

# Youtubeで公開した金城ポッドウォーク・コンテンツの分析

中 田 平  
Hitoshi NAKATA

## An Analysis of the Contents of Kinjo Podwalk Published on Youtube

### はじめに

筆者は授業とゼミで制作した映像コンテンツを2006年12月1日から「コミュファ&金城ポッドウォーク」というタイトルでiTunesのPodcastのダウンロード・コンテンツとして公開すると同時に、Windows Media Playerで見るストリーミング・コンテンツとして配信した。「コミュファ&金城ポッドウォーク」はコミュファ（CTC株式会社）との配信契約が切れた2007年12月1日をもって、産学協同プロジェクトという枠組みは変わらずに、コミュファという冠を削除してサウンドウォークジャパン(株)と共同の「金城ポッドウォーク」として再出発した。それを機会に、iTunesのPodcastも新たに作り直し、ストリーミングはYoutubeに移行することにした。この論文では特に「金城ポッドウォーク」のYoutubeでの展開について報告する。

### 1. Youtube とはなにか

Youtubeは「PayPalの従業員であったチャド・ハーリー、スティーブ・チェン、ジョード・カリムらが2005年2月15日にカリフォルニア州サンマテオで設立した。設立のきっかけはハーリーらが友人にパーティーのビデオを配る方法として考えた結果に作った技術を使い、「皆で簡単にビデオ映像を共有できれば」と思いついたことによる。」<sup>1)</sup>

Youtubeは2005年12月に公式サービスを開始し、たちまちインターネットで人気を博すようになった。PayPalの若い社員たちが作ったベンチャービジネスであるYoutubeは、写真交換サイトであるFlickrと同様に、ユーザ経験の交換をサービスの中心にするSNSの一種で、いわゆるWeb 2.0時代の寵児になった。2006年10月9日、Googleが16億5000万ドルでYouTubeを株式交換で買収したことによって、Youtubeは新たなス

ページに上った。しかし、ユーザが自由に動画をアップロードすることを活動の基本とするところから、ユーザがテレビ番組や音楽PVなどを勝手にアップロードすることによる著作権侵害の問題が絶えないのも事実である。この問題に Youtube は著作権者から訴えのあった動画ファイルを削除するという手段で対処するようになった。

筆者が Youtube をプラットフォームにすることを真剣に考えたのはいよいよ日本語対応が本格化したためである。

「2007年6月19日－日本語を含め新たに9カ国語に対応する。その他接続元とのドメインによって各言語のページへ飛ばしている訳ではないので英語ページへの接続も可能。」<sup>2)</sup>となった。

## 2. 金城ポッドウオークのコンテンツの Youtube への移行開始

実は、筆者は日本語版が登場した2007年6月頃から、金城ポッドウオークのストリーミング<sup>3)</sup>を Youtube に移行することを考え始めた。1コンテンツにつきファイル容量で10Mb、時間で10分という制限があるものの、サーバを自分で持つ必要がないという最大の利点があることが決定的な理由である。また、Youtube の圧倒的なユーザ数は自前のサイトでは知名度が低いために視聴数が上がらないという弱点を補ってくれるからである。

既にかいたが、筆者はサウンドウオークジャパン(株)と共同で、「コミュファ&金城ポッドウオーク」という名称のもとでコミュファ (CTC株式会社) との間に1年間の配信契約を結んでいた。当初、コミュファは長期の契約を考えていたが、コンテンツ制作の費用負担に耐えられず、契約延長を断念した。そのため、筆者は1年間の契約が切れる2007年12月1日をもって、産学協同プロジェクトという枠組みは変えずに、コミュファという冠を削除してサウンドウオークジャパン(株)と共同の「金城ポッドウオーク」として再出発しようと考えていた。また、同一のコンテンツは別のメディアには流せないが、同じ素材を使った別のコンテンツはその限りではないという条項があったので、契約終了日の12月1日を待たずに、Youtube の podwalkkinjo としてのメンバー登録を2007年11月18日にすませた。同一コンテンツは配信できないので、オープニングロゴとナレーションを4年ゼミ生たちと一緒にすべて作り直して、順次アップロードを開始した。

## 3. サイトの完成

それと同時に、2008年2月末に4年ゼミ生たちの卒業制作が完成したため、「金城ポッドウオーク」の Web サイトを <http://podwalk.kinjo-u.tv/> に移した。このサイトへどんなユーザがどのような経路で訪問するかの解析のために Google Analytics を組み込

んで、毎週レポートが届くように設定した。Analytics の解析項目は以下のようになっている。pdf ファイルで送られてくる最初のページを挙げておく。

サイトの利用状況は1週間で57セッションはきわめて少ない。ページビューもそれほどではない。ユーザーサマリーを見ると、ユニークユーザー数が32なので、1日平均4人強ということになる。地図上のデータ表示 worldは世界のどの国からの訪問かがわかる。また、トラフィックサマリーは、検索エンジン何か、参照しているサイトはど



こか、直接の訪問はどの割合かなどがわかる。このように、Google Analytics は Web ページを作っただけで自己満足している我々に冷水を浴びせるような解析を提供してくれる。この数字を見ると、たんに Web ページを作っているだけでは金城ポッドウオークというコンテンツを見てもらうためには不十分であることがよくわかるのである。

では、私たちはコンテンツを見てもらうためにどのような手段をとったらいいのだろうか？無数に漂っている Web サイトのなかの一つで満足せず、より多くのユーザに見せることが可能な環境を作ることである。その有力な解決法の一つが Youtube である。

#### 4. Youtubeを金城関係コンテンツのプラットフォームにすること

先に述べたように、podwalkkinjo というユーザ ID で登録した Youtube であるが、金城ポッドウオークのコンテンツだけでなく、その他のさまざまな金城学院大学にかかわる情報宣伝のプラットフォームとして公開することにした。というのは、米国では University of California Berkeley をはじめ<sup>4)</sup>、大学の公開サイトが次々と登場している。また、日本でも明治学院大学が最初に大学として公開サイトを作っているが<sup>5)</sup>、京都大学では大学の講義を公開するオープン・コースウェアのサイトをたてている。金城学院大学が独自のサイトをもつまで、ある意味、準備段階として podwalkkinjo で金城学院大学のコンテンツを公開することにした。<sup>6)</sup>金城ポッドウオーク以外のコンテンツとして、まず、筆者の3年ゼミ生が制作している金城ポッドニュースを公開した。

#### 5. 金城ポッドニュース

2007年度の中田ゼミの3年生は、金城ポッドウオークとは独立に、2007年12月3日から自分たち独自の卒業制作の取組として「金城ポッドニュース」という番組制作をはじめた。3年ゼミ生も「金城ポッドウオーク」というコンテンツ制作に参加していたのだが、その成果を先輩に譲って、彼女たちは新たに番組制作に取り組んだ。「金城ポッドニュース」がその取組である。

3年ゼミ生7人は、卒業制作の取組として何をするかを考えたとき、自分たちが3年後期に入って就職活動がスタートした時期だった。エントリーシートを書いたり、就職試験のペーパーテスト用の勉強を始めてみると、自分たちが普段、時事ニュースなどにほとんど関心を向けていないことに気がついた。卒業制作の内容を考えるブレインストーミングのなかで、特に自分たちが新聞離れしていることを痛感したのだ。家では親が新聞を購読しているが、自分たちはほとんど新聞に目を通すことがない。面接で聞かれる時事ネタの内容についての知識がほとんど頭に入っていないという現実が目覚めた。そ

こから、ゼミ生は大学のテレビスタジオでテレビと同じようなニュース番組を作ること  
を思いついたのである。

7人のゼミ生が1週間の新聞記事のなかから気になった記事をホットニュースという  
形で選び出す。そのニュースのなかで、特に気になるニュースをトップニュースと称し  
て詳しく紹介する。キャストと制作スタッフはそれぞれみんなの経験のために持ち回り  
でやる。2、3週間に1回を目標にして、10分から20分程度の番組を作ること、以上が  
取組の概要である。

## 6. 新聞社の著作物使用許諾

学生たちは新聞離れてしている自分たちと同世代の大学生たちのための番組作りとい  
うコンセプトのもとで、まず、新聞を読む習慣をつけるために、新聞を材料にして番組  
作りをしようと考えた。新聞を使って放送をするためには新聞社の著作物使用許諾をと  
る必要がある。名古屋周辺の中部地区に住んでいる学生たちの家庭では中日新聞が圧倒  
的なシェアを持っている。そこで、テレビ愛知の小林直行取締役役をお願いして中日新聞  
社にコンタクトを取り、メディア局の著作権許諾を受けた。記事によっては中日新聞だ  
けではなく、記事の提供元である共同通信社の許諾を得なくてはならないため、手続き  
が複雑になる。ただ、公開するためには著作権処理が不可欠な手続きであるということ  
が学生にもわかるという効果があった。

## 7. 撮影と編集

撮影は写真でわかるように、キャストが  
2人、カメラが2人、AD役が1人、それ  
に副調整室にディレクターと録画と音声  
を兼務する2人で7人のゼミ生がフル活動に  
なる。1人でも欠けると撮影ができない状  
態である。筆者も当然スタッフの一員にカ  
ウントしていることは言うまでもない。撮  
影が終わると編集作業が待っている。Mac  
でFinalCut Proを使って編集を、さらに  
Live TypeやMotionといったソフトを使っ  
てオープニングロゴやサウンドロゴを作っ  
て、メリハリのある映像に仕上げている。



## 8. 配信

金城ポッドニュースは、金城ポッドウオークでの経験から、コンテンツを Podcast で配信することを前提としていた。第1回作品は Youtube へのアップロードを前提としていなかったため、11分25秒という微妙な尺になってしまった。Youtube は1つのコンテンツに10分という制限をかけているので、実際には1つのコンテンツを2分割してアップロードせざるを得なかった。第2回からは10分以内におさめるようにした。つまり、金城ポッドウオークと同じように、金城ポッドニュースも Podcast でダウンロード、Youtube でストリーミングという形態にしたのである。Web ページは金城ポッドウオークとは別に独自にたてた。podcast との親和性から iWeb で比較的簡単に作ることにした。<sup>7)</sup>

## 9. バーチャル・オープンキャンパス

次のコンテンツは2006年度の夏のオープンキャンパスで行った各学科の紹介インタビュー番組である。2006年のオープンキャンパスで、全学科専攻から代表の先生に出てもらって、情報文化学科の学生がインタビュアーになって学科専攻の先生に学科の特徴について答えてもらう番組を作った。この番組はグリーンシティケーブルテレビの協力を得て、Media Edge というD/A変換のシステムを使い、金城のテレビスタジオから同軸ケーブルを通じてグリーンシティケーブルテレビのチャンネルに生放送で映像配信されたものである。グリーンシティケーブルテレビではその後、録画で別日に放映した。こうした映像はオープンキャンパス当日の参加者には一瞥する機会があったかもしれないが、一回限りの放映ではもったいない情報である。各学科の了解を得て、「バーチャル・オープンキャンパス」というコンセプトで紹介することにした。

## 10. 芸術表現療法定期演奏会と和泉元彌師の集中講義

もう一つのコンテンツは2008年2月9日に行われた芸術表現療法学科の定期演奏会の演奏である。音源は会場の電気文化会館の録音したCD音源を使い、FinalCut Pro で編集をした。ピアノ演奏と声楽演奏は非常に強いアピールになるため、優秀な演奏者の演奏を録画編集したコンテンツを6人分アップロードした。

後述するが、ピアノ演奏は Youtube のようなメディアでは非常に訴求力が強く、あっという間に再生回数が上がることに新鮮な驚きを感じたものである。

2008年2月はまた、和泉元彌師が情報文化学科の専門科目「身体メディア論」の集中講義を行った時期でもある。成績評価は学生の身体パフォーマンスで行う授業であるため、以前から撮影を計画していたばかりでなく、編集して発表するというをご本人



から了承を得ていた。学生たちにも了承を得て、すべてのパフォーマンスをアップロードした。金城学院大学で行われているユニークな授業の紹介という視点での公開である。

その他、2007年度の中田ゼミ生のなかの卒業制作で、自分たちのバンド演奏を編集した「こんにちわ★わにさん」という一連のコンテンツもアップロードされている。

つまり、podwalkkinjo というユーザアカウントは金城学院大学現代文化学部情報文化学科の中田ゼミが関係する金城学院大学関連のコンテンツの集積場である。今後も金城ポッドウオークのコンテンツを毎年前後期にアップロードしていくと共に、様々なコンテンツを発表する場として提供していこうと思っている。

## 11. Youtube のアクセス解析サービス Insight

前述の Google の Analytics というアクセス解析サービスにならって、Google 傘下に入った Youtube が新たに Insight というサービスを始めた。作品がどのように検索され見られているかを知ることが、どのようなコンテンツが人気があるかということがわかると同時に、広告広報という観点から、どのようにタグを書くか、ネーミングをつけるかということにヒントを与えてくれるはずである。

ここでは、Insightの解析をもとに、podwalkkinjo のジャンル別のアクセス分析を試みようと思う。

### 1) 再生回数の多さによる分析

ユーザ podwalkkinjo の動画のなかでもっとも再生回数が多いのは芸術表現療法学科の「三宅菜津子 ショパン作曲ソナタ第3番op.58第2楽章、第4楽章」である。2008年6月22日現在、登録日から4ヶ月で3,623回の再生回数であり、1日平均30回の再生回数になる。これは驚くべき数字である。三宅菜津子の動画は別格にしても、芸術表現療法学科の定期演奏会の動画は概して再生回数が多く、田中美穂、鳥居友紀、大島万穂、伊藤ななみなど、軒並み1,500回以上を数えている。三宅菜津子の動画を例にとって Insight の解析を調べてみよう。

次頁の図は「三宅菜津子 ショパン作曲ソナタ第3番op.58第2楽章、第4楽章」の Insight のなかの再生回数の解析部分である。再生している国は日本に限らず、ヨーロッパと米国と南米でも相当数の再生が行われていることがわかる。ヨーロッパでは、ブルガリアを筆頭に、フランス、ドイツ、イタリア、オーストリアなどからアクセスがあることがわかる。このことからクラシックファンの分布が推測される。

マイ アカウント ▾ / Insight / 三宅菜津子 ショパン作曲ソナタ第3番op.58第2楽章,第4楽章

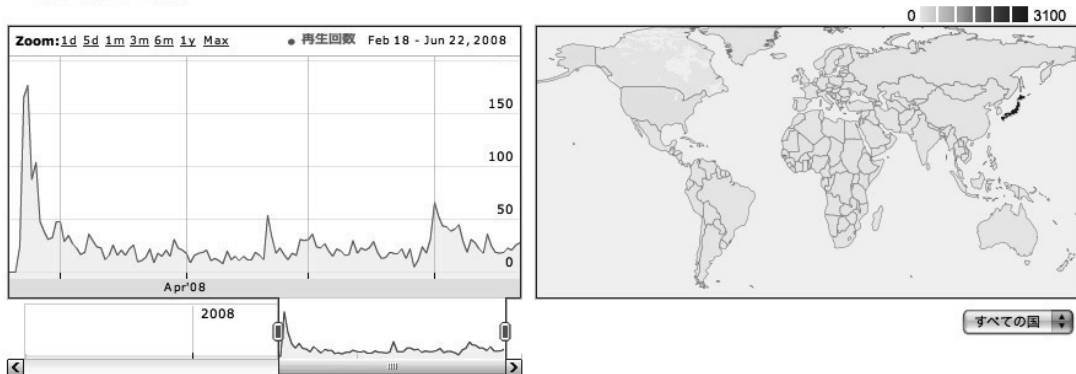
次のデータを表示 すべての国 2008年2月13日 - 2008年6月22日



Length: 9:20  
追加日: 2008/02/21 14:14:01  
Total views: 3623

再生回数      人気度      発見      ユーザー層

この動画が鑑賞された回数

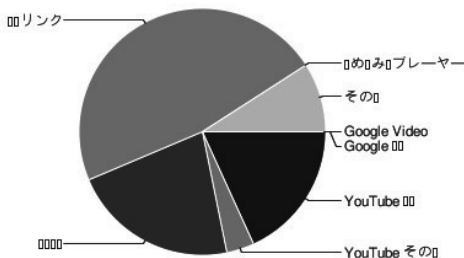


2) 次は「発見」というタームでは他のユーザがこの動画にたどり着いた方法を示している。

再生回数      人気度      **発見**      ユーザー層

他の人がこの動画を見つける方法

参照元	全表示に対する割合
外部リンク	44.0%
関連動画	20.0%
YouTube 検索	18.0%
その他	9.4%
YouTube その他	4.1%
埋め込み型プレーヤー	1.2%
Google 検索	0.9%
Google Video	0.09%



分析によれば、外部リンク、つまりどこかの Web サイトからたどり着いたユーザ数が44パーセントであり、関連動画でリストされて、この動画にたどり着いたユーザ数が20パーセント、Youtube 内での検索が18パーセントであることが示されている。外部リンクの詳細を見ると、どの Web サイトからこの動画にたどりついたかがわかるようになっている。

それによると、金城学院大学の Web サイトや biglobe の Web サイトからたどりついているのが多いことがわかる。また、関連動画からこの動画にたどりついた元の関連動画は次のようになっている。その分析によれば、表現療法学科の他の学生の関連動画よ



り、Chopin Sonata のように作曲家の名前と作品名でたどりつく件数の方が多いことがわかる。これをみると、どのようなキーワードを動画に仕込んでおくことがユーザを引きつける方法として有効かに関して多くの示唆を与えてくれる。

一例を挙げれば、先に述べた金城ポッドニュースというコンテンツである。第1号の時間が10分を超えたために、全体を前後半に2分割してアップロードした。そして、6月26日現在、前半部が再生回数507回、後半部の再生回数276回になっている。しかし、第2号が分割した第1号より2ヶ月後にアップロードされたのにもかかわらず、再生回数711回に到達しているのである。第1号のアクセス合計数より第2号のアクセス数が多いという現象が生じているのである。Insight による分析を見てその原因が分かった。

右の図のように、Youtube 検索で東京ディズニーランドというキーワードが19パーセントであることがわかる。第1号前半部の検索キーワードがホットニュース、金城学院、金城学院大学とともに11パーセントを分け合っているのを見ると、東京ディズニーランド（その他にもニュース ディズニー、ディズニーランドもある）というキーワードの検索訴求力が大きいことがよくわかる。

3) 最後に、ユーザ層という分析項目がある。これは男女比と年齢構成を教えてくれる。もちろん、登録ユーザしか対象にならないため、非登録ユーザの再生総数全体を表している訳ではないが、一定のユーザ傾向を知る指標にはなるだろう。

この動画にリンクしている外部ウェブサイト

外部リンク	全表示の 44.0%
<a href="http://www.kinjo-u.ac.jp">www.kinjo-u.ac.jp</a>	24.0%
<a href="http://www2s.biglobe.ne.jp">www2s.biglobe.ne.jp</a>	11.0%
<a href="http://ime.nu">ime.nu</a>	4.1%
<a href="http://www.kinjo-gakuin.net">www.kinjo-gakuin.net</a>	2.7%
<a href="http://search.yahoo.co.jp">search.yahoo.co.jp</a>	0.99%
<a href="http://hitoshi-nakata.blogspot.com">hitoshi-nakata.blogspot.com</a>	0.21%
<a href="http://www.yd-c.com">www.yd-c.com</a>	0.18%
<a href="http://video-search.yahoo.co.jp">video-search.yahoo.co.jp</a>	0.15%
<a href="http://cgi.search.biglobe.ne.jp">cgi.search.biglobe.ne.jp</a>	0.12%
<a href="http://search.msn.co.jp">search.msn.co.jp</a>	0.09%

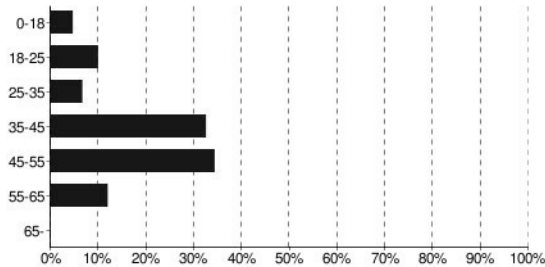
この動画と関係のある動画

関連動画	全表示の 20.0%
Chopin Sonata no.3 4th movement fine	5.5%
Mai plays Chopin Piano Sonata No.3 4	3.0%
鳥居友紀 ショパン作曲バラード第2番	2.3%
伊藤ななみ ラフマニノフ作曲前奏曲Op.10 No.3	1.9%
Sonya Kahn - Chopin Sonata No. 3 Op. 10 No. 3	1.8%
大島万穂 リスト作曲巡礼の年第2年へ	1.2%
田中美穂 (声楽) ロッシーニ作曲「約	0.69%
【パボス】 ショパン ソナタ 第3番 第4	0.63%
Chopin: Etude Op.10 N°3	0.63%
都雅瑛 ショパン作曲ポロネーズ第7番	0.57%

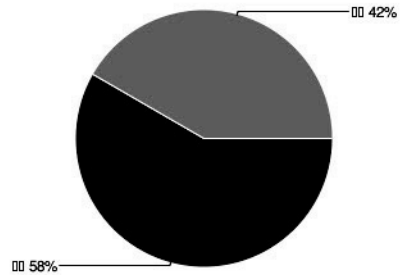
YouTube 検索	全表示の 47.0%
東京ディズニーランド	19.0%
中日新聞	9.5%
メタボ 学生	4.7%
ニュース ディズニー	4.7%
山車	4.7%
ディズニーランド	4.7%

この動画を鑑賞している人

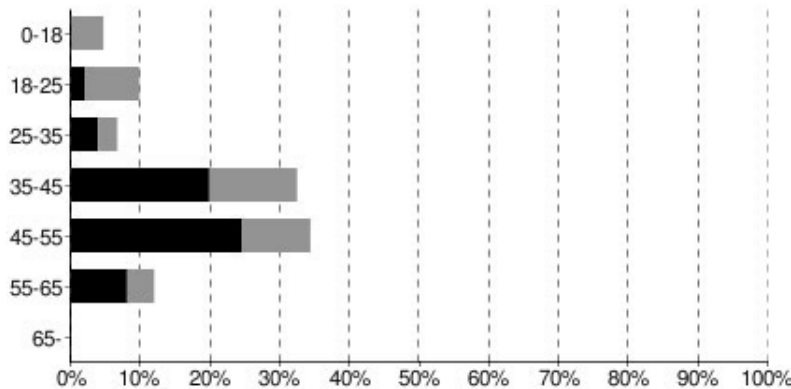
男女両方の年齢層



全年齢層での性別



男性ビジターの年齢層



男女比は男性の方が多く、男58パーセント、女42パーセントの比率である。

また、年齢構成をみると、男性は35-45と45-55が圧倒的に多く、55-65の年齢層も多いことがわかる。対照的に、女性ビジターの年齢層は35-45と45-55の年齢層に迫る勢いで18-25が多く、また男性では全く数字に表れない0-18の層がはっきり数字に表れている。

### おわりに

自分で Web ページを立ち上げるだけで満足するというのは、もはや Web 2.0時代では時代遅れである。マスコミ 4 媒体の広告費を浸食する勢いがとまらないインターネット広告費に象徴されるように、インターネットでどのように顧客（あるいはユーザ）を引きつけるかという問題が今やもっとも大きな関心を引いている。そのなかで、Youtube という動画共有サイト、あるいは SNS にコンテンツをアップロードすることで、どのようにユーザ牽引ができるかという実験をおこなった。この小論文はその報告である。

## 注

- 1) <http://ja.wikipedia.org/wiki/YouTube>
- 2) 同上
- 3) Youtube のFLVファイルは厳密に言えばストリーミングではない。FLVのプログレッシブダウンロードであるため、ファイルを保存することができる。ストリーミングをするためには高額なストリーミングサーバとソフトを必要とするため、正式なストリーミングという方法を回避していると言える。
- 4) <http://jp.youtube.com/user/ucberkeley?ob=4>
- 5) <http://jp.youtube.com/user/meijigakuin>
- 6) <http://jp.youtube.com/user/KyoDaiOcw>
- 7) <http://podnews.kinjo-u.tv/%E3%82%B5%E3%82%A4%E3%83%88/Welcome.html>  
(文字化け部分は日本語表記のため)