

http://www.ipg.co.jp/press

PRESS

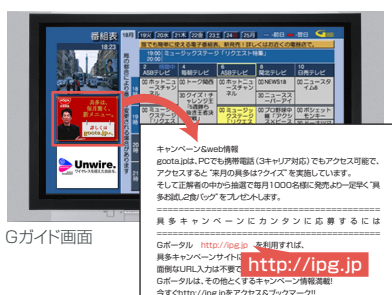
VOL.13
2003.7.11

G News

Gガイドをもっと楽しむ簡単便利なポータルサイト「Gポータル」誕生! http://ipg.jpに今すぐアクセス&ブックマーク!

2003年5月1日からGガイド広告の可能性をさらに拡張する新サービス「Gポータル」の運用を開始しました。URLはhttp://ipg.jp。携帯電話3キャリア(iモード、EZweb、J-スカイ)全てに対応しており、Gポータルをブックマークしておけば、普段Gガイドを利用して気になった広告の詳細を調べたり、プレゼントキャンペーンにも簡単に応募できます。TVCMを見ていて、キャンペーンなどのURLが表示されても、パソコンをその場で立ち上げるのは面倒であったり、実際にパソコンとテレビが別の場所に置いてある家庭は多いと思います。今のテレビ視聴者の視聴態度を見た場合、いつでも身近にあって使える携帯電話から、しかも面倒なURL入力なしで行きたいサイトに簡単アクセスができるGポータルは大変有効なコミュニケーションツールであると言えます。応募型のキャンペーンに連動しているGガイド広告や、簡単申し込みや会員登録を目的としたGガイド広告を中心に利用されています。

Gポータルのフロー



Gガイド画面

キャンペーンWeb情報
gooTaは、PCでも携帯電話(3キャリア対応)でもアクセス可能で、アクセスすると「来月の具多は?クイズ」を実施しています。そして正解の中から抽選で毎月1000名様に宛先メールで「具多お祝い券」をプレゼントします。
具多キャンペーンにカンタンに応募するには
Gポータル <http://ipg.jp> を利用すれば、具多キャンペーンサイトに簡単にURL入力不要でGポータルは、その他にも様々なキャンペーン情報満載!今すぐ<http://ipg.jp>にアクセス&ブックマーク!!



テレビを見ながら
簡単操作



興味を持った
キャンペーンを
選択すると...

例)日清食品(株)
「GooTa」携帯サイト



1 キャンペーンに連動しているGガイド画面の広告にカーソルを合わせると、詳細画面が出てGポータルのURLが表記される。

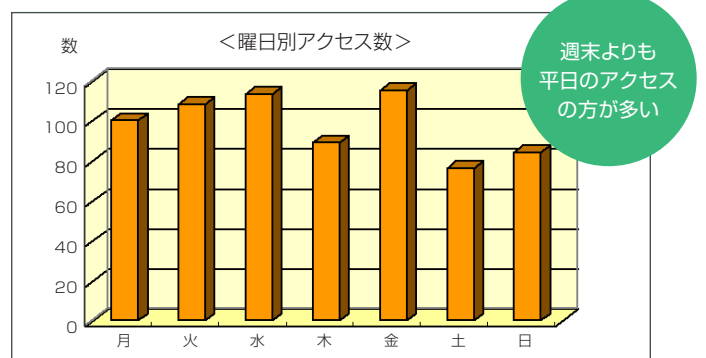
2 携帯電話でGポータルにアクセスすると、いくつかのキャンペーン情報がでてくる。

3 Gポータルから直接スポンサー様の携帯キャンペーンサイトにアクセスできる。

■ アクセス報告

Gポータル全体のアクセス数の検証を行ったところ、通常の携帯サイトの利用とは違うGポータル特有の傾向が見られました。アクセス傾向を比較すると、就寝前が多いなど同様の結果も見られますが、Gポータルへのアクセスは、朝の通勤通学前と深夜に多いことがわかりました(iモード「とくするメニュー」の時間帯別利用は、通勤通学時、昼食時、帰宅時と就寝前が多い*1)。曜日別に見ると、週末よりも平日のアクセスの方が多くなっています。今後さらにデータ収集を行い、Gポータルの特性を検証、考察していく予定です。 *2003年5月1日~5月31日結果より

*1:参考資料 2003年6月12日発行 宣伝会議 「実践!!モバイル・マーケティング」P32参考データ



*Gガイド画面はイメージです。実際の掲出期間・画面表示と異なる場合がございます。

■ 日清食品株式会社 インタビュー

日清食品宣伝部の吉田さんと白澤さんにインタビューしました。

■ Gガイドサービスの印象を教えてください。

吉田さん>>個人的には電子番組表というものをスカパーフェクトTVやBSデジタル放送で、すでに利用体験済みでしたのでGガイドに違和感はありませんでした。また、消費者の文字離れが進む現在の環境下では、これからGガイドがデジタルテレビを中心としたハードに導入されていくと、この利便性からテレビ番組をGガイドで探すという傾向が進むと思われます。そして、地上波も含めた放送が全てデジタル化されると、最初に

視聴者のみなさんに接するであろう画面で広告が表示できるGガイドは、大変有効な広告メディアの1つになると思います。今は感性も「個」に寄っている時代です。これからは、今までのようにテレビに一定のCM投下をすることで、効率的に広告が消費者に届くということが難しくなると思われます。TVを見たいときに、まずはGガイドにアクセスする情報接触行動の変化が、ポイントだと思います。

■ Gガイド広告の購入を決めた要因は何ですか？

吉田さん>>Gガイドは、新しく可能性があると感じたので、ファーストエントリーすべきだと判断しました。可能性は、2003年からのデジタル放送開始にともないGガイドを導入したデジタルテレビ・DVDレコーダー・ハードディスクレコーダーの普及拡大を考慮したとき、広告環境の変化に対する先行投資という意味も含めて購入決定に至りました。またクリエイティブ的側面からは、新たな可能性のある媒体に、早い段階でエントリーすることによって当社独自のオリジナリティのある広告を提供できるのではという考えもありました。今後はTVCMとGガイドが密接に連動したクリエイティブも考えていきたいと思っています。

■ Gガイド広告に対する評価や期待を教えてください。

白澤さん>>現段階で感じていることは、画像表現に制約がありますが、これは広告詳細エリアでの説明により補完できると考えています。今後、画像の表現力が上がって動画になった場合には、クリエイティブを含めて期待できるところはさらに大きくなるのではないかなと思います。毎週のように新製品が発売される当社のような広告主には、日単位や週単位で広告素材が変えられることは、とてもメリットがあります。また、テレビCMでは細かく訴求できない内容も補えると思います。具体的には、広告詳細エリアを有効活用した商品キャンペーン展開などに期待しています。

■ Gポータル(携帯電話)との連動について、期待される効果は何ですか？

白澤さん>>商品のキャンペーン展開する場合には、携帯サイトをひとつ用意することで、オンエアとキャンペーンを直結することができます。GポータルのURLを載せることで、消費者とのコンタクトポイントが増加し、消費者により身近な媒体として注目されると思います。広告主としては、多面的なコミュニケーション媒体として有効だと判断しています。

■ Gガイドに今後期待することは何ですか？

吉田さん>>率直に言ってしまうと普及です。一方では、掲出できる広告主の数が限られていることは大きなメリットだと考えています。制限のある広告枠を限られた企業がいい意味で独占できることは購入側(広告主)にとって重要なことです。ただし、Gガイドを利用するのはあくまで一般消費者なので、媒体社と広告主の論理が出過ぎないように心がけ、スムーズに利用できるサービスを今後も提供して欲しいと思います。



日清食品(株) 宣伝部主任 吉田洋一さん、宣伝部 白澤 勉さん

Inside G

■ Gemstarが米TiVo社および、仏Thomson社との契約締結を発表

Gemstarは、6月9日にTiVoとのライセンス契約締結を発表しました。この契約により、TiVoはGemstarのEPG関連特許の使用が可能となり、一方でGemstarはTiVoの契約者にコンテンツの提供を行うこととなります。また、Gemstarは、続く6月13日にも、RCAブランドで知られるThomsonとの複数年のライセンス契約締結を発表しました。この契約によりThomsonのRCAテレビ、デジタル録画機器、その他の家電機器にGemstarの双方向番組ガイド技術が搭載されます。さらに北米で製造している衛星放送受信機にも引き続きGemstarのEPG技術が搭載されます。これら契約の締結により、GemstarとTiVo、Thomsonそれぞれとの間で行われていた訴訟問題も解決されました。