YouTube

デジタルイベント
クイックスタートガイド

2020
YouTube Marketing

ようこそ

YouTubeはデジタルファーストイベントを計画する際のサポートを提供します。このリソースは、YouTube LiveやPremieresなどのYouTube製品を利用して、クラス最高のデジタルイベントを作成するのに役立ちます。

まず、チャンネルの設定方法、動画のアップロード方法、リアルタイムで視聴者と交流する方法の学習から、すべての基本事項から始めます。

さらに、YouTubeを最大限に活用してデジタルイベントを楽しめるように、重要なリソースをいくつかご紹介します。

始めましょう！

目次

1. YouTube の基本
2. ライブイベント
3. YouTube プレミア公開
4. 関連情報

YouTube の基本

イベントの公式チャンネルの作成

YouTubeチャンネルを作成して、イベントに直接参加 できない視聴者にリーチしましょう。

YouTubeチャンネルを作成する方法

- コンピューターまたはモバイルサイトを使用してYouTubeにサインインする
- 動画をアップロードするか、プレイリストの作成をお試しください
- まだチャンネルを持っていない場合は、チャンネルを作成するための手順が表示されます

もっと詳しく知る

ブランドまたは会社のチャンネルを作成する

複数の管理者または所有者を設定できるチャンネルを作成する手順は次のとおりです。

ブランド アカウントを使用すると、任意の名前のチャンネルが作成可能です。詳しくは **ブランド アカウントについて**の記事をご覧ください。

1. パソコンまたはモバイルサイトで YouTube にログインします。
2. アカウントのチャンネル一覧に移動します。
3. 新しいチャンネルを作成するか、既存のブランド アカウントを使用します。
   a. [新しいチャンネルを作成] をクリックして新しいチャンネルを作成します。
   b. 一覧からブランド アカウントを選択して、すでに管理しているブランド アカウントの YouTube チャンネルを作成します。このブランド アカウントがすでにチャンネルにリンクされている場合は、新しいチャンネルは作成できません。この場合、一覧からブランド アカウントを選択すると、そのチャンネルに切り替わります。
4. 新しいチャンネルに名前をつけるための詳細情報を入力し、アカウントを確認します。次に [完了] をクリックします。これで新しいブランド アカウントが作成されます。
5. チャンネルの管理者を追加するには、チャンネルの所有者と管理者の変更手順に沿って操作します。

詳しくは、仕事などで使う名前で作成したチャンネルを YouTube で使用する方法をご覧ください。

チャンネルのブランディング

チャンネルをカスタマイズしブランド化する方法はたくさんあります。チャンネルのブランディングは、視聴者がアクセスしてくれるよう重要な時間を発信することで、近日公開予定の配信を大々的に宣伝し、視聴者を増やすために役立ちます。

確認すべき項目のリストをお読みいただき、イベントのチャンネルを目立たせましょう。

チャンネルのブランディング

チャンネル アートを作成、編集する

チャンネル アートは YouTube ページの上部に背景またはバナーとして表示されます。チャンネル アートを使用すれば独自のチャンネル ページをデザインし、あなた自身のチャンネルであることを強くアピールできます。

デザインするにあたっては、下記のガイドラインと例を参考にしてください。また、チャンネル アートはパソコン、モバイル、テレビ画面でそれぞれ表示のされ方が異なることにご留意ください。詳しくは、各種デバイスでのチャンネル アートの表示され方をご確認ください。**もっと詳しく知る**

チャンネル アイコンを管理する

チャンネル アイコンはチャンネル アート バナーに重なって表示されます。同じアイコンが、YouTube の動画再生ページで、動画やチャンネルの視聴者に表示されます。

デフォルトのチャンネル アイコンは、Google アカウントに関連付けられている画像です。これは、YouTube やその他の Google サービスにログインしたときに、右上に表示される画像です。この画像は Google アカウントの設定ページで変更できます。
もっと詳しく知る

チャンネル レイアウトをカスタマイズする

チャンネルのレイアウトをカスタマイズすると、チャンネルを訪問した視聴者に見てもらいたいコンテンツを宣伝できるようになります。レイアウトをカスタマイズしない場合、訪問者にはチャンネル フィードのみが表示されます。

動画を定期的にアップロードするクリエイターであれば、レイアウトをカスタマイズすることをおすすめします。チャンネル紹介動画を追加したり、チャンネル登録者におすすめコンテンツを提案したり、動画や再生リストをセクションに分けたりできます。**もっと詳しく知る**

チャンネルのセクションを使用してコンテンツを整理する

チャンネル セクションを利用すると、注目してもらいたいコンテンツを整理して宣伝することができます。セクションを使用すると特定の方法で動画をグループ化できるため、視聴者は見たいコンテンツを簡単に識別することができます。1 つのチャンネルで 10 セクションまで作成できます。

もっと詳しく知る

チャンネル紹介動画を作成する

YouTube では、チャンネル登録していない訪問者向けに、チャンネル紹介動画を表示できます。チャンネル紹介動画は、映画の予告編のようなものです。視聴者がチャンネル登録したくなるように、自分のチャンネルの内容を紹介しましょう。

既定では、チャンネル紹介動画がチャンネル ページの紹介動画用の場所で再生されているときには広告は表示されません（選択した動画に第三者から申し立てのあったコンテンツが含まれていない場合）。これは、視聴者がチャンネルの内容に集中し、チャネルを登録しやすくするためです。すでにチャンネル登録済みの視聴者には、[次のおすすめ] の下に動画が表示されます。

もっと詳しく知る

動画のアップロード

チャンネルの準備ができたら、最初の動画をアップロードしましょう。

いくつかの簡単な手順で動画を YouTubeにアップロードできます。右の指示に従って、コンピューターまたはモバイルデバイスからビデオをアップロードします。

YouTube Studio で動画をアップロードする

1. YouTube にログインします。
2. 面右上の [動画または投稿を作成] > [動画をアップロード] の順に選択します。
3. アップロードするファイルを選択します。

設定の選択を完了する前にアップロード機能を閉じると、ユーザーの動画が [動画] ページにドラフトとして保存されます。

モバイル（Android）でアップロードする方法を学ぶ

動画をカスタマイズする

ビデオタイトル

- タイトルは、動画のコンテンツの見どころを簡潔に説明するものにします。文字数は半角 70 文字（全角 35 文字）未満に収めないと、切り詰められてしまいます
- わかりやすい説明にします。冗長にならないように最初の数文で要点に触れてください
- 興味を引くために、好奇心を抱かせたり感情を動かしたりするものにしてください
- クリックベイトを避けます。動画にふさわしいタイトルと説明を付けて、サムネイルと動画内容の関連性を維持してください

わかりやすい説明を書く

わかりやすい説明を書くことで、視聴者が検索結果から動画を見つけ、その内容が把握できるようにしましょう。自分の動画が検索結果に表示されるよう、適切なキーワードを盛り込んで説明を書くと、視聴回数や総再生時間を増やすことができます。

ガイドライン:

- キーワードを並べるだけではなく、自然な表現で動画の概要を伝えましょう
- 特に重要なキーワードは、説明の最初の部分に入れましょう
- 動画を説明する中心的なキーワードを 1～2 語決めて、説明とタイトルの両方で目立つように使いましょう
- 動画と関係のないキーワードは使用しないでください。視聴者の期待を裏切るだけでなく、Google のポリシーに違反することにもなりかねません
- 効果的な説明とタグの書き方をご覧ください

効果的な説明とタグの書き方

サムネイル:

サムネイルは、視聴者が動画をクリックする前に表示される画像です。サムネイルはチャンネルの看板のようなもので、視聴者はこれらを手がかりにして動画を視聴するかどうかを決めます。サムネイルとタイトルをうまくデザインすると、より多くのファンをチャンネルに引き寄せることができます。また、どのような動画なのかが予測できるため、視聴者に動画を最後まで見てもらうことができます。

効果的なサムネイルには、次のような主な特徴があります。

- 注目を集める: 適切なコントラストを付けて、不適切な内容を含めないようにしましょう
- 余計なものは省く: シンプルさを保つように心がけましょう
- 背景の整合性: 際立った瞬間を背景に使用します
- テーマの維持: フォーマット全体でテーマを維持し、認識しやすくしましょう（一貫したバナーのタイトル、色、透かし）
- テストする: コンテンツのフォーマットに合わせてサムネイルを調整しますチャンネル登録者を対象とした動画では、慣れ親しまれた特長（デベロッパーの顔など）をアピールできます。一方で、チャンネル登録者以外の視聴者を対象にした動画では、誰にでも認識できる画像や、誰にとっても魅力的な画像を利用すべきです。

効果的なサムネイルの作成方法をご覧ください

Learn 効果的なサムネイルを作成する方法を学ぶ

動画をカスタマイズする

エンディング メッセージ

カードとエンディング メッセージを使用して、視聴者に行動を促します。

カードは、あらかじめフォーマットが決められた通知です。パソコンとモバイル デバイスに表示され、イベントや自分のチャンネルの他の動画をプロモーションするのに設定できます。商品、資金調達、動画など、さまざまな種類のカードから選択できます。

終了画面は、動画の最後で視聴者を次の行動に誘導することで、チャンネルの総再生時間を増やすために役立ちます

以下のような具体的なエンディング メッセージを使用して、視聴者のエンゲージメントをさらに高めます。

- 動画または再生リスト
- 視聴者にチャンネル登録を促す
- 他のチャンネルを相互プロモーションする
- 他のサイトにリンクする

効果的なサムネイルの作成方法をご覧ください

もっと詳しく知る

再生リストを使用してチャンネルをカスタマイズする

動画をグループ化するもうひとつの方法は、再生リストを使用することで視聴者が手軽に楽しめて、長い時間でも動画を見続けてもらえるようにすることです。再生リストは、同じテーマやイベントの動画を集めて順番に再生するためのリストです（Stadia の「Stadia Connect」など）。

再生リストを使用すると、チャンネルの創造性や個性を示すことができるほか、ファンが好むコンテンツをさらに紹介できます。自分のチャンネルや他のチャンネルの動画を取り入れることができます。
優れた再生リストを作れば、視聴者はより長く動画を見てくれます。大きなイベントに合わせて再生リストを作成するクリエイターや、最も人気のある動画を視聴者が簡単に見つけられるように「ベスト版」の再生リストを作成するクリエイターもいます。

もっと詳しく知る

ライブイベント YouTube でのライブ配信の基本

ライブイベント

YouTube ライブは、リアルタイムで視聴者に簡単に情報発信ができるツールです。ライブイベントの配信や、ライブ Q&A を主催、ワークショップを開催するなど、どのような配信でも、YouTube のツールを使えば、配信を管理しながら視聴者とリアルタイムで交流できます。詳しくは YouTube でのライブ配信に関する記事をご覧ください。

初めてのライブ配信に向けて計画を立てましょう。ライブ配信を初めて有効にする場合、最大 24 時間かかることがあります。有効になった後はすぐにライブ配信を開始できます。

ライブ配信を開始する前に、インターネットの接続状況のチェックや、ライブイベントを撮影するのに適したハードウェアやソフトウェアを使っているかどうかを確かめるなど、ライブ配信の技術的な側面を整えます。

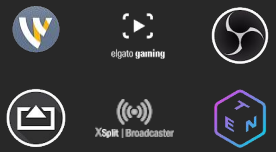
インターネット

まずはネットワークの速度をテストして、アップロード帯域幅が十分あることを確認します。何度かテストを繰り返して、帯域幅が一定であることを確認します。画質ごとに必要な帯域幅は次のとおりです：

- **標準画質の動画**| 3 Mbps
- **720p & 1080p 高画質(HD)**| 5-10 Mbps
- **4K 超高画質(4K Ultra HD)**| 25 Mbps

ソフトウェア

エンコーダにはさまざまな種類があり、最適なエンコーダは目的に応じて異なります。以下のエンコーダは YouTube ライブ認証を受けた製品です。いずれも YouTube 製ではありません。製品を評価し、ご自身やビジネスにとって最も有益な選択肢をご判断ください。



YouTube でライブ配信する方法はいくつかあります。
簡単にその概要をご説明します。

ウェブカメラ	メリット:　簡単に安定した配信 デメリット: 有線配信 主な用途: 授業、講義、対談など室内で実施する小・中規模イベントの配信。卒業式、入学式などの学校イベント（パソコンの内蔵カメラなどで単独の視点での撮影と配信のみ） 詳細
モバイル	メリット:　設定と配信が簡単。屋外でも配信が可能。 デメリット: 回線速度や電池の残量などにより配信が不安定 主な用途: ビデオブログ、雑談など、出演者1名のみでの配信。屋外からの配信 詳細
カスタマイズ: 高度なライブ配信に最適です。 エンコーダ配信	メリット:　安定した高品質配信。複数のカメラで撮影した映像の切替も可能 デメリット: 有線配信。複数の機材の準備、複雑な配信設定が必要。 主な用途: 音楽、スポーツ、企業などが実施する高画質、高音質で配信を行う大規模イベント。卒業式、入学式などの学校イベント（複数のカメラを使用する場合） 詳細

視聴者にライブを紹介する

チャンネルにライブを組み込む場合、チャンネルの視聴者がこうしたコンテンツの変更に慣れていない可能性を考慮しましょう。新しく取り入れた形式に視聴者がどのような反応を示すかをある程度予想しておけば、移行が容易になります。

コミュニケーション

アップロード スケジュールや形式を変更する場合、次の予定を予告し、視聴者がどういったコンテンツをいつごろ視聴できるのかを把握できるようにすれば、期待感を生むことができます。

コアなファンを大事にする

ライブ コンテンツをコアなコミュニティとのつながりを深める手段として活用し、一方で幅広い視聴者の獲得にはビデオ オンデマンドやライブ配信のハイライトを利用します。

間隔をあける

一度に複数の動画を公開して視聴者を当惑させないように、VOD やライブ配信は間隔をあけてアップロードするようにします。アーカイブの公開を予定している場合は、次の動画を投稿するまで待つようにします。

スケジュールや戦略を立てる

チャンネルにどのようにライブ配信を組み込み、いつ公開するかといった、スケジュールや戦略を立てることが重要です。YouTube で効果的にライブ配信を公開するためのヒントをいくつかご紹介します。

- ライブ配信前に十分な余裕をもってライブ配信の計画を立てる
- ソーシャル メディアやコミュニティタブ向けのカスタム投稿で定期的にイベントを予告する
- コミュニティタブ機能を使うには、チャンネル登録者数が1,000 人を超えている必要があります。
- **詳細**: コミュニティ投稿で視聴者と交流する
- ソーシャル メディアやコミュニティタブで次のイベントを宣伝する
- 「リマインダーを設定」のベルアイコンをオンにするよう視聴者を促す
- ライブ配信後には、コアな視聴者がアーカイブ済みのライブ配信もすべて視聴したくなるようにハイライト動画を作成することを検討してください。

ライブイベントを宣伝する

宣伝する

新しい視聴者向けのチャンネル紹介動画

セクションを利用したコンテンツの整理

動画にカードを追加する

チャンネル アートの作成または編集

ハイライト動画で盛り上げる

ライブ配信後もライブ動画を宣伝し特集し続けることで、コンテンツのリーチの拡大を図ることができます。

ハイライトを作成する: ライブ配信の最高の瞬間だけを切り取って短く編集したハイライトのみのショート クリップを作れば、受け入れてもらいやすく、幅広い視聴者へのリーチが可能になります。このように幅広い層にアピールする動画であれば、新しい視聴者をライブ配信に引き付けるアンカーの役割を果たしてくれます。

盛り上げる努力を続ける: ライブ配信後に FOMO を作成し、視聴してくれた視聴者に対してコミュニティ タブやソーシャル プラットでダイジェストや内輪の冗談、または動画で名前に言及してお礼を伝えます。繰り返しライブ動画に言及することで、視聴者はまたライブに参加したいと考えるようになります。

ライブストリームの後

アーカイブされたライブ配信を見つけやすくする

アーカイブ済みの配信を視聴者にわかりやすいようにイベントやトピックごとにまとめて、再生リストを作成してみましょう。

作成した再生リストをチャンネルのトップページに配置し、各配信のハイライト動画で再生リストを宣伝できます。

コミュニティに参加する

インタラクティブで魅力的な配信をライブ視聴する理由をファンに伝えましょう。

特に熱心なファンや視聴者とライブで交流しましょう。会話を盛り上げ、視聴者とのつながりを深めて、視聴者がコンテンツやコミュニティを特別だと感じられるようにします。

- チャットの管理
- コンテンツの切れ目を特定する
- 直接視聴者と会話する
- 儀式を構築する

もっと詳しく知る

- 安全で楽しいライブチャット体験を作成する
- YouTubeのコミュニティガイドライン

チャット管理機能

- モデレーターを指名する: チャットのモデレーターを指名すると、モデレーターは視聴者と対話したり、不適切なメッセージを削除したりできます。また、チャンネルのコミュニティ規約の適用を強化できます。
- 特定の単語をブロックする: [コミュニティの設定] セクションでブロックしたい単語を設定できます。これらの単語との一致が検出されたチャットはブロックされます。
- 確認のために保留: 不適切な可能性があるチャット メッセージを、自動的に保留にできます。この機能を有効にすると、システムによって不適切な可能性があるとみなされたチャット メッセージが保留になり、最終的にそのメッセージを表示するかどうかを、クリエイターとモデレーターが決定できます。

ファンと直接対話する

直接話しかける、チャットを読みあげる、質問に答えるなどして、視聴者と会話するようにしましょう。ファンは、クリエイターとリアルタイムで交流できることを楽しみにしてライブ配信を視聴します。視聴者の目の前で、直接会話をしているような雰囲気作りをしましょう。

- 配信中に視聴者と対話を続ける
- チャットの活気を常に確認して、感想を言葉にする
- 配信中のジョークや楽しい瞬間を活用して、質問に答える

ライブ配信の収益化

ライブ配信を収益化するには、チャンネルが YouTube パートナー プログラム（YPP）に参加している必要があります。

この記事では、利用可能な機能の概要、参加基準、申し込みチェックリスト、YouTube での収益化に関する FAQ をご覧いただけます。

YouTube パートナー プログラムで収益を得る方法

YouTube では、次の機能を使用して収益を得られます。

広告収益: ディスプレイ広告、オーバーレイ広告、動画広告から広告収益を得られます。

チャンネル メンバーシップ: メンバーは定期的に月額料金を支払うことで、クリエイターが提供する特典を獲得できます。

グッズの棚: ファンは動画再生ページで紹介された公式ブランドグッズをこの棚で閲覧して購入できます。

Super Chat と Super Stickers: ファンは料金を支払って、チャット ストリーム内で自分のメッセージを目立たせることができます。

YouTube Premium の収益: YouTube Premium ユーザーがコンテンツを視聴した場合、その利用料金の一部を得られます

YouTubeで収益を得る

Learn more

各機能には、チャンネル登録者数や視聴回数の条件に加えて、それぞれ異なる資格要件があります。審査担当者によってチャンネルや動画が要件を満たしていないと判断された場合、特定の機能を有効にできないことがあります。このように追加の条件を設定している理由は主に 2 つあります。最も重要な理由は、YouTube の提供する機能があらゆる分野の法的要件を満たす必要があるということです。また、YouTube では優れたクリエイターに報酬を受け取っていただけるよう、チャンネルに関する十分な背景情報を入手する必要があります。そのため、より多くのコンテンツを確認する必要が生じることになります。

YouTube では常にチャンネルを審査し、コンテンツがポリシーに準拠していることを確認しています。

各機能にはそれぞれ異なる資格要件があります。各地域の法的要件により、一部の機能を利用できない場合があります。

YouTube で収益を得る方法について詳細をご覧ください。

YouTube プレミア公開

YouTube プレミア公開

ライブイベントが苦手な場合は、イベントを事前に録画できます。YouTube プレミア公開を使用すると、事前録画したのちに、チャンネルでライブイベントとしてリリースできます。
最新の動画をプレミア公開すると、ファンと一緒にリアルタイムに動画を視聴しながら、コミュニティでチャットや交流をして新作のリリースを盛り上げることができます。引き続き、プレミア公開の設定方法とイベントを成功させるためのヒントをご覧ください。

YouTube プレミア公開では、クリエイターと視聴者が新作動画をいっしょに観て楽しめます。

もっと詳しく知る

新しい動画をプレミア公開する

1. ページ上部の **[アップロード]** をクリックするか、youtube.com/upload にアクセスします。
2. アップロードする動画を選択して動画の詳細を入力します。
   - 注: プレミア公開は 360° 動画、VR180 動画、1080p を超える動画には対応していません。
3. [プレビューと公開] タブで、[プレミア公開として設定] の横にあるチェックボックスをオンにします。
4. [今すぐ開始] または [別の日付を指定する] から選択します。別の日付を指定する場合は、プレミア公開する日付や時間を選択します。
5. **[完了]** を選択してアップロードの処理を終了します。

プレミア公開が開始される前:

- 公開動画の再生ページが作成されます。動画は最終的にこの動画再生ページでプレミア公開されます。
- 動画の公開通知を有効にしている視聴者には、プレミア公開の 30 分前に視聴を促す通知 が送信されます。公開開始時にも再度通知が送信されます。詳しくは通知の管理についての記事をご覧ください。
- コメントやチャット、Super Chat（有効にしている場合）で視聴者と交流できます。

ヒント: 視聴者はプレミア公開のリマインダーを設定できます。固定されたコメントや説明欄、チャットなどを活用して、動画再生ページにリマインダーを設定するよう視聴者に促しましょう。

プレミア公開の開始時

プレミア公開の最初の 2 分間はカウントダウンが表示されます。カウントダウンが終わると、視聴者がリアルタイムで動画を同時に視聴できます。

- 視聴中は動画を早送りできませんが、巻き戻すことはできます。
- 同時に見ている視聴者の数が表示されます。

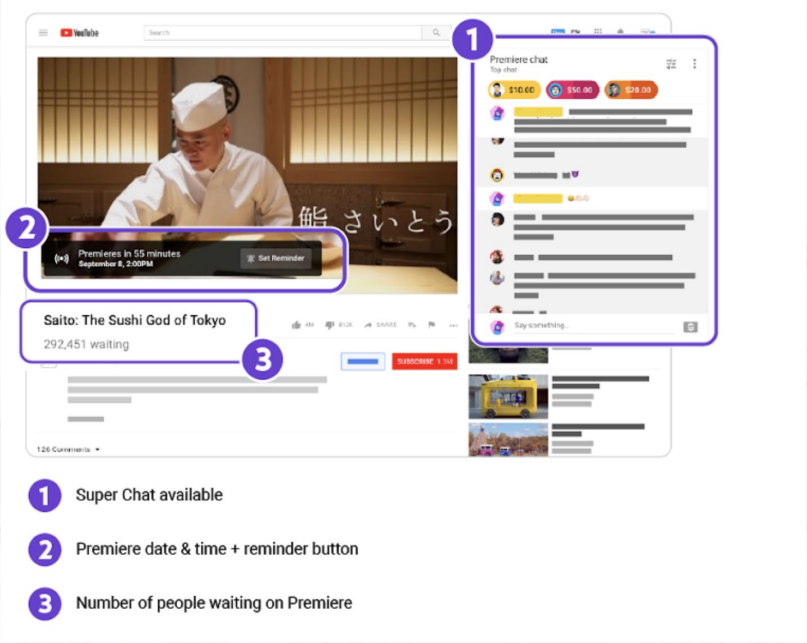
コメントやチャット、Super Chat（有効にしている場合）で視聴者と交流できます

プレミア公開の終了後

通常のアップロードと同様に、動画はチャンネルに残ります。注: プレミア公開後の動画にカウントダウンは表示されません。
チャットのリプレイにより、プレミア公開の終了後でも、プレミア公開中と同じようにチャットを表示できます。チャットはいつでも無効にできます

プレミア公開動画の再生ページ

プレミア公開がスケジュール設定されると、共有可能な公開動画再生ページが作成されます。このページでは、タイトル、説明、サムネイルなどの動画のメタデータが表示されます。動画は最終的にこの動画再生ページの URL でプレミア公開されます。プレミア公開の開始前や公開中、視聴者はコメントや**チャット**で交流できます。



動画再生ページを宣伝するには:

- 動画についての明確なメタデータを準備します。詳細

- カスタム サムネイルを作成します。これは、視聴者が動画再生ページにアクセスしたときに表示されるメイン画像になります。

- コミュニティの投稿や、他のソーシャル ネットワークで動画再生ページの URL を共有し、動画の見どころを一部紹介します。詳しくは、コミュニティ投稿についての説明をご覧ください

- チャットに参加します。プレミア公開中にチャットに参加する場合は、それをコメントに書き込んで視聴者に予告します。また「@」の後に投稿者のユーザー名を入力することで、特定のチャットに直接返信することもできます。

もっと詳しく知る

関連情報

関連情報

- サポートを受ける
- YouTube Creator Academy (Lessons)
- YouTube Creator Academy (Videos)
- YouTube でライブ配信
- YouTube のポリシー

終わり