

# 花王がトライした CM字幕



右から

多治見 豊：花王(株) 作成センター・センター長

菊池雄介：花王クリエイティブハウス(株) クリエーティブプロデュース部アソシエートプロデュースグループ

林 佳文：花王(株) 作成センターヒューマンヘルスケア第2広告作成部ディレクター

篠崎隆久：花王クリエイティブハウス(株) クリエーティブプロデュース部アソシエートプロデュースグループ

花王はCM字幕のトライアルとして、「社提供番組である『花さかりの君たちへ』(イケメン☆パラダイス2011) (フジテレビ系列・毎週日21時〜)の番組内で放送されるCMすべてに字幕を付けた(放送日：8月21日、28日、9月4日、11日、18日)。

花王といえば、1991年に商品化したシャンプーの容器のキザミのユニバーサルデザインが有名だ。現在はメーカーを問わずこのデザインを採用しているが、そもそも開発商品化した花王が特許をとらず、共用品としたからだ。社会貢献の取り組みを積極的に推進している花王のCM字幕制作について、担当者4名に話を聞いた。

## コミュニケーションロスをなくす

—— CM字幕のトライアルに取り組むきっかけは。

**多治見** 花王は年間に約120本のテレビCMを制作し、放送しています。その製品は日々の生活に根ざすものですから、社会的責任を果たす取り組みのひとつとして、商品情報をきちんと伝えるコミュニケーション活動を重要視してきました。ただ、CM字幕に関しては検討段階でした。今回のCM字幕トライアルの直接のきっかけは、弊社のユニバーサルデザイン(UD)プロジェクトの勉強会でUDコンサルタントの松森果林さんの話を聞き、深い感銘を受けたことです。中途失聴したことで世界がどれだけ劇的に変わるのか、視聴環境の大きな変化を聞くにつれ、われわれのCMが半分も伝わっていないことを知りました。私は広告に関するところのリーダーも兼任していますので、その場で、社内にCM字幕に関する研究会を早期に立ち上げ、実現できるようにしますと

宣言したのです。

**林** 私も同席していたのですが、思いは多治見と同じでした。

**多治見** 日本には聴覚に何らかの障がいを持つ方が約2,000万人\*います。さらに、日本語を勉強したい外国の方、騒音にかき消されてしまう音声、音を出せない環境など、字幕があった方がわかりやすい状況はたくさんあって、こうした方々にCMが届いていないとすれば、コミュニケーションのロスは非常に大きく、事業結果にも反映してくることで。これはお互いの大きな課題であると認識しました。

\*日本補聴器工業会試算の推定値

## あえて厳しい素材でトライ

—— そこに企業としてのビジネスの論理があるというのは重要です。社会貢献だけでは続かないからです。既存のCMを基にテスト版を作られ、多くの方に意見を聞かれたそうですが、テスト版の作成で考えられたことは。

**菊池** 花王のCMは相対的にメッセー

### ■オンエアの概要

- ・花王製品30ブランドのCMに字幕を付けて放送
- ・オンエア日：8月21日、28日、9月4日、11日、18日の計5日
- ・1回あたり10〜12ブランドを放送
- ・1ブランドあたりの放送回数は延べ1〜4回