

2005年3月7日

博報堂DYメディアパートナーズ、

米国iTVX社と「プロダクト・プレイスメント効果測定」に関して業務提携

博報堂DYメディアパートナーズは、最近、日本でも脚光を浴びつつあるテレビ番組での「プロダクト・プレイスメント」の効果測定サービスを日本の広告主に提供するために、米国のiTVX社（本社：ニューヨーク州）と業務提携契約を締結しました。

プロダクト・プレイスメントとは、映画やテレビ番組で、広告主の商品や看板などを、映画・テレビ番組内に意図的に露出させる広告コミュニケーション手法で、米国では70年代後半から映画・テレビ番組を中心に実施され始め、企業にとって重要な広告活動として、幅広く普及しています。また最近では、プロダクト・プレイスメントを更に進化させた、企業の商品やサービス・ブランドを前面に出しながら番組化する、「ブランデッド・エンターテイメント」が米国の放送・広告業界の中で急速に広まりつつあります。

iTVX社は、いち早く「プロダクト・プレイスメント」や「ブランデッド・エンターテイメント」の広告的価値を評価・算出・レポート化するシステムを構築し、北米では既に放送局や広告主に対してサービスを開始している、業界の先駆者として有名な企業です。

一方日本でも、テレビ番組中に広告主の商品やサービスを露出させる手法は存在していましたが、最近になって、テレビ番組とCM、販促プロモーションを連動させた、統合マーケティング（Integrated Marketing Communication）手法が重要視される中、テレビ番組内での「プロダクト・プレイスメント」が改めて脚光をあびつつあります。

そこで、博報堂DYメディアパートナーズは、iTVX社と提携し、日本の広告主、放送局に対して「プロダクト・プレイスメント」や「ブランデッド・エンターテイメント」の広告的価値を評価・算出・レポート化するサービスを提供していきます。

また、ここで得たデータや知見をベースに、「プロダクト・プレイスメント」や「ブランデッド・エンターテイメント」の番組や広告の提案を広告主に対して積極的に行ってまいります。

一方、iTVX社の効果測定手法は、国を問わずに利用可能なものであることから、今後両社は、中国でのビジネス展開も推進していく予定です。

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

総務・法務・広報グループ / 山下・長澤

Tel. 03-6218-9179