

How do you make a business with Streaming?

ストリーミングはビジネスになるか

アダルトに潜む ストリーミングの可能性

タケサト: これまでさまざまなストリーミングの話をしてきて、いろいろと見えてきた部分もありますが、果たしてそれが商売として成り立つのかという話はしていなかったと思います。今回は「儲かるコンテンツ」について考えてみましょう。

アネハ: よく「ストリーミングはB2Bの形では儲からない。消費者向けのコンテンツ販売は無理だ」ということを聞きますが、果たしてそれは本当なんでしょうか。

タケサト: たしかに、アダルト以外のストリーミングコンテンツに直接課金して儲かっているという話は聞きませんね。

アネハ: 「アダルトでも儲かっているのはKUKI(A)だけだ」ということを聞いたことがあります。そこでその秘密を探るべくKUKIにも取材したところ、いくつかの重

要なキーワードをつかみました。間違いなく言えるのは、「裸ならすべて儲かるわけではない」ということ。儲かるのにはそれなりに理由があるのです。

タケサト: ただ、アダルトはコンテンツそのものがストリーミングに向いているという面もありますね。たとえ、1時間のコンテンツでも1時間みっちりとする必要がない。好きなところだけを見られますから。

アネハ: KUKIは「又ければいいコンテンツ」と言っていました(笑)。要するにストーリー性が重視されないの、パソコンの前に拘束されない。これが1つのポイントです。「パソコンで見るのはダメ」という前に、「パソコンでも見られる手軽なコンテンツを考えよ」ということでしょうね。

タケサト: それから、アダルトというジャンルの特殊性がインターネットに向いていることにもあらためて気付かされました。KUKIでは会員の3割が外国からのアクセ

スだそうです。アダルト系コンテンツの倫理規定が厳しい国では日本のアダルトビデオは輸入できない。だから、インターネット経由で見たがる人がいるという話です。

アネハ: そうですね。たとえばノーカットOKと思われている米国でも、「セーラー服を着て縛られている」といったコンテンツはNG。幼児虐待とか性差別とか、意外に外国のほうが厳しいことが多い。それでも見たい人たちが「日本のあのサイトなら見られる!」ということで集まるのです。

タケサト: だから、KUKIでは韓国語や英語のメニューも用意されていたワケですね。おそらく、初めから予想していたワケではないでしょうが、そういう切り口でサイトを作るのもおもしろいですね。

ストリーミングは商品ではない

タケサト: では、それをどうお金に結びつけていくかという話に行きましょう。これ



Aneha Yasushi
アネハ ヤスシ

Freddie Mercuryが死んだころ、QuickTimeが生まれた。そのことに勝手に因縁を感じているロック野郎。忙しくてQuickTime 10周年記念イベントに参加できなかったことを異常に後悔している。元Paul Raymond Projectボーカリスト。

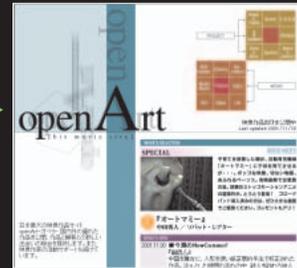


Hayashi Takesato
ハヤシ タケサト

SMILが生まれた経緯を聞く機会がありました。長く使ってきた言語の発端や今後の方向などを知り、PC以外にいるんな世界があることを再認識。未来があり、さらに活躍することを期待。
www.takesato.com/smil/

Aneka's Recommend アネハノオススメ

いわゆる自主制作映画などの作品を募集し、公表する参加型のコミュニティーサイト。さまざまなジャンルの作品を見られるが、すごいレベルの人たちもいるものだ。また、参加型にありがちな雑然とした感じはなく、きちんと整理されている。このサイトのどこかに私がいるハズ。



openArt
www.nifty.com/eArtist/openArt/

までストリーミングで成り立っている会社、たとえば世界一のダウンロード数を誇る「Danni's Hard Drive」(B)にしても、KUKIにしても、会員制で、ストリーミングの各コンテンツに対して課金するペーパービューの方式はとっていません。ここにも成功の秘訣があると思います。

アネハ: このあたりは「所有欲」とも関係してくる話だと思います。たとえば、「ビデオテープを1本買った」なら、自分の手元にパッケージが残る。それがデジタルになると、「持っている」という感覚が希薄になりますよね。それでも、「ダウンロードした」なら、自分のハードディスクに残るわけで、かろうじて所有欲は満たされます。

タケサト: ところがストリーミングの場合、いくら払っても、いつまでたっても実体はネットワークの向こう側にしかない。たしかに、納得がいかない感じがしますね。たてまえとしては、データがどこにあって

も関係なくアクセスできるのがネットワークのいいところですが、消費者の心理は、そう単純じゃありませんよね。

アネハ: どんなにすばらしいコンテンツでも、ストリーミングで1本いくらというのはなかなか難しいと思います。KUKIへの取材では、「ストリーミングだけを切り出して売るのはおかしい。ユーザーは文字、音声、グラフィック、いろいろな要素で楽しめればいい」という話がありました。そのとおりだと思います。モチベーション的には動画を楽しみたい部分が大きくても、1つのコンテンツのためにお金を払うユーザーはそれほど多くない。会員になって、他のコンテンツもすべて見られるほうがずっとうれしい。また、多くの場合、会員になるとユーザーサポートが受けられます。まだまだストリーミングは面倒な技術ですから、コンテンツを売りっぱなしにされるよりはるかにいいでしょう。

ユーザーを遠ざける 強引な権利主張

タケサト: 先程、ストリーミングとダウンロードの話が出ましたが、ここで注目されるのがDRM、つまり著作権管理の話です。ダウンロードだと著作権管理が難しいからストリーミングにするという話も聞きます。

アネハ: それも厳密な意味では間違いで、ストリーミング映像を保存できるツールもあるし、ストリーミング再生したものをアナログ出力してビデオ録画だってできます。

タケサト: だからこそ、DRMの技術が重要になってくるのですが、ユーザーにとっては面倒な作業が増えるケースが多いですよ。ユーザーだけじゃなくて、サイト運営側にとっても面倒だと思います。

アネハ: となると、たとえセキュリティーが弱いとしても、サイトそのものにパスワードをかけるほうが楽ですね。DRMももっと

A



KUKI
www.kuki.co.jp



B

Danni's Hard Drive
www.danni.com



Car@now
www.carnow.com

Takesato's Recommend タケサトノオススメ

紙面にビデオは入れられない。テレビに文字がたくさんあるのは一般的ではない。そんななかで、専門誌の情報量とインターネットのスピード、検索性やコンテンツのリンクと視聴履歴を兼ね備えたこのサイト、カーマニアだけの楽しみにしておくにはもったいない。

成熟して、ユーザーに負担を強くないものであればいいのですが、今のままの技術では「コンテンツ課金」はやはり難しいと思います。

タケサト: 権利関係といえもう1つ、肖像権などにおいてもアダルトには特徴がありますね。権利は販売会社にあるため、ビデオで販売したものを簡単にウェブで公開できるわけです。

アネハ: ある意味ではひどい世界ですが、普通のテレビ番組をストリーミングしようとしたら、それぞれのタレントのプロダクションやらレコード会社やらに、権利の承諾をとるだけで大変なことになってしまう。

コンテンツで儲けるための5か条

タケサト: ここまでアダルトのことばかり話していましたが、要は「アダルトだから儲かっているのではない。たまたまアダルトがスイートスポットだった」ということだと思

います。ここを声を大にして言いたいですね。ここで、少しポイントを挙げてみましょう(C)。については、まあ映画やドラマ以外は何でもイケると思います。ちょっと月並みですが、短いものでいえばミュージッククリップ、コメディ、ショートフィルム……といったところですね。

アネハ: については、以前、読売テレビの方からおもしろい話を聞きました。読売テレビのサイトでは有料コンテンツの「稲川淳二の恐ーい話」(D)が、大人気だが「ストリーミングの粗い画像が恐さを増幅させているかも」ということでした。美しいいいとは言い切れない世界もあるということをお忘れてはいけません。

タケサト: のインターネットでしか見られない付加価値については、代表的なところでは映画やテレビ局のメイキングビデオなどを当てはめられると思います。

アネハ: それと、海外からのアクセスをタ

ーゲットにできるもの、つまり「ある国では見られない」ものを積極的に導入することも考えられますね。このあたりは法律を調べないといけません。

タケサト: とは、意味的には同じだと思います。単独でストリーミングを商売にせず、サイト全体をインタラクティブな仕組みにするということ。無理してストリーミングコンテンツ自体をインタラクティブにする必要はないんです。そういえば、もう1つ、大事なポイントがありました。「地に足がついた商売をする」ですね。KUKIの人も、「利益は出てるが、それほど儲かっているわけではない。普通に商売としてのコストを計算しているだけ」と言っていました。

アネハ: プロードバンドだ、ストリーミングだというと、突然何億とか言い出す人がいますが、夢を見過ぎるなどということですね。これはストリーミングだけでなく、世の中全体への警告として捉えてもよさそうですね。



ストーリー性が重視されない手軽なコンテンツを扱えクオリティーよりも見たいという動機付けに注力せよ
「インターネットならではの」を考えよ
ストリーミングコンテンツを単体で売ろうとするな
コミュニティサポートを大切にせよ



YTV Interactive 有料コンテンツ
www.ytv.co.jp/special/

BOOSTING PERSON

Danni's Hard Drive
 プレジデント ダニー・アッシュ
 www.danni.com

キーワードはファンとの交流

95年からアダルトサイトを運営しているDanni's Hard Drive。ファイルのダウンロードで世界一のギネスレコードを持つことで有名だ。その社長兼トップモデルのダニー・アッシュ氏に有料オンラインサービスのポイントを聞いた。

注目したいのは、最初からビジネスを目的としてスタートしたのではなく、最初は彼女のファンを中心としたコミュニティーサイトがトラフィックを生み、商用サイトになったこと。現在は彼女以外にも多くのモデルが掲載されているが、いまでも基本はファンとモデルのコミュニケーションにあるという。そのため、トラフィックの増加のみに腐心している他のサイトとは異なり、儲け一辺倒のだましや課金を一切せずにユーザーの利便性を追求しているところが、逆に大きなリピーター率につながっている。繰り返しファンに見てもらえるようにストリーミングを使ったライブやそのアーカイブ、チャットでモデルへのリク

エストができるプログラムも定期的に用意されている。一方、本人がプレイボーイ誌などでモデルをしていた経験から、モデルへの支払いも、決まった収入しか得られない雑誌とは異なり、継続的な収益を確保できるように考慮しているため、モデルも安心して参加できるのだという。

世界規模のサービスからシステム販売への転換も狙う

早期から大量のトラフィックをさばくため、かなりの部分を自分たちで開発する必要があったが、現在でもより質の高いサービスに向けてシステムへの投資は続けているという。同社のスタッフにはSGI出身の技術者がおり、一部のコンテンツでは少ない帯域でもきれいな動画が見れるようにMotion JPEGをベースとした独自開発のビデオで配信を行っている。通常は映像と音声の両方の質を重視するが、ファンの要望に応じて画質優先で作ったのだそうだ。

また、毎月フリーのストリーミングビデ

オがアップデートされているが、ユーザーの負担を考えて、必ず短いダウンロード用のムービーも用意している。しかも、こうしたビデオファイルには暗号化がされていない。他社が自分たちのコンテンツを使ってサービスを提供する場合は警告するが、現在のDRMは使い勝手が悪くユーザーフレンドリーでないため採用する予定はないという。

今後も「さまざまな機能を追加してDanni's Hard Driveというブランドを広げていきたい」とのことだ。日本や他の国でのサービス開始について聞いたところ、かつてコンテンツ提携の話も出たが、言語や生活習慣の違いなどがあり難しいようだ。これからは巨大なトラフィックを生み出している同サイトの運営経験を生かして、現在のシステムの外販も考えているという。有料サイトの先駆者である彼女は、常に魅力的なサイトについて考えながら一歩先のビジネスを見越している。

(タケサト)

ユーザー満足への奉仕が
高いリピーター率を作る

photo : Watari Takuhiro



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp