

今号では昨今のHPにおける動画コンテンツについて述べたい。動画コンテンツ自体は、昔からあり決して珍しいものではない。しかし昨今において動画コンテンツを利用する施設が増えてきた。その背景と有効的な利用方法について考察していきたい。

まず、動画コンテンツが温泉の湯口の様子や食事の

により、一層人々にとって身近なものになった。こうした背景を基に、動画コンテンツを利用する宿泊施設が増えてきたのである。

次に動画の有効的な活用方法について述べたい。動画の優れた点は、やはりその臨場感を伝える力が圧倒的に優れている点にある。

インターネット 第128回

徹底集客

増えた理由として大きいのは、技術の発達により動画を増やさない部分を表現することをHPに組み込んで重たくならなくなったという点が挙げられる。次に動画自体が誰でも簡単に撮れるようになったという点も大きい。さらに、その動画自体を公開したり情報拡散したりすることもYouTubeをはじめVineなどのアプリが多数出現したこと

により、写真では表現できない部分を表現することに長けている。従って、これらの動画を温泉や料理ページなどに組み込んだりすると、非常に魅力が伝わりやすくなるのである。

また、モデルなどを使用した過ごし方動画を撮ることもYouTubeと、実際に自分がその施設へ旅行しているような疑似体験をさせやすく、「行っ

動画コンテンツの有効活用

てみたい」というお客さまの意識を高めることができるのである。従って、メニューページなどで使用する時、一瞬にお客さまの心をつかむことができるのである。ある施設では、動画をトップページに使用したところ、HPの直帰率が20%を切った事例もある。

また、最近ではドローンをうまく活用した動画コンテンツを使用している施設もある。賛否両論があるドローンであるが、法規制を守りきちんと使用すれば、雄大な大自然など、決して通常では撮影できないダイナミックな動画を撮ることができる。

今後ますます、動画による魅力のPRが増えることは明白なので、積極的に取り組んでいってほしい。

(株式会社アビリティコンサルタント・株式会社ブライムコンセプト 的場弘明) 〓隔週掲載