

YouTube のアルゴリズム・マニュアル

今回は、YouTube のアルゴリズムについてお話しします。

このアルゴリズムを知ることで、あなたは数十万から数百万ものアクセスを集められる、そんな動画を作ることができるようになりますので、しっかりと頭に入れておいてください。

YouTube には SEO という概念があります。

SEO とは、検索や関連動画で、あなたの動画が上位表示されることを言いますが、SEO 対策を行なっていくうえで非常に重要なことがあります。

YouTube は、次の 4 つの経路からアクセスを集めることができます。

- 1、 YouTube 検索からのアクセス
 - 2、 Google 検索からのアクセス
 - 3、 関連動画やお勧め動画からのアクセス
 - 4、 シェアによるアクセス
- の 4 つです。

動画のジャンルによって、どのアクセス経路を狙っていくかは異なりますが、これらのアクセス経路を最大限に活用すれば、万単位のアクセスを手に入れることは非常に簡単になります。

YouTube には、

- 1、ディスカバラビリティ (発見されやすさ)
- 2、ランキングファクター (ランクづけ要素)

という 2 つの概念があります。

あなたの動画のディスカバラビリティが上がっていくと、

YouTube 検索や Google 検索、関連動画やお勧め動画で、あなたの動画が文字通り表示されやすくなります。

特に、YouTube の視聴経路の約 80% を締めると言われている『関連動画』へ表示されやすくなると、数万とか数十万、数百万といったアクセスを集められるようになります。

そして、ディスカバラビリティをあげる要素として、『ランキン

グファクター』という概念があります。

このランギングファクターは、14 の要素で構成されており、この 14 の要素をしっかりとおさえすることで YouTube で万単位のアクセスを集めることができます。

その 14 の要素と対策を記したチートシートを作りました。

下記のチェック項目を全てクリアしている動画を作ることができれば、自然とあなたの動画の再生回数はどんどん伸びていきます。

1、 タイトルのキーワード

- YouTube の検索結果では、最初の 55 文字あるいは 60 文字だけが視聴者へ表示される。そのため、あなたの主要なキーワードが、最初の 55 文字あるいは 60 文字以内に表示されているかを確認する。
- YouTube サジェストから引っ張ってきた人気キーワードを、タイトルの一番最初（左側）に入れる。
- YouTube や Google で検索されるうえで一番大事な箇所は、タイトルの最初の 10 文字である。
- 雑誌の見出しのように興味深く書く。クリックせざるを得ない興味深いタイトルは、関連動画やお勧め動画からアクセスを集めやすくなる。
- 可能な限り（100 文字以内）のキーワードを使用する。なぜなら、ディスカバビリティを増やすにはタイトルに可能な限り、

たくさんのキーワードを使用することが望ましいと YouTube
自体が言っているためである。

- タイトル内でキーワードを繰り返さない。異なるキーワードを
使うことが望ましい。
- 発見される機会を最大限にするため、タイトルに入力可能な文
字数 100 文字全てを使う。
- 関連のないキーワードを使用して「スパム」にしない。ただ
し、可能な限りあなたに関連する多くのキーワードを使用する
ことをためらわないこと。有意義なタイトルをつけて、視聴者
にアクションを取らせ動画を観てもらうこと。

2、説明文のキーワード

- YouTube によれば…「解説に多くの記載があればあるほど、
検索者から発見されるチャンスが増加する」
- それはすなわち、出来るだけあなたのビデオに関連のあるキ
ーワードを挿入した長い説明文を書くべきであるということを意
味している。
- 可能ならば、5000 文字全てを使用する

- 必要でなければ、何度も主要キーワードを繰り返さない。それはランキングの助けにはならず、YouTube からスパムとして警戒される可能性につながる。

3、タグのキーワード

- タグに付けられる関連キーワードは 10 個程度にする。
- 動画のテーマと関連性の高いキーワードのみタグに入れる。

4、被リンク（外部からリンクを貼る）

- 被リンクは、ある特定のキーワード句でのランクを高めるために効果的な方法である。
- そのため、もしあなたが「ダイエット」というフレーズでランク上位を望むのなら、「ダイエット」というキーワードを使って、外部サイトからあなたの YouTube ページへリンクを貼つてもらえるキャンペーンなど実施すると効果的。
- 記事やブログ投稿、コメントのフォーラム等、伝統的な被リンクの組み合わせを使用する。加えてソーシャルメディアの被リンクも上手く使う。

5、 視聴時間

- 視聴者を引き込む質の高い動画を作成する。
- 動画に終了画面を追加し、関連するあなたの別動画や、プレイリスト、 またはチャネルにリンクさせる。

6、 動画視聴全般

- あなたの顧客リストに動画を告知する
- トラフィックの高いサイトやブログにビデオを埋め込む
- 動画のために、安い PPC 広告を打つ
- ソーシャルメディア(SNS)で動画を告知する

7、 評価全般

- 「高評価」を求める終了画面を作成する。
- 「高評価」をしてくれるよう視聴者に依頼する。
- 動画を観た時に「高評価」することを思い出させる
- 解説にて視聴者に「高評価」コメントを求める。

8、埋め込み全般

- ブログに動画を埋め込む
- 記事に動画を埋め込む
- プレスリリースに動画を埋め込む

9、シェア全般

- 視聴者に動画のシェアを依頼する。
- 視聴者にシェアを求める終了画面を作成する。
- 動画を観た時にシェアすることを思い出させる
- 解説にて友人への動画シェアを依頼する。

10、再生リスト全般

- あなた自身の再生リストを作成する。
- 視聴者にあなたの動画で再生リストの作成を依頼する。
- 他人の人気動画と自分の動画を混ぜ合わした再生リストを作
る。

11、チャンネル登録

- 視聴者にあなたのチャンネル登録を依頼する。
- 訪問者のチャンネル登録を助長するためにチャネルページをデザインする。
- 視聴者にチャンネル登録を求める終了画面を作成する。
- 解説にてチャンネル登録を依頼する。

12、通報

- 視聴者から通報されないようにガイドラインに沿った動画を作れる。

13、コメント

- 視聴者にコメントを求める終了画面を作成する。
- 視聴者にコメントを残していくことを依頼する。
- 動画を観た時にコメントすることを思い出させる。
- 解説にてコメントを残していくことを依頼する。

14、カテゴリの選択

- あなたの動画に当てはまるカテゴリを選択する。

- ただし、より競争が少ないものを選ぶ。
- そうすることで、カテゴリで「注目のビデオ」になる機会を多く得ることができる。

以上が、YouTube のアルゴリズムについてのお話でしたが、いかがだったでしょうか？

このアルゴリズムをしっかりと頭に入れて動画を作ることで、数十万とか数百万ものアクセスを集められるようになるので、ぜひ覚えておいてください。

松下さとし