

# コンテンツの 魅力を 伝えたい



有料放送の「ディズニー・チャンネル」「ディズニー XD」「ディズニージュニア」、  
そして無料BS放送の「Dlife」。

ディズニーは、最高のコンテンツを4チャンネルを通じてお届けしています。

# ディズニータウンのコンテンツを的確に届けたい



エディ・カックス

ウォルト・ディズニー・ジャパン バイスプレジデント & ゼネラルマネージャー  
テレビジョン & メディアプラス

エンターテインメント業界を牽引するディズニーは、常に新しい戦略を打ち出している。テレビを消費者にとって最も身近な「タッチポイント」として位置づけ、異なるターゲットごとに4チャンネルを展開している。さらに、様々なデバイスにも対応。最高のコンテンツをより幅広い層に届けようとしている。

## 「タッチポイント」拡大が重要

——本格的なデジタル時代到来の中、ディズニーはテレビをどう位置付けているのでしょうか？

エディ 当然、コンテンツを多くのの人に見てもらうことが一番ですが、他局と大きく違っている点は、4つのチャンネルを用意しているところです。有料チャンネルの「ディズニー・チャンネル」、「ディズニーマジック」、「ディズニージュニア」と、無料放送の「Dlife」です。チャンネルごとにターゲットが明確で、最適なコンテンツを提供しています。

「タッチポイント」と呼んでいます。が、我々が展開するライセンス商品、ディズニーストア、映画やDVD・ブルーレイ等も含めて、全てのビジネスを活性化するためには消費者との接点を増やすことが重要です。その接点が「タッチポイント」で、テレビは

一番身近なものだと考えています。日本でもデジタル市場の増大が話題になってきていますが、米国や欧州のような速度では動いていません。日本ではテレビが非常に根付いているので、メディア環境は当然変化していきますが、その速度は他国とは違うと思います。

我々のスタンスとしては、今もテレビが一番身近な存在として考えています。そして同時に、新しいデジタルサービスに対しても、コンテンツを提供していきます。ディズニーの良質なコンテンツを、それぞれの消費者が使いやすい手段を通じて視聴できるようにする。コンテンツの「タッチポイント」として活用していくことが望ましいと考えています。

速度の違いはあるとしても、市場は当然変化していきます。テレビは依然として重要な位置を占めていますが、他の手段とも付き合っていく。消費者の意向に的確に対応していくことが最も重要です。

## 的確なターゲット戦略

——4チャンネルごとの特徴は？

エディ 「一番古い「ディズニーマジック」は4歳〜14歳のキッズと保護者に向けた編成です。2003年開局ですから、早いもので来年で15周年になります。人気のディズニーマジックや映画のほかに、ティーン向けの実写ドラマシリーズも放送しています。

午前中には未就学児童へのコンテンツもありますが、いわゆる教育番組ではなくエンターテインメントを通じて知育性のあるコンテンツを提供しています。また、二国語放送で、英語にも触れてもらえるようにしています。

「ディズニージュニア」のメインの役割は、ディズニーマジックの入り口・初めての体験という位置づけですね。ターゲットは3歳から7歳の未就学児童です。

「ディズニーマジック」は男児向けで、マーベルやスターウォーズなど、男児に特化した編成が主になっており、大半はアニメーションを放送しています。

無料放送の「Dlife」は、F1・F2とファミリーがメインターゲット。夜の時間帯は海外ドラマシリーズが中心で、週1で映画も編成しています。また、

お子さんのいる家庭が多いので、夕方には他の3チャンネルで放送しているディズニーマジックも一部放送しています。

なによりもF1・F2は広告のターゲットとして最適とされています。特に日本では、女性が家庭の財布を握っているのだから（笑）。

## 同時配信・動画配信への対応

——NHKをはじめ、同時配信スタートが現実味を帯びています。また、地上波キー局は、それぞれ動画配信に踏み出しています。ディズニーマジックへの対応は？

エディ 同時配信に関しては具体的な計画はまだありませんが、コンテンツ供給の手段がさらに増えてくると捉えています。電波だけとかケーブルだけではなく、新しい手段に対して、我々も具体的にどう対応していくかを検討していかなければならない。新しい技術や動きに伴って、我々のビジネスも成長させたいと思っています。

従来のリニア放送に対応するコンテンツは変わりませんが、新しい伝送路のための新規コンテンツは、当然開発していく必要があります。ひとつの例ですが、「ディズニーマジック」をサポートするために、我々テレビ部門も

2分位の短編アニメーションを日本国内で製作しました。通常のリニア放送でも流しましたが、なによりもデジタルサイトへの配信を意識して最適な長さを決定したわけです。そうした複数のフォーマットを視野に入れて検討していかなければならないと思います。

ただ、無料の「Dlifeアプリ」ではドラマをスマホで見ている人が多いんですよ。44分尺の番組をスマホで見ている。我々もちょっと意外でしたけれど（笑）。ですから、コンテンツ・ターゲット次第という点もありますね。

動画配信サービスは増えていくと予測しています。すでに「Amazonプライム・ビデオ」に対しては、「ディズニーマジック」オンデマンドの人氣アニメやドラマを提供しています。

また、「Dlife」では、放送した番組を、翌日からGooでも見ることができるといふサービスが始まっています。コンテンツは「Dlifeアプリ」とほぼ同じなんですが、これもどうやって「タッチポイント」を拡大していくかという戦略の一環として進めています。通常は「Dlife」を見ていない視聴者にも、Gooを通じて、我々のコンテンツを楽しんでもらえればと思っています。

## 最後に

エディ オンデマンドな、様々なサービスも増えていきますが、テレビへの需要が弱くなっていくわけではない。キッズ&ファミリーから大人の女性まで、4つのチャンネルを通じて幅広い層をターゲットにしていますし、需要はまだまだ続くと考えています。ただ、ビジネスとして考える際のポイントは、ひとつのコンテンツの視聴を全部測定できるか。見逃し視聴なども含めてどうやって視聴率を測定していくのかが今後の大きな課題になってくるのではないのでしょうか。

そうした課題を克服していくことで、我々だけでなく、テレビ局や配信サービスにとっても、逆に将来性が開けることになると思います。





## Dlife

開局5周年を迎えた無料BSチャンネル。  
世界で話題のドラマや映画、とっておきのディズニー作品など、  
チャンネルをあわせた瞬間、いつもと同じ今日という日が、ほんの少し特別になる!



### 「男子旅～北海道・ニセコ～」

8月18日(金)23:00～  
(再)19日(土)19:00～、20日(日)15:00～



©Dlife

この夏、Dlife 5周年スペシャルとして「男子旅」が復活。  
今注目の若手俳優3人が、ロードバイクで「神宿る処」へ、ホンキで遊ぶ「男子旅」を決定する姿を描くDlifeオリジナルの旅番組。若手俳優の素顔、絶景、地元グルメ、など、女性が気になる・見たいと感じる要素で構成され、その場所ならではの出会いと様々な発見。そして、時折見せる等身大の彼らの素の表情は必見だ。今回は、志尊淳、根岸拓哉、大久保祥太郎という、今まさに活躍中の若手俳優3人が登場。ぜひ、お楽しみください。

### 「クワンティコ 2」

9月23日(土)スタート  
毎週土曜 23:00～24:00  
毎週金曜 25:00～26:00



©ABC Studios.

ミス・ワールドに輝いたインド女優プリヤンカー・チョープラー主演。FBIアカデミーを首席で卒業したアレックスが、国家機関に潜む陰謀を暴いてゆくサスペンス。前シーズンでFBIを解雇されたアレックス。今シーズンでは、アレックスがライオンとともにCIAの諜報員養成機関「ファーム」で研修生活が始める。その1年後、G20サミットが開催されるマンハッタン金融街で再びテロが起き、真相解決に奔走することに…。

### NCIS ネイビー犯罪捜査班 7

毎週木曜日 21:00～  
毎週水曜日 24:00～



© 2017 CBS Studios Inc. All Rights Reserved.

アメリカ海軍が関わる事件を専門に捜査するNCIS(海軍犯罪捜査局)の活躍を描いた犯罪捜査ドラマ。閉鎖的な海軍組織のタブーに迫る一話完結の人気シリーズ第7弾。今シーズンでは、ジブアからの連絡がないことを案じ、彼女の身に何かあったのかもしれないと察したNCISメンバーがジブアの捜査を開始するところから始まる。

## ディズニー XD

「スター・ウォーズ」をはじめ、最強で最高にカッコイイ、世界中のヒーローが大集合!  
はたまた、おかしなヤツらが過激な笑いをプチかます!  
ワクワクも爆笑も、キミの“見たい”がザクザクのチャンネル。



### 「マーベル スパイダーマン」

9月8日(金)スタート  
毎週金曜 15:30～16:00 他  
※初日は2話連続放送

あのスパイダーマンの最新アニメーションシリーズが初登場! スパイダーマンのことをイチから知るチャンスだ!  
15歳の高校生、ピーター・パーカーは、ある日特殊なクモにかまれ、スパイダーマンとしての特殊能力を持つようになる。とまどいながらも、スパイダー・センスで危険を察知、特殊能力で街や友だちを悪の手から守るために戦う。普段はスパイダーマンであることをかくし、普通の高校生として学校生活を送っているが、親友が悪に染まっていくのに気づき…。



© 2017 MARVEL



## ディズニー・チャンネル

子どもから大人まで、ディズニーならではの魅力が満喫できる番組が盛りだくさん!!  
見る人すべてに夢見る力があふれてくる、まるごとエンターテインメント・チャンネル。

### 「ラプンツェル ザ・シリーズ」

日本初放送  
8月26日(土)よりレギュラー放送 毎週土曜・日曜 11:30～12:00 他



©Disney

世界中で大ヒットした映画「塔の上のラプンツェル」のその後を描いたテレビアニメーションシリーズ「ラプンツェル ザ・シリーズ」が日本初放送。8月26日(土)より毎週土曜・日曜11時30分、他にレギュラー放送開始。  
今回新たに日本初放送する「ラプンツェル ザ・シリーズ」では、シリーズの序章「ラプンツェル あたらしい冒険」で、元に戻ってしまった金色の長い髪を謎を解明するために、好奇心いっぱいのラプンツェルが、まだ見ぬ世界に出会い、成長していく様子が描かれる。  
恋人のユーージンや、相棒のカメレオン・パスカル、白馬のマキシマスなどおなじみのキャラクターが登場するほか、両親や侍女カサンドラとの関係など魅力満載だ。



©Disney

### 「ディセンダント2」

10月日本初放送決定

2015年に大ヒットを記録したディズニー・チャンネルオリジナル・ムービー「ディセンダント」の続編「ディセンダント2」を、10月に日本初放送する。  
「ディセンダント」は、英語で子孫を意味し、ディズニーの人気キャラクターにも子孫がいたら? という斬新なアイデアから生まれたテレビ映画。続編である「ディセンダント2」は、新たな登場キャラクターとして、「リトル・マーメイド」の悪役アースラの娘・ウマ(チャイナ・アン・マクレイン)が登場すること大きな話題となった。全米では7月21日に、6つの放送局で異例の同時放送され1300万人が視聴した。いよいよ10月、日本初放送となる「ディセンダント2」に注目だ!

## ディズニージュニア

楽しいおはなしやディズニーのなかまたちが朝も夜も待っている、7才以下のお子さまと、そのご家族向けの専門チャンネル。



### 「ミッキー・マウスとロードレーサーズ」

毎週土曜・日曜 10:30～11:00



©Disney

ディズニー社が10年ぶりに制作した、ミッキー・マウスが主人公の未就学児童向けのテレビ番組。ミッキー・マウスとその仲間たちが、特別なレースカーに乗り、彼らのガレージのあるホットドッグビルズから世界各地へワクワクするような大冒険へ出かける。一方、ミニーマウスとデイジーはレースの傍ら、ハッピー・ヘルパーのお仕事で街のみんなのお手伝いや悩みを解決する。



# Disney media+



## 無料見逃し配信



©Dlife ©Disney ©ABC Studios. ©2017 CBS Studio Inc.  
©2017 FOX and its related entities. All right reserved.

第一興商

Yakult

ユニクロ UNIQLO

今日を愛する。  
LION

ウォルト・ディズニー・ジャパンには、広告主の包括的なマーケティング活動をサポートする強力な部隊がある。それがディズニー・メディアプラスだ。  
ディズニー社が誇る最高のコンテンツとキャラクターを、お客様の広告宣伝活動に活かしてもらいながら、ディーライフをはじめとする自社メディアでの展開を提案する。  
また、全社的な機能であるため、ディズニーの各部門を横断するような提案ができるのも特徴だ。



©2017 Disney Enterprises, Inc. All Rights Reserved.

ESCRIT  
Faithful Bridal Creator



Designing The Future  
KDDI

SHISEIDO

### 事例① 大ヒット映画 「美女と野獣」タイイン

今年4月に劇場公開され、国内では興行収入120億円を超え、世界的に歴史に残る大ヒットを記録した「美女と野獣」。日本でも人気の高いエマ・ワトソンが主演し、ディズニーの名作映画が美しい映像で甦ったことで大きな話題となった。  
映画の大ヒットに伴い、もちろん商品化も幅広く展開され、この春は、様々な場所で「美女と野獣」に触れた方が多いかと思う。

この、ディズニーの今年の注力作品であった「美女と野獣」は、ディズニー・メディアプラスの活動の中でも、過去最高レベルとなる、多数のタイインパートナーを獲得した。その多くがTVCMの放送があり、映画公開に合わせて放送されたCMのディズニー・プリンセス映画の特別編成も含めて、タイインパートナーCMを映画公開前から公開後まで放送するという、非常に大きな取り組みとなった。

ディズニーが誇る最高のコンテンツ（映画）の公開に合わせて、広告主の商品発売と連動した取り組み、そして、ディズニーファン、映画ファンが視聴者に多いディーライフでタイインCMを放送することに、タイミング、話題性、親和性、など様々な面で効果を発揮し、非常に喜んでもらえる結果となったようだ。

### 事例② 無料見逃し配信

ディズニー傘下の放送局では、デジタル配信も強化している。なかでも、BS無料放送のDlifeは、無料見逃し配信サービスに強化しており、スマートフォン、タブレット、PCでの自社配信に加えて、今年6月からはGYAO!での配信も加わった。まさに、ディーライフが提供する最高のコンテンツに触れてもらう場が拡大している。

無料動画アプリDlifeを提供しダウンロード数は、150万を超えメディアとしても成長するとともに、広告事業も拡大している。

Dlifeアプリは、女性ユーザーが70%を超え、またCM完視聴率が95%という高い数字を誇り、まさに放送とは異なる新しいメディアとして広告主にも好評だ。プリロール/ミッドロールのランダム配信、そしてアプリ上でのパナー掲出メニューなど、メニューも拡充し、放送と一緒に掲載するクライアント企業はもちろんのこと、ターゲットの親和性から、VOD事業クライアントからの出稿も多数ある。





# 組 ラプンツェル ザ・シリーズ

日(土) 放送スタート!

(日) 11:30~、17:30~ほか

のラプンツェル』の半年後を描いた最新アニメーションシリーズが、いよいよ放送開始!  
になったラプンツェルが、また見ぬ世界に出会い、成長していく物語。

Disney  
CHANNEL

© Disney

・チャンネルは、ケーブルテレビ、ブロードバンドテレビ、スカパー! でご視聴いただけるテレビチャンネルです。

サイトで [disneychannel.jp](http://disneychannel.jp) インフォメーションセンター 0570-000-391 公式ツイッター @disneychanneljp  
受付時間: AM9:00-PM6:00 (年中無休)