 帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論  
広告の計画と予算

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 広告の計画と予算 2016/11/15

---

---

---

---

---


---

---

---

今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 広告の計画
  - ▶ マーケティング・プロフィール
  - ▶ 広告の基本戦略
- ▶ 広告の予算
  - ▶ 世界
  - ▶ アメリカ
  - ▶ 日本

▶ 2 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  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 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(1)

- ▶ トリプルメディアをもう一度
- ▶ 広告はこれからはじっくりみたい
- ▶ 街でいろいろな広告を探してみる
- ▶ 広告の写メはどういうのをやればいいか
- ▶ ケネディ大統領の消費者の4つの権利
- ▶ 受け手の権利が法律になっている
- ▶ 広告の自主規制コードがイマイチわからない
- ▶ 不快なCMは自主規制
- ▶ 消費者の心が動く広告は

▶ 4 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(2)

- ▶ 何事も法律があり、量が多い
- ▶ 企業が広告収入で支えられている
- ▶ 時間帯で流れる広告はスポンサー依存?
- ▶ ACという会社は何:公益社団法人ACジャパン
- ▶ いろいろな規制がある
- ▶ 広告料は結構入ってくるのか
- ▶ 閲覧が多くなれば会社は成り立つか
- ▶ ニコニコ動画の「てきゅう」アニメは広告の方が面白い

▶ 5 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(3)

- ▶ 権利が少しはわかった
- ▶ 大企業は広告で赤字になることはあるか
- ▶ 斬新な広告と言われる基準は
- ▶ 自主規制にインターネット関係がないのは遅れているのか
- ▶ そこまで自主規制する必要があるか
- ▶ 昔と現在の広告でガラッと変わったものはありますか
- ▶ 規制が多くなったのは消費者側が関わったから
- ▶ 会社の話が聞けたのでよかった。部署で経験を積む
- ▶

▶ 6 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(4)

- ▶ JAROの話は興味深かった
- ▶ JAROの存在を知ってよかった
- ▶ JAROのCM
- ▶ iPhoneの中身を覗くのをAppleが拒否した事件
- ▶ CMを流す時間は昼と夜はどちらが多いか。理由は
- ▶ 消費者基本法は聞けてよかった
- ▶ 消費者センターではどんなときに頼るか

▶ 7 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(5)

- ▶ コンシューマリズムが働いているのがわかった
- ▶ 制作費に興味がある
- ▶ Youtuberの収入はすごいが広告収入？
- ▶ ネットで調べるのが当たり前なのに本がいいと
- ▶ Twitterでも広告が最近でる
- ▶ 色々な方法で色々なところに広告がある
- ▶ 消費者の権利は当たり前だが定義したのはすごい

▶ 8 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(6)

- ▶ iPhoneやiPadを何かに繋ぐとテレビにそのまま流せる
- ▶ 関西のテレビのメリットは
- ▶ NetflixとAmazon Primeはどちらがオススメか
- ▶ 海外で流れている日本のアニメは声当てが雑
  - ▶ キャラの独特の個性も消える
- ▶ 今回の電通の事件があっても就職する人がいるのは何に惹かれるか
- ▶ 東京オリンピックが終わると仕事なくなるのは何故
  - ▶ 正規社員を採用しないのはブラックだからか
- ▶ 日立のようにユニット制にすると何のメリットがある
- ▶ ヨドバシカメラとJR大阪駅が繋がると梅田が便利に

▶ 9 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

マーケティングプロフィール(1)

- ▶ 広告計画の前提: マーケティング・プロフィール
  - ▶ 1.コーポレート・プロフィール:企業情報
    - ▶ 企業の経歴、業界での位置付け、競合会社の情報、経営方針
    - ▶ 企業イメージ、サウンドやロゴ、マーケティング目標
  - ▶ 2.コモディティ・プロフィール:商品情報
    - ▶ 性能、特性、改良点、パッケージ、ブランド名や知名度
    - ▶ 商品イメージ、商品利用状況、自社の商品のクラス
    - ▶ マーケティング・シェア、競合ブランド情報
  - ▶ 3.コミュニケーション・プロフィール
    - ▶ 広告活動、販売促進活動、人的販売活動、PR活動
    - ▶ パブリシティ活動、社内コミュニケーション活動
    - ▶ 競合会社の広告活動

▶ 10 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

マーケティングプロフィール(2)

- ▶ 4.チャネル・プロフィール:流通経路や物流
  - ▶ 輸送、保管、小売店の商品在庫、商品回転率、商品陳列
  - ▶ 小売業へのサービス情報、競合会社の情報
- ▶ 5.コスト・プロフィール:マーケティング・コスト
  - ▶ 価格設定情報、流通経路のコスト、販売実績と対広告比
  - ▶ 販売促進費、計画プロジェクトのコスト、競合会社の情報
- ▶ 6.コンシューマ・プロフィール:消費者情報、市場情報
  - ▶ 地理的・人口的情報、ライフスタイル、広告への反応情報
  - ▶ ブランドの認知、購入動機情報、購入頻度、使用状況
- ▶ サーカムタンス・プロフィール:環境情報
  - ▶ 国の政治的・法的環境および国際環境情報、自然環境情報
  - ▶ 社会や福祉の問題、文化的環境、経済環境

▶ 11 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

広告の基本戦略(1)

- ▶ 広告目標の設定
  - ▶ 売り上げの増大、態度変容、認知度、イメージの創成
  - ▶ 世論の盛り上げや抵抗の除去
- ▶ 広告予算の編成
- ▶ 媒体戦略・戦術
  - ▶ 媒体目標:人口・地理的細分化、実施時期と期間
  - ▶ 媒体戦略:広告費の配分、主要と媒体選定、補助媒体選定
    - ▶ スペースとタイム、ターゲット・オーディエンス
  - ▶ 媒体戦術:予算の概算表、媒体計画表

▶ 12 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

広告の基本戦略(2)

- ▶ 表現戦略・戦術
  - ▶ データの整理
    - ▶ トレードマーク、ロゴタイプ、トレードカラー、サウンド・ロゴ
    - ▶ スローガン、ブランド・ネーム、パッケージ
  - ▶ 商品のポジショニング
    - ▶ 生活での位置付け、市場での位置付け、社会での位置付け
  - ▶ コピー・コンセプトの決定
  - ▶ コピー・プラットフォーム: 入れるべき事項、禁句
  - ▶ コピー作成
- ▶ 広告出稿
- ▶ 広告効果: 受け手からみて
  - ▶ 露出効果、認知効果、態度変容効果、販売効果

▶ 13 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

広告費

- ▶ 広告費の範囲
  - ▶ 広告費のチェックリスト
- ▶ 世界および日本の広告費の分析
  - ▶ 2011年 世界の総広告費
  - ▶ 2007年 アメリカ広告主上位100社
  - ▶ 世界の広告会社トップ40
  - ▶ 日本の広告費
  - ▶ 媒体別広告費と構成比
  - ▶ 日本の広告主上位20社
    - ▶ 単独決算ベース
    - ▶ 連結広告宣伝費
  - ▶ 日本の主要広告会社上位40社
  - ▶ 業種別広告費のマスコミ4媒体別構成比

▶ 14 広告メディア概論 広告の計画と予算 2016/11/15  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---