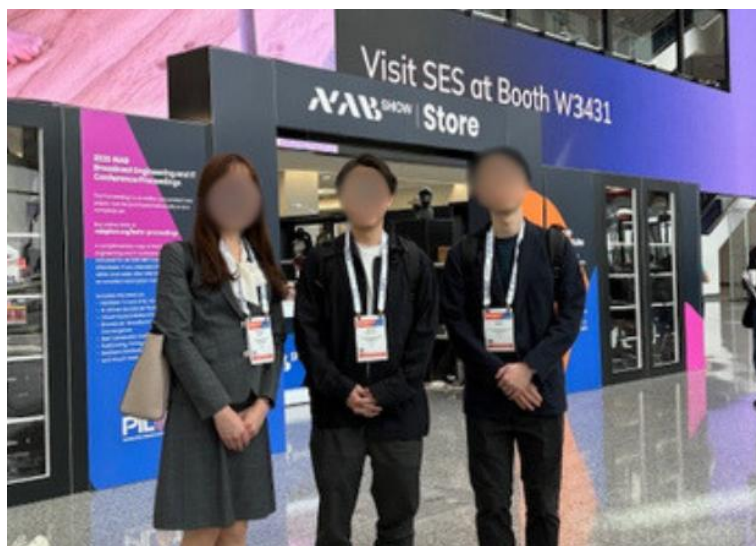
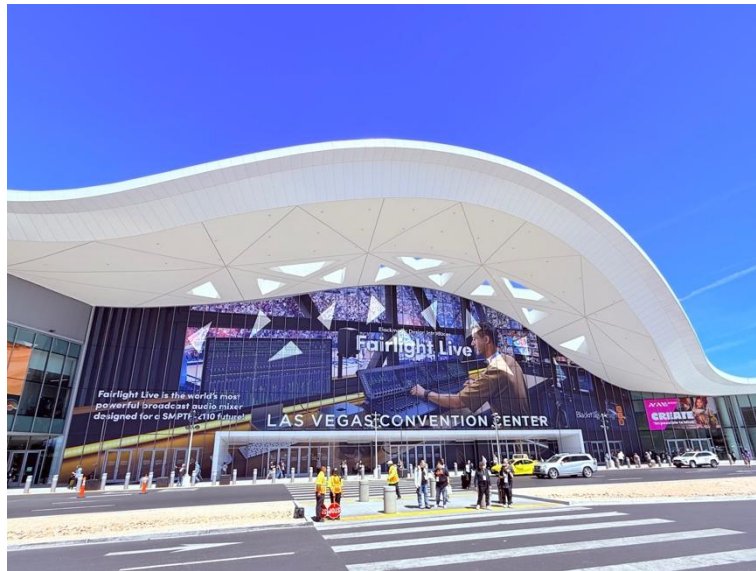


NAB2026 調査報告書



2026年4月30日
OSS BroadNet Inc.

目次

1. 2026年展示の全体傾向	3
2. 第一日目 (4/19)	5
2.1 West Hall	5
2.1.1 AWS & Partners	5
2.1.2 Amagi	7
2.1.3 Ateme	9
2.1.4 Witbe	11
2.1.5 Fastly	13
2.1.6 Veritone	15
2.1.7 Interra Systems	16
2.1.8 Broadpeak	18
2.1.9 EON Media	20
3. 第二日目 (4/20)	22
3.1 North Hall	22
3.1.1 Shade	22
3.1.2 Blackmagic Design	24
3.1.3 Adobe Inc	26
3.2 West Hall	29
3.2.1 Google Cloud	29
3.2.2 Twelve Labs	32
3.2.3 Marfeel	33
3.3 Central Hall	34
3.3.1 Canon	34
3.3.2 SONY	35
3.3.3 For-A	37
4. 企業訪問 (4/21)	38
4.1 Conviva Inc	38
4.2 KQED	41

購入者の属する組織内での報告以外の目的での本書の複製・配布・流用・加工を禁じます。
表現の簡便の為、本書中に登場する各企業様の社名への敬称は、全て省略しております。
同様の理由から、各社の登録商標・商標への®または TM マークの付記は、全て省略しております。
本報告書中の記載情報には、各業界紙、各企業 Web サイト、及び ChatGPT 等による Web 検索の結果を引用しております。

1. 2026 年展示の全体傾向

(NAB Show とは)

・全米放送事業者協会 (National Association of Broadcasters, NAB) が主催する世界最大規模の放送・映像・メディア業界向けの展示会およびカンファレンス。NAB の設立は 1922 年 (ラジオ放送しかない時代) で、本部はアメリカ・ワシントン DC。全米の主要放送局 (ABC, NBC, CBS, FOX など) が加盟している。

・NAB Show は 1923 年にアメリカで初めて開催されたので、今年で 103 年目の開催になった。1950 年代に入りテレビ放送、1980 年代にケーブルテレビや衛星放送、1990 年代にデジタル放送やインターネット、2000 年代にストリーミング、クラウド、4K・8K、2020 年代に AI, VR/AR, 5G, クラウドベースの放送技術など新しいサービスや技術の登場に合わせ規模が拡大してきた。

・開催場所は毎年ラスベガスで、現在では放送のみならず、映像制作、ストリーミング、VR/AR、AI、メタバースなど幅広い分の最新トレンドが紹介されている。

・今年の参加者数 (登録ベース) は 58,000 で昨年の 55,000 に比べると増加しており、毎年 9 月にオランダで開催される IBC (International Broadcasting Convention) の 2025 年が、来場者数 43,858 であったので、NAB は文字通り世界最大規模の放送機器展である。

(展示会場・Las Vegas Convention Center 通称 LVCC)

LVCC は、2021 年に West ホールを新設 (総工費約 10 億ドル、約 13 万㎡の展示スペースを追加) したのに続き、2023 年から既存の Central・North・South ホールを対象とした大規模なリノベーションを実施した。総工費は約 6 億ドル、延床面積は約 32 万㎡に及び、2025 年 12 月に完成した。今回のリノベーションは、West ホールで採用されたデザインやテクノロジーを施設全体に広げる形で行われ、総面積約 43 万㎡のキャンパス全体が一体的に利用できるようになった。Central ホールには、大型のガラスカーテンウォールと約 10 万平方フィートを超えるロビースペースが新設され、複数イベントの同時開催が可能になった。さらに、Central ホールと South ホールの間には屋内通路が整備され、West ホールから South ホールまで施設内を屋外に出ることなく移動できるようになった。グランドロビーには大型デジタルスクリーン (75 フィート×42 フィート) と補助スクリーン 2 面が設置され、イベント演出の幅も広がった。

(2026 年のテーマ)

2026 年の公式テーマは、「Where Storytelling Meets Scale (物語がスケールと出会う場所)」である。2025 年は AI (人工知能) への期待が大きく注目されたが、2026 年は一歩進み、AI やプラットフォームを活用して、コンテンツをより広く届け、収益化する仕組みづくりに焦点が当てられた。出展企業は 1,100 社以上にのぼり、展示規模はサッカーフィールド約 8 面分に達した。この規模は、放送・メディア業界が大きな転換期にあることを象徴している。NAB は現在の状況を「実験段階から実行段階への移行」と位置づけ、AI の実務への組み込みと、クリエイターの事業拡大を今年の重要テーマとして掲げた。

(2025 年と比べた今年の注目ポイント)

1. AI 活用の「実用化」への移行

2025 年は生成 AI の可能性に注目が集まったが、2026 年は実際の業務への導入が中心となった。AI 関連の展示も拡大し、コンテンツ制作から配信・収益化まで、実務で使える技術が数多く紹介された。単なる効率化ではなく、収益に直結する技術として、特に以下のような分野が注目されている。

- * メタデータの自動生成
- * 多言語への自動翻訳・ローカライズ
- * 広告の自動挿入

また、AIの役割は「コスト削減」から「収益創出」へと大きく広がった。例えば、ターゲット広告配信やFASTチャンネル（広告付き無料配信）の立ち上げ支援など、ビジネスに直結する活用が進んでいる。制作現場でも、クラウドを活用した分散制作やリモート編集が実用レベルに達し、複数拠点のチームによるリアルタイム共同作業が現実的になってきた。

2. IP制作とリモート制作の本格化

規格の整備が進んだことで、IPベースの制作環境が、小規模から段階的に導入できる現実的な選択肢として広がっている。また、機材面でもIP対応製品が出揃い、制作・収録・配信までを一体化したシステムが構築可能になってきた。リモートプロダクション（REMI）は、コロナ禍での暫定対応から、正式な運用モデルへと移行しており、現場の人員やコストを抑えながら、大規模な制作が可能になっている。

3. クリエイター・エコノミーの本格的な取り込み

今年は、個人クリエイターと放送局の技術格差が縮まっている点も大きな特徴である。これは、AIや配信ツールの進化により、少人数でも高品質なコンテンツ制作・配信が可能になって現状を認識したものであり、収録機材、広告収益化ツール、視聴者分析など、個人でもビジネスとして成立させるための環境が整いつつある。

4. スポーツ・ライブ制作の拡大と深化

スポーツ中継では、低遅延配信やクラウド制作の進化がさらに進んだ。特に、下記の技術などがすでに実用化されている。

- ・通信量を抑えつつ高画質を維持する技術
- ・リアルタイムで複数視点を選べる配信
- ・AIによる自動ハイライト生成

特に重要なのは、「ただ見るだけの中継」から「体験するコンテンツ」への変化であり、インタラクティブ性が新たな価値として重視されるようになってきている。

2. 第一日目 (4/19)

2.1 West Hall

2.1.1 AWS & Partners

(企業概要)

AWS (Amazon Web Services)は、Amazon Web Services, Inc. により提供されるクラウドコンピューティングサービスである。2006年にサービス提供が開始され、IaaSにおける世界的シェアが約30%前後で1位。世界で数百万以上、日本国内においても数十万を超える顧客がAWSを利用している。2025年の売上は約1,280億ドル、営業利益は約450億ドルで、Amazonグループ売上全体の約18%を占めている。

(展示内容)

公式テーマ「Where Storytelling Meets Scale (物語がスケールと出会う場所)」を体現する形で、クラウドとAI技術の融合を強力に推進している。展示の主軸は、単なる生成AIを超えたエージェント型AI (Agentic AI) の実装であり、自律的に判断しタスクを完遂するAIエージェントが、放送局の複雑なワークフローやコンテンツ制作を支える様子が具体的な製品・事例とともに示された。現在のAWSは単なるインフラ提供の枠を超え、AIエージェントがメディア制作の知能層 (Intelligence Layer) となる未来を実証する存在として存在感を示した。

注目製品・サービス

- ・ AWS Elemental Inference

2026年2月に一般提供が開始された、AWS Elemental ファミリーの最新AIサービスである。ライブ映像のエンコーディングと並列でAI処理を実行する業界初のフルマネージド型サービスとして位置づけられており、放送局やストリーマーがライブ/VODの横型映像から、モバイル・ソーシャル向けの縦型映像やハイライトクリップを、人手を介さず6~10秒のレイテンシーで自動生成することを目的として設計されている。TikTok・Instagram Reels・YouTube Shorts向けに最適化された縦型映像を従来型の制作ワークフローで量産することが非現実的となっている状況を、AIで一気に解決することが設計思想となっている。

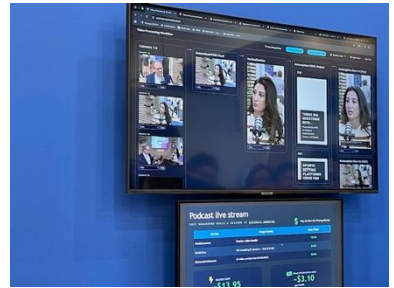
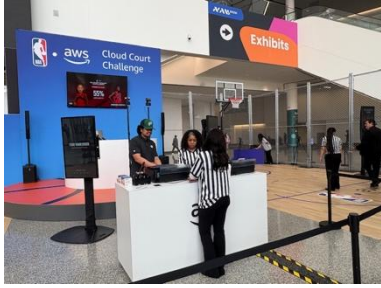
- ・ Vertical Video Cropping

16:9のランドスケープ映像から9:16の縦型フォーマットを自動生成する。単なる中央切り出しではなく、選手・ボール・プレゼンターなどの被写体を追跡してフレーム内に保持し、キープアクションが常に画面内に収まるようAIが動的にクロップ位置を調整する。放送品質を維持したままモバイル最適化された映像を生成する点が特徴である。

- ・ Highlight Clips with Advanced Metadata Analysis

ライブ/VODコンテンツから切り出すべき瞬間を自動検出し、クリップとして切り出す。競技ごとの文脈を理解し、映像の視覚的キュー・音声パターン・コンテキスト信号を組み合わせ、ハイライト性のある瞬間を識別する。切り出されたクリップにはAI生成のタグと説明文が自動付与されるため、アーカイブやSNS配信時の分類・検索が容易となる。







(所感)

展示全体を通じて、AI 技術を活用した自動化へのアピールが非常に強く、メディア制作における同社のポジション変化を印象づける内容であった。

実際のデモにおける Vertical Video Cropping については、元映像が安定したシーンでは縦型への切り出しがきれいに行われており、静的・準静的なコンテンツへの適用可能性は十分に感じられた。一方で、選手やボールなど動きの速い被写体の自動追尾については、フレーミングの追従になめらかさを欠く場面も見受けられ、実運用レベルへの到達にはもう一段の改善が必要との印象を受けた。

SNSをはじめとする各種メディアへのコンテンツ自動生成を想定した展示は他社でも多く見られたが、AWS の訴求も同様の方向性であった。AI 自動化の将来像の提示という点では説得力があり、動体追尾を伴う自動クロッピングの技術的成熟度については引き続き注目していきたい。

2.1.2 Amagi

(企業概要)

- ・組織概要：2008年創業。米国ニューヨークに本社、インドのバンガロールに主要開発拠点を置く非上場のグローバルTech企業。
- ・従業員数：全世界で1,000名規模。
- ・事業領域：テレビ放送およびOTT、FAST（無料広告付きストリーミングテレビ）向けに、クラウドベースのエンドツーエンドSaaSプラットフォームを提供。コンテンツの管理・配信・収益化をワンストップで支援。
- ・サービス規模：世界150カ国以上で展開。管理チャンネル数は5,000以上、年間広告枠（Ad Avails）数は5,000億個を超える世界最大級のインフラ。
- ・「Amagi Global FAST レポート 第17版 2026年1月（2025年Q4と2024年Q4比較）4,000チャンネルの分析と500超世帯のアンケート」による1年間の伸びやハイライトでは
 1. HOV（Hours of viewing）とAD impression（広告が流れた回数）が110%の伸び
 2. エンタメとニュースがトップジャンル
 3. 2023年12月以降に立ち上がった新しいチャンネルは四半期の約28%を占めている
 4. スポーツジャンルのFAST参加が相次ぎ、ライブ配信による視聴時間が前年比で約1.5倍に増加

(展示内容)

Amagiはメディア運用をAIエージェントが自律的に代行する「インテリジェント・メディア・クラウド」の完成形を提示した。今年の展示テーマは「Agentic Media Operations（エージェントック・メディア運用）」であり、自社AI基盤「Amagi Intelligence」を核に、クラウドプラットフォーム「Amagi NOW」上でFAST/OTT/VOD/国際配信を横断的に自動化するビジョンが打ち出した。広告管理・自動クリップ化・SNS連携の3軸が展示の中核をなしており、ひとつのクラウドプラットフォームで広告・編集・配信までを一気通貫で自動化できる体験を訴求している。

注目製品・サービス

・ Amagi Intelligence

AdFlow・CLIP・Newspulse を横断的に支える AI 機能群であり、FAST や OTT・VOD・国際配信をスケールさせることを訴求している。

- ・メタデータエンリッチメント：番組・クリップの自動タグ付けと意味付与
- ・アートワーク自動生成：番組やクリップのサムネイル・ポスター画像を、各配信プラットフォームの仕様（縦型・横型・正方形など）に合わせて AI が自動で生成
- ・広告ブレイクポイントの自動識別：番組のどこに広告を挿入すべきかを、AI が番組の内容・構成を解析して自動的に判断
- ・自動キャプション：25 言語以上に対応した多言語字幕の自動生成
- ・ローカリゼーション：音声・字幕・メタデータの地域別展開

・ Amagi Newspulse

ニュース番組に特化したエージェント AI プラットフォームであり、「放送インジェストからソーシャル配信までを 1 つのパイプラインで完結させる」という設計思想が特徴である。個々のニュースストーリーセグメントを自動識別し、識別された各ストーリーを、ソーシャル向けクリップ・縦型動画・ニュース速報など複数の配信先に合わせたパブリッシュ可能な状態のコンテンツを自動で準備できるため、人的リソースを割くことなく、若年層が好むフォーマット（縦型・短尺）でのコンテンツ展開を目指している。

・ AdFlow Orchestrator

SCTE 130-5 の POIS (Placement Opportunity Information Service) 標準に準拠したインテリジェント再編集エンジンであり、放送局が FAST 進出時に直面する実務的な課題解決を目指す。配信先プラットフォームの規定に適合するよう広告枠を自動再構成し、フィード拒否やフィルレートの低下を防止する。また、広告未充填の空き枠を検知してショートコンテンツへ自動的に差し替えることで、静止画や自局番宣による視聴者の離脱を抑制する。これにより、視聴体験の品質を損なうことなく、広告枠としての実質的な価値を保全を目指す。

・ Amagi CLIP

クラウドベースのクリッピング・編集・パブリッシング統合ソリューションであり、ライブイベントのメタデータを活用してクリップ生成を自動化・高速化する。スポーツ分野での活用が特に打ち出されており、試合中のハイライトを即時 SNS に配信するスピードを要求されるソーシャル経済への対応を訴求している。ショートフォームコンテンツ作成、オーバーレイ・グラフィックスの自動追加、複数アспект比への一括変換など、さまざまなメディアへの効率的な配信を支援する。





(所感)

展示全体を通じて、AI エージェントがメディア運用の判断と実行を代替する「Agentic (エージェントティック) な運用」の提示が中心であった。デモでは、AI によるコンテンツ解析に基づき、広告挿入ポイントの選定や配信先に応じたメタデータ・アートワークの生成が自動で行われるワークフローが示された。これは、人的リソースの増強を前提とせず、運用規模を拡大させるための現実的なアプローチとして提示されている。

ライブコンテンツの展開においては、放送のインジェストからソーシャル向けの縦型短尺配信までを単一のパイプラインで処理する手法が紹介された。放送と並行して各 SNS に適したフォーマットでのパブリッシングを自動化することで、情報の鮮度を維持したまま、マルチプラットフォームへの展開効率を向上させる設計となっている。

グローバル配信における実務課題への対応として、配信先プラットフォームの広告規定や地域別の規制に合わせ、AI が広告枠を動的に再構成する機能が示された。配信エラー（フィード拒否）を回避しつつ、広告の空き枠に適切なコンテンツを自動充填する仕組みにより、視聴体験の質を維持し、広告枠の収益機会を損失させないための実用的な機能群として整理されていた。

2.1.3 Ateame

(企業概要)

Ateame は 1991 年に設立され、フランスのパリ近郊に本社を置く、映像圧縮（エンコード）および配信ソリューションのグローバルリーダーだ。同社は独自のアルゴリズム開発に強みを持ち、HEVC、AV1、そして次世代の VVC (H. 266) といった最新の動画圧縮規格において、業界最高水準の画質と圧縮効率を誇る。放送局、ストリーミング事業者、コンテンツ保有者が、限られた帯域で高品質な映像を配信しつつ、インフラコストを最小化するための技術を提供している。

(展示内容)

Ateame の今年のテーマ「Smarter Streaming Starts Here」のもと、放送局・スポーツ権利ホルダー・ストリーミングプラットフォーム向けにプレミアムライブ体験の変革を訴求した。今年の特徴は、生成 AI (GenAI) とエージェントティック AI を既存の動画処理ワークフローに横断的に統合する方向性を提案している点である。

同社のプロダクト構成は 3 層モデルで構成されている。TITAN (映像処理・エンコーディング) が「映像そのものを作る・整える」層、NEA (オリジン・パッケージング・CDN・分析) が「映像を届ける」層、PILOT (管理・運用・オーケストレーション) が「その全体を頭脳として指揮する」層という役割分担であり、3 製品を組み合わせることでコントリビューションから配信まで一気通貫のソフトウェアプラットフォームが実現する。

注目製品・サービス

- ・TITAN (映像処理・エンコーディング基盤)

Ateame の旗艦エンコード・トランスコードプラットフォームであり、ライブとファイルベースの両方を単一ワークフローで処理できる点が最大の特徴である。圧縮効率の高さと、リアルタイム

ムより高速に全フォーマットを同時処理できるスケーラビリティに定評がある。TITAN Live（配信側）と TITAN Edge（コントリビューション側）の2ラインで構成され、クラウド上でフル IP 映像運用が可能である。また、Media over QUIC（MoQ）に対応することにより、スポーツ・ライブイベント・インタラクティブ体験向けの低遅延ストリーミングに活用可能である。

・NEA（オリジン・パッケージング・CDN・分析）

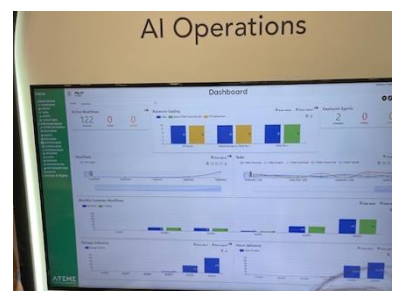
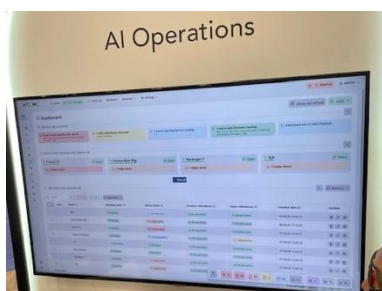
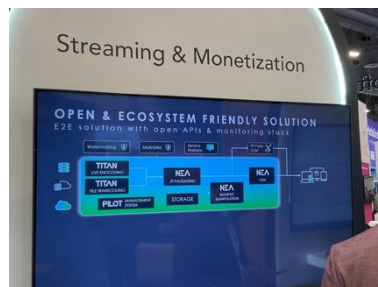
ストリーミング配信インフラの心臓部を担うソフトウェアスイートであり、オリジン・パッケージング・ストレージ・アナリティクス・CDNを統合したレイヤーである。

・NEA-Live：視聴者がコンテンツを要求した瞬間にはじめて必要な形式に変換する「Just-in-Time（JIT）パッケージング」方式を採用しており、あらかじめすべての形式のファイルを作って保存しておく必要がないため、ストレージコストと通信コストを大幅に削減できる。スマートフォン・テレビ・PCなど視聴端末の種類の問わず対応できる柔軟な配信形式を備えており、放送品質の低遅延を維持したまま大規模な同時配信を実現する。

・NEA CDN：放送局や通信事業者が自社のネットワーク内に独自の動画配信インフラ（CDN）を構築するためのソフトウェアあり、同じコンテンツへのアクセスが集中した際も、大元のサーバーに負荷をかけずに大量の視聴者へ安定して映像を届けることができる。

・PILOT（管理・運用・オーケストレーション）

Atemeの管理・運用・デプロイメント層であり、TITAN・NEAだけでなくサードパーティ製品もシームレスにオーケストレーション可能なクラウドネイティブプラットフォームである。中心的な設計思想は「Manage by Exception（例外だけを管理する）」であり、通常のワークフローはメタデータとビジネスロジックに基づき自動で進行させ、人間は例外事象のみに集中できる環境を実現する。



(所感)

展示全体を通じ、TITAN、NEA、PILOTの3層モデルにより、映像ソースの生成からエンドユーザーへの配信までを包括的にカバーするエンド・ツー・エンドのシステム体系が明確に示されていた。特定の一機能に特化するのではなく、ワークフロー全体を一貫したソフトウェアプラットフォームとして統合管理できる点は、運用の透明性を高める上で有効なアプローチである。

展示の内容自体は、派手な演出や強烈なインパクトを与えるデモよりも、配信品質の安定性や運用の確実性を重視した実務的な構成であった。最先端の生成 AI やエージェント AI を既存ワークフローへ横断的に統合する姿勢を見せており、派手さよりも、いかに効率的かつ堅実なストリーミングプラットフォームを構築できるかに焦点を当てた展示との印象を受けた。

技術面では、視聴者のコンテンツ要求に応じてリアルタイムでストリーミングを生成する「Just-in-Time (JIT) パッケージング」の枠組みが、運用の合理化に大きく寄与する。全フォーマットのファイルを事前に生成・保存しておく必要がないため、特にストレージコストやクラウドの計算リソースの削減において高いコストメリットが期待できる。技術的な先進性を、直接的な運用の低コスト化へと結びつける実利的なソリューションであった。

2.1.4 Witbe

(会社概要)

Witbe は 2000 年に設立され、フランスのナンテールに本社を置く、ビデオ配信のクオリティ・オブ・エクスペリエンス (QoE) テストおよびモニタリングソリューションの先駆的企業だ。同社は、世界 50 カ国以上の 300 を超えるブランド (コムキャスト、ベライゾン、ピーコック、オレンジ等) に対し、実際のデバイスを用いた視聴体験の自動検証技術を提供している。最大の特徴は、独自のハードウェアである Witbox (ウィットボックス) と高度なアルゴリズムを組み合わせ、スマート TV、セットトップボックス、スマートフォンなど、あらゆるデバイス上での映像品質や動作を、エンドユーザーと同じ環境で客観的に測定できる点にある。

(展示内容)

Witbe の今年のテーマ「AI-Native Testing and Monitoring Infrastructure」のもと、従来のスクリプトベース自動化を刷新する AI ネイティブな動画配信品質テスト・監視基盤の全貌を初公開した。展示の訴求ポイントは、スクリプトを書いて、バグが出たら人間が調べるといった従来のテスト・監視運用を、自然言語で指示し、AI が実行し、AI が解析し、AI が問題を先回りで知らせるといった AI ネイティブ運用へと移行させるパラダイム転換の提示である。

同社のプロダクト構成は、4 層の相互接続されたレイヤーによって 1 つの統合 AI ネイティブ基盤を形成している。Witbox (実デバイス実行層)・Agentic SDK (自動化フレームワーク層)・REC (運用制御層)・Smartgate (分析層) という役割分担であり、一連のパイプラインを構成している。

注目製品・サービス

・Witbox

Witbe の基盤となるリアルデバイス・テスト・ロボットである。エミュレーターやシミュレーターではなく、視聴者が実際に使うスマート TV・セットトップボックス (STB)・OTT ボックス・ゲームコンソール・モバイル端末・Web ブラウザなど、本物のデバイスを本物のネットワーク経由で操作し、本物のユーザー体験を再現することが設計哲学となっている。

1 台の Witbox が 1 台のデバイスを制御する 1:1 構成であり、ラボやオフィスに設置できるコンパクトサイズである。また、映像は最大 4K/60fps、音声は 5.1ch サラウンドまで対応し、再生中の全区間を通して音声・映像のフル解析が可能なデバイスであり、制御方式は IR (赤外線)・Bluetooth・RF4CE (Zigbee) の 3 方式を標準内蔵し、STB・OTT ボックス・ゲーム機・スマート TV のほぼ全種に対応する。

・ **Agentic SDK** (ハイブリッド自動化フレームワーク)

エージェント AI と決定論的ロジック (スクリプト的な確実な再現) を組み合わせ、用途に応じて使い分けられる設計となっている。「正しい番組が表示されているか」「字幕が正しく出ているか」といった、人間と同等のコンテンツに関する判断を自律実行できる。

・ **REC・Remote Eye Controller** (運用制御層)

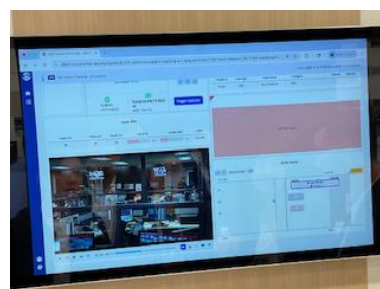
Witbe のバーチャル NOC (ネットワーク・オペレーション・センター) に相当する運用制御プラットフォームであり、テスト・監視インフラ全体を自然言語で直接操作することができる。

・ **Smartgate** (インテリジェント分析層)

Witbe のオブザーバビリティ・分析プラットフォームであり、世界各地の Witbox から得られる大量のテスト結果を AI がリアルタイムで解析する頭脳部分である。ライブ TV・VOD・クラウド DVR・リプレイ TV・セルフケアポータル・EPG・Netflix・Disney+などのサードパーティアプリまで、あらゆる動画サービスを横断的に監視できる。

視聴開始までの時間・バッファリングの頻度・音声と映像のズレ・映像の主観的品質 (MOS : 視聴者が感じる品質を数値化した指標) など、実ユーザーの体感に直結する指標をリアルタイムで計測し、問題の自動識別とカテゴリ分類、失敗実行と成功実行の比較による根本原因分析を自動実行する。また、デバイス種別・通信事業者・地域別の品質劣化を自動検知し、大量のログから共通パターンを抽出するトレンド解析も実施する。

運用チームが問題を調査しに行くのではなく、Smartgate 側が先回りして「何が起きていて、なぜ起きていて、どれを優先すべきか」を提示するプロアクティブな設計思想であり、検知した問題は Email・Slack・プッシュ通知で即時配信する。



(所感)

視聴先に実デバイスを模した「Witbox」を配置し、実際のネットワーク経由で視聴体験を定量化する手法は、エミュレーターにはない高い信頼性を備えている。デモでは AI が実機を自律操作し、映像品質や遅延をユーザー目線で計測する様子が示されており、客観的なデータに基づいた品質監視の有効性が際立っていた。

監視対象がテレビや STB のみならず、スマートフォンを含むマルチデバイスに対応している点は、現代の配信環境において極めて包括的であり、実用的である。各端末固有の挙動やアプリ

の動作状況を同一プラットフォーム上で一元的に把握できる仕組みは、デバイスを問わない安定したサービス提供を実現する上で不可欠な要素となっている。

また、各拠点に **Witbox** を設置することで、地方ごとのネットワーク特性や配信状況を網羅的に監視できる点は、広域運用を行う組織にとって大きな利点である。各地の「生の視聴体験」を中央で一括管理し、AI が問題の根本原因を先回りして分析するデモは、運用負荷を最小限に抑えつつ全国規模の品質担保を可能にする次世代の監視モデルであった。

2.1.5 Fastly

(会社概要)

Fastly は 2011 年に設立され、米国カリフォルニア州サンフランシスコに本社を置く、プログラム可能なエッジクラウドプラットフォームの提供者だ。従来のコンテンツ配信ネットワーク (CDN) とは異なり、**Varnish** ベースの強力なキャッシュ制御技術と、平均 150 ミリ秒という驚異的な速度でコンテンツを無効化するインスタント・ページ機能に定評がある。現在は、**WebAssembly** を採用したサーバーレス計算環境である **Compute** (コンピュート) や、次世代 **WAF** (ウェブアプリケーションファイアウォール) による高度なセキュリティ、リアルタイムの観測性 (オブザーバビリティ) を三本柱として、世界の主要なメディア、E コマース、金融機関のインフラを支えている。

(展示内容)

Fastly は **NAB Streaming Summit** のプラチナスポンサーを務めた。今年のテーマは「AI 時代の映像配信とトラフィック制御」であり、2025 年までの「ライブ・インタラクティブ・パーソナライズの動画体験をエッジで実装するプログラマブル・エッジクラウド」という訴求に、AI 時代の新機能群を上乗せした進化のストーリーが提示された。

注目製品・サービス

・VCL (Varnish Configuration Language)

Fastly の CDN の根幹をなすのが、VCL (Varnish Configuration Language) と呼ばれるエッジ向けプログラミング言語である。Fastly のすべてのサーバー (POP) 上で動作し、キャッシュヘッダーの設定といった単純な処理から、認証フローや完全なペイウォール (有料コンテンツの認証制御) まで、あらゆる処理をエッジで実装できる。

- ・デバイス別マニフェスト書き換え：スマートフォン・テレビ・PC など端末の種類に応じて、映像配信リストをエッジで自動的に書き換えて最適なストリームを提供
- ・地域別ブラックアウト制御：特定の地域では視聴できないコンテンツを、エッジ側で自動的にブロックまたは代替コンテンツに切り替え
- ・ダイナミックトークン認証：視聴権限のチェックをエッジで完結させ、不正アクセスをオリジンサーバーに届く前に遮断
- ・エッジレートリミティング：特定の IP アドレスやユーザーグループからのリクエストを一定数以下に制限し、スクレイピングや過負荷攻撃を防止
- ・カスタム DDoS フィルタの作成：VCL を使って HTTP ヘッダー・クッキー・リクエストパス、クライアント IP、地域情報などの条件を組み合わせ、オリジンサーバーに到達する前に悪意あるリクエストをブロックするカスタム防御ルールを構築

・Next-Gen WAF

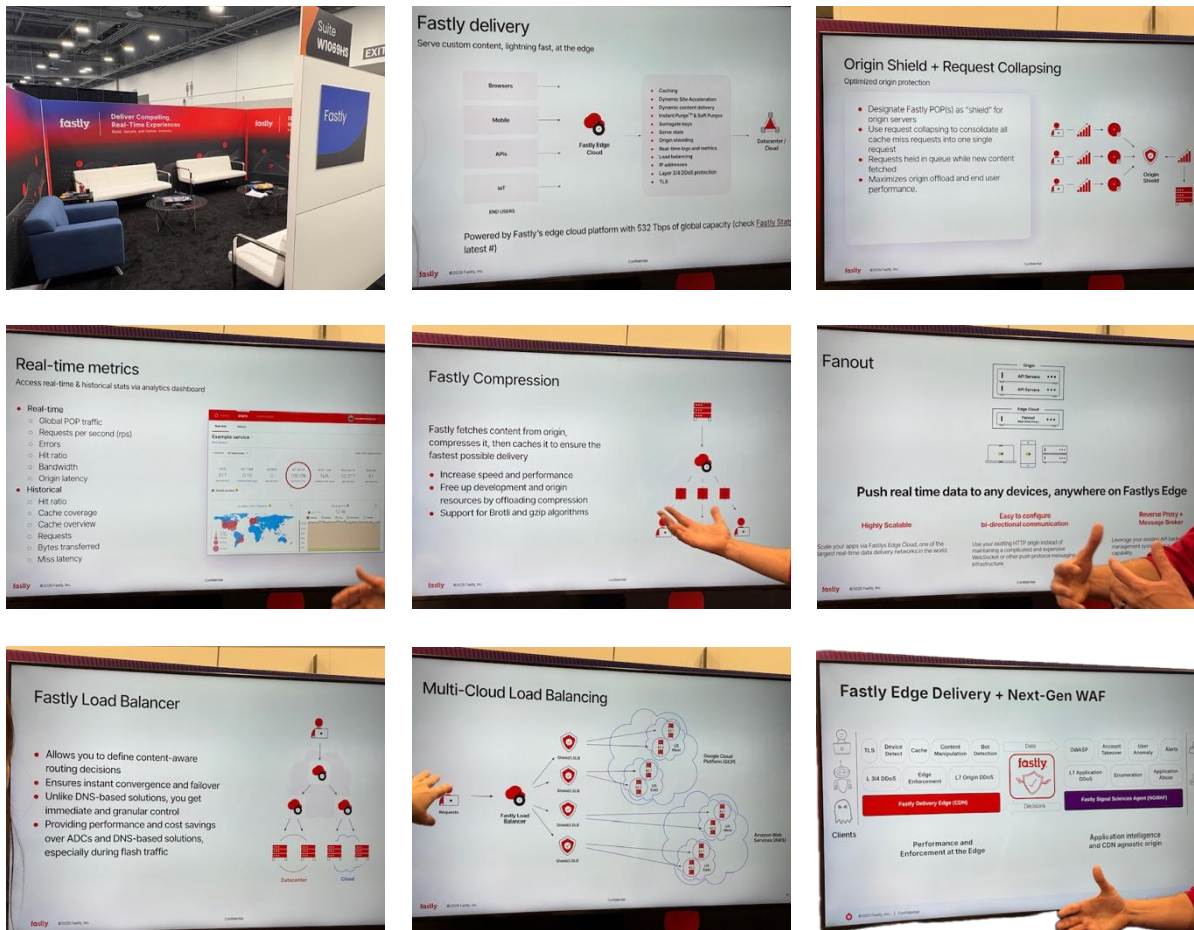
Fastly のセキュリティ機能であり、OWASP Top 10 (Web アプリケーションの主要な脆弱性リスト) への 100% 対応を実現した、統合セキュリティレイヤーとして提供されている。SQL インジェクション・クロスサイトスクリプティング (XSS) ・悪意ある API リクエストなど、アプリケーション層 (Layer 7) への攻撃をリアルタイムで検知・遮断する。

• DDoS Protection

462Tbps のグローバルネットワーク容量を活かし、ネットワーク層 (Layer 3/4) への大規模な攻撃 (NTP・DNS などの増幅・反射型攻撃、SYN flood 攻撃など) をエッジで吸収・無効化する。ピーク時のトラフィック急増にも即座にスケールできる設計となっている Layer 7 (アプリケーション層) への高度な攻撃に対しては、Next-Gen WAF および VCL カスタムルールと組み合わせることで多層防御を構築できる。

• Media Shield for Live

大規模ライブイベント時に世界中からの視聴リクエストをシールド POP に集約し、大元のサーバーへは 1 本だけリクエストを送る仕組みにより、オリジンサーバーへの負荷を劇的に削減する。



(所感)

実質的なプライベートブースでの展示形態は、特定の顧客層を対象とした BtoB ビジネスへの深いコミットメントを再確認させるものであった。デモにおいても、一般的な Web 系 CDN とは一線を画し、大規模ライブ時の負荷軽減やトラフィック制御など、映像配信に特化した実践的なソリューションが中心であり、映像メディア専用インフラとしての専門性が際立っていた。

エッジ (VCL) による動的なマニフェスト書き換えは、STB やスマートフォンなど多様な配信先デバイスに対し、オリジンを介さず最適化を実現する独自の特徴である。地域別の視聴制限やデバイスごとの制御をエッジ側で完結させる手法は、低遅延を維持しながら高度なパーソナライズを可能にする実用的な枠組みとして、高い優位性を示していた。

また、膨大なネットワーク容量を背景とした DDoS 防御や Next-Gen WAF などのセキュリティ機能は、配信システムをセキュアにスケールさせる上で極めて有効な手段である。高度な防御

性能とスケーラビリティを両立させたプラットフォームは、ミッションクリティカルな放送・配信インフラを支える基盤として、極めて信頼性の高いサービスであるとの印象を強くした。

2.1.6 Veritone

(会社概要)

Veritone は 2014 年に設立され、米国カリフォルニア州アーバインに本社を置く、エンタープライズ AI ソリューションの先駆的企業だ。同社の核となるのは、300 種類以上の AI エンジンを統合・オーケストレーションする独自のオペレーティングシステム、aiWARE (アイウェア) だ。これを基盤に、放送、スポーツ、公共安全、法執行機関といった多岐にわたる業界に対し、非構造化データ (音声、映像、テキスト) を価値ある資産へと変換するインテリジェンスを提供している。

(展示内容)

Veritone は、今年のテーマとして「眠っているコンテンツ資産を、AI の力で即時検索可能・ライセンス可能・収益化可能な資産に変える」を掲げた。Veritone のコンテンツ収益化を「パイプライン」として整理すると、aiWARE が全体の頭脳として機能し、Discovery+VERI が埋もれたアーカイブを会話型で検索・分析可能にし、VDR がそれを AI 学習用データに変換し、VDM マーケットプレイス経由で AI 開発者にライセンス販売する流れとなる。並行して Attribute が放送広告の ROI を可視化し、Digital Media Hub が B2C・B2B の直販チャネルとして機能する。アーカイブ資産のマネタイズ全工程を 1 社で完結できる構造が特徴である。

注目製品・サービス

・ Discovery Content Intelligence with VERI

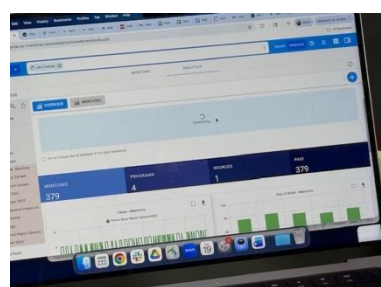
VERI は AI エージェントとして動作し、自然言語での質問だけで大量メディアの自動分析・要約・横断検索を実現する。ブランド言及や感情分析のリアルタイムトラッキング、広告配置の自動検証にも対応する。Veritone Attribute と組み合わせることで、放送広告のオンエアタイミングを正確に検出し、その直後の Web リフト (サイト流入・検索・コンバージョンの増加) との相関分析をダッシュボード上で可視化できる。

・ Veritone Data Refinery (VDR)

850 種類以上の AI モデルを持つ aiWARE が生映像・音声・テキストを取り込み、権利メタデータとガバナンス情報を埋め込んだ高品質な AI 学習用トークンを生成する。ライセンス範囲を技術的に担保した状態で AI 開発者・エンタープライズへ提供できる点が特徴であり、同社の収益成長の主ドライバーとして位置づけられている。

・ aiWARE (基盤プラットフォーム)

上記すべてのソリューションを統合的に支えるエンタープライズ AI プラットフォーム。特定の AI モデルにロックインされない設計で、内部で最適なモデルを選択・組み合わせるため、AI モデルの世代交代に追従し継続的に品質が向上する。



(所感)

展示スペースの規模に比して、PC ベースの堅実なデモンストレーションが中心であり、実務に即した地味な印象を受けた。内容は「資産の収益化」に特化しており、埋もれたアーカイブを AI で再評価し、広告効果の可視化や学習データとしての外販に繋げるなど、ビジネス成果を明確に見据えたシステム設計がなされていた。

特に AI エージェント「VERI」によるデモでは、膨大なメディア資産を自然言語で横断検索し、ブランド言及や感情分析を瞬時に抽出できる利便性が際立っていた。メタデータの付与から詳細な相関分析までをシームレスに行える点は、コンテキストに基づいたデータ活用を推進する上で、非常に有効なツールであると感じられた。

一方で、マネタイズの全工程を網羅する包括的なプラットフォームであるため、単なるコンテンツ管理として利用するにはシステム規模が過大となる懸念がある。個別の機能に絞った柔軟な導入が可能になれば、既存の運用フローにも組み込みやすく、活用のハードルがさらに下がるものと思料される。

2.1.7 Interra Systems

(会社概要)

Interra Systems は 2001 年に設立され、米国カリフォルニア州クパティーノに本社を置く、メディア業界向け品質保証 (QA) ソリューションの世界的リーダーだ。2025 年に創業 25 周年を迎え、放送局やストリーミングサービスプロバイダーが IP および OTT ワークフローのあらゆる段階で品質、精度、コンプライアンスを確保するためのエンドツーエンドのツールを提供している。同社の製品群は、エンタープライズクラスの自動 QC (品質管理) システムである BATON、24 時間 365 日の品質監視プラットフォームの ORION、そして詳細なビデオ解析と規格準拠を確認する VEGA メディアアナライザーで構成され、世界中の主要なメディア企業に採用されている。

(展示内容)

Interra Systems は今年のテーマとして、「Streaming-First QC, Monitoring, and Responsible AI Workflows (ストリーミングファーストの QC・監視と、責任ある AI ワークフロー)」を掲げた。展示の構成は、配信前の品質ゲートとしての BATON と、配信中のリアルタイム監視としての ORION という 2 段階を中心に、映像配信品質保証の全ライフサイクルを単一ベンダーでカバーするアーキテクチャが提示された。

注目製品・サービス

・BATON 9.4

BATON は Interra Systems の旗艦製品であり、業界をリードする AI/ML 対応の自動音声映像 QC プラットフォームである。コンテンツがアーカイブ・配信される前に技術的コンプライアンスと品質レベルを徹底的にチェックする関所として機能する。最新バージョンの BATON 9.4 では、以下の強化が加えられた。

- ・検出精度の大幅向上：検出エンジンが刷新され、音声・映像品質管理の精度が向上。誤検知 (False Alarm) の削減と検出対象エラーの範囲拡大により、自動化の信頼性が上がり手動での再チェック工数を大幅に削減。
- ・ワンクリック診断：システムの健全性確認やトラブルシューティングをワンクリックで実行できる新機能により、運用障害の原因特定と解決時間を大幅に短縮可能。
- ・包括的なファイルベース QC 機能：字幕・クローズドキャプション検証、音声言語識別、PSE (光感受性でんかん) 補正、ラウドネス検出・補正など多岐にわたる品質チェックに対応。

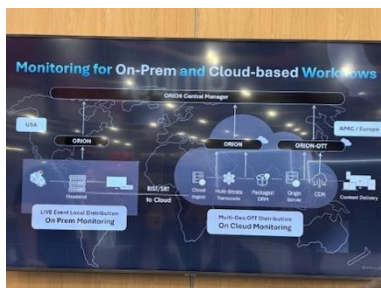
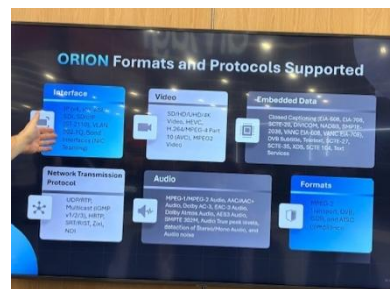
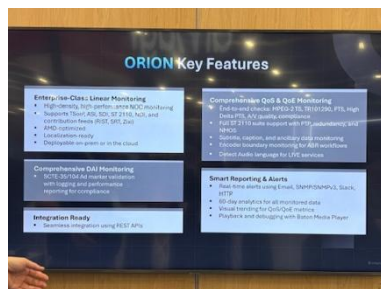
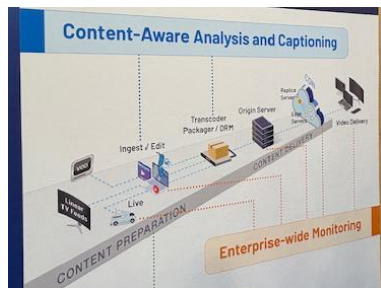
・ハイブリッド QC アプローチ：自動 QC チェックと手動 QC チェックをシームレスに統合でき、組織ごとの QC ポリシーに沿ったワークフローを構築可能。「完全自動」と「完全手動」の二択ではなく現実の放送運用に即した運用を実現。

・BATON Captions

BATON ファミリーの関連製品として、字幕・キャプション専用のソリューションが合わせて展示された。Whisper AI 統合：OpenAI の Whisper AI を統合した自動音声認識 (ASR) と自然言語処理 (NLP) による高精度な自動キャプション生成を実現する。今回新規 23 言語を追加し、計 109 言語に対応した多言語ローカライズを実現した。また、FCC キャプション規則などの放送コンプライアンスを自動で担保する。

・ORION

ORION はリアルタイム監視スイートであり、リニア放送・IP 伝送・OTT 配信のワークフローをエンドツーエンドで継続的に可視化する見張り番として機能する。BATON が配信前の QC を担うのに対し、ORION は配信中のリアルタイム監視を担う役割分担となっている。従来のサンプリングベース監視ではなく、すべてのフレームを深く解析する新機能。微細な品質劣化や短時間だけ発生する障害を漏らさず検出する。また、マクロブロッキング・ノイズ・フリーズ・ブラックフレーム・ピクセル化など、視聴者体験を損なう映像異常を AI モデルで高精度に検出し、視覚品質の改善とトラブルシューティング時間の短縮を実現する。そして、ビットレート・解像度・フレームレート・音声レベル・パケットロス・レイテンシー・エラー発生など包括的な監視メトリクスを提供する。



(所感)

配信前のファイル検査と配信中の監視を統合した本ソリューションは、コンテンツ制作から視聴者到達までを一貫して管理できる点で、実務上の信頼性が極めて高い。デモでは、AI エンジンが膨大なチェック項目を高速に処理し、誤検知を抑えつつ技術的エラーを特定する様子が示されており、複雑な配信規格が混在するオンライン配信において、自動化による品質ゲートの構築が非常に有効である印象を持った。

技術的なプロトコルエラーの検出に留まらず、マクロブロッキングやノイズといった映像の「体感的な異常」を AI が人間と同じ視点で評価できる点も大きな意味がある。単なるデータパケットの監視ではなく、実際の視聴者が感じる違和感を数値化し、トラブルシューティングの優先順位を提示するデモは、視聴体験 (QoE) を維持するための実用的なソリューションになり得る。

また、配信ネットワーク上の課題が視聴者体験を損なう前に、リアルタイムで異常を検出し補正するアプローチは、放送品質の安定性を確保する上で極めて合理的である。全フレームの深層解析により、微細な品質劣化や短時間の障害をも逃さず捉える高い監視能力は、障害復旧時間の短縮と配信品質のボトムアップを両立させる基盤として、価値の高いものであると感じられた。

2.1.8 Broadpeak

(会社概要)

Broadpeak は 2010 年に設立され、フランスのセッソン＝セヴィニエに本社を置く、ビデオストリーミング事業者向けのコンテンツ配信ソリューションプロバイダーだ。元々はテクニカラー (Technicolor) のエンジニアらによって創設され、現在はユーロネクスト・グロース・パリに上場している。同社の核となる技術は、ネットワークの帯域を効率的に使用しながら放送品質の動画配信を可能にするマルチキャスト ABR (アダプティブ・ビットレート) や、クラウドベースの CDN オーケストレーションだ。世界各地の通信事業者 (テルコ) や OTT 事業者に対し、配信コストの削減とユーザー体験の向上を両立させるインフラを提供している。

(展示内容)

Broadpeak は、大規模 OTT・ライブストリーミング配信向けのビデオデリバリ専門ベンダーとして、今回は「低遅延 (MoQ)」「没入感 (Multiview)」「スケール (nanoCDN Multicast ABR 2.0)」という現代の大規模ライブ配信における 3 大課題への解答セットを展示した。視聴体験をテレビ並みに近づけつつ、配信コストとネットワーク負荷を下げるという一貫した思想のもと、収益化・セキュリティ・AI 活用の各領域にわたる製品群が示された。特に MoQ については、Oracle・Bitmovin との協調展示によりプロトコルの実運用化が目に見える形で示された。

注目製品・サービス

・ Multiview ソリューション

スポーツやレース、マルチカメラライブで需要が高まるマルチビュー (複数映像の同時視聴) において、従来はエンコーダ側で複数映像を合成して 1 本のストリームにする方式が主流であり、処理コストと消費電力の膨張が課題であった。Broadpeak は今回、この課題を根本的に解決する新アーキテクチャを発表した。エンコードが終わった後のパッケージング段階 (MP4/CMAF チャンク化) で複数フィードを組み合わせるため、同じエンコーダ出力を多数の Multiview 構成で再利用できる。エンコード処理のマルチインスタンス化が不要となり、クラウド環境では GPU・CPU コストが顕著に削減される。そして、出力は HLS・DASH・CMAF といった標準的な ABR ストリームであるため、カスタムプレーヤーや SDK が不要となる。配信時には、視聴者が実際に選択したビューの組み合わせだけがエッジで再利用されるため、CDN 側の帯域・キャッシュ効率も高い。

・ MoQ (Media over QUIC)

MoQ (MoQT : Media over QUIC Transport) は、IETF で標準化が進む次世代メディア配信プロトコルであり、HLS・DASH ベースの ABR に代わる有力候補として注目される。Broadpeak はこの分野の最先端デモの中核プレイヤーとして出展した。MoQ を採用することにより、以下のようなメリットが発生する。

・チャンネル切り替えの瞬時化：従来のストリーミングはデータを一定の塊 (チャンク) 単位で受け取る仕組みのため、チャンネルを切り替えても次の塊が届くまで映像が始まらない「待ち時間」が生じていた。MoQ ではこの制約がなくなり、チャンネル切り替えから映像表示までの時間が 200 ミリ秒未満と、地上波テレビのチャンネル切り替えに近い感覚で視聴できる。

・途切れの低減：映像の途中で再生が止まり、読み込みが発生する現象 (バッファリング) は、複数のデータが混雑した回線上で順番待ちになることで起きる。MoQ が採用する QUIC というネットワーク技術は、映像・音声・字幕など複数のデータを同時に並行して送りながら、重要度の高いデータを優先的に届けることができるため、このバッファリングの発生頻度を大幅に下げられる。

・サーバーから必要な映像だけを届ける仕組み：従来のストリーミングは、視聴者側のプレーヤーが「次のデータをください」とサーバーに都度リクエストを送り、受け取るという「取りに行く」方式だった。MoQ では逆に、サーバー側が視聴者の状況に応じて「今この人に必要なデータ」を自動的に判断して送り届ける「届けに来る」方式に変わる。これにより不要データのやり取りが減り、通信効率が大きく向上する。

・データの細かい優先制御：MoQ では映像コンテンツを「映像・音声・字幕などの種別 (トラック)」「場面の区切り (グループ)」「1 フレーム相当の最小単位 (オブジェクト)」という 3 段階の粒度で管理する。これにより、回線が混雑した際には「まず音声だけ先に届ける」「重要な場面の映像を優先する」といった柔軟な優先順位付けができ、画質の自動調整 (ABR) もよりスムーズに行えるようになる。

・ nanoCDN Multicast ABR 2.0

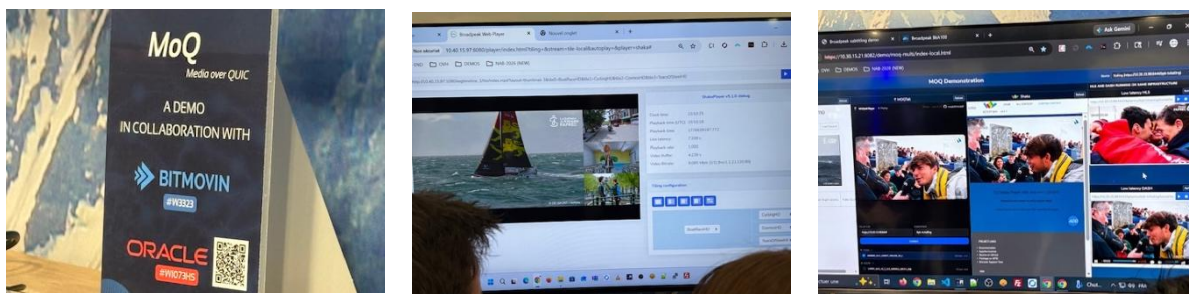
Broadpeak の看板製品 nanoCDN は、サッカーW 杯決勝・UEFA・NFL などの大規模ライブイベント時のトラフィックピーク問題を解決するための Multicast ABR (マルチキャスト ABR) 技術である。システムはヘッドエンド側とホームゲートウェイ側で構成される。

・Transcaster (ヘッドエンド側)：ABR マニフェストをマルチキャストトランスポートに変換。ユニキャストであれば 1 視聴者=1 ストリームだった映像を、ネットワーク上では 1 本のマルチキャストに集約する。

・nanoCDN Agent (ホームゲートウェイ・STB 側)：ISP の CPE (顧客宅内機器) に常駐するエージェント。マルチキャストを受け取り、家庭内ネットワーク向けには通常のユニキャスト HTTP(S)/HLS に再変換して標準プレーヤーに返す。

視聴者側のプレーヤーは一切カスタム不要であり、ISP 網の内側だけをマルチキャスト化できる点が最大の特長である。帯域削減を実現し、同時視聴者が増えても ISP 網コアのトラフィックはほぼ線形に増加しない。また、ISP が既に配布済みの CPE (数百万台規模のゲートウェイ・STB) を「アクティブ CDN」として活用でき、追加投資ゼロでエッジキャパシティを拡張可能である。なお、マルチキャスト失敗時は自動でユニキャストへフォールバックする障害耐性を備える。





(所感)

同社の代名詞である IP マルチキャスト技術 (nanoCDN) は極めて独創的な特徴を持つが、今回のデモではその技術詳細よりも、次世代プロトコルやマルチビューといった付加価値の高い視聴体験の提示に重きが置かれていた。これは、インフラの効率化だけでなく、よりエンドユーザーに近い領域での差別化を狙う戦略的なシフトを感じさせるものであった。

特にスポーツ観戦を想定したマルチビューのデモは、パッケージング段階で視点を組み合わせる手法により、既存の CDN キャッシュを有効活用できる点で現実的な多視点システムであるとの印象を受けた。エンコードコストを抑制しつつ、標準的な配信規格のまま多様な視聴者視点を提供できるアプローチは、コストと体験を両立させる合理的な解決策であった。

また、MoQ (Media over QUIC) の推進中核企業として、その利点を前面に出したデモンストレーションは極めて説得力があった。チャンネル切り替えの瞬時化やサーバー主導のプッシュ型配信など、従来の HTTP ベースの配信では困難であった高レスポンスな挙動が実証されており、次世代プロトコルの実運用化が間近に迫っていることを強く印象付ける内容であった。

2.1.9 EON Media

(会社概要)

EON Media は、カナダのトロントに本社を置く、AI を活用した次世代のビデオ解析およびメタデータ自動化ソリューションを提供するスタートアップだ。CEO のアシシュ・アグラワル (Ashish Agrawal) によって設立され、放送局、スポーツ団体、コンテンツ所有者が、膨大な映像資産から新たな収益を生み出すための技術を開発している。同社の最大の特徴は、映像、音声、テキストをリアルタイムかつ同時に解析する独自の AI エンジンにあり、これまで手動で行われていた膨大なタグ付けや分析作業を自動化することで、コンテンツの発見可能性と収益性を劇的に向上させている。

(展示内容)

EON Media は「所有しているのに誰も活用できていない放送アーカイブを、AI で収益化可能なデジタル資産に変える」というテーマを掲げた。視聴者分析の老舗 Magid 社との戦略提携を正式発表し、放送アーカイブの発掘・再編集・配信戦略まで一気通貫で提供するバンドル型サービスを提供している。利用している AI はすべて自社開発であり、コンテンツを外部 AI に公開する必要がない点も特徴である。

注目製品・サービス

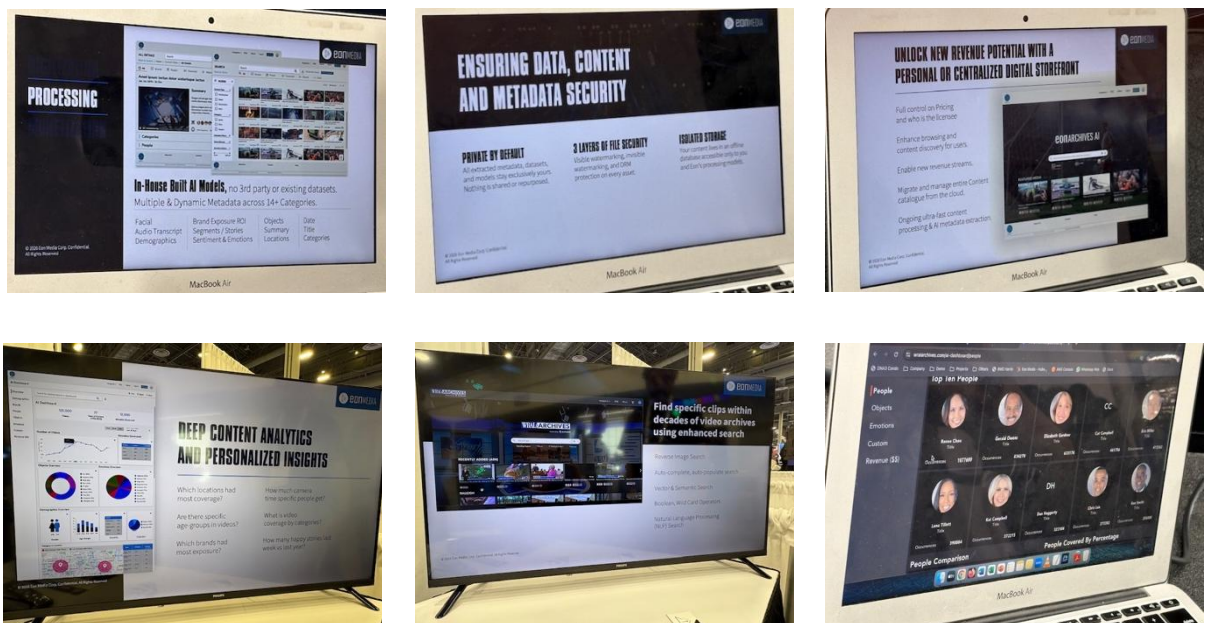
- ・ eonArchives AI

EON Media の看板製品であり、多数の映像・音声アーカイブを、検索可能で収益化可能なデジタル資産に変えることをコンセプトとした自動メタデータ抽出プラットフォームである。映像 (SD・HD テープ、デジタルファイル、ライブ収録)・音声 (ラジオアーカイブ、ポッドキャスト、取材素材)・静止画・写真アーカイブに対応する。自動抽出される主要メタデータは 11 種以上にわたる。

- ・音声トランスクリプション：音声テキスト化（ASR）し、字幕生成・検索インデックスに活用
- ・顔認識・感情解析：登場人物の同定と、喜び・怒り・驚きなど表情の感情タグ付け
- ・ロゴ・ブランド検出：画面内に映り込んだ企業ロゴ・商標を識別し、ブランド露出時間を自動集計。スポンサーへの ROI 報告に活用
- ・オブジェクト検出：車・動物・食品など画面内の物体を自動検出
- ・人物属性（デモグラフィック）：推定年齢層・性別・人数カウントなどの属性情報を付与
- ・場所推定：背景画像や地名テキストから撮影地・施設を推定
- ・天候情報：映像内の天候条件（雪・雨・晴・霧など）を自動抽出
- ・トピック・話題分類：会話内容を自然言語処理（NLP）でトピック別に自動分類
- ・インテリジェント要約：LLM（大規模言語モデル）ベースでシーン・クリップ単位の要約文を自動生成
- ・透かし・コンテンツ追跡：可視・不可視の電子透かし挿入により外部利用を追跡

・ eonExtract（ブランド露出・ROI 分析）

放送広告とスポンサーシップの ROI をリアルタイムで可視化するツールである。スポンサー企業のロゴが画面上に何秒間・どのような大きさで表示されたかを AI が即座に数値化可能であり、放送局がスポンサーに対して客観的な広告効果を即時報告できる環境を実現する。



(所感)

AI 技術を自社内で開発・完結させており、機密性の高いコンテンツ情報が外部に送られないクローズドな枠組みは、セキュリティを重視する放送局の運用に適している。デモにおいても、素材の秘匿性を保ったまま高度な解析が行える点は、外部 AI サービスの利用に慎重な日本のメディア環境において、大きな安心材料になると感じられた。

映像検索のデモでは、ロゴや感情、天候といった多様なコンテキストから目的のシーンを瞬時に抽出できる利便性が際立っており、純粋なメディア管理ツールとして極めて実用的である。膨大なアーカイブに眠る特定のシチュエーションを即座に再評価できる仕組みは、コンテンツの資産価値を物理的に向上させる有効な手段である。

また、自社ストレージへの移行を強要せず、AWS 等の既存環境にあるコンテンツをそのまま分析対象にできる点は、顧客の資産と運用を優先する思想の表れである。大規模なデータ移動の

手間やコストをかけずに AI の恩恵を享受できる仕組みは、既存システムとの親和性が高く、導入のハードルを下げる合理的なソリューションであるとの印象を強くした。

3. 第二日目 (4/20)

3.1 North Hall

3.1.1 Shade

(会社概要)

Shade は 2022 年に設立され、米国ニューヨークに本社を置く、AI 駆動型のメディアストレージおよびアセット管理プラットフォームを提供するテック企業だ。ゼネラル・カタリストやシグナルファイアといった有力な投資家から約 550 万ドルの資金を調達している。同社の使命は、クリエイティブチームが直面する「ファイルを探し出す時間の無駄」を排除することだ。独自の AI OS を基盤とし、映像、音声、3D ファイルといった重いメディアデータを、あたかも手元の SSD を共有しているかのような感覚で管理できるインフラを提供している。

(展示内容)

クラウドストレージと AI 検索をシームレスに結合し、制作ワークフローを劇的に効率化する最新機能を披露した。特に注目を集めたのは、素材のアップロードと同時に AI がリアルタイムで内容を解析し、プロキシ生成と並行して詳細なメタデータを自動付与するデモである。展示では、事前の手動タグ付けを必要とせず、膨大な素材の中から目的のシーンを瞬時に抽出できる直感的な UI が示された。ストレージを単なる「データの保管場所」から「中身を理解して制作を能動的に支援するツール」へと進化させるビジョンが打ち出され、検索に費やす時間をクリエイティブな作業へ還元できる統合型 MAM としての優位性が強調されていた。

注目製品・サービス

・ ShadeFS

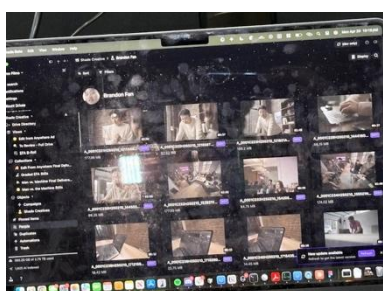
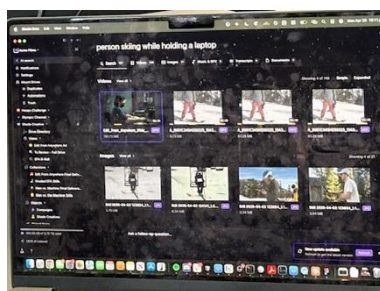
Shade の技術的中核をなすクラウドファイルシステムであり、ユーザーの Mac・PC に物理ハードディスクと同じ感覚でマウントされるクラウドストレージ基盤である。ダウンロード不要のリアルタイム編集に対応しており、必要なフレーム・ブロックだけをストリーミングするため、数十 TB～数百 TB 規模の DaVinci Resolve や Premiere Pro プロジェクトでもダウンロード待ち時間ゼロで編集を開始できる。また、ローカルドライブとして認識される設計のため、背後はクラウドのオブジェクトストレージだが、編集者・カラリストからはローカルボリュームとして見えるため、物理 NAS (QNAP・Synology 等) を持たずに、リモート・ハイブリッドチームで共同編集できる。

・ AI メタデータ生成エンジン

Shade の最大の特徴は、ストレージ機能と AI メタデータ生成エンジンが一体化している点である。従来の「NAS+別途 MAM」という 2 レイヤ構成を 1 つにまとめ、コストと運用負担を削減する。また、以下のようなメタデータ解析を実現する。

- ・ オートタグ付けエージェント：300 本の動画にキャプション・説明・タグを付与するのに約 1 分という処理速度 (Shade 公式主張)。ショットタイプ (ワイドショット・クローズアップ等)・シーン記述・選手のユニフォーム番号 (スポーツ用途) までを自動認識する

- ・コンピュータビジョン解析：オブジェクト・ロゴ・シーン・アクティビティの自動検出。顔認識については独自アルゴリズムを大規模スケール向けに最適化し、俳優・アスリート・ゲストなどを自動識別・名寄せできる
- ・音声トランスクリプション：AssemblyAI を活用した高精度な音声テキスト化。話者分離・タイムコード同期・多言語対応により、インタビュー・ニュース・ポッドキャスト素材のテキスト検索に直結する
- ・自然言語 AI 検索：「夕暮れの海辺で走る子供」「選手#10 がゴールを決めたクリップ」など、具体的な描写を自然文で入力するだけで数テラバイトのデータから該当シーンを瞬時に特定できる。手動タグ運用がほぼ不要になる
- ・時系列インデックス（タイムコード対応メタデータ）：クリップ全体ではなくフレーム・タイムコード粒度でメタデータを紐付けるため、「あのシーンだけ欲しい」という抽出が秒単位で可能



(所感)

クラウドストレージをローカルドライブと同様にマウントし、大容量プロジェクトをダウンロード待ち時間なしで編集できる「ShadeFS」の操作感は極めて直感的であった。しかし、今回のNABではAdobeも類似の機能を発表しており、ストレージの仮想化技術そのものによる差別化は今後難しくなることが予想される。それゆえ、後述するAI機能との統合性や、サードパーティ製ツールとの親和性において、いかに独自の優位性を維持できるかが今後の注目点であると感じられた。

デモで強調されていたのは、単一組織内での運用に留まらず、外部のフリーランスや別拠点のカラーリストなどが混在する「組織横断的なコラボレーション」への適応力である。物理的なNASを介さず、クラウド上の同一ボリュームを多国籍・多拠点のチームで共有しながら、DaVinci Resolve等でリアルタイム共同編集を行うフローは、現代の分散型制作環境において非常に合理的な解となっていた。

コンテンツへの自動タグ付けや解析技術自体は他社製品にも見られるが、LLM（大規模言語モデル）をベースとした自然言語による横断検索は大きな利点である。デモでは「特定の状況や描写」を文章で入力するだけで、数テラバイトのアーカイブから秒単位の該当シーンを即座に引き出す様子が示された。ストレージ層で中身を言語的に理解しているため、ユーザーがMAMを意識することなく、エクスプローラー（またはFinder）感覚で高度な検索を行える体験は利便性を備えていた。

3.1.2 Blackmagic Design

(会社概要)

2001年創業でオーストラリア・メルボルンに本社を置く非公開企業。映画、ポストプロダクション、放送業界向けの高品質なハードウェアおよびソフトウェアを開発・販売する世界的な映像機器メーカーとして知られている。主な製品には、デジタルシネマカメラ「URSA」シリーズ、カラーコレクションおよびノンリニア編集ソフトウェア「DaVinci Resolve」、ライブプロダクションスイッチャー「ATEM」シリーズなどがある。日本では東京と大阪に営業オフィスを持ち、十数社が同社製品を取り扱っている。

(展示内容)

Blackmagic Design は、NAB Show 2026 において同社史上最大規模の IP 全面移行発表を行った。キーワードは「100G Ethernet × SMPTE ST 2110」であり、カメラ・スイッチャー・オーディオミキサー・レコーダー・インフラ機器まで 12 製品超をワンショットで投入し、「SDI から IP への産業構造転換を Blackmagic が主導する」という姿勢を鮮明にした。

今回の発表が業界に与えるインパクトの核心は IP 移行の民主化である。従来、数千万円規模の IP コア機器は中小放送局には手の届かない存在だったが、Blackmagic は業界標準機の 5 分の 1～10 分の 1 の価格帯で完全 SMPTE 2110 ネイティブの製品群を一気に揃えた。カメラから始まりスイッチャー・レコーダー・オーディオ・ストレージまでを単一ベンダーで 100G / 2110 エコシステムとして完結できる点は他社にない強みであり、中小放送局・大学・e スポーツ・クリエイターまで IP 化の恩恵を届けられる状況を作り出した。

一方でソフトウェア面では、主力製品 DaVinci Resolve 21 のパブリックベータが公開され、9 種類以上の AI ツールが導入された。編集・カラー・オーディオ工程の AI 自動化が一気に進み、「IP 移行の民主化」と「AI の全工程実装」を同時に仕掛けた年として位置づけられる。

注目製品・サービス

・ATEM Constellation IP シリーズ

完全 SMPTE 2110 ネイティブで設計された初の ATEM スwitchャーシリーズである。従来の ATEM Constellation SDI ベース機の操作性を継承しており、SDI 環境と IP 環境が混在する施設でも学習コストなく移行できる設計となっている。

・URSA Cine 100G シリーズ

カメラとスイッチャーが SMPTE 2110 で直接接続可能となり、SDI ケーブルの敷設と光変換 BOX が不要になる。

・HyperDeck ISO Recorder 100G

1 本の 100G Ethernet で 8 チャンネルの Ultra HD ProRes を同時録画し、ネットワークストレージへ直接書き込む設計の IP レコーダーである。従来の SDI ISO レコーダーを複数台並べる構成を単体で代替できる。

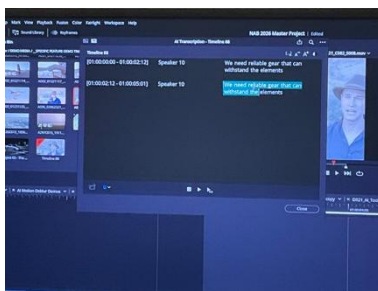
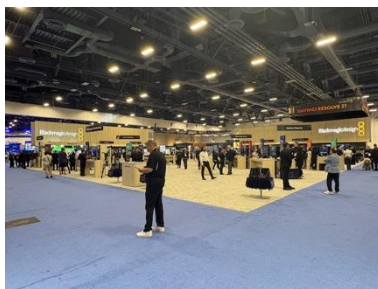
・Fairlight Live

完全ソフトウェアベースのブロードキャスト用オーディオミキサーであり、PTP クロック同期・サンプルレベル遅延補正により映像と厳密に同期可能である。数千チャンネルのオーディオルーティングに対応し、ステレオ・サラウンド・スペーシャル・イマーシブオーディオをサポートする。

・DaVinci Resolve 21

300 以上の新機能とともに以下のような AI ツールが導入された。

- ・IntelliSearch (AI メディア検索)：「夜景の中で女性がコーヒーを飲むクローズアップ」のような自然言語でメディアプールを横断検索。オブジェクト・人物・顔認識に加え、セリフ内のキーワード検索も可能
- ・CineFocus (シネマ的被写界深度の合成)：撮影後に AI で合成的な被写界深度を調整。焦点ポイント・絞り・ボケの形状をキーフレームで変更でき、スマートフォン撮影素材でもシネマレンズ風の絵作りが可能
- ・AI Speech Generator (音声生成)：テキストから音声を生成する TTS 機能。ユーザー自身の声を 10 秒以上のサンプルから学習させてクローンできるカスタムボイスモデル機能も搭載。ナレーション吹き替えや翻訳版音声の高速生成に活用
- ・Blemish Removal (肌のブレミッシュ除去)：AI で肌のシミ・ニキビ・一時的な汚れを自動検出して除去
- ・Motion Deblur (モーションブラー軽減)：高速移動する被写体のブラーを AI で推定・軽減でき、スポーツ・アクションシーンの画質改善に有効





(所感)

会場内でも最大級の面積を誇るブースの存在感は圧巻であり、ラスベガスの街中で展開されていた大規模な広告活動と相まって、映像制作業界における同社の圧倒的な地位を改めて見せつけられるものであった。単なる機材メーカーの枠を超え、一つの巨大なエコシステムを象徴するようなブースの活気は、ブランドの勢いを端的に象徴していた。

デモでは、スタジオセットからカメラ、スイッチャー、そして編集・ポストプロダクションに至るまで、放送局が必要とする全工程を自社製品のみで完結させる「トータルソリューション」の厚みが印象的であった。これら広範なラインナップが一貫した操作性のもとに統合されており、一社でワークフローの全域をカバーできる提案力は、他社の追随を許さない同社独自の強みである。

技術面での最大の衝撃は、SMPTE ST 2110 に準拠した IP 移行ソリューションが、従来の市場価格を破壊する極めてリーズナブルな設定で提案されていたことにある。高価な機材が障壁となっていた IP 化を「民主化」しようとする姿勢は明確であり、100G Ethernet を核とした製品群の投入により、中小規模の放送局やスタジオにおける IP 移行が今後一気に加速することを予見させる内容であった。

ソフトウェア面での AI 活用については、あくまで人間のクリエイティビティを補助する「サポートツール」としての立ち位置が強調されていた。自動タグ付けや音声生成などの新機能は、スタッフの仕事を奪うものではなく、ルーチンワークを肩代わりして本来の表現活動に集中させるためのものであるというコンセプトが徹底されていた。技術の進化を人間中心の哲学で捉える同社の姿勢は、現場のクリエイターにとって非常に受容しやすいメッセージとして響いていた。

3.1.3 Adobe Inc

(会社概要)

アドビ (Adobe Inc.) は、1982 年に米国カリフォルニア州サンノゼで創業した、世界をリードするコンピュータ・ソフトウェア・テクノロジー企業である。クリエイティブ・デザイン、ビデオ編集、ドキュメント管理の分野で圧倒的なシェアを誇るほか、マーケティングツールや AI、EC サービスなど多岐にわたるソリューションを展開している。2025 年度の通期売上高は過去最高の 237 億 7,000 万ドル (前年比約 11%増) を記録した。全世界の従業員数は 31,360 名に拡大している。日本法人 (アドビ株式会社) は東京都品川区に拠点を置き、約 550 名の従業員体制で国内事業を展開している。

展開する主な製品群は以下の通りである。

- ・クリエイティブ関連：業界標準の画像編集ソフト「Photoshop」、グラフィック作成の「Illustrator」、動画編集の「Premiere Pro」、音声編集・ミキシングの「Audition」など
- ・ドキュメント管理：PDFの作成・編集・管理におけるデファクトスタンダードである「Adobe Acrobat」
- ・マーケティング&データ分析：高度なWeb・アプリデータ分析を実現する「Adobe Analytics」

(展示内容)

AdobeはNABの開幕直前に「エージェントAI時代のクリエイティブ環境」を宣言する大規模アップデートを発表した。今回のテーマは、「AIをツールの中に置く」から「AIが複数ツールを指揮する」へのパラダイムシフトである。単なる「生成AI搭載ツール」から、マルチステップ・横断アプリ実行・外部モデル連携という3点を備えたエージェントAIプラットフォームへの進化が示された。

注目製品・サービス

・Firefly AI Assistant

Adobeが今回発表した最大の新機能であり、「得たい結果を自然言語で伝えると、AIが複数のアプリを横断して自動実行する」というクリエイティブ・エージェントである。従来の「ツールを操作して結果を出す」パラダイムからの根本的な転換を意味する。単一の会話型UIから、Photoshop・Premiere Pro・Lightroom・Illustrator・Express・Fireflyなど複数のCreative Cloudアプリにまたがるマルチステップのワークフローを自動実行する。

・Firefly Video Editor (AIモデルのハブ化戦略)

AdobeのAIファースト動画ツールであり、30種類以上のAIモデルをひとつのサブスクで使用分けられる「AIモデルのハブ」として機能する。その他の主な機能強化は以下のとおりである。

- ・Enhance Speech：ダイアログの自動クリーンアップ（ノイズ除去・口頭フィルター抑制・音量均一化）
- ・色調整の内蔵化：露出・コントラスト・彩度・色温度をスライダーで直感操作でき、ワンクリックのLook（プリセット）も搭載。Firefly内で動画編集から最終色調まで完結可能
- ・Adobe Stock 統合：8億超のライセンス済みアセット（映像・画像・音源）にFirefly Video Editor内から直接アクセス可能
- ・Precision Flow：1つのプロンプトから、スライダーで「微調整～劇的変化」をシームレスに探索できる新UX
- ・AI Markup：ブラシ・矩形ツール・参照画像で、画像上に直接「ここに物を置く・こう変える」を描いて指示できる

・Premiere Pro 26.2

- ・Color Mode：3年をかけて数百人の現場エディタの声を反映した編集者向けカラーグレーディング環境。DaVinci Resolveの独立ツールに相当するグレーディング機能をPremiere内で「モード切り替え」で使えるよう統合した。
- ・Object Masking (AIオブジェクトマスキング)：クリック1発で被写体を自動検出・トラッキングしマスクを生成。Sharp・Smooth両方のエッジモードを搭載し、髪の毛や半透明素材にも対応。マスク済み被写体だけへの色補正・ぼかし・エフェクト適用作業が劇的に短縮される。Sequence Indexパネル：複雑なタイムラインをテキスト検索で即座にナビゲートできる新パネル。長尺ドキュメンタリーや多クリップのニュース編集で有効

・After Effects 26.2

AI-Powered Object Matte：1フレームのクリックだけで動く被写体を自動マスキングする機能。Quick Selection ブラシで数ストロークの修正が可能で、Refine Edge ツールが髪の毛・細部テクスチャを最適化する。

・Frame.io Drive（クラウド素材のローカル感覚統合）

デスクトップアプリとして提供され、Frame.io プロジェクトをローカルストレージのように扱えるクラウドネイティブな作業環境を実現。クラウドを意識せずに普段通りのローカル編集感覚で作業できる利点がある。



(所感)

業界最大手として、クリエイティブ市場における強い影響力と資本力が誇示されていた。デモにおいては、AIを独立したツールとして提示するのではなく、既存のツール群のなかに「Firefly AI Assistant」を組み込み、マルチステップの作業を自動化する「エージェントAI」としての側面が際立っていた。これは、AIが人間の仕事を奪うのではなく、煩雑な工程を肩代わりしてクリエイターの作業を効率化する「高度なアシスト」を重視した設計思想の表れであると。

技術的な進展として注目すべきは「Frame.io Drive」である。クラウド上のプロジェクトをローカルファイルシステムのようにマウントし、ダウンロード待ちを発生させずにストリーム編集を可能にする仕組みは、ShadeFSなどの新興サービスと同質であり、大規模かつ分散したチームでの制作において極めて利便性が高い。一方で、Adobeもこの領域に本格参入したことで、今後のクラウドストレージ連携の標準争いが激化することを予見させた。

一方で、同社が編集ソフトウェアとプラットフォームに特化し、ハードウェア（カメラ、スイッチャー、入出力インターフェース等）を扱っていない点は、Blackmagic Designのような一貫通貫のハード・ソフト統合環境と比較すると、今後のエコシステム構築において一つの懸念材料

になる印象を持った。特に IP 化（ST 2110 等）が進む放送・配信インフラとの緊密な連携において、自社ハードウェアを持たないことが、システム全体としての最適化や価格競争力の面で不利に働く可能性は否定できない。

既存のコアソフトウェアについては、すでに完成されたツールとして安定しているものの、今回の多数のアップデートについても、一つひとつが業界を根底から覆すような強烈的なインパクトを与えるには至っていないという印象も受けた。AI によるオブジェクトマスクや音声クリーンアップなどは着実な進化であるが、劇的なパラダイムシフトというよりは、既存の延長線上にある高機能化の域に留まっている。市場のリーダーとして、現状の地位を盤石にしつつ、守りの姿勢を崩さない安定志向のアップデート戦略であると感じられた。

3.2 West Hall

3.2.1 Google Cloud

(会社概要)

Google Cloud は、アルファベット (Alphabet Inc.) 傘下のクラウドコンピューティングサービスプロバイダーだ。世界最先端の AI 研究機関である Google DeepMind と連携し、AI 開発プラットフォームの Vertex AI、大規模言語モデルの Gemini、そしてクラウドネイティブなインフラを提供している。メディア・エンターテインメント業界においては、映像制作の自動化、パーソナライズされた配信、アーカイブの高度な検索、サイバーセキュリティの強化を柱としている。同社は、世界各地のデータセンターを結ぶ高速ネットワークを基盤に、放送局や配信事業者がデジタルトランスフォーメーションを加速させ、データから新たな収益を生み出すための「AI ファースト」な環境を提供している。

(展示内容)

今回が初出展 (単独) である Google Cloud は、「Agentic Production Environment (エージェントック・プロダクション環境)」をキーメッセージに掲げた。「試験的な PoC (概念実証) から本番運用へ」が今年のテーマであり、生成 AI から自律型エージェント AI へと業界の主戦場を一段進める戦略が提示された。

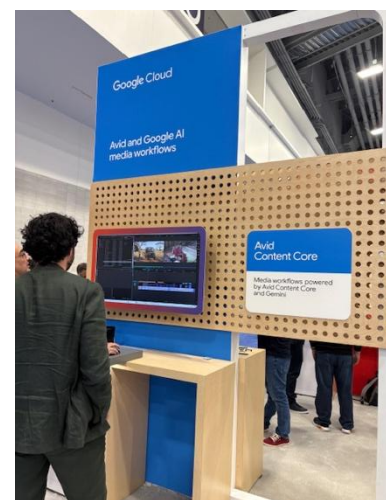
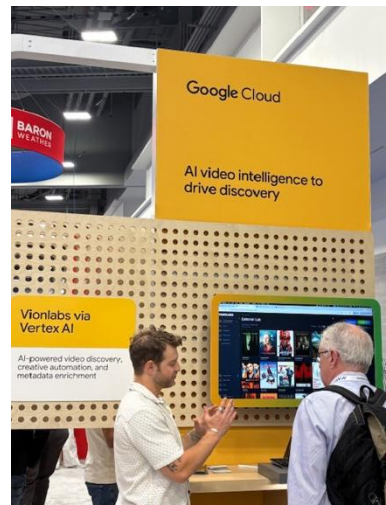
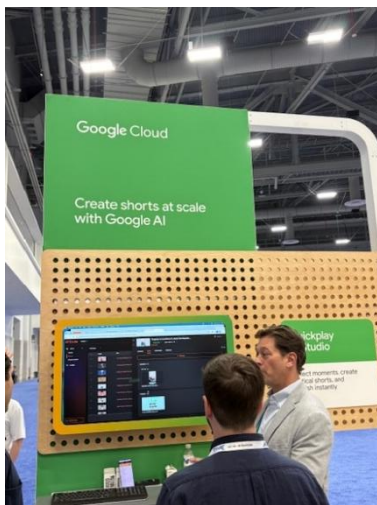
注目製品・サービス

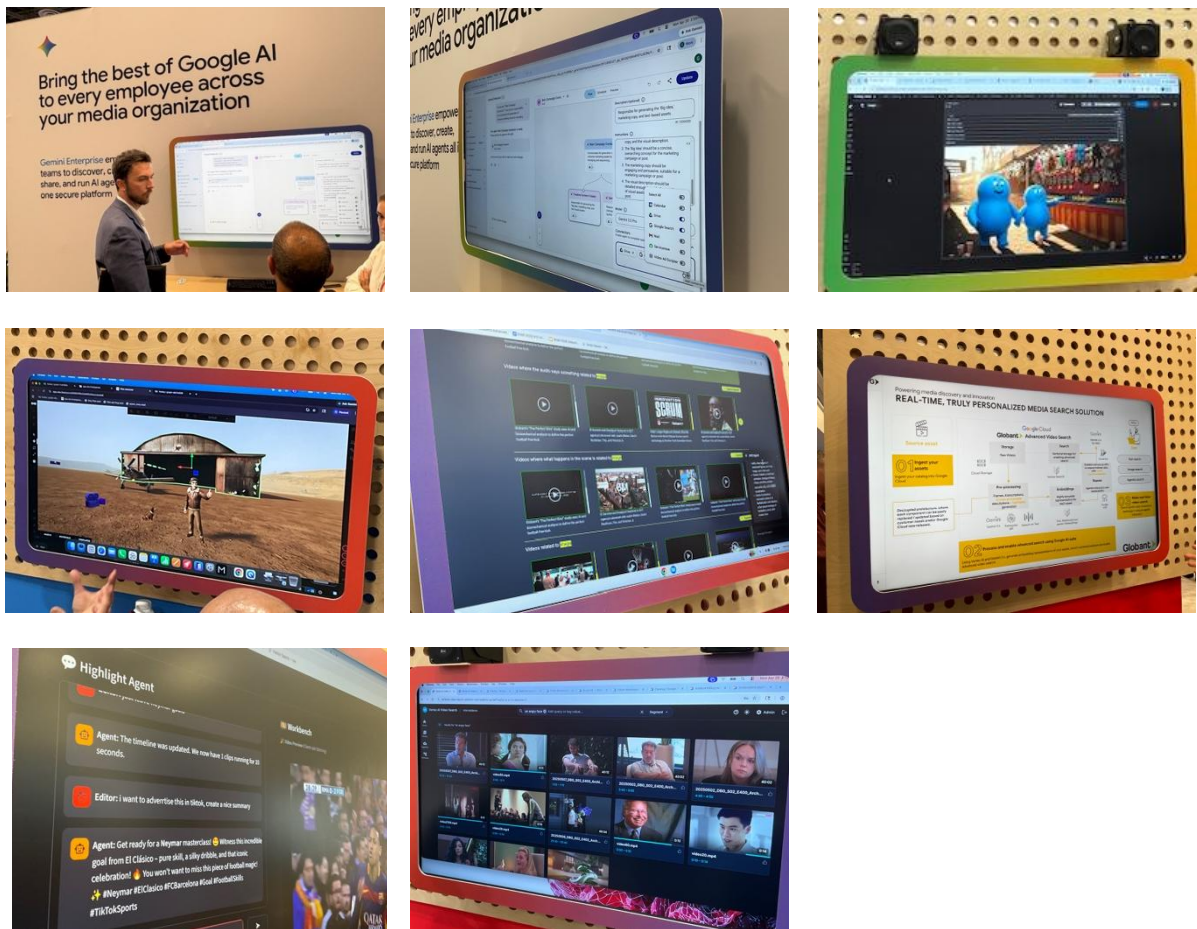
- ・ Google Cloud の AI 基盤

他社との最大の差別化は、動画・音声・画像・音楽のすべての生成 AI を自社で保有している点である。

- ・ Gemini (2.5 / 3 系列) : 映像・音声・テキストを横断して推論できるマルチモーダル LLM。編集者が自然言語で指示するだけで、メタデータ自動付与・自動ログイン・B-Roll 生成を自動実行する
- ・ Veo 3 / Veo 3.1 : 高品質なテキスト→動画生成モデル。音声 (会話・効果音) の同期生成に対応しており、撮影不可能なシーンの生成や番組のプロモーション映像制作に活用される
- ・ Nano Banana 2 / Nano Banana Pro : 高速かつ高品質な画像生成・編集モデル (Gemini 3 系列)。Adobe Firefly AI Assistant にも組み込まれている
- ・ Lyria 2 / Lyria 3 : ボーカル・歌詞・楽器を含む完全楽曲を生成できる音楽生成モデル。競合の AWS や Azure が保有していない独自領域
- ・ Imagen 4 : 高品質な画像生成モデル
- ・ SynthID : すべての生成コンテンツ (動画・画像・音楽) に不可視の電子透かしをデフォルトで付与し、AI 生成コンテンツの識別を担保する。Adobe Content Credentials / C2PA と並ぶ業界標準候補の 1 つ

- Vertex AI : エンタープライズ向け統合 MLOps ・生成 AI プラットフォーム。Vertex AI Agent Builder ・BigQuery ・Vision Warehouse ・Vertex AI Search を組み合わせ、大規模アーカイブの自然言語検索基盤として機能する
- TPU v5p : Google 独自 AI アクセラレータ。NVIDIA GPU 偏重の AWS や Azure と異なり、大規模 LLM 推論を低コストで実行できる。1 日数千〜数万時間分の映像に AI 推論を回すメディア企業にとって、推論コストの低さが決定的な差別化要因となる
- NAB 2026 の主要発表 ・ 活用事例
 - Media Composer 内の Gemini 拡張 : 映像編集ソフトの Media Composer 上で、編集者が日本語や英語の自然な言葉で指示を出すだけで、AI が素材の内容を自動的に分析し、「いつ・どこで・誰が・何をしているか」といった情報をタグとして自動付与し、撮影記録を自動作成する。従来は人手で行っていた地道な仕分け作業が大幅に削減される。
 - Avid Content Core : 放送局や制作会社が保有する膨大な映像ライブラリを、まるでインターネット検索をするような感覚で探せるクラウドサービスである。「怒った表情で工場を走るシーン」のように、映像の内容・登場人物の感情・セリフの内容を組み合わせた条件を自然な言葉で入力するだけで、数万時間分のアーカイブの中から該当シーンを瞬時に絞り込める。映像・音声・テキストを横断して検索できる点が従来の映像管理システムとの大きな違いである。
 - Agentic ワークフロー : 「このシーンに合う素材を集めて、簡単な粗編集を作って」といった大まかな指示を 1 回出すだけで、AI エージェントが「①素材の検索→②扱いやすい軽量データへの変換→③カットの組み立て案の提示→④色調の自動調整」という複数の工程を人間の介在なしに自動で順番に実行する仕組みである。これまでは専門スタッフが個別に行っていた一連の作業が、ひとつの指示で完結するようになる。





(所感)

展示全体を通じて、Google が長年培ってきたマルチモーダル AI「Gemini」や動画生成モデル「Veo」など、多岐にわたる独自の AI 技術をメディア業界へいかに応用できるかという、広範な技術ショーケースとしての印象を強く受けた。自社でモデルからアクセラレータ (TPU) までを垂直統合で保有する強みを活かし、検索、生成、解析の各領域で具体的な活用事例が網羅的に紹介されていた。

一方で、デモで示された AI エージェントによるワークフローの自動化 (素材検索から粗編集案の提示まで) は、あくまでクリエイティブな作業を支援する個別ツールとしての側面が強かった。放送局の根幹をなす基幹業務システムや、厳密なタイミングと信頼性が求められる放送送出ワークフローの一連の中に、これら自律型 AI を直接組み込むには、現時点では制御性や運用の安定性の観点から時期尚早であるとの印象も持った。AI は依然として、人間の判断を仰ぐための「高度な下準備」を担うフェーズにあると言える。

技術展示の中で興味深かったのは、仮想空間で高精細な 3D 体験をストリーミングする技術 (Immersive Stream for XR 等) の提示である。フォトリアルな背景やオブジェクトをクラウド側でレンダリングし、リアルタイムに配信するこの技術は、単なる視聴者体験の向上に留まらず、映像制作の現場においても、ロケ地の事前検討や撮影アングルのプレビュー、照明効果のシミュレーションといった「プリビジュアルライゼーション」の工程を劇的に効率化させる可能性を感じさせた。物理的なセットを組む前に、仮想空間上で制作意図を詰め切るための有力な検討ツールとして、今後の発展が期待される。

3.2.2 Twelve Labs

(会社概要)

TwelveLabs は 2021 年に設立され、米国カリフォルニア州サンフランシスコに本社を置く、動画理解のための基盤モデルを開発するテック企業だ。人間が動画を見るのと同じように、視覚情報、音声、時間的な文脈を同時に理解する動画ネイティブ AI の開発に特化している。エヌビディア (NVIDIA) や VAST Data などの強力なパートナーを持ち、従来のタグ付けやキーワード検索に頼らない、自然言語による高度な動画検索、要約、推論を実現する API を提供している。世界中の放送局、広告代理店、政府機関が、膨大な動画資産をインテリジェントなデータへと変換するために同社の技術を採用している。

(展示内容)

今回の発表は Pegasus 1.5 (構造化メタデータ抽出)・Rodeo (クリエイター向け自然言語エディティング)・Autodesk Flow Capture 統合 (ミドルワークフロー統合) の 3 点であり、「API ベンダーから編集ワークフロー・プラットフォームへ」という事業ピボットを象徴する展示構成となった。

コア技術：2 つの動画基盤モデル

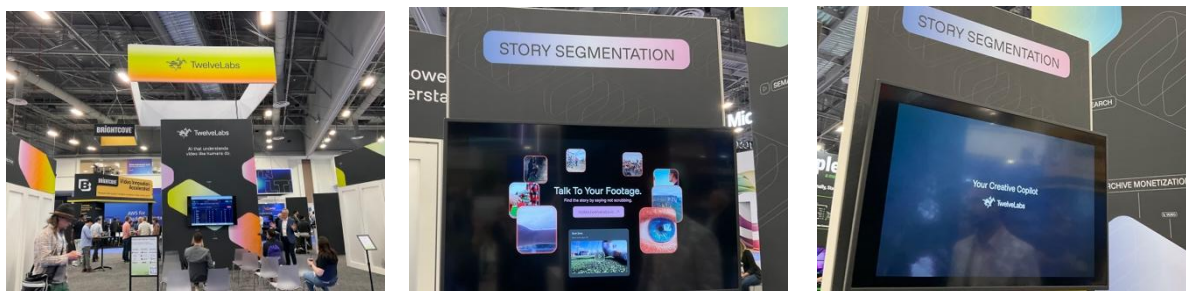
TwelveLabs は Marengo と Pegasus という 2 つの基盤モデルファミリーを運用している。

・Marengo 2.7 (検索エンジンの頭脳)

視覚・時間ダイナミクス・音声・テキストを複数ベクトルで分散表現することで、検索精度を大幅に向上させている。テキスト・画像・音声のあらゆる組み合わせで動画内の特定の瞬間を検索できる「Any-to-Any」検索を実現しており、一度インデックスすれば繰り返しの再解析なしに検索・分類・タグ付け・類似検出を実行できる。

・Pegasus 1.5 (分析・要約の頭脳)

動画を「観て」人間が読めるテキストを出力する生成モデルである。単なる物体検出ではなく、登場人物・アクション・イベントとそれらの関係性を文脈で理解し、意味的に豊富なメタデータを生成する。サマリー生成・ハイライト列挙・質問応答・説明的メタデータ記述などに対応する。



(所感)

ブースはシンプルな構成であり、派手なデモよりもコンテキスト解析の技術的な深さを訴求する落ち着いた展示であった。動画の内容を文脈として理解し、意味的なメタデータを生成するというアプローチ自体は技術的に興味深いものである。

一方で、コンテンツ検索・メタデータ自動生成という機能軸においては、今回の NAB 2026 でも複数の競合他社が類似するソリューションを展示しており、TwelveLabs としての明確な優位性がどこにあるのかは判断しにくい印象であった。

動画 AI 解析・検索の分野は今後も様々なベンダーの参入が見込まれ、競争が一層加熱していくことが予想される。API ベンダーから編集ワークフロー・プラットフォームへの事業ピボットは、差別化の方向性として理解できるものの、その戦略が実を結ぶかどうかは引き続き注目していく必要があるであろう。

3.2.3 Marfeel

(会社概要)

Marfeel は 2011 年に設立され、スペインのバルセロナに本社を置く、パブリッシャー向けのオーディエンス・エンゲージメントおよび収益化プラットフォームのリーダーだ。世界中のデジタルメディアに対し、読者の行動をリアルタイムで解析し、エンゲージメントを高めるためのインサイトを即座に提供する技術を展開している。同社のプラットフォームは、データの収集だけでなく、AI を用いて「どの記事をいつ更新すべきか」や「どのユーザーにサブスクリプションを促すべきか」といった具体的なアクションを導き出すことに強みを持つ。

(展示内容)

Marfeel (マーフィール) は、テレビ局や新聞社などの「ウェブ編集部」が、日々のニュース配信や収益化をスムーズに行うための分析ツールを展示した。最大の特徴は、一般的な分析ツール (Google アナリティクス等) のように「数字をグラフ化して終わり」ではなく、「編集作業の中で、次に何をすべきか教えてくれる」という実務に寄り添った設計にある。通常のツールはネット通販や企業の HP など「あらゆるサイト」を対象に作られているが、Marfeel は最初から「記事」「ニュースのカテゴリ」「記者」といった、メディア専用の視点で作られている。そのため、編集者が「今、どのニュースをトップに置くべきか」「どの記者の記事がよく読まれているか」を、迷うことなく直感的に把握できる点が大きな強みである。

注目製品・サービス

・Marfeel Compass (リアルタイム+履歴統合型分析エンジン)

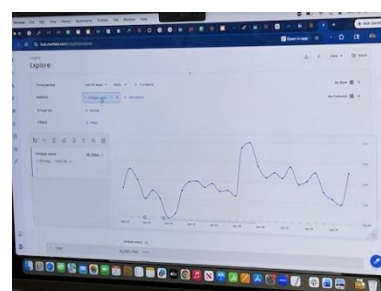
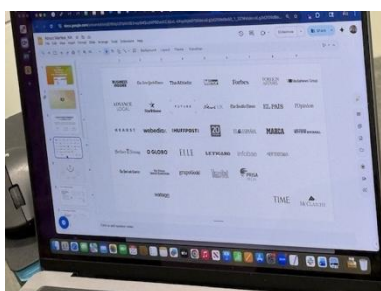
リアルタイムトラフィック検知と予測分析：現在のアクセス増減を即座に把握し、「このペースなら 24 時間後にどれほど伸びるか」を推定する。編集部が記事の拡散戦略をリアルタイムで調整できる

・Marfeel Copilot (AI 編集支援)

大規模言語モデル (LLM) とパブリッシャー自身のファーストパーティデータ (閲覧履歴・読了率・A/B テスト結果・ソーシャル反応・Google Search Console データ) を融合させた AI 編集支援スイートである。タイトル生成・サブタイトル構造化・スペル・文法・スタイルガイド適用・内部リンク提案・アーカイブ検索・トーン管理・タクソノミー自動補完・カスタムプロンプトなどに対応している。

・Engagement Time (エンゲージメント時間計測)

スクロール・クリック・マウス移動・動画再生・音声再生・タイピング・フォーム入力を能動アクションとして集約計測する独自指標である。単純な滞在時間や離脱率ではなく、「実際に集中して読んでいる時間」を切り出して計測する。映像・音声コンテンツとテキスト記事が混在する放送局系サイトに特に適合した設計となっている。



(所感)

デモンストレーションにおいては、個別の機能解説よりも「分析結果をどう編成に活かすか」という実戦的な応用法に重点が置かれていた。特に、AIの予測データに基づき「今、どの記事をトップに配置すべきか」を即座に判断するフローの提示は極めて実用的であり、編集現場の意思決定を直接的に支援するツールであると感じられた。

汎用的な Google Analytics とは異なり、収益に直結するコンテンツを明確に特定できる点に大きな優位性がある。読者の能動的な動きを捉える独自指標と収益性を結びつけ、PV数などの表面的な数字に惑わされず「真に価値ある記事」を炙り出す仕組みは、デジタル戦略の収益最大化を目指すメディアにとって非常に合理的な枠組みである。

3.3 Central Hall

3.3.1 Canon

(会社概要)

Canon U.S.A., Inc.は、デジタルイメージングソリューションの分野において米国・カナダ・中南米・カリブ海市場をカバーするリーディングカンパニーである。Church Production Magazine 映像・放送分野では、Cinema EOS シリーズのデジタルシネマカメラ、CINE-SERVO レンズ、PTZ カメラおよびコントローラーを中心にプロフェッショナル映像制作市場における存在感を持つ。

(展示内容)

Canon は、少人数クルーが高品質な映像制作を実現するための自動化・効率化であり、スポーツ・ライブイベント・野生動物撮影・公共インフラ監視などの幅広い用途をカバーする製品群が示された。

注目製品・サービス

- ・MS-510 マルチパーパスカメラ

超低照度撮影の新基準を打ち立てるマルチパーパスカメラとして発表された。Canon 製の 1 インチ SPAD (Single-Photon Avalanche Diode) センサーを搭載し、約 320 万画素はビデオ撮影用 SPAD センサーとして業界最高の画素数とされている。

- ・RC-IP300 リモートカメラコントローラー

旗艦モデル RC-IP1000 の多機能性を継承しつつ、コンパクト・軽量設計を実現した中堅クラスの PTZ リモートコントローラーである。最大 200 台のカメラを IP 経由で制御可能。3.5 インチタッチパネルで複数カメラのライブ映像を確認しながら、タッチ AF 制御・被写体選択による自動追尾も直感的に操作できる。

- ・Multi-Camera Orchestration (MCO)

多カメラ制作を AI で自動化するソフトウェアソリューションであり、メインカメラ（手動操作）の動きとフレーミングに、複数の PTZ サブカメラを自動的に同期させる機能を持つ。熟練したカメラオペレーターが 1 台のメインカメラを操作するだけで、複数の PTZ カメラが自動追従して適切な構図を維持する。少人数での多角度制作が実現する。





(所感)

ブース全体を通じて、SPAD センサー搭載の「MS-510」をはじめとする多彩なカメララインナップが整然と並べられており、基本的には「カメラ機材そのものの性能」を主役に据えた展示構成であるとの印象を強くした。光学メーカーとしての強みを活かした最新鋭のセンサー技術やレンズの描画力に直接触れられる機会を提供しており、機材選定の場としての性格が際立っていた。

一方で、ソフトウェアによる自動化ソリューションである「Multi-Camera Orchestration (MCO)」などの展示については、説明パネルや展示品こそ用意されていたものの、現場で実効性を確認できる具体的なデモンストレーションが行われていなかった。メインカメラの動きにサブカメラが追従するという AI 制御の有効性が、実際の複雑な被写体や現場の照明環境においてどの程度機能するのか、その実力値を客観的に判断するには至らなかった。

3.3.2 SONY

(会社概要)

Sony Electronics Inc.は、ソニーグループ株式会社の映像・音響・エレクトロニクス事業を担う中核企業である。放送・プロ映像分野においては、システムカメラ・PTZ カメラ・シネマラインカメラ・ライブプロダクションスイッチャー・メディア処理プラットフォーム・スポーツ技術 (Hawk-Eye) まで、制作ワークフローの全工程にわたる製品・ソリューションを擁する。

(展示内容)

Sony は「The Power Behind Your Story (あなたのストーリーを支える力)」を展示テーマに掲げており、展示は「ネットワークドライブ (Networked Live) エコシステムの進化・新しいシステムカメラ・ニュース制作ワークフローの強化・最新のバーチャルプロダクションツール・包括的なイメージングソリューション」を中心に構成された。

注目製品・サービス

・R シリーズ 新型システムカメラ

放送現場の標準「HDC シリーズ」を刷新した新ラインナップ。新開発の 2/3 インチ 4K グローバルシャッターCMOS センサーを搭載し、業界トップクラスの低ノイズ (-64dB) と広いダイナミックレンジを実現した。スタジアムの強い照明下でも黒潰れを抑えた立体的な描写が可能で、上位機種譲りのカラーマッチング機能により、大規模中継における色調の統一と運用効率を劇的に向上させている。

・MOXELA (次世代メディア処理プラットフォーム)

Nevion 社が開発した、汎用サーバーやクラウド上で動作するソフトウェア定義のメディア処理基盤。ST 2110 や NDI に加え、最新の伝送規格「MXL」に対応し、映像・音声・データの処

理や監視をハードウェアの制約なく実行できる。必要に応じてクラウド上で処理能力を拡張できるため、オンプレミスとクラウドを組み合わせたハイブリッド運用の最適解として機能する。

・ VideoIPath Panel Builder

メディアオーケストレーション基盤「VideoIPath」に追加された仮想パネル設計ツール。物理デバイスを使わず、ブラウザ上の操作でスイッチングやパラメーター調整などの操作パネルを自由に構築できる。現場のニーズに合わせたカスタム UI を迅速に作成でき、物理機材の導入コスト削減と、直感的な操作によるオペレーションミスの防止を同時に実現している。

・ 5G・セルラー接続管理システム

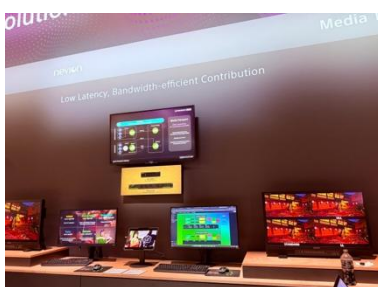
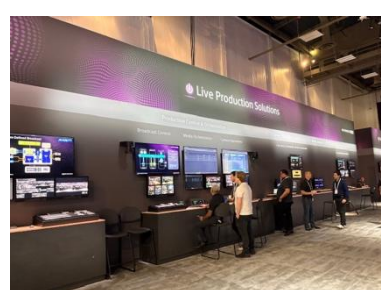
eSIM 技術を活用し、報道やフィールド伝送の信頼性を高めるネットワーク最適化ソリューション。場所や時間帯に応じて変動する複数の 5G キャリアをリアルタイムで分析し、最も安定した通信網を自動選択・統合する。混雑したイベント会場や移動中でも高品質な映像伝送を維持でき、専用設備を必要としない軽快なライブ中継ワークフローを強力にサポートする。

・ BRC-AM7 Ver.3.0 (AI ロボティック PTZ カメラ)

AI 自律撮影機能を備えた PTZ カメラの最新アップデート。新たに追加されたバスケットボールモードでは、高度な骨格・顔認識により、激しく動く選手の中から主役を特定して自然なフレーミングで自動追尾する。最大 8 人のグループ認識や特定の人物を優先する顔登録機能を備え、少人数の制作体制でも決定的なシーンを逃さないプロレベルの自動撮影を可能にしている。

・ Alpha 7 V (次世代イメージングラインナップ)

AI 技術を極限まで活用したミラーレス一眼のフラッグシップモデル。専用の「AI プロセッシングユニット」が人物の姿勢や複雑な動きをリアルタイムで解析し、高い精度で被写体を捕捉し続ける。動画性能では 4K 60p の全面素読み出しをクロップなしで実現。AI によるオートフレーミング機能が「第二のカメラマン」として振る舞い、ワンマン撮影でもダイナミックな構図作りを支援する。



(所感)

展示スペースは会場内でも屈指の広さを誇り、新型システムカメラ「R シリーズ」から最新の編集ソリューションに至るまで、映像制作の入り口から出口までを網羅する圧倒的な製品ラインナップが展開されていた。ハードウェアの完成度はさることながら、ブース全体を通じて「機材単体」の紹介に留まらず、それらがシームレスに繋がるエコシステムとしての強固な存在感が示されていた。

国内の競合他社と比較して、ネットワークやクラウドを活用した編集技術、ソフトウェア定義の処理基盤（MOXELA）など、IT に軸足を置いた展示内容が非常に多い点が印象的であった。物理的な機材の制約を仮想化技術で解消しようとするアプローチは、放送業界の DX を牽引する同社の戦略を象徴しており、次世代の放送インフラがより IT 技術と密接に融合していく未来を強く予見させるものであった。

カメラ展示においては、放送用システムカメラだけでなく「Alpha 7 V」などのミラーレス機が多数配置されていた点も特徴的である。AI プロセッシングユニットによる被写体認識やオートフレーミングのデモは、プロの現場でも一眼カメラが単なるサブ機ではなく、高度な自動化機能を備えた主力機として組み込まれつつある現状を裏付けていた。

また、5G・セルラー接続管理システムのデモで示された、eSIM 技術を用いて複数のキャリアをリアルタイムに最適化する試みは、極めて実用性が高く興味深い。通信環境が不安定な現場でも、キャリアを横断して安定した帯域を確保しようとするこのソリューションは、中継車などの大規模な設備に頼らない「軽快なライブ配信」の信頼性を担保する上で、非常に重要な鍵となる技術であると感じられた。

3.3.3 For-A

(会社概要)

FOR-A Company Limited (株式会社朋栄) は、1971 年創業の日本の放送・映像機器メーカーであり、1980 年の NAB 初出展以来、長年にわたってビデオスイッチャー・ルーティングスイッチャー・マルチビューワー・カラーコレクター・フレームシンクロナイザー・映像サーバーなどの放送用ハードウェアを中心に展開してきた。近年はクラウド・IP・IT インフラ・エッジ AI にまたがるライブ制作ワークフロー全体の提供者へと事業を転換している。

(展示内容)

今年の展示のキャッチコピーは「Software-Defined, AI-Powered Workflow Tells the Story of the New FOR-A (ソフトウェア定義・AI 駆動のワークフローが、新しい FOR-A を語る)」であり、ソフトウェア定義・AI 駆動のライブ制作ワークフローを展示した。

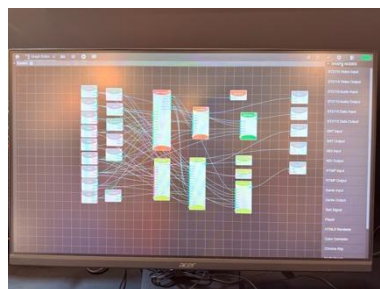
注目製品・サービス

・FOR-A IMPULSE®

「スタジオ・イン・ア・ボックス」と表現されるソフトウェア定義のライブ制作プラットフォームであり、高速 GPU 処理を搭載したサーバー上で放送に必要なすべてのソフトウェアツールを統合する。

・viztrick AiDi / GoVertical! AiDi

GoVertical! AiDi は、モバイルプラットフォームへの即時ライブストリーミング向けに、AI を活用したほぼリアルタイムの 9:16 自動クロッピングを実現する。viztrick AiDi はリアルタイムの選手トラッキング・顔タグ付け・オブジェクト認識・2.5D テレストレーション・自動スコアグラフィックス・モーションデータ分析を提供する。



(所感)

「Software-Defined」の象徴として、画面上のGUIで映像・音声ソースを任意に繋ぎ変えるデモは、ハードウェアの物理的制約を排した運用の柔軟性を示しており、非常に興味深かった。配信形態に応じてシステム構成を即座に最適化できる点は、多角化する制作現場において極めて実用的である。

特に、現場の素材を専用ハードウェア経由でクラウドに直結させるシステムブロックは、将来の編集システムの雛形として強い印象を残した。現場のインフラを最小限に抑え、高度な処理をクラウドで行うこの仕組みは、リモート制作の信頼性を高める合理的なワークフローであり、次世代の放送制作の方向性を明確に提示していた。

4. 企業訪問 (4/21)

4.1 Conviva Inc.

(会社概要)

- ・2006年にシリコンバレーで設立され、現在同フォスターシティに本社を置く、ストリーミングメディアのリアルタイム・ビッグデータ解析プラットフォームの世界的リーダー。
- ・モバイルやスマートテレビなどのクライアントアプリに組み込まれたSDKが、動画を再生してから終了するまでのあらゆる状態変化を、サンプリングではなく連続的な時間軸で保持・分析することで、視聴不具合の原因を特定し、カスタマーエンゲージメント低下の予兆検知を可能にしている。
- ・世界中の数億台のデバイスから送られてくる1日あたり数兆件ものイベントをミリ秒単位で処理し、配信の遅延、バッファリング、エラーなどの問題を即座に特定する能力を有している。
- ・主要顧客にはDisney、Hulu、ESPN、Paramount+など世界トップクラスの放送・配信事業者、アジアではAirAsiaが挙げられた。



(視察内容・考察)

- ・Conviva 出席者： Keith Zubchevich, CEO (写真左)
Aditya Ganjam, CTO & Founder (同真ん中)
Shane Oren, Chief Revenue Officer (同右)

Conviva は SaaS プラットフォームであり、デジタル体験と AI エージェント分析・モニタリングに特化している。フルセンサス（全数測定）のクライアントサイドテレメトリーと特許取得済みのステートフル分析エンジンを用いて、アプリ・ウェブサイト・AI エージェント全体にわたる行動パターンと会話パターンを明らかにし、成長機会・非効率・混乱の発生源を特定する。全製品の基盤となるのが Conviva Operational Data Platform (ODP) であり、すべての Conviva 製品はこの Platform 上に構築されている。

1. Video Streaming Insights (VSI)

エンタープライズ規模のストリーミングプラットフォームが視聴者体験を最適化するためのリアルタイムパフォーマンス分析と AI 搭載インサイトを提供するソリューションである。各ストリームのあらゆる側面を追跡し、視聴者・コンテンツ分析の簡素化、パフォーマンスの計測と最適化、配信チェーン全体にわたる問題の根本原因の特定を実現する。100%のセッションを対象としたフルセンサス（全数）クライアントサイドテレメトリーであり、ユーザーが再生ボタンを押した瞬間からデータが利用可能となる。

・AI・アラート機能

デバイス・地域・ネットワーク全体にわたるストリーミング問題を、共通の特徴を持つ顧客グループレベルの AI 搭載根本原因検出によって特定・解決できる。AI が突発的な異常・緩やかな劣化・顕著な外れ値を分類し、視聴者への影響・収益リスク・緊急度で優先順位付けし、プレーヤ・CDN・サードパーティサービスにわたる根本原因を掘り下げる。

・CDN 最適化

リアルタイムの視聴者体験に基づいて CDN 選択を自動最適化でき、品質を最適化しながらコストを低減する内蔵 CDN 選択機能を提供する。

・広告 (Ad) 分析・最適化

リアルタイムの広告配信問題の修正とフィル率・完了率の改善が可能であり、パフォーマンス追跡・多様性促進・視聴者の Ad 疲弊対策をサポートする。

・コンテンツ・視聴者分析

コンテンツパフォーマンスデータを通じて、どの視聴者がどのコンテンツをいつ・どこで・なぜ視聴しているかを把握し、マーケティングとマネタイズを最適化できる。

2. Digital Product Insights (DPI)

アプリ・ウェブサイト・AI エージェント全体にわたるすべての消費者インタラクションとコンバセッションの背後にあるパターンを明らかにし、成長機会・非効率・混乱を特定することで、予測可能な結果をもたらすソリューションである。

・Pattern Analytics

顧客が実際にどんな行動をしたかをすべての操作履歴から自動で読み取り、「よく見られる行動パターン」を発見可能であり、行動のパターンと最終的な結果を結びつける。また、似たパターンを持つ顧客をグループ分けすることにより、「なぜこのグループだけ離脱が多いのか」といった踏み込んだ分析が可能。

- ・コンバージョン・エンゲージメント改善

コンバージョンの背後にある行動パターンを特定し、どのリリースと実験が成果を動かすかを検証し、予測可能なビジネスインパクトを持つ改善を優先付け可能。

- ・リアルタイムの問題検出と優先順位付け

アプリ起動からコンテンツ再生まで、発見からセッション内エンゲージメントまで、すべての視聴者ジャーニーがパフォーマンス・パーソナライゼーション・システム動作によって形成される様子を把握可能。

- ・AIによる説明可能性

Conviva プラットフォームのステートフル分析と説明可能 AI を活用して、各製品またはエージェント固有の意図・好み・フラストレーションの手がかり・非効率を表面化し、最適化または強化すべき点を優先付け可能。

3. Agent Performance Insights (Agentic Performance Insights)

エンタープライズが AI エージェントのパフォーマンスを大規模に継続的に評価するための機能である。Conviva デジタル体験の新たな層として登場した AI エージェントに特化した分析・モニタリングを、Conviva のデジタル分析基盤の延長として提供する。

- ・大規模なパフォーマンス評価

すべてのユーザー・デバイス・地域にわたる数十億セッションを追跡し、エージェントパフォーマンスを継続的に評価可能。

- ・障害の検出と診断

エージェントの推論ステップからダウンストリームのツール呼び出しまで、障害ループと信頼性ギャップをリアルタイムで診断可能。

- ・ビジネス成果との連携

エージェントの品質をビジネス成果に直接結びつけ、レスポンスが技術的に機能するだけでなく、実際にコンバージョン・リテンション・収益を促進しているかを確認可能。

- ・DPI との統合的な位置づけ

Digital Product Insights の一部として、アプリ・ウェブサイト・AI エージェントにまたがる消費者インタラクションとコンバセッションをネイティブに計測・分析するソリューションを提供可能。

(所感)

ユーザーがプレビューを複数見た後に選択したコンテンツを視聴開始しても、数分で視聴を中断した場合、従来システムでは「興味があった」と評価しがちであるが、Conviva では視聴から中断を追跡するため「満足しなかった」と判断し、リコメンから除外することもあるとの説明を聞き、視聴を中断した理由が技術的な問題なのか、コンテンツへの無関心なのかを切り分けできるとの説明には感心した。また複数人が同一アカウントを使用する場合でも、デバイス ID をもとにユーザーを特定できるので、各個人の視聴行動を分析できるとの説明にも、AI を活用したパーソナライズな視聴者行動分析がグローバルな大手事業者の採用の背景にあるのだと理解した。

4.2 KQED

(会社概要)

- ・ KQED Inc.は、カリフォルニア州サンフランシスコのベイエリアを拠点とする非営利パブリックメディア機関であり、ラジオ局 KQED-FM とテレビ局 KQED・KQET・KQEH を運営している。
- ・ 1954 年に公共放送局として設立。当初は BBC や NHK と同様のモデルを目指したが、家庭から一律に徴収する仕組みは議会に受け入れられず、個人や財団、企業からの寄付、連邦政府からの補助金などを財政基盤としている。
- ・ 本社はサンフランシスコ市内ミッションディストリクトのマリポサストリートにあり、2021 年に改修が完了した。館内にある多目的ホール「The Commons」を中心とした施設は、市民・文化交流・ライブイベント・地域密着型ジャーナリズムの拠点となっている。
- ・ KQED はノーザンカリフォルニアの NPR (全米公共ラジオ) および PBS (公共放送サービス) 加盟局として、ベイエリアに公共ラジオ・テレビ・独立報道を提供している。



(視察内容・考察)

- ・ KQED 出席者： Tim Olson, Head of Partnership
Annetta Akhurst, Executive Director TV Programming, Video Production and Distribution
 - ・ 館内ツアー
- ① ホール(The Commons)：簡単な舞台・投影スクリーンを備えた 150 名程度を収容するホールで、地域コミュニティ向けの体験型イベントの開催や、使命を共有する団体への会場レンタルも行っている。



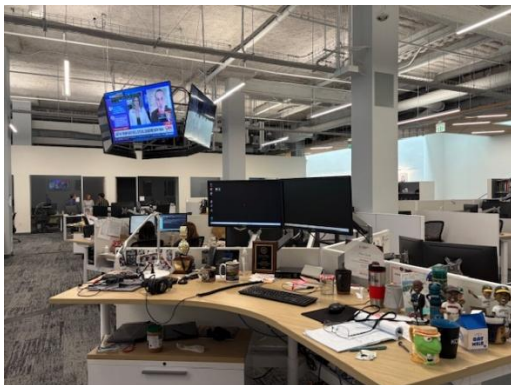
- ② スタジオ：クロマキー用のグリーンバックを敷き詰めて、一つのスタジオで色々な番組作りを行っており言わば VFX に似た運用。3 台の大型カメラはルンバのように自立移動するのでオペレーター常駐が不要。



- ③ スイッチング・送出室：通常3名での少人数体制での運用を基本としており、2名がカメラオペレーション（遠隔）、1名がプロデューサーの場合や、1名のプロデューサーに2名のアシエイトプロデューサーでの構成もある。



- ④ ラジオ放送スタジオ、編集・制作室、ニュース制作デスク：



- ⑤ 地域に根差した公共放送の使命として、コミュニティとの体験型・対面型イベントを主催して地域社会との絆の構築に努めている。もはや若者の半分位はテレビを見ない世代になっているので、イベント参加で KQED への関心を醸成している。



1. サービス内容

・テレビ放送

KQED (チャンネル 9) はサンフランシスコをライセンス地とする PBS 加盟テレビ局であり、KQEH (チャンネル 54) とともに KQED Inc. が所有する。また、ウォッツンビルにある KQET (チャンネル 25) がサンタクルーズ・サリナス・モンレー市場向けに KQED のフルタイムサテライト局として運営されている。

・ラジオ放送

KQED-FM (88.5MHz) は全米で最も多く聴かれている公共ラジオ局の一つであり、サンフランシスコのラジオ市場でニールセン視聴率トップを獲得することが多い。

・ポッドキャスト

2023年にKQEDはSnap JudgmentとSpooked（ポッドキャストシリーズ）を取得。

・デジタル・オンラインサービス

・月間ユニークビジター130万人以上がKQED.orgを利用しており、KQED Live オーディオストリームには週468,000以上のアクティブセッションがある。

・KQED Passport：年間96ドル以上または月額8ドル以上の寄付者に提供される、KQED独自のストリーミングサービス。

・ライブイベント「KQED Live」

リノベーションされた本部施設を拠点に、エンターテイナー・ジャーナリスト・政治家・音楽家・著者・シェフなどを招いた講演会・コンサート・ディスカッション・ライブイベントシリーズ「KQED Live」を開催

2. 連携先放送局・組織

KQEDはNPR（全米公共ラジオ）およびPBS（公共放送サービス）のベイエリア・ノーザンカリフォルニアの加盟局である。

・PBS Kids：子供向けコンテンツの制作・配信

・NPR・Public Radio Exchange・American Public Media：ラジオコンテンツの配信・連携

・American Public Television：番組（Raggs等）の配信協力

・PBS Digital Studios：デジタル動画広告の共同販売プログラム

・KQED Presents：ドキュメンタリー等の全国配信レーベル

・BBC World Service：深夜時間帯にラジオで放送

・Marshall Project（CatchLight等との調査報道協力）：ジャーナリズム分野のコラボレーション

3. 地元コミュニティに対する活動

・メディアリテラシー教育

KQED Educationは、メディアリテラシーと市民教育の革新的なプログラムを中学・高校の生徒と教師に提供しており、若者の声と主体性の育成に注力している。

・Youth Media Challenge

生徒向けにインフォメーション・個人的語り・解説の3種類の無料かつ基準準拠のプロジェクトを提供。これらは英語とスペイン語の利用可能なカリキュラムリソースとともに提供される。

・Podcasting Democracy

2024年に米教育省の競争的グラントを獲得し、全国から集めた多様な20人の教師コホートと協力して、ポッドキャスト制作を通じて中学・高校生に米国憲法を教えるカリキュラムを開発・テスト・実施している。

・コミュニティジャーナリズム

地元の公開情報を活用した地域ジャーナリズム活動を実施

・コミュニティ向けイベント・文化施設

メンバーはSFMOMA（サンフランシスコ近代美術館）・デヤング美術館・ウォルト・ディズニー・ファミリー・ミュージアム・サンフランシスコ植物園・SF アジア美術館などでのKQED Member Daysに無料入場できる。

4. 寄付・資金調達モデル

・個人会員（メンバーシップ）

KQED に寄付したすべての人がメンバーになる。個人の KQED サポーターが KQED の年間予算の半分以上を寄付で賄っている。ノーザンカリフォルニアの約 200 万人にサービスを提供するため、地域コミュニティからの寛大なサポートに依存している。個人からの寄付は年間 100 ドル程度の人もおり、全体で 25 万人にも上るとのこと。

・企業スポンサーシップ（アンダーライティング）

企業スポンサーシップは KQED の個人寄付に次ぐ第 2 の収益源であり、以前は組織全収益の約 23%を占めていた。スポンサーは KQED.org 上のレスポンスバナー・ラジオのアンダーライティングアナウンスメント・OTT プラットフォームを含むデジタル動画ストリーミングでの動画プレロール広告などを通じてブランドを露出できる。編集内容とスポンサーシップ活動の間にはファイアウォールが厳格に維持されている。スポンサーは放送チャンネル・ウェブサイト・デジタルプラットフォーム上で短いアンダーライティングアナウンスメントとして認知されるが、記者・ジャーナリストは一切関与しない構造である。

・財団・グラントによる寄付

つ vKQED への主な資金提供者（公開情報に基づく）はテクノロジー・メディア系、ヘルスケア・科学系、教育・人文系、地域コミュニティ・ベイエリア系などの幅広い組織・個人から寄付を受けている。

(所感)

台頭する Netflix などの配信プラットフォームや NBC などの全国ネットワークとの競合回避のため、ローカルニュースや地域密着コンテンツ作り、交流イベントで地域住民の支持を確実にする価値創出を経営の柱にする、地域メディアのビジネスモデルを感じることができた。それはとりもなおさず、財政基盤を支える寄付の安定的収受を目指す積極的な生存戦略でもありとも理解できた。AI の活用については慎重で、社内の効率化ツールとしては利用するが、AI 生成のコンテンツ作りにはファクトの生成・検証能力を最重要視しているため、人間による最終的な事実確認と執筆のハイブリッド運用であるべきとの保守的な考え方も学べた。