 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


広告メディア概論 マーケティングと広告

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 マーケティング 2016/10/18

今日の話


- ▶ 広告の歴史
- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 広告の種類(まとめ)
- ▶ 広告関係以外の質問とコメントに答える
- ▶ マーケティング
- ▶ 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)

 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

2 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18

(再掲)広告の歴史(5)


- ▶ 戦後の発展(1)
 - ▶ 電波媒体の誕生とCMの歴史
 - ▶ ラジオ: 1951年(昭和26年)9月1日:新日本放送、中部日本放送
 - ▶ テレビ: 1953年(昭和28年)8月 日本テレビ
 - ▶ テレビコマーシャル
 - ▶ 第1号 精工舎の「正午の時報」
 - ▶ ミツワ石鹸「ワッワッワア輪が三つ」
 - ▶ 寿屋の「アंकルトリス」
 - ▶ 丸定商店「なんである。アイデアル」
 - ▶ 清酒神聖「かあちゃん、いっばいやっか」
 - ▶ 小西六「コニカはコニカ、いいと思うよ」
 - ▶ アサヒビール「アサヒスタイン、ア!!」

 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

3 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18


(再掲)広告の歴史(6)

- ▶ 戦後の発展(2)
 - ▶ テレビコマーシャル(続)
 - ▶ コルゲンコーワ「おめえへソめいじゃねえか」(1964年)
 - ▶ 富士写真フィルム「ワタシニモウツセマス」
 - ▶ レナウン「イエイエ」
 - ▶ 丸善石油「オー、モーレツ」
 - ▶ パイロット万年筆「はっばふみふみ」
 - ▶ 広告代理業の変遷
 - ▶ 広告主の変遷
 - ▶ 広告関係団体の誕生

▶ 4 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  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

▶ 5 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(1)

- ▶ 祭りの提灯も広告
- ▶ 電車の広告は抽選
- ▶ お金がかかる広告を作っても儲かるか
- ▶ 最初の広告はどのようなものですか？
- ▶ 懐かしいCMがあった。
- ▶ 雑誌が紙からデジタルになると広告はどうなるか
- ▶ 今、多い広告はなんですか？
- ▶ 昔の広告も工夫してセンスのいいものを作っている
- ▶ 広告は古くからある
- ▶ 「美術として作られたもの」が広告として作用するか

▶ 6 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ 広告の歴史について学びたい。
- ▶ たくさんの広告が街にあるが、どういった広告が影響力があるか？
- ▶ 昔のCMは自社専用の歌ばかりのイメージが
- ▶ 初めてCMに起用された歌手は
- ▶ 視聴者目線のテレビは面白そうだが、問題も
- ▶ 広告にはものすごくお金がかかる。
- ▶ 広告はどこまでが入るか
- ▶ 安部総理のマリオは4年後の東京オリンピックの広告か

▶ 7

広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18



質問とコメント(3)

- ▶ 世の中、広告だらけ
- ▶ サントリーは昔からCMに力を入れている
- ▶ 最近の広告は動画が多くて、最後まで見ないとわからない
- ▶ ふるさと納税のPRも特色が出ている
- ▶ 会社で広告代はどれぐらいを占めているか？
- ▶ 広告は多くのプレイヤーを経て届く
- ▶ 広告代理店は難しそう
- ▶ 費用は本当に広告効果にあったものか
- ▶ 放送中止になったCM

▶ 8

広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18



質問とコメント(4)

- ▶ 短いCMもある
- ▶ 携帯3社のCMでどの会社のCMが人気があって利益につながっているか？
- ▶ 時間帯毎にCMを変えるのはすごい
- ▶ 広告収入の単位が気になる
- ▶ Youtubeの5秒でスキップは広告媒体社はいくら利益が
- ▶ 試食って広告ですか？


▶ 9

広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18




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・企業折表広告
- ▶ 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

▶ 10 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  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

▶ 11 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  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

▶ 12 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(5)

- ▶ 最近、スマホで広告を消すアプリが流行っているが、どのような仕組みか
- ▶ なぜ昔のCMは過激なのに最近はないのか
- ▶ 放送禁止は誰がしているか
- ▶ 他のサイトを見ている時にアマゾンのセールス開始の広告が出て、以前から欲しいものが安く買えた。
- ▶ Radiko: 1990年代からインターネットでやろうとしていた
- ▶ ウェブのアクセス解析のやり方はなるほどと
- ▶ Google Analyticsは使って見たい
- ▶ WiFiの packets がたくさん流れていたが公衆WiFiは危険？

マーケティング(1)


- ▶ **マーケティングの発生**
 - ▶ 生産が消費を上回る
 - ▶ 市場を開拓し、市場に商品を効率よく配給する
- ▶ **高度成長期から低成長時代へ**
 - ▶ 1980年代からバブル期、バブル崩壊を経て
 - ▶ 共生マーケティングの時代へ

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
 - ▶ マーケティングミックスの構成要素
- ▶ **4P理論**
 - ▶ Product: 製品
 - ▶ Place: 場所
 - ▶ Promotion: 販売促進
 - ▶ Price: 価格
- ▶ **広告**は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

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
- ▶ **プロモーションとセールスプロモーション(狭義)**
- ▶ **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

▶ 16 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  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
 - ▶ 製品は売り手の論理、商品は売り手と買い手の両方
- ▶ **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

▶ 17 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  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

▶ 18 広告メディア概論 マーケティング 2016/10/18  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
