



PRESS RELEASE

Date: 2014.6.5

Contact: CNN PR 荒川 有希

Twitter: @cnnprjp

Tel: 03 6381 0835

Email: yuki.arakawa@turner.com

CNN インターナショナル、ワールドカップ報道のグローバル・パートナーを発表

ヒュンダイモーター、ウブロ、ニコンおよびブラジル観光公社(Embratur)とスポンサー契約を締結



世界の最新ニュースと情報を 24 時間お届けしている CNN は、世界で活躍するグローバル・ブランド 4 社(ヒュンダイモーター、ウブロ、ニコン)およびブラジル観光公社(Embratur)を、2014 FIFA ワールドカップ ブラジル大会報道のスポンサーとして迎えることを発表しました。

FIFA ワールドカップのオフィシャルパートナーを務めるヒュンダイモーターとウブロは、CNN のワールドカップ報道のスポンサーも務めることで、今年最大のスポーツイベントである本大会との連携を更に深めます。また、ニコン と Embratur は、CNN の特別番組を通して、それぞれのブランドの認知向上を図ります。CNN の中でも特に人気の高い番組内だけでなく、最先端を行くマルチ・プラットフォームを通して、ワールドカップ関連報道を視聴者に届けます。

● ヒュンダイモーターが「CNN Fan Zone」およびワールドカップ報道のスポンサーに就任

2014 FIFA ワールドカップ ブラジル大会のオフィシャルパートナーを務めるヒュンダイモーターは、CNN インターナショナルのスポンサーシップを通じ、世界中の視聴者が注目する大会の模様を視聴者に届けます。

CNN のスポーツ番組「ワールド・スポーツ」の中で、期間中毎週お届けする「CNN Fan Zone」では、各国の代表チームを応援する世界中のファンの興奮と熱気を伝えます。さらに、「ワールド・スポーツ」および「CNN ニュース・ルーム」番組内のワールドカップ関連最新情報のスポンサーを務め、その日の大会のハイライトやチームの戦況、また、スタープレイヤーの活躍をお届けします。

また、ヒュンダイモーターのスポット広告も、CNN インターナショナルで放送され、ブラジルへと向かうヒュンダイ車の車内で 4 カ国のファンがそれぞれのストーリーを語るというエピソード風の特別仕様となっています。この広告やその他のコマーシャルコンテンツの制作は、CNN の広告制作を担当しているターナー・コマーシャル・プロダクションズが担当します。

● 「CNN Facebook Pulse」におけるウブロのプロダクト・プレースメント

高級時計ブランドであるウブロ(Hublot)は、2014 FIFA World Cup ブラジル大会のオフィシャル・タイムキーパーを務めており、さらに CNN インターナショナルのデジタル展開もサポートします。

「CNN Facebook Pulse」は、Mass Relevance 社によって作成された CNN.com 上のデジタル・ダッシュボードであり、ワールドカップを巡る世界中のディベートを、フェイスブックやインスタグラム等の SNS を通じて、リアルタイムで反映するウェブページです。サッカーファンは、トレンドのトピック、選手やチームを追跡することでディベートに参加でき、選手の人気状況、また、世界各地における反応の違いなどを見ることができます。またファン自身のフェイスブックをアップデートすることで、このやりとりに加わることもできます。

「CNN Facebook Pulse」: <http://edition.cnn.com/SPORT/world-cup-2014/cnn-facebook-pulse/>

そして、ウブロのブランドがマークされたオンライン上の時計が、次のゲームまでの時間をカウントダウンし、ウブロのアド・キャンペーンの放送や、オンライン・バナーを展開します。

● **ニコンの Human to Hero およびワールドカップ直前特番「Ready to Play」のスポンサーシップ**

ニコンは、以前よりスポンサーを務める「Human to Hero」に加え、CNN インターナショナルのワールドカップ直前特別番組「Ready to Play」でも CM を放映します。この特別番組では、注目プレーヤーの情報、スタジアムなどサッカー施設情報、またブラジルのファンの情熱や表情をお届けします。

30 分の番組「Ready to Play (ワールドサッカー直前 SP)」は、CNNj で以下の時間帯に放送されます:

6/7 (土) 午前 00:30、午前 7:30、午後 10:00 6/8(日) 午前 11:00 ほか

「ワールド・スポーツ」番組内で放送される「Human to Hero」は、世界で活躍するスポーツ選手の努力や情熱を追うコーナーで、ワールドカップ開催前の 8 週に渡り、伝説的サッカー選手の特集を放送しました。また大会開始に合わせて「Human to Hero」の特別企画「Sport Photography Masterclass」も開始し、プロのスポーツ写真家たちが、ワールドカップ史上の歴史的な名場面を、いかにしてカメラに収めたかを語ります。

● **ブラジル観光公社(EMBRATUR)の「Ready to Play」および「Social Spot Kick」スポンサーシップ**

ブラジル観光公社(EMBRATUR)は、2014FIFA ワールドカップブラジル大会開催期間中、CNN インターナショナルとタイアップを行い、ブラジルへの観光振興を目的とする広告キャンペーンをおこないます。このキャンペーンは、ワールドカップ直前特別番組「Ready to Play」を通して、欧州、中東、アフリカ、アジア地域および CNN en Español へ向けて展開されます。

Embratur は、「ワールド・スポーツ」番組内の「Social Spot Kick」というコーナーのスポンサーも務めます。同コーナーでは、サッカーのスター選手たちが、矢継ぎ早になされる質問に答え、国を代表してプレーすることの意味について聞きます。また、「Ready to Play」と「Social Spot Kick」のデジタル展開のスポンサーも行います。

Embratur は、そのグローバルかつ質の高い世界中の視聴者にメッセージを確実に届ける、CNN の有するクオリティの高いコンテンツに賛同し CNN インターナショナルをパートナーに選びました。

以上

CNN インターナショナルについて

CNN は世界のニュースをリードする、24 時間ニュースと情報の専門ネットワークで、最も信頼されているニュースソースのひとつです。CNN のニュースサービスは、5 つの言語で、テレビ、インターネット、モバイルサービスを通じて、世界 3.8 億世帯に向けて配信されています。CNN インターナショナルはその国際部門で、ヨーロッパ、中東、アフリカ、アジア太平洋、ラテン・アメリカの全地域において、国際ニュースサービスとして No.1 の地位を獲得しています。CNN は、世界 42 の支局を持ち、世界 1,100 を超える放送局と提携を結んでいます。CNN インターナショナルは、ターナー・ブロードキャスティング・システムの一部門で、タイム・ワーナー・グループに属します。日本におけるチャンネル名である CNNj は、CNN の長年に渡るパートナーである株式会社日本ケーブルテレビジョン(JCTV)により、全国 650 万以上の世帯、ホテルなどに配信されています。

最新情報はこちらから: @cnnprjp