

平成 14 年 9 月 3 日

所在地 東京都千代田区永田町二丁目 11 番 1 号
会社名 株式会社 有線ブロードネットワークス
代表者の役職名 代表取締役社長 宇野康秀
(コード番号：4842 NJ)
問い合わせ先
責任者役職名 取締役副社長 加茂正治
電話番号 03(3509)7105

新形態の広告サービス

『REALTIME BGM COMMUNICATION』開始に関して

株式会社有線ブロードネットワークス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：宇野康秀、以下 USEN）は、この度、株式会社リアルタイム・बीジーエム・コミュニケーション（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：佐藤 治、以下 RBC）と提携し、新形態の広告サービス「REALTIME BGM COMMUNICATION」（商標登録済み）を開始致します。

USEN は、既に放送事業において専用回線契約を結んだ店舗（企業）に限り独自番組を配信する専用チャンネルサービスを実施しております。この専用回線を利用し、その店舗で販売されている商品の広告を募り、独自の番組内で配信するサービスが「REALTIME BGM COMMUNICATION」です。

広告素材は、すべて楽曲とし歌詞の中に企業名、商品名、価格、シズル等を盛りこみ、お客様の聴覚にアプローチするものとなっております。既に食品大手の株式会社ミツカン様には、本主旨をご理解頂き、今秋よりご導入頂くことが決定しております。

また、番組の配信・番組制作・広告主の獲得・調査・放送確認報告まで USEN と RBC が協力してすべて請け負います。USEN は主に、既に専用回線契約を結んだ店舗（企業）に本サービス導入のご案内を行い、RBC は番組制作と広告主の獲得を行う予定です。尚、本サービスは RBC がビジネスモデル特許を出願中です。

サービス詳細は[下記](#) 及び URL: <http://www.usen.com/rbc/> をご確認ください。

以上

<株式会社リアルタイム・बीジーエム・コミュニケーション 会社概要>

【社 名】 株式会社リアルタイム・ビージーエム・コミュニケーション
(URL: <http://www.r-b-c.net> 9/4 サイトオープン)

【所在地】 本社：東京都渋谷区渋谷一丁目3番1号

【資本金】 1,000万円

●本件に関するお問い合わせ先●

株式会社有線ブロードネットワークス 社長室 広報担当 山田

TEL : 03-3509-7104 FAX : 03-3509-7103

E-mail: public-relations@tk.usen.co.jp

RBC サービス詳細

【有線ブロードネットワークスは、既存顧客への本サービス導入案内及び新規顧客獲得を】

USEN が既に専用回線契約を結んでいる店舗（企業）で、本サービスの対象となりうる小売店系導入企業は約 30,000 軒。CVS・スーパー・ドラッグストア・酒販量販店毎の開拓を行い、ジャンル毎の広告販売を目指し広告主のニーズに合った媒体化戦略を目指していきます。本システムを最大限活用し未契約店舗（企業）の掘り起こしも行き、更なる契約店舗を獲得していく予定です。

【株式会社リアルタイム・ビージーエム・コミュニケーションは、番組制作と広告主の獲得を】

広告素材作りは基本各メーカーが行いますが、依頼があれば素材作り・制作アドバイスも請け負います。RBC は各店舗（企業）が営業に直結する番組作りを行い、個々の店舗の売り上げアップを目指します。番組作り、音楽作りの手法としては、雑多な音が渦巻く店舗内で、狭い音域で、広域の周波数を使い速いリズムを刻むなど、ひときわ注目を集めるよう制作します。さらに、広告代理店等と連携を図り TV 広告と連動して音楽作りを行うことで、更なる効果の向上を目指していく予定です。

また、広告主の獲得についても常時媒体説明会などを実施し広告代理店の協力を求めていきます。

【革新のサービス『REALTIME BGM COMMUNICATION』が店頭コミュニケーションを実現！】

『おさかな天国』などの楽曲が、商品カテゴリーのみの歌いこみを行うことで売り上げの向上に寄与してきたのは有名な話ですが、『RBC』サービスは企業名、商品名、価格等を歌いこむ楽曲を制作し、広告出稿する事でユーザーが購入しようとする瞬間をとらえコミュニケーションできます。販売に直結する革新のマス媒体として、今後のセールスプロモーション戦略の中心として導入をされる事を期待します。また、売り場支援を重要視するメーカーが増えつつある中、今までは全国的規模で店頭での聴覚にアプローチするコミュニケーションは行われておりませんでした。本サービスを導入する店舗（企業）が増えることによって店頭コミュニケーションが販売戦略の中心となります。

【従来のマス媒体との違いは店頭でのダイレクトアプローチ】

従来のマス広告はユーザーへ向けて発信し、一度ユーザーがこれを記憶して売り場にて再度確認し、購入といったが経路で行われていました。

今回、提供する革新のコミュニケーション手法『RBC』は店頭で音声により直接ユーザーへアプローチします。発信→確認→購入といったダイレクトな手法であり、記憶の段階が削除される事で、購買行動をダイレクトに刺激します。

【店舗（企業）のメリットは、新たな設備投資0で店内を媒体化できること及び売り上げの向上】

各店舗（企業）は専用回線契約を結ぶことによって、新たな設備投資が0で店舗を媒体化する事が可能となります。また、番組の配信・番組制作・広告主の獲得・調査・放送確認報告等のノウハウがない店舗（企業）でも、新たな人員の確保、設備投資が発生する事無く媒体化を進められます。

さらに、ユーザーが購入しようとする瞬間をとらえコミュニケーションする事で、売り上げの向上も期待できます。

【広告主のメリットは、少ない予算で店頭演出を可能にし商品の売り上げ向上に繋げられること】

長引く景気低迷が続き、店頭での安売り競争が激化する中、売り場の支援を強化するメーカーが増えています。また、ネーミング、パッケージ開発、店頭POP等に多額の費用を費やしているメーカーも多々あります。店頭では聴覚にアプローチする手法は完全に整備されていないのが現状です。本サービスを活用する事で、営業マンの手を煩わす事なく、少ない予算で立体的な店頭演出展開を実施する事が可能になり、CMソングとの連動により効果を高める事も出来ます。また、TV広告を実施していない定番商品や中規模メーカーでも気軽に実施する事が可能になります。

以 上