

研究計画書

ゼミ名	足立ゼミ II	チーム名	ADACHI の悲しい話し
タイトル	今の小学生はなぜ YouTuber になりたいのか？		
テーマ群	e)産業・企業		
メンバー			
研究計画内容	<p>著しく人口減少が進むなかで国内の経済成長を今後も維持していくためには、1人あたり労働生産性を高めていくことが求められている。そのような社会動向を踏まえ、なかでも新たな産業として存在を増している YouTuber に的を絞って、どの程度まで産業活性に寄与するかを明らかにしたい。</p> <p>そもそも動画投稿サイトの 1 つである YouTube の画面で、独自に制作した動画を継続的に公開する人物や集団をさしている。各個人が Google 会社などと契約し、動画再生数に応じて発生する広告収入を主な収入源としている。このとき企業との提携により、スポンサー企業から直接報酬を得ることもある。</p> <p>YouTuber が圧倒的な人気を得る理由として、若年層を中心にスマホやタブレットが普及した現代社会のなかで、個人の趣味に応じた動画を視聴することができ、個人が参加できることが特徴であり、カリスマ性を感じる人が急増している。一方で、YouTuber は一過性ではないかという指摘がある。YouTube から有名企業の広告撤退で収入の減少、将来に対する不安などから世間から理解を受けにくい現状もある。</p> <p>YouTube の動向を検証した研究には、各動画の視聴数を実測し視聴数の推移パターンを k-means で分析をし、各動画の人気傾向をクラスター分析で実証した研究がある。また、アップロード初期の視聴数の推移パターンと視聴数の絶対値から、長期間で高人気を維持する動画を予測する手法として、単純ベイズ分析で予測精度を評価している。また、YouTube にも導入されているインターネット広告はブロードバンドの急速な普及に伴い、ストリーミングを応用した動画技術が使われ始めている。しかしながら、このような先行研究については YouTube の視聴の動向に留まっており、市場規模や労働生産性に加え、どの程度消費されているかは検討されていない。そこで、本研究では総務省『全国消費実態調査』ならびに経済産業省『企業活動基本調査』を用いて、将来的にどの程度まで産業活性に寄与するかを明らかにしたい。</p>		