

サッカーワールドカップ2026、YouTubeで最も観られた人物は「メッシ」、2位は「監督」だった



YouTubeデータ分析ツール『kamui tracker』で、2026 FIFAワールドカップ関連動画 約2万本・21.8億回を人物別に分析。全体・日本代表・海外選手・エンゲージメントの4視点で注目人物を可視化

株式会社エビリー（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：中川恵介、以下「エビリー」）は、自社のYouTubeデータ分析ツール『kamui tracker（カムイトラッカー）』を用いて、2026 FIFAワールドカップ（北中米開催）（以下、W杯）に関連するYouTube動画（本体21,644本／合計約21.8億回）を分析し、動画のタイトル・概要欄から「誰が観られたか」を人物別に集計しました。その結果、日本国内のYouTubeで最も観られた人物はアルゼンチン代表のメッシ選手であり、日本代表では現役選手を上回って森保一監督が最多という、意外な人物像が浮かび上がりました。



kamui trackerは10周年を迎えるYouTube分析ツールです。

特設LPも開設中 <https://kamuitracker10th.com>

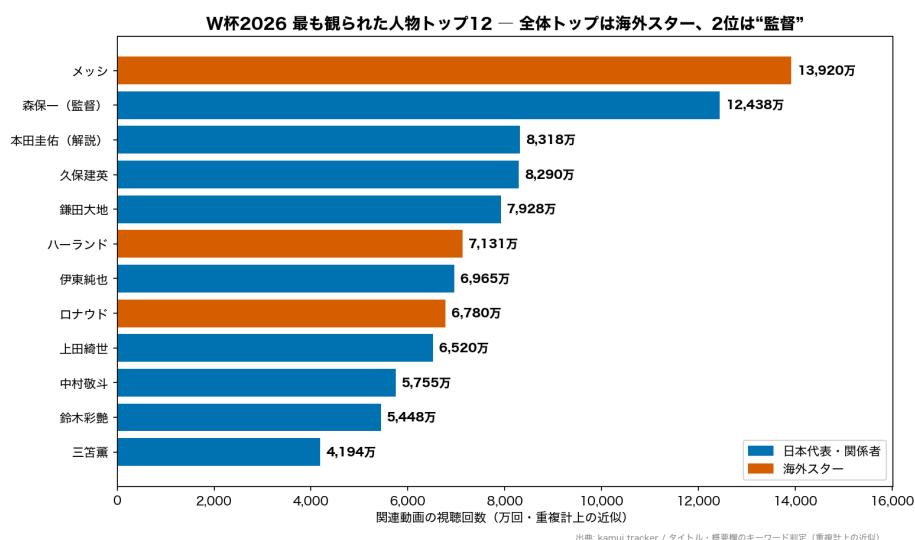
はじめに — 「誰が観られたか」を人物単位で追う

kamui trackerは、関連動画のタイトル・概要欄に登場する選手・監督・人物をキーワードで抽出し、それぞれがどれだけ観られ、いつ伸びたかを人物単位で継続的に追うことができます。そのため本稿では、W杯に関わった個人に注目し、その人物データを「全体」「日本代表」「海外選手」「エンゲージメント」の4つの視点から整理しました。

1. 【全体】最も観られたのはメッシ、2位は森保監督

全期間を通じて最も観られた人物は、**メッシ選手（関連動画1億3,920万回）**でした。注目すべきは2位で、現役選手ではなく**森保一監督（1億2,438万回）**が入り、3位も現役でプレーした選手ではなく解説者として出演した**本田圭佑さん（8,318万回）**でした。現役選手として最初に登場するのは、日本代表の久保建英選手（8,290万回・全体4位）です。

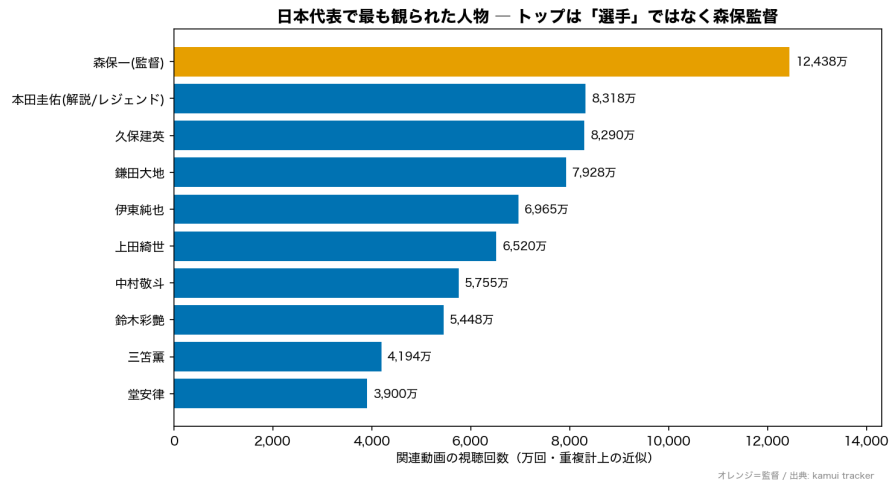
YouTubeでよく観られたのは「試合で活躍した選手」だけではありませんでした。**采配が語られる監督、経験を語る解説レジェンド、そして最後のW杯に臨むスター**など、プレー以外の物語をまとった人物も、視聴を集めていたことがわかります。また、メッシ選手以外にも最後のW杯を迎えたのは、ランキング入りしているロナウド選手の他、ブラジルのネイマール選手、クロアチアのモドリッチ選手など世界的なスーパースターがいました。そういった選手を抑えて自国の選手がランキングをほぼ独占しているのは歴代最強とも言われる今回の日本代表への期待値がうかがえた結果だと思います。



2. 【日本代表】選手より「監督」、そして分散する人気

日本代表に絞ると、最も観られた人物は**森保一監督（1億2,438万回）**でした。采配・会見・進退など、プレー以外の話題まで語られる監督が、どの選手よりも観られたことになります。特にブラジル戦での敗戦については、消極的な采配への疑問の声も上がるなど、話題が付きませんでした。2位も解説者の本田圭佑さん（8,318万回）で、現役選手のトップは久保建英選手（8,290万回）でした。

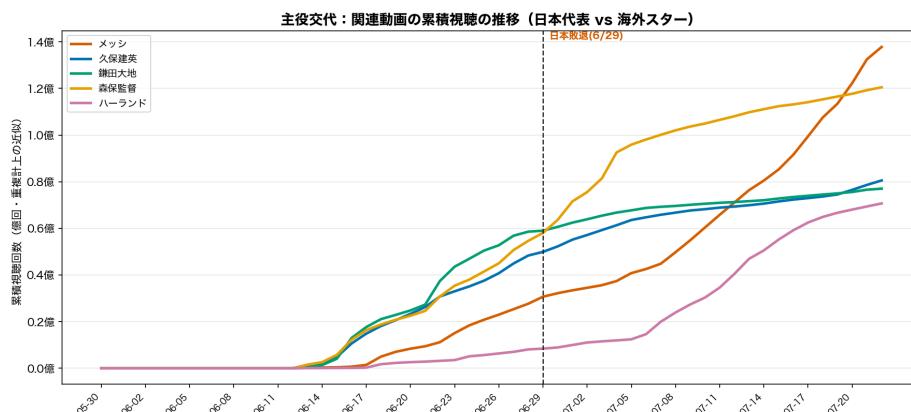
現役選手同士を見ると、久保建英選手（8,290万回）、鎌田大地選手（7,928万回）、伊東純也選手（6,965万回）、上田綺世選手（6,520万回）がほぼ横一線で並びます。**特定の一人に集中せず、複数の選手に人気分散する群像型**が、今大会の日本代表の観られ方でした。



3. 【海外選手】メッシ強、そして日本敗退後に主役交代

海外の選手では、**メッシ選手（1億3,920万回）**が突出していました。2位のハーランド選手（7,131万回）の約2倍で、ロナウド選手（6,780万回）と合わせ、**レジェンド級のスターが上位を占めます**。若手のラミン・ヤマル選手（3,748万回）も5位に入りました。

時系列で見ると、海外選手の伸びは**日本代表が敗退した6月29日を境に加速**しています。日本戦までは日本代表の選手・監督が視聴の中心でしたが、応援対象を失った後、関心は大会に残る世界のスターへ移りました。特に7月上旬は、ノルウェーのハーランド選手が優勝候補ブラジルを2得点で破り、アルゼンチンのメッシ選手が逆転劇を演じるなど、**劇的な勝ち上がり**が視聴を押し上げ、メッシ選手は最終的に日本勢を抜いて全体トップに立ちました。

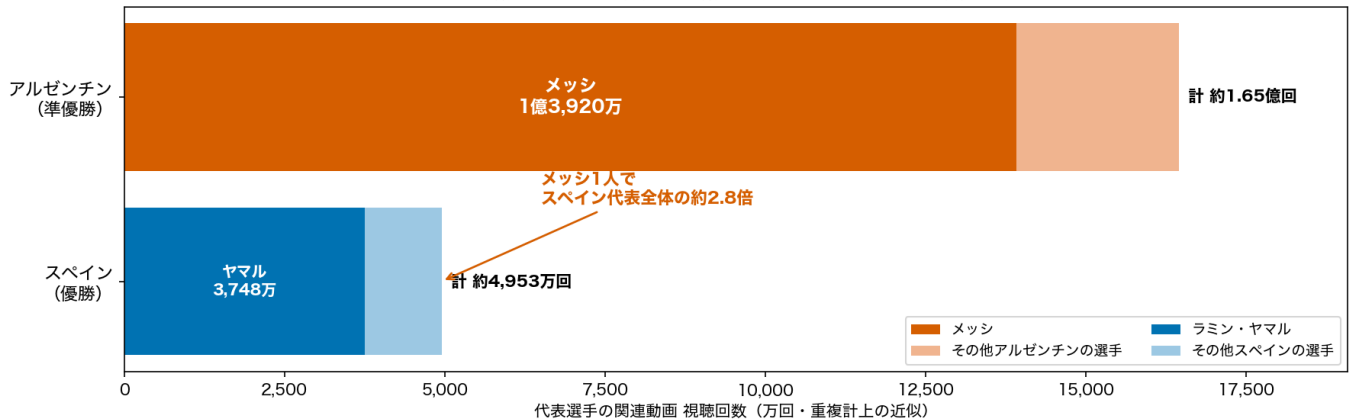


とりわけ大会中に急上昇したのが、**ノルウェーのハーランド選手（海外スター2位・全体6位／7,131万回）**です。グループステージまでは目立ちませんでしたが、7月上旬にノルウェーが優勝候補ブラジルを破って勝ち上がると視聴が一気に伸び、関連動画の視聴は**7月4日の1日約33万回から、7月6日には約960万回へと急増**しました。「常軌を逸したフィジカル」「怪物ストライカー」など身体能力を称える動画が中心でした。

同じ決勝進出でも、「個人」の観られ方は対照的でした。**準優勝アルゼンチンのメッシ選手（1億3,920万回）1人で、優勝したスペイン代表の全選手合計（約4,953万回）の約2.8倍**にのぼります。アルゼンチンの視聴はほぼメッシ選手に集中する一方、王者スペインはラミン・ヤマル選手（3,748万回）

を筆頭に少数ずつ分散し、突出した個人は現れませんでした。試合数がほぼ同じでも、「決勝まで残った39歳のメッシ選手」が、成績以上に視聴を動かしたことがうかがえます。

決勝に残った2チーム、しかし“個人”が観られたのはメッシに集中
— 優勝スペインより、準優勝アルゼンチンのメッシ1人が圧倒



4. 【エンゲージメント】最も「観られた」選手と、最も「語られた」選手は違う

kamui trackerは視聴回数のほか、いいね・コメント数も動画ごとに取得が可能です。コメント数で見ると、視聴ランキングとは異なる顔ぶれが浮かびます。日本代表で最も「語られた」選手は、視聴されたランキングでは中位ながら**富安健洋選手 (16.2件/万視聴)**で、次いで遠藤航選手 (11.7件) でした。守備を担う選手が、戦術やプレー内容をめぐって最もコメントを集めたことになります。ブラジル戦敗戦後の記者会見にもコメントが集中していました。一方、視聴数で上位の本田圭佑さん (解説) はコメント率が低く (3.3件)、観て流すという視聴が中心でした。

日本代表：最も『観られた』選手と、最も『語られた』選手は違う

順位	観られた選手 (視聴回数)	“語られた”選手 (視聴あたりコメント数)
1	森保一 (監督) 1億2,438万	富安健洋 16.2 件/万視聴
2	本田圭佑 (解説) 8,318万	遠藤航 11.7
3	久保建英 8,290万	森保一 (監督) 10.7
4	鎌田大地 7,928万	三笥薫 9.7
5	伊東純也 6,965万	南野拓実 9.7

出典: kamui tracker / コメント率＝コメント数÷視聴回数 (1万視聴あたり)。視聴・コメントとも重複計上の近似。

海外スターでは、視聴トップのメッシ選手 (エンゲージメント率1.01%) を上回り、**若手のラミン・ヤマル選手が反応の熱量で最高 (1.18%)** でした。視聴の「量」ではメッシ選手やロナウド選手といったレジェンドが勝る一方、いいね・コメントという「熱量」では次世代スターが際立つという結果もみられました。

こうした差は、選手個人の資質だけでなく、**その選手が「ショート」で観られたか「長尺」で観られたか**にも左右されます。動画1本あたりの平均エンゲージメント率は、**ショートが1.13%に対し、通常動画 (長尺) は2.63%と約2.3倍**。ショート是指1本の「いいね」で反応が完結しやすい (いいね率1.06%

）一方、長尺は視聴あたりのコメント数がショート約4倍（1万視聴あたり22.9件対5.5件）に達します。「観て、いいねする」ショートと、「書き込んで語る」長尺という違いです。

ショートは「いいね」で反応、長尺は「コメント」で語られる

動画タイプ	1本あたり平均エンゲージ率	いいね率（視聴比）	1本あたり平均コメント率（件/万視聴）
ショート（11,320本）	1.13%	1.06%	5.5
通常動画・長尺（10,320本）	2.63%	0.93%	22.9

出典: kamui tracker / 各指標は動画1本ごとの値を平均。エンゲージ率 = (いいね + コメント) ÷ 視聴。本体21,644本のうち、動画タイプが未設定の4本（視聴計73.8万回・全体の0.03%）を除く。

実際、コメント率が最も高かった富安選手は、関連動画の視聴の**46.8%が長尺**（帰国後会見・試合後インタビューなど）でした。対して、コメント率が低かったラミン・ヤマル選手は長尺がわずか3.4%、本田圭佑さんも10.6%とショート中心です。選手の「語られやすさ」は、**その選手がどんな形式の動画で取り上げられたか**も映してもいます。

ただしショートの中でも、反応の大きさは中身によって大きく異なります。主要チャンネル（10本以上・視聴1,000万回以上）で見ると、海外の反応や人物のエピソードを語る「世界でバズった」がエンゲージメント率1.58%、「キニナルセカイ」がコメント率5.8件（ともにショート平均の1.13%/5.5件を上回る）と際立ちます。一方、プレー集や身体能力の紹介が中心のショートは、視聴が伸びても反応は薄く、視聴最大の「ほぼタケフサ【Football】」（1億2,402万回）はエンゲージメント率0.86%・コメント率0.8件にとどまりました。同じショートでも、語りたくなる中身があるかどうかで反応は大きく変わります。

※備考：コメント率の見方と、その中身

コメント率は、動画のタイトル・概要欄に選手名が含まれる動画を集計しています。**複数選手が登場する試合後インタビューやまとめ動画も含まれる点**に留意が必要です。富安選手のコメント率の高さの背景には、敗退総括や代表論といった議論型長尺動画に名前が挙がったことも寄与していると考えられます。

富安選手がコメントを集めた代表動画が【あと1歩、1秒、1mの勝負】ブラジル戦一夜明けインタビュー（富安選手ほか/コメント838件・視聴29.6万回・コメント率28件/万視聴、<https://www.youtube.com/watch?v=JuJYNWhLaVc>）です。同動画の取得コメント701件を分析すると、**肯定的なコメントが57%**を占め、内容は「次のW杯・若手への期待」（約19%）や「世界（ブラジル）との差」（約17%）、そして富安選手への「よく帰ってきてくれた、ありがとう」「いつ見ても謙虚」といった感謝・敬意が中心でした。単なる戦術批判ではなく、敗退直後の悔しさと次への期待という感情が、コメントを多く生んでいたことがうかがえます。

まとめ

W杯の人物別視聴からは、次の4点が見えてきました。①**全体トップはアルゼンチン代表のメッシ選手で、2位に森保監督、3位に解説の本田圭佑さん**が入り、プレー以外のエンタメ要素、賛否両論、ドラマ性を持つ人物が強かったこと。②**日本代表は監督が選手を上回り、現役選手は分散する群像型**だったこと。③**海外選手はメッシ選手の一強で、日本敗退を境に関心が海外へ移ったこと**。④**観られた選手と、コメントで語られた選手は異なり、日本では守備の富安選手、海外では若手ヤマル選手が反応を集めたこと**。「人気選手ランキング」という一見わかりやすいテーマも、YouTubeの視聴データで見ると、監督・解説者・レジェンド、さらに語られ方までを含めた立体的な人物像として現れます。



kamui trackerは、動画1本ごとに登場人物・視聴の伸び方・エンゲージメントを継続的に捕捉することで、こうした「誰が・いつ・どれだけ観られたか」を高い解像度で可視化します。エビリーは今後も、細やかなデータ分析を通じて、動画マーケティングやコンテンツ戦略に役立つ知見を発信してまいります。

出典：kamui trackerによる2026 FIFA ワールドカップ関連動画分析（2026年6月12日～7月20日投稿分）。人物別視聴は、動画のタイトル・概要欄に含まれる選手名・人物名のキーワード判定による集計で、1本が複数の人物に該当する場合は各人物に重複計上しています。表記ゆれや同名の影響を含む近似値です。「森保一監督」「本田圭佑（解説）」など、選手以外の人物を含みます。動画タイプ別の集計は、本体21,644本のうち動画タイプが未設定の4本（視聴計73.8万回・全体の0.03%）を除いた21,640本を対象としています。エンゲージメント率・コメント率は動画1本ごとの値を平均したものです。

※YouTubeは権利者に帰属する商標または登録商標です。本文中の名称は調査対象の説明目的で使用しています。

株式会社エビリー 会社概要

所在地：東京都渋谷区渋谷1-2-5 MFPR渋谷ビル 12F

代表：代表取締役社長 中川恵介

資本金：32,970万円（資本準備金含む）

従業員数：52名（正社員のみ、2026年7月時点）

設立：2006年10月2日（2026年で創業20周年）

URL：<https://eviry.com>



事業内容

SaaS事業

- ・クラウド型動画配信システム『millvi』
- ・クラウド型動画配信プラットフォーム『millviポータル』
- ・YouTubeデータ分析ツール『kamui tracker』

Solution事業

- ・YouTubeチャンネルの運用サービス『kamui production』
- ・インフルエンサーマーケティング『kamui connect』
- ・各種動画制作
- ・ライブ配信

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社エビリー

担当：広報 佐野

TEL：03-6452-8917

Email：kamui@eviry.com

URL：<https://kamuitracker.com/>