

トライアル実施報告

広告主の視点から

花王株式会社

作成センター 多治見 豊

1.字幕CMを導入する理由

- ・背景
- ・インターネット調査結果
- ・放送に対する反響

2.トライアルを継続する意義

3.今後の検討事項

1.字幕CMを導入する理由

- ・背景
- ・インターネット調査結果
- ・放送に対する反響

2.トライアルを継続する意義

3.今後の検討事項

字幕なし



字幕有り



1. 字幕CMを導入する理由-背景

聴覚・平衡機能障害者数 → **453,152人**
(障害者手帳交付数) 2011年 厚生労働省

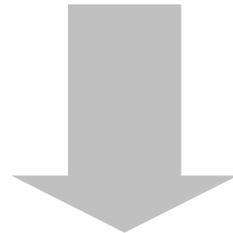
難聴者人口 → **19,440,000人**
2003年 日本補聴器工業会

6人にひとりが、聴力に何らかの不自由さを抱えている。

1. 字幕CMを導入する理由-背景

障害のある方だけでなく

- ・日本語を第二外国語とする人。
- ・深夜、病院、電車の中など、音を出せない環境。
- ・バー・レストラン・飛行場・ジムなどの騒がしい環境。
- ・Webをはじめ、スマートフォンなどで動画を楽しむ。



**無視できない
広告コミュニケーションのロス**

1. 字幕CMを導入する理由-背景

**年齢や性別、障がいの有無で
お客様を区別しない。**

事業の活性化

日用品メーカーとして
全ての消費者に目を向ける

+

社会的な責任

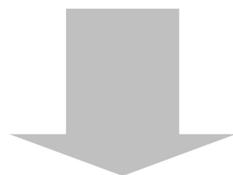
国内トップクラスのCM出稿量

1. 字幕CMを導入する理由-背景

広告効果の最大化

顧客の拡大

企業価値の向上



事業の活性化

調査結果

調査期間： 2012年3月7日(水) ~ 3月19日(月)

企画・分析： 株式会社博報堂 ユニバーサルデザイン

調査実施・分析協力： 株式会社東京サーベイ・リサーチ

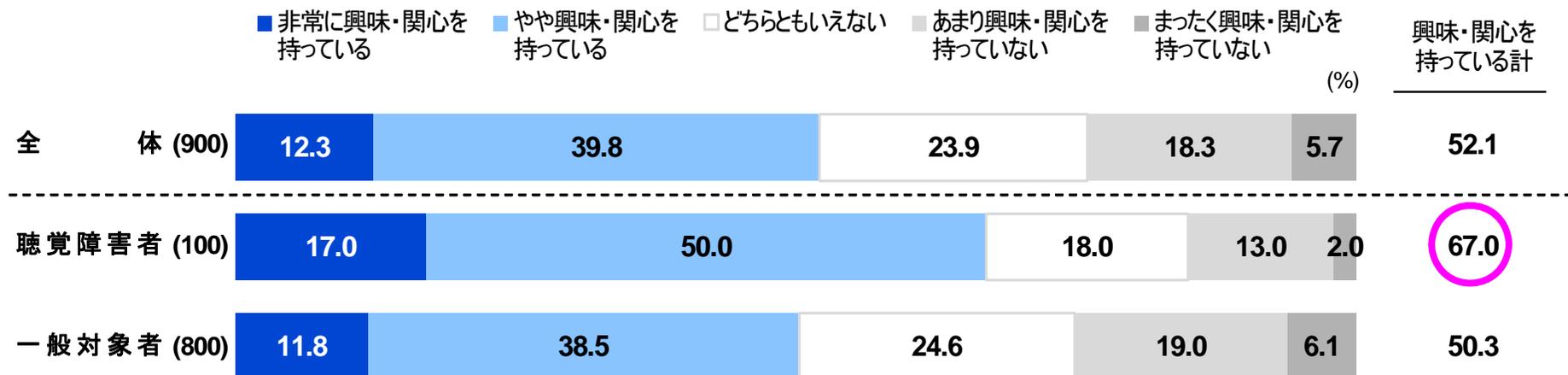
15歳～79歳男女、

健聴者 800 聴覚障がい者 100 計900

1. 字幕CMを導入する理由-調査

Q:テレビCMに関心があるか？

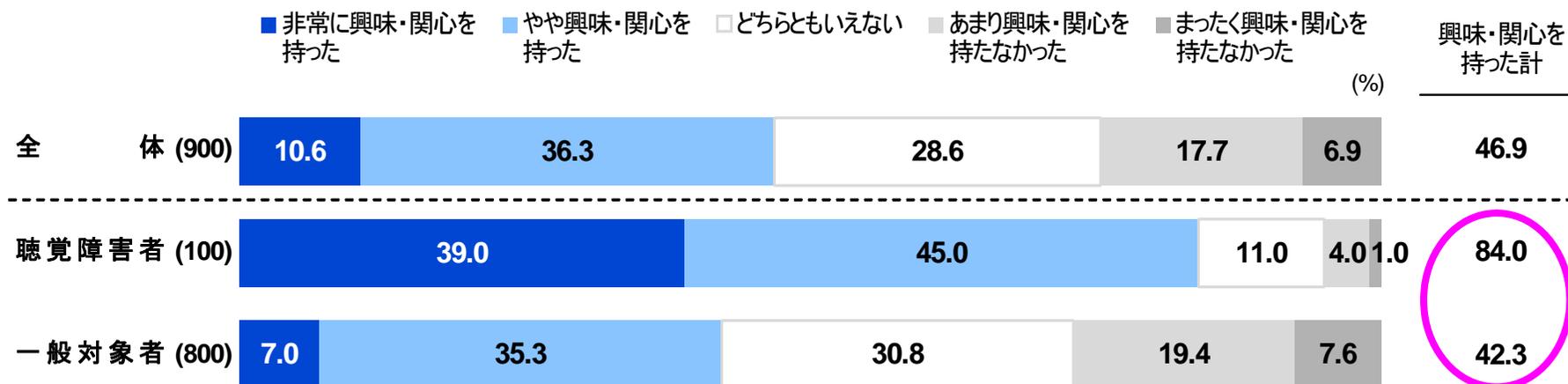
聴覚障がい者の約7割が「関心がある」と回答した。



1. 字幕CMを導入する理由-調査

Q:字幕付きCMを見て、商品に関心・興味を持ったか？

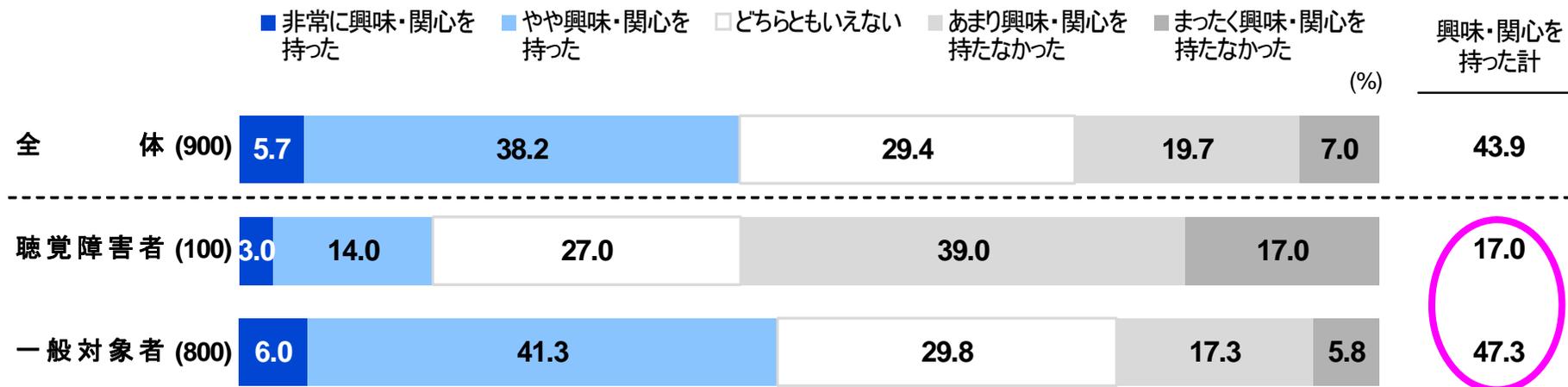
**聴覚障がい者の84%が興味・関心を持った。
健聴者の約2倍。**



1. 字幕CMを導入する理由-調査

Q:字幕のないCMを見て、商品に興味・関心を持ったか？

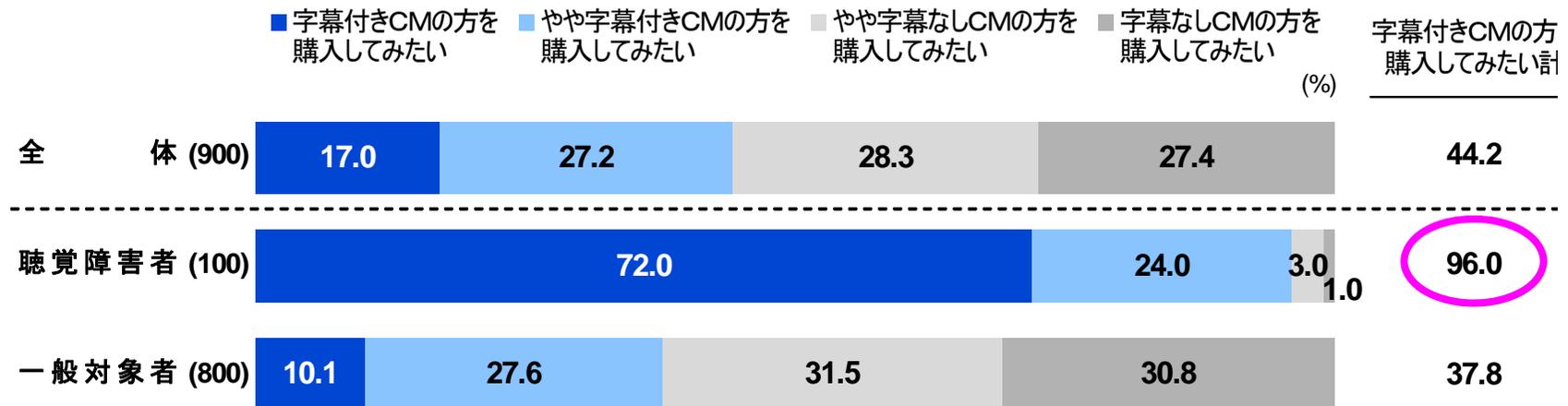
聴覚障がい者で興味・関心をもったのは17%。
健聴者の半分以下。



1. 字幕CMを導入する理由-調査

Q: 字幕付きCMと、字幕無しCMのどちらが商品を買くなるか？

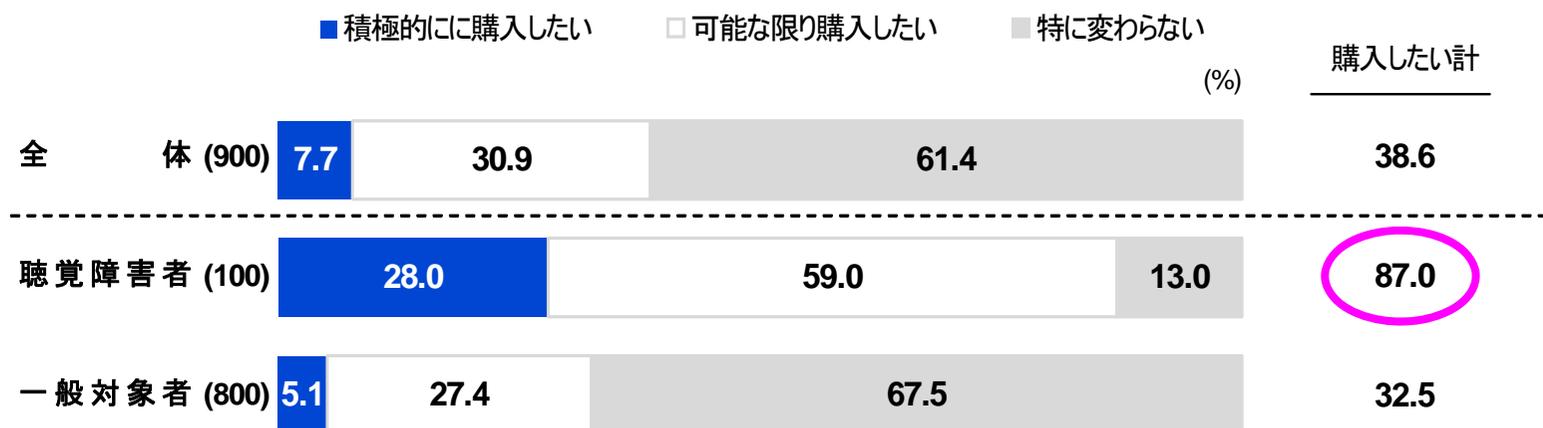
『字幕付きの方が買いたくなる』⇒聴覚障がい者の96%



1. 字幕CMを導入する理由-調査

Q: 字幕CMを導入した企業の製品を、購入したいと思うか？

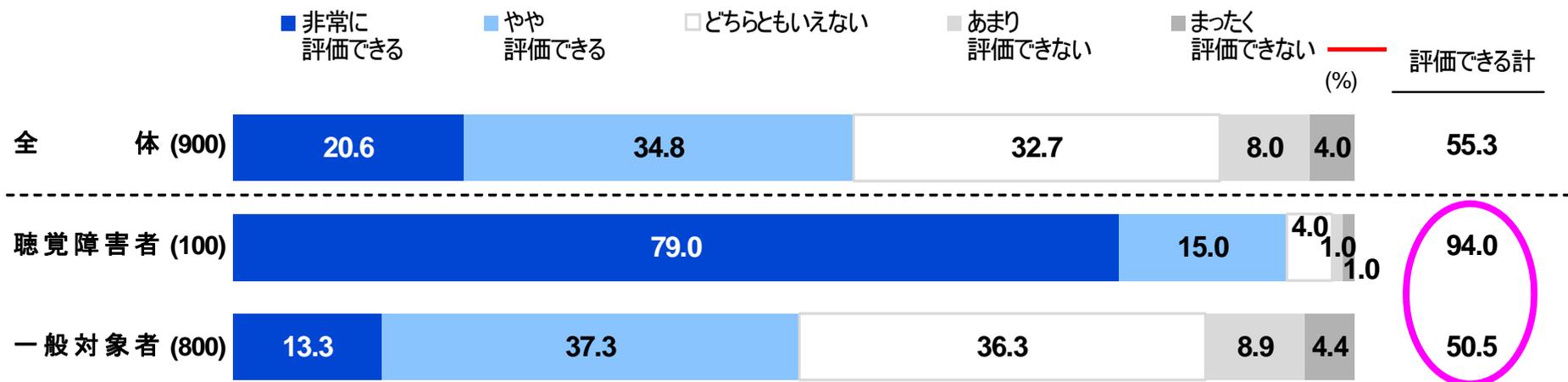
『購入したい』⇒聴覚障がい者の87%



1. 字幕CMを導入する理由-調査

Q:字幕CMを導入した企業を評価するか？

『評価する』⇒聴覚障がい者:94%・健聴者:50%



CMの送り手と受け手 双方にメリットがある

情報格差の是正
お客様の生活を
より豊かなものに



社会的責任

放送の反響

メール・FAXでのメッセージ

インタビュー

アンケート調査

から一部抜粋

1. 字幕CMを導入する理由-反響

■メール・FAX（2013年11月現在、約200件）

- あきらめていた事ができるのならば、生きていて良かったです。
(中途失聴者)
- 多くの聴覚に障がいのある子供たちが驚いています。(健聴者)
- 子どもが知りたかったCM、内容がわかってとても嬉しそうでした。
(健聴者)
- CMは全く分かりませんでしたでしたが、あー、こう言っていたんだ。
本当に感激しました。
(中途失聴者)
- 突然コマーシャルに字幕が現れ、驚きと感動！(中途失聴者)
- 嬉しかった！！完璧にあきらめてましたのでCMは飛ばしてました。
(中途失聴者)
- 字幕付きのCMをみて、わかることができて感動しました。(ろう者)

1. 字幕CMを導入する理由-反響

- 字幕があることでより商品に対してだけでなく、企業に対しても関心をもつようになると思います。(難聴者)
- 知らなかった製品の良さが解り、使ってみようかと購入を考えてます。(ろう者)
- 商品の名前や詳細が記憶に残り、効果抜群だと思えます! (健聴者)
- 買い物をする時に、CMでやっていたやつだ、と自然と手に取ってしまう。(ろう者)
- 聴覚障害のあるご婦人から伺った話ですが、CMを字幕で見て、こんなのが欲しかったんだ!とすぐに購入されたそうです。(中途失聴者)
- 花王さんの製品を買いたいと思います。(健聴者)

1. 字幕CMを導入する理由-反響

- 面白いCMの内容を知っていると、健聴者と話が弾みます。(ろう者)
- 聞こえない私にとっても、
息子が好きなCMのセリフや音楽が把握できるのはとても嬉しいです。
(ろう者)
- CM字幕は、家族や友人・知人との
コミュニケーション活性化につながる役割がある。(ろう者)
- 子供たちともCMの内容を話題にしておしゃべりできたのが、
とてもうれしかった。(ろう者)
- 家族に聴覚障がい者がいます。
テレビを見るとき一人蚊帳の外にならないために永続して。(健聴者)
- 母と日曜のドラマをCMごと楽しみました。
今なんて言った？と聞かれずに。(健聴者)

1. 字幕CMを導入する理由-反響

■インタビュー・座談会でいただいた意見

CMは聞こえる人のもの。

自分たちも消費者のはず。

おいてきぼりな感じ。

情報は平等に届けてほしい。

花王だけでは意味がない。

1. 字幕CMを導入する理由-反響

字幕＝音

見れば分かる、は通用しない。

1.字幕CMを導入する理由

- ・背景
- ・インターネット調査結果
- ・放送に対する反響

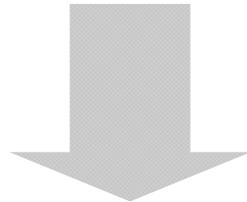
2.トライアルを継続する意義

3.今後の検討事項

2.トライアルを継続する意義

情報は平等に届けてほしい。
花王だけでは意味がない。

一部が導入しても、役に立たない。



多くの企業が字幕CMを導入できるように。

2.トライアルを継続する意義

番組の字幕は、2017年を目標に整備が進む。

CMは？

2.トライアルを継続する意義

今の状況は、

広告主

- ・花王は、全て字幕付きで放送したいが出来ずにいる。
- ・放送したくても出来ない企業がある。

視聴者

- ・見る機会がほとんど無い。無いのと同じ。
- ・限られた企業の情報だけでは意味が無い。

2.トライアルを継続する意義

トライアルを積み重ねるしかない。

広告主が出稿しなければ、実施できない。

**花王は積極的に出稿して、
トライアルを前進させたい。**

**CMだからこそ、
広告主・広告会社・放送局が
協力するべき。**

1.字幕CMを導入する理由

- ・背景
- ・インターネット調査結果
- ・放送に対する反響

2.トライアルを継続する意義

3.今後の検討事項

3. 今後の検討事項

1. トライアルを前進させる。

複数提供社での実施に向けて

2. スケジュールとロードマップの明示

3. 費用負担の透明性

4. 制作体制の推進

**CMだからこそ、
広告主・広告会社・放送局が
協力するべき。**

終