テレビcmとは

# 定義（森谷による）

テレビcmは、**商品やサービスあるいは考えなどの促進または販売などといったマーケティングを意図したメッセージ**を含みかつ、とりわけテレビ番組の一定の区間または範囲に行われる、コミュニケーションのこと。

# 定義の根拠

* テレビcmは、テレビアドである
* テレビアドは、テレビ番組の一定時間の区間または範囲に行われるアドである。
* アドとは、マーケティングを意図したコミュニケーションで、商品やサービスあるいは考えなどの促進または販売をするためのメッセージを含むコミュニケションである。

アドとは：

**Advertising** is a [marketing](https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing) communication that employs an openly sponsored, non-personal message to promote or sell a product, service or idea.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Advertising>

テレビアドとは：

A **television advertisement** (also called a **television commercial**, **commercial**, **advert**, **TV advert** or simply an **ad**) is a span of television programming produced and paid for by an organization. It conveys a message promoting, and aiming to market, a product or service. [Advertisers](https://en.wikipedia.org/wiki/Advertising) and [marketers](https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing) may refer to television commercials as **TVCs**.[[1]](https://en.wikipedia.org/wiki/Television_advertisement#cite_note-1)

<https://en.wikipedia.org/wiki/Television_advertisement>

テレビCM分類機能とは

# テレビCM分類機能は、

# 任意のテレビCMを、**特定の促進または販売を意図した商品やサービスあるいは考えへ写像する。**

任意のテレビCM

任意の商品やサービスあるいは考え

テレビCM分類機能:= F

ただし実際の実装では、の部分集合を考える。

# の要素を任意で設定

* 車
* 飲料
* 番組の予告
* 上にあげたどれでもない