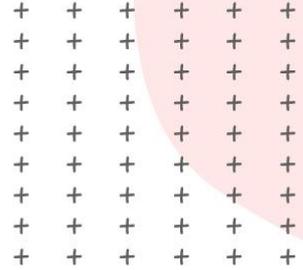


News Creator

WORKSHOPS 2022



内容

01

プログラムの概要

02

YouTube の基本

03

Q&A

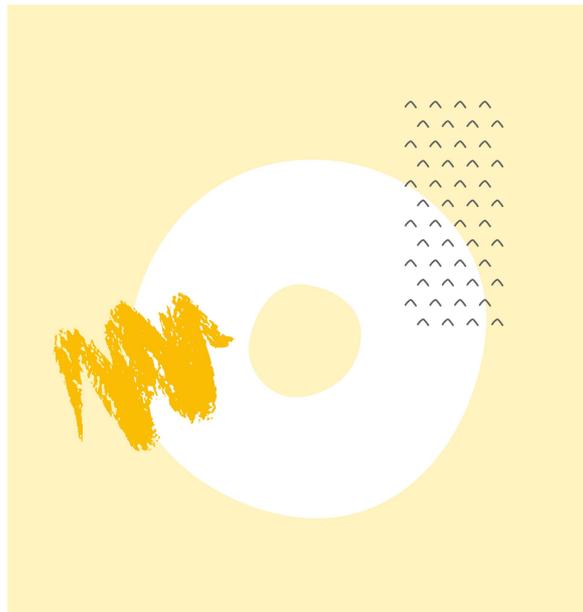


ワークショップ 1: YouTube の基本

プログラムの概要

このワークショップ シリーズでは以下の内容を紹介します。

- **コンテンツ戦略** - 動画フォーマット、自分の個性の明確化、視聴者の理解
- **ブランドの定義** - サムネイル、キーワードの選択、ソーシャル プラン
- **YouTube で動画がおすすめされる仕組み**
- **収益化の基本**
- **クリエイター向けツール** - クリエイター ツール入門

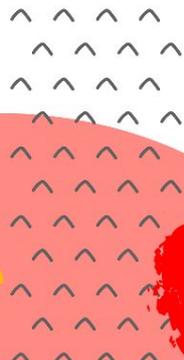
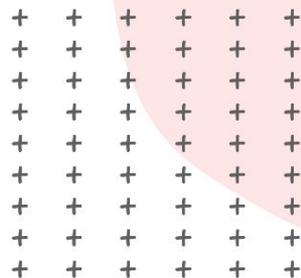


ワークショップ 1: YouTube の基本

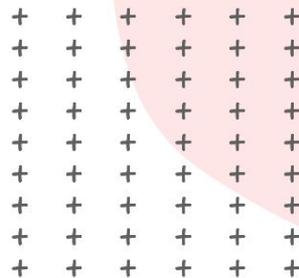
Program overview



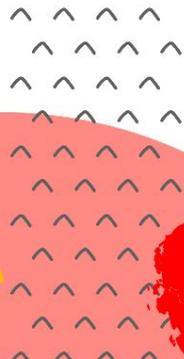
ワークショップ 1: YouTube の基本



YouTube の使命



表現する場所をあらゆる人に提供し、その声を世界中に届ける



ワークショップ 1: YouTube の基本

数字で見る YouTube

500

時間以上の動画が毎分アップロードされている

100

か国以上

80

の言語
(ローカライズ版YouTubeの数)



ワークショップ 1: YouTube の基本

YouTube は長期にわたりニュースに取り組んでいる



Innovation Funding

世界 20 か所の市場で、報道機関による持続可能な動画運用の構築をサポートするためのファンディングを行っています(申請して承認を得る必要があります)。



Sustainability Lab

65 のパートナーと連携を密にし、コホートに基づくラボで 4 つのテーマ(デジタル報道局、広告収益、ユーザー収益、コスト削減)にわたって新しいビジネスモデルを構築、テスト、拡充しています。



Creator Program for Independent Journalists

このプログラムは、個人的に報道活動を行う新世代のニュース レポーターに、トレーニング、資金援助、パートナー専用サポートなどを通じ、YouTube で成功するためのツールを提供することを目的としています。



上質のジャーナリズム の発展は、社会に恩 恵をもたらす

だからこそ、YouTube は報道業界と
パートナーシップを築き、YouTube のサービ
ス、プログラム、人を通じてジャーナリズム
の発展を支えています。



YouTube ニュースの基 本方針

01

信頼できる提供元を確保する

02

視聴者が判断する際に役立つ
背景情報を提供する

03

報道の発展を促進するテクノロジーで
ジャーナリズムをサポートする



報道業界を支援 する YouTube の取り組み

1

新しいユーザー層に
リーチする

2

持続可能なビジネス
を構築する

3

デジタル報道局の
成長を促す

4

情報に基づいた視聴者
の判断力を育成する



ワークショップ 1: YouTube の基本

チャンネル ページを設定する

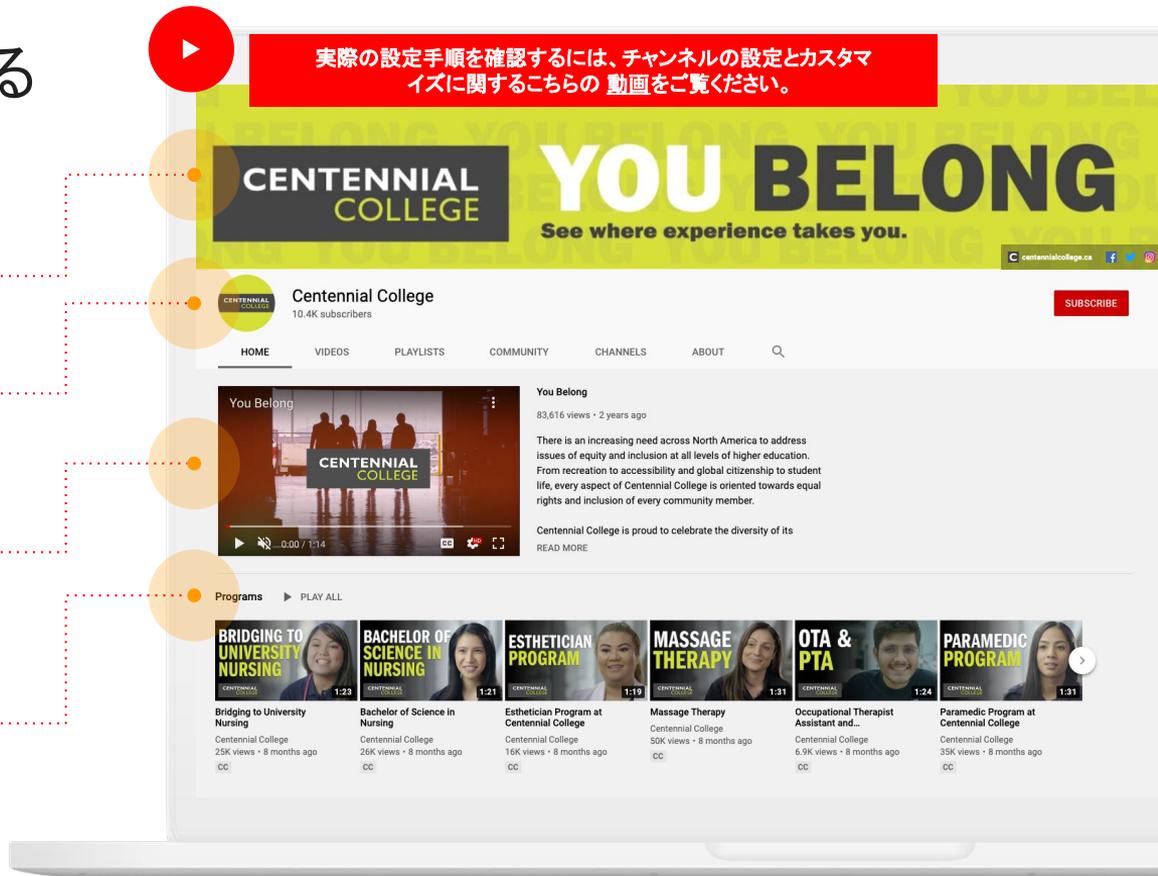
1 **チャンネルバナー**は、組織名の紹介、ソーシャルリンクの共有、視聴者へのコンテンツ投稿スケジュールの通知に利用できる固定された表示領域です。

2 **チャンネルのアイコン**は、ブランドのシンボルになる画像やロゴです。自分がコメントやコミュニティ投稿、チャットなどに書き込んだときなどにこのアイコンが表示されます。

3 **注目動画**は、視聴者がチャンネルにアクセスしたときに最初に目にする動画です。このスペースは、多くのチャンネルでカスタムの**チャンネル紹介動画**に使用されていますが、最新の動画や、対象の視聴者に最適な動画を表示するために最適です。このスペースに表示する動画は、必要に応じて何度でも変更できます。

4 **再生リストのセクション**では、テーマ、トピック、フォーマットに基づいてコンテンツを整理できます。このセクションには、自分が作成したコンテンツだけでなく他のクリエイターが作成したコンテンツを選んで表示することができます。

実際の設定手順を確認するには、チャンネルの設定とカスタマイズに関するこちらの動画をご覧ください。



ワークショップ 1: YouTube の基本

自分の「なぜ」を見つける

YouTube での自分の使命について考えましょう。

YouTube での活動の目標は何ですか。何で有名になりたいですか。大勢とは異なる自分独特のものの捉え方をどのように示すことができますか。これらの質問の後は、次の点についても考えます。

- 自分にとって「理想的な視聴者」とは(年齢、ユーザー層、ライフスタイルなど)
- 自分のコンテンツから視聴者に何を得てもらいたいのか(一般知識、行動喚起、現在の事象の理解など)
- 自分だけが提供できるのはどのような価値か
- 説得力のある方法で「なぜ」を追求しているこちらのチャンネル紹介動画を見て、アイデアを得ましょう。



ワークショップ 1: YouTube の基本

成功しているニュース形式

YouTube での活動を始めたばかりのときは特に、オンラインの視聴者になじみのある既存の形式を取り入れてみましょう。ここに挙げたものは評判のよい形式です。この中で、YouTube でのご自分の使命に適したものはありますか。



ニュース分析



ライブ



説明



コラボレーション



インタビュー



ポッドキャスト



ストーリーテリング/ドキュメンタリー

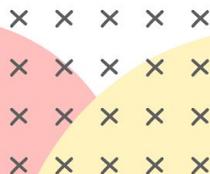


ニュースサマリー動画

ワークショップ 1: YouTube の基本

YouTube Shorts

- YouTube ショートは、**YouTube で動画を見つけ、視聴し、作成する新しい方法**です。
- **全世界での視聴回数は1日あたり300億回に達しており、気軽に楽しめるショート動画をユーザーに提供し続けています。**他とは一線を画した機能を使用でき、クリエイターのコミュニティ間で創造性を育むためのプラットフォームを構築しています。
- **ショート動画の合計視聴回数が5兆回を超えました(2022年1月現在)。**
- **ブランドはオーガニックなショート動画を作成できます。**また、以下のショート動画を作成する際の**ベストプラクティス**を活用して、ショート動画でオーディエンスを増やすことができます。
 - 1) **すばやく関心を引き付ける**
 - 2) **メッセージを1つに絞る**
 - 3) **トレンドを取り入れる**

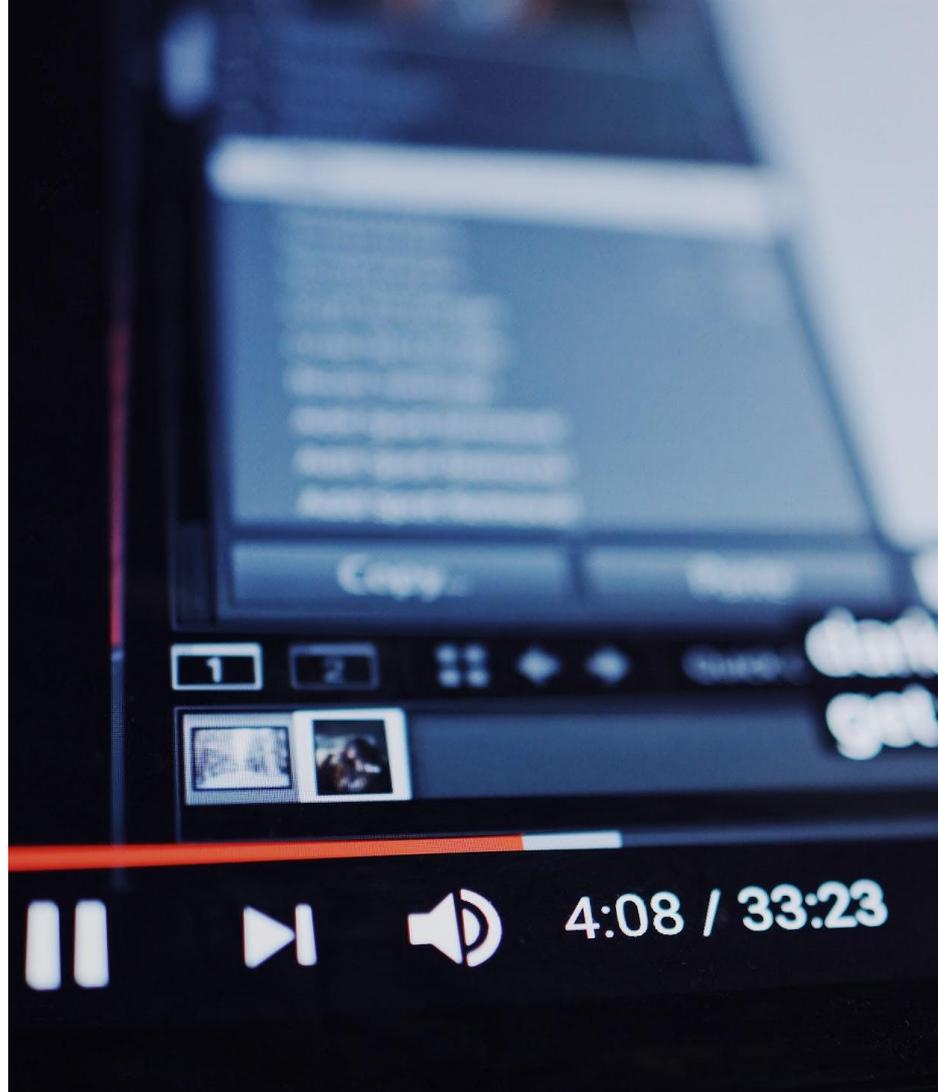


ワークショップ 1: YouTube の基本

YouTube でテストする

YouTube は新しいコンテンツをテストする場所として最適で、自分に適したコンテンツを把握できます。ここでは、コンテンツや公開プロセスのテストを実施する際のフレームワークを紹介します。

1. 持続できるか考える
2. YouTube を下調べする
3. 飾らない自分を見せる
4. テスト
5. 継続的な見直し
6. 繰り返し



コンテンツ戦略



計画



パッケージング



公開



宣伝



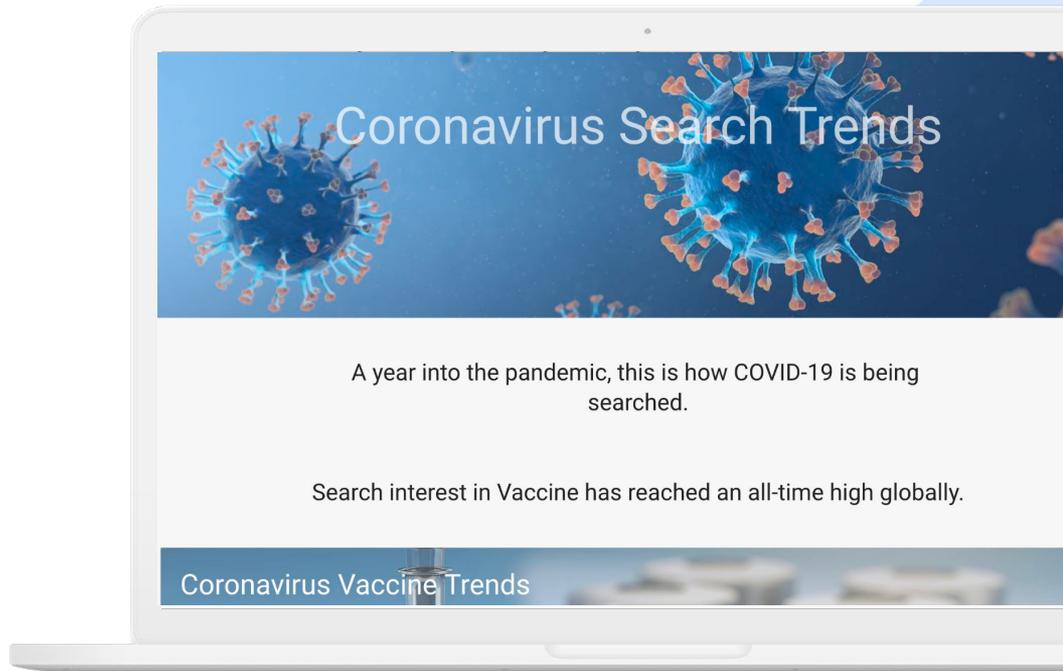
ワークショップ 1: YouTube の基本

計画

コンテンツでどのようなトピックを扱えばいいのかわからない場合

ここでは、トピックを決める際の指針として、チャンネルの視聴者と一般的なインターネットユーザーから得られるデータを役立てる方法をいくつか紹介します。

- **YouTube アナリティクス。**YouTube Studio 内で [トラフィックソース] > [YouTube 検索] に移動します。ここで、視聴者がコンテンツを見つけるのに使用したキーワードを確認できます。
- **Google トレンド。**Google トレンドでは、期間や地域ごとにさまざまな検索キーワードの人気度を追跡して、関連する検索を確認できます。自分の名前、自分のポリシーに関連したトピック、政府機関を検索してみましょう。そこから関連する検索を確認して新たなインサイトを得ることで、今後作成する動画のアイデアにつなげることができます。

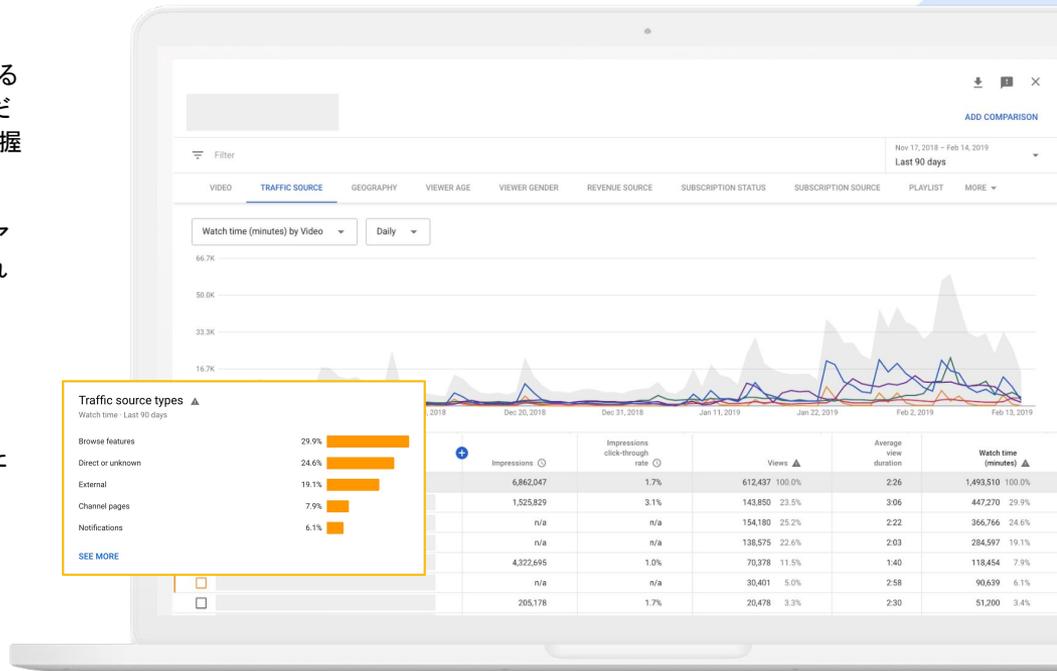


ワークショップ 1: YouTube の基本

視聴者がコンテンツをどのように見つけてくれているのか把握する(トラフィックソース)

[トラフィックソース] のデータを見ることで、コンテンツが視聴者に表示されている場所の内訳を把握できます。この情報は今後の計画を立てる際に利用できるだけでなく、現在のコンテンツを視聴者がどのように見つけてくれているのかを把握するためにも役立ちます。確認すべき主なデータは次のとおりです。

- **関連動画**は、動画再生ページの右側の [次の動画] の下、モバイルアプリでは動画の下、自動再生では次の動画として、視聴者に表示されます。
- **ブラウジング機能**は、ホームフィード、急上昇フィード、登録チャンネル フィードによって生成されるトラフィックのことです。
- **YouTube 検索**は、視聴者をコンテンツに導いた検索クエリに注目した指標です。
- **通知**は、新しい動画が公開されたことを知らせるアラートで、モバイルのプッシュ通知またはメールで送信できます。
- YouTube アナリティクスについて詳しくは[こちら](#)をご覧ください。



ワークショップ 1: YouTube の基本

YouTube のポリシーを理解する

ポリシーを表示



コミュニティガイドライン

YouTube のコミュニティガイドラインには、YouTube で許可されるコンテンツと許可されないコンテンツが定義されています。ガイドラインは、有害なコンテンツ、嫌がらせ、スパムなどからコミュニティを保護するためのものです。このガイドラインはすべての人と YouTube 上のあらゆるタイプのコンテンツ（動画、コメント、リンク、サムネイルなど）に適用されます。

[詳細](#)


著作権

YouTube は、著作権の理解、著作権で保護されたクリエイター自身のコンテンツの保護、著作権の違反防止に役立つクリエイター向けのリソースを開発しました。

[詳細](#)


収益化ポリシー

YouTube パートナープログラムは、クリエイターがチャンネルを通じて収益を得られるよう支援します。YouTube パートナーになるには、YouTube の収益化ポリシーを遵守する必要があります。このポリシーは、オリジナルのコンテンツを投稿してコミュニティに積極的に貢献したクリエイターに報酬を提供することを目的としています。広告掲載してコンテンツの収益化を目指しているクリエイターは、広告掲載に適したコンテンツのガイドラインに加えて、さまざまな収益化ポリシーを遵守する必要があります。

[詳細](#)


法律に基づく削除

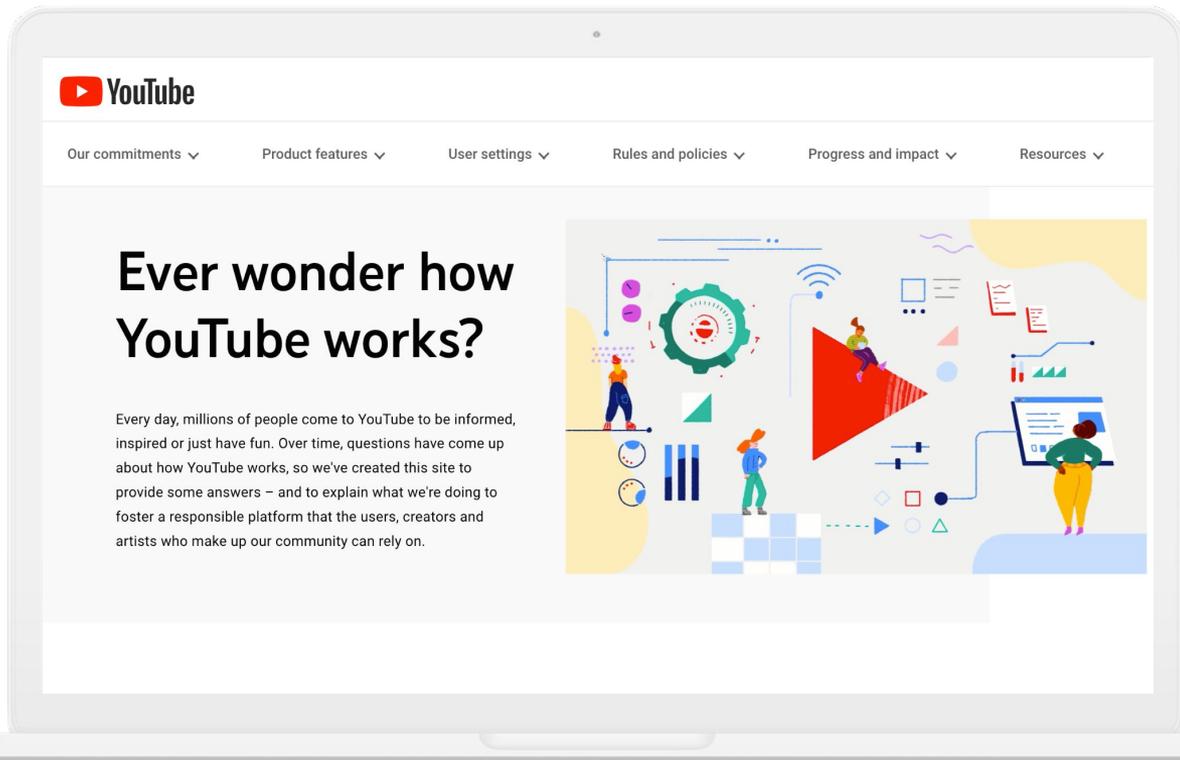
世界中で利用されている YouTube は、現地の法律を遵守するためのプロセスを整備しています。

[詳細](#)

ワークショップ 1: YouTube の基本

詳しくは、
こちらをご覧ください

www.youtube.com/howyoutubeworks



ありがとう
ございました

