

 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論
ネットメディア
アドネットワーク (2)

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 インターネット媒体 2015/12/3

今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ インターネット媒体
 - ▶ ウェブ広告
 - ▶ リスティング広告
 - ▶ メール広告
 - ▶ アフェリエイト広告
- ▶ アドネットワーク(2)
 - ▶ 徐々にやります

▶ 2 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(1)

- ▶ 広告の料金が高い
- ▶ 広告でお金をかけるべきところ
- ▶ 地方の広告が安い
- ▶ 人が持っているものも広告
- ▶ インフルエンサーは風邪のよう
- ▶ 薬とサブリの話はよかった
- ▶ 若者が新聞を読まなくなったのでYahooニュースに広告を載せたほうが
- ▶ 新聞が個性を出すという意味
- ▶ 新聞にも個性が

▶ 3 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ ラジオ広告は表現の自由さが好き
- ▶ テレビとラジオの放送局でどちらが儲かっているのか
- ▶ 24時間テレビのCMはスポットか
- ▶ テレビを見ない人が増えてきた。これからのテレビ広告は
- ▶ MBS見学には興味
- ▶ 番組CMはストーリーがあって面白い
- ▶ NHKの強制はこれからどう動くか
- ▶ 中野がNHKのニュースでもめた理由
- ▶ たった一言で1万

▶ 4

広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3



質問とコメント(3)

- ▶ アプリ広告はいらいらと
- ▶ ニコ動も広告が増えてきた
- ▶ YoutubeやTwitterにも広告が増えて不便
- ▶ ネットサーバの使い道がわかった
- ▶ サーバがたくさんある。一つ潰れたら大変
- ▶ 広告のネットワーク化でどんどん新しい広告が
- ▶ アドネットワークは必要以上に閲覧情報をとっている
- ▶ アドネットでのウェブの広告は広告主が許可を出しているか

▶ 5

広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3



質問とコメント(4)

- ▶ Google Analyticsはすごい
- ▶ サイトにアクセスしただけでいろいろわかるので個人情報どころではない
- ▶ ウェブにアクセスするときに携帯の種類がわかるメリット
- ▶ 新しいCMにワクワク
- ▶ スキミング防止はどうして
- ▶ スキミング防止カードはどこで買える
- ▶ 大学のホームページはスマホ版も同じ
- ▶ バス停の時刻表示、通るだけで変化。便利なようで怖い

▶ 6

広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3



質問とコメント(5)

- ▶ 個人情報の扱いきつくなるとネット広告もテレビCMのように不特定多数に流すのか
- ▶ コンビニの事件はどうにかして欲しい
- ▶ スマホから出ている電波で盗まれるものは
- ▶ 事前説明していれば顔の写真は撮れるか
- ▶ 顔情報のアップ
- ▶ 個人情報はある程度知られていると思ったほうがいい
- ▶ 情報に対する強者と弱者に差をつける
- ▶ MacはMacintoshと知らない人も多い
- ▶ 大学生がiPadを持つ意味が
- ▶ iPad Proのペンシルと液晶のタブレットはどちらがう

▶ 7

広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3



質問とコメント(6)

- ▶ Pepperの性能は
- ▶ Pepperの頭にマイクが4つ
- ▶ Pepper for bizのメンテ以外の差
- ▶ Pepper触ってみたい
- ▶ Pepperの学習能力は人が入力か自動か
- ▶ Pepperを使った宣伝は
- ▶ Pepperが和泉市のらぼーとに
- ▶ Pepperは何のために作られたか
- ▶ 数十年後には各家庭にPepper

▶ 8

広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3



インターネット媒体(1)

- ▶ ウェブ広告
 - ▶ バナー広告
 - ▶ フローティング広告
 - ▶ エキスパンダ広告(オンマウスで拡大)
 - ▶ テキスト広告
- ▶ リスティング広告
 - ▶ 検索連動型広告
 - ▶ クリックすると広告料が発生

▶ 9

広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3



インターネット媒体(2)

- ▶ メール広告
 - ▶ メールマガジン広告
 - ▶ 登録したメアドに送る
 - ▶ 名刺渡したら勝手に送ってくるのもある
 - ▶ オプトインメール広告
 - ▶ メール受信で承諾したら、DMが送ってくる
- ▶ アフェリエイト広告
 - ▶ 成果報酬型広告
 - ▶ カタログ請求や売りあげ等の成果が生じたときに報酬を支払う
- ▶ モバイル広告

▶ 10 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  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

▶ 11 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  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

▶ 12 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  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

▶ 13 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  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
 - ▶ 1配信(インプレッション)ごとに行う

▶ 14 広告メディア概論 インターネット媒体 2015/12/3  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
