

YOUTUBE SEOについて

参考資料：<https://moz.com/blog/keywords-in-youtube-videos>

■Youtubeは2つ目に大きな検索エンジン

「検索エンジン」というと多くの人がGoogleを想像しますが、実はYouTubeも検索エンジンとして考えることができます。Googleが1か月におよそ35億回検索として使用されている中で、YouTubeは2番目に多い、30億回の検索回数です。またYouTubeでは、毎分500時間程度の動画がアップロードされており、20億を超えるアクティブユーザーいます。投稿されている動画は毎日10億時間程度見られているという2019年の調査結果もあります。このことから近年では多くの企業がYouTubeを利用して自社サイトへの誘引を行っています。Googleだけでなく、YouTubeのアルゴリズムを理解して最適化を行っていくことが重要です。

■YouTubeで再生回数を伸ばす方法

- ①獲得したいユーザーを細かく設定する
- ②達成したいゴールを明確に決める
- ③現在の動画を分析し改善する

★分析時に見るべき重要な項目とは？

- ・ Watch time 視聴時間のこと。視聴時間の長い動画はおすすめや検索結果の上位に表示されやすい
- ・ Retention rate 動画を全部視聴したユーザーと途中で視聴をやめたユーザーを割合で表した数値。%が高い方がユーザーのニーズに応えている動画だとYouTubeから判断される。
- ・ Engagement ユーザーから信頼を得たと思われる行動。チャンネル登録、シェア、コメント、ブックマーク、いいねなど
- ・ Thumbnails サムネイルのこと。ユーザーはサムネイルから動画を見るかどうか決断をする。
- ・ Title Keywords タイトルキーワード。ユーザーをコンテンツまで導くためのキーワード。
- ・ Re Watch 再視聴の割合や数。ユーザーにとって価値のあるコンテンツは再視聴の数が多く、割合も高くなる。
- ・ Demographic ユーザー属性のこと。年齢、性別、地域など。

■GoogleはどのようにYoutube動画を評価しているか

GoogleではYouTube動画も検索結果に反映させています。ではどのような方法で評価しているのでしょうか。Googleは下記内容に沿ってYouTubeの動画を評価しています。

- ①YouTube動画をクロールしてサムネイルをチェックする
- ②メタタグを抽出してページテキストやディスクリプションを確認する
- ③動画サイトマップを分析しデータ構造を確認する
- ④オーディオを分析して動画内容を識別する

■キーワードは検索数ではなく関連性から選ぶこと！

検索エンジンは、「どの動画が一番、この特定のユーザーに合うのか」その時の状況も踏まえて判断をするようつくられているため、検索ボリュームの多い少ないよりもキーワードと動画の関連性が一番重要なポイントになります。

■ターゲットニーズはどのように分けられるか

- ・ want to know：知りたい。例) How to系やチュートリアル系の動画
- ・ want to do：行動に起こしたい。既に心に行動を決意している状態で検索している。例) トラベルガイドなど
- ・ want to buy：購入したい。商品やサービスを購入するために情報を得ようとしている。例) 比較動画、商品デモ

■予測変換からキーワードを見つけるという手段もあります

YouTubeやGoogleの検索窓にキーワードを入力すると予測変換が出てきます。それらの結果からキーワードを見つけることもできます。

■使用したいキーワードを調査する

Google TrendのYoutube検索からキーワードを調査するのも良いでしょう。トレンドや検索ボリュームを知ることでキーワードの選定に役立てることができます。また、競合が使用しているキーワードとの比較もできるかもしれません。

■キーワードを動画の中に入れ込んでいく

- ①動画ファイル名：動画ファイル名にキーワードを入れるようにする
- ②動画タイトル： 動画タイトルにキーワードを入れるようにする。できるだけ前方に記載してインパクトのあるタイトルにする。70文字（日本語の場合、恐らく）
- ③ディスクリプション： できるだけ詳細に記載するようにする。YouTubeでは5000文字（日本語は恐らく2500文字程度）まで記載が可能です。
- ④文字起こし機能： 動画の内容を文字で全て表したもの。Video transcription。ここでもしっかりとキーワードを入れるようにしましょう。
- ⑤タグ機能： タグは127文字（日本語の場合は63文字程度）以内でつけるようにしましょう。タグは関連性のある物をつけるようにしましょう。

■オーディオにもキーワードを使う

動画の最初の一言、二言にもメインのキーワードを入れ込むようにすると、上記で説明したクロールをされた際にもキーワードと内容の親和性をアピールできるでしょう。