

資料 2

Youtube 動画制作について

1 概要

Youtube の旭川市役所公式チャンネルのコンテンツの充実を図る目的で動画制作を行い、登録者数の増と旭川の魅力・市政情報の発信力強化を目指す。

2 現状

旭川市役所チャンネルの現状は次のとおり。

- (1) 登録者数 4,870 人 (R6.1.25 時点)
- (2) 動画投稿本数 75 本 (R5 年間)
- (3) 再生回数 249,756 回 (R5 年間)
(1 本あたり 3,330 回, 1 か月あたり 20,813 回)
- (4) 主な投稿動画
広報テレビ番組のアーカイブ, 定例記者会見
- (5) R5 年度の取り組み
独自コンテンツとして, 旭川の新しいコト・魅力を紹介する企画「スケッチブック旭川」をスタートした。現在までに 3 本 (ショート動画含む) 投稿, 1 本編集中。
- (6) その他特記事項
R5 年度から Youtube 収益化がスタートした。
※ 動画再生回数に応じ広告料が入る。単価は示されていないが, 推定再生 1 回あたり 0.05~0.7 円と言われている。

3 課題

- (1) コンテンツの充実
R5 年度, 「スケッチブック旭川」をスタートさせたものの, 現時点で未投稿含め 4 件にとどまり, 再生数も思うように伸びていない。(投稿済み 3 件の合計 6 3 7 回 (R6.1.25 時点))。
- (2) チャンネル登録者数の増
チャンネル登録数の増は, 再生数や情報発信力の強化に直結するため重要であるが, R5 年当初 4, 2 9 5 人から R5 年末 4, 8 0 6 人 (1.12 倍) と, 他の SNS フォロワー数やアクティブユーザー数と比較すると伸びが鈍い。
参考: フォロワー数 (R6.1.25 時点) X20,427, Instagram6,710
アクティブユーザー数 (日本・R6.1.10 時点)
Youtube 約 7,000 万人, X 約 4,500 万人, Instagram 約 3,300 万人
- (3) 収益の確保
R5 年度からスタートした収益化であるが, 初年度予算は 50,000 円, 以降 R9 年度まで毎年 50,000 円ずつ増額を目標としている。

4 取組の詳細

(1) 課題に対する取組の方向性

課題の(1)~(3)は密接にかかわっており、(1)コンテンツの充実を図ることで、(2)チャンネル登録数の増、それらによる再生数の増により(3)収益の確保の達成が見込まれるため、**(1)コンテンツの充実**を最重要課題として取組を進める。

(2) 取組

ア 動画制作

動画制作を積極的に行い、投稿動画の本数を増やす。→ハード面の取組

イ サムネイル・説明文の見直し

検索にヒットしやすいタイトル・サムネイルにする。また説明文にチャプターや他動画・チャンネル TOP へのリンク、ハッシュタグなどを追加し、コンテンツの再生、チャンネル登録を促す。
→ソフト面の取組

(3) 動画制作について

月1回以上の独自企画の動画投稿を理想とするが、企画から撮影・編集に至るまでの動画制作の専門職員がおらず、その頻度で動画制作を内部で行うことが困難な状況であることから、令和6年度の予算において、動画制作の業務委託を予算提案している。議決が得られた際には、次の内容での委託を想定している。

- ・内容 「旭川の新しいコト・魅力を紹介する内容の動画を月1回の頻度で制作する（企画・撮影含む）。また突発的に、市が提供する素材をもとに動画を制作する（企画・撮影は含まない）」
- ・詳細 企画・撮影含む動画制作 月1回 （R6.7~R7.3を想定）8分間
※上記についてはショート動画も同時に制作する
動画制作のみ（素材提供）年間6本 8分間