

音のチカラ

音声付加サービス「Ad Sound」

<目次>

まえがき

第一章「音のチカラ」

第二章「音と仕事」

第三章「音声付加サービス」

<まえがき>

・サウンドフォース紹介

サウンドフォースは「音」のチカラをさまざまなシーンで生かしていこうという会社です。みなさんが気がつかないような部分での音の効用をお知らせし、宣伝・広告や販売に貢献できればと考えています。

またできるだけお使い頂きやすい価格でご提供できるように日々工夫改善しております。

今日はその中で音声付加サービスを中心にご紹介し、音のチカラを利用してぜひ皆様のお役に立てればと考えております。

---サウンドフォースとは？---

サウンドフォースは読んで字のごとく「音の力」をうまく使っていこうという会社です。では詳しくお話してまいりましょう。

サウンドフォースは「音を通じてみんなを元気にする」を指標にさまざまなサービスを展開していきます。

一口に「音」といってもたくさんあります。

そのたくさんの「音」の中から御社にぴったりの音を選び出し、組み合わせ、その使い方をご提案させていただきます。

サウンドフォースでは「音」を中心に次のような業務を展開していきます。

・放送コンテンツ企画・制作

ラジオ、インターネットなど、放送に関わるコンテンツ（番組）を企画制作いたします

・音声CM企画制作

店頭CMや会社のサウンドロゴなど、あると便利なコンテンツを、お作りします。

・各種イベント企画・運営

ミニFMなど「音」の絡んだイベントの、企画・運営をいたします。

・広告代理

放送コンテンツの制作などに関連して、音媒体の確保や、音と組み合わせたの媒体の広告代理もおこないます。

・オリジナル音楽著作制作

その時々に応じた音楽作品をお作りします

・グッズ企画・販売

プロモーションなどに必要なグッズを、音コンテンツと合わせてお作りします

それではいくつかのサービス例をご紹介します。

---サービス事例 1---

< サウンドロゴをお作りします。 >

名刺やサイトなどで会社のマークやロゴを統一するの同じように、音声コンテンツ、映像コンテンツを作る際に、サウンドロゴを統一することは大切なことです。サウンドロゴを統一することで、「企業イメージの統一」「企業・製品の、方向性・コンセプト」を、さらに深く伝えることができます。

音によってはとてもイメージは変わるものです。たとえば言語を変えたりサウンドのスタイルを変えたり。製品サービスにあった音がきっとあるはずです。

サウンドフォースでは御社のコンセプトにあった音を選び、組み合わせて、サウンドロゴをお作りします。

---サービス事例 2---

< 音声 CM をお作りします。 >

音は何気なく歩いている人たちに情報を届けられるメディアです。「～しながら」の人たちにも情報を伝えアピールすることができます。

ラジオ CM では、仕事や車を運転している人たちに手を休めてもらうことなく情報を伝えることもできます。何度も繰り返し聞いているうちに認知を高めることが可能です。

店頭 CM では、通りがかりの人たちに情報を届けることができます。新しいもの話題のものでもただ店頭に置かれているだけでは販売は見込めません。店頭で音声広告を流すことで、お客さんが店頭で足を止める機会を増やし、さらなる販売促進をします。

このように、サウンドフォースでは音を通じて「提供する人、される人」

お互いに元気になれる空間作りのお手伝いをいたします。

販売促進、集客、イベントなどなど、一緒に音のあるシーンを考えてまいります。

第一章「音のチカラ」

---音のチカラ---

(イントロダクション)

巷には音がいろいろあります。車の音、電車の音、人の声などなど。いま少し注意して周りの音に耳を傾けてみてください。案外いろいろな音がしていることに気づかれるはず。事務所などで「外野がうるさい」とはよく言ったものですね。

このように日頃何気なく音を聞いていますが、それを遮るためには相当意識しないとむずかしいです。

実はここに音を使うことのヒントがあります。音に対して割と人は無防備だということです。昨今コンピュータでもしっかりセキュリティーをしているというのに。

こんな事実があるので、積極的に広報・販売する人がこのことをほっとくわけにはいきません！

早速自分たちのビジネスにも積極的に取り込んでいきましょう。

本題に入る前にすでに活用されている例を見ていきましょう。

---歩いている人を振り返らせるのは音---

ポスターなどの視覚に訴えるものはその視野から外れると訴求することは難しいです。しかし音の場合、例えば店頭を通過してもその人に情報を伝えることができます。もしその人に関係のあることなら振り返らせることも可能です。

---相手の作業を遮らず情報伝達をできるのは音---

例えばラジオやCDデッキで流れてくる音、音楽を聞くのに皆さんは自分の作業をとめる必要がありますか？もちろんもっと真剣に聞きたいときはそうするかもしれませんがね。しかし、基本的には自分の作業をしながらでも音を聞くことは可能ですね。

デパートなどで商品を見ながらでも店内放送のインフォメーションを聞くことはできます。CD ショップで物色していて、店内でかかっていた CD を買ってしまったことありませんか？

---安価に提供できる音---

映像を再生するには結構な機器が必要です。しかし音を再生する機器はかなり安価ですね。すでにお持ちの機器でも音の効果を試すことは可能かもしれません。

---音の不思議---

ご存知の方も多し音に関する情報で、「カクテルパーティー現象」があります。がやがや音がする中でも、自分に関係する音を見つけて聞くことができる不思議なものです。

この効果を踏まえて「音」を提供していけば、通りすがりの人は自分に関係している内容があるとそれに耳を傾けることになりますね。

---あわせ技に使える音---

音はビジュアルを邪魔せず付加して情報を提供することができます。

---音がないのは味気ない---

ちょっとやってみてください。テレビをつけて音だけ消してください。

とっても味気ないですよ。音は情報全体の中で、料理で言うと「ダシ」のような役目を果たしています。あるかないか意識することはあまりないですが、無いととても味気ないものになってしまいます。

---「蛙飛び込む水の音」日本人は音に敏感---

こんな歌に読み込まれるように、日本人は音に敏感です。虫の音を心地よく感じるのも日本人ならではのこころしいです。この音に敏感な種族日本人に音を使ったプロモーションをせずにいられますでしょうか！

---快適な音、不快な音---

今度は切り口を変えて「快・不快」で音を考えて見ましょう。先ほどの虫の音は日本人には快適でも外国の人たちにはノイズとしか認知されません。コンサートなどでゆっくりの曲を聴いていると、眠くなったりします。快適な音はこんな効果がありますね。では不快な音。

電車の振動、車のエンジン音、製造機械の動く音、黒板を爪でこすった音！キヤー！不快に感じる音もやはりあります。

でもちょっと考えて頂きたいのは「快適な音だけが記憶に残っているわけではない」ということです。レモンを見た、いいえ「レモン」と聞いただけで口の中がすっぱくなります。不快な印象でもその人を引き付けることはできるのです。

ただし、使い方には注意が必要ですが...

---聞く人の想像力をかきたてる音---

「パリーン」とガラスが割れる音がすると、ヒヤッとします。怪我はしてないか、飲み物はこぼれてないか、後片付けは大丈夫？など、頭の中で駆け巡ります。

---更なる方策---

ビジュアル（視覚）が溢れている現代、さらに五感に訴える方策が必要です。嗅覚はコントロールが難しいです。飲食など匂いに関係ある業種に限られます。その点聴覚（音）は匂いのように誰にも伝わるし、内容をコントロールすることができます。煙が出るわけではないのでエコな感じもします（笑）。大きな音を出すと近所迷惑になることもあります。

次の章では具体的に音を仕事に活かす方法について見てみたいと思います。

二章「音と仕事」

<情報伝達ルートは五感>

『ごかん 【五感】目・耳・舌・鼻・皮膚を通して生じる五つの感覚。視覚・聴覚・味覚・嗅覚(きゆうかく)・触覚。また、人間の感覚の総称としてもいう。大辞林 第二版(三省堂)より』

・舌・皮膚(味覚・触覚)は受け手が能動的にならないと情報を受けられないです。しかし、目・耳・鼻(視覚・聴覚・嗅覚)は受動的に情報を受け取ってもらうことができます。このことから発信側がアプローチする伝達ルートとして、視覚・嗅覚・聴覚をまず考えるのが妥当だと思います。

・「使ってもらえばよく分かる」そうです、街角で試供品サンプルを配るのはそういうことですよね。五感により多く接触することができればたくさんの情報を提供できるので商品サービスの理解は深まり販売へとつながり易くなります。

しかし前述の通り「使ってもらう」にはかなりお客さんに能動的になってもらわなければなりません。その前にまず認知してもらうためには、受動的な感覚に訴えなければなりませんね。

焼き鳥屋さんなどが焼きの作業を店頭のほうで行うのは煙を店先に流し嗅覚を刺激して情報を伝え、振り向いてもらおうという作戦ですね。視覚的には赤提灯ですかね(笑)。

では飲食関係でない業種はどうでしょうか？煙を出してもしょうがないですね。

そこで登場するのが「音」です。「音」は匂いのように姿もみえませんが情報を伝達することができます。またコントロールもできる情報伝達手段です。

--音は重要な要素--

・テレビCMで音がないと意味や印象が薄れ、認知させるという「広告」の価値が下がります。ラジオCMが成り立つということを考えれば、音は非常に重要な要素であるといえます。

--音は古くからある伝達手段--

・言葉がなくても情報を伝えられます。動物たちは音でコミュニケーションしてますね。人間も「メ～」と鳴けば「羊」などと音から情報を受け取って判断したりしています。音は情報を引き出すツールにもなります。サウンドロゴを持っている会社はこの仕組みを利用しているわけです。

--音のコミュニケーション、電話--

・現代では電話は大切なコミュニケーションツールです。携帯電話の登場もありますますます重要度は増しています。身近なツールですが1対1のツールで多くの人に情報を伝えるという側面では弱いです。

<仕事の中で音が使えらるさまざまなシーン>

---店頭で---

活気のある店は音が豊富。音を使うことで「活気」を演出することができます。

通りで音が鳴っていると「どこで鳴ってるんだろう？」と目を向けてしまうことがありますね。この事象をお店の側から見ると「音でお店の場所を知ってもらうこともできる」ということです。

---展示会で---

音は商品サービスの説明として利用することができます。

大手企業はコンパニオンなど使い大々的にやっていますがこれは予算がかかります。紙のビジュアルだけでは注目されにくいのが現状です。

そこで紙のビジュアルに「音」を足すことで、コストをかけずに、展示会に来ているお客さん情報を伝え、ブースへの来場を促すことができます。

---営業ツールとして---

営業の仕事を考えても、やはりパンフレット・企画書だけより営業マンのトークがあったほうがより分かりやすかったりしますね。特に高額になればよりその傾向が強いのかもかもしれません。また、営業に行ったとき関係者全員が揃わないこともあります。もう一度同じプレゼンテーションをするには時間も労力もかかります。録音したコンテンツを活用すれば何度も同じ説明が労することなく可能です。

---会社案内として---

紙の会社案内ももちろん重要です。しかし業種によっては音を付加することでより深く業務内容を理解してもらえるものもあります。工場などの生産現場の音は「リアリティー」があり、より会社に対しての親密度を増やすツールになるでしょう。

---社内教育ツールとして---

前述の「音」の付いた会社案内、営業ツールがあると新入社員の研修にも応用できます。新入社員に効率よく会社のことを知ってもらうことは、業務を遂行していく上で本人にとっても先輩にとっても重要なことです。コンテンツを上手に利用すれば、時間・コスト共に削減することができます。

---各種マニュアルとして---

操作が音声で案内されると安心できたりします。ビジュアルと組み合わせることでさらに効果は増します。

<音が使われているシーン>

---駅のアナウンス---

音は拡散するので、広い駅での情報伝達には適していると考えられます。海外の駅でアナウンスがなく電車に乗るのに苦労した方も多いはずです。

---ATM---

音声のナビゲートがあると初めての機械でも操作の心配なく使えます。

---カーナビ---

車を運転しながらカーナビのディスプレイを見続けることはできないので音声の案内は大切です。

---アミューズメントパークに見る音の利用---

音をすごく有効に使っているところに、アミューズメントパークがあります。ジェットコースターがコースの頂上に達するまでにキャラクターとともに盛り上げたり、怖がらせるために暗くしたり。このとき音の効果も無視できません。お化け屋敷では「ヒュードロドロ」の音があることで恐怖感を増すことができます。

<音を取り入れるために留意すべき点>

---はっきりとしたナレーション---

録音し再生に耐えうるレベルのナレーションは技術が必要です。

御社の商品・サービスでもプロフェッショナルがいるように、ナレーションもプロフェッショナルを採用しましょう。

---相互補完（ビジュアルとサウンド）---

ビジュアルを作ったときの文章をただ繰り返すのではなく、文字に書ききれなかったところを補完したり、より一層強調したいところを繰り返したりと「サウンドとビジュアル」のバランスをとることが重要です。

<取り込むためのツール>

---音を扱う記録媒体---

カセットテープ・MD・CD、映像もいっしょなら、ビデオ・DVD などなど。音だけを扱うなら手に入れるのもコストの低いものが多いです。

---音を記録する道具---

テープレコーダー、MD デッキ、携帯プレーヤー（メモリータイプ・ハードディスクタイプ）、コンピュータなどなど。時代が変化しさまざまな音を扱う機材が増えてます。

特にコンピュータではソフトウェアと組み合わせることでその威力を発揮します。

その例を挙げてみますと

- ・ サウンドレコーダー（Windows の付属ソフトとして）
- ・ パワーポイント（オフィス関連ソフトで音の録音できるもの）
- ・ プロツールズ（弊社使用のソフトウェア）

などさまざまです。

---音を再生する道具---

ラジカセやミニコンポ、店舗備え付けの音響設備などが考えられます。

* 「良い音だから伝わる」訳ではないです。今あるツールを利用して実施し、効果測定したりノウハウを蓄積したりして、本格的に必要なになったら必要な再生ツールをそろえましょう。テクノロジーの発達と生産能力の向上でこういったツールは非常に廉価になっています。この恩恵を享受しない手はないですね。

もう少し音を身近に利用できるようにサウンドフォースでは音声付加サービス「Add Sound」を開発しました。

第三章 音声付加サービス 「Ad Sound」

< 音声付加サービスの概要 >

1) プレゼンテーション資料の現状とその問題点

* 文字・図・グラフが入ったものは当たり前。

Word・Excelなどでもきれいに資料が作れるようになってきた。

* パワーポイントの普及率の向上。

企画勝負の現代。学生などもパワーポイントを使い始めている。

* クライアントもパワーポイント企画書に慣れてきた。

パワーポイントの普及でクライアントもパワーポイントの企画書に触れることが日常茶飯事に。

* シビアなコスト。

派手なことをやるにはお金がかかる。しかし訴求力が低ければプレゼンテーションを勝ち抜けない…。

よりクライアントの興味を引き、プレゼンテーションに勝つには更なる工夫が必要です。そこでサウンドフォースは他とはちょっと違う、生き生きとしたプレゼンテーションをするために Add Sound (音声付加) サービスをご提案します

2) パワーポイント企画書に音声を付加することで、訴求力のある魅力的なプレゼンテーションをご提供します。

* パワーポイント企画書に音声付加することで次のような利用方法が考えられます。

- 1、説得力のある興味を引くプレゼンテーション
- 2、イベントでの商品説明をパワーポイントで自動再生
- 3、店頭など商品説明を自動化
- 4、大型ビジョンなどで使用する簡単なCMとして

* 企画書に Add Sound することによって企画書をより積極的に活用することができます。

3) 基本サービス

---基本サービス---

・ パワーポイント企画書スライドショーに指定の音声、音楽を付加し簡単なアニメーションをつける

---サービスの基本要件---

- ・ 企画書が完成していること
- ・ 音声、音楽などの素材がすでにあること
- ・ ない場合はオプションをご覧ください。

4) ラフスケジュール (発注から納品までの大まかな手順)

- ・ 素材受け取り、打ち合わせ
- ・ 音声付加作業
- ・ 仮納品、修正打ち合わせ
- ・ 再生調整作業、納品

5) オプション

---ナレーション（音声）の録音---

付加するナレーション（音声）をお作りします。専門ナレーターの手配、原稿作成などご相談ください。

---音楽・SEの制作---

さらに印象づけるために音楽・SEの制作もたまわります。企業サウンドロゴなどは認知に大変効果的です。

---プレゼンテーションのDVDへのコンバート---

PCがないところでも、再生できるようにDVDへコンバートいたします。
(コンバート後の内容は編集できません。)

<特徴>

---専用の音お作りします。---

先にお話しした通り、この効果のある音を、御社専用のコンテンツとしてお作りします。DJをそろえ、原稿を作り、録音する。本業以外にこれを自分でやるのは大変です。しかし一度作ってしまえば繰り返し使えるのも音コンテンツいいところ。これをチャンスにまず一つ作ってみませんか？

---あなたの代わりにプレゼンします。---

例えば社内でも営業先でも、御社の製品・サービスを説明する機会はあるはず。そのとき「しゃべりのプロ」が御社の製品・サービスをプレゼンするなら内容の理解が深まります。また自分がしゃべるプレッシャーから開放され、もっと重要な別の事項、例えば質疑応答に力を注げます。

---大事なことを言い忘れないために---

人前で話すということはプレッシャーのかかるものです。その中で確実に内容をしゃべるのはもっと難しいです。時には時間切れで中途半端なプレゼンテーションになってしまったり...。そうならないために事前にナレーション入りのプレゼンを作ることをお勧めします。当日に人を雇うこともありません。事前に十分に内容吟味できますね。もちろん時間通りに説明をすることができます。より確実に情報を伝えることは、セールスをより確かなものへと導きます。

---ずっとしゃべっている訳にはいかないですね？---

店頭販売など四六時中大声を出している訳にはいかないですね。時には詳しく聞きたいお客さんと話す必要もあります。その間にも音声コンテンツなら引き続き、あなたに代わって商品・サービスを説明してくれます。販売の人員を少なくしてもたくさんのお客様を相手にできますね。

コンテンツを段階的に使用方法を説明するスタイルにすれば、一人のお客様に詳細を話す間に、最初の説明部分をコンテンツで見せてもらうこともできるので、効率的です。

---しゃべりのプロが内容をしっかり伝えます。---

しゃべりのプロがあなたの気合いの入った内容を、思いをこめてナレーションします。あなたはディレクターになったつもりでその善し悪しをジャッジしてください。

---簡単なビジュアルとともに訴求力をアップします。---

今回ご紹介する「音声付加サービス」のように少しのビジュアルを付加するとさらに効果は倍増します。たとえそれが静止画でも音と組み合わせることで、説得力が上昇します

---いつでもどこでも同じクオリティーで---

作りこまれたコンテンツは「いつでもどこでも」同じクオリティーでプレゼンを繰り返し返してくれます。

---オプションでDVDにできます。---

またPCでの再生環境がないところでも再現できるように、オプションでDVDやVHSへのコンバートも承ります。これなら再生環境をローコストに準備できますね。

---作業している間にビジネスが見直せます。---

ナレーションの文章を考えている間にご自分たちのビジネスの説明について考え直す機会にもなります。以外に音にしてみると説得力がなかったり、時間がかかりすぎていて分からなかったりするものです。音声コンテンツを作ることで「手短に、そして分かりやすく」御社の製品・サービスを伝えるより良い「セールストーク」を作りましょう。

---文章内容作成から録音編集までご提供します。---

「文章は考えるのが苦手だな...」そうですね、面倒なものです。

サウンドフォースでは文書作成についてもライター陣をそろえお客様の負担の軽減をいたします。(文章作成はオプションです)

まずは叩き台をみて改めて修正いただき、その後音声コンテンツをお作りします。

---もちろん音だけのオーダーもOKです。---

「やってみたいけど、テレビやディスプレイを用意するのは無理だなー」という方でも大丈夫です。音だけのオーダーでも可能です。サンプルの中にもあるように店頭であれば道行く人に情報を伝えることができます。この場合はオーディオCDで納品いたします。またオプションでカセットテープにコンバートもいたします。

< ケーススタディー >

* 実施例

---保険代理店の店舗での活用---

ある保険代理店の店舗を新規オープンする際に音声のみのサービスをご利用頂きました。紙の広告が出るのに少し時間がある状態でのオープンでしたが、この音声コンテンツを流したところ、興味のあるお客様がお店に入っていました。広告もままならない状態での新規オープンでお客様が来るか心配なところ、音声コンテンツの効果で来店があったことのでとても喜んで頂きました。

---サンプリング活動で---

商品のサンプリングをする場合、たくさんの人数がかけられません。その際この音声コンテンツをCDで提供させていただいたところ、興味を持ってサンプルをもらって頂いたと言っていただきました。音声コンテンツは、音を聞いてポスター・説明に引き込み、興味のあるお客様を選び出すツールでもあります。

< 考えられる応用方法 >

- ・ 社内の新規プレゼンテーションに
- ・ 営業マンの訪問前の事前営業ツールに
- ・ イベント会場でのオートマチックな商品・サービス説明のツールに
- ・ 株主への業績発表のツールに
- ・ 店頭販売での説明補助ツールに

< 価格目安について >

価格目安は以下のようになります。(必ずお問い合わせ下さい。)

基本サービスメニュー

1~5枚までは

ナレーション：56,000円～

企画書に合わせた原稿作成からプロのナレーションを録音いたします。

編集：48,000円～

企画書の最適のスピードに合わせてナレーションを調整いたします。

アニメーション：51,000円～

企画書にワンポイントの動きをお付けします。(編集必須)

オプションメニュー

おまかせBGM制作：20,000円～

サウンドフォース作成のBGMをお付けします。

オリジナルBGM制作：価格はお問い合わせください。

お客様の希望にそったBGMを制作します。

オリジナルサウンドロゴ制作：価格はお問い合わせください。

お客様の希望に沿ったサウンドロゴを制作いたします。

DVDコンバート：15,000円～

DVDプレーヤーで再生できるようにデータをコンバートします。

*メニューを組み合わせるサービスをご利用頂いた場合、「セット割引」をさせていただきます。詳しくはお問い合わせください。

< 商標について >

- ・ Windows は米国 Microsoft 社の米国およびその他の国における登録商標です。
- ・ その他全てのロゴやブランド名、製品名は、各所有者の商標、又は、登録商標です。仕様は全て予告なく変更される場合があります。

Sound Force Presents 「音のチカラ」

2005年3月1日 初版第1刷発行

著者 Masahiro Takeyama

発行者 川村 大輔

発行所 有限会社 サウンドフォース

〒105-0004 東京都港区新橋4-26-7 佐山ビル5F

TEL : 03-6230-3733

FAX : 03-5574-7034

© 2005 MasahiroTakeyama