

## 集積効果について

こんにちは、松下です。

今回は、集積効果について解説します。

集積効果とは、簡単にいうと「あえて同業者と同じ立地で商売をすることで、結果的に商売が繁盛する」という効果のことを言います。が、あなたがこれからYouTuberとして大量にアクセスを集めるためには、この集積効果という概念は非常に重要になりますので、最後までしっかりとご視聴ください。

それでは、張り切って参りましょう！

集積効果とは、同じ業種の店舗が特定の地域に集まることから得られる、経済的なメリットのことをいいます。

特定の地域に同じ業種の店舗が多くあると、「あそこへ行けば、自分が探していたものを買える」と顧客は考え、その地域に行くようになるため、集客効果を発揮し売上を伸ばすことができるのです。

例えば、秋葉原の電気街や温泉街、飲み屋街、海の家の飲食店などといったお店は、同業者が多い場所にあえて店を構えることで、多

くの顧客を集めることができます。

多くの顧客が集まることで、単独で立地するよりもお店に来る客数が増えるということですね。

同業者が集まっていると、一度に多くの商品や価格を見ることができます。

顧客は誰しも、より安く優れた商品を買いたいだけでなく、買い物で失敗やリスクを起こしたくないという心理も持っています。

秋葉原は、電気街と言われて家電量販店が多く並んで家電を買うことが目的の人が、平日も休日も関係なく、多くの人達でにぎわっているところをテレビなどでも見たことがあると思います。

家電を買うことを目的に秋葉原に行けば、秋葉原には多くの店舗があるため、店舗ごとに何がおすすめなのか、他の店舗と比べて価格はどれくらい安いのかなどを知ることができますので、顧客にとっては最適な買い物ができるというわけです。

以上が、集積効果の主な概要になりますが、実はこの集積効果、YouTubeでも活用することができます。

なぜかというと、YouTubeには「関連動画」という機能があるからです。

関連動画とは、画面の右端に表示される動画のことを言いますが、動画を店舗に例えると関連動画には、主に同業者の動画が表示されやすくなるのです。

なので、約8割もの視聴者が次の動画を見るときは、関連動画へと流れていくという統計結果が出ています。

つまり簡単にいうと、YouTubeでは関連動画へ表示されることで集積効果が発動し、大量のアクセスを集めることができるようになると、そういうわけなんですね。

ということは、YouTubeではある程度の同業者、つまり同じジャンル、同じテーマの動画がないと、関連動画へは表示されにくくなり、集積効果の威力を發揮させることができなくなるということになります。

私の生徒さんの中にも、たまに「このジャンルは誰もやっていないので、大量にアクセスを取れるはずだ」と意気込んで始めて、結果的に失敗する方がいらっしゃるんですけど、その最大の理由は、実

は、集積効果を発揮させることができなかつたからなんですね。

ただし、ここで一つ注意点があります。

それは、集積効果には「同業者の数が必要の数を上回ってしまうと、自分のところにお客さんが回って来なくなる」というデメリットがあるということです。

なので、集積効果をYouTubeで活用するには、「多くの需要があり、ある程度の同業者がいるジャンルやテーマを選ぶことがポイント」ということになります。

以上が、集積効果についての解説でしたが、いかがだったでしょうか？

YouTubeに集積効果を利用することで、すでに人気のある動画の関連動画へ表示されやすくなり、大量にアクセスを集められるようになりますので、ぜひ参考にしてください。

というわけで、今回は以上になります。

最後までご視聴いただき、ありがとうございました。