

大手広告主からなるJAAが今年春から「テレビとネットの共通指標」を導入など激変 「2020年テレビの行く先」3月26日(月)開催 広告の新指標、TBS・日経・テレ東・WOWOWによるParaviは何を目指すのか？

株式会社角川アスキー総合研究所(本社:東京都文京区、代表取締役社長:芳原 世幸、以下角川アスキー総研)は、テレビなどメディア・広告・ウェブ関係者向けセミナーとして本年3月26日に「2020年テレビの行く先 ~デジタルとの共通指標と動画サービス新動向~」を、東京・飯田橋にて開催します。

日本アドバタイザーズ協会(JAA)は、今年春から「テレビとネットの共通指標」を導入し、メーカーと流通企業が商談する際の参考とするために利用していく方針です。また、雑誌の部数の公査機関である日本ABC協会は、個々の雑誌のデジタル展開を加えた「ブランド指標」の研究を進めています。

一方、外資系、テレビ局、通信キャリアなどネット動画配信のプレイヤーたちが交錯する中、4月1日からTBS、日経新聞、テレビ東京、WOWOWが配信サービス「Paravi(パラビ)」をスタート。2020年を視野に入れながら、この2つのフィールドのキーマンに集まっただき、テレビと広告とネットのこれからを見通すためのセミナーとなります。

構成とパネリスト

■Part.1 デジタルとの共通指標はなぜ必要か

小出 誠 氏(資生堂ジャパン株式会社 メディア統括部長)

宮本 淳 氏(ニールセン デジタル株式会社 代表取締役社長)

長崎亘宏 氏(株式会社 講談社 ライツメディアビジネス局次長 兼 メディアビジネス部長)

モデレーター: 境 治 氏(コピーライター/メディアコンサルタント)

■Part.2 テレビ局の動画サービスはどこへ向かうか

高澤宏昌 氏(株式会社プレミアム・プラットフォーム・ジャパン 編成制作局コンテンツ調達責任者)

野村和生 氏(フジテレビ 総合事業局 コンテンツ事業センター コンテンツデザイン部 部長職)

於保浩之 氏(HJホールディングス株式会社 代表取締役社長)

モデレーター: 境 治 氏、遠藤 諭(株式会社角川アスキー総合研究所 取締役 主席研究員)



2020年テレビの行く先～デジタルとの共通指標と動画サービス新動向～

【開催概要】

主催： 株式会社角川アスキー総合研究所

日時： 2018年3月26日(月)18:00～21:00

会場： 角川第三本社ビル
(東京都千代田区富士見1-8-19)

参加費：13,500円(税込)

申込み：要事前申込み(Webにて受付)



【タイムテーブル】

■Part 1. デジタルとの共通指標はなぜ必要か (18:00～19:00)

日本アドバタイザーズ協会(JAA)では、今年春から「テレビとネットの共通指標」を導入し、メーカーと流通企業が商談する際の参考するために利用していく方針です。一方、雑誌の部数の公査機関である日本ABC協会では、個々の雑誌のデジタル展開を加えた「ブランド指標」の研究を進めています。それぞれの指標づくりに関わるキーマンをお招きし、こうした新指標が議論される背景や進捗などをうかがうセッションです。さらに新指標によって広告コミュニケーションはどう変わるのか、一緒に考えます。

■Part 2. テレビ局の動画サービスはどこへ向かうか (19:10～20:40)

2015年にNetflixが登場して活気づいたVODサービスは、Amazonが日本のタレントを起用した番組を大々的に宣伝するようになり本格的に普及してきました。一方、TBSと日経グループが今年4月にParavi(パラビ)をスタートさせるなど、テレビ局もますます本腰を入れる気配。外資 vs 国内メディアの様相がはっきりしてきました。このセッションでは、テレビ局が運営するVODサービスから3社に来ていただき、現状を把握し今後を展望します。

【申し込みURL】 <https://lab-kadokawa46.peatix.com/>

報道関係のお問い合わせ

株式会社角川アスキー総合研究所 担当:渡部 mail: seminar@lab-kadokawa.com TEL:03-5840-7800