

## 雑誌と動画を使ったクロスメディア展開へ

料理を中心に家事や生活の知恵など紹介する生活情報誌、雑誌**オレンジページ**。来年創刊25周年を迎え、女性を中心に月間100万部以上を発行し、2008年7月のマイボイスコム調査ではもっとも読まれている雑誌第1位<sup>(1)</sup>に輝いています。オレンジページのウェブサイト『**オレンジページnet**』(<http://www.orangepage.net>)は2008年12月、“毎日のご飯作りに役立つサイト”を目指してリニューアルを実施。動画を使ったキッチンTVを公開し、文字では分かりづらい料理のプロセス、人気料理研究家による動画レシピを拡充。ブライトコープのオンラインビデオプラットフォームが、動画のインターネットでの公開を簡単にしただけでなく、オレンジページブランドの動画プレーヤカスタマイズ、雑誌 x Webクロスメディア広告商品の開発を可能にしました。

ブライトコープ導入後、オレンジページnetは動画コンテンツを迅速にオンラインに公開、新しいユーザーを獲得し、新たな収益源を確保できるようになりました。



### 刊行物販促サイトからメディアサイトへ

#### ・動画コンテンツの導入障壁

これまでの刊行物支援サイトから、オンラインメディアとしての役割を担うウェブサイトとして生まれ変わる第一歩として、昨年11月オレンジページnetのサイトリニューアルが施されました。ウェブサイトのメディア化について、株式会社オレンジページ ニューメディアクリエイション部マネージャ井坂氏は曰く「毎年の読者調査から、オレンジページ読者の間でもPCの普及が広がってきました。同時に情報のタッチポイントが紙媒体だけとは限らなくなり、特にウェブを通して情報を入手するユーザが増えていることを日々実感しています。」とメディア化の背景を語ります。

雑誌記事と同じ記事をウェブサイトに掲載するだけでは、ウェブサイトとしてのメリットが出せないだけでなく、紙媒体の価値を損ねかねないという悩ましい問題がありました。雑誌では提供できないコンテンツとして早くからビデオに注目していたものの、エンコーディングやファイルフォーマットなどの技術的ハードルの高さ、サーバ、ソフトウェアのコストから、本格的に動画コンテンツの提供を行うには至りませんでした。同社ニューメディアクリエイション部川端氏は曰く「オレンジページの動画配信の始まりは2006年。当時は3分間のレシピコンテンツを36本紹介していました。ブロードバンドがまだ一般家庭に浸透しているとは言い難い時代でしたので、視聴できないユーザも多く、会員限定のコンテンツとして公開していました。」

記事の一部として動画を見せることが、今回のリニューアルでの大きなテーマの一つでした。動画コンテンツを特別なものとしてを捕まえるのではなく、分かり易く親切な情報コンテンツの提供を試行錯誤した結果、そのような結論に辿り着きました。「PCの前で見ている3分の動画コンテンツは長い。ユーザには動画でしか伝えられないポイントを短く紹介したいと思っていました。例えばケーキの卵白の泡立て方とか、唐揚げを揚げる油の温度の見分け方など、テキストや写真での表現では冗長になってしまう説明が、短い時間で効果的に伝えることができるようになるのではと考えていました。」

#### ・クロスメディア広告商品

雑誌では紙媒体の良さを、オンラインではウェブの長所を生かした広告商品の開発も重要なリニューアルのミッションでした。『雑誌 x Web』のクロスメディアで広告主に提案していくためには、動画は非常に魅力的なコンテンツですが、アドサーバとの連携や動画・バナー広告との連携などクリアしなければいけない課題が多く残されていました。動画を広告媒体として使用するためには、動画を見られるようウェブサイトの導線に沿ってビデオを配置する必要がありました。

## ブライトコープソリューション

### ・オールインワンパッケージ

ブライトコープの動画配信プラットフォームは 動画配信に必要なアプリケーションと配信用インフラの両方を提供するサービスです。動画コンテンツ管理だけでなく、プレーヤの管理から動画配信まですべてをカバーし、企業が自社サイトで動画コンテンツをオンラインで公開するために必要な機能をすべて揃えています。ブライトコープの動画配信サービスは PaaS (Platform As A Service) として提供されるため、動画共有サイトに依存せず、安全に自社ブランドで動画を公開できるだけでなく、初期投資やメンテナンスなどのランニングコストを削減することが可能です。



オレンジページ株式会社  
ニューメディアクリエーション部  
マネージャー 井坂 敦子氏

### ・誰でも簡単に使える動画コンテンツ管理ツール

ブライトコープの動画配信プラットフォームには、ブラウザとインターネット接続回線があれば誰でも使い始められる簡単で直感的なユーザインターフェースを備えている管理ツール、ブライトコープスタジオがあります。動画のアップロードからプレーヤの作成、カスタマイズまですべての作業をブラウザから行うことができます。

動画ファイルをブラウザからアップロードするだけで、Flash Video形式にサーバー側で自動的に変換されます。動画ファイルをウェブ用にエンコーディングする必要がありません。ブライトコープでサポートしているファイルフォーマットは Windows Media、QuickTime、MPEG-4 など、巷に流通している大抵のビデオ形式をサポートしているため、ビデオファイルフォーマットを気にせずに動画コンテンツをウェブで公開できます。

「オレンジページのコンテンツは自分で撮影して、自分でアップしています」と川端氏。「調理のポイントなど、1分くらいのコンテンツを取材の合間に手持ちのビデオカメラで撮影し、ブライトコープへアップしています。この方が臨場感ある動画コンテンツが撮影できます。この3ヶ月で100本以上のコンテンツを公開しました。」



オレンジページ株式会社  
ニューメディアクリエーション部  
チーフ 川端 浩湖氏

### ・プレーヤのカスタマイズが簡単

動画プレーヤもブラウザだけで作成することができるため、Flash や ActionScript でプログラミングをする必要がありません。カスタマイズも同様にブラウザだけで行うことができます。オレンジページ

net ではサイトのカラースキームやそれぞれのセクションのテーマ、ブランディングに統一されたルック&フィールの動画プレーヤを複数作成し、使い分けています。「予め用意されたプレーヤテンプレートから選ぶだけで、簡単にプロフェッショナルな動画プレーヤが作れるのは助かっています。お料理の温かさを伝える色使いや、オレンジページのブランディングカラーにブラウザから簡単にカスタマイズできることもブライトコープの大きなメリットです (川端氏)。」

### ・動画をコンテンツの一部に

ビデオばかりを集めた動画セクションだけでなく、記事の一部として動画を使用することが視聴時間の増大、ユーザの利便性向上には有効的な手法です。オレンジページnet では、キッチンTV にすべての動画を公開するだけでなく、レシピや料理のレビュー記事の中に、テキストや画像と同じように関連する動画を配置し、ユーザ視聴率が高くなることを実証しています。ブライトコープでは動画プレーヤをページに貼り付けるHTMLコードを自動的に生成できるため、様々な記事の中やユーザ導線に動画を簡単に埋め込むことができます。また、カラーやサイズなどを簡単に調整できるため、挿入する記事に併せて簡単にプレーヤのカスタマイズが可能です。

### ・クロスメディア広告

ブライトコープでは、業界標準として用いられている主要なアドサーバをサポートしています。これらの広告サーバとの接続は、管理画面であるブライトコープスタジオから簡単な設定だけで接続することができるため、動画に広告を挿入することが簡単に実現できます。「紙媒体では提供できない動画というコンテンツをウェブサイトで提供することで、紙媒体とオンラインメディアの両者の長所を生かした広告商品の提案がクライアントにできるようになりました (井坂氏)。」雑誌記事とのタイアップにより、テキストと写真だけでは実現できないコンテンツを動画としてウェブで配信することにより、雑誌とウェブのクロスメディアを実現し、広告媒体としての価値を高めています。既に飲料メーカーや調理家電メーカーとの年間タイアップ広告が決まりスタートしています。



(1) マイボイスコム株式会社『雑誌』に関する調査 2008年7月より <http://www.myvoice.co.jp/biz/surveys/12007/>

