



お客様情報



エイベックス通信放送株式会社

●所在地
〒106-6036
東京都港区六本木1-6-1 泉ガーデンタワー
<http://www.avex.co.jp/>

エイベックス通信放送は、新しい映像エンタテインメント市場の創生を目指してエイベックス・エンタテインメント（現エイベックス・デジタル）とNTTドコモの合併により設立された企業です。テレビや映画といった既存の映像メディアとは全く異なる視聴スタイルを想定し、2009年5月携帯専用放送局「BeeTV」、2011年11月にスマートフォン向けサービス「dビデオ powered by BeeTV」を開始し、定額制映像配信サービスへと成長させてきました。2015年4月にはdビデオを「dTV」へリニューアルするとともに、さらなるサービス強化を図っています。

エイベックス通信放送株式会社

アナリティクス製品とクラウド・サービスの利用により、
レコメンド基盤を構築。

会員の嗜好に合ったコンテンツの提案が可能に

エイベックス通信放送株式会社（以下、エイベックス通信放送）では、同社が運営し、NTTドコモ株式会社（以下、NTTドコモ）が提供する定額制映像配信サービス「dTV」の利用促進に向けて、魅力的なコンテンツをきめ細かく提案するためのレコメンドの仕組みを構築しました。システム基盤には、高度な分析により的確なセグメンテーションを可能にする「IBM SPSS Modeler」や、データ・アナリティクスを高速化する「IBM DB2 with BLU Acceleration」などのアナリティクス製品を採用。クラウド・サービス「IBM SoftLayer」上で稼働させることで膨大な視聴履歴や視聴傾向の分析を可能にしています。これにより視聴者の嗜好に合ったコンテンツを勧めることが可能になり、顧客満足度の向上と視聴増を実現しています。

アクティブ・ユーザー数の拡大に向けて パーソナライズしたレコメンドが課題に

近年、定額制で映像コンテンツが見放題になる「SVOD」(Subscription Video on Demand) サービスが注目を集めています。

エイベックス通信放送は2009年に「BeeTV」というフィーチャーフォン向け映像配信サービスをNTTドコモとともにスタートさせ、2011年には定額制映像配信サービス「dビデオ powered by BeeTV」(dビデオ)として国内外の映画やドラマ、アニメ、音楽などを、スマートフォンやタブレット、PCなど多様なデバイスで視聴できるサービスへと進化させ、会員数を増やしてきました。さらに同社は2015年4月にdビデオを「dTV」へリニューアルし、アプリを立ち上げるだけで動画が再生される「ザッピング機能」や、テレビでコンテンツを視聴できる「dTVターミナル」を取り入れるなど、ユーザー・インターフェースを改善。2015年9月現在、dTVは約12万の作品を提供する国内最大級の映像配信サービスに成長しています。

このように着実に事業を拡大させてきたエイベックス通信放送ですが、通信キャリアとのタイアップ等によって新規会員登録を順調に獲得する一方で、一定の退会数も発生していました。同社取締役の村本理恵子氏は、次のように話します。

「dTVは会員制ビジネスですから、入会したお客様にコンテンツを日々楽しんでいただく、いわゆる“アクティブな”ユーザーになっていただくことが必要です。そのために、いかに個々の会員向けにパーソナライズした作品を勧められるかが課題となりました」



事例概要

課題

- 会員制ビジネスを継続的に運営していくために、会員の退会率を低減し、アクティブ率を向上させることが経営課題となっていた。
- 上記の課題の解決に向けて、会員向けにレコメンデーションを行うシステム基盤の構築が必要となった。

ソリューション

- IBMのコンサルタントとデータサイエンティストがそれぞれの得意領域を中心にレコメンド基盤の構築に取り組んだ。
- 短期間で構築でき、初期コストも抑えられるIBM SoftLayerのクラウド環境に、IBM SPSS ModelerとIBM DB2による高性能分析基盤を構築した。

期待される効果

- タグを一つのコンテンツに対し約1,000付与し、嗜好の把握に役立っている。
 - 数学的な手法を駆使したレコメンドロジックを用意し、会員一人ひとりの嗜好に合ったオススメ情報の提供を実現。
 - 会員のアクティブ率が25%アップするとともに、顧客満足度が2倍以上に向上。dTVにとっても好影響を及ぼしている。
-

同社では、会員に魅力的なコンテンツをきめ細かく紹介していくことで、dTVのファンになってもらうことが重要だと考えました。

「米国の映像配信サービス事業者は、会員へのレコメンドを重視しています。しかし当社も含めた日本の映像配信サービスでは、万人向けのお勧めコンテンツを紹介しているに過ぎませんでした。そこで私たちはより会員の嗜好に合ったコンテンツを提案することを目標に、どうすればそのサービスを提供できるか、社内プロジェクトを立ち上げて取り組みました」(村本氏)

dビデオのサービスをスタートしたとき、エイベックス通信放送はコンテンツにタグを埋め込み、それをもとにお客様が好みのコンテンツを検索できるようにしていました。このタグや視聴履歴を組み合わせてレコメンドの仕組みを実現できないか、2013年末頃から検討が始まりました。

グローバルでの豊富な実績と先進技術、新しい分析の仕組みを持つIBMをパートナーに選定

エイベックス通信放送にはコンテンツを提供するための豊富なノウハウがあります。しかし、実際に個々の会員向けに好みのコンテンツをタイムリーに提案するためにはシステムが不可欠です。そこで同社はレコメンドのシステム基盤を構築するために複数ベンダーに提案を依頼し、その内容や実績、能力などを比較検討した結果、パートナーとして選んだのがIBMでした。

「IBMを選んだ最大の理由は、グローバルで豊富な実績を持つことです。海外の先進的な事例を理解した上で最新技術を提案してもらえるという期待に加え、IBM Watsonに代表されるような先進テクノロジーを活用した分析の仕組みを持っていることも選定理由の一つです。さらにデータを分析してモデル化し、アルゴリズムとして実装できるデータサイエンティストの存在も決め手となりました」(村本氏)

IBM側ではまず会員の視聴傾向を分析し、施策の立案を行いました。プロジェクトに参画した渡辺圭吾(日本IBM シニア・マネージング・コンサルタント)は、次のように説明します。

「エイベックス通信放送様はdTVの会員アクティブ化に取り組まれていましたが、私たちは逆にアクティブでない会員の特徴に注目しました。閲覧や視聴のデータを分析した結果、浮かび上がってきたのが『見たいコンテンツが見つけれない』という問題でした」

次に、IBMはレコメンドに必要なデータが十分に蓄積されていることを確認し、そのデータを用いたテスト・マーケティングを行いました。実施の結果、メールの開封率や実際の視聴において効果が得られ、退会率の低減に役立つことが判明しました。

このテスト段階において威力を発揮したのが、IBM側の体制でした。

「レコメンド構築には、ビジネスの観点と高度な数学的な知識が必要になります。そのため、IBM側の主要メンバーはコンサルタントとデータサイエンティストで構成しました。レコメンデーションのコンセプトの立案をコンサルタントが行い、コンセプトの数式化およびシステムの実装をデータサイエンティストが担当し、その相乗効果を発揮したことで価値を創出できたと考えています」(渡辺)

“IBMと一緒に構築したレコメンド基盤により、会員のアクティブ率は25%アップしました。お客様満足度も「満足」と回答いただいたお客様は以前の2倍以上となりました。私たちの期待を超える結果が出たと思っています”



エイベックス通信放送株式会社
取締役
村本 理恵子氏

実運用に向けてレコメンド基盤を構築することになったIBMでは、短期構築と初期投資の抑制を実現するために、SoftLayerによるクラウド環境を提案しました。その際、IBM SPSS Modeler ServerのSQL Pushback機能と、IBM DB2のBLUアクセラレーション機能によって、実運用に必要なレコメンドの生成処理がクラウド上でも実現できることを実証し、それが導入につながりました。

アクティブ率が大幅にアップ。 コンテンツ横断型のレコメンドにより、効果はグループ全体に

このレコメンドの仕組みは2014年10月から実導入されました。最初はメールで会員宛にお勧めコンテンツを提案するところから施策を実施し、2015年4月からはdTVアプリの中で、「あなたにオススメ」という形でコンテンツを紹介できるようになりました。

IBMが構築したレコメンド基盤には大きく2つの特徴があります。

1つは、会員の嗜好を把握するためにさまざまな情報を取り込んだ点です。レコメンドのインプットとして、会員の年齢や性別などのセグメント情報、会員が閲覧したコンテンツのカテゴリー、作品名、視聴時間などの情報^{*}を取り込みました。

^{*}個人情報が定めるところの個人情報以外の情報に限ります。

2つ目は、数学的な手法を駆使したレコメンド・ロジックを用意したことです。このレコメンド・ロジックはいくつかの手法を組み合わせたハイブリッド型ロジックであり、“嗜好スコア”と呼ぶ独自スコアを計算して会員の嗜好に合ったレコメンドに活用しています。

また、本プロジェクトではフィルムアナリストと呼ばれるスペシャリストが、すべてのコンテンツを確認しながら、「ロマンチック」「エキサイティング」といった“フィルムメタ”と呼ぶタグを1作品につき約1,000のメタデータとして付与し、きめ細かなコンテンツ提案の実現に役立てています。紹介する内容については、嗜好に合った作品の提案に留まらず、“意外コンテンツのレコメンド”

と“お勧め理由の提示”なども盛り込まれています。これは会員が日頃視聴しているのとは異なるコンテンツをあえて提示して、興味の幅を広げることを狙ったものです。

「その方にとって普通は見えないものでも、たまに提案されると興味を持つ。顧客の心に響くレコメンドを実現するためには、人の感性にどう寄り添えるかがカギになると思っています」と村本氏。

実運用が始まったレコメンド基盤について、村本氏は次のように評価します。

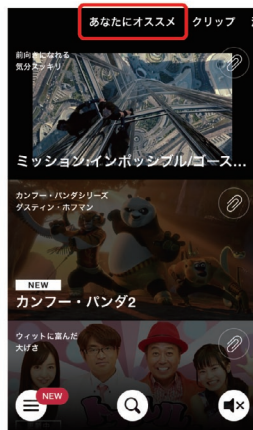
「このレコメンド基盤により、アクティブ率は大幅にアップしました。通常はアクティブ率を1ポイント上げるのも大変なのですが、25%近くも上がりました。お客様満足度も、『満足』と回答いただいたお客様は以前の2倍以上となりました。会員の方から『いろんな出会いができて楽しくなった』といった声も聞かれ、私たちの期待を超える結果が出たと思っています」

レコメンド機能の画面例

〈dTVアプリを押下〉



〈オススメ動画が表示される〉



dTVのアプリを立ち上げると、トップ画面に「あなたにオススメ」チャンネルが表示され、過去の視聴履歴をもとにオススメ作品が表示される。

詳細情報は下記のWebサイトをご覧ください。

- IBM SoftLayer
ibm.com/cloud-computing/jp/ja/softlayer.html
 - IBM SPSS
ibm.com/software/jp/analytics/spss/
 - IBM DB2
ibm.com/software/jp/info/db2/
-

また、過去のサービスを振り返り、こう言葉を続けます。

「従来の画面は静的なサムネイルを並べているだけで、しかも誰が見ても同じ内容でした。それが、今はその人に合ったものが表示されるようになりました。加えて、我々が持つコンテンツを横断型でレコメンドしているので、映画もあれば、海外ドラマも音楽ビデオも出てくる。その人固有のエンタテインメントの空間が画面上で実現できている点が、効果として非常に大きいと感じています。その結果、音楽の視聴率も高まり、エイベックス・グループ全体にとっても大きな効果となっています」

さらにブラッシュアップを続けて「次なるステージ」へ

このように機能し始めたエイベックス通信放送のレコメンド基盤ですが、「まだまだ発展途上」だと村本氏は言います。

「dTVでは『あなたにオススメ』という形でコンテンツがどんどん紹介され、お客様にとって心地良いものとして評価をいただいています。しかし、これをより良いサービスにするために、レコメンド基盤のブラッシュアップを続けていきます。例えば、これまでのフィルムメタとは違う新しいタグの仕組みを作って、それがお客様にとって“痒いところに手が届く”レコメンドになるところまで精緻化させることを目指しています」

さらに同氏は、レコメンド機能に留まらず、会員にとってより良いサービスを提供するためにビッグデータを一層活用していきたいと考えています。

世の中にはない新しいサービスを生み出し続けるエイベックス通信放送では、次のステージに向けて、また新たなチャレンジが始まっています。



日本アイ・ビー・エム株式会社

〒103-8510 東京都中央区日本橋箱崎町19番21号

© Copyright IBM Japan, Ltd. 2015
All Rights Reserved
09-15 Printed in Japan

IBM、IBMロゴ、ibm.com、DB2、およびSPSSは、世界の多くの国で登録されたInternational Business Machines Corporationの商標です。他の製品名およびサービス名等は、それぞれIBMまたは各社の商標である場合があります。現時点でのIBM商標リストについてはwww.ibm.com/legal/copytrade.shtmlをご覧ください。

本事例中に記載の肩書や数値、固有名詞等は初掲載当時（2015年9月時点）のもので、仕様は予告なく変更される場合があります。

記載の事例は特定のお客様に関するものであり、すべての場合において同等の効果が得られることを意味するものではありません。効果はお客様の環境その他の要因によって異なります。

製品、サービスなどの詳細については、弊社もしくはビジネス・パートナーの営業担当員にご相談ください。
