

G Interview

現場
レポート!

2

Gガイドは、今後注目すべき
テレビ視聴を変化させるひとつのツールに成り得るか?

3月28日に電通の田中部長とビデオリサーチの石松副主事による対談が行われました。

■現在お二人はGガイドとどのような関わりを持っていますか?

田中>> 電通テレビ局でGガイド広告のセールス、Gガイド広告の商品価値開発のお手伝いをしています。

石松>> ビデオリサーチとしては、Gガイドはテレビ画面上で、テレビ視聴行動に直結したサービスなので、その影響や変化に関心があるのと、このような新しい広告メディアの評価指標開発という課題意識を持ちながら、ユーザー調査などのお手伝いをしています。

■実際に広告セールスをされてみて如何ですか? また、広告主はどのような点に注目していますか?

田中>> Gガイド広告は、「テレビ視聴の入り口」であり、普及を前提に高いリーチ力とそれによる認知効果をベネフィットとして説明していますが、概ね共感が得られ、非常に関心を持っていただいています。ただ、現時点では普及の入り口なので、クライアントのスタンスとしてもやや先行投資的なところはありますね。あとは、やはり見せ方ではないでしょうか。屋外看板とか、テレビ広告と同じクリエイティブではなくて、この媒体ならではの広告表現というのを考えたほうがいいと思います。

■調査結果から見て、ユーザーの広告に対する評価は如何ですか?

石松>> 今のところ、屋外広告とかテレビ広告など他の媒体と同じ「どこかで見たことのある表現」の方がインプレッションは高い傾向にありますね。当方は、接触機会、つまり広告露出機会を増やすメディアとして訴求していくことになるのでしょう。その中で、いくつか効果的なパターンを見つけていくことになると思います。

田中>> セールスの説明をしても90%、テレビツールだから、リーチはすぐ取れるんです。ポテンシャルは高いんですよ。普及すれば、広告接触機会はすぐ高くなることは理解してもらえています。

広告のスペースだけがあまりにも
番組表からかけ離れた異空間になると、
かえて「死角」になってしまう可能性もある。

(株)ビデオリサーチ メディアリサーチ事業局 企画推進部 副主事 石松俊之さん



画面の右側というのは、番組を探しに入る、要はコンテンツを選びに来るわけなので、そこに番組情報と同じレイヤーで左に出てくる広告画像も、同じ目線で視聴者に情報提供できないかなあと思っていて、違和感のないクリエイティブとタイミングの良い情報提供をするのがいいんじゃないかなと感じます。

■Gガイド広告の媒体特性に関してはどうですか?

田中>> 詳細画面が出てくるというのは武器になると思います。でも表現力はまだ十分ではなく、広告主をうならせるような機能にはなり切れていないのかな、とは感じていますね。でも、何かやり方はあると思います。

石松>> 詳細を開くためにはカーソルを番組表画面から外さないといけないし、二回三回と詳細を見させるためには、開いたときにがっかりさせない工夫が必要だと思います。

田中>> プロモーション告知系の広告展開であれば、サブ画面が開いてキャンペーンの詳細内容が確認できるのはとてもプラスだけれど、広告によっては詳細説明がいない、むしろ画像を長く見せてもらえればいいというクリエイティブもあるだろうし、その裏付けになるような調査結果も今後は必要になってくる。

石松>> 送りに「編集」のような感覚は求められると思います。あえて番組表上に広告スペースを設けているわけですから、その存在をすんなりと受け入れてもらえる内容・表現は求められるかなと。広告のスペースだけがあまりにも番組表からかけ

離れた異空間になると、目立つ可能性もあるけれど、かえて「死角」になってしまう可能性もある、そんな風だと思います。

田中>> そうなるのはもったいない。インパクトがあったり、広告詳細を開いてみて、あ、こんな出てきたというのが面白かったり、役に立ったりするとい。…ただね、代理店的な言い方をすると、やっぱりリーチあってのことなんです。

全員>> (笑)

田中>> 普及すると、この画面は全世帯の個人全体が見るものになると思うんです。リーチを稼ぐというのは、媒体としては非常に重要なファクターだと思います。だからこそ、そこでの広告の見せ方というのは、ひと工夫もふた工夫も考えた方がいい。Gガイドは媒体としての良さと、普及に期待がもてるというポジティブな段階に入りつつあるので、今度はクライアントや代理店が、クリエイティブにフォーカスして広告の価値を質的な形で押し上げる番ですね。

石松>> 調査的には、接触率調査、いつどの時間にどのくらい使っているかに主眼を置いているので、今は広告自体の評価というのは大まかです。でも、調査サンプル数を集めることがそんなに難しくない状態になって、広告も素材数自体がある程度パリエーションに富んでくると、広告素材自体の評価をもう少し厚くしたり、データを蓄積して、ある程度クリエイティブパターンの善し悪しを判別していくことも出来るかなあと思いますね。

田中>> 今はしょうがないけど、せっかく広告を出しているのだから、「クリエイティブとしてインパクトがありましたか/無かったですか」くらいの所から効果を見ていくっていうのはありますよね。

石松>> 調査数も、利用頻度もある程度になったら、媒体の露出と実際の認知の関係で、少し強制的に細かい制御を掛けて、露出をコントロールにした場合の数字もあった方がきっといいかなと思いますね。

広告詳細を開いてみて
あ、こんなの出てきたというのが面白かったり、
役に立ったりするとい。

(株)電通 テレビ局 企画推進部 部長 田中 剛さん

田中>>石松さんの言ったことは、広告を含めたEP Gコンテンツをどう鍛えていくかと言うことですね。広告は100人いたら全員が関心のあるものではないけれど、必ずターゲットによって何らかの関心はあります。どこまでいっても量は問題になるんだけど、質的に工夫してみる価値はあるのかなと。Gガイドは量で勝負していても十分に広告媒体という意味での商品力はでるんだろうけれど、せっかくだからいろんな工夫をしてみてもいいと思いますね。

■最後に今後Gガイドが普及していった場合、電通やVRのビジネスにどのような変化を与えてお考えですか?

田中>>まず僕から言うと、Gガイド広告にとってはそのものが普及をすること＝広告の価値が上がるということなので、がんばって普及してもらいたいし、普及後のお手伝いをしていきたいと思います。ただ、冒頭石松さんがおっしゃったように、Gガイドによってテレビの見方も変わっていくと思うので、視聴がどうなるのか?、広告でインタラクティブな動作をするようになると商品やブランドへの関わり

り方がどう変わるのか?などをしっかりと見極めたいなと思います。

石松>>VRとしてまず、既にビジネスとして動いているものなので、その新しいメディアの指標開発や効果研究のお手伝いすることに意味があります。あとは田中さんと同じで、たぶんGガイドでテレビの見方も変わるのだと思います。その変化がともクリアになってきた時には広告だったり、視聴率だったりというもきっと変わるでしょうね。

田中>>大変なのは間違いない。でも、生活者が最終的に選ばれるから、その時々で広告の商売の仕方とかVRでいえば調査の仕方を考えていかざるを得ない。それに依っていかないとね。ともあれ「テレビ」をGガイドによって今まで以上に楽しんでもらえるようになることが大事なことだと思いますね。

石松>>結局テレビが面白いことで、番組表も使われるし、広告ビジネスとしても成り立っていくわけですね。

田中>>まったくそのとおり。



Inside G

SEC書類の提出完了! GEMSTARが 経営改革に向け、新たな一歩を踏み出す。

2002年に成立した米国企業改革法(サーベイン・オクスリー法)の施行により、アメリカ合衆国では、企業統治やIR活動のあり方が見直されてきた。これに基づき、GEMSTARも会計方法を見直し、昨年11月より担当する独立監査法人の交替も含め、財務報告書の修正を続けていた。証券取引委員会(SEC)は、修正書類の提出の最終期限として2003年3月31日を決めていたが、GEMSTARは書類提出の際に求められている最高経営責任者(CEO)と最高財務責任者(CFO)の承認と共に、全必要書類の提出を完了したことを発表した。一時、この報告書提出の遅れによりナスダック株式市場で証券の上場停止の危機にも直面していた時期もあったが、この提出完了により、4月7日にナスダック上場委員会からも正式に上場継続の通知を受けた。CEOであるJeff Shell氏はこの発表で、就任した時点に掲げていた3つの目標(1.経営基盤の安定、2.正常な会計方針と財務統制、3.信用回復)の実現のために、今後は会社のすべての意識をGEMSTARのすばらしいポートフォリオ再構築に向けていくと述べた。

G Tips

ちょっとした機能紹介

CMボタン

Gガイドの広告パネルは、カーソルを合わせることで広告の詳細情報が確認できる仕組みになっています。通常広告詳細情報の表示は、リモコンについているタテヨコ左右キー(方向移動ボタン)を使っておこないますが、機種によっては「CMボタン」があって、ワンタッチで簡単に広告パネルにフォーカスすることができる仕組みになっています。テレビ画面上に番組表を表示させた状態で、リモコンのCMボタンを押すと、画面上のどこにカーソルがあっても広告にフォーカスさせることができます。このCMボタンを利用することにより、番組検索中でも気になる広告が表示されればすぐに内容確認ができます。



<Panasonic TH-D30>