2014年第3四半期「Ooyala Global Video Index」を公開。従来型TVの視聴が、スマートフォン、タブレット、PCにシフトするクラウドベースTV時代の到来が明らかに

Telstraの子会社としてプレミアム動画の配信、分析、収益化で業界を牽引するOoyala（ウーヤラ、本社：米カリフォルニア州は、 「Global Video Index Report」の最新版(2014年第3四半期 / 2014年7月 ～9月)を発表しました。

今回のレポートでは、視聴者は、1日の内で時間帯により異なるさまざまな端末でTV番組や動画を視聴するという視聴パターンを紹介しています。
また、第3四半期は、携帯端末およびタブレット端末がオンライン動画の視聴全体の30%に達し、前年比で114%の伸びとなっていることが明らかになっています。この伸び率から、Ooyalaは、2015年後半には、携帯端末およびタブレットによる視聴が全オンライン視聴の50%に達すると予測しています。

視聴者は徐々に日常的なコンテンツ視聴にインターネットを使用するようになっていますが、その主な要因は、高品質なライブ動画コンテンツ、特にあらゆる種類の国際的なスポーツイベントやスポーツニュースにアクセスすることが多くなってきているからです。
また、その結果、携帯端末およびタブレットによる動画視聴にこれまでに例のない伸び率が見られます。
自社コンテンツに関するこうした視聴データを利用できる放送局やパブリッシャーは、特に動画再生可能な端末とワイヤレスブロードバンドが非常に普及している地域の成熟市場においては、この傾向を活用することで、ビジネスを成功させるまたとない機会を得ることができます。

◆ クラウドベースTV時代の到来

最新版「Global Video Index Report」では、あらゆる端末で、長編動画の視聴が大幅に伸びていることも明らかになっています。その中で、長編コンテンツを最も多く視聴していたのはスマートテレビ（インターネットに直接接続、またはゲーム機やその他の端末から接続）でした。第3四半期中では、スマートTVの視聴者は、タブレットによる視聴の4倍以上、携帯電話による視聴のほぼ10倍以上の割合で長編コンテンツ（10分以上の動画）を視聴していました。
さらに注目するべきことは、いずれの端末でも長編動画を視聴することが一般的になっていることが明らかになっています。
タブレット視聴者は、動画に費やす視聴時間全体の68%で10分以上の動画視聴しておりこれは、長編動画を視聴するスクリーンとして、タブレットが固定テレビの代替になり得ることを示しています。
携帯電話ユーザーについても、動画視聴時間全体の48%は長編コンテンツを視聴しており、テレビ番組、映画、ニュース、スポーツイベントといった高品質コンテンツが視聴される傾向にあります。

こうした傾向は、タブレットや携帯電話などの携帯端末の利用は、もはや「手軽な」コンテンツにとどまらないことから、動画のパブリッシャーにとって、新たなマネタイゼーションの機会が存在することを示しています。

OoyalaのCEOであるJay Fulcher（ジェイ・ファルチャー）は次のように述べています。
「クラウドベースのテレビの時代が到来したのです。
リニア型TVに比べてIP配信コンテンツは、適切なアプローチをすれば視聴者基盤の構築とマネタイゼーションにおいて、より高い利益が得られて経済的であることを、放送局とコンテンツ配信者は実感しています。本当に面白いのは、業界きっての大手企業の多くが視聴者を取り込み、視聴者の元に配信するスピードです。それも、視聴者が最も望むコンテンツを、適切な画面に適切なタイミングで、充実した視聴体験とともに配信するといった形です。」

◆ 通勤時間帯と帰宅時間帯はモバイル端末、勤務時間帯はPCで動画視聴

その他、最新版「Global Video Index Report」では、視聴者は1日の内で、時間帯によって端末を変えて動画を視聴していること、また、平日と週末における視聴端末の使用傾向に一定のパターンが生じていることが明らかになっています。
具体的には、携帯端末では、1日を通じて視聴率は安定しており、
世界全体で、スマートフォンおよびタブレットによる視聴は午前中と通勤時間帯に急激に増加します。携帯端末での視聴は、勤務時間が始まるとともに急激に減少してPCによる視聴が増え、その後再び帰宅時間に増加して夜間にピークを迎えます。
これは概して世界中で一般的に見られるパターンですが、例外的に中南米では、携帯電話およびタブレットで動画が再生されることは1日を通じてほとんどありません。
タブレットは、どの地域でも、圧倒的に夜間におけるWeb配信動画の再生スクリーンとして選択されているものの、週末においてはPCおよび携帯電話よりも若干利用が上回るのみといった傾向が見られました。 また、1日の端末利用パターンは大陸間で微妙に異なることも示されています。

◆ 2014年第3四半期「Global Video Index」その他の注目点

・前年比でスマートフォンおよびタブレットによる視聴は2倍以上となり、114%の伸びを見せている
・2012年度第3四半期、スマートフォンおよびタブレット動画視聴の占める割合は、全オンライン動画視聴のわずか6%だった。 その後8期を経て、400%を超える伸びとなっている
・タブレット視聴者は動画視聴時間の23%を30～60分の動画に割いており、これは全端末タイプの中で最多となっている
・スマートテレビ視聴者は動画視聴時間の80％で10分以上の動画を視聴している

◆ Ooyalaの「Global Video Index」レポートについて

Ooyalaの「Global Video Index」は、世界中ほぼすべての国の約1億5,000万人の視聴者の匿名化されたデータから、その視聴習慣を測定しています。
毎日数十億のビデオイベントの解析を処理し、インターネット接続端末全体でユーザーがどのようにオンラインビデオを利用しているかについて詳細な情報を提供しています。

Ooyalaの業界屈指の解析技術とリアルタイムのビッグデータアーキテクチャにより、メディア企業、放送局、サービスプロバイダ、各ブランドは、携帯動画やマルチスクリーン動画を通じてより多くの収益を上げることができます。

※2014年第3四半期「Global Video Index」のダウンロードURL
日本語版
http://go.ooyala.com/wf-video-index-q3-2014-jp.html?utm_source=PRWire&utm_medium=Referral&utm_content=JP&utm_campaign=VideoIndexQ32014

英語版
http://go.ooyala.com/wf-video-index-q3-2014.html?utm_source=PRWire&utm_medium=Referral&utm_content=EN&utm_campaign=VideoIndexQ32014

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com