

帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論
送り手の組織

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 送り手の組織 2015/10/22

今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 広告の種類(まとめ)
- ▶ マーケティング
- ▶ 広告の送り手
- ▶ 広告を写メなどで撮ってC-learningにアップしてみる
 - ▶ その広告の種類は
- ▶ 未来の広告を考えてみよう(前振り)

2 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の定義(再掲)

- ▶ 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(公益)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

3 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の種類(1)

- ▶ 機能別分類
 - ▶ 短期直接行動広告、長期直接行動広告、間接行動広告
- ▶ 広告地域別分類
 - ▶ 全国広告、ブロック広告、小売広告
- ▶ 広告対象別分類
 - ▶ 消費者広告、産業広告、流通広告、専門広告、農業広告
- ▶ 広告訴求内容別分類
 - ▶ 商品広告、企業広告、商品・企業折衷広告
- ▶ 広告訴求のタイプ別分類
 - ▶ 感情広告、理由広告
- ▶ 需要別分類
 - ▶ 基本的需要広告、選択的需要広告

▶ 4 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の種類(2)

- ▶ コミュニケーション・スペクトル別分類
 - ▶ 知名広告、理解広告、確信広告、行動広告
- ▶ 印象・説得別分類
 - ▶ 印象広告、説得広告
- ▶ 広告媒体別広告
 - ▶ 次スライド
- ▶ 商品ライフ・サイクル別分類
 - ▶ 導入直前期広告、導入期広告、成長期広告、成熟期広告
 - ▶ 衰退期広告

▶ 5 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の種類(3)

- ▶ 広告媒体別広告
 - ▶ (1) 新聞広告、(2) 雑誌広告
 - ▶ (3) ラジオ広告、(4) テレビ広告
 - ▶ (5) 有線放送広告
 - ▶ (6) 屋外広告(OOH: Out Of Home)
 - ▶ (7) 交通広告
 - ▶ (8) 映画・スライド広告
 - ▶ (9) ダイレクトメール(DM)広告
 - ▶ (10) 新聞折込広告
 - ▶ (11) POP広告(店頭広告または購入時点広告)
 - ▶ (12) その他の広告

▶ 6 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティング(2) 4P理論

- ▶ **マーケティング理論: 4P理論**
 - ▶ マーケティングマネージャが統制しうる
- ▶ **4P理論**
 - ▶ Product: 製品
 - ▶ Place: 場所
 - ▶ Promotion: 販売促進
 - ▶ Price: 価格
- ▶ 広告Promotion(販売促進)の一手段
- ▶ 統制できないもの
 - ▶ 文化的・社会的環境、競合企業
 - ▶ 経済環境、政治的・法律的环境

▶ 7 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

マーケティング(3) Promotion

- ▶ **プロモーション**
 - ▶ 広義: 人的販売、広告活動、パブリシティなどを含む顧客の購読を刺激するすべての方法
 - ▶ 狭義: 人的販売、広告活動、パブリシティを除くマーケティングの諸活動。陳列、展示、展示会、実演など
- ▶ **プロモーションからマーケティング・コミュニケーションへ**
 - ▶ 広告、販売促進、人的販売
 - ▶ パブリック・リレーションズ(PR)、パブリシティ
 - ▶ コーポレート・アイデンティティ(CI)、商品、チャネル
 - ▶ クチコミ

▶ 8 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティング(4) 4Pから4Cへ

- ▶ **ProductからCommodityへ**
 - ▶ 製品から商品へ: サービスの商品化、ブランド化
- ▶ **PriceからCostへ**
 - ▶ 商品やサービスの価格、流通の価格
 - ▶ コミュニケーション・コスト
- ▶ **PlaceからChannelへ**
 - ▶ 流通経路政策、物的流通
- ▶ **PromotionからCommunicationへ**
 - ▶ マーケティング・コミュニケーション

▶ 9 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


マーケティング(5) 新しい動き

- ▶ トリプル・メディア: ソーシャルメディアの時代
 - ▶ ペイド・メディア(paid): 有料の広告
 - ▶ オウンド・メディア(owned): 自社のホームページや自社の看板
 - ▶ アーンド・メディア(earned): SNSなどを使って評判を形成
- ▶ ホリシティック・アプローチ
 - ▶ 企業と消費者、国と国、人間と自然を包括的に考える
- ▶ エンゲージメント
 - ▶ 企業と消費者を紐づける共生マーケティング
 - ▶ ネットなどで消費者とのコンタクトポイントを通して、詳細な商品情報や企業情報を提供

▶ 10 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)

- ▶ 商品に含まれる広告費はどれぐらいか
- ▶ 競馬のレース名はお金で買えるが広告か
- ▶ オウンドメディアが増えると広告代理店は減っていくのか
- ▶ プライバシーに関わる法律には注意
- ▶ 昔みたいに商品名だけだすのはおもしろくない
- ▶ サービスにお金を払うのはチップみたいなものか
- ▶ 受け手の履歴で動画が出る
- ▶ CMや広告は短いフレーズなので、コミュニケーションがかなり必要
- ▶ 4P理論

▶ 11 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ 口コミは広告か
- ▶ 前もって体験するモニターはマーケティングの一種ですか
- ▶ 広告にプレミアや「大人の」をつけるのはあるか
- ▶ 情報にもプレミアムはあるか
- ▶ 広告にコミュニケーションがあるのは気がつかなかった
- ▶ 共生マーケティングは難しい。特に国も間では
- ▶ サブリミナルは効果があるか
- ▶ どんな広告が消費者に効果があるか
- ▶ 今後の広告に対する中野の意見
- ▶ 一番衝撃を受けたり面白かった広告は

▶ 12 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(3)

- ▶ テレビのCMの内容は誰が考えているのか
- ▶ CMIにストーリーがあるが、最初から全て計算されているか
- ▶ JASRACに支払うお金は
- ▶ AUの広告が人気。知名度はあるのに
- ▶ タケモトピアノの広告
- ▶ 具体的なマーケティングの仕事は
- ▶ これから普及流行する新しい広告の種類
- ▶ PVは大事
- ▶ ずっと同じ広告と変えていく広告でどちらが収益性が
- ▶ 内容とキャスティングと曲が合っていないものがある

▶ 13

広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22



質問とコメント(4)

- ▶ トリプルメディアはいつから
- ▶ これからSNSを使った広告が出てくる
- ▶ 有料の広告。エンゲージメントは面白い
- ▶ 昔の広告の方が面白い
- ▶ ポンデライオンのゲーム
- ▶ TVで流れる大学のCM
- ▶ 野球場などに帝塚山の広告をだすと高額に
- ▶ ゲームの広告はどんな種類か
- ▶ マーケティングでよくなる職業は
- ▶ 信用できる広告の特徴は

▶ 14

広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22



質問とコメント(5)

- ▶ 信用できる広告の特徴は
- ▶ 昔の広告は雰囲気も違って面白い
- ▶ 法律で情報は難しくなる
- ▶ デジタルサイネージの広告はこの収入
- ▶ 吊り革の広告は公募制
- ▶ 全チャンネルの広告ジャック
- ▶ 行動を売るというサービスは
- ▶ 情報系の就職は難しい
- ▶ 進歩が早すぎ
- ▶ 広告は出していないけど儲かっている会社


▶ 15

広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22




質問とコメント(6)

- ▶ 視聴率の世帯数
- ▶ マーケティングは競合会社のことと思っていた
- ▶ モノからサービスへは納得
- ▶ 人の心理をつく広告はどれぐらいあるか
- ▶ Twitterで商品レビューしたらAmazonからアフェリエイト
- ▶ tsuというSNSは広告収入を分配

▶ 16 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告の送り手：広告主

- ▶ 広告部門の位置付け
 - ▶ 社長直接統括型
 - ▶ マーケティング部長直接統括型
 - ▶ 営業部長直接統括型
 - ▶ 事業部制度下の広告部門集積型
 - ▶ 事業部制度下の広告部門分権型
 - ▶ 事業部制度下の広告部門集積・分権型
- ▶ 広告部門内部の組織
 - ▶ 機能別組織
 - ▶ 媒体別組織
 - ▶ 商品別組織
 - ▶ 広告対象別組織
 - ▶ 地域別組織

▶ 17 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告の送り手：広告会社と媒体社

- ▶ 広告会社
 - ▶ アメリカの典型的なフルサービスの大手広告代理店
 - ▶ 電通
- ▶ 媒体社
 - ▶ 朝日新聞東京本社広告局
 - ▶ 東京放送

▶ 18 広告メディア概論 送り手の組織 2015/10/22  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
