

VTuberが変えるエンタメ産業の構造 —国内外の潮流と成長の可能性—

文=梶川弘徳 シー・エフ・ワイ代表取締役



かじかわ・ひろのり
株式会社シー・エフ・ワイ 代表取締役CEO
パチンコホール企業で営業部長として、営業戦略や組織マネジメントの責任者で活躍し、2009年33歳でCFYを設立。提案力が強みのパチンコ店特化型広告代理店として評価を集め、会社を成長させてきた。パチンコセミナー多数登壇。業界誌でも執筆活動中。着物のギネス世界記録ホルダーであり「きものではたらく社長」としてブログも配信中。https://corp.cfy.jp/

VTuberは2016年の「キズナアイ」登場以来、インターネット文化の代表的存在として急速に注目を集めてきました。アニメ風アバターによる動画配信やライブ形式のコミュニケーションは、新たなエンターテインメント体験を生み出し、特にコロナ禍以降は視聴ニーズが拡大したことで市場も大きく成長しています。

矢野経済研究所によれば、2023年度の国内VTuber市場規模は約800億円、2025年度には約1260億円へと拡大する見込みです。これはグッズ販売、ライブストリーミング、広告やタイアップ、イベント出演など多様な収益モデルの構築が背景にあり、単なる配信活動の延長ではない産業としての成熟が進んでいることを示しています。

こうした市場拡大に伴い、VTuberの人気も国内外で大きく広がっています。日本国内では、ホロライブ所属VTuberの見込みです。これは

VTuberの「宝鐘マリン」がYouTube登録者数420万人以上と突出した人気を誇り、歌・ゲーム実況・バラエティ企画など幅広い活動を通じて支持を集めています。海外でも英語圏VTuberが数百万人規模のフォロワーを獲得し、世界各地でライブイベントやSNSコミュニティを形成しています。さらに、中国や韓国、印度ネシアなど多地域のVTuberコミュニティが活発化し、日本発のカルチャーブランドTikTok・Instagramなどを通じてグローバルな広がりを見せていま

す。

VTuberの活動シーンは多岐にわたり、VTuberでのライブ配信やアーティスト動画が中心であります。Twitch・TikTok・InstagramなどをSNSを横断した発信が一般化しています。SNS上では短尺動画や告知投稿を通じて視聴者と日常的な交流を行い、より身近な存在としてファンの支持を得ています。

企業や自治体におけるVTuberの活用も進化しています。これまで商品プロモーションやタイアップ広告としての起用が主でしたが、最近では企業公式アンバサダーやブランドキャラクターとして長期的なコミュニケーション戦略に組み込まれる例が増えています。VTuberを活用したプロジェクトでは、商品開発段階から意見を取り入れる形式や、

教育・採用コンテンツとしての活用、観光PRや公共広報支援など多様な用途が見られ、単なるプロモーションを超えた多角的な活用が進んでいます。VTuberのキャラクター性や親和性がブランド価値向上に寄与し、視聴者との双方向でのコミュニケーション機会を創出することで、企業活動全体の価値を高めています。

パチンコ業界に話題の目を向けてみると、VTuber活用は新たなマーケティング戦略として注目されています。従来の遊技機プロモーションはTV広告や店舗告知が中心でしたが、近年は遊技機メーカー自身がVTuberを広報戦略に取り入れています。

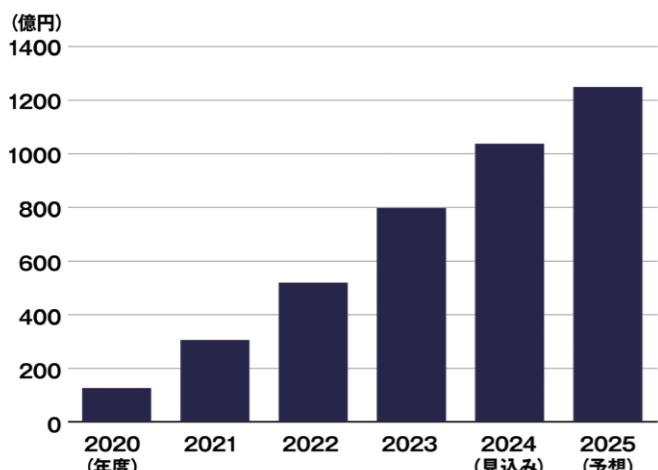
例えばサミーは公式VTuber「上乗恋(かみじようれん)」を通じて、新台情報やイベント紹介などを配信し、ブランド認知や若年層へのリーチを強化しています。また、山佐も「虹河ラキ(にじかわらき)」といったVTuberをプロモーションキャラクターとして起用し、実機紹介動画やキャンペーン配信を実施するなど、視聴者とのインタラクティブな関係構築を図っています。

さらに、人気ライバーが自身のプラットフォームでパチンコ関連コンテンツを自発的に配信するケースも増えており、実機試打や遊技感想を視聴者とリアルタイムで共有することで、視聴者コミュニケーション内での関心拡大や新規ユーチャーの誘引に寄与しています。

最近のVTuber界隈では、「個人勢」と呼ばれるクリエイターの増加が大きなトレンドです。SNS分析によると、VTuberの数は2022年に2万人を超えて、2025年には6万人程度に達していると推計されており、かつては企業所属が中心だった市場構造は個人配信者の台頭によってより多様化しています。

AJ

Vtuberの市場規模(国内)の推移



出所:矢野経済研究所2023~25年レポートより (株)CFY作成

VTuberの市場規模(国内)の推移

VTuberは2016年の「キズナアイ」登場以来、インターネット文化の代表的存在として急速に注目を集めてきました。アニメ風アバターによる動画配信やライブ形式のコミュニケーションは、新たなエンターテインメント体験を生み出し、特にコロナ禍以降は視聴ニーズが拡大したことで市場も大きく成長しています。

矢野経済研究所によれば、2023年度の国内VTuber市場規模は約800億円、2025年度には約1260億円へと拡大する見込みです。これは

VTuberの「宝鐘マリン」がYouTube登録者数420万人以上と突出した人気を誇り、歌・ゲーム実況・バラエティ企画など幅広い活動を通じて支持を集めています。海外でも英語圏VTuberが数百万人規模のフォロワーを獲得し、世界各地でライブイベントやSNSコミュニティを形成しています。さらに、中国や韓国、印度ネシアなど多地域のVTuberコミュニティが活発化し、日本発のカルチャーブランドTikTok・Instagramなどを通じてグローバルな広がりを見せていま

す。