

さりげなく口コミ販促

「ユーチューブ」をはじめとする動画共有サイトを企業のイメージアップや商品の販促に活用する動きが出てきた。宣伝色を抑え、話題作りを優先する。インターネット掲示板やブログ（日記風の簡易型ホームページ）を介した口コミ効果を狙う、というのが視聴者の好感度を得る秘訣。動画ならではの表現力とコンテンツのセンスが問われそうだ。

東京・秋葉原の街を歩



のサイトから転載した。その「ユーチューブ」内のラインアップを視聴者が充実させてくれるのを、実は期待していた」と販促企画部の本多宏哉次長。著作権の問題は事前に、おぎやはぎ事務所と合意済みという。

も十月から、広瀬瀬彦社長自ら所属アーティストの野本かりあさんと出演した動画をユーチューブに掲載している。投稿したのは、「野本さんが自分のサイトで別途、動画を毎日配信する」という告知のメッセージ。

ユーチューブで告知を見た視聴者が野本さんのサイトに飛び、動画の本編をユーチューブに投稿する効果を狙った。人気を受けて、国内でも動画共有サイトの開設が相次いでいる。フジテレビ「ワッシーTV」は投稿が相次いでいる。フジテレビ「ワッシーTV」は投稿が相次いでいる。フジテレビ「ワッシーTV」は投稿が相次いでいる。

企業色抑え「謎」を演出

「ユーチューブ」でプロモーションビデオを公開している田中社長（東京都町田市のメガネストア本店）

性を取り囲む五人の戦隊分。「アキバマン」。逃げようとする男性を追い回す「NIKE」隊員。つかまって、服を「D」の販

脱がされた男性が戦隊メンバーとナイキの靴を渡さされて着替えると、カラフルで精気みなぎる男に変身し、ポーズ。公開からわずか三カ月で約四十七万回という視聴回数を記録した動画コンテンツがこれ。ナイキジャパン（東京・品川）が九月、ユーチューブに投稿した動画作品「NIKE Cosplay」写真だ。

「意図的に画質も落とす」に演出したとマークケイ（東京・品川）が九月、ユーチューブに投稿した動画作品「NIKE Cosplay」写真だ。制作費も抑

え、ショートフィルムの「ガネストア」を展開する町田、田中尚己社長だ。起用した漫画コンビ、おぎやはぎさんが政党を立ち上げ、「メガネへの愛」が注目を集めたのは「メ

「ユーチューブ」でプロモーションビデオを公開している田中社長（東京都町田市のメガネストア本店）

「ユーチューブ」でプロモーションビデオを公開している田中社長（東京都町田市のメガネストア本店）

動画共有サイト続々

▼ユーチューブ（YouTube）昨年二月にサービスを開始した動画共有サイトで、掲載する動画は約一億本。今年十月に検索エンジン「米グーグル」が約二千億円で買収した。調査会社のネット



採用・研修に活用

動画共有サイトを採用する企業が増えている。人事研修などに活用する例も出てきた。企業向けマーケティング支援のビルコム（東京・港）は

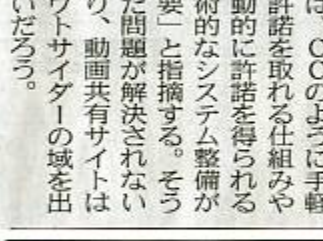
十一月下旬、ユーチューブに会社説明会の案内を入れた動画の投稿を始めた。設定した検索キーワードは「就職活動」「マスコミ業界」など。

ビルコム（東京・港）は十一月下旬、ユーチューブに会社説明会の案内を入れた動画の投稿を始めた。設定した検索キーワードは「就職活動」「マスコミ業界」など。

国内の主な動画共有サイト	サイト名 (運営企業)	特徴	投稿数 (本)	投稿の事前チェック
Askビデオ (アスクドットジェービー)	視聴者が途中からでも見やすいよう、動画にタグをつけて検索できる	15000前後	あり	
アメーバビジョン (サイバーエージェント)	テレビ東京と組んで、面白い動画を取り上げて番組で紹介する取り組みなどがある	約50000	なし (通報あればチェック)	
EbiTV! (ティーケービー)	携帯電話とパソコンどちらからでも動画を視聴したり、投稿できる	25000	あり	
ClipLife (NTT)	音声を解析して動画の「ヤマ場」を抽出してダイジェスト視聴ができる	4600	場合による	
ワッチミー! TV (フジテレビラボLLC)	一般視聴者からの投稿以外に同社が配信するニュースなどの動画も見られる	10000強	あり	
PeeVee.TV (ピーヴィー)	「全体」「友達」「プライベート」と動画の視聴範囲を設定できる	10000以上	あり	

地上波から動画共有サイトへ番組の舞台を広げているのは、東京メトロポリタンテレビジョン（TOKYO MX）だ。毎週金曜日夜に放送しているトーク番組「BIOBITV」を、ユーチューブに投稿している。これを可能にしたのは徹底した著作権管理だ。通常、地上波のテレビ番組は原作者や出演者、音楽の作曲家など多くの人がかかわる分、権利関係が多岐にわたる。一人で

地上波からシフト



も制作した番組を共有サイトに投稿するのを拒否している。三次利用されていること、現状で問題視されるのだ。最近ではコンテンツの

著作権管理の整備課題

も制作した番組を共有サイトに投稿するのを拒否している。三次利用されていること、現状で問題視されるのだ。最近ではコンテンツの

著作権などに詳しい北岡弘章弁護士は「適法にコンテンツが流通するためには、CCのように手軽に許諾を取れる仕組みや自動的に許諾を得られる技術的なシステム整備が必要」と指摘する。そうした問題が解決されない限り、動画共有サイトはアウトサイダーの域を出ないだろう。

（上野宣彦）