

想像の翼にのって— vol.9 国境を超えてつながる人々

現在、ライブ動画配信が世界的に大きな盛り上がりを見せている。以前より、USTRREAM、YouTube Live、ニコ生、ツイキャスなど、ライブ動画配信自体は存在していたが、2016年にFacebook、LINE、Instagram、Twitterなど、各種ソーシャルメディアが、ライブ動画配信機能を実装。ユーザーにとっては、スマホとアプリで配信できる手軽で身近なものとなり、SNSの拡散力との相性の良さもあり、今年に入り、市場の拡大は更に加速している。

中でも、中国は課金型ライブ動画配信の成功モデルを多数輩出しており、世界のライブ動画配信ビジネスを牽引している。中国のライブ動画配信アプリ「Momo(陌陌)」は、2016年第4四半期の収益が前年同期比52.4%増、2億4600万ドルという驚異的な成長を見せたことで話題となった。中国ではライブ動画のライブ(配信者)に対して、課金型のバーチャルギフトを贈るサービスが人気で、この仕組みが一般的にも既に認知されている。

Momoによると2016年第4四半期、ライブ動画配信に課金したユーザーは350万人。この売上は、ライブ動画配信ビジネスの収益の柱であり、その収益の約半分は、配信者に還元されることもあり、この仕組みはライブ動画配信の急速な市場拡大の要因と言える。10年以上前は、テレビ局の専門分野で

『世界的に盛り上がるライブ動画配信の市場』

文 赤峰俊治 text by Shunji Akamine

あり、高価な機材を必要としたライブ動画配信は、今や誰もが簡単に実現できてマネタイズ可能なものとなった。今、中国では億超えの年商のライブも出現している。

中国でのライブ動画配信市場は、2016年に30億ドルとなり、2017年には50億ドルの市場拡大が予測されている。テンセントホールディングス、アリババグループなど大手企業も続々と参入しており、複数のサービスが乱立している。このような状況の中、2017年8月、台湾でもっとも勢いのあるスタートアップであり、アジア各国で爆発的にダウンロード数を伸ばしている「17 Media」が本格的に日本上陸。同社は日本市場に大きな可能性を感じている。

次世代メディアとして急激に成長する動画配信、ライブ動画配信の舞台からは、伝統的なメディアが生んだスターやオピニオンリーダーに匹敵する存在が既に生まれ始めている。配信の内容やスタイルは多様化してきており、今後、社会に必要とされるメディアとして成長する中、更に進化と深化を遂げていくだろう。弊社は、アジア各国の動画配信メディアとの連携を進めており、この時代ならではの国境を超えたネットワーク構築とコンテンツ流通の可能性に取り組んでいる。



Profile

Arigato Japan Inc. CEO & Founder / Cool Japan TV Inc. CEO & Founder

1971年、大分県出身。

國學院大学卒業後、政府系金融機関の信用保証協会に入社。融資審査業務に携わる中で、企業にとって既存の商圏を越えることのできるインターネットメディアに可能性を感じて起業。オンライン動画を活用した行政や企業の情報発信プロデュースにおいて数々の実績を残す。もっとも面白いチャンネルを投票で決める「USTREAM大賞」を2年連続受賞。現在、43カ国に約5,000人の会員を持つ、オンライン動画スクールを運営。アジア最大のYouTuberネットワークを活用した、インバウンドプロモーション及びマーケティングを手掛ける。

<http://arigato-jp.com>