

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 2016/10/25

今日の話

- ▶ 広告の種類(まとめ)
- ▶ マーケティング
- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 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 2016/10/25 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 2016/10/25 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 2016/10/25  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 2016/10/25  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 2016/10/25  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

▶ 7 広告メディア概論 送り手の組織 2016/10/25  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 2016/10/25  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 2016/10/25  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 2016/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)

- ▶ 用語が色々出てくるので覚えるのが大変
- ▶ 広告はプロモーションの一部
- ▶ マーケティングが少しわかって来た
- ▶ 3000年前から広告があった
- ▶ テレビの広告が50%と思ったら30%
- ▶ Radikoは昔からやろうとしていた
- ▶ トリプルメディアは覚える
- ▶ もう少しCM系のことが知りたい
- ▶ POP広告
- ▶ 昔のCMは面白い

▶ 11 広告メディア概論 送り手の組織 2016/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ 最近、AbemaTVが流行っている
- ▶ 広告と広報は違う
- ▶ 広告は簡単だと思ったけど難しそう
- ▶ 電通や博報堂の仕組みについて知りたい
- ▶ 電通や博報堂の制作した広告で影響力のあったのは
- ▶ 制作されるまでの仕組み
- ▶ テレビが白黒の時代があった
- ▶ 時代によって物事は変わる
- ▶ 謎解きゲームをしながら歩いたら、それも広告か
- ▶ グリーとライオンと資生堂は8%以上、広告にかけている

▶ 12 広告メディア概論 送り手の組織 2016/10/25  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(3)

- ▶ 広告にかけているお金はもっと多いと思っていた
- ▶ 最近、分かりにくい広告が多いが、広告の定義から外れているのか
- ▶ 試食はプロモーション
- ▶ 数値化して解説してもらえるとわかりやすい
- ▶ 広告したいものに向いている媒体
- ▶ 広告費は兆単位
- ▶ 最初の広告は今と違う
- ▶ 雑誌の広告もネットの広告も目的は同じ

▶ 13

広告メディア概論 送り手の組織

2016/10/25



質問とコメント(4)

- ▶ 昔の広告の猫のイラストが可愛かった。表現は色々
- ▶ 何をしているかわからない会社のCMもあるが意味は
- ▶ 4P理論
- ▶ 深夜の広告はCMも長く同じものばかり。狙いは
 - ▶ 健康食品が多い
 - ▶ 女性向けの化粧品が深夜3時だと主婦は起きていない
- ▶ CMIに起用したタレント等が事件を起こすと違約金
- ▶ 広告の種類が多い

▶ 14

広告メディア概論 送り手の組織

2016/10/25



質問とコメント(5)

- ▶ 信用できる広告の特徴は
- ▶ 広告を打たないBtoBの会社はどうして儲けているか
- ▶ マーケティングも広い意味がある
- ▶ マーケティングには興味がある
- ▶ パチンコの広告を増やして欲しい
- ▶ いつか広告がネットだけに
- ▶ 広告代は支払った代金から
- ▶ テレビCMでこのひとが出演すると売り上げが上がる人
- ▶ 広告はネットが主流か
- ▶ 昔のCMは今と違う

▶ 15

広告メディア概論 送り手の組織

2016/10/25



質問とコメント(6)

- ▶ 白黒のCM。トリスのCMは何を伝えたいのか
- ▶ 電通が世界の広告社のベスト5
- ▶ 資生堂のCM費が買った化粧品の代金から
- ▶ プロモーションと広告の違い
- ▶ エンゲージメント
- ▶ ラジオでクッションの広告が
- ▶ 日本はアニメーションを入れた広告をもっと
- ▶ ローマの人はワインを温めて飲む
- ▶ Wikipediaが必ずしも正しいとは限らないならどうすれば
 - ▶ Wikipediaと先生の話が食い違っていたら

▶ 16

広告メディア概論 送り手の組織 2016/10/25



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 2016/10/25



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 2016/10/25