
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア論 ガイダンス


中野秀男

情報メディア学科/ICTセンター長

1 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24


今日の話

- ▶ **この講義の位置づけ**
 - ▶ 科目体系
 - ▶ 履修コース的には(メディアコミュニケーション)→(広告)
 - ▶ 従来は(マスコミ)→(広告)ですが、今はもっと広い範囲
- ▶ **科目体系と履修コース**
 - ▶ 科目体系の中ではマスメディアに属しますが、アドネットワーク等の新しいことが出てきています。
- ▶ **コメント用紙**
 - ▶ 興味があることや聞きたいことをコメント用紙に
- ▶ **講義のスケジュール**
- ▶ **採点**
 - ▶ シラバス: 出席点40, 平常点30, 到達度30
 - ▶ コメント用紙の内容で採点します。
- ▶ 「情報システム論」の広告システムでの配布資料を最後に

2 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

科目体系(1)

ソーシャルメディア		マスメディア			
システム	デザイン(ウェブ、マルチメディア)				
ソフト、アプリ	コピー ライティ ング	音声 サウンド 音楽	グラ フィック	動画 CG アニメ	
コンピュータ		情報コンテンツ基礎科目			
ネットワーク					
導入科目		支援科目			

3 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

講義のスケジュール(1)

- ▶ 1.9月24日: 講義の進め方等のガイダンス
- ▶ 2.10月1日: 広告の定義、広告の種類
- ▶ 3.10月8日: 広告の歴史
- ▶ 4.10月15日: マーケティングと広告
- ▶ 5.10月22日: 送り手の組織
- ▶ 6.10月29日: 受け手の権利
- ▶ 7.11月5日: 広告メディアの種類
- ▶ 8.11月12日: 印刷メディア

▶ 7

広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24



講義のスケジュール(2)

- ▶ 11月19日: 休講
- ▶ 9.11月26日: 電波メディア
- ▶ 10.12月3日: インターネットメディア
- ▶ 11.12月10日: OOHメディア
- ▶ 12.12月17日: デジタルサイネージ
- ▶ 13.1月14日: アドネットワーク
- ▶ 14.1月21日: ビッグデータと広告メディア
- ▶ 15.2月4日(予定)VOD補講: まとめ

▶ 8

広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24



広告

- ▶ 定義
 - ▶ 「広告の理論と戦略(第18版)」清水公一著より
 - ▶ 企業や非営利組織または個人としての**広告主が**
 - ▶ 自己の利益および社会的利益の増大化を目的とし
 - ▶ 管理可能な非人間的媒体を使って
 - ▶ 選択された生活者や使用者に
 - ▶ 商品、サービス、またはアイデアを
 - ▶ 広告主を明確にして
 - ▶ 告知し説得する
 - ▶ コミュニケーション活動


▶ 9

広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24




広告のプレーヤ

- ▶ 送り手
 - ▶ 広告主
 - ▶ 組織の広告部門
 - ▶ 広告会社
 - ▶ 広告代理店など
 - ▶ 大手は電通、博報堂
 - ▶ 媒体社
 - ▶ 新聞社、雑誌社、ラジオ放送局、テレビ放送局
- ▶ 受け手
 - ▶ 消費者

▶ 10 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告媒体(1)

- ▶ 印刷媒体
 - ▶ 新聞広告
 - ▶ 雑誌広告
- ▶ 電波媒体
 - ▶ ラジオ広告
 - ▶ テレビ広告
- ▶ インターネット媒体
 - ▶ ウェブサイト
 - ▶ モバイルサイト
 - ▶ メールマガジン
 - ▶ スマートフォンサイト

▶ 11 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告媒体(2)

- ▶ OOHメディア
 - ▶ 屋外広告
 - ▶ 交通広告
- ▶ 他の媒体
 - ▶ 映画の広告
 - ▶ ダイレクトメール
 - ▶ 新聞折込広告
 - ▶ 会社案内・PR誌

▶ 12 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


デジタルサイネージ

- ▶ ディスプレーが屋外に
- ▶ 種類
 - ▶ 表示型
 - ▶ 端末型
 - ▶ センサー付き端末型(まだないけど)
- ▶ 表示型
 - ▶ 配信サーバからコンテンツや番組表をSTBIに送る
 - ▶ STB: SET TOP BOX
 - ▶ STBは番組表に従ってスケジュールに従って表示

▶ 13 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


アドネットワーク(1)

- ▶ 従来の広告
 - ▶ クリエイティブ(広告原稿) → 掲載枠 → 受け手
 - ▶ 動画でなければ原稿は固定
- ▶ アドサーバ → コンテンツサーバ
 - ▶ ウェブサーバ(コンテンツサーバ)は枠を作ってタグを入れるだけ
- ▶ 4スクリーンに対して広告をうつ
 - ▶ テレビ
 - ▶ パソコン
 - ▶ タブレット
 - ▶ スマフォ
- ▶ パソコン、タブレット、スマホに対しては
 - ▶ ウェブ広告(表示の中に枠)
 - ▶ アプリ内広告

▶ 14 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

アドネットワーク(2)

- ▶ 流れ
 - ▶ 受け手がウェブやアプリを開く
 - ▶ クッキーがウェブやアプリを通してアドサーバへ
 - ▶ アドサーバの中で複数の広告主がオークション
 - ▶ クッキーの情報を解析して複数の広告主が評価して
 - ▶ 評価結果でオークションして広告主が決まる
 - ▶ アドサーバがコンテンツサーバやアプリに表示する広告を送る
 - ▶ 受け手がウェブやアプリにある広告を視聴
- ▶ アプリの中にも

▶ 15 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

アドネットワーク(3)

- ▶ 集められて統合されるもの
 - ▶ 顧客ID
 - ▶ ウェブサイト訪問クッキー
 - ▶ 会員ID
 - ▶ ソーシャルメディアID
- ▶ DMP(Data Management Platform)
 - ▶ データマネジメントプラットフォーム
 - ▶ 広告配信対象となるデータを販売する事業者
- ▶ プライベートDMP
 - ▶ 企業が自社で保有するデータを外部のデータと統合して分析
 - ▶ 企業やブランドによって個々のユーザDBの意味や価値を規定
 - ▶ コミュニケーションやサービスを差し分ける基盤

▶ 16 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


アドネットワーク(4) DSP, SSP, RTB

- ▶ DSP
 - ▶ デマンドサイドプラットフォーム
 - ▶ 広告主や広告会社が使うプラットフォーム
- ▶ SSP
 - ▶ サプライサイドプラットフォーム
 - ▶ 媒体社が使うプラットフォーム
- ▶ RTB
 - ▶ リアルタイムビidding
 - ▶ DSPによる入札と、SSPによる応札を
 - ▶ コンピュータによって瞬時に
 - ▶ I配信(インプレッション)ごとに行う

▶ 17 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

コメントや質問(1)

- ▶ アナログの広告にも価値が
- ▶ テレビの広告の費用
- ▶ 新聞とテレビだとどちらが見ているのが多いか
- ▶ 広告の媒体にはそれぞれ意義や理由が
- ▶ 広告の伝え方で洗脳効果が
- ▶ OOH広告は初めて聞いた
- ▶ どこにいても広告
- ▶ これからは広告費も安くなるのでは
- ▶ 広告のキャッチコピーが難しい

▶ 18 広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

コメントと質問(2)

- ▶ アプリの広告は邪魔
- ▶ アプリの広告は邪魔なので利用時はネットワークをオフ
- ▶ アプリ内広告は踏むと面倒
- ▶ 趣味などのアプリにも広告はあるか
- ▶ クッキーの名前の由来は
- ▶ 動く広告はコンテンツとどう違う
- ▶ 広告のオークション
- ▶ ユーザに応じて広告が変わるとプライバシーが
- ▶ ニコ動やYouTubeの前後の動画は誰が
- ▶ 隅に広告のバナー。開くだけでお金がかかる

▶ 19

広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24



コメントと質問(3)

- ▶ YouTubeと広告とチラシの広告では効果は違うか
- ▶ YouTubeの動画の前の動画はなくしてほしい
- ▶ YouTubeの広告が急に出てきた理由。どういシステムか
- ▶ ネット広告で一度稼いでみたい
- ▶ アフィリエイトはどのように変化
- ▶ Facebookでは歳によって広告はかわる
- ▶ ウェブ広告は変なバナーが多い
- ▶ アプリの広告も変な位置にボタン。制作者の意図か

▶ 20

広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24



コメントと質問(4)

- ▶ JR天王寺駅のデジタルサイネージ
- ▶ デジタルサイネージは一般化されるか
- ▶ デジタルサイネージにハック
- ▶ 端末型やセンサー型のサイネージは未来で生きているよう
- ▶ ディスプレーの進化とともに広告も進化

▶ 21

広告メディア概論ガイダンス 2015/9/24