

2021

You Tube

成功事例50選



**こちらの資料では、2021年最新の
Youtube Data、事例をご紹介します、
Youtube Channelを運用、検討し
ている法人様にChannel開設後の
Point, 制作で困る事をお伝えします。**

目次

1. データで見るYoutube
2. 法人チャンネルのメリット
3. 業種別法人チャンネル事例
4. 中小企業法人チャンネル事例
5. 登録者1万人以下注目の法人チャンネル（5月31日追加）
6. 法人チャンネルランキング
7. Channel運用6つのPoint
8. Youtube制作で困る事ランキング
9. こんな悩みを解決します
10. こんな仕事をしています

データで見るYoutube

広告主・広告担当の媒体認知率



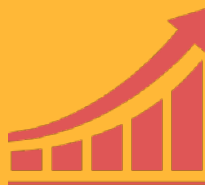
98.5%



90.5%



90.5%



6500万人以上
18歳から64歳の
国内月間ユーザー数



80%増加
YoutubeにUP
された動画の総時間



240以上
登録者が100万人以上
のチャンネル



74%
コロナ以降、Youtubeの
利用が増えたユーザー比率



1位
無くなったら最も寂しい
プラットフォーム



50%
気になる商品・サービスを
Youtubeで検索した事が
ある。

法人チャンネルのメリット

ブランディング・認知拡大

チャンネル登録者数を増やすことや、動画の視聴回数を伸ばすことで、自社ブランドを広く認知させることができます。

Youtubeのアドセンス収益

登録者数1000人以上、総再生時間が4000時間以上を満たすことで視聴時間に応じた広告収入を得ることができます。



ECサイト・実店舗への集客

実店舗はもちろん、動画の概要欄を使い宣伝自社のWebサイトやランディングページに誘導することが可能です。

CH登録者へのアプローチ

広告を出すよりも、商品・サービス、企業そのものに対してファンになっている濃いファンの獲得ができます。

共感の得やすさ・訴求力

動画コンテンツは臨場感があり、共感を生みやすい。ユーザーに親近感や共感を与えることができます。

業種別法人チャンネル事例



BtoB
StockSun
登録者2.19万人

WEBコンサルティングを手がける企業のYoutubeチャンネルです。WEBマーケティングのノウハウを発信し、BtoBの集客を図っています。BtoBではサービス・ツールであれば使い方を解説したり導入事例を紹介したりする動画が多く見受けられます。



アパレル雑貨
無印良品
登録者6.92万人

無印良品らしいシンプルなたんまの動画を多く投稿しています。アパレル・雑貨系の企業は独自のコンセプトを持つ企業が多いので、企業や商品のイメージ、訴求したい強みに合わせてコンテンツを作成しており、チャンネルによってその企業の色がはっきり表れています。



美容
資生堂
登録者6.91万人

資生堂さんのチャンネルです。商品の使い方、CMを多く投稿しています。美容系のチャンネルはモデルや女優を起用し、明るく美しい雰囲気での投稿で統一されている傾向がみられます。



食品
味の素
登録者16.3万人

レシピ動画を多く投稿しています。食品系はテレビCM等での露出が多い上、ユーザーの生活に欠かせない商品のため認知度が高いということもあってか、登録者数はどの企業も比較的多く、20万人を超えている企業もみられます。



飲食店
マクドナルド
登録者13.6万人

ハッピーセットのおもちゃ紹介が人気です。食品系は比較的更新頻度が低いチャンネルが多く、テレビCM投稿以外のYouTubeの活用方法がまだ確立されていないように感じられます。



マスコミ・音楽
Sony music
登録者197万人

レコーディング風景・音源を投稿しています。テレビ局は番組予告や放送ドラマのオリジナル版をYoutube限定で投稿している事が多く見受けられます。

中小企業法人チャンネル事例



片付けトントン
登録者数 25.1万人

「掃除のプロ」の視点でから、ゴミ屋敷・ゴミ部屋の片付けプロセスを解説してくれる、とある清掃業者のチャンネルです。かつてTVで流行っていた「ゴミ屋敷片付け系番」を彷彿させるようなコンテンツになっています。



有限会社佐藤葬祭
登録者9.19万人

葬儀に関する質問への回答や、葬儀屋の裏話、マナー、時事ネタなどを、ほぼ毎日投稿しています。どんな業界、業種でも、アイデアや個性次第で成功できる非常に良い事例です。



足つぼ Yutaka
登録者11.8万人

「寝る足つぼ」「痛がる足つぼ」など、リラクゼーションテクニックを丁寧に解説しているマッサージ師のチャンネル。繰り返し読まれるHelpコンテンツで視聴者を集め、公式ページ（予約ページ）へとつなげています。



BELO
登録2.04万人

美容室さんの動画で、特にパーマにフォーカスを当てた動画が人気です。お客さんでなく、美容師をターゲットにしたコンテンツでコアな視聴者を獲得しています。



YaoTube/やおちゅーぶ
登録者11万人

農家の視察や野菜の仕入れといった八百屋らしい企画から、料理やバラエティ番組のような企画まで幅広い動画をアップロードしています。八百屋というコンセプトに沿った、野菜や果物、そして農家などをうまく絡めた企画が人気です。



即決営業チャンネル
登録者1.69万人

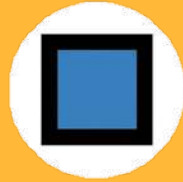
主に営業マン、経営者、個人事業者の方々に向けた営業メソッドを紹介する動画を毎日アップロードします。ターゲットニーズを明確に捉えて動画をアップロードしており、制作コストもかなり安く抑えられているため非常に参考になる手法です。

登録者1万人以下注目の法人チャンネル



LOVOT【公式】
登録者数8200人

家族型ロボット「LOVOT（らぼっと）」との生活の様子や服やアクセサリを紹介しています。
開発、販売をしているGROOVE X株式会社の公式YouTubeチャンネルです。



キングジム公式
登録者4110人

情報整理用品のメーカーの新商品の紹介や商品の使い方を発信しています。
2分以内の短い動画が多く、シンプルで分かりやすい動画構成が特徴的です。
サムネイルとタイトルを違う文章にしたり、サムネイル内の文字の大きさにメリハリをつけたりする工夫がされており、動画の再生を促しています。



kyoritsu_kitchen
登録者2400人

手作りお菓子&パン材料、ナッツ&ライフルーツの輸入・加工・製造を一貫して行う共立食品株式会社の公式YouTubeチャンネルで、手作りお菓子の作り方を動画で発信しています。
お菓子の写真を全面に使ったサムネイル画像とシンプルで分かりやすいレシピ解説動画が特徴です。



放課後ぼくら
Produced by KIREIMO
登録5290人

脱毛サロン「KIREIMO」を運営する株式会社ヴィエリスのYouTubeチャンネルで、インフルエンサーを起用し、「ドッキリ企画」など学生が楽しめる動画を配信しています。



178イナバニュース
【くら寿司公式】
登録者11万人

回転ずしチェーンを展開するくら寿司株式会社の公式YouTubeチャンネルで、CM撮影の裏現場やくら寿司の裏メニューなど、企業ならではの発信で視聴者の興味を引いています。



大国住まい
【難波、なんば周辺のお部屋探し】
登録者5320人

大阪市浪速区で不動産業をしている株式会社ダブルジェイシーの公式YouTubeチャンネルで、1LDKマンションの内見動画などを発信しています。
丁寧なカメラワークとオリジナルキャラクターを活用した視聴者を飽きさせない動画作りが特徴です。

法人チャンネルランキング

順位	チャンネル名	登録者	視聴回数
1	avex	5,590,000	9,156,219,005
2	THE FIRST TAKE	4,390,000	1,087,832,975
3	UNIVERSAL MUSIC JAPAN	4,330,000	3,072,996,822
4	The Official Pokémon YouTube channel	4,140,000	1,228,715,073
5	Warner Music Japan	2,480,000	1,586,826,367
6	シネマトゥデイ	2,170,000	2,569,535,206
7	Sony Music (Japan)	1,970,000	2,420,296,740
8	Nintendo 公式チャンネル	1,850,000	1,046,925,387
9	Johnny's official	1,840,000	217,652,035
10	GundamInfo	1,750,000	590,644,903
11	ポケモン公式YouTubeチャンネル	1,740,000	679,250,346
12	KADOKAWAanime	1,710,000	914,544,197
13	しまじろうチャンネル (YouTube)	1,670,000	1,655,294,845
14	TOHO animation チャンネル	1,560,000	1,044,556,835
15	ディズニー公式	1,480,000	846,083,534
16	YouTube Japan 公式チャンネル	1,390,000	233,077,130
17	maidigitv	1,330,000	2,127,248,627
18	タカラトミー TAKARATOMY	1,330,000	1,301,550,764
19	oricon	1,320,000	2,181,334,658
20	アニプレックス YouTube チャンネル	1,310,000	1,082,628,541
21	東映特撮YouTube Official	1,300,000	467,635,575
22	876TV	1,170,000	850,923,875
23	hololive ホロライブ - VTuber Group	1,170,000	265,820,122
24	モンスター（モンスターストライク）公式	1,110,000	705,024,940
25	テレビ東京公式 TV TOKYO	1,100,000	397,305,055

順位	チャンネル名	登録者	視聴回数
26	DHCテレビ	844,000	18,224,199
27	Victor Entertainment	821,000	1,146,390,128
28	バンダイ公式チャンネル	820,000	388,367,642
29	ディズニー・スタジオ公式	820,000	208,628,402
30	東宝MOVIEチャンネル	797,000	675,000,683
31	スクウェア・エニックス	786,000	745,648,707
32	TERRACE HOUSE / テラスハウス	745,000	414,489,954
33	北九州市観光情報ぐるリッチ北九州	687,000	321,027,707
34	モンスターアニメTV	675,000	490,917,412
35	にじさんじ	665,000	240,968,212
36	VICE Japan	646,000	215,104,420
37	テイストメイド ジャパン	637,000	175,668,175
38	PlayStation Japan	629,000	401,530,575
39	shupure	555,000	359,691,086
40	動画、はじめてみました【公式】	555,000	193,692,101
41	【公式】 Fate/Grand Order チャンネル	541,000	173,015,597
42	TOYSFACTORYJP	531,000	533,996,362
43	TBS公式 YouTuboo	512,000	156,668,843
44	J Storm Official	512,000	79,881,966
45	ColumbiaMusicJp	509,000	505,846,922
46	CapcomChannel	498,000	358,505,158
47	dTV	491,000	341,811,746
48	LEVEL5ch【公式】	472,000	409,170,422
49	すろばちすてえしょん	461,000	216,917,676
50	ABEMA報道リアリティーショー アベプラ【公式】	434,000	236,579,362



**企業規模・知名度に関係なく戦略、
企画を工夫する事で高い広告効果、
自社ブランディングを行うことが可能で
す。Youtube産業はまだ未完成で、
発信の工夫により大企業に引けを足ら
ない広告効果を出すことができます。**

Channel運用6つのPoint

①フェーズに応じた施策を実行

フェーズに応じて最適な施策を講じましょう。例えば、初期は再生傾向の把握しつつ、短い動画で視聴回数、維持率を獲得します。サムネABテストをくり返しチャンネルデザインを固めていきます。

②企業アカウントは法人感より手作り感を重視

視聴者は、動画を視聴した際にチャンネルの動画が「広告」と感じると動画から離脱してしまう可能性があります。広告を全面的に押し出すのではなく、手作り感を意識したYouTube運用を心がけましょう。

③サムネクリック率は7%を目標

サムネの視認性、デザインは非常に重要です。なるべく初期の段階で試行を繰り返しチャンネルデザインに沿ったサムネイルの形を見つけクリック率7%以上を目指しましょう。

④視聴維持率は40%以上を目標

Youtubeのアルゴリズム上、視聴維持率はリコメンド、関連動画表示に大きく影響します。サムネクリック率が高くても、視聴者がすぐに再生をやめてしまうような動画は「釣り動画」と判断されてしまう恐れがあります。

⑤ペルソナ設定を明確に設定

ペルソナを洗いだし、ターゲットを明確にします。概要欄に動画の説明を書く際にもボリューム層の視聴者が検索するであろうキーワードを記載することで検索上位表示を狙う事が可能です。

⑥構成を作成してから撮影

作業効率を上げるため、視聴者に見やすい動画を作るため撮影前に構成を検討しましょう。前述の視聴維持率に大きく関係します。

Youtube制作で困る事ランキング

1

効果が出るまでに時間がかかる

2

外注しているが制作費が高い

3

企画に時間がかかる・思いつかない

4

専門知識がある人が社内にはいない

5

競合が多い

こんな悩み解決します

ランニングコストを抑えるために
動画編集者を社内で育成したい

企画が思いつかない

流行りのクリエイティブ
を安く作りたい

なかなか効果が出ない

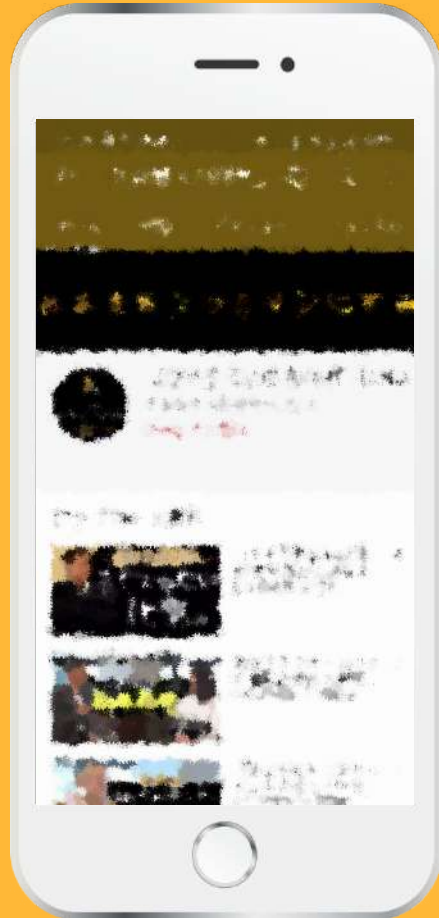
他社に頼んでいるが製作費が高い

自社でYoutubeを始めたい！

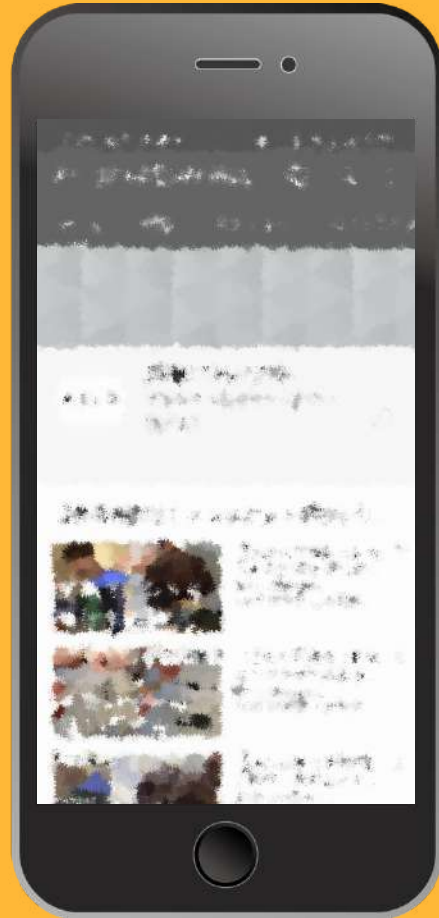


こんな仕事をしています

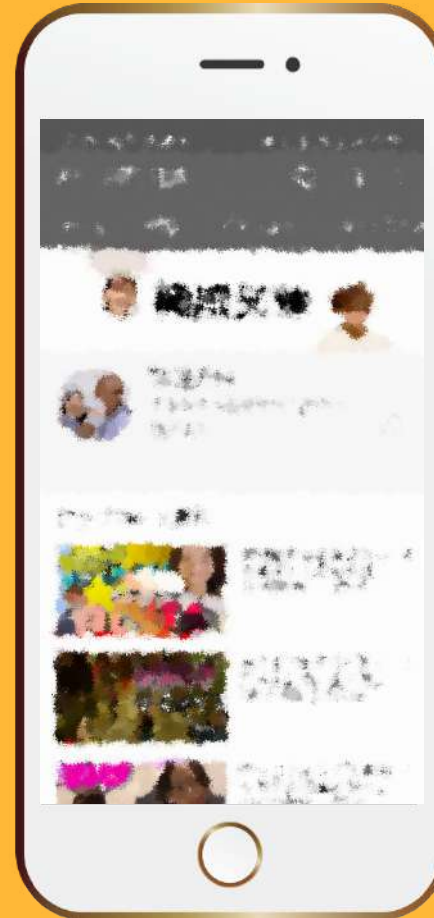
コンサル事業会社



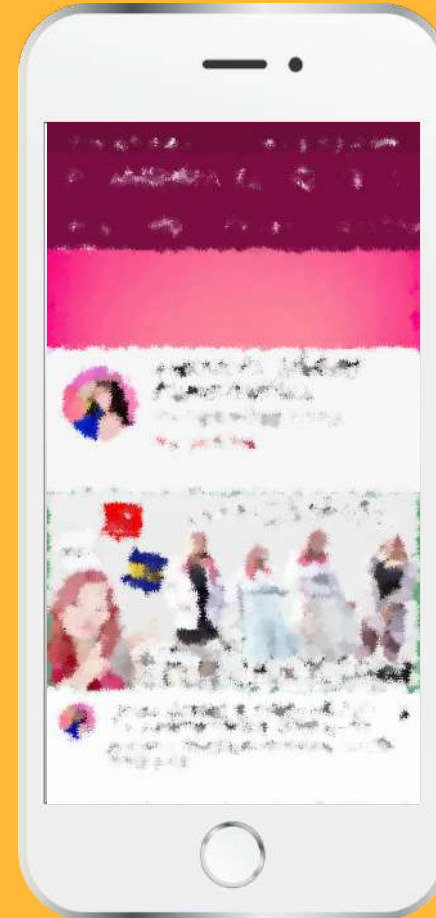
美容室



女優&俳優



モデル



コスプレイヤー



etc



**まずはどんな事でも
お気軽にご相談ください**

YouWork
From seeing to creating

問い合わせ先: contact@youwork.co.jp
HP: <https://youwork.co.jp/>