

小規模ビジネス向けの YouTube 活用方法

YouTube チャンネルを使ってビジネスのオンライン
プレゼンス拡大と新規顧客へのリーチを図るためのスタートガイドです。



YouTube を利用するメリット 5

チャンネルの開設 9

動画の作成 19

YouTube でのライブ配信 26

YouTube 広告の配信開始 29

次のステップ 35





デジタル動画の利用は 増加の一途

動画の映像、音声、動きは他のメディアでは見られないほど人々を引き付けます。だからこそ、人々の閲覧状況はここ数年でデジタル動画やストリーミング動画に着実に移行してきています。YouTube はそうした人々が自分の好きな動画やクリエイターを見つけられる場所であり、自分にとって重要な情報を求める人々が集うコミュニティとなりました。

小規模ビジネスにとって、動画利用の潮流は成長に向けた大きなチャンスです。動画と YouTube をオンライン戦略の中核に据えて、短期的にも長期的にも成果を改善しましょう。

The text '82%' is rendered in a large, bold, sans-serif font. The interior of the numbers is filled with a high-resolution image of Earth from space at night, showing the curvature of the planet, the blue atmosphere, and a dense network of yellow and white city lights.

2022 年までに**全世界のデジタル消費者トラフィック**の
82% を動画が占めるようになります¹。

YouTube を利用するメリット



YouTube は万人向け - あらゆるビジネスで活用可能

YouTube は毎月 20 億人のユーザーに利用され、
1 日あたりの動画視聴時間は 10 億時間を超えています¹。
つまり、あらゆる関心事、趣味、テーマ、
商品について情報を求める人々のコミュニティがあります。
YouTube チャンネルを作成すれば、
そうした人々にリーチしてビジネスの独自性をアピールできます。



71%

小規模ビジネスの 71% は、YouTube が自社の規模に適したプラットフォームだと感じています²。

¹ 出典: Think with Google。

² 出典: Google/Ipsos、小規模ビジネスに関する YouTube 調査、米国、2020 年、n=866。

人々が利用する場所 - YouTube で顧客にリーチ

YouTube アプリから登録して動画を無料でアップロード。

チャンネルは数ステップで簡単に作成できます。チャンネルの運用を始めたら、スマートフォンを使って動画を作成し、関心の高い視聴ユーザーにリーチできます。

取り扱い商品を動画でアピール。

YouTube では、あらゆる規模のビジネスが独自性をしっかりアピールできます。商品の使い方、説明、イベント映像などをアップロードして、人々が求める情報を提供しましょう。

関心の高いユーザーに アプローチ。

YouTube は、学び、笑い、関わりを求める人々が利用する場所です。チャンネルを作成すると、その動画を視聴したいと考える関心の高いユーザーを見つけることができます。

72%

小規模ビジネスの 72% が、YouTube は簡単に活用できると感じています¹。

65%

小規模ビジネス YouTube チャンネルの 65% が、商品やサービスをアピールするために YouTube を使っていると回答しています²。

85%

YouTube を利用するユーザーの 85% が新鮮なコンテンツを求めています³。

1 出典: Google/Ipsos、小規模ビジネスに関する YouTube 調査、米国、2020 年、n=866。

2 出典: Google/Ipsos、小規模ビジネスに関する YouTube 調査、米国、ブラジル、ドイツ、インドネシア、日本、2020 年、n=1848。

3 出典: Google/Talk Shoppe、米国、COVID-19(新型コロナウイルス感染症)以後の動画利用に関する調査、n=2,003(18~64 歳の一般集団の動画ユーザー)、2020 年 5 月。



YouTube は情報を求める人々が利用する場所です。
自社情報をそこで公開すれば、
YouTube で人々に見つけてもらえます。

- Roger Wakefield 氏、Texas Green Plumbing

[同社のストーリーを視聴](#)



チャンネルの開設



01

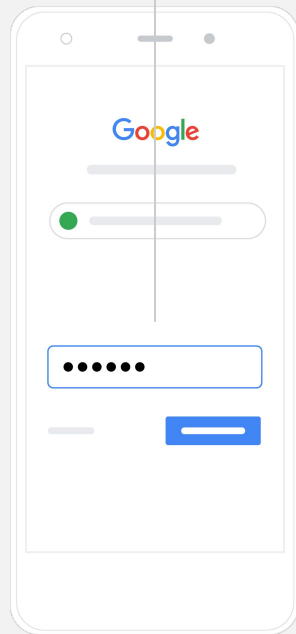
自社の Google アカウントにログイン

YouTube チャンネルは、YouTube のパソコンサイト、モバイルサイト、YouTube アプリで作成および運用できます。各種機能へのアクセス方法は 3 つのプラットフォームごとに異なる部分があるため、各ステップごとに推奨プラットフォームを記載します。

YouTube にログインするには [Google アカウント](#) を作る必要があります。すでに Google アカウントをお持ちの場合は、Gmail のユーザー名を入力してログインしてください。Google のビジネス アカウントをお持ちの場合は、それを使ってログインすることをおすすめします。個人アカウントをご利用の場合は、お店やサービスの名前でチャンネルを作成する方法について、次のステップをご覧ください。

作成したチャンネルは [YouTube Studio](#) で運用できます。

Google アカウントを使って [パソコン](#) か [スマートフォン](#) で YouTube にログインし、チャンネルを作成します。



02

チャンネルを作成

YouTube チャンネルには 2 つの種類があります。

[個人チャンネル](#)を作成した場合はご自身の

Google アカウントだけでチャンネルを管理でき、[ブランド](#)

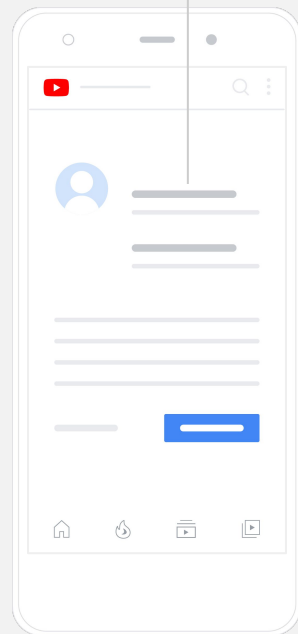
[アカウント](#)を作成した場合は複数の管理者やオーナーを設定できます。

YouTube チャンネルを初めて作る場合は、

YouTube パソコンサイトのご利用をおすすめします。

- パソコンサイトかモバイルサイトで YouTube にログインします。
- [チャンネル リスト](#)に移動します。
- 新しいチャンネルを作成するか既存のブランドアカウントを使うかを選択します。
- [\[新しいチャンネルを作成\]](#)を選んでチャンネルを作成します。
- 新しいチャンネルの名前を該当項目に入力し、[\[作成\]](#)を選択します。

右上でプロフィール写真を選び、
[\[チャンネルを作成\]](#)を選択します。

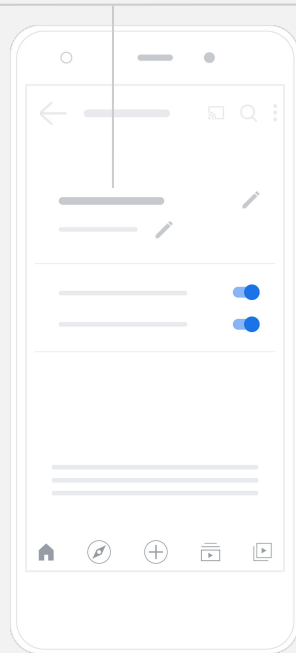


03

チャンネルをパーソナライズ

- YouTube パソコンサイトの右上で **[チャンネル]**、**[チャンネルをカスタマイズ]** の順に選びます。
- **[基本情報]** では、チャンネルの概要説明を入力したり、チャンネル名を変更したりできます。これらのオプションに YouTube アプリでアクセスするには、**[チャンネル]**、**[チャンネルを編集]** の順に選択します。
- パソコンサイトでは YouTube チャンネルに **[リンクを追加](#)** して、視聴者を自社のサイトやソーシャルメディアページに誘導し、自社との接点を増やすこともできます。
- また、チャンネルの URL をカスタマイズしたり、連絡先情報を追加したりもできます。

YouTube アプリでは、**基本情報** (チャンネルの名前や説明など) を変更できます。それには、**[チャンネル]**、**[チャンネルを編集]** の順にタップします。



04

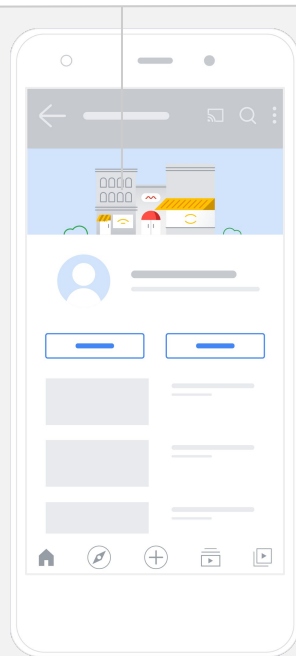
チャンネルのブランドを確立する

パソコンサイトの[レイアウト] ページと[ブランディング] ページには、さらに高度なカスタマイズオプションがあります。

- YouTube のパソコンサイトで、右上にあるプロフィール画像、[\[チャンネル\]](#) の順に選択します。
[\[チャンネルをカスタマイズ\]](#) を選択します。
- [レイアウト] で、[チャンネル紹介動画](#) を追加します。これは、チャンネル登録していないユーザーにチャンネルのプレビューとして表示する動画です。リピーター向けに、[おすすめ動画を紹介](#) することもできます。
- [ブランディング] セクションでは、[プロフィール画像](#) をアップロードまたは変更したり、[バナー画像](#) を追加したりすることができます。バナー画像はチャンネルの上部に表示されるので、ブランドを印象付けるのに効果的です。また、動画に[透かし](#) を表示して、ユーザーにチャンネル登録を促すこともできます。

YouTube

アプリでプロフィール画像やバナー画像などのブランド要素を変更する場合は、[\[チャンネル\]](#)、[\[チャンネルを編集\]](#) の順に選択します。



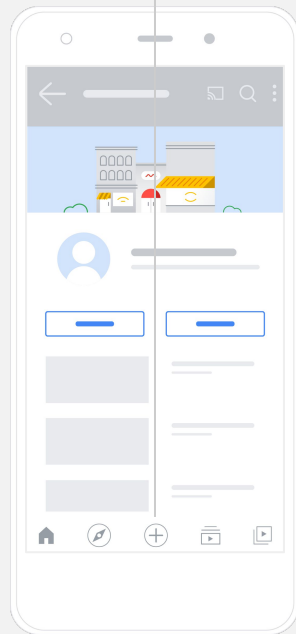
05

動画をアップロードする

ここでは、お手持ちの動画のアップロードの方法について説明します。
まだ動画を作成していない場合は、
[次のセクション](#)で作成方法をご確認ください。

- YouTube のパソコンサイトで、右上にあるプロフィール画像、
[チャンネル] の順に選択します。
- パソコンで、画面中央にある [動画をアップロード](#) を選択します。
YouTube アプリをご利用の場合は、画面下部にある [+](#) を選択してから、
アップロードする動画を選択します。
- ターゲットとする視聴者を念頭に置いて、
[タイトルと簡単な説明](#)を入力します。
- 動画の [サムネイルを選択](#) します。サムネイルとは、
ユーザーがチャンネルをブラウジングしているときに表示される画像です。
動画の公開後にサムネイルをアップロードまたは変更する場合は、
パソコンサイトかモバイルアプリで **YouTube Studio** を使用してください。

YouTube
アプリで動画をアップロードする場合は、
画面下部にある+を選択してください。



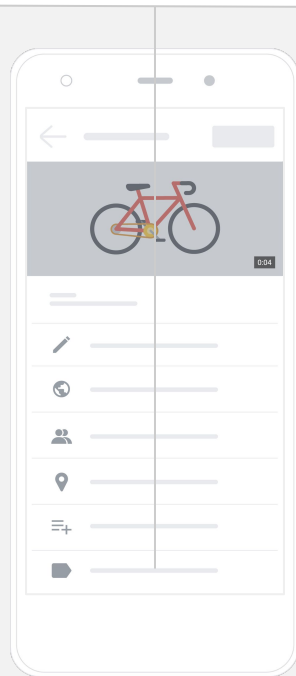
06

高度な要素を追加する

検索可能なタグとは、コンテンツの内容がわかるようなキーワードです。動画にこのタグを追加することで、ユーザーがコンテンツを簡単に見つけることができるようになります。

- パソコンサイトで動画をアップロードする際にタグを追加するには、下部にある **[すべて表示]** を選択します。
- タグは、すでにアップロードされている動画にも追加することができます。パソコンの場合は、**YouTube Studio** に移動し、左にある **[コンテンツ]** で編集する動画の横にある鉛筆アイコンを選択します。次に、下部の **[すべて表示]** を選択します。下にスクロールして、**[タグ]** セクションを表示します。
- YouTube アプリでタグのオプションを表示するには、**[チャンネル]**、**[動画を管理]** の順に選択します。タグを追加したい動画を見つけて、**[編集]** を選択します。下にスクロールして、下部にある **[タグを追加]** を表示します。

YouTube アプリでは、動画をアップロードしてから、タグを追加します。**[動画]** タブに移動し、目的の動画、**[編集]** の順にタップします。



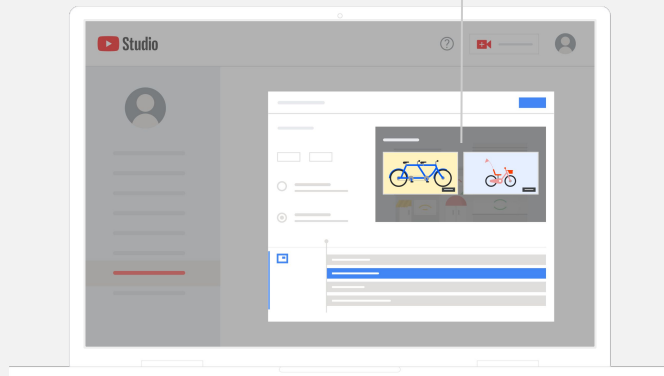
07

さらに高度な要素を追加する

[終了画面](#)は、他の動画を紹介したり、チャンネル登録を促したりと、さまざまな目的で活用できます。[動画カード](#)を活用すると、ユーザーとのインタラクティブなコミュニケーションが可能になります。カードを使って、視聴者におすすめしたい他の動画、プレイリスト、チャンネル、リンクなどを紹介しましょう。

- これらの要素を追加するには、[YouTube Studio](#) に移動し、右側にある **[コンテンツ]** を選択します。
- 編集したい動画の横にある鉛筆アイコンを選択します。次に、右下にある **[終了画面]** または **[カード]** を選択します。

終了画面と動画カードは YouTube のパソコンサイトで追加できます。これらの機能には、[YouTube Studio](#) からアクセスできます。



08

YouTube チャンネルのパフォーマンスを確認する

動画を公開したら、主な指標をモニタリングして動画のパフォーマンスをチェックし、改善できる点がないか確認しましょう。主な指標は、パソコンまたはスマートフォンの [YouTube Studio](#) で [アナリティクス] から確認できます。

概要

- 視聴回数: 動画が再生された回数
- 総再生時間(時間): ユーザーが動画を再生した時間
- チャンネル登録者: お客様のチャンネルを登録しているユーザーの数

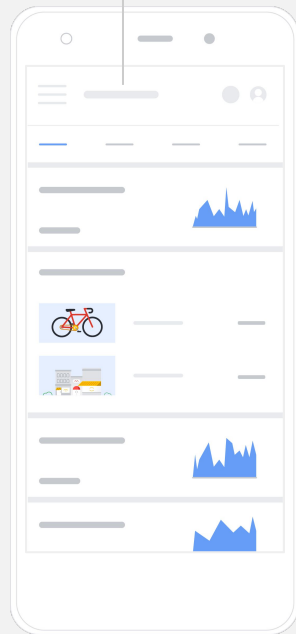
リーチ

- インプレッション数: 動画がユーザーに表示された回数
- トラフィック ソース: ユーザーがお客様のコンテンツを見つけた方法

エンゲージメント

- 人気の動画と上位の再生リスト: 過去 28 日間で総再生時間が特に長かった動画と再生リスト
- 上位のカードと終了画面: 過去 28 日間に特に高い成果を上げている上位のカードと終了画面

指標を確認するには、パソコンまたはスマートフォンで [YouTube Studio](#) の [アナリティクス] に移動してください。





YouTube を活用すれば、

伝えたいメッセージを多くの人に届けることが可能になります。

- Kim Lewis 氏、CurlMix

[事例を見る](#)



動画を作成する





91% 作成した動画にかなり、
またはやや自信があると回答している小規模ビジネスの事業者の割合。¹

照明、スマートフォン、 アクション

魅力的な動画クリエイティブを作成する方法、
スマートフォンで撮影する際の注意点、
編集時に役立つリソースを紹介します。



撮影を開始する前に

作成する動画の構想を練る際には、あらかじめ次の点を考えておきましょう。

- 自分なら、どんなコンテンツを視聴したいと思だろうか？
- 動画で人物を取り上げる場合は、誰にスポットライトを当てるか？
- 伝えたいのは、どのようなストーリーか？
- 商品やサービスをアピールするのに、映像や音を効果的に動画に含めるにはどうすればよいか？
- 撮影したシーンをどのように編集すればストーリーを効果的に伝えられるか？



完成した動画は、[スマートフォンから](#) YouTube
チャンネルにアップロードできます。

スマートフォンで 撮影する際のヒント

- 被写体がフレームの中心に来るようにします。
- リングライトやデスクライトなどの光源を使用することを検討してください。
- スマートフォン用の三脚を使用すると、ぶれのない質の良い映像が撮影できます。
- 視聴者の気を散らさない魅力的な背景を選びましょう。
- スマートフォンの容量を確認してください。4K 動画を 1 分撮影するのに、約 50 MB 必要です。

「効果的なクリエイティブ作成のための基本の ABCD」は動画制作にも役立つ

データに基づく[ガイドライン](#)の全文を参照して、詳しいインサイトとヒントをご確認ください。



Attract (引き付ける)

被写体の寄りのショットを使用します。

最初の 5 秒間で 2~3 ショットを使用します。

動画に人物が登場する場合は、冒頭で画面に登場させます。

目を奪われる映像や楽しい映像、ユーザーの印象に残る映像を使用します。



Connect (つながる)

改まった話し方と感情豊かな話し方をそれぞれ効果的に用いましょう。それらの話し方を織り交ぜることもできるでしょう。

効果的なストーリーテリングにも挑戦してみましょう。

ブランドのイメージに応じて、アクションやユーモアを織り込んだり、何だろうと思わせたりするなど、感情豊かに話してみます。

人物をストーリーの中心に置きます。



Brand (ブランド)

ブランドまたは商品を最初の 5 秒間で紹介します。

マーケティングの目標に応じて、ロゴの配置を調整します。

ブランドのマスコットや特徴的なカラーなどの視覚要素を映像に含めます。

映像に登場する人物がブランド名を口にするようにします。



Direct (行動を促す)

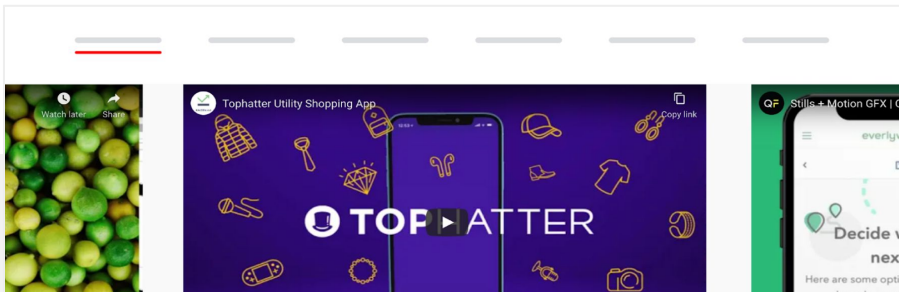
テキスト、カード、シンプルなアニメーション、ナレーションを使って、特典をアピールしたり、ユーザーに行動を促したりしましょう。

特典をアピールすることで切迫感を演出します。

「サイトを見る」、「登録」、「今すぐ購入」など、行動を促す具体的なフレーズを使うか、検索バーを含めます。

YouTube の便利なツールを使って、動画作成を簡単に

お客様のビジョンに沿った動画を作成してくれるパートナーを見つける – または、お手持ちのアセットから動画を編集したり作成したりする。



YouTube 動画制作パートナーでパートナーを見つける

ニーズや予算にかかわらず優れた動画の制作をサポートしてくれる、訓練された信頼できるクリエイティブパートナーを見つけることができます。¹

[動画制作パートナーのページにアクセス](#)

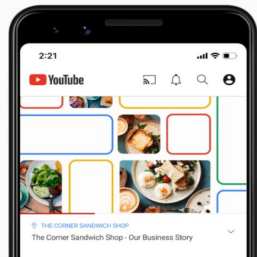
¹ 米国、英国、ラテンアメリカ、フランス、ドイツ、日本、韓国、スペイン、ブラジル、トルコで利用可。

² 米国、英国、カナダ、インド、オーストラリア、ニュージーランドで利用可能です。

VIDEO MAKER

Create a video
your customers
will remember

Enter business name



数回のクリックで YouTube の動画を作成する

[Google マイビジネス](#) アカウントをお持ちの場合、Video Maker を使うと、すでにお手持ちのアセットを組み合わせると魅力的な動画を作成することができます。²

[Video Maker を試す](#)



スマートフォンでの動画の録画を
始めましたが、**とても簡単でした。**

- Rahul Kaul 氏、BoxFit

[事例を見る](#)



YouTube でのライブ配信



視聴者とリアルタイムでつながる

新商品を紹介する、講義を行う、Q&A セッションを開催するなど、[YouTube でライブ配信](#)を行って視聴者と直接交流することができます。

[ライブ配信](#)は、スマートフォンやパソコンのカメラからでも、エンコーダを使って画面をミラーリングすることでも実施できます。ウェブカメラなら、簡単な設定でライブ配信できるため、初心者にも最適です。

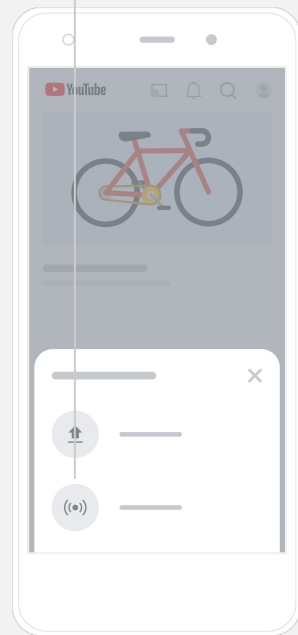
注: スマートフォンからライブ配信を行うには、1,000 人以上のチャンネル登録者が必要です。



YouTube でライブ配信を行う手順

- YouTube でライブ配信を始める前に、電話番号をリンクして、YouTube アカウントの**確認**を行います。
- パソコンサイトまたはモバイルサイトの場合、[YouTube Studio](#) に移動します。画面の右上で、**[作成]**、**[ライブ配信を開始]** の順に選択します。YouTube アプリの場合は、プロフィール写真をクリックして **[チャンネル]** を選択し、画面の下の **+** をタップして **[ライブ配信を開始]** を選択します。
- 画面の指示に沿って、YouTube でライブ配信を行えるようにアカウントを設定します。
- アカウントが設定できたら、**[ライブ配信を開始]** ボタンを押すだけで、すぐにライブ配信を始めることができます。

YouTube アプリの場合は、プロフィール写真をクリックして **[チャンネル]** を選択し、**+** を押して **[ライブ配信を開始]** を選択します。



YouTube 広告の利用を開始する



YouTube 広告でビジネスを成長させ、成果を収める

既存の顧客にアプローチし、
さらに新しいユーザーも見つける

近くにいるグルメたちはもちろん、
全国各地でファッションのトレンドを追う人々など、
お客様のビジネスにとって特に価値の高いユーザーと
YouTube 広告でつながりましょう。

機会を逃さず
アプローチする

予算にかかわらず、視聴者を顧客に変えることができます。
YouTube 広告なら、Google のサービスを使って、
適切なユーザーに適切なタイミングでメッセージを配信することができます。

ビジネスにとって重要な成果
を収める

YouTube 広告なら、
お客様のビジネスや商品をユーザーに簡単にアピールできます。
視聴回数やチャンネル登録者数、
サイトへのアクセス数などを増やしましょう。

89%

有料広告とオーガニック コンテンツを組み合わせ
YouTube を利用している小規模ビジネスの割合。¹

70%

YouTube
を通じて新しいブランドを知るようになっていないと回答した視聴者の割合。²

¹ 出典: Google/Ipsos、小規模ビジネスに関する YouTube 調査、米国、ブラジル、ドイツ、インドネシア、日本、2020 年、n=1,572。

² 出典: Google/Talk Shoppe、米国、whyVideo study、n=2,000、18~64 歳の一般動画ユーザー、2020 年 2 月。

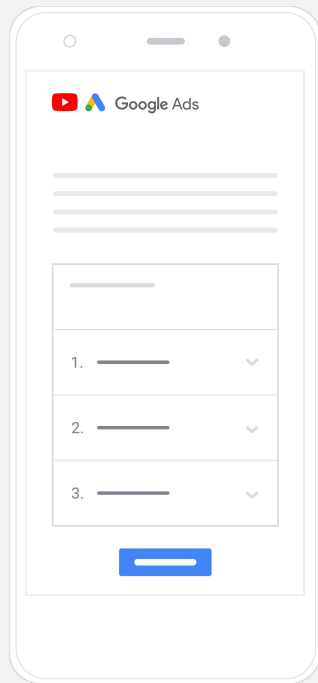
01

Google 広告アカウントを作成するかアカウントにログインする

広告は YouTube に表示されますが、キャンペーンは Google 広告を使って管理します。

YouTube 広告のメリットと仕組みについては、[YouTube.com/ads](https://www.youtube.com/ads) をご覧ください。準備ができたなら、[\[今すぐ開始\]](#) を選択します。

YouTube 広告キャンペーンを始める前に、YouTube チャンネルに[動画広告をアップロード](#)してください。



02

キャンペーンを設定して運用を開始する

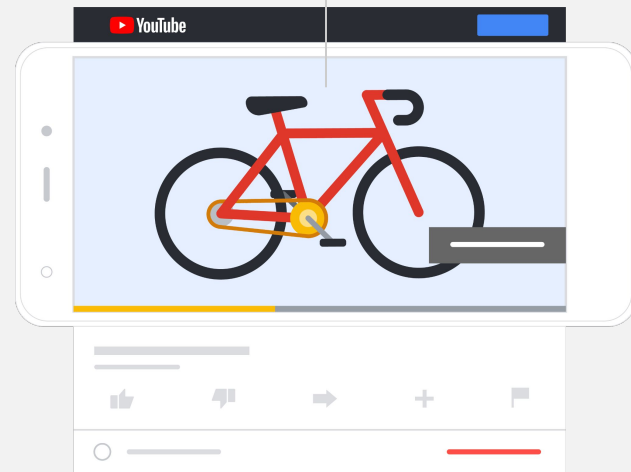
お客様のビジネスに必要な成果を得られるよう、YouTube にはスキップ可能広告、クリック可能広告、短いまたは長い動画広告など、さまざまな広告フォーマットが用意されています。目標 ([認知度](#)、[比較検討](#)、[アクション](#)) に合った広告フォーマットを見つけましょう。

次に、ユーザー属性、地域、興味や関心、ライフイベントなどに基づいて、[潜在顧客をターゲットに設定](#)します。[Find My Audience](#)¹ を使うと、YouTube に存在するさまざまな視聴者層を把握することができます。

すべての設定が完了したら、Google 広告からキャンペーンの運用を始めましょう。

¹ 英語のコンテンツにリダイレクトしています。

目標 ([認知度](#)、[比較検討](#)、[アクション](#)) に合った広告フォーマットを選びます。



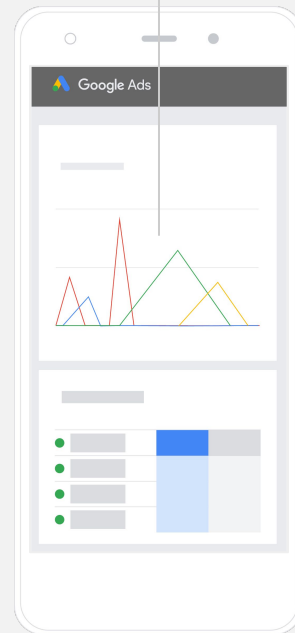
03

成果を測定する

YouTube 広告キャンペーンのパフォーマンスを理解するのに、データ解析の専門家になる必要はありません。必要なインサイトを得るために、さまざまな指標をリアルタイムで追跡できます。たとえば、広告を視聴中のユーザー数、ユーザーの広告に対するエンゲージメントレベル、ユーザーが広告を見た後に取った行動など、さまざまな指標が用意されています。

[広告キャンペーンの測定についての詳細。](#)

Google 広告ダッシュボードで、[重要な指標](#)を確認できます。





ウェブサイトへのコンバージョン率には目を見張るものがあります。
YouTube 広告のおかげで、**急成長**を遂げることができました。

- Stewart Freeman 氏、Murphy's Naturals

[事例を見る](#)



次のステップ



YouTube について学ぶ

YouTube を最大限に活用するために役立つリソースをご紹介します。

YouTube 広告についての詳細を確認する。

[YouTube 広告のウェブサイト](#)

YouTube 広告を最大限に活用する方法を確認する。

[スキルショップ](#)

YouTube

に関するさまざまなトピックについての専門知識を身に付ける。

[クリエイターアカデミーの動画](#)

疑問の答えとサービスの詳細説明を確認する。

[ヘルプセンター](#)

