

コンテンツビジネスのためのテクノロジー動向

中島 由弘 ●インプレスイノベーションラボ編集委員

AI（人工知能）、VR（仮想現実）、AIアシスタントなど、メディアを賑わす新たな技術はメディア企業でも利用され始めている。2017年はさらにその応用事例も登場、よりリッチな表現やサービスが期待される。

■話題の要素技術とメディアへの応用

2016年にブレイクした技術トピックスといえ、間違いなく「AI（人工知能）」「VR（仮想現実）」「AIアシスタント」「IoT」「ドローン」「〜テック（フィンテック＝金融とIT技術、ヘルステック＝医療とIT技術など、多分野とIT技術の応用）」などであろう。これらの単語は、連日のように新聞紙上やウェブメディアを賑わしている、異論はないと思う。

この数年、ハードウェアの性能が上がったり、小型化が進んだりしたはしたが、技術による本質的な変革は感じるものが少なくなっていた。が、ここに来て、「IT革命第二幕」とも呼べる大きな転換期を一気に迎えたと言ってもよいだろう。

では、これらの技術はメディア業界にどのような影響を与えるのだろうか。決して、他産業で利用される最新技術を報じているだけでは済まなくなっていて、メディア産業そのものがこれらの技術を使い、新たな価値を創出していくことが必要になる。

ここでは、そうした次世代メディアテクノロジーの観点で最近の技術を考察し、2017年度の展望として掲げたいと思う。

■AI技術による翻訳性能の向上

機械翻訳といえば、もう何十年もその性能はあまり変化がなく、「使い物にならない」という印象が強かった。一定以上の翻訳品質を期待するなら、「専門辞書」と呼ばれる用例を人間が整備したり、特定の言い回しを覚えさせたりといった手間をかけていくことが必須だった。しかし、それに時間をかけたところで、出てくる翻訳文は中学の学校英語の領域を超えられず、「これだけIT技術が進歩しても、ここまでか」と、自然言語の処理についての難しさを痛感させられてきた。

しかし、AI、とりわけ機械学習が実用化されたことで、機械翻訳の質が大幅に改善されてきた。グーグル翻訳、マイクロソフト翻訳のような無償のサービスでも、それは体感することができる。もちろん、文芸書のように芸術性が高いものを著名な翻訳者が訳したようなレベルには到達していないが、事実が書かれている英文マニュアルなど、技術文書であれば、比較的自然に読める日本語への翻訳が期待できる。

これは英語の苦手な日本人にとっては朗報であると同時に、メディア企業にとっては翻訳作業の支援として使えるようなレベルにある。また、海外へのリーチが難しいとされてきた日本語の文書

を、英語圏（あるいは中国語圏や韓国語圏などで）の人々に読んでもらえるチャンスにつながるだろう。

いったん英語になれば、日本語とは比べものにならないほどのリーチが期待できる。そして、概略を知ってもらったうえで、必要であれば人の手でブラッシュアップするなり、本格的な翻訳をすればよい。少なくとも、各社のウェブページで出版物の紹介ページに「翻訳ボタン」を置いておくことはムダではなくなりつつある。

言語的な孤島にある日本の出版社としては、こうした技術をうまく使うことが国際化に対応するための工夫のしどころだろう。

■ VRを使ったコンテンツ表現

2016年の後半になり、VRを使ったコンテンツがいくつも開発されている。YouTubeのような動画サイトでも見るができるが、2016年末には有名アーティストのライブを配信することも試みられた。

VRの映像を閲覧するためには専用のゴーグルが必要になる。本格的なものでは十数万円以上するので、万人が試せるものとは言いがたいが、厚紙で箱型に組み立てたゴーグルにスマートフォンを装着するだけでも簡易なVRが楽しめる。たとえば、旅行雑誌、鉄道雑誌などがVR映像を配信し、こうした厚紙ゴーグルを付録にすれば、スマートフォンを使って誌面と連動させて、よりエンターテインメント性の高い映像を楽しむことは、すでに可能な段階にある。

いまや、印刷メディアとインターネット上のコンテンツをURLやQRコードで関連付けることは当たり前となっているが、今後はさらにこうしたマルチメディア的な素材を使った表現も活発になるだろう。

■ AIアシスタントによるコンテンツ配信

AIアシスタント（または、スマートアシスタント）とは、SNSのようなチャットインタフェースや音声インタフェースを使って、人間と対話をするシステムのことである。特に、音声認識をして、音声を発するだけではなく、コンテキスト（話の流れやその背景）までも理解をして、より適切な回答をするサービスのことを言う。

NTTドコモが開発した「しゃべってコンシェル」、アップルのSiri、マイクロソフトのコルタナなどで知られるようになったが、エンジンとしてAIが組み込まれることで、より適切な回答が返せるようになってきている。

とりわけ注目すべきは、アマゾンが米国と欧州で発売しているエコーというアプライアンス（単独で機能するネットワークデバイス）である。また、2016年秋にはグーグルもホームというアプライアンスを発売している。残念ながら、日本語の認識技術がいまだ実装されていないために日本では未発売となっている。

こうしたデバイスを使ってコンテンツ配信を始めている出版社の例がすでに見られる。米国の大手雑誌出版社であるハーストは、衣服の染み抜き方法など生活の知恵を、音声によるやりとりで配信する。そのほか、パソコンの操作方法、料理のレシピ、旅行予約など、AIアシスタントデバイスが対応できそうな用途はいくつも考えられる。そして、そのための情報ソースはそれぞれの分野のコンテンツホルダーが蓄積しているはずで、それらをAIで扱えるようにすればよいだけだ。

■ チャットインタフェースを使ったコンテンツ配信

インターネットでのコミュニケーション方法といえば、長らく電子メールが主流であった。この数年、SNSが普及し、主にプライベートではタイ

ムライン型チャットインタフェースでのコミュニケーションが増加した。

一方、ビジネス分野では相変わらずメールが主流だが、スラック、フェイスブックメッセンジャー、スカイプ、ハングアウトなど、ビジネスで利用することが想定されているチャットアプリが普及しつつあるのも2016年の特徴と言えるだろう。

このチャットインタフェースへのコンテンツ配信もすでに始まっている。米国ではハーバードビジネスレビュー誌がスラック向けに記事を配信している。特に長い記事ではなく、ビジネスטיפスのような内容のようだ。

日本でもイード社がクルマ情報のウェブマガジン「レスポンス」のコンテンツをフェイスブックメッセンジャー向けに配信開始した。単に記事や写真を配信するだけでなく、ユーザーがチャットインタフェースで指示を出したり、リクエストを送信したりすることで、個別の対応もするAI機能を持つとされている。

すでに、多くのユーザーが、日常生活における多くの時間をチャットインタフェース上で過ごすようになってきていることから、ここがコンテンツ配信の主要な場になるのではないかということは容易に想像できる。

出版社はコンテンツをマイクロ化し、いかに必要な情報を配信するかという企画が求められるようになるだろう。

■権利処理とデジタルアセットマネジメントの重要性が増す

コンテンツホルダー、つまり著作権者や出版権者にとって、必要な情報を必要としている人に届けることは重要な問題だが、その手法がデジタル技術によって多様化している。しかも、あらかじめ設計され、完成されたパッケージとして届けるのではなく、読者ニーズに応じてAIが情報の最適化をしたり、従来の出版メディアで扱えないVRのような表現方法や音声などを取り入れたりすることは、今後も必要になってくるだろう。

だからといって、こうした技術の開発にコンテンツホルダー各社が資金や人材を投じる必要はない。最近ではオープンイノベーションという考え方が定着しつつある。これは、得意分野を持つ各社が協力関係を築きながら、スピード感を持って1つの目標を達成するという方法だ。コンテンツビジネスの場合なら、デジタル配信技術を持っている企業や、研究開発に先行投資が可能なプラットフォーム企業との協力関係を構築する、ということになるだろう。

その際、コンテンツホルダーにとって重要なことは、コンテンツのデジタル化や利用がスムーズに行えるような権利処理、そしてデジタルアセットマネジメント（資産として、いつでも再利用可能な形態でのコンテンツ管理）である。もはや、DTPソフトで文字組版や図表を制作し、2次元の印刷物として完成すればよい、という時代ではなくなっている。これについては電子書籍への対応で学んだ人たちも多いと思われるが、そうした対応はさらに強く求められるようになる。



1996, 1997, 1998, 1999, 2000...

[インターネット白書ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2017年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<https://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接的および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

✉ iwp-info@impress.co.jp