

YouTubeのすすめ

VegaSystems

若尾 和正

動画の公開サイトとしてYouTubeの解説です、YouTubeはほとんどの方が、一度は視聴した経験があると思いますが、その実態(深い部分)は、おそらくご存じないと思います。
今回は、その特長を記載します。

1. 圧倒的なユーザー規模とリーチ

YouTubeは世界中で約25億人以上のアクティブユーザーを持つ、最大規模の動画プラットフォームです。
この規模により、投稿者(クリエイター)は非常に広い視聴者層にリーチすることが可能です。
また、多言語対応が進んでおり、グローバルな視聴者にも対応できる点が他のプラットフォームにない強みです。

2. 検索エンジンとしての強み

YouTubeはGoogle傘下のサービスであり、Google検索と連動して動画が検索結果に表示される点が大きな利点です。
SEO対策を施せば、YouTube動画はGoogle検索で上位に表示される可能性が高まり、他の動画プラットフォームに比べて発見されやすい仕組みがあります。

3. 初心者でも簡単

YouTubeの特徴の一つに初心者のハードルの低さがあります、スマホで撮影した動画を簡単に投稿出来、投稿に関しての費用は無償です。設定等も初期値で問題はなく、動画の共有が簡単に出来ます。

運用形態

YouTubeではどのような運用をして会社を運営しているのでしょうか

1. 収入の方法

YouTubeの収入は、広告収入がほとんどですTVなどと同様に、視聴する場合には必ずCMが表示されます、このCMはスポンサーがYouTubeに広告料として支払います。このCMと投稿者が拡散等を目的として、**意図的に「目立つ方法」「時間帯と回数」「拡散する地域」**をなどの要望に応じて、拡散のために有償扱いを求めた時に発生する費用。それと視聴者がCMを見ることは鬱陶しいので**CMを見ない設定を要望した場合のプレミアム会員**(約月額1000円)が収入源です。

2: クリエーターへの支払い

YouTubeは広告収益プログラム(YouTubeパートナープログラム)を通じて、**クリエイターが動画の視聴回数や広告収入を得る仕組みを提供しています**。これに加え、以下の収益化方法もサポートされています:

スーパーチャット・チャンネルメンバーシップ・YouTube Premiumの収益分配

他のプラットフォームと比べても収益化の選択肢が多く、**特に広告収益の仕組みは他を圧倒しています**。

このような運営形態で収入が確保されているため、膨大な量の動画をサーバに収納し、かつ長年保存が可能となっています。**動画は最初は15分未満ですが、投稿実績次第で15分以上のVide投稿が可能となり、ホームページなどの場合は公開が不可能な動画の扱いが可能となっています**。

※このポイントはかなり重要です、ホームページでは回線の容量やサーバの能力で長時間動画の公開は実質不可能です。

動画の威力

画像の威力は強力です、「百聞は一見に如かず」で、これが動画になると更に強力となります。文章の場合は筆者の力量に左右されますが、画像、特に動画の場合は長さ(尺といいます)でのカバーなどで、撮影者の力量が出来栄えに、あまり大きく影響しない点など、今後ますます力を発揮すると思われます。

動画、特にYouTubeなどのWebで公開を目的としている場合には芸術性よりも、「誰に・何を・どのように伝える」等の実用性が求められます。

これは映画などの「画像品質」「芸術性」「ストーリー」などより「簡易性」「製作コスト」「作成時間」が重視される傾向になります。特に映画やドラマと決定的に異なるのは「尺」の違いです、劇場映画なら120分、TVドラマなどの場合は45分以下が

通常ですが、YouTubeなどの場合は、一見するとダラダラととりとめもない放映を目にすることがありますが、この尺の長さは「何を・どのように伝える」部分では、非常に強力となります、Webではライブ以外なら、時間の制約がなくなるので、好きな時間に、早送り・繰り返し再生・静止画が自在に選択できます。

現時点で、この事をしっかり理解しておられる方は意外に少ないのです、この点を理解しておくことで動画製作のポイントが大きく違ってくるのです。

無敵のYouTube

TOPページでも触れましたが動画配信の中で、YouTubeは現時点では無敵と言われる程の存在です。2024年の兵庫県知事選挙に絡んで、YouTubeは大きな注目を再び集めました、それはPCやスマホだけではなく、既存のTVでYouTubeを始め様々な**Web配信の動画を簡単に見ることが出来る**ようになったからです。大きな画面で時間制約・制限なく視聴出来ることは従来のTVとは全く違う世界となっています。

これは

- 1:チャンネル数が無限に近い状態
- 2:世界中の動画が見える
- 3:検索・履歴・お気に入り・ジャンル等など、あらゆる選択肢が用意されている。
- 4:投稿者やグループ仲間との交流が可能。
- 5:細部にわたっての分析が可能、このレベルが出来るのはYouTubeだけ、効果測定が可能となる。
- 6:多言語化が実現されている。
- 7:視聴傾向に合わせたインプレッションが表示される

日本のTVでは太刀打ち出来ない

日本では国土全体が狭かったことと、TVの家庭への普及が早かったことなど、様々な理由でTV放映の殆どが電波によるTVへの直接配信となっています、最近CATVが普及していますが、それでもTVのチャンネル数は全国平均で7から8chです。日本以外、例えば台湾・中国では30-50chが放映されています、これは配信が直接電波ではなく最終の配信はCATVとなっているので可能となります。

このようにチャンネル数が足りないため放送側はスポンサーの求めに応じた番組作成に偏向しがちになり、いわゆる面白く無い番組が増えています、BS等も所詮直接電波受信の方法の域を出ないため限界が見えています。

インターネットの普及は通信回線網の普及となり、各家庭に高速の信号伝送が可能となりました。

エネルギー伝送(通常の電気)は、伝送量に比例して電線径(太さ)や電圧などのインフラ設備に費用が発生しますが、信号伝送(インターネット等)は、エネルギー伝送のような多大な設備が不要です、高圧鉄塔も変電所も電柱もトランスも必要ありません、さらにそれに伴う工事も無資格でOKであり、普及が進んでいます、最近は通信衛星での伝送も急激に増えています。

この信号伝送網を使って世界中の国々はTV配信を行っていますが、いまだ日本では電波を使っての個別配信にこだわっており、この状態ではTVはYouTubeなどの伝送形態には、あらゆる面で勝てるはずは無いのです。

しかし、現実にはいまだにTV以外は視聴しない方や、YouTubeなどはPCが無ければ見る事が出来ないと思っておられる方が大多数です、当然一般のメディアはTVでのYouTubeなどの視聴方法は宣伝していません、でもいずれは……

YouTubeの問題点

YouTubeにも問題点があります、以下はその説明です。

- 1: YouTubeに限らず、投稿内容は玉石混交であり、**有害や虚偽の情報**も含まれています。問題はそれらの投稿と混同されないような注意と工夫が必要です、特に表題は内容と異なる場合があります、この手の投稿は視聴数稼ぎの投稿であり中身は信用出来ません。
- 2: 投稿は一定量の投稿を可能な限り間断なく行う事が推奨されます、これは「目立つ」ための工夫です。
- 3: 対象を海外とした場合、一定以上の語学力が必要となります、これは自動翻訳の最終チェックに必要となります。
- 4: 投稿内容の真偽を担保するために、投稿内容の中で特に数値・金額に関する部分のエビデンスの保管が必要になります。
- 5: 切り抜き動画に注意する必要があります、人気の動画を取込(規則違反)、これをつなぎ合わせて投稿し、視聴数稼ぎする方々が少なからず存在しています。

取り組む準備

YouTubeに限らず動画作成には多少の準備が必要です、以下にまとめます。

1. 動画撮影は一定の以上能力のスマホがあればとりあえずOK
2. 編集と投稿にはPCは必要、スマホだけで出来なくはないが、操作が面倒で時間がかかる
3. 高度な編集ソフトは不要、無償で使えるもので当面は大丈夫
4. 独学・無手勝流はおすすめしない、最初はレクチャーを受けたほうが断然効率が良く、失敗しない
5. 投稿するテーマを決め、簡単でもよいのでコンテを作成する、何を視聴者に伝えるかを必ず意識する
6. 動画撮影には基本的な取決めがあり、これは学んだほうが良い、大した時間はかからない
7. タイトルや製作者(ペンネーム可)を表示し、出典を表示する
8. 最初の作成動画は短時間に、5分以内、テーマは一つだけに

実際の運用①

YouTubeの実際の運用として注意すべきは、動画ソースの移動は行わないことです。YouTubeは基本的にダウンロードは出来ません、許可しておりません。



これはYouTubeの再生画面にある「共有」をクリックした時に表示される画面です、FacebookやX、Emailなどでは、ここからLINKを行う方法が便利で簡単です、その他「埋め込む」方法があります、これは<iframe>TAGと呼ばれる方法で、この<iframe>での動作を許してくれるSNSなどでは、このTAGを貼り付けることで、YouTubeの画面を表示出来ます。ホームページなどの場合は、この方法がServerに負荷をかけず画面も表示出来るため、おすすめの方法です。LINKや<ifame>を行う場合には注意が必要です、それは他人の投稿を自域で掲載する場合です、この場合は著作権侵害の恐れがあるので、必ず投稿者に許可を求める必要があります、Blogの写真程度なら出典元のクレジットで問題にならない場合もありますが、YouTubeの場合には様々な条件が絡むので注意が必要です。

実際の運用②

YouTubeの運用にはアカウントが必要です、しかしこれはGmailがあればOKです、問題となるのは、どのアカウントを使用し、チャンネルを開設するかなど、セキュリティや発信元の開示など迷われる事がおおいようです。

動画も同じです、前述しましたが「誰に・何を・どのように伝える」には、相応の撮影技術が必要となります、ただ「画像が動く」だけでは訴求は出来ません。

これらのことは独力で調べてもできないことはありませんが、やはり先達に聞いたほうが早道であり、安全度が高いのです、今回はクリエイターとしての技術解説は特に行いません、これは本当に動画製作に取り組んでみたいとの意思の無い方に詳細な技術解説をしても時間の無駄になるからです。

撮影は高額な機器や高い技術レベルを要求するわけではありません、機器も技術もどんどん進化しています、当然の如く生成AIでの製作も増えています、何度も繰り返しますが、「誰に・何を・どのように伝える」を明確にすることが重要です、ただ「綺麗、珍しい、凄い」では駄目なのです、目的を持って動画作成をするのが大切です。

YouTuberとしての収入

わたしの知人・友人でYouTuberとして生計を立てておられる方は一人もいません。特定のテーマで投稿されている方をフォローして内容を細かくチェックして事がありますが、ほぼ投稿は毎日既に1000本に迫る勢いです、これでやっと生計が立てる程度の収入になりますが、当然経費等は自己負担であるため、かなり大変です。

更に、この収入源はGoogle社から単一であるため、運用形態の変更や、ささいなミスでのアカウント停止になった場合は収入が失われる場合があります。

YouTuberとしての収入は極めて不安定であることを意識する必要があります、視聴数は投稿が継続して維持が出来ることは数々のデータ実証されています、その意味では極めて厳しい労働条件です。

直接の収入にはなりませんが、私が皆様に提案し実行していただきたいのは、YouTubeで様々な情報を伝え、それにより当該企業なり事業の広報活動が拡張され、結果として売上や動員が増加することを目指すことです。

これは比較的容易に取り組むことが出来ます、この手の動画は「画像品質」「芸術性」「ストーリー」などより「簡易性」「製作コスト」「作成時間」が重視されます、特に地元の題材を扱う場合には、依頼された専門業者より、その題材の知り抜いていることの優位性は映像のプロよりはるかに勝っており、「誰に・何を・どのように伝える」点では最適任です。

きれいな画像、芸術性などは必要に思えますが、それが最重要ではありません「視聴者に伝えるのは何か」を、しっかり掴みきった上での動画作成を目指してください。