



SCB

ニュース&トピックス

No.2023-102

(2024. 3. 15)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所

東京営業部 中尾 耕祐・下村 梨奈

03-5202-7671

s1000790@FacetoFace.ne.jp

城北信用金庫が運営する YouTube チャンネル「JoynTV!」について

— 金融機関初!YouTube で地域のこだわり商品を全国で紹介 —

ポイント

- 城北信用金庫は、中期経営計画（2022年度～2024年度）において「BREAKTHROUGH」をスローガンに様々な業務革新に取り組んでいる。
- 中小企業に向けた新しいプロモーション支援策として、消費者目線で「商品」を紹介する YouTube チャンネルを開設・運営しており、毎週水曜日に動画を公開している。
- 視聴ターゲットは F2 層（35 歳～49 歳の女性）に設定し、「今の私に、ぴったりなもの」をコンセプトに 2024 年 2 月末時点で 138 本の動画が公開されている。
- チャンネルで商品が紹介された企業からは、「動画はハードルが高く手が出せないでいた」や「自社の社員や取引先にも大変好評である」と高い評価を受けている。
- チャンネル登録者数は、2024 年 2 月末時点で 790 人であるが、将来的には、収益化（現在は掲載無料）や対象企業を全国の信用金庫取引先へ拡大すること等も視野に入れている。

1. はじめに

当金庫は、地域の「プラットフォーム」として、取引先の課題解決に向けて幅広く伴走することを目指し、中期経営計画で定めた「BREAKTHROUGH」（障壁の突破）をスローガンにさまざまな「業務変革」に挑戦している。

金融機関の規制緩和も進み、信用金庫に期待される役割や業務範囲が拡大する中、お客様の多様なニーズに応えるための様々なソリューションを開発し提供している。そのラインナップの一つとして、当金庫では、2022 年 12 月に金融機関初の取組みとして取引先の魅力ある商品を全世界に発信する YouTube チャンネル「JoynTV!」を開設した。本稿では、当金庫が企画・運営を手掛ける「JoynTV!」について紹介する。

2. 「JoynTV!」について

(1) 背景

当金庫は、非金融分野による顧客支援部門としてコミュニケーション開発事業部を立ち上げ、都電荒川線沿線の飲食店を紹介する「Tram Walker」や地域事業者のアイデアや最新の取組みを発信するウェブメディア「NACORD」などを開設・運営し、オウンドメディアとして取引先商品・サービスや地域資源の情報発信に取り組んできた。

昨今、「動画」は、情報媒体として主流となり、ひと目で伝わるという利点から、商品プロモーションなどへの活用が進んでいる。しかしながら、中小企業にとって動画制作は、まだ馴染みが薄く、また、作った動画をどう広く見てもらうかなどの課題も

多い。そうしたことを背景に当金庫では 2022 年 12 月に中小企業の商品情報を発信する新しいソリューションとして、Youtube チャンネル「JoynTV!」を開設した。

なお、「JoynTV!」という名称は、動画を楽しん（「joy」）で観てもらいたいという想いと、お客様と視聴者、商品と視聴者、お客様同士などを繋ぐ（「joint」）ことで、当金庫（城北信用金庫の「J」）が日本全国（Japan の「J」）に取引先の商品・サービスを広める役割を果たしたいという想いを込めている。

(2) コンセプト・ターゲット

「JoynTV!」のチャンネルコンセプトは、「今のわたしにぴったりなもの」で、様々なライフステージに立ち、経済的に余裕のある F2 層（35 歳～49 歳の女性）を視聴ターゲットとしている。そのターゲット層から具体的なユーザー像（架空のペルソナ）を設定し、当該ユーザー像の視点から好まれる商品という条件のもとコンテンツ（紹介商品）を選定している。そのため、当チャンネルでは、グルメやファッションアイテムのほか家族や友人へのプレゼントに最適な品々を中心に上げられている。

また、動画の進行役には、元 群馬テレビのアナウンサーであり 3 児の母でもある山部朱里さんを起用している。前述のユーザー像と同年代であることから、紹介商品に対して同じ消費者としての視点を持ちつつも、明るく親近感のあるキャラクターと、視聴者に商品の良さを的確に伝達するアナウンス力で商品の魅力を丁寧かつ分かりやすく伝えている。



(図左)
YouTubeチャンネルの
トップページ
(図右)
二次元コードより
当チャンネルへアクセス

(3) 企画・運営

当チャンネルは、総合企画部を中心とする部署横断的なプロジェクトチーム（現在、4 名）で担当している。公開までの流れは、まず営業店からの紹介をもとに季節性などを踏まえて掲載商品を選定し、構成・台本の原案を制作した後にチーム内で内容をすり合わせ、その後、収録となる。なお、動画の編集は外部業者に委託しているが、撮影はチームメンバーで行っている。また、収録場所は、基本的に当金庫の施設内であるが、紹介企業の良さを引き出すために必要に応じてロケも行うなどしている。

当チャンネルに掲載する動画は 1 本あたり 5 分～10 分程度で、伝えるポイントは、字幕を活用しながら一定の間隔で織込み、テンポの良い構成を心掛けている。動画は、毎週水曜日の午後 9 時、見逃し配信用のショート動画（60 秒以内）は、毎週金曜日の午後 9 時に配信し、登録者が定期的に視聴できるよう投稿日時を定めている。

【撮影風景】



(4) 取引先からの反応

当チャンネルに掲載する YouTube 動画の概要欄には、掲載企業の HP と EC サイトのリンクを掲載し、気になる商品があれば、その URL から直接企業にアクセスできるほか、EC サイトからは商品を購入できる仕組みとしている。

掲載先企業からは、「EC サイトの売上げが伸びた」「展示会で動画を流したところ、足を止めてくれる人が増えた」「動画をきっかけに企業から連絡があり販路拡大につながった」等、今後について期待する声も含め様々な反響が寄せられている。

3. 今後の展望について

2024 年 2 月末現在のチャンネル登録数は 790 人、掲載動画数は 138 本、1 動画あたり最も多い視聴回数は 4.6 万回となっている。

現在を事業準備フェーズとして、ファン（登録者数）の獲得と安定的な動画の再生回数を目指している。継続的な動画配信により登録者数も順調に増加傾向にあり、掲載企業からの反響も好評であるため、当金庫としても取引先商品の情報発信となる取組みであると評価している。

「JoynTV!」をまずは中小企業の優れた商品が集まる場として、また、広告媒体として価値を高めることを目指し、やがては、この取組みを全国の信用金庫の取引先まで拡大させて、全国各地の中小企業の商品がネットを介して相互に行き交うプラットフォームとして発展させていきたいと当金庫では考えている。

以上

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがって、投資・施策実施等についてはご自身の判断でお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は予告なしに変更することがありますのでご注意ください。