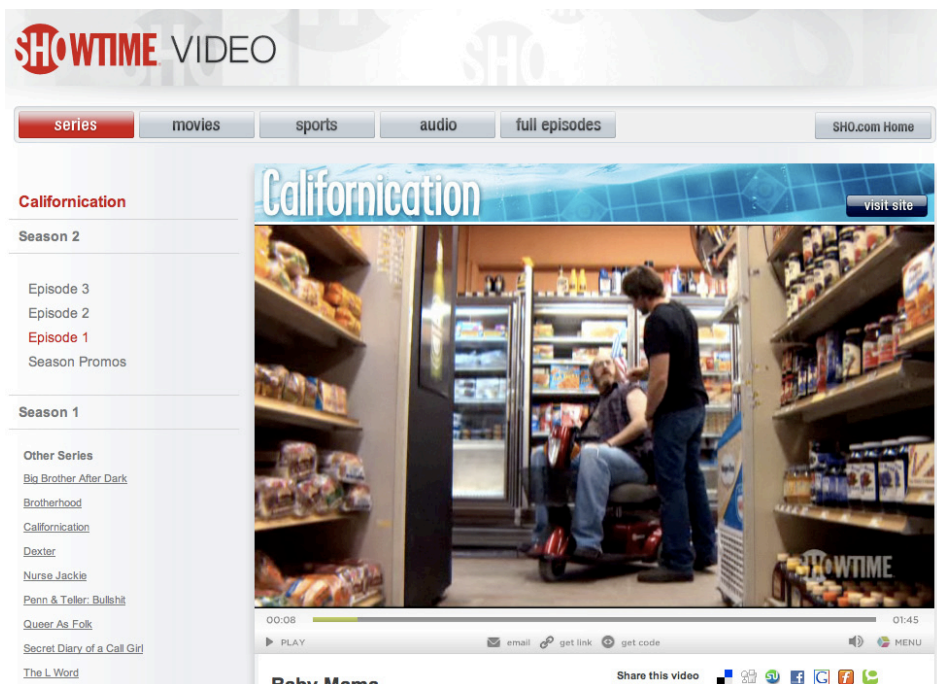


# 付加価値のあるオンライン動画エクスペリエンス

Showtimeにとってオンライン動画は、同社のケーブルチャンネル番組の宣伝として機能するだけでなく、広告を通じて動画自体の**新たな収入の流れを作るもの**でもあります。

Showtimeが自社のWebサイトを有数の動画コンテンツサイトとして確立するにあたり、大規模な自社開発を必要とすることなく、テレビの視聴者が期待するようになった付加価値のあるエクスペリエンスをオンラインの視聴者に提供するために、Brightcoveとのパートナーシップが寄与しました。デジタルメディア担

当のバイスプレジデント兼エグゼクティブプロデューサーであるChris Lucas氏は、「Brightcoveのプラットフォームにより、我々は得意分野に注力することができ、新たな動画の視聴やインタラクティブな利用方法を実現することができました」と述べています。



ShowtimeはBrightcoveを利用して、自社開発の動画サービスからBrightcoveのオンラインビデオプラットフォームへと、スムーズに移行することができました。

## 課題

- Showtimeブランドならではの付加価値のあるエクスペリエンスをオンライン動画で提供する必要があります
- 最新技術を駆使した独自の動画プレーヤーを作成して維持するのは、Showtimeの主要事業ではなく、リソースを非効率的に使用することになります



## ソリューション

- Brightcoveを利用することで、ShowtimeはWeb最大級のプレーヤーで放送品質の動画を提供します。視聴者が好きなコンテンツを簡単に共有したり、紹介したりすることが可能になります
- また、ShowtimeはBrightcoveを使用することで、系列局や利用者ポータルなどのシンジケーションパートナーに対して、それぞれにカスタムアプリケーションを作ることなく、個別のプレーヤーを簡単に提供できます



## 成果

- 最初の2か月で動画コンテンツのページビューが倍以上になりました
- 動画コンテンツの管理と制作が効率化したことで、Showtimeでは常勤者3名の削減が可能になりました
- Showtimeは、サービスの拡張を継続しながら、すべてのアーカイブをより簡単に活用し、収入源とすることが可能になりました

