

リリース後



マルチフォーマットのリリース戦略を活用した楽曲リリース後のプロモーション

リリースのサイクル

リリースには、シングル、EP、アルバム、公式ミュージックビデオが含まれる

リリース前

リリース日

リリース後

楽曲のリリース後もプロモーションを継続するには

楽曲のリリース当日を迎えても、そこでプロモーションが終了するわけではない。リリース後しばらくしてから、新しいファン、エンゲージメント、トレンドが発生することもある。

ファンのお気に入り の楽曲となるよう、リリース後も興味を持続させる施策を自由な発想で考える。

7 億回以上

ファンがショート動画
で楽曲を見つけて から1週間以内に
同じ曲の長尺動画を視聴
した回数¹

マルチフォーマットのリリース戦略 とは

複数のコンテンツ フォーマットを活用して、楽曲やプロジェクトのリリースを宣伝するプロモーション戦略

YouTube で利用できるフォーマット



ショート動画



動画



ライブ配信

マルチフォーマットのリリース戦略 を使う理由

1. フォーマットごとに視聴者層が異なることがあるためコンテンツの好みに対応しながら幅広い視聴者に訴求できる
2. YouTube のおすすめ機能には各フォーマットでの視聴者の好み が反映される。ファンが視聴したショート動画は、長尺動画のおすすめにも影響する。

リリース後の対応のヒント

1

可能な限り 公式ミュージック ビデオにファンを誘導する

視聴トラフィックとエンゲージメントをミュージックビデオに誘導する。ファンが楽曲を聞いて真っ先にミュージックビデオの映像を連想する状態を作る

2

パフォーマンスの高いコンテンツを活用する

リリース前の期間とリリース当日にアップロードしたショート動画や長尺動画のうち、ファンの反応が良いものをさらに活用する。目立ったパフォーマンスの動画がない場合は新しいコンテンツの制作とテストを続ける

追加のヒント

トレンドになり始めた曲が 1 つでもあれば、すぐに行動する。[トレンドについて詳しくはこちら](#)

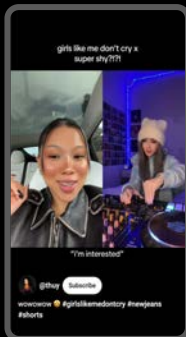
ショート動画

1

ファンとの交流を重視する

自分の楽曲を使ってコンテンツを作成しているファンがいたら関心を維持できるように交流する。

[詳細はこちら](#)



THUY

2

楽曲や動画の紹介を続ける

プロモーション活動はリリース日で終了するわけではない。ファンの心をつかめるよう、引き続き創造的な宣伝方法を模索する。



LE SSERAFIM

目的

音楽関連のトレンドの変化は非常に速いため楽曲を繰り返し紹介することが重要
多くの楽曲がリリース後に時間をかけて支持を獲得している

役立つ機能



BAHJAT

リミックス

リミックス機能では、**グリーン スクリーン、切り抜き、コラボ**などの編集ツールを使って既存の長尺動画やショート動画から新しいショート動画を作成できる。詳細はこちら。

ファンが作ったショート動画をリミックスすれば、ファンやその他の視聴者によるコンテンツ作成や楽曲の応援を促すことができ、**ファンのエンゲージメント向上の強力な戦略**となる。

次のステップ

自身の **公式ミュージックビデオ** をリミックスしてショート動画を作成する。



関連動画

ショート動画から長尺動画にリンクできる。

楽曲を紹介するショート動画に公式ミュージックビデオをリンクするのがおすすめ。
動画リンクはショート動画のハンドルの下に表示される。

手順

YouTube Studio > [コンテンツ] > [ショート] > [編集] > [関連動画]

ショート動画のアイデア

ショート動画を活用して楽曲のプロモーションを成功させたアーティストの例
り、コンテンツのアイデアを得よう。

から、何が効果的だったのかを知



LIZZIE McALPINE

リップシンク

ステージやスタジオ以外で楽曲を楽しんでいる自分の姿を見せる。

Lizzie McAlpine は、ファンが相次いでリップシンク動画を投稿した楽曲「Ceiling」のトレンドに乗り、自身も同様のショート動画を作成。

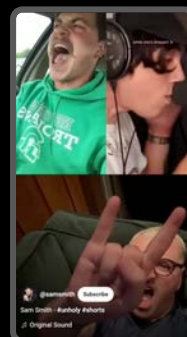


TOOSII

コラボ

他のアーティストやクリエイターとコラボすることで、リーチを拡大できる。

Toosii は、@setwillfree と出会ったその場でコラボして、ミュージックビデオを撮影。



SAM SMITH

ファンへのリアクション

グリーンスクリーンを利用してファンのショート動画に反応する。
Sam Smith は、「Unholy」をロック調でカバーしたファンへのリアクションとして、コラボツールを使ってファンのショート動画をリミックスした。

ショート動画のアイデア(続き)



RUEL

ファンを舞台裏に招待

ライブ演奏や舞台裏を紹介するコンテンツを投稿することで、ファンは自分もアーティストの活動に参加していると感じられる。

Ruel は、ファン向けのコンテンツの勝者を招いて、舞台裏を案内するショートを作成。



KAIA LANA

身近に感じてもらう

ファンに呼びかけるテキストを追加して、楽曲への共感を高める。「POV」や「...の瞬間」など、トレンドになっているフレーズを利用する。

Kaia Lana は、自身のミュージックビデオで人生における変化を季節の移り変わりにあわせて表現した。



POLYPHIA

カバー

ありのままが伝わる生演奏で、楽曲に新たな関心を集める。

Polyphia のギタリスト Tim Henson は、ファンに向けてバンドの楽曲「Ego Death」のリードギターパートを披露。

楽曲を使用しているショート動画を確認するには

確認方法:



楽曲のライブラリ ページ

楽曲を使用しているショート動画の音声チップをタップする。



検索

楽曲を検索すると、ファン作成のショート動画が表示される。



アーティスト向けアナリティクス

YouTube Studio で、[コンテンツ] > [ショート] にアクセスする。

チャンネルの最適化

チャンネルを最適化する手順

1. チャンネル バナーを更新し、ツアー予定や新しいミュージックビデオなど、リリースに関する内容を記載する。
2. チャンネルの再生リストで、ファンが作成したコンテンツを取り上げる。
3. ストアに新しい商品を追加して更新するショッピング機能の詳細は[こちら](#)

動画

2〜3 週間おきに、リリースした楽曲を取り上げた動画を継続してアップロードする
例: パフォーマンス動画、ツアーのハイライト集、楽曲の新バージョン

長尺動画のアイデア



G(I)-DLE
「Queen Card」
パフォーマンス動画



LATTO x MARIAH CAREY
「Big Energy ft. DJ Khaled」
リミックス動画



MITSKI
「My Love Mine All Mine」
ベトナム語の歌詞動画



THAT MEXICAN OT
ツアーのハイライト集

目的

新しい視聴者がこれらの新しい動画を見て紹介されている音楽をもっと聴いてみたいと思う可能性が高まる
ファンが楽曲と音楽活動にさらに興味を持つ可能性が高まる



現状の成果を確認する

アーティスト向けアナリティクスの解説動画はこちら →

YouTube のアーティスト向けアナリティクスを活用 すると、視聴者の拡大に最も有効な投稿頻度やコンテンツの種類を知ることができる。

成果の確認に役立つ主な指標:

ユニーク 視聴者数

YouTube で楽曲が
リーチした
視聴者全体を確認
できる

視聴回数と 楽曲の ストリーミング数

ファンの視聴回数と
視聴経路を
把握できる

リピーター 数

より多くのリピーターを集め
続けている楽曲、長尺動画、ショート
動画を把握できる

作成件数と 動画エンゲージメント

ファンによるコンテンツの作成コメ
ント、共有が多い楽曲、長尺動画、
ショート動画を確認できる

アーティスト向けのその他のリソース

最新のベスト プラクティス ハンドブックや、YouTube サイトで紹介されているアーティストの成功事例 →