

■ 松下電器が地上波/BSデジタル/110度CSデジタルに対応した新テレビ番組ガイド(Gガイド)搭載のデジタルハイビジョンテレビを発表

4月17日、パナソニックマーケティング本部は、地上波/BSデジタル/110度CSデジタル放送対応の新しいGガイドを搭載したデジタルハイビジョンテレビを発表しました。発売開始は5月15日から。従来のGガイドと比較してテレビ番組ガイドとしては、地上波放送、BSデジタル放送、110度CSデジタル放送の受信できるすべての番組表を表示することに加え、

「ジャンル検索」、「人物検索」、「キーワード検索」など複数の検索も可能になりました。地上波放送のテレビ番組表も8日間に対応しており、表示チャンネル数もお好みに合わせて3・5・7・9局表示に切り替えができます。また、本機は業界で初めてデジタルテレビ向け生活情報ネットワークサービス「Tナビ」に対応したモデルとして、便利で役立つ生活情報やサービスも楽しめます。



TH-36D30T

■ 商品についてのURL <http://panasonic.jp/dtv>

<表示チャンネル切替>



■ ソニーよりGガイドを使って簡単録画予約を実現したDVDレコーダー「RDR-GX7」発表

ソニーマーケティング株式会社は、DVDレコーダー「RDR-GX7」を5月21日より発売します。Gガイド電子番組表に対応し、テレビ画面に地上波放送とアナログBS放送の番組表が表示され、番組表から録画したい番組を選んで簡単録画予約が行えます。録画した番組には自動的にタイトル名が付けられ、見たい番組の検索にも便利です。既存DVDプレーヤーとの再生互換を重視し、DVD+RW/-RWとDVD-R方式での記録と再生ができるので、録画したディスクを別のDVDプレーヤーで再生したり、ビデオカメラで撮影した映像をディスクに記録してプレゼントしたりできます。DVD+RWディスクに記録した場合、通常は操作が必要なファイナライズ処理を自動で行うので、録画したディスクを取り出してすぐに再生が可能です。

■ DVDレコーダー「RDR-GX7」についてのURL
<http://www.sony.co.jp/DVD/>



株式会社 光文社 インタビュー

光文社の矢口浩 宣伝部長にインタビューしました。

■Gガイドサービスの印象はいかがですか？

実を言えば、最初はこの媒体の存在自体を知らなかったの、これは何だろうというのが最初の印象です。説明してもらい、具体的にこのような技術があるということ、このような形で広告が出るというのがわかり、おもしろいと思いましたね。

■Gガイド広告に興味を持たれた理由はなんですか？

とにかくまず、一視聴者として面白いと思えたので、それなら、広告としても媒体価値があるのではないかと考えました。出版社の広告といえば、新聞や電車の中吊りが中心でしたが、現在新しい広告媒体を模索しています。実際、新たな試みとして様々な媒体に広告を載せたりもしてはいますが、新しい媒体は、その価値をどう評価するか難しいものもあります。Gガイドは実際にやってみて、わかりやすいです。それで、新しい方向性を感じたんですよ。セールスメニューもシンプルでいいです。よく広告の営業に来られて、メニューの解説が厚すぎて、セールスの人自身が自分の媒体を把握していない、なんてことも場合によってはありますので、そういう意味でもGガイドはインパクトがありましたね。

■今までのメディアと比べて、Gガイド特有の良さはなんですか？

今実際にやっていますが、日替わりでコンテンツを出せることです。これが、Gガイド広告を社内で説得する材料になりましたね。現在、当社では月刊誌と単行本の広告を出していますが、1ヶ月間同じものを掲出し続けているのは面白くない、Gガイドを見ていて、毎日新しいコンテンツになっているというのはやはり新鮮だと話しています。実際そういうところが出版社には必要だと思いますね。素材作成も非常に簡単ですし、コストも確かにあまりかからないこともあります。それに、実は、当社の出版物、全部で7誌と単行本で一緒にひとつの広告媒体に取り組むというのは初めてのことです。そこから、会社全体のイメージを訴求していくこともできるのかな、とも思いましたね。

■広告を掲出してみて、現在のGガイド広告に対する評価はいかがですか？

評価としては、今の段階ではまだ正直わからないです。実際、Gガイド自体も発展途上の媒体ですよ。ただ今後、Gガイドで何かできるのではないかな、とは感じています。普及については、今は40万世帯しかないとも言えるのですが、かえてこれが面白いとも思います。受信機の購入者層を考えると、当社側でも、これをターゲット層として見た時に読者にとって何の広告が効果的なのか、だからGガイドではVERY、BRIOやSTORYの広告がいいと考えることができます。

■今後のGガイドに期待することはなんでしょうか？

広告右側に表示される番組表画面のパフォーマンスがどうなっていくのか、は今後の課題になるでしょう。当社としては、雑誌・出版物などのために、番組予約に結びつく必要がないので、それに替わるものなど、今後の発展による提案を期待しています。また、広告販売枠を地域別でも細分化、例えば、月刊誌では発売日が違うものがあったり、出版物の特性によっては、時間帯を特定した方がよいものも考えられるので、1日の中でも表示時間をもっと細かくできるといいかもしれない。広告詳細エリアのフォントと文字の容量など、もっと変化がつけられるようになってくれれば、とも思います。まあ、今急に欲張らず、徐々にですね。



(株)光文社
宣伝局 宣伝部
部長 矢口浩さん

Gガイド豆知識

広告素材更新

Gガイド広告は、日単位で素材を変更／更新することが出来ます。たとえば、金～日掲出の広告の場合に、金曜と土曜と日曜で素材(3素材)を変更することができるので、ユーザ・ターゲットを意識した広告掲出や、新商品の発売日、新サービスの開始日に合わせた広告展開が可能となります。

過去に掲出された事例としては、雑誌の発売日に合わせて素材を変更したり((株)光文社)、映画の公開日に合わせたカウントダウンの広告掲出((株)ギャガ・コミュニケーションズ)などがあります。

■光文社の例

(発売日に合わせて素材変更)

4月23日掲載
*4月23日発売



4月24日掲載
*毎月24日発売



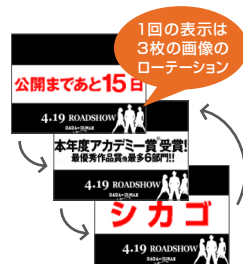
4月28日掲載
*発売中



■GAGAの例

(公開日に合わせてカウントダウン)

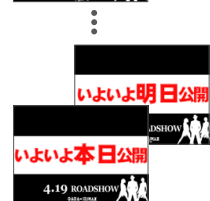
15日前から
告知開始



毎日
カウントダウンで
表示変更



4月19日
公開日当日



Inside G

日経ゼロワン6月号にGガイド関連記事が掲載

日経ゼロワン6月号「まだVHSですか?DVDレコーダ完全ガイド」の「ディスクレコーダ時代のテレビ番組選び、簡単予約にはEPGが当たり前!」というページでGガイドが取り上げられました。Gガイド搭載の受信機、アナログ地上波での番組の配信方法、またBSデジタルでのシームレスGガイドについても記載されており、AV機器におけるEPGのスタンダード候補だと述べられています。