、eスポーツ黎明期の2015年創業時以来、eスポーツに関するあらゆるジャンルのイベントや大会の企画・運営、映像制作・配信、プロモーション、キャスティング、施設運営、コンサルティングに加え、eスポーツを活用した地方創生や新規事業創出を行ってまいりました。2021年2月にウェルブレイドとライゼストが合併。2023年5月に、ビジョンを「We are the GAMING LIFESTYLE Company.」に、ミッションを「ゲームをき

っかけに人と社会をHAPPYにする。」に変更。2024年2月にウェルブレイド・ライゼストからGLOEに商号を変更いたしました。ゲームが当たり前にある人々の生活様式に寄り添ったソリューション、サービス、プロダクトを提供し続けることで、ゲーム・eスポーツ業界のさらなる発展に寄与することを目指しています。

- ・ URL : <https://gloe.jp>
- ・ 所在地 : 東京都新宿区大京町22-1 グランファースト新宿御苑6F
- ・ 設立 : 2015年11月19日
- ・ 代表取締役 : 谷田優也 古澤明仁

---

■お問い合わせ先 : (株) ビデオリサーチコミュニケーションズ ビデオリサーチグループ広報セクション  
Tel : 03-5860-1723 E-mail : [info@videor.co.jp](mailto:info@videor.co.jp)

---