

YouTube ショートのご紹介

 YouTube Shorts





目次

1. ビジョンと機能
2. おすすめの方法
3. インスピレーション
4. Q&A



ビジョン

ショート動画を通じて、表現の場を
あらゆる人に提供しつつ、クリエイターが視聴者を
増やせるようにする



具体的な方法

モバイル デバイスでコンテンツを制作する

ショート動画は、短く親しみやすい新感覚のエンターテインメントです。視聴者数の多さが特徴の YouTube で、短編動画を楽しく制作して投稿できます。モバイルでの制作が可能になったことで、誰もが簡単に YouTube クリエイターになれます。

コンテンツを探しやすく

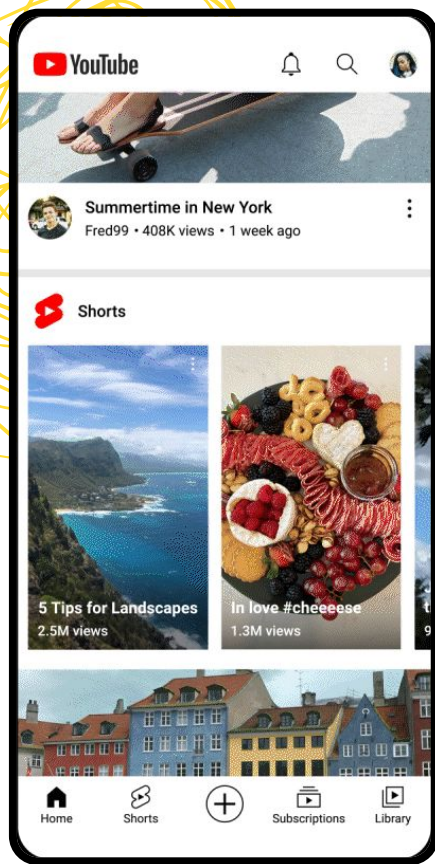
新たなトレンドを生み出したい、コメント欄のスターになりたい、コンテンツを視聴したいなど、YouTube ショートに寄せられるさまざまな期待に応えます。YouTube ショートプレーヤーでの視聴回数は 2021 年 7 月時点で 1 日あたり 150 億回を超えており、ショート動画コミュニティはクリエイターの皆様とともに成長を続けています。



機能

作成ツール





モバイル制作

ショットを撮影する

開始

まず、YouTube モバイルアプリでホームページを開き、ページ下端中央にある作成(+)アイコンをタップします。作成サブメニューで、[ショート動画の作成]というタイトルを選択します。

制作

あとは撮影を存分にお楽しみください。YouTube ショートカメラで最大 60 秒間のコンテンツを撮影し、ツールを使用してコンテンツを楽しく制作できます。制作した動画を YouTube ショート ファンドの対象にするには、他のプラットフォームの透かしやロゴが入ったまま動画をアップロードしないでください。



モバイル制作

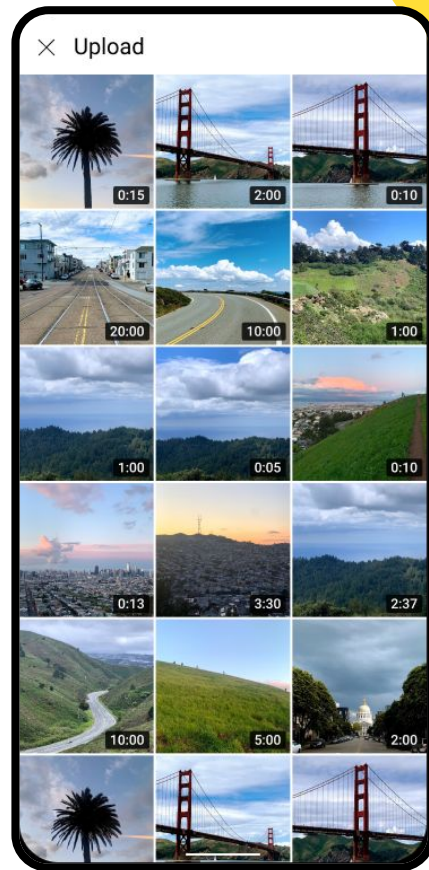
過去の動画を活用する

動画セグメントのインポートと録画

YouTube ショートカメラ以外で撮影した動画を使いたい場合は、YouTube アプリにアップロードして編集することでショート動画を作成できます。YouTube ショートカメラの左下隅をクリックして動画ライブラリにアクセスします。クリップを選択し、必要に応じて長さをカットすると、ショートカメラの画面に戻ります。続けて別の動画を撮影したり、カメラロールから別の動画を追加したりできます。映像が完成したら、サウンドやテキストを加えて仕上げ、全世界に公開しましょう。

下書きの保存

コンテンツは制作するけれど投稿は後にしたいという場合は、YouTube ショートカメラの画面左上にある「X」をタップし、[保存して終了]をタップすると作成途中の動画を保存できます。撮影やセグメントの追加を行った後に、テキストや音楽の追加などの変更を加えたときは、左上の「戻る」矢印ボタン、[保存して終了]の順にタップします。



モバイル制作

音声を選択する

サウンドを追加

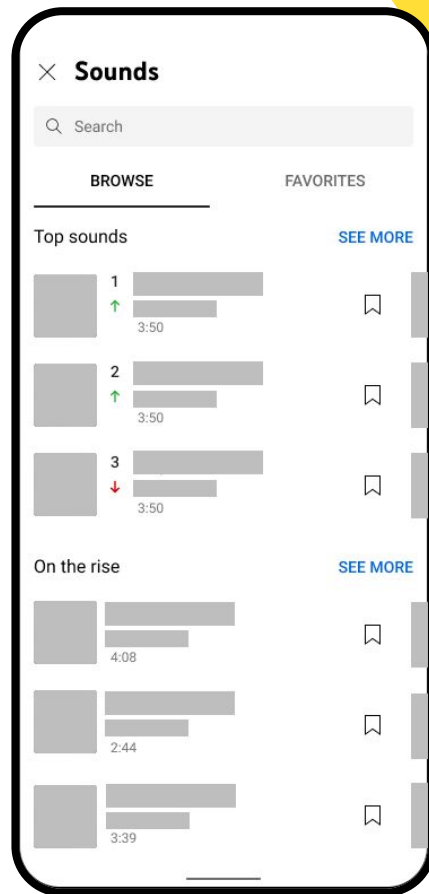
制作したショート動画に音声を追加するには、YouTube ショートカメラの画面上部の中央にある [サウンドを追加] をタップします。次に、サウンドを選択し、動画内でサウンドを追加したいセクションを選択します。ボリュームを調節するには、ショートエディタで [音量] をクリックし、レバーをドラッグして適切な音量にします。

フィード内で見つけたサウンド

動画フィードをスクロール中にふと耳にした音声が気に入ったら、すぐにその音声を使用してコンテンツを制作し、トレンドの波に乗ることができます。あるいは、気に入った音声をタップして [お気に入り] に保存すれば、あとで [お気に入り] タブでその音声を見つけられます。

15 秒のスニペット

現在、ショート動画のオーディオ ライブラリの音声は最長 15 秒です。トラックを選択、配置する際はこの点にお気を付けください。



モバイル制作

サウンドを再編成する

再編成

長編動画(ショート動画ではない動画)を視聴中に耳にしたサウンドを使ってみたいと思ったら、気に入った YouTube 動画から音声をサンプリングして、自分のショート動画に追加できます。説明欄の上の YouTube ショートのアイコンから [作成] ボタンをタップすると、そのサウンドを保持したまま、直接 YouTube ショートカメラに移動できます。

再制作

ショート動画をスクロール中にふと耳にした音声が気に入ったら、プレイヤーの右下のサウンドをタップして、オーディオ ライブラリに移動します。この画面で、同じサウンドを使用する他のショート動画を視聴し、もっと多くのインスピレーションを得ることができます。音声を使用するには、[このサウンドを使用する] をタップして、YouTube ショートカメラに移動します。



モバイル制作

刺激的な機能で クリエイティブに

速度を変更

コンテンツの速度を変更したい場合は、[速度] アイコンをタップしてスピードを調整し、録画を始めます。

タイマーを設定

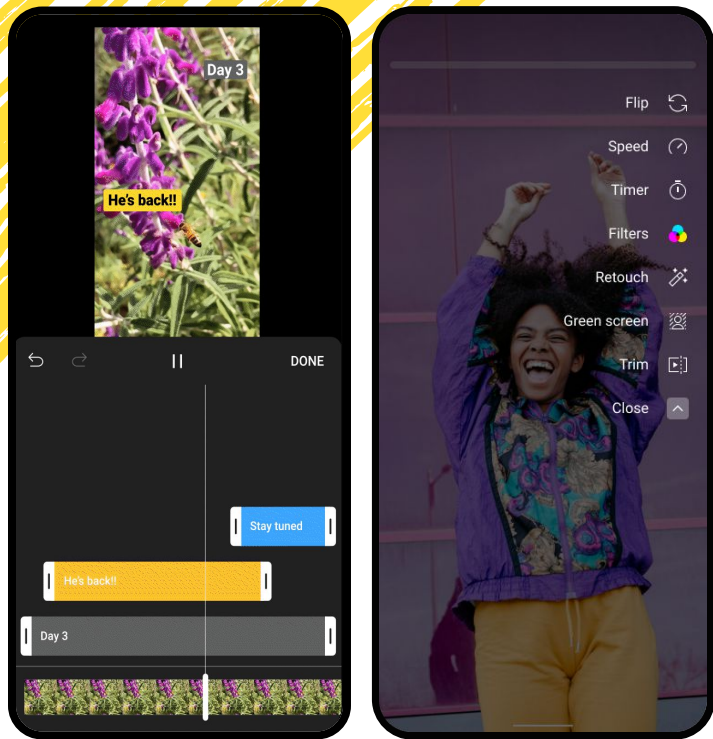
撮影してくれる人がいなくても大丈夫。ハンズフリーで撮影できます。[タイマー] ボタンをタップして、カウントダウンの長さを指定します。

テキストを追加

内蔵のテキスト エディターを使って、字幕、解説、楽しいテロップを追加できます。

フレームを配置

完璧なトランジションを目指すなら、位置合わせツールを使用しましょう。前のフレームの被写体を、次のフレームで適切な場所に配置できます。

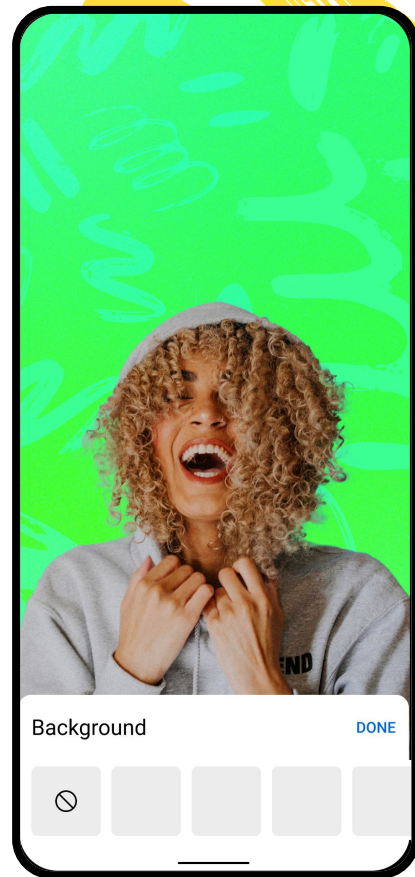


モバイル制作

グリーン スクリーンでストーリーにスパイスを

ストーリーに一工夫を加えたいときや、面白い背景を使いたい、あるいは話の中に出てくる情報を表示したいときには、グリーン スクリーンツールが便利です。

このツールを使用するには、YouTube ショートカメラを開き、画面の右側にあるグリーン スクリーンのアイコンをクリックします。続けてカメラロールから、ショート動画の背景に使用する写真や動画を選択します。最後に録画ボタンをタップすれば完了です。



モバイル制作

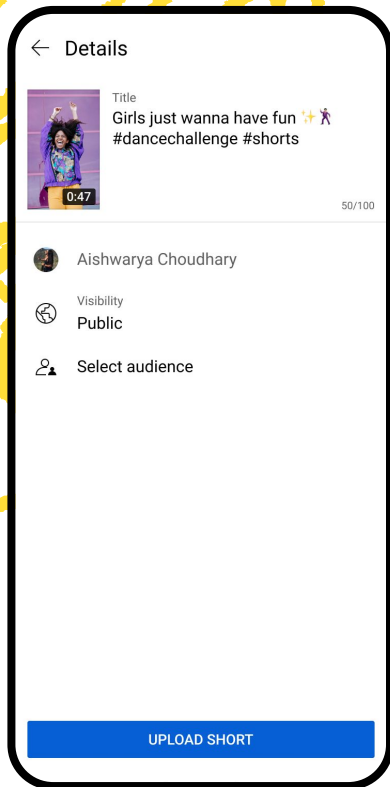
最後の磨きをかける

タイトルとハッシュタグ

動画を投稿する前に、動画の主なコンテキストを伝える、視聴者に直接訴えかける、コンテンツを面白おかしく見せるなど、多くの人に #共感してもらえるタイトルを考えましょう。また、これは必須ではありませんが、タイトルの最後に関連するハッシュタグを追加できます。特に YouTube では、動画がおすすめされやすい #Shorts の使用をおすすめします。

タグと説明

動画のタグ(ハッシュタグとは異なります)は、検索と見つけやすさの仕組みに大きく影響する要素ではありませんが、コンテンツ名やチャンネル名のスペルが間違えられやすい場合に役立ちます。また、個々のコンテンツに関する詳細情報の説明も提供できます。ただし、動画タイトルや再生開始直後の数秒間と比べると、ショート動画の視聴者は説明をあまり読まない傾向にあります。そのため、動画のタイトル付けや動画冒頭の作り込みに注力するのがおすすめです。



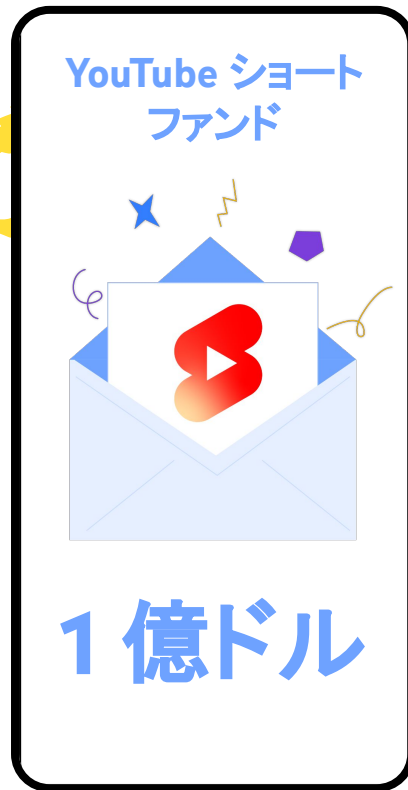
モバイル制作

YouTube ショート ト ファンド

毎月、特に人気の高いショート動画を投稿した数千名のクリエイターにご連絡し、その貢献に対して最高 1 万ドル(月額)をお支払いします。

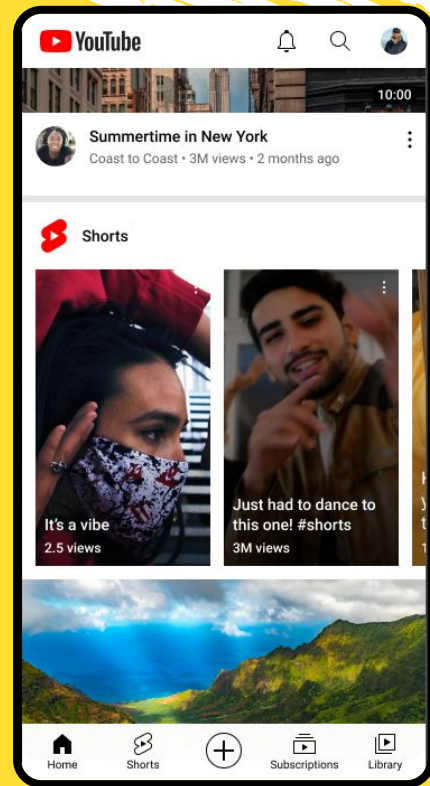
YouTube ショート ファンドの対象となるショート動画は、以下の条件を満たしている必要があります。

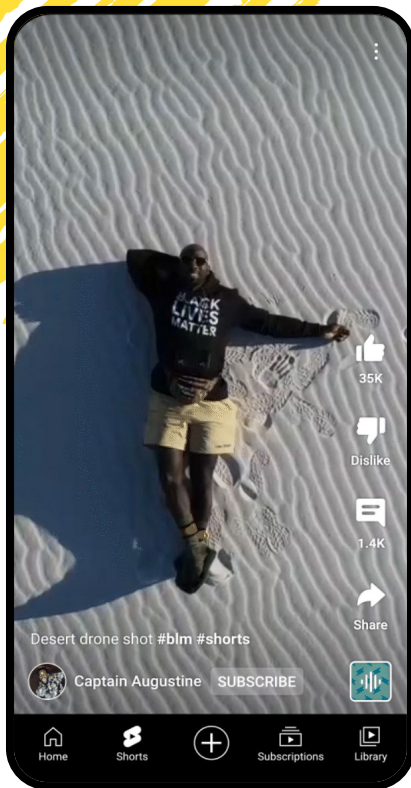
1. コミュニティ ガイドラインに違反していないこと
2. アップロード日が過去 180 日以内
3. 他のプラットフォームの透かしやロゴが入っていないこと
4. 他のクリエイターのチャンネルの動画を再アップロードした動画ではないこと



機能

動画を見つけて
もらうには





ファインド

ショート動画の表示位置

YouTube ショートタブ

モバイルアプリを開き、画面下のナビゲーションバーの左側から [YouTube ショート] タブをタップすると、ショート動画が表示されます。

また、同時に YouTube ショート プレーヤーの画面に切り替わり、60 秒以下の縦向き動画が表示されます。このフィード内では、ショート動画はループ再生され、上下にスワイプすると他のコンテンツが表示されます。



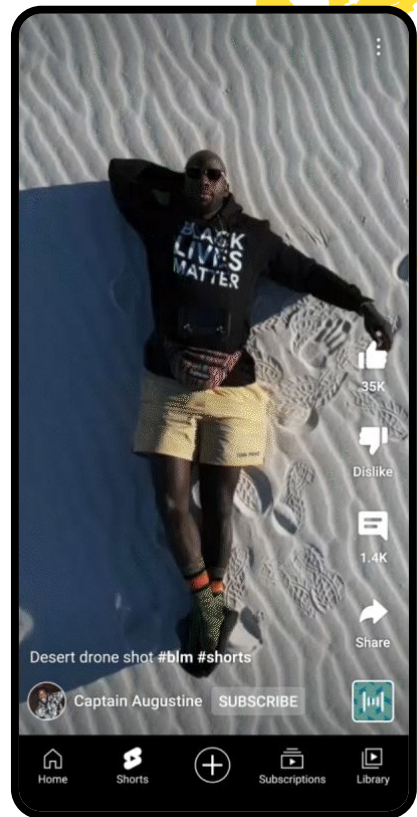
ファインド

ショート動画の表示位置

登録チャンネル、検索、ホーム

ショート動画は、YouTube ショートタブのほかに、ホーム、登録チャンネルフィード、検索にも表示されることがあります。

コンテンツは、こうした位置で個別のショート動画(個別バッジ付き)として表示されるか、YouTube ショート セクションのタイル内に表示されます。



ファインド

ショート動画の表示位置

ユーザーが新たなショート動画と出会えるよう、ショート動画は、音声、チャンネル、ハッシュタグなどでまとめて表示されます。

音声

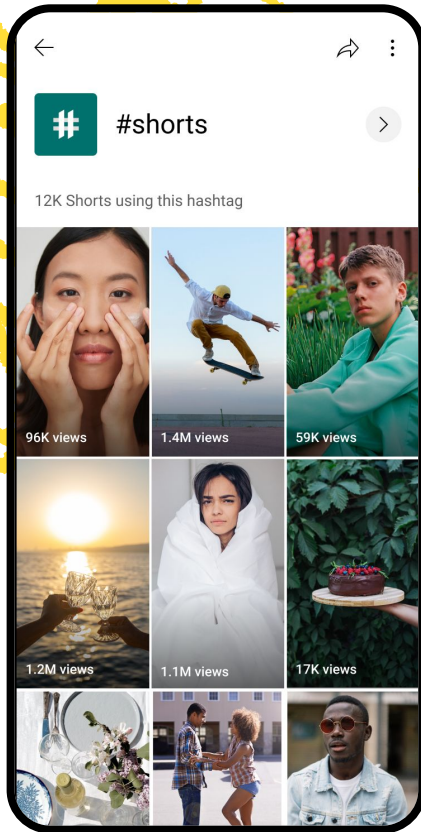
耳にしたサウンドが気に入ったら音声アイコンをタップしてみましょう。オーディオ ライブラリでは、同じ曲を使用した他のショート動画を視聴できます。

チャンネル

お気に入りのクリエイターが見つかったら、左下のチャンネル アイコンをクリックすると、同じクリエイターが制作した他のショート動画を楽しめます。

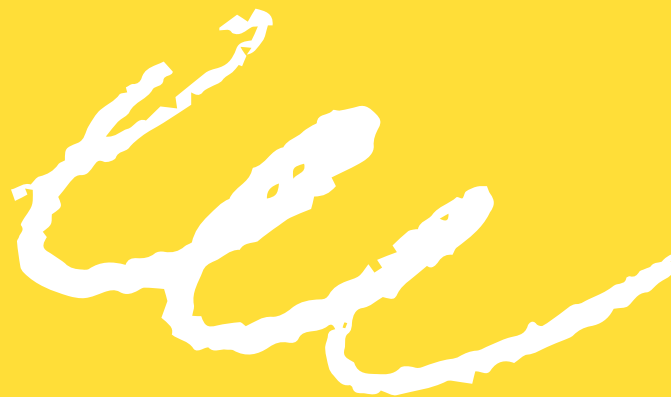
ハッシュタグ

ハッシュタグに興味をそそられたら、タイトルまたは説明欄からハッシュタグをタップすると、同じようなコンテンツが表示されます。



トレーニング

ベスト プラクティス

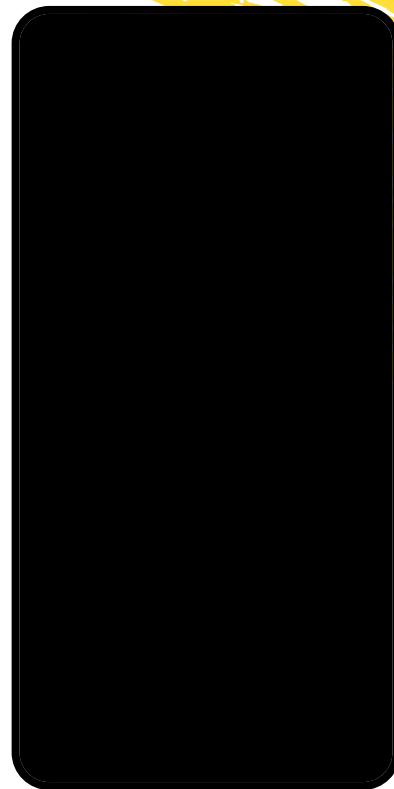


ベストプラクティス

すばやくアピールする

スクロール操作をしている視聴者の注意を引くには、動画の冒頭数秒間で視聴者の関心を引き付けることに集中します。ショート フィードにはサムネイルがないため、ターゲットとする視聴者に興味を持ってもらうには、冒頭部分が非常に重要です。大胆なビジュアル、ユニークな編集、人気の音楽など、複数の方法を試してみましょう。

照明、衣装、ロケーションなどに工夫を凝らし、コンテンツのレベルをさらに引き上げましょう。多額の費用をかける必要はありません。ダンスの動画で明るい色の衣装を身につける、語りかける動画では窓の前に立つなど、簡単にできる工夫はたくさんあります。





ベストプラクティス

何度も見てもらう

よくできたループ動画は、楽しくてつい何度も見てしまうものです。動画の開始時と終了時に同じショットとサウンドを使えば、ループ再生で動画を繰り返し見てもらえる可能性が高まり、総再生時間の増加につなげられます。このヒントを活用するには、まず動画の最後の部分から撮影を始めます。動画全体を短くまとめると、最初から最後まで見てもらえます。



ベストプラクティス

ミームを活用する

YouTube では、常にさまざまなミームが生まれています。トレンドを活用して、YouTube を楽しみながら、多くの視聴者に動画を見てもらうことができます。オーディオ ライブラリでは、トラックが人気順に表示されます。オーディオ ライブラリを頻繁に確認して、よく使用されているサウンドにあなただけのアレンジを加えてみましょう。

自身の創造性を発揮する最もおすすめの方法は、心から本当に楽しいと思えるコンテンツを制作することです。YouTube ショートでは、即興でリアリティがある、「素のまま」の動画に人気が集まります。どんな動画を制作すればいいかわからない場合は、自分が視聴者として楽しんでいるコンテンツを思い浮かべ、自分ならどんな風に作るかを考えてみましょう。





ベストプラクティス

コンテンツを誰に見せるのか

ショート動画の制作を始めるときは、最も重要なのは視聴者だということを忘れないようにしましょう。ショート動画の戦略を立てるときは、**誰のためにコンテンツを制作するのかを考えます。**

ショート動画の魅力の 1 つは、簡単に視聴でき、幅広い視聴者にアピールできることですが、だからと言って、熱烈なファン向けのショート動画は制作できない、ということはありません。

メイン ターゲットを早い段階で決めれば、魅力的なイントロを作ること、ストーリーやトピックを決めることも簡単になります。また、目標と関連性の高い指標により、パフォーマンスを正確に追跡できます。



ベストプラクティス

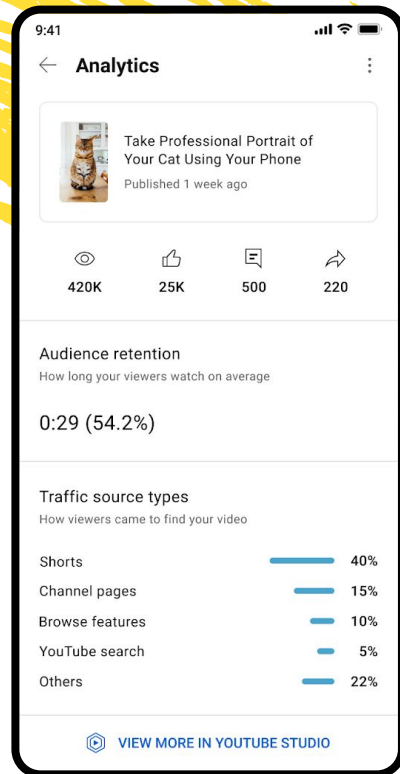
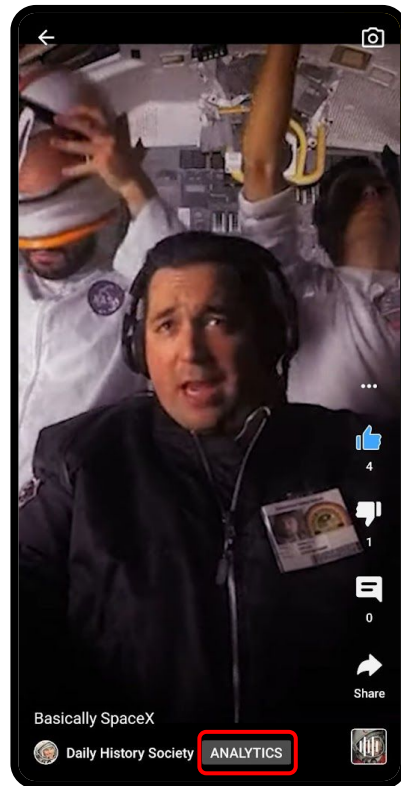
データを確認する

自分のショート動画の再生中に [アナリティクス] ボタンをタップすると、パフォーマンスの向上につながる主な指標の内訳を確認できます。

まず始めに、**視聴回数、高評価、コメント、共有数**を確認しましょう。一部のショート動画でこうした統計情報を比較して、コメントや高評価の数が多き動画に着目します。コメントや高評価の数は、コンテンツがユニークで見る価値があることを示す優れた指標です。

視聴者維持率から、視聴者の平均視聴時間と、それを反映した合計再生時間の割合に関する分析情報が得られます。ループ再生するショート動画があると、視聴者がショート動画を繰り返し再生するため、リテンションが 100% 以上になる場合があります。

トラフィック ソースでは、視聴者がショート動画を見つけたページを一覧できます。可能性としてはショート フィードからの流入が最も多くなる一方で、他のトラフィック ソースや、それぞれの示す意味にも注意が必要です。



ベストプラクティス

別のチャンネルか メインチャンネルか

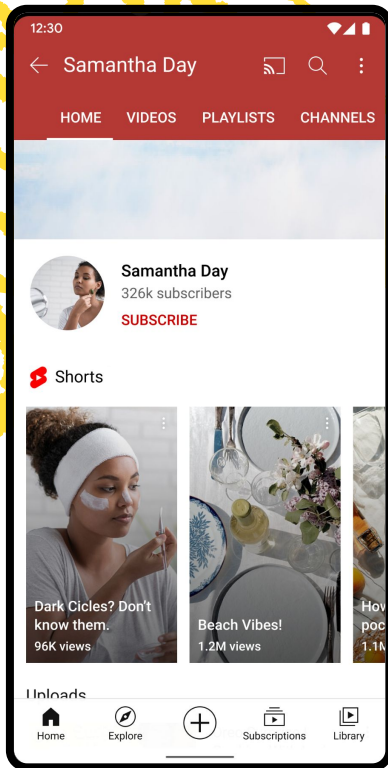
ショート動画を長編動画と同じチャンネルに投稿するか、もしくは別のチャンネルに投稿するかという戦略を選択するうえで重要になるのは、パフォーマンスに関するリスクよりも、創作活動のビジョンです。そのため、次の点について検討することをおすすめします。

コンテンツのスタイル

ショート動画が長編コンテンツの方向性と合っている内容の場合、引き続きメインチャンネルに投稿することが理にかなっているでしょう。一方、異なる路線にしたいと考えている場合は、ショート動画用のチャンネルを新しく開設することをおすすめします。

チャンネルの通知

通知ベルのアイコンをタップした視聴者に、ショート動画の投稿通知が毎回必ず届くわけではありません。長編動画とショート動画の両方をアップロードするチャンネルについては、大量の通知で視聴者を困惑させてしまうことがないように、ショート動画を楽しんでくれる可能性が高い視聴者を対象にショート動画の通知を送信しています。



ベストプラクティス

投稿頻度

投稿頻度を決める際に、以下を検討することをおすすめします。

興味や関心

すべてのトレンドを追いかける必要も、オーディオ ライブラリに追加されたすべてのトラックを使用する必要もありません。重要なのは誠実さです。コンテンツの制作は、心を動かされたときだけにしましょう。

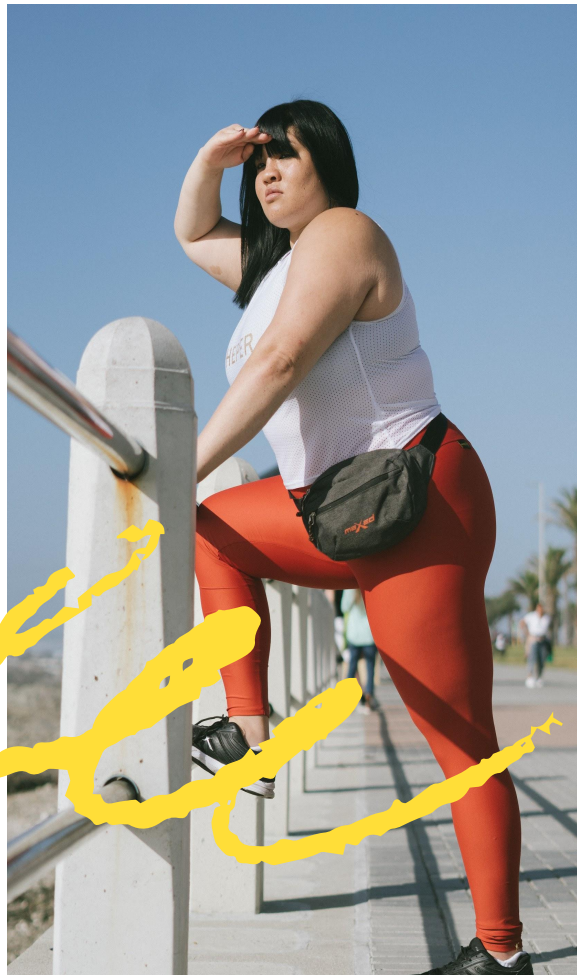
スケジュール

心身の健康にも気をつけましょう。時間とリソースに適した期間で定期的な投稿をすることが重要です。

創造性

クリエイターによっては、締め切りが創造力の火付け役になる場合もありますが、スケジュールに縛られすぎてコンテンツの質が落ちる場合もあります。両方のケースを考えて、自分に合った方法を選びましょう。

動画を大量に投稿するよりも、質の高い動画を定期的に投稿するよう心がけましょう。成果を上げるには、量だけでは不十分です。



事例紹介





Klem Family
250 万人
チャンネル登録者数



背景

The Klem Family

インディアナ州に住むこの 6 人家族は、COVID-19 (新型コロナウイルス感染症) の流行期間中に家族で過ごす時間が増えたのを機に、家族でよく遊んでいるゲームを公開することにしました。2020 年 10 月に投稿を開始したときには TikTok にアップロードしていましたが、間もなく YouTube 発のコンテンツで成功を収め、現在ではショート動画に専念しています。



計画と実施

目標

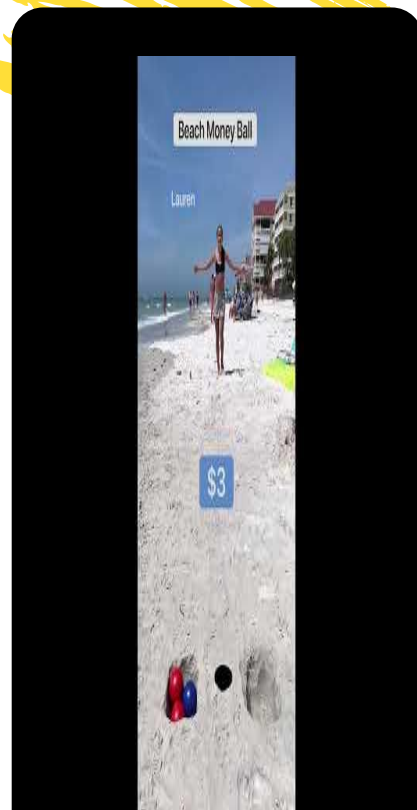
楽しみながら一緒に時間を過ごし、家族の運動能力を紹介する。

戦略

家族みんなのユニークな能力を活かしながら、競争と賞金を採り入れて繰り返し使えるフォーマットを軸にコンテンツ戦略を構築しました。

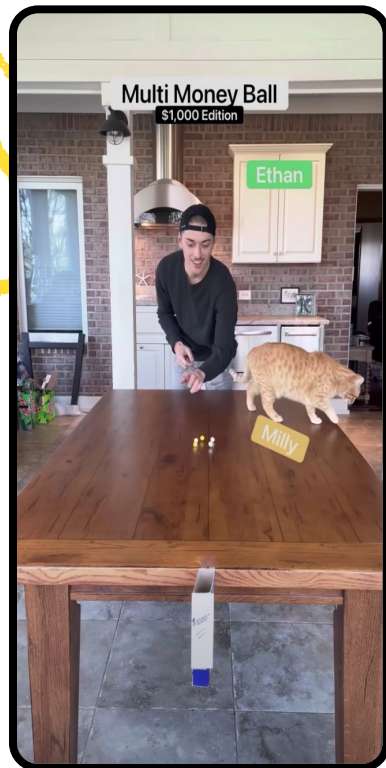
実行

2020年10月の初投稿以来、視聴者の反応と自分たちの創意工夫をもとにフォーマットを進化させ続けており、その過程で面白い新競技も生まれています。



Beach Money Ball: 1 億 7,000 万回視聴





結果

32 億回以上
ショート動画の視聴回数

2,500 万時間以上
総再生時間

250 万人
チャンネル登録者の増加数

2021年9月現在



効果を上げた理由

ゲーム性と賞金の要素

金銭的な報酬が発生する競技を軸にしたコンテンツが中心の Klem Family の動画では、視聴者の注意を引き、コンテンツが始まると見ている人をハラハラさせるようなゲーム性と賞金の要素をうまく利用しています。

一貫性のあるフォーマット

一貫して競争のフォーマットを維持することで、視聴者は競争に参加している家族とつながりを持てます。このことを理由に、視聴者は動画を繰り返し視聴したり、お気に入りの家族を応援したり、誰がずっと勝ち続けているかをずっとチェックするようになります。

世界中の人が楽しめる

体の動きと簡単に理解できるルールを採り入れることで、英語話者であるか、また昔のコンテンツを知っているかどうかを問わず楽しめるコンテンツになっています。



Cut The Flour Challenge: 3,200 万回視聴



質問コーナー

