CS放送&ケーブルテレビの 未来を切り開く クロスメディアソリューション

2024年11月13日（水）～15日（金）、メディア総合イベント「Inter BEE 2024」が千葉・幕張メッセにて開催。1,058社/団体が出展し、33,853人が来場した。最新技術や製品が集結する展示会として大いに盛り上りをみせた「Inter BEE 2024」で注目を集めていたのが、クラウドを活用したソリューションだ。ここでは、（株）メディアキャスト（東京・品川区、杉本孝浩代表取締役）のブース内にて提案された、コンテンツの有効活用と新たなマネタイズを目指した「コンテンツアーカイブ&クロスメディアソリューション」と、新たな地域コミュニティネットメディアを紹介する。

「コンテンツアーカイブ&クロスメディア映像配信」

国産クラウドを活用し 番組アーカイブと映像配信

クラウド上にさまざまなソフトウェアが実装され、放送における全ワークフローがクラウド上で完結するまでとなった。また、動画配信という新たな領域も同時にカバーし、クラウド活用は放送業界・コンテンツ業界において必須のソリューションになりつつある。メディアキャストブースでも（株）オプテージによるクラウドサービスを活用した「コンテンツアーカイブ&クロスメディア映像配信」ソリューションに注目が集まっていた。

「コンテンツアーカイブ&クロスメディア映像配信」の主な対象事業は、多チャンネル放送事業者やローカル局等。両者は、放送・映像制作業界において主に使われてきた映像業務用磁気記録テープメディアが24年3月にて販売が終了等による番組のアーカイブ対策、テレビを視聴しない若者たちとのタッチポイント獲得&放送外での新たな収益確保といった共通の課題に直面している。しかし、それぞれを個別対応していては、手間もコストもかかり、ワークフローも複雑化しかねない。（株）オプテージが（株）メディアキャストとともに開発する「コンテンツアーカイブ&クロスメディア映像配信」は、このアーカイブと新たなマネタイズ策候補である“映像配信”をクラウド上で完結する提案だった。実際、多くの来場者がブースを訪れ、熱心に説明を聞いていた。

和田到大氏（株）オプテージ 技術開発部 光TV技術開発チーム サブマネージャー（右）
大林史弥氏 同 技術開発部 光TV技術開発チーム（右から2番目）
森　俊洋氏 同 クラウドビジネス推進部 クラウドビジネス戦略チーム チームマネージャー（左から2番目）
東　智一氏（株）メディアキャスト 営業企画部 課長（中央）
佐野達郎氏 同 営業企画部（左）

アウトバウンド課金ゼロ 管理しやすいアーカイブ

関西電力グループの情報通信事業者であり、データセンターを運営する（株）オプテージは、国産クラウドサービス「オプテージ コネクティビティ クラウド・ストレージ（OCCS）」を提

供。この「OCCS」は、ペタバイトクラス(PB)まで対応可能な高性能・大容量のクラウドストレージサービスとして、さまざまな業界で利用されている。“国産”クラウドのため、料金は円建て・月額固定であり、ファイルのアップロード&ダウンロードにかかるアウトバウンド課金の負担もない。そのため円安やアクセス増加による通信費増といった予想外のコストアップの不安がない。(株)オプテージ クラウドビジネス推進部 クラウド戦略チーム チームマネージャーの森 俊洋氏は「OCCSへの接続はインターネットのほか、専用線等の回線提案も可能で、高品質・高信頼のクラウドサービスを提供しています。また、AWSやMicrosoft Azure、Googleクラウドといった大手パブリッククラウドとダイレクトに接続し、マルチクラウド環境の構築もできます」と語る。なお、オプテージは大阪のデータセンターにてOCCSを運営し、24年12月には東日本リージョンをスタートして2拠点運営となる。

OCCS上で提供するアーカイブソリューションは、コンテンツとともにタイトルや番組ID、メタデータや動画のサムネイルに加えて、番組の台本やプロジェクトファイルなど必要なすべての情報素材を一緒にアーカイブ化できる。「タグ付けを行い、管理しやすいものになっています。AIによるメタデータ生成も視野に入れています」と同社 技術開発部 光TV技術開発チームの大林史弥氏は説明する。

アップロードされた動画は、Web管理画面上でプレビューが視聴でき、5秒刻みや1フレームごとなど、詳細に映像確認が行える。仮に映像にノイズなどが乗っている場合は、その場面をキャプチャし、「ノイズの除去お願いします」などの依頼コメントを加えて投稿する。考査部門のチェックも行え、「表現を変更してください」といった指摘も同様の手順で行える。コメントは作業順にて一覧表示され、修正や変更がいつ・誰によって寄せられたものか、修正が完了したかどうかも管理画面上で分かる。制作・編集部だけでなく、社内の全部署をまたいで共有が可能だ。まさにアウトバウンド課金がないから実現できるポイントといえ、コストを気にせず気軽に何度もダウンロード&アップロードが行える。「映像制作では、さまざまな分野のチェックが入るほか、考査も必須になります。同システムならば1フレームごとにチェック可能。部門ごとに詳細にチェックができ、かつ作業状況が一目で分かります。担当部門ごとにコメント部分の表示を色分けするなど、より分かりやすく工夫をしていく計画」(大林氏)。社内だけでなく、IDを付与すれば外部からのアクセスも可能で、「番組制作会社からクラウドに直接アップロードによる納品も可能」(森氏)。

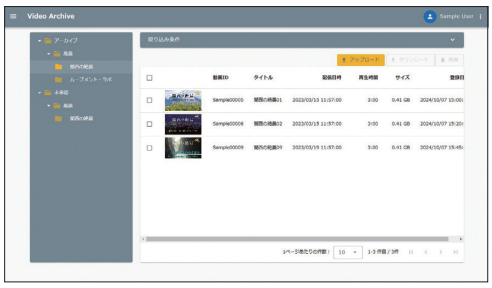
パブリッククラウドとの連携も可能なことから、パブリッククラウドにあるさまざま管理システムや営放システム等との連携も行える。同社 技術開発部 光TV技術開発チーム サブマネージャーの和田到大氏は「動画配信サービスへの展開を踏まえ、営放システム等との連携によるメタデータ生成&管理も視野に入れた開発を進めています」と、今後もさらに利便性を追求していくことを示した。

自社ブランドでの動画配信プラットフォームを実現！

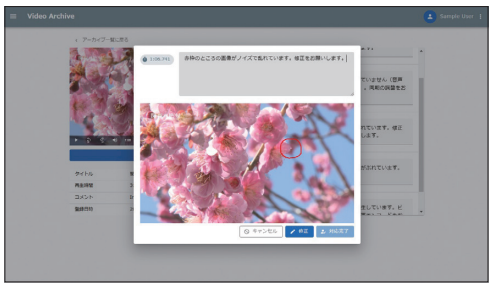
YouTubeはもちろん、NetflixやAmazon Prime Video、そしてTVerと多種多様な動画配信サービスが次々と登場し、若者を中心に動画のオンデマンド視聴が定着した。一方のCS放送サービス市場はシュリンクし続けている。野村総合研究所(NRI)の「ITナビゲーター2024年度版」(24年1月発行)では、有料放送プラットフォームサービスの加入世帯は、22年度の1,372万世帯から29年度には1,096万世帯(IP放送+衛星放送+有線放送含む)まで減少すると予測している。月刊『B-maga』が毎月集計している専門チャンネルの視聴可能世帯数データでも、23年にCS放送視聴可能世帯数TOP50内の専門チャンネルのうち加入者増を達成したのは2チャンネルのみと厳しい状況だ。

この現状を破るひとつの方法が、動画配信サービスへの着手だ。しかし、動画配信サービスを自社で立ち上げるには相当のコストと労力が必要になる。もちろん、音楽関連の著作権等をクリアしなければならない。「コンテンツアーカイブ&クロスメディア映像配信」ならば、前述のアーカイブを活用した自社運営のプラットフォームを開局することができる。クラウド活用のため柔軟でスケーラブルなサービスが実現できる。

同システムの特長のひとつは、自社ブランドにてクロスメディア対応の動画配信プラットフォームが構築できることだ。動画配信サービスは、スマートフォンやPC、コネクテッドTV(CTV)で視聴可能がデフォルトだが、同システムは(株)メディアキャストの技術によりHybridcastも追加される。「CS放送は一部チャンネルを除き、データ放送を行なっていませんが、メディアキャストの『ARKUSEVEN』により、CS放送からHybridcastやCTVへと遷移できます。



アーカイブ管理画面



1フレームごと詳細にチェック可能

コンテンツ管理画面

コメントは一覧表示される

『番組の続きは動画配信で』『他のエピソードは動画配信で楽しめます』といった1台のテレビ受像機で放送と動画配信のシームレスな連携が図れます。これこそ、放送と動画配信を融合させたクロスメディアです。動画配信は加入当初はスマートフォン等で視聴されますが、その後はテレビ視聴が増加する傾向にあります。CTVやHybridcastへ遷移できるのは、他の動画配信サービスとの差別化ポイント」と和田氏は語る。当然、全デバイスのエンコーディングについての検証も実施済みだ。アーカイブ機能と動画配信機能の連携をはじめ、管理画面の操作性も追求中。「事業者の皆さんの意見をお聞きし、作り上げていきたい」(大林氏)。

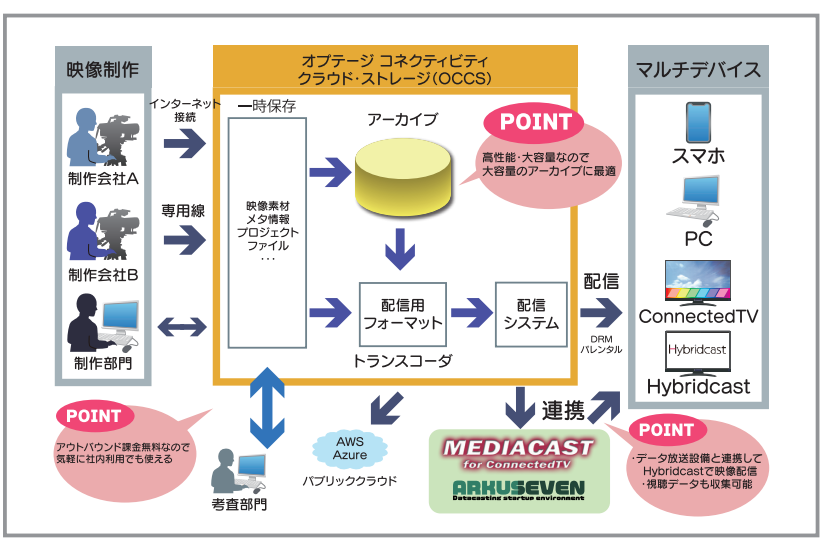
29年度にはCTVが4,900万台まで増大し、うち4,000万台がネット接続されるものとの予測数値(※NRI ITナビゲーター2024年度版)もあり、CTVおよびHybridcastでのシームレスな環境下で、自社ブランドで放送とオンデマンドの両軸展開がテレビ画面上で行えることは、今までよりも幅広い顧客層にリーチできる可能性があり、CS放送やローカル局にとって魅力的だろう。また、自社運営だから視聴ログなどのさまざまなデータを取得でき、コンテンツ強化に生かせる。「ブランドイメージを踏襲した画面デザイン、使いやすいユーザーインターフェースを提供し、チャンネルブランドにマッチしたサービスをカスタマイズして提供していきます」と和田氏は語る。

利益が出やすい動画配信 海外向け番組販売にも活用可能

次の特長が、コストを抑えた運営が行える点だ。外資系パブリッククラウドを利用した動画配信サービスの場合、視聴されるたびにダウンロード費用がかかる。「加入者が増えれば増えるほどCDNの負担額が大きくなり、利益が出にくいサービスになりがちです。しかし、OCCSはアウトバンド課金が無料であり、その心配がありません」(和田氏)。もちろん、JASRAC・日本レコード協会・NexToneなどの団体のフォーマットで視聴ログも取得可能であり、楽曲の再生状況を報告することができ、ハリウッドメジャースタジオ推奨のDRMや国別フィルター機能も搭載予定だ。

大手動画サービスが台頭するなかで自社運営によるプラットフォームが成立するのか不安なところだが、動画配信サービスの利用状況データをみると、可能性があることが分かる。ネットリサーチ調査によると25%(調査結果:24年1月16日〜29日)が、NTTコムリサーチのデータでは33%超の人たち(調査結果:22年5月6日〜12日)が複数サービスを登録している。大手動画サービスはエンターテイメント全般であり、ジャンルに特化した専門性の高い尖ったサービスであれば、まだまだニーズはあるものと想定される。また、CTV広告による市場拡大が今後見込まれており、そこへの期待値も膨らむところだ。

そして拡張性があるのも特長のひとつ。同ソリューションは、国別フィルタリング機能を有しているので日本国内のみへの配信制限も可能だが、特定の国や地域向けへの配信といった海外展開も行える。「動画配信サービスの海外展開はもちろん、番組単位での販売も対応できます。日本のコンテンツはアジアで人気が高いので、ここも期待できるでしょう。また、ライブ中継などにも対応できます」と森氏は語る。同ソリューションは、コンテンツ軸でのさまざまな展開が行えるプラットフォームといえる。クラウドのスケーラビリティ、アーカイブの有効活用、そして国産クラウドといったメリットは、まさにCS放送やローカル地上波局向けのクロスメディアソリューションといえるだろう。



クロスメディアソリューション「POSCASt」

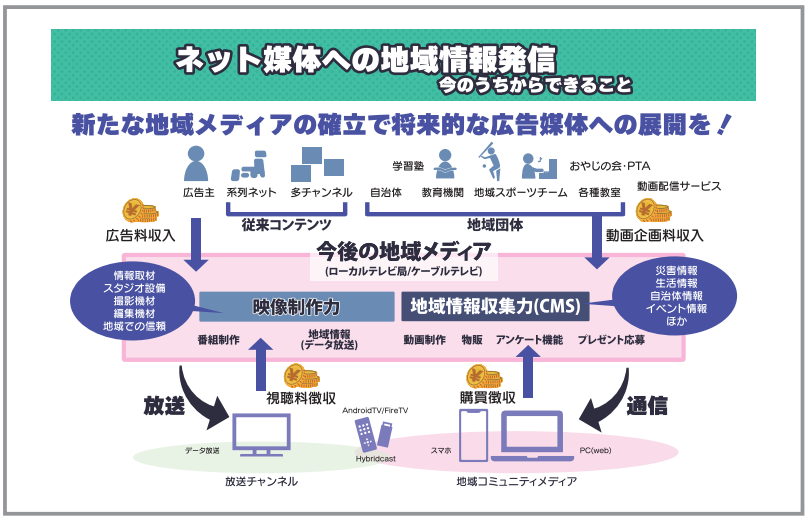
地域情報&動画配信&投稿&EC あらゆる機能を網羅した地域メディア

(株)メディアキャストでは、ケーブルテレビ局向けクロスメディアソリューション「POSCASt」を展示した。この「POSCASt」、データ放送等で地域情報を扱ってきたメディアキャストならではのアプローチによる、今までありそうでなかった新たな地域コミュニティメディアだ。

ケーブル局は、加入者はもちろん、行政および地域企業など、地域との結びつきが非常に強い。長年にわたり地域情報を制作し、日々コミュニティチャンネルにて放送し、近年ではYouTubeやSNSでも地域情報を積極的に発信している。

そのケーブル局のデータ放送は、地域情報が満載だ。行政情報や災害情報からごみ出し情報やお悔やみ情報まで、幅広く提供されている。これらの情報はデータ放送のCMSにて集約されている。CMSに集約された地域情報をCTVや、PC&スマートフォン向けに配信するのが、「POSCASt」だ。

一見、よくある地域情報ポータルサイトだが、



機能が多様かつ斬新だ。まずひとつは前述のように自社制作番組などのリッチコンテンツをマルチデバイス向けに簡単に配信できること。「地域のニュースはもちろん、コミュニティチャンネルやデータ放送で提供中の河川や道路状況の監視カメラ映像も配信でき、災害・防災にも役立つメディアになります」と(株)メディアキャスト 営業企画部 課長の東智一氏は語る。

2つ目がメンバーシップ機能。学校関係者、町内、スポーツチーム関係者、学習塾などの習い事教室など、特定のメンバー限定のコンテンツ提供が行える。これならば学校行事の模様などの配信を保護者や子供たちだけに限定でき、個人情報保護にもつながる。

3つ目が視聴者動画投稿機能。「POSCASt」の投稿機能は、行政と住民のHUB的な役割が担える。例えば街の道路に陥没した箇所などがあった場合、それを撮影し、同サービスにアップロードすると、その情報が行政へと伝わる仕組みが構築できる。「行政とのつながりが強いケーブルテレビならではの機能。市民の皆さんが快適に生活できる、そして地域貢献の一助に」と同社営業企画部の佐野達郎氏は説明する。

Android TV、スマホ、PC、タブレットで視聴可能。新たなマネタイズの可能性も

4つ目が購入決済機能。サイト上で物販が行えるほか、動画コンテンツとして製品を紹介し、気に入れば同一サイト内(決済はECサイトにて実施)にて購入する導線もひける。

このように「POSCASt」は地域情報、動画配信、投稿機能、EC機能などのすべての情報が集約された地域のポータルメディアになりえるもので、ケーブル事業者が自局ブランドで展開できるのが大きな特徴だ。グラフィックやUIはもちろん各社のニーズに応じてカスタマイズ。更新も日々の業務の一環として行える。

メディアキャストならでは ケーブルテレビの新たな収益源を

ケーブル局にとって「POSCASt」は新たなマネタイズの可能性があるソリューションだ。例えば、映像制作。行政からのお知らせやお店紹介などのプロモーション映像の制作・配信を請け負うことでマネタイズができる。自社コンテンツもインストリーム広告が行える。YouTubeにて公式ページを運営するケーブル局は多数あるが、なかなか広告収益までには結び付いていない。「POSCASt」が地域ポータルサイトとしての認知が広がれば、広告収入も見込めるようになる。

鹿沼ケーブルテレビ「ミルシカ」TOP画面

また、有料での動画配信も可能だ。「習い事などを映像シリーズ化し、月額課金などで提供できます」と東氏は語る。これまで収益を得るのが難しかった地域コンテンツだが、「POSCASt」ならば、その壁をクリアできそうだ。ダイジェスト映像などを「POSCASt」で配信し、本編をコミュニティチャンネルで放送して、接触率アップにつなげることもできるだろう。もちろん、ECサイトもマネタイズになる。

視聴者とのインタラクティブが実現できるのも魅力だ。プレゼント応募やイベント申込にも使え、抽選&申し込みから当選、イベント当日までの流れなどに随時対応が可能となり、今まで以上に細やかなコミュニケーションが加入者と図れるだろう。

「POSCASt」はすでに、鹿沼ケーブルテレビが採用し、「ミルシカ」(https://mirucica.jp/)ブランドにて運営を開始した。鹿沼ケーブルテレビでは、第1フェーズとしてコミチャン配信から活用をスタート。加入者特典サービスと位置付け、お試し番組やお知らせを除き、ほぼすべての動画に会員限定の視聴制限をかけて提供している。このように自社の戦略に応じてコンテンツ構成が組める。「POSCASt」は、長年ケーブル局とコミュニケーションを図り、地域コンテンツを扱ってきたメディアキャストだからできるソリューションといえる。

「POSCASt」をベースに構築する地域メディアは、当面は地域団体(行政を含む)から動画制作や配信料を徴収しながら、数年かけて媒体価値を向上させ、地域における高い広告価値を持った“収益を上げる媒体に育て上げること”を大きな目的としており、コミチャンに次ぐメディアの創造にもなる存在だ。