



SOCIAL TV  
AWARDS 2015

報道関係資料

情報解禁日時:2015年7月21日 19時

ソーシャルメディアとの融合で変わるテレビの世界  
「ソーシャルテレビ・アワード 2015」  
大賞は『バーチャル高校野球』(朝日放送) に決定!

各賞は『金曜ロードSHOW!』『ごめんね青春!』『マジック新世紀ゼロ 生放送SP』  
『NISSAN×リアル脱出ゲームTV 史上最難関の採用試験 THE TEST』

日経デジタルマーケティング / 日経エンタテインメント!

日経BP社(本社:東京・港区、社長:長田公平)は2015年7月21日、「ソーシャルテレビ・アワード 2015」を発表しました。このアワードは、ソーシャルメディアとテレビが急接近する動きのなかで、その連携や複合的活用に先進的な取り組みをしたテレビ番組を表彰するものです。今年で4回目となります。

スマートフォン片手にテレビを視聴し、気になる情報を検索したり、ソーシャルメディアを通じて友だちと番組の感想を交わしたり——。そんなテレビの視聴スタイルが一般的になりました。

日本のテレビ局でも、こうした双方向性、即時性を持つソーシャルメディアやスマートフォンを活用する動きが年々広がっています。新たな事業モデルの開発や広告主との新たな宣伝展開に結びつけようという試みも始まっています。

テレビとインターネットという2大メディアの相乗効果による互いの活性化は、ビジネスのみならず、文化面への影響も大きいものがあります。ソーシャルテレビ・アワードはその連携の未来形を示す番組を表彰し、両業界の発展に寄与することを目的としています。

ソーシャルテレビ・アワード 2015では、以下の通り、大賞など5つの賞を選定し発表しました。ソーシャルメディアに関するデータの分析結果などを基に、選考委員会にて各賞を決定しております。

【大賞】 … 『バーチャル高校野球』(朝日放送)

【日経デジタルマーケティング賞】 … 『金曜ロードSHOW!』(日本テレビ)

【日経エンタテインメント!賞】 … 『ごめんね青春!』(TBSテレビ)

【特別賞】 … 『マジック新世紀ゼロ 生放送SP』(フジテレビ)

【広告賞】 … 『NISSAN×リアル脱出ゲームTV 史上最難関の採用試験 THE TEST』

(日産自動車×TBSテレビ)

発表・贈賞式は、7月21日(火)17時30分より、六本木アカデミーヒルズ(東京・港区)にて開催。日経デジタルマーケティングと日経エンタテインメント!は、今後ともソーシャルテレビの発展に向けて情報発信を続けてまいります。

選定理由は次ページ以降をご覧ください

## 選考方法と各賞の選定理由

選考に当たっては、2014年6月～2015年5月に在京キー局などで放送された国内地上波番組を中心に、各局の自薦と選考委員の推薦により34番組を選定しました。それら番組が持つソーシャルメディアの公式アカウントのファン数やフォロワー数(注1)、ネット上での番組に関するクチコミ件数(注2)を調査し数値化。これに加えて視聴者アンケート(注3)を実施し、ソーシャルメディア、スマートフォン、データ放送を活用した番組参加の比率なども調査しました。また、各番組の視聴データも参考にしています(注4)。

この34番組について7人の選考委員が番組企画の先進性、各局から提供されたデータなども考慮して、最終的な授賞番組を選定。選考委員はアジャイルメディア・ネットワーク取締役CMO徳力基彦氏、ソーシャルテレビ推進会議を主宰するメディアコンサルタント 境 治氏、日経デジタルマーケティング編集長 安倍俊廣、副編集長 降旗淳平、前編集長 杉本昭彦、日経エンタテインメント！編集委員 品田英雄、同編集部 木村尚恵です。

\*\*\*\*\*

### 大賞 『バーチャル高校野球』(朝日放送)

『全国高校野球選手権大会中継』ほか、『熱闘甲子園』や『速報！甲子園への道』を手がけている朝日放送が、高校野球のWebサイトを『バーチャル高校野球』としてリニューアル。『全国高校野球選手権大会中継』と連動する形で、夏の甲子園全試合のライブ配信を、初めて、iOSやAndroidのスマートフォン／タブレット端末などマルチデバイス向けに実施。視聴者が、自分の見たいアングルを「中継映像」「投手中心」「打者中心」「センターカメラ」の4パターンから選べるようにしたほか、試合後にアップされる動画から任意の部分を切り出せる「ハイライトジェネレーター」という機能を導入、視聴者が気に入ったシーン(20秒)をSNSなどで共有できるようにしました。また、Twitter、Facebook、LINEのアカウントでもアナウンサーを起用した応援レポートなどを積極的に展開。結果、期間中、PC、スマホ、アプリの合計で、1000万人以上のユニークユーザーと約6500万のページビューを獲得しました。

テレビとソーシャルメディアの連携によって、「高校野球」をロコミで広げやすくする仕掛けを作り、それを大きな規模で実現させたことを高く評価し、大賞といたしました。

\*\*\*\*\*

### 日経デジタルマーケティング賞 『金曜ロードSHOW!』(日本テレビ)

放送日：毎週金曜 21:00～22:54

『金曜ロードSHOW!』では、日本テレビが独自開発した、テレビとSNSの両方で番組を楽しめる「JoinTV」のシステムを使い、会員制サイト「金曜ロードシネマクラブ」を2014年に創設。地上波での映画放送と同時にTwitterやFacebookで友だちとつながりながら楽しめる枠組みを作りました。

例えば、視聴者が映画の名シーンを見ながら、感じた気持ちをスマホ上の4種類のボタンを押して発信すると、4つの気持ちの動きがグラフで表示され、友だちと連帯感や共有感が生まれる仕掛けを用意。ほかにも、番組を見るとポイントがたまりプレゼントに応募できたり、毎週見ると「視聴認定バッジ」というスタンプが貯められたりするなど、リアルタイム視聴や毎週番組を見ることを促す試みを実施。7月14日現在で会員数は37万人を突破し、月間ページビューは多いときは約980万に達しました。

テレビとSNSを連動させることで視聴者とのつながりを強め、「映画ファンが集まるサロンのような場をつくりたい」という目標に向かって成果が表れていることを、CRM(顧客関係管理)の観点から評価し、日経デジタルマーケティング賞といたしました。



# SOCIAL TV AWARDS 2015

日経エンタテインメント！賞 『ごめんね青春！』(TBSテレビ)  
放送日：2014年10月12日～12月21日 毎週日曜 21:00～21:54

『ごめんね青春！』(TBSテレビ)は、日曜21時から放送された学園青春ドラマ。数々のヒット作を生んできた磯山晶プロデューサー(TBSテレビ)と宮藤官九郎(脚本)がタッグを組み、錦戸亮、満島ひかりが共演。主な視聴者が10代中心となることから、当初からFacebookやTwitter、LINEといったソーシャルメディアを使ったプロモーションを展開。満島ひかりが劇中のヒロインである蜂矢りさとして投稿した「Instagram」や、生徒役の出演者などによる“6秒動画”「Vine」なども話題を呼びました。

制作チーム、宣伝チーム、出演者が一体になって、あらゆるソーシャルメディアを積極活用し、本ドラマならではの楽しさを伝えたエンタテインメント性の高さを評価し、日経エンタテインメント！賞といたしました。

特別賞 『マジック新世紀ゼロ 生放送SP』(フジテレビ)  
放送日：2014年7月29日 19:00～20:54

『マジック新世紀ゼロ 生放送SP』は、マジシャンのゼロが、生放送中に都内某所に現れ、その場にいる一般の人たちを巻き込んでマジックを披露する特番。今回は、ゼロが披露するマジックのタネあかしとなる動画「ゼロ！！ 別アングル」を、無料動画配信サービス「フジテレビプラス」内に設けた番組連動特設サイトにてライブストリーミングする企画を実施。フジテレビとして、同社サイトへの秒間アクセス数や流量は、それまでの過去最大値を記録。配信直後より番組終了時までの短時間で、YouTube Live動画再生数は延べ60万を突破しました。

ゴールデンタイム帯の生放送でマジックを楽しみながら、PC、スマートフォン、タブレットなどでそのタネあかしをリアルタイム連動動画配信で見られるという試みを評価して、特別賞といたしました。

広告賞 『NISSAN×リアル脱出ゲームTV 史上最難関の採用試験 THE TEST』  
(日産自動車×TBSテレビ)

放送日：2014年4月24日～6月26日(10回) 毎週木曜23:53～0:38(45分)

今年のアワードでは、従来の「番組部門」に加え、広告主企業の取り組みを対象とした「広告主部門」(＝広告賞)を新設しました。広告主企業による、テレビ(番組)とネットを連動させた先進的なマーケティング手法、取り組みを評価しようという試みです。

初の受賞は、日産自動車が『リアル脱出ゲームTV』とコラボレーションした『NISSAN×リアル脱出ゲームTV 史上最難関の採用試験 THE TEST』。2013年に特番で放送された『リアル脱出ゲームTV』は、「ソーシャルテレビ・アワード 2013」特別賞を受賞。警視庁のテロ対策本部を舞台に主人公たちがさまざまな謎解きに挑むという物語を楽しみながら、視聴者自身もスマートフォンやPCから謎解きに参加できる「体験型テレビドラマ」であることが評価されました。

今回は、2014年に放送された連続ドラマ(全10話)のタイアップ。劇中のテロ対策本部が「民間人から暗号解読班を1名採用する」ため、実際のCM枠を使ってドラマと同じ世界観のCMを放送。暗号解読班員役の採用試験はリアルな就職試験のように進み、10週間の選考を経て合格した1名がドラマ最終話に出演しました。さらに捜査車両として日産自動車「ノート(NOTE)」1台をプレゼント。

タイアップにより、日産自動車のブランディングを自然な形で実現し、併せて、番組コンテンツとしての価値も高めたことを評価し、「広告賞」に選出いたしました。



## SOCIAL TV AWARDS 2015

※本アワードの結果は、日経デジタルマーケティングの読者限定サイト(<http://business.nikkeibp.co.jp/dmg/>)にて速報するほか、同誌9月号(8月25日発行)、日経エンタテインメント!10月号(9月4日発売)に掲載予定です。

**注1**…6月17日時点のTwitterのフォロワー数、Facebookの「いいね!」数、LINEの「友だち」数、Instagramのフォロワー数などを調査。データ協力:ユーザーローカル

**注2**…各番組に関する分平均ツイート数を調査。データ協力:ネット上でのテレビ番組の盛り上がり分かる情報サイト「テレビジン」

**注3**…視聴したことがある番組についてソーシャルメディア上で話題になっているのを見たり、書き込みをしたりしたことがあるかなどを調査。インターネット調査を、2015年6月17~18日に実施。調査対象者数は1500人。アンケート協力:マクロミル

**注4**…番組の世帯視聴率(各回、平均、最高)、世帯占拠率(同)を調査。データ提供:スイッチ・メディア・ラボ

### 主催媒体

#### 【日経デジタルマーケティング】

「日経デジタルマーケティング」はマーケティング戦術と企業戦略をつなぐ専門情報メディアです。平日、毎日更新するサイト(<http://business.nikkeibp.co.jp/dmg/>)、月刊誌、セミナーという3つの形態で情報を提供しています。デジタルマーケティングを活用した事例研究のほか、広告の最新テクノロジー動向なども紹介しています。

#### 【日経エンタテインメント!】

「日経エンタテインメント!」は、流行に敏感で知的好奇心が強く、トレンドをリードする人たちのためのエンタテインメント情報誌。映画・テレビ・音楽・本を中心にアニメ・マンガ・ゲームなどのジャンルをカバー。エンタテインメント分野のヒットのオモテと裏の両方を深く解説しています。

### 本リリースのお問い合わせ先

このリリースに関するお問い合わせは、日経デジタルマーケティング編集部(電話03-6811-8173)に、取材のお申し込みは、日経BP社コーポレート管理室・広報(電話03-6811-8556)にお願いいたします。