

クラウドでメディア・ エンターテインメントを 革新する

多様化するコンテンツ市場で企業が成功する方法



目次

はじめに.....	3
コンテンツ制作.....	5
メディアサプライチェーンとアーカイブ.....	8
放送とライブプロダクション.....	11
Direct-to-Consumer (D2C) とストリーミング.....	14
データサイエンスと分析.....	17
収益化.....	20
AWS でメディア・エンターテインメントの未来を推進する.....	22



はじめに

メディアを取り巻く非常に激しい変化に対応する

何を視聴するか、いつどのように視聴するか、コンテンツの選択、品質、アクセスに何を期待するかなど、メディアを消費する方法は、これまでとまったく違う形に変化しました。日常生活のほとんどすべてがそうであるように、メディアも大きくデジタル化しています。テクノロジーによって、メディア・エンターテインメントが姿を変え続ける中、新型コロナウイルス感染症のパンデミックのような破壊的な出来事によるライフスタイルの変化により、オンラインエクスペリエンスはもはや選択肢の一つではなく、必要不可欠なものとなっています。

新たな期待に応える

視聴者の期待や習慣が進化するにつれ、メディア・エンターテインメント業界の企業は、番組や映画を制作する方法、メディアサプライチェーンを最適化する方法、スクリーンにコンテンツをデリバリーする方法という、ビジネスのほぼすべての面において変革を迫られています。デジタルコンテンツに対する需要が高まる中、制作とワークフローは物理的な施設とハードウェアからリモートプラットフォームに移行しています。同時に、Direct-to-Consumer (D2C) やストリーミングビデオなどのビジネスモデルは、グローバル化、収益化、パーソナライゼーションに重点を置いて、メディア環境全体でパワフルかつ持続的な変化を生み出しています。

クラウドでメディアのイノベーションを起こす道筋

業界のパイオニアは、メディアワークロードをクラウドに移行して D2C やストリーミングサービスに進出し、コンテンツカタログをより効果的に収益化するとともに、データを活用して視聴者のニーズに対応しています。この日本語ガイドでは、クラウドによって、今日のメディア・エンターテインメント組織の主要な課題がどのように解消できるのか、コンテンツの関連性とビジネスのサステナビリティがどう高まるのかをご紹介します。また、お客様が新しい試みを行い、イノベーションを起こし、効果的にオーディエンスとつながることでさらに多くのオーディエンスを得るために、Amazon Web Services (AWS) と AWS パートナーが提供するソリューションをどのように活用すればよいかをご説明します。

最も効果的な目的別機能で メディアワークロードを変革する



コンテンツ制作 >



メディアサプライチェーンと
アーカイブ >



放送と
ライブプロダクション



Direct-to-Consumer
(D2C) とストリーミング >



データサイエンスと分析 >



収益化 >



コンテンツ制作

コンテンツ制作を革新する

コンテンツの課題: より多く、より良く、より速く

コンテンツは、すべての要です。どこよりも面白く、革新的で、特別なコンテンツをデリバリーできる会社が、最も多くの視聴者を引き付けます。新しいコンテンツへの需要は増え続けています。視聴者はさまざまな選択肢を持てるようになり、見たいものを選ぶ目が磨かれています。

こうした期待に応えるため、制作会社は新しく高品質な作品を最小限のオーバーヘッドで予定どおりにデリバリーするよう方針を転換したり、分散したチームに合わせたリモートやバーチャルによる制作プロセスを実現してディストリビューションなどの時間やコストを大幅に削減したりしています。

コンテンツ制作

管理時間を減らし、制作時間を増やす

大手メディア企業は、コンテンツ制作ワークフローを実現するシンプルで迅速、かつコスト効率のよい方法として、クラウドソリューションに注目し始めています。物理的インフラストラクチャが少なくなることで、制作チームはハードウェアやレンダーファームの管理にかける時間を減らせ、制作やコラボレーションにより多くの時間をかけられます。これらの企業は、以下を目的として AWS の機能を利用しています。

より大規模な制作環境をより高速に構築

制作会社は、数週間もかけることなく、わずか数時間でほぼ無限のスケールを備えたクリエイティブスタジオをセットアップでき、広範なグローバルフットプリントでどこにでも最新鋭のバーチャル動画編集とレンダリングのワークステーションを立ち上げられます。

シームレスなコラボレーション

制作会社は、レイテンシーの影響を受けやすいアプリケーションを実行する場合に、AWS リージョンと AWS Local Zones を活用することで、エンドユーザーに近いコンピューティング、ストレージ、データベース、その他の AWS のサービスを使用できます。AWS のネットワーク接続とグローバルインフラストラクチャを利用して、チームメンバーは世界のどこにいても連携して作業できます。

作業の柔軟性

AWS を利用することで、物理的インフラストラクチャを管理するオーバーヘッドをなくし、クリエイティブ、コンピューティング、ネットワーク、ストレージのリソースのインストール、設定、保守の管理を最小限にできます。

AWS サービスとソリューションにより、メディア・エンターテインメント企業は、制作ワークロード全体でこれまでにない多様性と効率性を実現しながら、視聴者が期待するコンテンツの制作に集中できます。

お勧めのソリューション*

[AWS での Edit in the Cloud](#)、[AWS Thinkbox](#)、[NICE DCV](#)、デジタルコンテンツ作成用の [AWS Studio in the Cloud](#)、AWS の VFX ワークステーション

AWS パートナー

EditShare、Epic Games

AWS パートナーネットワークの 40 を超えるパートナーが、目的に合わせた多様なコンテンツ制作ソリューションを提供するために協働しています。

「動画制作に求められるスケーラビリティと、場所を問わずどこからでも作業が可能であるという高い柔軟性は、クラウドでのデプロイによって実現できます。このクラウドへの移行のために、EditShare と AWS は魅力的で費用対効果の高いソリューションを提供しています」

EditShare、VP of Product、Sunil Mudholkar 氏

「Unreal Engine は、映画、テレビ、ブランド、ライブイベントの作り手による制約のない創作活動を可能にします。柔軟なツールと AWS を採用したことで、コラボレーションを核とした品質に妥協しないデザインプロセスを実現します」

Epic Games、Unreal Engine、VP & GM、Marc Petit 氏

導入事例

wētāFX

Wētā FX (旧 Weta Digital) は、数々の歴代大ヒット作でビジュアルエフェクト (VFX) を手掛けて高い評価を集めているクリエイティブ集団です。クラウドで AWS への全面移行を実施しました。

[事例を読む \(英語\) >](#)



メディアサプライチェーンとアーカイブ

ストレージのニーズに対応する

ますます増えるコンテンツに、ストレージは不足

コンテンツの制作とディストリビューションが飛躍的に増加し、動画アセットのストレージへのニーズが高まっています。このニーズにはオンプレミスストレージとアクセスシステムでは対応できません。テープライブラリとオンプレミスシステムに保存された過去数十年分のビデオアーカイブは、物理的なスペースを要し、アクセスにコストがかかり、データ損失の可能性もあります。また、コンテンツが配信されるダウンロードアプリケーションの多様化が進む中、企業は耐久性の向上や、分散ワークフローと制作業務の統合促進を継続的に実施する必要があります。これらの課題に加えて、コンテンツディストリビューションのグローバル化が一般的になり、ローカリゼーション、リッチメタデータ、権利関連の厳格な管理に対する切迫したニーズが生まれています。

つまり、増え続けるコンテンツ需要に対応するためには、メディア・エンターテインメント企業はほぼ無限にストレージが必要です。これを解決するのがアセットのストレージ、管理、その他の機能に利用できるクラウドインフラストラクチャです。

ストレージの枠を超えて： AWS によるクラウドでの アセット分析とアクセス

大手コンテンツサプライヤーとクリエイターは、AWS や AWS パートナーのソリューションを使用して、コンテンツストレージ、処理、制作、ディストリビューションの作業をクラウドで一元化しています。企業は、オンプレミスからクラウドに移行することで、アセットとメタデータ用にほぼ無制限のストレージ容量を得ることができ、リソースのアーカイビング需要に対応できます。

また、AWS は、クラウドの動画アセットに機械学習 (ML) などの高度な分析を適用して、ダウンストリームアプリケーション向けのメタデータとコンテンツのインサイトを抽出する既製ソリューションも提供しています。同じツールを使用して、スクリプトからライセンス可能なメディアアセットに至るまで、あらゆるもののストレージと管理過程を集約できます。

また、クラウドアクセスの速度、柔軟性、セキュリティにより、包括的な番組販売や海外へのディストリビューション、柔軟なコンテンツライセンシング、ロングテール型のコンテンツブラウジングサービスなど、アセットライブラリの幅広い収益化オプションが実現できます。AWS のお客様がメディアサプライチェーンとアーカイブの専用ツールを使用して、メディア・エンターテインメントをどのように革新しているかをご紹介します。

お勧めのソリューション*

[Amazon Simple Storage Service Glacier](#) (Amazon S3 Glacier)、
[Amazon Simple Storage Service](#) (Amazon S3)、[AWS Elemental MediaConvert](#)、[Media Exchange on AWS](#)、[Content Localization on AWS](#)、[Media2Cloud on AWS](#)、
[Simple File Manager for Amazon Elastic File System](#) (Amazon EFS)

AWS パートナー

IMT、SDVI、Telestream

「メディア・エンターテインメントテクノロジーおよび MAM ソリューションのエキスパートであり、SoDA データ管理ソフトウェアを提供する IMT は、お客様がコスト効率の高いハイブリッドクラウドワークフローを作成し、メディアサプライチェーン全体でアーカイブできるようにします」

Integrated Media Technologies (IMT) + SoDa、Systems Integration、President、
Jason Kranitz 氏

「真のメディアサプライチェーンの最適化には、目的別テクノロジープラットフォームと組み合わせた新しい考え方が必要です。SDVI は AWS と連携し、Rally を活用したサプライチェーンの最適化によって、ビジネスの俊敏性の獲得、運営効率の向上、成長の機会追求をお客様にもたらしめます」

SDVI Corporation、CMO、Geoff Stedman 氏

「AWS に構築した Transform、QC、Stream Monitor などの Telestream Cloud サービスを通じて、メディアの制作、変換、そして品質確保に Telestream のサービスを世界中のお客様にご利用いただいています」

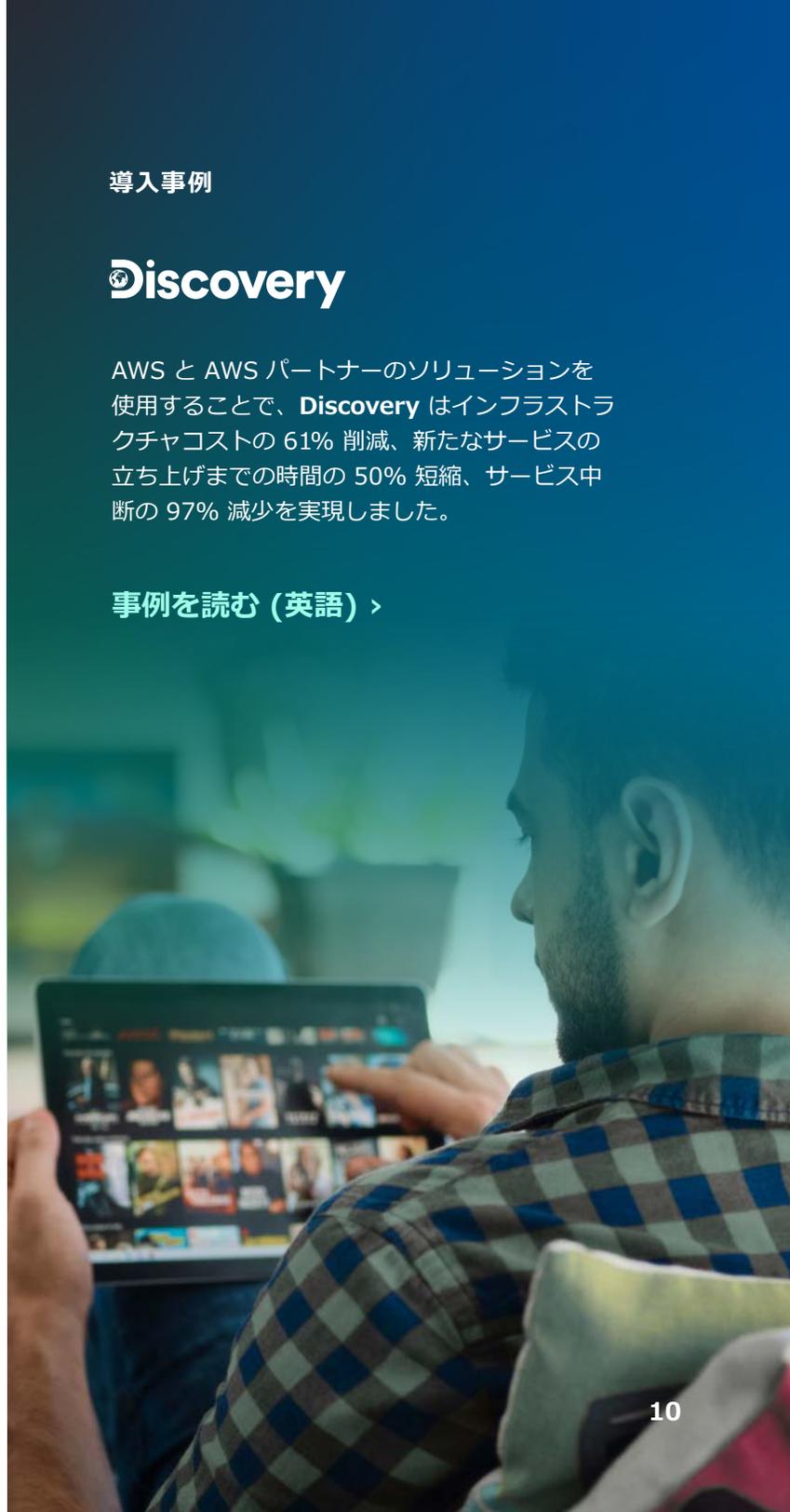
Telestream、SVP Corporate Marketing、Scott Murray 氏

導入事例

Discovery

AWS と AWS パートナーのソリューションを使用することで、Discovery はインフラストラクチャコストの 61% 削減、新たなサービスの立ち上げまでの時間の 50% 短縮、サービス中断の 97% 減少を実現しました。

[事例を読む \(英語\) >](#)





放送と
ライブプロダクション

豊富な新しいプラットフォームを 駆使する

品質、俊敏性、コストのバランス

コンテンツとオンライン配信のプラットフォームが急増したことで、放送局は岐路に立たされています。視聴者と広告主両方の期待に応えることは、かつてないほど難しくなっています。視聴の選択肢やアクセス方法が増えたことで、放送局は収益を維持するために、革新的で高品質のコンテンツをデリバリーして視聴者の期待を超えつつ、俊敏性を維持して、経費を削減することが不可欠です。

この課題に取り組むため、放送局は変革を迫られています。ハードウェアベースのレガシーシステムからソフトウェアアプリケーションに移行し、設備投資 (CAPEX) から事業運営費 (OPEX) に舵を切っています。

AWS で放送の未来をつかむ

ワーナーブラザーズや Discovery、FOX、ViacomCBS などの大手放送局は、AWS のソリューションを使用して、新しい機会を生み出し、視聴者の行動と好みの変化にすばやく対応しています。

AWS で放送ソリューションを構築すると、次のことを実現できます。

- 革新的な俊敏性、伸縮性、スケーラビリティ、信頼性により低レイテンシーの放送ワークロードを実行する
- 必要に応じてインフラストラクチャをスピンアップまたはダウンし、事前の機器購入費なしで、使用するリソースに対してのみ支払うことで、コストを最適化する
- 極めて広範な一連のクラウドサービスで、非常に幅広い種類のインスタンスタイプにアクセスする
- 場所を問わずさまざまな人材とコラボレーションする

世界中の放送局が AWS を使用して優れたコンテンツとパイオニアとなる動画サービスを制作してデリバリーし、視聴者数と広告収益を増やしている方法についてご紹介します。

お勧めのソリューション*

[AWS Cloud Digital Interface \(CDI\)](#)、
[AWS Elemental Live](#)、[AWS Elemental MediaConnect](#)、[AWS Elemental MediaLive](#)、[AWS Elemental Statmux](#)



AWS パートナー

Evertz、Imagine Communications

「Evertz がメディアアセット管理、コンテンツサプライチェーン、リニアブレイアウトのアプリケーション向けに提供している、Mediator-X および Overture ソリューションは AWS で実行されており、今日の主要な放送局が求めるスケーラビリティ、柔軟性、運営効率を実現します」

Evertz、VP of File Based Solutions、**Dan Turow 氏**

「当社が AWS 上に構築した Versio モジュラープレイアウトエコシステムにより、お客様は新しいチャンネルとサービスをより迅速に、より低い総コストで立ち上げることができます。以前は数週間かかっていた作業が、今では数時間で完了できます。基盤となるインフラストラクチャを管理する必要もありません」

Imagine Communications、President、**Steve Reynolds 氏**

導入事例

FOX

FOX Corporation (FOX) は、ニュース、スポーツ、エンターテインメントのコンテンツの制作とディストリビューションを行っています。何百万もの視聴者が、同社の放送とオーバーザトップ (OTT、over-the-top) プラットフォームを通じて FOX のコンテンツを視聴しています。FOX は、AWS が提供するストレージ、コンピューティング、機械学習、メディアソリューション、データベースといったクラウドベースのソリューションを活用して、ライブおよびオンデマンドのメディアコンテンツ制作とデリバリーに乗り出しています。

「私たちは、過去のテクノロジーから脱却し、ビジネスとして未来を創造できるという、またとない状況にありました。AWS とのパートナーシップを通じて、最高のインフラストラクチャと最先端のメディア運営を組み合わせました」

FOX、CTO、**Paul Cheesbrough 氏**

[動画を見る \(英語\) >](#)



DIRECT-TO-CONSUMER (D2C) とストリーミング

スケールとスピードが重要

競合ひしめく D2C 市場で成功する

Direct-to-Consumer (D2C) とストリーミングは、非常に競争が激しい分野となっていて、D2C サービスプロバイダーは米国だけで 200 を超えています。事業者には視聴者を引き付けるため、優れたエクスペリエンスを画面上で継続的に提供しなければならないというプレッシャーがかかっています。需要に対応するためには、コストを下げながら、コンテンツ管理ワークフローとデリバリーを革新すべく、迅速に行動しなければなりません。

AWS で価値実現までの時間を短縮する

さまざまなお客様が AWS の目的別サービスとソリューションを使用しており、スポーツ中継、ニュース、オンデマンド、パーソナライズされたエンターテインメントなど、高品質な番組の視聴体験とストリーミング体験の、開発、リリース、さらには投資の拡大にすばやく対応しています。専門的 D2C ワークロードをサポートする幅広い AWS パートナーにより、AWS で既製のソリューションをデプロイして、価値実現までの時間を短縮できます。

AWS は、15 年以上にわたりこの業界で世界中の主要なストリーミングプラットフォームをサポートしてきた実績があります。AWS は、ブロードキャストグレードのライブ動画処理サービスである **AWS Elemental MediaLive** や、ブロードキャストグレードの機能を備えたファイルベースの動画トランスコーディングサービスである **AWS Elemental MediaConvert** などにより、D2C とストリーミング業界をリードし続けています。

どのクラウドプロバイダーよりも大きなグローバルインフラストラクチャフットプリントを活用する

D2C プロバイダーは、AWS を導入することで、業界最大級のグローバルインフラストラクチャを活用して、大規模なビデオオンデマンド (VOD) カタログのデリバリーや、数百万の視聴者へのコンテンツのライブストリーミングが可能です。AWS は、600 を超える Point of Presence (POP)、プライベートネットワークバックボーン、さらに D2C とストリーミングサービスプロバイダーのニーズに合わせて継続的に調整、最適化しているソフトウェアを提供しています。

お勧めのソリューション*

[Amazon CloudFront](#)、[Amazon Interactive Video Service](#) (Amazon IVS)、[AWS Elemental MediaConnect](#)、[AWS Elemental MediaConvert](#)、[AWS Elemental MediaLive](#)、[AWS Elemental MediaPackage](#)、[AWS Elemental MediaTailor](#)、[AWS ライブストリーミング](#)、[AWS のビデオオンデマンド](#)



AWS パートナー

Accedo、Bitmovin、Evergent

「Accedo Orchestra と AWS Media Services を組み合わせることで、お客様は、ライブコンテンツと VOD コンテンツを処理する独自のビデオ管理プラットフォームを迅速に立ち上げて進化させ、既存の OTT エコシステムに簡単に接続できます」

Accedo、Strategy & Business Development VP、Bleuenn Le Goffic 氏

「Bitmovin は AWS でのクラウドベースのメディアワークフローの使用を簡素化、加速するためのデプロイオプションを OTT 動画配信事業者に提案し、消費者の視聴エクスペリエンスの革新と大幅なコスト削減を実現しています」

Bitmovin、CEO 兼共同創業者、Stefan Lederer 氏

「D2C サービスの立ち上げと急速な成長に注力しているメディア企業にとって、市場投入までの時間は極めて重要です。AWS との連携は、数か月ではなく数週間で、柔軟かつ俊敏な収益化を実現するのに役立ちます」

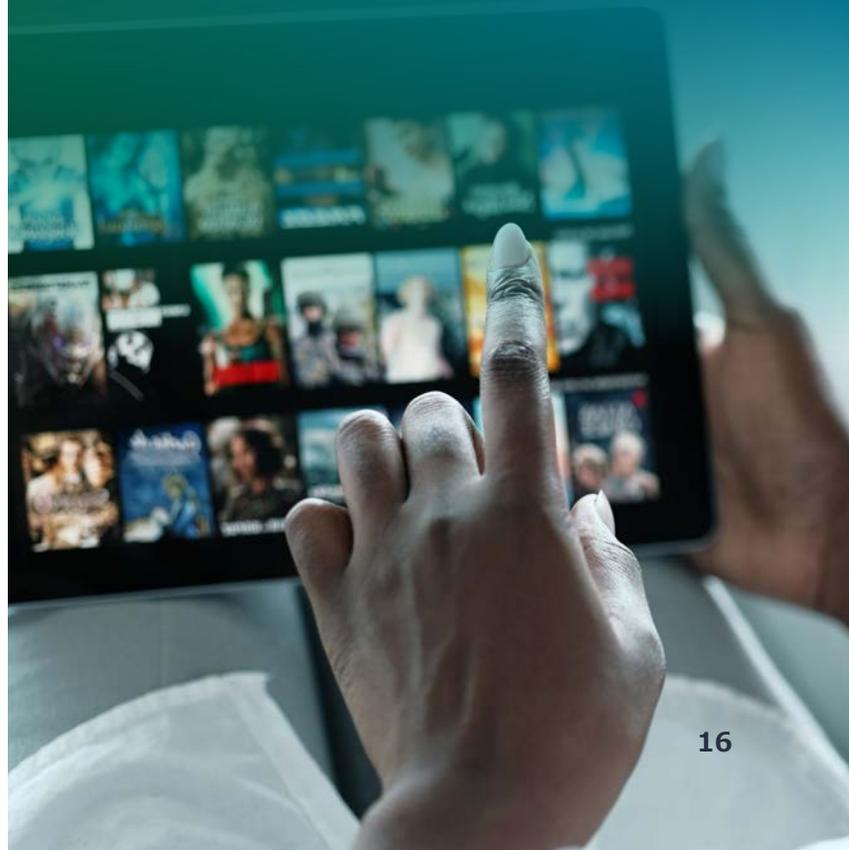
Evergent Technologies, Inc.、創業者兼 CEO、Vijay Sajja 氏

導入事例

NETFLIX

Netflix は、AWS を使用してビジネスを強化し、評価の高いエンターテインメントを 2 億人を超える会員に提供しています。

[事例を読む >](#)





データサイエンスと分析

視聴者データのパワーを活用する

視聴者のエンゲージメントと収益化を推進するためにデータを活用する

今日、視聴者は、コンテンツの選択肢の豊富さだけでなく、個々の関心や嗜好に合ったコンテンツを求め、期待しています。メディア消費者のシェアを拡大するには、消費者の好みを特定するデータ、つまりターゲットとする層にどのようなタイプのコンテンツが最も響くのか、コンテンツ提供者を導いてくれるデータを使用することがますます重要になっています。

しかし、膨大なデータストリームを収集して保存するだけでは十分ではありません。事業者には、視聴者のエクスペリエンスの測定、理解、段階的な最適化が行えるインテリジェントで自動化されたプロセスが必要です。メディア・エンターテインメント企業は、拡大するコンテンツエコシステムで差別化を図るために、データだけではなく、実用的なインサイトも活用しています。

AWS を活用して優れたエクスペリエンスを提供する

AWS と AWS パートナーのソリューションにより、**Bundesliga**、**Formula 1**、**National Football League (NFL)** などのお客様は、1 日あたり数十億のオーディエンスイベントを取り込んで分析し、ダイナミックなエクスペリエンスの構築を実現しています。AWS を活用することで、お客様は次のことが実行できます。

- 15 を超える AWS の目的別データベースエンジンの中から、オーディエンス分析、Customer 360、広告分析、クロスアカウントデータ共有、コンテキスト分析、ID エンリッチメントなど、メディア・エンターテインメント分野の特定の分析ユースケースに合ったものを選択する
- AI および機械学習を簡単にメディアコンテンツワークフローに統合して、コンテンツ検索と発見、キャプションとローカリゼーション、コンプライアンスとブランドの安全性、コンテンツの収益化という 4 つのユースケースのプロトタイピングを高速で行う
- 音声と動画のアセットを完全検索可能なアーカイブに自動的に変換して、コンテンツの発見、アクセシビリティ、パーソナライゼーションを向上する

大手コンテンツサプライヤーが、どのように AWS のメディアインテリジェンスソリューションを使用してパーソナライズされたエクスペリエンスを生み出し、視聴者を引き付ける方法を革新しているかをご紹介します。

お勧めのソリューション*

Amazon Personalize、AWS での分析、AWS でのコンテンツ分析、AWS Media Insights Engine (MIE)、Media2Cloud on AWS、予測ユーザーエンゲージメント

「新しい [AWS] プラットフォームを使用することで、エディトリアル、セグメント化、パーソナライズされたコンテンツをバランスよくユーザーが利用でき、カスタマーエクスペリエンス全体が強化されました。視聴数の向上がこのプロジェクトの最大の目的でしたが、その結果と達成の早さには満足しています」

hayu, VP of Technology Operations,
Andy Clarkson 氏

AWS パートナー

EPAM Systems、GrayMeta、Quantiphi

「当社は、メディア・エンターテインメント業界で AWS と提携できることを非常にうれしく思っています。クラウドプラットフォームのパワーを活用することで、高度なデータに裏打ちされた革新的なソリューションを作成し、運営効率とカスタマーエクスペリエンスを向上できます」

EPAM Systems、M&E Technology Solutions、VP、Robert Koch 氏

「GrayMeta のお客様は、当社が AWS に構築した AI/機械学習搭載アプリケーションによって時間とコストを節約し、コンテンツのプレイバックと品質管理において、音声と動画アセットに埋もれた情報から貴重なメタデータを生成できます」

GrayMeta, Inc.、President & CCO、Josh Wiggins 氏

「Quantiphi が AWS で提供する次世代メディアインテリジェンスソリューションは、メディア・エンターテインメントのクライアントがユーザーへのリーチを増やし、ユーザーとのエンゲージメントを強化し、既存コンテンツの顧客生涯価値を高め、コンテンツのコンプライアンス遵守と適合を自動化して、売上増加を促進し、コストを削減するのに役立ちます」

Quantiphi、Global Practice Lead – AWS、Arnav Gupta 氏

導入事例



AWS を利用した **F1 Insights** は各レース前、レース時、およびレース後のファン体験を変革します。異種のデータポイントを利用して個々のインサイトを提供することで、ファンはドライバーがどのように瞬間的な意思決定を行ったか、チームがどのようにレース戦略を立て、実施しているかをリアルタイムで把握できます。どのように機能するのかをいくつかの例でご紹介します。

[事例を読む >](#)





収益化

AWS で広告収入を 最大化する

AI と機械学習を利用した幅広いデータドリブンのサービスを活用することで、ダイナミックな視聴者と急速に変化する業界に対応できます。AWS と AWS パートナーが提供するサービスとソリューションを利用して、広告主は視聴者とより深くパーソナライズされたつながりや、消費者との持続的な関係を強化でき、収益増加と長期的なビジネス価値が得られます。AWS を活用することで、お客様は次のことが実行できます。

- リニア広告とデジタル広告のセールスをモダナイズして、広告収益を増やす。クロスプラットフォームでの広告購入、フルフィルメント、測定にデータを活用することで、リニア広告とデジタル広告のエコシステムを簡略化して統合する。
- 効果的で収益性の高い視聴者開拓とエンゲージメントを実現する。行動やコンテキストを考慮したインサイトと顧客データを統合して、カスタマージャーニーをマッピングする。これによって類似の視聴者を特定しターゲティングすることで、解約率の予測と低減に役立て、新しい視聴者の開拓を可能にする。
- データに基づき広告販売プロセスをエンドツーエンドで最適化して、収益を最大化する。AWS のデータサイエンスと AI および機械学習サービスを利用し、チャンネル全体でデータドリブなキャンペーン計画、広告表示、広告配信の最適化を行って収益を増やす。

お勧めのソリューション*

[AWS Clean Rooms](#)、[AWS Elemental MediaTailor](#)、[AWS Entity Resolution](#)



AWS パートナー

ActionIQ、ThinkAnalytics、TripleLift

ActionIQ は、迅速で信頼性の高い分析を顧客に提供しています。AWS の大規模なマネージドサービスによって、ActionIQ は実験を柔軟に行い、独立性を持ってスマートなビジネスロジックの構築に集中でき、測定可能な価値と影響を実現しています。

AWS での **ThinkAnalytics Ltd.** ソリューションは、データドリブンのアプローチを活用してメディア・エンターテインメント企業の収益と顧客エンゲージメント向上を支援します。Think360 プラットフォームは **Amazon Personalize** と統合されており、デベロッパーは機械学習を利用して、厳選されたレコメンデーションとインテリジェントなユーザーセグメンテーションを迅速に作成して大規模にデプロイできます。

TripleLift は、プロダクトプレイスメント広告をストリーミングテレビの番組内にダイナミックに挿入するソリューションのパイオニアです。このソリューションはカスタムビルドされたモデルと機械学習を AWS で組み合わせており、広告主は広告の効果とリコール率を改善できます。

導入事例

NBCUniversal

NBCUniversal (NBCU) の One Platform では、広告購入者はリニアとデジタルのメディアプランニングを一元化し、テレビ、ストリーミングサービス、モバイルアプリ全体でターゲットの視聴者にリーチできます。NBCU では One Platform 内で AWS のサービスを利用しており、大量のデータの効果的な管理と処理、さらにそれらのデータを統合してリニアおよびデジタルでの予測に役立っています。

[事例を読む >](#)



AWS でメディア・エンターテインメントの未来を推進する

いまやクラウドでのイノベーションは、メディア・エンターテインメント企業のミッションクリティカルなワークロードの需要に応えるだけでなく、それを上回るツールを生み出しており、従来の専門的ハードウェア、専用回線、専用ストレージは影を潜めています。ROI と、消費者の行動に合わせて迅速にシフトできる柔軟性を向上するために、クラウドトランスフォーメーションはビジネスに欠かせなくなっています。そのことは容易にご理解いただけるでしょう。

AWS は業界のニーズに合った、包括的で安全な、実績のあるグローバルクラウドソリューションを提供しています。どのクラウドよりも多くの目的別機能をご用意しているだけでなく、400 を超える主要なテクノロジーパートナーとコンサルティングパートナーが幅広いソリューション別のサポートを提供しており、お客様の課題解決のお役に立ちます。

AWS がどのようにお客様のクラウドトランスフォーメーションを加速し、迅速かつ大規模な目標達成を支援し、メディア・エンターテインメントの未来を形作る能力を実現するか[こちらのページ](#)からご確認ください。

[AWS のメディア・エンターテインメントの取り組みについて詳しく知る >](#)