

仙台国際ハーフマラソン2023の魅力を マルチWeb動画配信

Fujitsu Media Cloud映像伝送サービスで実現する新たなイベント体験

6月4日、杜の都・仙台を舞台に深緑の街並みを駆け抜ける「仙台国際ハーフマラソン2023」が開催されました。同大会では、主催の仙台市と東北放送株式会社（以下、tbc）が、富士通の提供するエッジAIカメラ及びFujitsu Media Cloud映像伝送サービスを用いた動画配信を実施。大会の様子をライブ中継するとともに、YouTubeでのアーカイブ配信を行いました。メディアの多様化が進み、イベント中継のあり方も変化を続ける昨今。本取り組みは、同大会にどのような価値をもたらしたのでしょうか。仙台市、tbc、富士通、それぞれの担当者に話を伺いました。

コロナ禍の影響でマラソン大会の人气が鈍化。 新たな魅力訴求の手法が求められる

「今回の取り組みは、大会の認知度向上や市民ランナーの将来的な参加意欲向上を図るのが狙いでした」。そう話すのは仙台市文化観光局文化スポーツ部スポーツ振興課で事業係長を務める早坂秀仁氏です。大会運営やサイドイベントの企画を担当する早坂氏は、大会の新たな魅力訴求の手法を模索していたといいます。

仙台国際ハーフマラソンは、2023年で第30回を数える仙台市の春の恒例イベント。現代的なオフィスビルが連なる青葉通や東二番丁通、仙台城跡などの歴史情緒あふれる青葉山エリア、深緑のケヤキ並木が美しい定禅寺通など、杜の都・仙台の見どころを余すところなく体感できるマラソンコースが、全国の市民ランナーから高い人気を集めています。市民参加型イベントにリニューアルした第22回大会以降、参加応募数は10,000件を越え、出場権の抽選は高い倍率を誇ります。



「コロナ禍による自粛期間を経て、スポーツイベントへの参加のモチベーションが全国的に低下した印象があります。実際に、仙台国際ハーフマラ

ソンについても、2019年以前は参加募集を開始すると即日で定員に達するほどでしたが、2022年以降はその勢いがやや鈍化していました。今後、大会を持続的に開催するためにも、既存の手法とは異なる形で認知度向上や参加意欲向上を図る必要がありました」（早坂氏）。



仙台市
文化観光局
文化スポーツ部スポーツ振興課
事業係長
早坂 秀仁氏

Web動画配信により、テレビ中継とは異なる イベントの魅力訴求を狙う

早坂氏ら大会事務局は、認知度向上、参加意欲向上を狙い、新たな魅力訴求策を展開します。その取り組みの一つがWeb動画配信でした。本取り組みに至る経緯を、富士通Japan北海道・東北公共ビジネス統括部宮城・山形公共ビジネス部の藤田佳延は振り返ります。

「富士通Japanは東日本大震災からの復興支援を目的として、2012年大会から仙台国際ハーフマラソンに協賛してきました。それから10年を経て、今後は、富士通Japanの本業であるICTやデジタル技術を活用することでイベントの価値向上に貢献したいと考えたのが、本取り組みの発端です。

仙台市様と議論を重ねるなかで、『大会の認知度向上』という課題があることを知り、Fujitsu Media Cloud映像伝送サービスを活用したWeb動画配信をご提案しました」（藤田）。

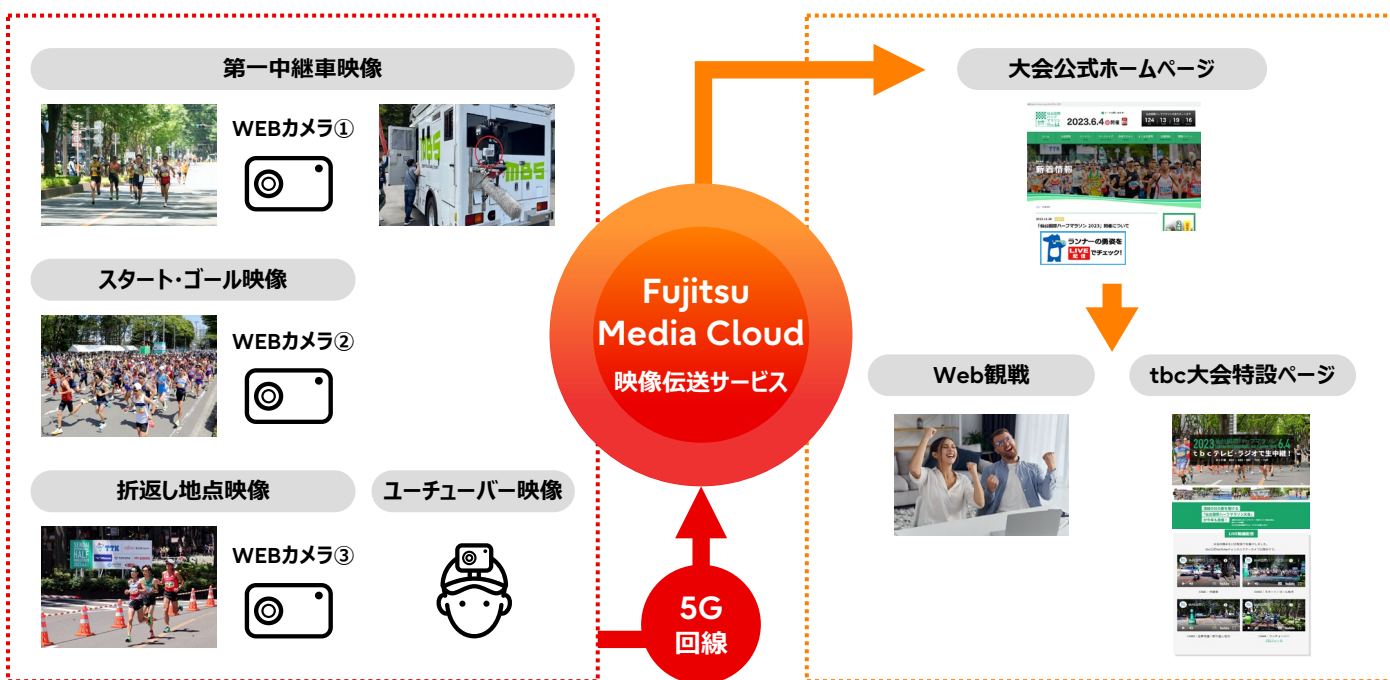


富士通Japan
北海道・東北公共ビジネス統括部
宮城・山形公共ビジネス部
藤田 佳延

コンパクトな撮影装置が求められました。

そこで、富士通は、小型バッテリーや4G回線及び5G回線をボンディングした映像伝送装置とエッジAIカメラなどと組み合わせ、容易に持ち運びできる撮影システムを構築しました。

さらに、Web動画配信の展開方法にも工夫が凝らされています。その手法について、tbcのテレビ局業務推進部で仙台国際ハーフマラソンを担当している鈴木雅人氏は説明します。



Fujitsu Media Cloud 映像伝送サービスの仕組み

例年、仙台国際ハーフマラソンは共同主催であるtbcが撮影を担当し、東北6県でテレビ中継しています。これは大会の魅力訴求に重要な役割を果たしていたが、撮影機材や人員の制約上、放送されるのはトップ争いの集団や折り返し地点の定点カメラ映像などに限られていました。しかし、富士通のライブ中継向けSaaS「Fujitsu Media Cloud映像伝送サービス」やエッジAIカメラなどを組み合わせれば、従来は捉えられなかった新鮮味あふれる映像を撮影でき、さらに、その映像をWeb動画配信で全国に届けることができます。それは大会の認知度向上を目指していた仙台市の希望に叶った提案でした。こうして、仙台市、tbc、富士通、の連携により、Web動画配信に向けた企画が開始されます。

撮影装置の小型化などを通じて、Web動画配信の仕組みを構築

Web動画配信を手がけるにあたり、重要なポイントになったのが「小型化」でした。今回の取り組みでは、テレビ中継とは異なった映像を撮影するのが目的のため、さまざまな場所やシチュエーションに対応できる

「大会の公式Webサイトに動画を埋め込む形でライブ配信を行いました。さらに、大会終了後には速やかに編集作業を行い、アーカイブ配信を実施。これにより、より多くの視聴者に大会の様態を届けることを狙いました。テレビ中継とWeb動画配信では勝手が異なることが多く、例えばサムネイルの作成やWebサイトのレイアウトなど、テレビ中継にはない作業などもあったのですが、より多くの視聴者に大会の魅力を伝えられるよう、試行錯誤を重ねながら仕組みづくりを進めていきました」（鈴木氏）。



東北放送株式会社
テレビ局業務推進部
仙台国際ハーフマラソン担当
鈴木 雅人氏

ランチューバーでイベント中継に 「新たな視点」を追加

そして、大会当日。マラソンコースには「中継車」「スタートゴール地点」「折り返し地点」「ランチューバー※」の4つの位置にカメラが配置されました。これら4つのカメラで撮影した映像が、映像伝送装置を通じて Fujitsu Media Cloud映像伝送サービスに連携され、tbc様特設サイトに配信されました。特に注目は、ウェアラブルカメラを装着した実際のランナーが配信するランチューバーの映像です。ランチューバーの映像では、まるで自分が参加しているかのような臨場感で、マラソンコースや大会の様子を視聴できます。システム設計構築を担当した富士通キャリア&メディア事業本部メディアソリューション事業部の番場啓介はその仕組みを次のように紹介します。



富士通
キャリア&メディア事業本部
メディアソリューション事業部
番場 啓介

「小型のウェアラブルカメラを固定した帽子、こぶし大の映像伝送装置とバッテリーを入れたリュックをランナーに装着してもらうことで、ランチューバーによるライブ配信を実現しました。撮影機材の総重量は950gほど。ランナーに負担をかけないようできる限り軽量化し、走りながら撮影をすることを可能としました」（番場）。

従来のテレビ中継では、機材の重量や無線機器、通信ネットワークの制約からランナー目線の映像は撮影が困難。それがFujitsu Media Cloud映像伝送サービスなどにより実現し、イベント中継に「新たな視点」を追加することができました。

※ランニング系ユーチューバー。マラソン大会の様子を走りながら動画撮影して紹介するランナー。

ランナー目線の映像が 大会への参加意欲向上に貢献

「市民ランナーが参加を決めるうえで、マラソンコースの景色や大会の雰囲気は重要な要素です。それを実際ランナーの目線と速度で届けることができたのは、大きな成果だったのではないのでしょうか」。そう話すのは、ランチューバーを担当した富士通Japanの諏訪達也です。諏訪は25年来の市民ランナーであり、諏訪自身、マラソン大会への参加を検討する際には、マラソンコースの状況を事前にリサーチしているといいます。

一市民ランナーとしても、ランチューバーの映像は大会への参加を促すうえで効果的だと感じていると語ります。



富士通Japan
関東・信越公共ビジネス統括部
埼玉・群馬公共ビジネス部
諏訪 達也

また、ランチューバーの映像は、大会運営にもポジティブな効果をもたらしていると仙台市の早坂氏は指摘します。

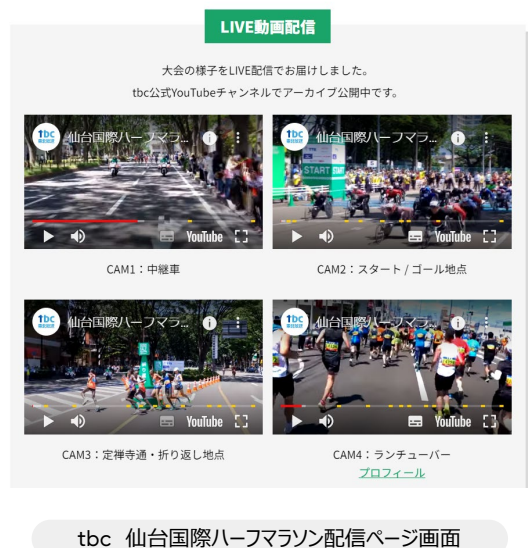
「ランチューバーの映像のおかげで、テレビ中継には映っていなかった沿道の様子や参加ランナーの雰囲気などが分かるようになりました。例えば、大会では伝統芸能の仙台すずめ踊りを沿道で披露しているのですが、こうした応援コンテンツへの参加ランナーのリアルな反応を確認できたのは成果の一つです。また、警備が計画通りに実施されているか、観戦者や歩行者が滞留していないか、などの確認もできるため、大会の安全管理の面でも有益だったと思います」（早坂氏）。



写真提供：オールスポーツコミュニティ (c)allsports.jp

今後はWeb動画配信のアクセスデータを イベントPRに活用

大会当日のweb動画配信は大きなトラブルなく無事終了。当日のLIVE配信のPV数は1.8万回にのびりました。東京、大阪などの東北6県以外の地域からも多数のアクセスがあり、大会の認知度向上を後押ししました。こうした効果に、tbcの鈴木氏は「少ない人員で、これだけの方に視聴される動画を配信できたのは大きな成果です。今後は360°カメラなどを活用して、大会のより幅広い魅力を届けたいとも考えています」と大きな期待を寄せています。



仙台市の早坂氏も同様です。初めての試みであるWeb動画配信を通じて、大会の新たな魅力訴求のあり方を発見することができたといいます。

「より多くの市民ランナーの方に大会に参加いただくには、Webの活用は欠かせません。今回の取り組みを通じて、大会を幅広い地域に届けることができましたし、動画へのアクセス分析などを通じて、ターゲットを絞った訴求も可能になりました。

今後は、こうしたデータなどをイベントPRやコンテンツ企画にも役立てていきたいと考えています」（早坂氏）。

ポストコロナの時代、リアルイベントの価値を再浮上させるためには、従来とは異なるデジタル活用のあり方が求められます。仙台国際ハーフマラソンは、その象徴的な事例といえるでしょう。同大会における新たな価値創出に、Fujitsu Media Cloud映像伝送サービスを始めた富士通のソリューションが重要な役割を果たしています。



左から、富士通）番場啓介、仙台市）早坂秀仁氏、tbc）鈴木雅人氏、富士通Japan）諏訪達也、富士通Japan）藤田佳延



詳細については「メディア&エンターテインメントDX」Webサイトをぜひご覧ください。
今後もメディア業界における最新の事例や技術情報などを継続して発信してまいります。

トップページ | <https://www.fujitsu.com/jp/solutions/industry/media/index.html>

イベント・スポーツ・エンタメ | <https://www.fujitsu.com/jp/solutions/industry/media/entertainment/index.html>

お問い合わせ先

富士通株式会社

メディア&エンターテインメントDXサイト事務局

Tel 0120-933-200

E-mail contact-media1@cs.jp.fujitsu.com

Web <https://contactline.jp.fujitsu.com/contactform/csque33201/195296/>