

YouTube運用改善

👍 その再生数は「無駄打ち」ではないか？

YouTube運用・フェーズ別KPI診断シート

～累計登録者250万人超の運用実績から導き出した、成果へ導く"正しい物差し"～



「再生されるだけ」で終わっていませんか？

⚠️ 多くの企業の悩み

- 有益なコンテンツの**再生数が伸びない**
- 再生はされるが、自社サービスの**成約に繋がらない**
- どの指標を改善すべきか分からず、運用が**属人化**している



✔️ 解決策：フェーズ別KPI設定

- ✔️ チャンネルの成長段階に合わせた「**正しいKPI**」を定義する
- ✔️ 累計登録者250万人超の知見を凝縮した**診断シート**を活用
- ✔️ 感覚ではなく**データに基づいた**改善サイクルを回す

本資料では、YouTube運用の各フェーズで追うべき指標を明確にし、貴社のチャンネルの現状を可視化します。

YouTube運用の3つのフェーズ

各フェーズで追うべき指標（KPI）は**全く異なります**。

今どこのフェーズにいるのかを確認し、正しい位置を把握しましょう。

PHASE 01

開設・認知期

まずは「見つけてもらう」ための基礎固め。アルゴリズムに評価される土台を作ります。

PHASE 02

成長・ファン化期

視聴者を「ファン」に変え、継続的な視聴を促すコミュニティ構築を目指します。

PHASE 03

成約・収益化期

YouTubeを「売上・採用」に直結させ、ビジネスへの貢献を最大化します。

開設・認知期(土台作り)チェックリスト

基礎ができていなければ、どんな良質な動画も埋もれてしまいます。
まずはこの3項目をクリアすることが、チャンネル成長の絶対条件となります。



インプレッションクリック率(CTR)が4~8%を維持できているか

サムネイルとタイトルがターゲットに刺さっているかの最重要指標です。



チャンネルの「コンセプト」が14文字以内で言語化されているか

「誰に何を届けるか」が明確でないと、YouTubeのアルゴリズムに正しく評価されません。



平均視聴維持率が40%(10分動画の場合)を超えているか

動画の内容が視聴者の期待に応え、満足度が高い状態であることを示します。

成長・ファン化期(コミュニティ構築)チェックリスト

フェーズ2では、チャンネルの成長とファン化が重要となります。

「一見さん」を「熱狂的なファン」に変える仕組み作りができているかを確認しましょう。



視聴者のうち「チャンネル登録者」の **再生割合** が増えているか

既存ファンが動画を心待ちにしている状態。ブラウジング機能での露出が安定する鍵となります。



コメント数や高評価率が、同ジャンルの **平均を上回っているか**

視聴者とのエンゲージメントの深さを測る指標。アルゴリズムによる「おすすめ」の強力な後押しになります。



インプレッションが特定の動画だけでなく、**全体で底上げされているか**

チャンネル全体の評価(権威性)が高まり、過去動画も含めた回遊性が生まれているかの指標です。

成約・収益化期(ビジネス貢献)チェックリスト

フェーズ3では、コンバージョンや収益化が重要となります。

YouTubeを「コスト」ではなく、確実な「投資」へと変えるための **最終フェーズ** です。



概要欄や終了画面からの **外部リンク遷移率を計測** しているか

動画後の誘導が機能しているかを確認します。



動画公開後 **48時間以内** に狙ったアクションが発生しているか

視聴者とのエンゲージメントの深さを測る指標。アルゴリズムによる「おすすめ」の強力な後押しになります。



KGIから逆算した **目標KPI** が月単位で更新されているか

売上や採用数に紐づくKPIで運用できているかを評価します。

診断結果の判定：貴社の YouTube運用「健全度」スコア

レ点が7個以上



【優良】

戦略的な運用ができています。さらなる
スケールを目指しましょう。

レ点が4～6個



【要注意】

指標のズレが見られます。
目的と手段の再確認を推奨します。

レ点が3個以下



【危険】

ビジネス貢献が低い状態です。
即時のテコ入れが必要です。

スコアはいかがでしたか？ **「正しいKPI」**への修正が、成功への最短ルートです。
改善点がある場合は、しっかりと見直しをしていきましょう。

≡ 無料個別相談のご案内

貴社のYouTube運用を
「**成果が出る投資**」に変えませんか？

累計登録者250万人超の運用実績を持つプロが、
貴社専用のKPI設計と運用改善案を
無料でアドバイスいたします。

CONTACT US

YouTube運用に関するお悩みは、
お気軽にご相談ください。

<https://service.pamxy.co.jp/marketing/youtube>

株式会社pamxy

☐ 自社メディア「[marke-driven](#)」にてノウハウ公開中

チャンネルの立ち上げから、企画立案、動画制作、
データ分析まで、YouTube運用を総合的にサポートいたします。

会社概要

運営会社 株式会社pamxy

代表者 代表取締役CEO 西江 健司

所在地 東京都港区北青山一丁目3番1号 アールキューブ青山3階

設立日 2019年9月27日

事業内容 IP事業、マーケティング事業、コマース事業

事業内容 <https://pamxy.co.jp/>

