

YouTubeを用いた情報発信 (後期中間報告)

J19068 林亮太

1, 狙い

- 興味のない人に分かりやすく楽しんでもらえるように動画を作り、それを伝えられているかの分析と改善。
 - 世間一般の鉄道に対する「ただの移動手段」という認識を多少でも変えられるような方法の模索。
- + α 、簡単かつ楽に稼げると思われがちなYouTubeにおける実際の苦労などを、分析を通じてまとめる。

チャンネルURL

https://www.youtube.com/channel/UCsrC_Lq4hcpxyec0vmvT9FQ

2, 前期研究報告時の状態

- ・ 初投稿 . . . 8か月前
- ・ 動画数 . . . 13本
- ・ 登録者数 . . . 62人
- ・ 過去28日間(～2021年8月22日)の視聴回数 . . . 335回
- 過去28日間(～2021年10月4日)の視聴回数 . . . 624回

3, 現在の状態(12月12日時点)

- ・ 初投稿 . . . 8か月前(変わらず)
- ・ 動画数 . . . 21本
- ・ 登録者数 . . . 75人
- ・ 過去28日間(～2021年12月12日)の視聴回数 . . . 1003回
(最多1009回)
- ・ 総再生時間 . . . 56.7時間(最多58.7時間)

4、動画の改善意見(一例)と反映

- ・映像が車窓とその解説だけでは退屈。

→後の動画では車内の様子を映す等、映像に変化を設けた

- ・「旅情感？」が出ていると楽しい。

→上記のような退屈な内容にならないよう意識して撮影&編集

- ・企画になっていると面白くなるかも。

→企画前提の撮影を終了し、現在投稿中。

ただし、通常の紹介動画も併せて投稿予定。

4, 動画の改善意見(一例)と反映

- ・ 投稿をSNS等で知らせるのはどうか
- ・ 「チャンネル登録お願いします」と言ってみては？

→ SNSでも告知してみたが、**目立った変化は無し**。
またチャンネル登録のお願いに関しては、あくまで「**見てもらう**」
ことを重視したいため、行わない方向で。

→ ある程度の知名度を得なければ効果が出ない。
これらに割く労力を、**継続的な投稿によるチャンネルの安定化**に
割いた方が良いと判断。

5, 自分で行った改善や変更(1)

- ・サムネイルのデザインを変更。

→鉄道系動画のサムネイルは、投稿しているチャンネルに関係なく**見た目がほぼ同じもの**。

(1枚の写真に赤色or黄色の字で構成。見やすいけど個性無し。)
理由はおそらく、鉄道系ユーチューバーのほとんどがこのタイプのサムネイルであるため。

※↑の「ユーチューバー」は「動画投稿者」ではなく「収益を得ている投稿者」のこと。



一例

現在も

- ・文字の色合い。
- ・用いる写真。
- ・全体のバランス

などの意見を受けながら
改良中。

5, 自分で行った改善や変更(2)

- ・ **投稿時間を昼12時に統一。**

→ 鉄道系動画だけでなく、多くの動画が夜に投稿されるため、差別化が図れるかと考え、実行。

→ 目立った変化は特に見られず。

今後はYouTubeを見る層が多い**19時頃**に投稿時間を変更する予定。

6, 今後(1)

- ・ **企画系の動画を進めつつ、短編紹介動画も投稿。**

12月～1月辺りは、広告単価が高くなる＋冬休みや年末で視聴数が伸びやすい等の理由で、

全体的に投稿頻度が上がる

当チャンネルでも、積極的な投稿を行う。

→視聴回数と登録者の増加が見込まれるため。

6, 今後(2)

・他の鉄道系動画との差別化

鉄道系動画のジャンルは大きく分けて3種類

1, ナレーション無し。

(列車の走行風景や車窓のみ。マニア多め。)

2, 肉声ナレーションあり。

(解説を付けているもの。基本的に話し続ける。)

3, ゆっくり実況

(旅の実況や歴史解説、ネタ多めなどバリエーション多。)

6, 今後(2)

1 はナレーションが無いため外すとしても

2と3の要素を統合した

**肉声ナレーションで途中ネタを挟みつつ
マニア以外の視聴者も飽きさせない鉄道動画**

という方向性を目指す