

A black circle containing the word "Peach" in white, bold, sans-serif font, oriented vertically.

Peach

# 欧州におけるCM字幕の状況について

IAUD CM字幕プロジェクト

安藤 嘉教 Yoshinori Ando

October 31, 2022



## CM字幕に関する意識調査結果

英国の成人の72%が、企業や組織はすべての広告に字幕をつけるべきだと考えている

- 聴覚障害によるアクセシビリティが主な理由
- アクセントを理解するため、つぶやきを解読するため、就寝中の家族や隣人の迷惑にならないようにするために字幕を使用する人もいる
- 若い人ほど定期的に字幕CMを使用する傾向がある
  - 18-24歳の62%が週に2回以上字幕を使っているのに対し、55歳以上のカテゴリーでは23%
  - 18-24歳の半数近くが常に字幕を使用しているのに対し、55歳以上では10人に1人
- ブランドがコンテンツに字幕をつけることによって、よりアクセスしやすく、魅力的になることについての見解と結びついている。
- 字幕を使用しているブランドは、使用していないブランドよりも社会的責任があると見なされている。
  - 18-24歳の半数以上が、広告に字幕をつけているブランドから購入したり、広告に参加したりする可能性が高い。
  - 同数の人が、広告に字幕をつけるチャリティーに寄付をする可能性が高いと答えています。

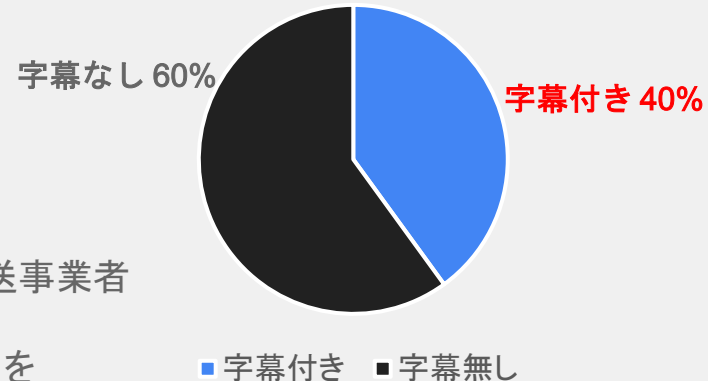


## 欧州におけるCM字幕の普及状況

多くの優良ブランドが字幕CMの提供に積極的

- 英国のピークタイムは字幕CMで飽和状態（良い意味で）
- 現在、広告の40%程度が字幕CMとなっている。  
→ 60%程度が字幕が必要な放送視聴者とのエンゲージメントを失っている可能性があることを意味する。
- 2003年の通信法および2017年のデジタル経済法では、放送事業者がテレビ番組に字幕を付けることが義務付けられている。テレビCMに関する法律は現在のところは無く、広告に字幕をつけることは、ブランドの責任だと考えられている。
- 参考：字幕CMの展開に積極的な企業例
  - L'Oreal
  - Unilever
  - eBay <https://www.adtext.tv/our-clients/>
  - Tik Tok

英国でのCM字幕普及率



## 欧州におけるCM字幕の普及状況

- 参考：字幕CM作成の専門業社の台頭
  - Adtext社
  - Subtitle Digital
- 参考：字幕CMの展開に積極的な広告代理店やブランド

The logo for Adam & Eve, featuring the brand name in a lowercase, sans-serif font with a stylized apple core icon to the right.The logo for AMV BBDO, consisting of the letters 'AMV BBDO' in a bold, uppercase, sans-serif font.The logo for ENGINE, featuring the word 'ENGINE' in a bold, uppercase, sans-serif font.The logo for HAVAS, consisting of the letters 'HAVAS' in a bold, uppercase, sans-serif font.The logo for GSK, featuring the letters 'gsk' in a lowercase, sans-serif font inside a dark, rounded shape.The logo for McCANN, consisting of the word 'McCANN' in a bold, uppercase, sans-serif font.The logo for SAATCHI & SAATCHI, consisting of the brand name in a bold, uppercase, sans-serif font.The logo for VCCP, consisting of the letters 'VCCP' in a bold, uppercase, sans-serif font.

**Peach**

Thank you!

