

genius  
今月のGな人

カルピス株式会社 広告部 マネージャー  
保田 大さん

第32回2005年度JAA広告論文賞受賞

## 広告主視点からみた 多メディア時代のメディアプランニング —テレビを補完するメディアの模索をめぐって

メディアの多様化、視聴態度の多様化に伴い、ここ数年、広告のメディアプランニングは大きな転機を迎えています。とりわけ、議論されるのが、テレビCMの真価。「テレビCMはチカラを失った」「いやいや、またその影響力においてテレビCMをしなく広告メディアは存在しない!」...さまざまな論が飛び交うなか、最も効果的なメディアミックスとは何かを再考するムーブメントが、広告主および広告代理店の間で活発になっていることは確かです。今回は、多メディア時代のメディアミックスをテーマにした論文で、見事、2005年度JAA広告論文賞を受賞された、カルピス株式会社 広告部の保田さんに、インタビューしてみました。

-保田さんは、多メディア化の時代の中での「テレビCMのチカラ」というものを、どのようにお考えですか。

ネットをはじめとしたさまざまなメディアがこれからもチカラを付けてくるでしょうが、広告メディアとして、他のメディアがテレビを凌ぐというのは、仮にあるとしてもまだまだ先のことではないでしょうか。ただ言えるのは、このまま多メディア化が進めば、視聴率が伸び悩むという現象は起きるでしょう。人間が生活する時間は、1日24時間で変わらないわけですから、様々なメディアに接触する分、相対的にテレビに接触する時間が減少する可能性は高くなると思います。視聴率が伸び悩んだ際、「その分の広告費をどこに配分すべきか」という大きな問題が我々広告主には発生します。そのひとつの結論として、私たちは「Gガイドへの出稿」という新たな選択肢を選ばせていただきました。

-ありがとうございます。忌憚なく質問させていただきますが、なぜ御社はGガイドへの広告出稿を選択されたのですか? ネット等、他にも広告メディアはあるわけですが。

もちろん、WEBも出稿しています。しかし、基本的にはメディアの環境変化に伴う「テレビ広告の補完はまずはテレビで」という発想ではないでしょうか。実際のTV画面の視聴とは別に番組表の視聴率というのも注目すべきと考えます。DVRへの録画操作の際は必ず番組表を見るのも一例ですが、視聴者に利便性の高いものは今後伸びていくと思いますので、ある意味でGガイドへの出稿はデジタル時代の必然的な流れではないでしょうか。

-御社にとってのGガイドの魅力とは、「テレビに直結したメディア」ということですか?

それだけではありません。Gガイドには、理解型広告メディアとしての可能性を感じたというのも、選択した大きな理由です。私どものメイン商品は、「カルピス」だけではなく、「アミールS」のような健康食品がたくさんあります。ですから、スポットCMなどで商品名を認知して購買に至るのではなく、商品の中身や効能をよく「理解」して購買していただくことが大事なのです。そういった意味でも、Gガイドにおける広告は、興味を持った顧客の方が広告をクリックすることによってより深い理解をしていただいた

うえで購買につなげられる可能性を秘めていますよね。



-そのように理解していただけると、私たちとしては本当にうれしいです。御社では、保田さんだけでなく、多くの方がGガイドに対してそのように理解いただいているのでしょうか。

普及台数の問題は、大きいですね。正直、最初にGガイドへの出稿を社内に提案した時は、つらかったですよ。当初はまだDVRが100万台しか普及していませんでしたから。「Gガイド? 何それ? 見たことも聞いたこともないよ!」...そういう方がまだまだたくさんおりましたから。「DVDレコーダーが普及すれば、録画をする際に必ずGガイドを見る。だから、広告メディアとして大きなチカラをもつ」と説明しても、理解してもらえないままには時間がかりました。それが、こうして今約1,000万台の普及となってきますと、当然、社内の反応も徐々に変わってきています。「Gガイドの広告を見たよ」「あれ、いいね」という人が、ずいぶん増えました。

-この5月からはよいよGガイドモバイルにリモート録画予約機能が追加されましたが、今後の期待はどのようなものでしょうか。

現在、当社でもモバイルサイトを開設し、そこで商品告知等を行っておりますが、そのサイトへの誘導として、Gガイドモバイルへの広告出稿が効果をあげるものと思っております。最近始まった、外出先などからネットワーク通信を利用して携帯から家庭のDVDレコーダーにテレビ番組の録画予約ができる機能は、今後、家電製品を通しての家庭内ネットワーク化への大きな布石になるでしょうね。実は、多メディア時代にテレビと同等の広告ソリューションとして、携帯コンテンツにはかなり期待をしております。ここはいち早く広告枠を押さえて、その使い方を掘り下げていこうと検討しております。

-本日は、広告主様としての視点でGガイドを語っていただき、私たちとしてもたいへん勉強になりました。今後も、ずっとおつき合いいただけるよう、私たちが頑張っていきたいと思っております。

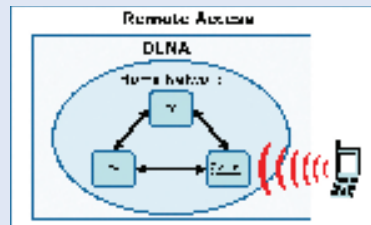
こちらこそ、今後ともよろしくお願ひします。

## 今月のGワード groovy word

### DLNA

DLNA (Digital Living Network Alliance) は、現在はメーカーごとに仕様が違うため相互ネットワークを簡単に築きにくい、画像や音楽・動画などに関わる家電・PC・モバイル機器を、加盟各社で共通のガイドラインを策定することで、異なるメーカーの機器でもホームネットワークを簡単に構築できるような標準化活動を推進している業界団体である。

DLNAが策定しているガイドラインでは、DMS (Digital Media Server) というデータ供給のためのサーバーと、DMP (Digital Media Player) というデータを受け取るクライアントという2つのモデルが定義されている。今まではA社のPCに保存した動画をB社のテレビで再生して見るのは、それぞれの機器メーカーが採用しているデータ保存のための技術や、出力・入力端子等の形態が異なるため、複雑かつ困難な作業だったが、DLNAが策定したガイドラインに則った製品であれば、A社のPCに保存した動画をB社のテレビで再生し、別の部屋ではC社の機器でA社のPCに保存した音楽を再生して聴くようなことも可能になる。DLNAでは屋外などのネットワークからの予約等が規格化されていないため、このような「いつでもどこでも」というホームネットワークの発想を屋外に拡大したものが5月から提供が開始される「Gガイドリモートアクセス」である。録画したい番組を対応Gガイドモバイル端末から選ぶだけで、自宅にある対応受信機に録画予約することが可能となっている。



# Data Watching

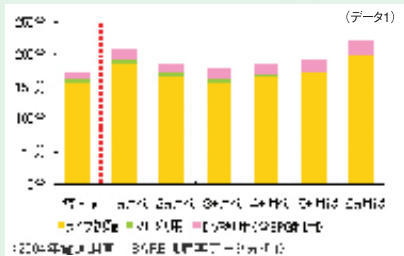


「DVRによるCM認知への影響」を徹底検証

前二回でDVR導入によるテレビ視聴の変化が広告ビジネスにどのように影響を与えるかを検証してきました。最終回の今回は、英国の事例を踏まえDVR所有世帯のライブ視聴と再生視聴を検証します。

## ●英国DVR所有世帯のテレビ接触比率

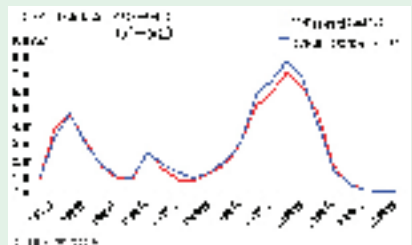
DVR導入によってテレビ視聴傾向がどのように変化するかを見るために、英国でDVRを導入した世帯について、DVR導入直前月、および導入後6ヶ月間のテレビ視聴データを時系列で比較分析した。その結果、DVR所有世帯のテレビ総視聴時間はDVR導入前に比べて増える傾向が確認できた。また、テレビ総視聴時間の大部分をライブ視聴が占めており、DVR導入後6ヶ月間に一貫してDVR導入直前の水準を下回ることはいない。導入後の6か月を通しての平均ライブ視聴時間は導入前月の



12%増にあたる。(注)ここで言う「DVR」は、英国の衛星放送BskyBが提供する「Sky+」を指す。(データ1)

## ●国内DVR所有者のライブ視聴状況

これまで英国の事例を紹介したが、日本ではどうだろうか。DVRの影響力を理解するためには同一世帯のテレビ視聴がDVR導入によってどのように変化するかを確認するのが望ましい。しかし国内調査にあたっては電通の独自調査パネル世帯を「DVR所有」、「DVR非所有」の条件で分類してテレビ視聴状況(民放のみ)を比較した。その結果、一日を通してDVR所有世帯のライブ視聴は非保有世帯とほぼ同レベルで推移するものの、プライムタイムにおいて若干の落ち込みが確認できた。しかしこの差は世間で広く言われているような4割、5割というレベルではなく、DVR非所有世帯の全日平均(6時-24時)ライブ視聴時間を100%とした場合、平日は93.4%、土日は94.8%であった。注意を要するのは、異なる集団を比較する調査方法ではこの差異の原因を特定できない点である。いずれにせよ、現在のDVR世帯普及率が15%程度であることを考慮すれば、この差異が現行テレビ広告ビジネスに与える影響はごく軽微と考えて差し支えないだろう。(データ2)



# いちばん思い出に残っている テレビ番組

Vol.3

「男たちの旅路」

私にとってテレビとは、仕事では身近だけれども実際なかなか観る機会がない、近くて遠い存在です。普段は昨年7月に購入したパナソニックのDVD・HDDレコーダー「ディーガ」に見逃したドキュメンタリーやドラマ・映画をいくつか入れてあります。最近では子供がアニメをたくさん入れているようですが、そんな私の好きな番組は、かなり古いのですが、NHKドラマの「男たちの旅路」です。鶴田浩二の演技がシブく、社会派ドラマとして見ごたえがありました。その他、自分がかつて企画推進部時代に立ち上げに関わった「世界ウルルン滞在記」にも思い出がありますね。テレビが役に立つことと言えば、個人的には食べ歩きが好きなので、おいしいお店を紹介されると行ってみたいですが、仕事の上では、多くの方たちとの出会いを演出してくれた大切なパートナーですね。



電通テレビ局 企画推進部 部長 林 朋夫



# 夢十夜

【第三夜】

夏目 漱石

こんな夢を見た。

六つになる子供を負ってる。慥に自分の子である。只不思議な事には何時の間にか眼が潰れて、青坊主になっている。自分が御前の眼は何時潰れたのかいと聞くと、なに昔からさと答えた。声は子供の声に相違ないが、言葉はまるで夫人である。しかも対等だ。

左右は青田である。路は細い。鶯の影が時々間に差す。

「田圃へ掛ったね」と脊中で云った。

「どうして解る」と顔を後ろへ振り向ける様にして聞いたら、

「だって鶯が鳴くじゃないか」と答えた。すると鶯が果して二声程鳴いた。

自分は我子ながら少し怖くなった。こんなものを脊負ってはいは、この先どうなるか分らない。

どこか打遣やる所はなからうかと向うを見ると闇の中にも大きな森が見えた。

あすこならばと見え出す途端に、脊中で、「ふふん」と云う声が出た。

「何を笑うんだ」子供は返事をしなかった。

只「御父さん、重いかい」と聞いた。「重かあない」と答えると「今に重くなるよ」と云った。

自分は黙って森を目標にあるいて行った。田の中の路が不規則にうねって中々思う様に出来ない。しばらくすると二股になった。自分は股の根に立って、一寸休んだ。

「石が立ってる筈だがな」と小僧が云った。

成程八寸角の石が腰程の高さに立っている。表には左り目ケ窪、右堀田原とある。

闇だのに赤い字が明かに見えた。赤い字は井守の腹の様な色であった。

「左が好いだらう」と小僧が命令した。左を見ると最先の森が闇の影を、高い空から自分等の頭の上へ投げかけていた。自分は一寸躊躇した。

「遠慮しないでいい」と小僧が又云った。自分は仕方なしに森の方へ歩き出した。

腹の中では、よく盲目の癖に何でも知ってるなと考えるながら一筋道を森へ近づいてくると、脊中で、「どうも盲目は不自由で不可いね」と云った。「だから負ってやるから可いじゃないか」「負って貰って済まないが、どうも人に馬鹿にされて不可い。親にまで馬鹿にされるから不可い」何だか厭になった。早く森へ行って捨ててしまおうと思って急いだ。

「もう少し行くと解る。——丁度こんな晩だったな」と脊中で独言の様に云っている。

「何が」と際どい声を出して聞いた。「何がって、知ってるじゃないか」と子供は嘲ける様に答えた。すると何だか知ってる様な気がし出した。けれども判然とは分らない。只こんな晩であった様に思える。そうしてもう少し行けば分る様に思える。分っては大変だから、分らないうちに早く捨ててしまっ、安心しなくてはならない様に思える。自分は益々足を早めた。

雨は最先から降っている。路はだんだん暗くなる。殆んど夢中である。只脊中に小さい小僧が食付いていて、その小僧が自分の過去、現在、未来を悉く照して、寸分の事実も洩らさない鏡の様に光っている。しかもそれが自分の子である。そうして盲目である。自分は堪らなくなった。

「此処だ、此処だ。丁度その杉の根の処だ」

雨の中で小僧の声は判然聞えた。自分は覚えず留った。何時しか森の中へ這入っていた。

一間ばかり先にある黒いものは慥に小僧の云う通り杉の木と見えた。

「御父さん、その杉の根の処だったね」

「うん、そうだと」思わず答えてしまった。

「文化五年辰年だらう」

成程文化五年辰年らしく思われた。

「御前がおれを殺したのは今から丁度百年前だね」

自分はこの言葉聞くや否や、今から百年前文化五年の辰年のこんな闇の晩に、この杉の根で、一人の盲目を殺したと云う自覚が、忽然として頭の中に起った。おれは人殺であったんだと始めて気が附いた途端に、脊中の子が急に石地藏の様に重くなった。

※次号「第四夜」

## 営業企画ユニット 高橋 和孝



こんにちは。最近食生活のリズムが悪いためか、髪の毛について真剣に悩むIPGのセールスマンです。突然ですが、「Gガイドとの出逢い」これは運命でした！普段からよく見たい番組を見られなかったり後悔している僕にとって「見たい番組を見逃さずに見られるサービス」を自分の就職先で知ることができたからです。僕は「スゴ録」を持っているのですが、キーワード検索機能、これが素晴らしいです！「髪」と語句を登録して検索すると、普段見ない番組が出てきますし、知らなかった番組もこの機能で知ることができるのです。これらの番組を見て「髪の手入れ」について勉強しています。