



報道関係者各位

2011 年 5 月 10 日

Rovi 株式会社

Rovi、「Smart TV Field Trial」広告プログラムを発表

Carnival 社などの革新的なブランドが参加するスマート TV 広告トライアルへの参加を広告主に広く呼びかけ

Rovi Corporation (本社: 米国カリフォルニア州サンタクララ)は本日、テレビやインターネット接続デバイス上で新たに生まれつつある広告機会を模索する取り組みとして、「Rovi Smart TV Field Trial」を発表しました。Rovi Smart TV Field Trial プログラムは、企業がテレビやブルーレイなどの様々なプラットフォーム上で、キャンペーンを試験的に実施できるようにするものです。このプログラムに参加することで、企業はキャンペーンの有効性を測る基準を使用して、お茶の間における消費者行動を知ることができるようになります。さらに試験の実施中には、アドインプレッションが Rovi Advertising Network を通して数千万回におよぶ可能性もあると当社は推測しています。北米では、Carnival 社 (www.carnival.com)、Brightline 社 (<http://www.brightlineitv.com/>) および同社の顧客が試験への参加を表明しています。当社は英国およびカナダでも、今年下半期にフィールド トライアルを実施する予定です。

インターネットへ接続して楽しむエンターテインメント市場は今日、急激な成長を遂げつつあります。2011 年には数百万台のネット接続 TV の出荷が見込まれる中、In-Stat 社 (www.in-stat.com) は、世界中で使用されるウェブ対応の据え置き型の家電製品は 2015 年までに 10 億台に達し、スマート TV やブルーレイプレーヤーがウェブ対応家電の世界 出荷台数の半数以上を占めるようになると予測しています。他にも様々な発展がある中、インターネット接続エンターテインメント環境におけるこうした移行は、テレビ広告において、新たな選択肢や評価基準、ターゲティング機能の登場につながります。Rovi Smart TV Field Trial では、Rovi が運用する広告をサムソン製スマート TV や他の接続デバイス上で展開することにより、参加ブランドの広告オーディエンスを拡大します。

Rovi の広告担当シニアバイスプレジデントのジェフ・シーゲルは次のように述べています。「テレビ広告は現在、急速に変化しています。ますます細分化するエンターテインメントの視聴者にリーチするため、企業は消費者にアピールする最先端の新しい手法を利用することが重要になっています。当社が Smart TV Field Trial を立ち上げたのは、ネット接続型 TV プラットフォームであれ、その他のデバイスであれ、お茶の間の消費者を引きつけ、ターゲットとし、キャンペーンの有効性を確認しつつ、ブランドに価値を高める事ができる新しい手法を提供するためです。当社が次世代広告の発展を主導する中、クリエイティブで先進的な考えを持つ企業が、Carnival 社や Brightline 社につづき、Rovi のプログラムに是非参加していただければと思います。」

Smart TV Field Trial プログラムは、世界に広大なスマート TV 広告基盤を持つ Rovi Advertising Network 内でのキャンペーンの制作／配信／評価測定に基づいて実施されます。Rovi Advertising

Network は、テレビの「ホームページ」である Rovi ガイド上で広告を提供します。Rovi ガイドでは、消費者はテレビだけでなく、セットトップ ボックス、テレビ、ブルーレイプレーヤーなど様々なインタラクティブプラットフォーム上でコンテンツを探することができます。Rovi Advertising Network は米国の主要市場で、3 千万世帯以上に使用されています。Rovi ガイドで提供されるこのコンテンツ検索のユーザー体験は、Allrovi.com や SideReel.com を通して、オンラインでも拡張されています。

MPG 社のチーフコマーシャルオフィサー、サーシャ・サヴィック氏は次のように述べています。「テレビがホームシアターや動画配信、ゲーム機能など様々な機能を持つようになる中、その定義は明らかに進化しています。こうした進化により、スマート TV はよりインタラクティブで目的を絞った定量化可能なメディアをクライアントに提供できるようになりました。当社が新たな広告機会を模索する中、Rovi Smart TV Field Trial によって、この急速に発展する市場をスケーラブルに探り、その潜在性を将来どのように活かしたらよいかを把握できるようになります。当社の顧客である Carnival 社が、フィールドトライアルのオリジナルメンバーとして参加することを嬉しく思います。」

Rovi ガイドでは、消費者が新たな番組を積極的に探し、「決断モード」にある間に、消費者の行先を通して、視聴者にアピールし、視聴者を引きつけるユニークなプラットフォームやポータルを広告主に提供します。社内調査において、Rovi ガイドはテレビで高いトラフィックを占めることが示されています。調査対象世帯の 87% が毎週 Rovi ガイドにアクセスしており、1 日の平均訪問回数は 9 回、ガイドに費やす時間は 1 日に 13 分となっています。

Brightline 社のエクスペリエンス&デザイン担当シニアバイスプレジデント、ジョアンナ・ホール氏は次のように述べています。

「このトライアルにより、当社のクライアントはそれぞれのターゲットオーディエンスにおいて、急速に進化する消費者行動を十分に把握する新たな機会を獲得 できます。当社のクライアントはオーディエンスを引きつける先進テレビの限界を広げ続けていますが、Rovi のチームは常にニーズを実現する準備ができて いる素晴らしい提携先です。」

Rovi は Smart TV Field Trial において、広告主と協業して、キャンペーンの全体的な成功度を評価します。さらに個々の評価基準を考察して、使用状況／獲得／認識の保持／広告 想起／購入意思ならびにその他の基準によるオーディエンスへのアピール度を判定します。この調査は、参加ブランドが以下の項目を把握できるよう設計されています。

- ・広告主のカテゴリーやブランドと最も関連性の高い接続オーディエンス区分
- ・拡張ユーザーエクスペリエンス(標準バナー以外のオンライン広告)が広告主のブランドにもたらす価値
- ・ブランド情報を閲覧するためにさらに時間を費やすことに対する消費者の評価
- ・コンシューマー エクスペリエンスを最大化するために含めるべき最適なコンテンツ
- ・消費者が広告主に求めるエクスペリエンスの種類
- ・消費者にぴったりと合う価値のある機会
- ・最も高い効果を得ることができる創造的なキャンペーンの実施方法

Rovi Corporation について

Rovi は、デジタル エンターテインメント環境において、ユーザーが直感的にテレビ、映画、音楽、写真などのエンターテインメントを検索/アクセス/楽しむことができるユニークかつシンプルなソリューション

を、家電、ケーブルテレビ/衛星放送、オンライン配信サービスプロバイダなどの市場に提供します。
Roviに関するその他 の詳細は Web サイト <http://www.rovicorp.com/jp/> を、ご覧ください。

#

本件に関するお問い合わせ先

Rovi 株式会社

マーケティング 富田 華奈子

Email: Kanako.Tomita@rovicorp.com

TEL: 03-4577-1500 FAX: 03-3212-0680