

YouTube における動画再生回数を最大にするためのメタデータ分析

Study on Analysis of Meta Data to Maximize the Number of YouTube Video Views

学籍番号：1w1431312 南 広輝

指導教員 坂井 滋和教授

MINAMI Hiroki

Prof. SAKAI Sigekazu

概要：本研究では、YouTube の動画再生回数を上げるために、ユーザーのアクセス経路とユーザー行動からメタデータを分析する。YouTube における各動画への視聴者のアクセスは、YouTube 内での内部ソースからのアクセスと、Twitter など外部ソースからのアクセスに分けられ、今回はこの内部ソースからの流入を元に検索順位を上位にするメタデータの要素の分析を行った。その結果、タイトルに必ずキーワードが含まれないといけないことや、経過時間が短くて動画の再生回数が少なくても検索上位に反映される場合があることがわかった。

キーワード：ユーチューブ、検索エンジン最適化、アルゴリズム、再生回数

Keyword: YouTube , SEO , algorism, video views

1. はじめに

2017 年のソニー生命保険の調べで、将来なりたい職業ランキングで、男子中学生の 3 位が YouTuber となり、今多くの若者たちが YouTube で動画投稿することを仕事にすることに憧れている。

そのような中で YouTube マーケットに対しての期待も高く、YouTube の動画メタデータを解明して行くことは、YouTube ビジネスが加速している昨今、大きな意義がある。

2. 調査と分析

内部ソースからの流入は、検索結果ページ、関連動画のレコメンド、“あなたへのおすすめ”として表示されるレコメンドの 3 つなどのサービス内からの流入で、外部ソースからの流入は、主に SNS である。今回は外部ソースからの流入ではなく、内部ソースのみを調査する。理由としては、外部ソースは、チャンネルの運営者がコントロールできなく、動画再生回数を確実に最大化さ

せる方法が難しいからである。外部ソースは動画を見た視聴者がシェアをされるか、自発的に SNS に URL を投稿するなどして、そこから視聴回数を得ることができるということであるが、これに関しては視聴者が自発的に行うことであり、チャンネルの運営者がコントロールできない機能になっている。また、SNS 以外の外部ソースはブログや HP などの埋め込みもあるが、これに関しても同様にコントロールできないものになっている。

本研究では、再生回数を最大化させる施策を行う際、チャンネルの運営側でそれがコントロールできる実用的なものなのかどうかという観点で、外部ソースは排除し、内部ソース検索結果ページにおいて検索順位を上位にする要因を今回は調査する。

検索順位を決定する要素は多くあるが、今回はユーザーの行動によって変動してしまうユーザー依存の要素を省いて、チャンネル運営者がコントロールできる要素のみに絞ったのが以下の 4 つである。

- ・タイトル
- ・動画説明文
- ・再生回数
- ・投稿経過時間

任意の検索キーワード 30 個で検索順位 10 位以内の動画で、上記の 4 要素のデータを取り、どの要素が最も検索順位に影響を与えるか分析する。

3. 考察と結論

本研究では、タイトルに必ずキーワードが含まれないといけないうことや、経過時間が短くて動画の再生回数が少なくても検索上位に反映される場合があることがわかった。

一方、トレンド性のあるキーワードでは、どれほど経過時間が重視されるかなど、キーワードの分類とその要素の関係性を計測するまでは至らなかった。例えば、Twitter などの急上昇トレンドワードなどからトレンド性のあるキーワードを選び、データを集めることでそれを分析することができるだろう。

動画マーケティングはこれからも成長するし、これらの実際に重要だとわかった点を理解して動画投稿をしていけば、効率的に動画の再生回数を最大化させることができるだろう。

参考文献

[1]Hubspot, 【YouTube SEO】動画を YouTube 検索に最適化する方法 (2018)

<<https://blog.hubspot.jp/youtube-seo-how-to-optimize-videos-for-youtube-search>> アクセス日時:2018-1-2

[2]Core, Core Marketing

Vlog(2015)<<https://blog.core-j.co.jp/youtube-seo>>アクセス日時:2018-1-2

[3]movico, 動画が全く視聴されない?最低限やっておくべき YoutubeSEO 基礎編

(2017)<<https://movie-factory.info/media/4349>>アクセス日時:2018-1-28

[4]佐藤和明, WEB サイトの SEO 施策に関する評価手法の研究

(2013)<<https://www.agulin.aoyama.ac.jp/opac/repository/1000/16616/16616.pdf>>アクセス日時:2017-12-30