



メディア & エンターテインメント

OTT: 動画配信にクラウドで変革を 起こす方法

Direct-to-Consumer とストリーミング市場で成功するためのプラットフォームの構築



目次

大きく変化した業界	3
急成長する D2C サービス市場	4
革新的な変化を生み出す技術基盤の構築	6
AWS での D2C およびストリーミングコンテンツプロバイダー: ITV、Joyn、Kiswe、 Peacock、Seven West Media.....	14
今すぐ開始する	19

大きく変化した業界

インターネット通信の台頭により、さまざまな産業は激変しました。その中でも、とりわけメディア & エンターテインメント関連のビジネスは一変しました。長らく変化がほとんど見られなかったこれまでのメディア消費の形態が、わずか数年で根本的に変わりました。それに伴い、既存のメディアブランドが着実に成長し、安定収益を確保するためのビジネスモデルと収益モデルも変化しました。新型コロナウイルス感染症のパンデミックにより、コンテンツの消費は70%増加しただけでなく、コンテンツの制作が物理的な設備から、より俊敏でコスト効率の高いクラウドソリューションへ移行したことで、この変革はさらに加速しました。

視聴者の志向が Direct-to-Consumer (D2C) やビデオオンデマンド (VOD) のサブスクリプションを提供するストリーミングプラットフォームに移行したため、企業は適切なコンテンツを求める視聴者の期待に迅速に応えるべく、早急に進化する必要があります。この変化は、視聴者だけでなく、メディアのサプライチェーンに関わるステークホルダー、例えば、視聴者の要望や期待をいち早く捉えるために新しい合理的な仕事の仕方をするクリエイターにも及んでいます。

従来のコンテンツ制作、配信の手法にとらわれず、デジタル技術を活用した企業が D2C とストリーミング動画の市場の爆発的な拡大に拍車をかけています。クラウドベースのサービスが台頭する中で始まったこの新しいタイプのメディア企業は、動画を視聴する方法を形作り、大きく変革することを目指しています。もはや、サービスを構築、デプロイするためにハードウェアベースのテクノロジーには依存しません。代わりに、D2C 動画配信とクラウドベースのインフラストラクチャを組み合わせることで、スケーラブルで俊敏、かつコスト意識の高い基盤を実現し、画期的な新しいサービスを配信しています。

クラウドを用いた動画サービスの導入は、新しいメディア企業だけでなく、多くの企業にとって魅力的なものです。放送局などの既存のプレイヤーは、ビジネスの信頼性を犠牲にすることなく、これまでになく俊敏性を実現するために、オンプレミスインフラストラクチャからクラウドへの移行を進める必要に迫られています。

多様性が増し、競争が激化する D2C 動画市場への参入を考えている企業にとって、テクノロジーインフラストラクチャは重要な成功要因です。この日本語ガイドでは、加速する D2C 市場の拡大、ライブおよびオンデマンドのストリーミング動画ワークフローを作成するためのクラウドとハードウェアベースのアプローチ、定額制動画配信 (SVOD) や広告型動画配信 (AVOD) などの異なる収益化モデルについて解説します。また、クラウド中心のアプローチで D2C サービスを作り上げた企業の例もご紹介します。

多様性が増し、競争が激化する D2C 動画市場への参入を考えている企業にとって、テクノロジーインフラストラクチャは重要な成功要因です。

急成長する D2C サービス市場

D2C とストリーミングサービスは、Over-the-Top (OTT) と呼ばれ、インターネットでの動画コンテンツのディストリビューションを意味します。これらは従来のリニア TV や有料 TV の事業者を介さず、携帯電話、スマート TV、タブレット、コンピュータ、セットトップボックス、ゲームコンソール、デジタルメディアプレーヤーなどのインターネット接続デバイスで、エンドユーザーに直接コンテンツを提供することができます。ストリーミング動画は年々、驚異的な成長を続けています。現在、米国市場だけでも 200 社以上の D2C およびストリーミングサービスのプロバイダーが存在し¹、それらのサービスは 2020 年に 450 億 USD 以上の収益をあげています。² D2C およびストリーミングサービスによる世界の収益は、この市場が年率 29% で成長していることから、2027 年には 1 兆ドル超になると予測されています。³

消費者の視聴習慣はテクノロジーの絶え間ない進化や新型コロナウイルス感染症によって定着した在宅へのライフスタイルシフトにより、根本的に変わりました。そして今後も変化し続けるでしょう。高帯域幅の携帯電話や家庭用インターネットは、高度な機能と優れた画質を提供するインターネット接続デバイスを急速に普及させ、視聴者のライブ動画やオンデマンド動画の期待に応えています。

¹ 「OTT Market Competition Intensifies as US Has Close to 300 OTT Services」、OTT Video Market Tracker、Parks Associates、2020 年 10 月

² 「Over-the-top Access Revenue in the United States from 2017 to 2026」、Statista、2021 年 10 月

³ Shahzeidi、Amir、「Top OTT Statistics for 2022」、Uscreen、2021 年 6 月



今日のメディア消費者のレベルはかつてないほど高くなっています。消費者の動画コンテンツへの期待としては、より多様で、パーソナライズされたエクスペリエンスが求められています。

D2C とストリーミングサービスのプロバイダーは、高度化する消費者の要求に対して、さらに優れたサービスと革新的な視聴体験を提供してきました。その際に、D2C と放送の根本的な相違点が活用されています。D2C はストリーミングコンテンツのユニキャストデリバリー (コンテンツプロバイダーと視聴デバイス間の動的な 1 対 1 接続) であるのに対し、放送のデリバリーは一方通行、1 対多です。結果として、ストリーミングコンテンツは、進化を続け、放送コンテンツの単なる代替のディストリビューション手段から、放送コンテンツおよび放送のための技術では対応できない、新しい消費形態とインタラクションを実現するためのまったく別のフォーマットへと移行しています。さらに、ストリーミング動画は独自の機能を備えており、クラウドを使った動画インフラストラクチャによって実現される映像処理技術はますます充実し、新たな映像体験が提供されるようになっていきます。例えば、機械学習 (ML) 技術と動画処理の統合は、メディアアセットの制作、管理を効率化しながら、動画コンテンツ上に新しい体験やサービスを開発するためのほぼ無制限な能力をもたらします。

ストリーミング動画では、より優れた新しい映像体験を提供する独自の機能が実現されています。

革新的な変化を生み出す 技術基盤の構築

ストリーミングの動画技術は、初期段階では放送と同じマインドセットに追従していました。ストリーミングインフラストラクチャは基本的に、既存の放送設備に追加で組み込まれたようなものでした。そのインフラストラクチャとは、ハードウェアベースの専用技術の集合体であり、動画ワークフローの明確なステージに沿って動画を処理してパッケージ化することに特化したリニア配信のアーキテクチャとして構築されていました。

ハードウェアは通常、ネットワークに接続されており、入力された動画を個別のセグメントに分割後、圧縮してからネットワーク経由で伝送します。セグメントは、ライブコンテンツまたは VOD アセットとしてデリバリーするためにパッケージ化され、テレビ、セットトップボックス、コンピュータ、携帯電話、その他の接続されたデバイスからのリクエストに応じてインターネットを経由して配信されます。急速に成熟しつつある今日の D2C とストリーミング市場においては、従来型の専用インフラストラクチャに構築された動画ワークフローでは、ユニキャストディストリビューションのニーズや、スケーリング、コスト、継続的なイノベーションの需要に十分対応できなくなっています。

ストリーミングの動画技術は、初期段階では放送と同じマインドセットに追従していました。

従来型のストリーミング インフラストラクチャの課題

従来型のアーキテクチャには、急速に変化する今日の D2C 視聴者のニーズ対応の妨げになっている以下のような問題があります。

投資が巨額

従来型のワークフローアーキテクチャでは、たとえ 1 秒であってもその動画を視聴できるようにするには、構築に数百万ドル規模の先行投資が必要でした。可用性を上げるためにインフラストラクチャを冗長化してフェイルオーバーを実現する場合は、そのコストが倍増します。D2C のイノベーションが加速するにつれ、専用ハードウェアの耐用年数や、機器のアップグレードの間隔が短くなり、出費の頻度が上がるようになりました。

スケーリングが困難

ライブ配信でも VOD 配信でも視聴者のキャパシティを予測することが、これまでよりもますます重要かつ難しくなっています。もし、プロビジョニングされた機器がピーク時の処理要求に対応できず、多数の視聴者にコンテンツを配信できない事態になれば、サービス障害が発生して画面が空白になり、ユーザーの不満が募ることになります。一方、インフラストラクチャへのプロビジョニングが過剰になると、本来なら他に使えたはずの資金が無駄になり、資産価値を下げる結果になります。



保守とセキュリティ保護にかかるコストが大きい

動画インフラストラクチャをデータセンターで所有するということは、継続的な管理と保守が必要になることを意味します。このため、高度な技術を持つ動画プロフェッショナルがソフトウェア更新やパッチ対応、ベンダーへのサポートチケット発行などの管理タスクに時間を割くことになり、本来のコアタスクに集中できなくなることになります。または、動画プロバイダーによってはそうした手間のかかる業務のために IT プロフェッショナルを雇用したり、契約を結ぶことがあります。どちらの場合でも、複雑な動画インフラストラクチャの運用コストが従来型の動画処理アーキテクチャの総保有コスト (TCO) に大幅に加算されます。

変化への適応が困難

動画が急速に変化し、エンドユーザーのデバイス数も増加を続ける中、増え続ける標準規格とプロトコルに対応するためにワークフローも変化が必要になります。動画制作の標準解像度が HD から 4K UHD 以降に移ると、動画ワークフローが処理するデータ量も飛躍的に増えます。このため、エンコードの改良、処理能力の向上、メディアアセットを管理するためのストレージハードウェアへの継続的な投資が必要となります。HLS、DASH での fMP4 や CMAF などの新たな標準規格が業界からの大きな支持を得ており、これが世界中の無数のデバイスに影響を及ぼすと考えられます。動画サービスを最新に保つには、ハードウェアベースの動画ワークフローを大幅にアップグレードすることになり、インフラストラクチャ自体を刷新する必要が出ることももあります。新しい技術と同様に重要なのは、視聴者の高い期待を満たし、収益を最大化するために、広告型 (AVOD)、定額制 (SVOD)、および都度課金型 (TVOD)、またはハイブリッドモデルなど、さまざまな収益化モデルに適応する必要があることです。

クラウドベースの D2C およびストリーミングワークフローのメリット

前述の理由から、D2C やストリーミングビジネスを最大限に拡げることを計画している企業は、イノベーションを推進するためのインフラストラクチャを計画する際に、従来のアプローチにとらわれずに検討することをお勧めします。クラウドを中心とした視点で技術戦略を構築できる組織は、クラウドベンダーのメディア特化型サービスを利用することができます。これらのサービスは、放送グレードのハードウェアインフラストラクチャのパフォーマンス、信頼性、動画品質を提供すると同時に、リソースのスケラブルなプロビジョニング、料金モデルの選択、視聴者とのインタラクションなど、パワフルな新機能を実現しています。

クラウドベースのサービスは、IP ネットワーク上でのコンテンツの処理、パッケージング、保存、収益化、デリバリーといった、ストリーミング動画ワークフローの中心的な機能で構成されます。そこでは、各視聴者の接続デバイスに対する最適なフォーマット、品質、コーデック、機能が考慮されます。クラウドサービスは従量制料金モデルで運用されるため、先行投資を大幅に削減できます。D2C やストリーミングのコンテンツプロバイダーは、浮いた数百万ドル規模のコストを代わりに人材や成長戦略に投入したり、将来のニーズに備え確保しておくこともできます。

AWS をストリーミング動画インフラストラクチャの基盤として利用することで、コンテンツプロバイダーは、運用の俊敏性の向上、コスト削減、優れた視聴体験など、いくつもの大きなメリットを得ることができます。



メリット

インフラストラクチャの柔軟性

AWS 上に構築されたインフラストラクチャは、ストリーミング動画ワークフローおよび視聴者のニーズに応じて拡大、縮小、変化、デプロイができるよう設計されています。ハイダイナミックレンジ (HDR) 動画や 4K UHD 解像度などの新機能が主流になるにつれて、クラウドの動画サービスはコードの更新で最新の状態を保つことができるようになりました。そのため、コンテンツプロバイダーは高価な技術のアップグレードやリプレースをすることなく、常に視聴者の先を行くことができます。選択肢があることは、柔軟性を意味します。AWS では、その動画ワークフローのアーキテクチャと顧客が好むデプロイモデルに合わせて最善のアプローチを顧客が選択できるようにしています。クラウドプロバイダーのサービスと、デジタル著作権管理 (DRM) プロバイダー、広告決定サーバー、およびコンテンツ配信ネットワーク (CDN) といったサードパーティーのベンダーのサービスを容易に API ベースで統合することで、AWS はコンテンツプロバイダーの動画ワークフロー設計に柔軟に対応します。プロバイダーは、各ステップで固有の要件に対応するツールを使用することができます。

スケーラビリティ

AWS を利用することで、D2C コンテンツプロバイダーは、視聴者の需要に応じて、処理リソースを自動的にスケーリングすることができます。例えば、口コミによる成功や突然の爆発的ヒットで想定外のピークを迎えても、数分で対応でき、結果として、コンテンツをリクエストしたすべての視聴者がアクセスできるようになります。リアルタイムにリソースをスケーリングすることで、プロバイダーは世界規模のディストリビューションへの迅速かつ容易なアクセスを実現できます。

クラウドベースのワークフローが特にストリーミング動画に適していることは、ライブイベント配信を見れば明らかです。数千万人クラスの視聴者に対応できるようスケーリングできるのは、クラウドベースの CDN しかありません。もはや、予測の難しい視聴のピークに備えた大規模な先行投資は必要ないのです。

ライブイベントの場合、グローバルに展開する AWS により、プロバイダーは動画ワークフローの両端をネットワークエッジに配置することができます。つまり、ソース近くでコンテンツを取り込み、ユーザーの近くでコンテンツをディストリビューションすることにより、ワークフロー全体でパフォーマンスを最大化し、レイテンシーを最小限に抑えることができます。

放送グレードの機能と品質

D2C およびストリーミングサービスプロバイダーが圧倒的な視覚的インパクトを得るために、放送グレードのハードウェアに巨額の投資する必要はもうなくなりました。AWS により、プロバイダーは各種コーデック、機能、統合を幅広く利用でき、かつては有線放送局でのみ処理、デリバリーできたレベルの動画と同等の映像品質を実現できます。クラウドを利用すると、ほぼすべてのあらゆるコンテンツプロバイダーに見合ったコストで、放送グレードの品質を得られます。

信頼性と整合性

障害の発生しない安定したシームレスなユーザーエクスペリエンスを通じて、D2C 動画サービスについて高い評価が得られるようになり、顧客の定着につながります。かつては放送グレードの耐久性を実現するために、物理的なインフラストラクチャにかなりの投資が必要でしたが、現在ではクラウドサービスによりストリーミング配信で同等の品質、信頼性、可用性を達成できるようになりました。例えば、チャンネルの稼働時間と可用性を最大化するために、AWS のソリューションは複数の冗長インフラストラクチャやさまざまな地理的ゾーンにデプロイできます。また、ユーザー固有のオプションで耐久性をさらに強化できます。コンポーネントの健全性は監視されます。機能が低下したコンポーネントは、アクティブなワークロードを中断することなく、自動的に置き換えられます。

信頼性を高める分析機能

D2C サービスでは、クラウドベースの動画ワークフローが提供する強力な分析機能を活用し、動画ワークフローを最適化するための自動アクションを適用して、パフォーマンスとユーザーエクスペリエンスを向上させることもできます。AWS は、ワークフロー全体のパフォーマンスメトリクスをリアルタイムで分析する機能を提供します。プロバイダーは、常に流れてくるデータを利用して、レイテンシーの原因を特定し、ディストリビューションリソースのスケールアップ、ロードバランシングの最適化、異なるパスやリージョン間での CDN トラフィックのリダイレクトなどの調整を実行し、エンドツーエンドのレイテンシーを極限まで抑えることができます。

革新的な収益モデル

ストリーミング動画サービスは、いくつかの方法で収益を生み出しています。SVOD サービスでは、月額または年額の定額制で、コンテンツに無制限にアクセスできます。AVOD サービスでは、広告を表示することでコンテンツを無料で利用できます。また、TVOD サービスでは、視聴ベースの支払いでコンテンツを販売しています。プロバイダーは、収益を最適化し、顧客により多くの選択肢を提供する手段として、ハイブリッドアプローチを採用の傾向を強めています。

AWS のクラウドベースの動画サービスは、さまざまな D2C 収益モデルで使用するツールとプラットフォームを容易に統合できるように設計されています。AVOD サービスでは、サードパーティーの広告決定サーバーと統合し、主要な広告ネットワークにアクセスすることができます。また、ダイナミック広告挿入のサポートにより、D2C やストリーミングコンテンツプロバイダーは、視聴者のエンゲージメントを高め、より高いリターンが得られるようターゲットを絞った広告を配信できます。さらに、プロバイダーは、自社サービスをサブスクリプションの管理や支払い確認などのバックエンドサービスと統合して、SVOD モデルや TVOD モデルをサポートすることができます。すべての収益モデルにおいて、DRM プロバイダーとの強力な連携により、ライブ配信またはオンデマンド配信の貴重なコンテンツに対して業界標準の保護を実現できます。

機械学習

これまで、機械学習ツールの構築やトレーニングは独自仕様で他に転用できない技術でした。また、多大な時間と多額の予算、そしてデータサイエンスの専門知識が必要でした。クラウドはこのシナリオを変え、機械学習を広く普及させ、かつ安価に提供することを可能にしました。機械学習は、ライブまたはオンデマンド動画のワークフローとの統合により、効率化の推進、新サービスの創出、現行製品の強化、コンテンツへの価値の追加を実現するさまざまなツールを提供します。

AWS は、最も幅広い機械学習サービスを提供しています。コンテンツプロバイダーはこれらを使用することで、コンテンツのインデックス作成、字幕の生成と翻訳、動画クリップパッケージの作成、画面上の画像や人物の検知、コンプライアンス目的の動画のマーキング、コンテンツのセキュリティに対する脅威の特定などのワークロードの自動化により、多大な時間とリソースを節約できます。機械学習は、パーソナライズされたレコメンデーションや広告の実施にも役立ち、D2C やストリーミングコンテンツの収益化を増大することができます。

ROI の向上

クラウドインフラストラクチャは従量制料金であるため、新サービスの開発、テスト、立ち上げに先行投資が必要ないという大きなメリットがあります。クラウドサービスでは、コンテンツプロバイダーは使用したリソースに対してのみ料金を支払います。クラウドからライブまたは VOD ストリーミングサービスを配信するための総コストには複数の変動要因があります。プロバイダーの支払いは、ライブイベントの高解像度エンコードに対して 1 時間あたり数ドルとなり、数千人の視聴者にライブ配信するエンドツーエンドのクラウド動画ワークフローに対して数百ドルが想定できます。

放送および D2C 市場は、AWS のようなクラウドサービスの活用により、もはや少数の実績ある企業や有力企業に限らず、数百の動画プラットフォームが存在し、世界中で視聴者シェアと収益の獲得を競い合っています。

クラウドをベースとして放送グレードのライブ動画インフラストラクチャを運用するコストについて、詳しくはこちらの [AWS の公開リソース](#) をご覧ください (英語)。現実に即した段階的な料金設定をご用意しています。

AWS を使用する D2C およびストリーミング コンテンツプロバイダーのユースケース



ITV は AWS でイノベーションを加速

ITV は、英国の総合制作放送局、民間テレビネットワークであり、コンテンツの制作、所有、配給を世界的に行っています。6 つのチャンネルを所有し、放送局やケーブルテレビ局向けにコンテンツを制作しています。視聴者へのサービスを向上するため、同社はライブストリーミングのワークフローの大部分を AWS に移行しました。

「ライブストリーミングのワークフローの多くをクラウド化することで、すべての視聴者へのサービスを向上し、視聴者の進化する期待に対応することができます。AWS は、視聴者の体験を高めることができる革新的な新機能を提供し続けてくれると確信しています」

ITV、プリンシパルソリューションアーキテクト、Andrew Pearson 氏

[ストーリーを読む \(英語\) >](#)





Joyn は画期的なストリーミング動画プラットフォームを AWS 上に構築

ProSiebenSat.1 と Discovery の合併会社であるドイツのライブストリーミングサービス Joyn GmbH は、3 ペタバイト超のメディアアーカイブをオンプレミスから AWS クラウドに移行しました。コンテンツのストレージとデリバリーにおける効率性、安全性、費用対効果が向上しました。

「今回の移行における AWS との連携は、本当にスムーズに進みました。オンプレミスのインフラストラクチャを利用していた時よりも、独占タイトルの全カタログをより効率的に視聴者に提供できるようになりました。コンテンツはすべて 1 か所に集められて安全に保管されており、コスト効率の高い方法で管理することができます」

Joyn、メディアエンジニア、Stefan Haufe 氏

[ストーリーを読む \(英語\) >](#)



Kiswe が AWS で世界記録を樹立

グローバルバーチャルイベントのスタートアップ企業である Kiswe は、AWS のサービスを利用して、有料バーチャルイベントの規模を劇的にスケールアップしました。同社は、大規模なライブストリーミングを実行するために必要なセキュリティ、低レイテンシー、伸縮性を実現し、正規のチケット購入者にインタラクティブなファン体験を提供するソリューションを必要としていました。これらの課題を解決するため、同社は Amazon CloudFront と Amazon EC2 を使用して安全なライブストリーミングインフラストラクチャを構築しました。今では、Kiswe はライブ動画イベントをオンデマンドでスケールアップし、変更を迅速にデプロイすることで、ユーザーエクスペリエンスの向上を実現しています。Kiswe はこの技術を使用して、756,000 人が視聴した韓国の大人気グループ BTS の世界最大の有料オンラインコンサートを支えました。

「Amazon CloudFront と Amazon CloudWatch を使用する上で非常に素晴らしい点は、すべてを指先で操作して簡単に相互リンクできることです」

Kiswe、エンジニアリング部門バイスプレジデント、**Scott Miller 氏**

[ストーリーを読む \(英語\) >](#)





Peacock が AWS で迅速かつ完璧な立ち上げを実現

AWS のソリューションにより、新しい動画ストリーミングサービス Peacock は厳しいスケジュールで完璧な立ち上げを達成し、高い可用性とスケーラビリティ、そして常に適応し続けるための柔軟性を活用し続けています。Peacock は、NBCUniversal と Sky の初の共同事業として、2020 年 7 月 15 日の立ち上げ時に、ユーザーに素晴らしい第一印象を与える必要がありました。Amazon Elastic Compute Cloud (Amazon EC2) や AWS Transit Gateway など、一連の AWS のサービスを使用して完全にクラウドベースのインフラストラクチャを構築しました。わずか 1 年で立ち上げの準備を整え、目標の立ち上げ日を守り、初日から完璧なユーザーエクスペリエンスを提供し、2 か月で 1,500 万人のユーザーを獲得しました。

「AWS にコミットしているのは、システムが継続的に提供され、当社もユーザーもその結果に満足しているからです。AWS が提供するリソースと専門知識は、当社のプロジェクトを成功に導くうえで役立っています」

Peacock、米国運営および動画部門責任者、Eric Black 氏

[ストーリーを読む \(英語\) >](#)





SEVEN WEST MEDIA

Seven West Media が AWS の支援により 視聴者エンゲージメントを向上

オーストラリアの大手総合メディア企業である Seven West Media は、翌シーズンの視聴率向上を目指し、新たな動画配信チャンネルの立ち上げに着手しました。AWS Elemental MediaTailor のチャンネルアセンブリ機能を使用することで、同社はターゲットチャンネルを立ち上げることができました。通常であれば新しいチャンネルの稼働開始に必要なはずの時間と費用をかけることなく、専門知識も必要ありませんでした。結果として、Seven West Media のコンテンツの VOD 視聴が 95% 増加しました。

「私たちの仮説は、次のシーズンを開始する前にこのチャンネルを立ち上げることで、シーズン 2 の新しい視聴者を増やすことができるというものでした。結果は大成功でした」

Seven West Media、製品ソリューションディレクター、Will Everitt 氏

[ストーリーを読む \(英語\) >](#)



今すぐ開始する

今日、新興の D2C とストリーミングコンテンツプロバイダーは、メディア企業の最前線にいます。ハードウェアベースのインフラストラクチャゆえの妥協や技術的な制約から解放されたこれらの企業は、メディアに大改革をもたらしました。クラウドベースの基盤からサービスを構築し、柔軟性とコスト効率に優れた高品質のインフラストラクチャを提供できるという独自のメリットを活用する機会を獲得しています。同時に、既存のメディア企業も従来型のインフラストラクチャからの移行を加速させ、クラウドがもたらすメリットを自社のサービスに活用しようとしています。

これらのイノベーターは、クラウドベースの動画処理と配信機能を備え、フェアな競争に挑みます。勝利の鍵はビジネスの俊敏性、サービスのイノベーション、他社との差別化にあります。必要なサービスを幅広く提供し、変化を続けるメディアに対する展望が自分たちの展望と一致するパートナーを慎重に検討し、選択することで、クラウド中心の D2C コンテンツプロバイダーは、斬新なコンテンツ、サービスモデル、視聴体験を作り出し、常にメディア業界を前進させることができます。

クラウドの D2C 動画サービスの設計およびデプロイの詳細については、以下のリソースをご覧ください。

- [AWS でのメディアサービス](#)
- [メディア & エンターテインメント向けの AWS](#)
- [AWS パートナーネットワーク](#)
- [注目の機械学習コンピテンシーパートナーのソリューション](#)
- [AWS Machine Learning ブログ\(英語\)](#)
- [AWS でのライブストリーミングのコストに関するよくある質問 \(英語\)](#)

業界の最新のインサイトを得るには、[AWS メディアブログ](#)をブックマークしてください(英語)。また、お気に入りのソーシャルチャネルでフォローしていただくと、クライアントのストーリー、イベント、ニュースなどもご覧いただけます。

