


帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論

電波メディア

アドネットワーク(1)

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 電波メディア 2016/11/29

今日の話

- ▶ 広告主、広告社、媒体社
 - ▶ 制作、掲載
- ▶ 印刷メディア
 - ▶ 新聞
 - ▶ 雑誌
- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 電波媒体
 - ▶ 新聞広告
 - ▶ 雑誌広告
- ▶ アドネットワーク(1)
 - ▶ 徐々にやります


▶ 2 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29


帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

新聞広告


- ▶ 新聞媒体の種類
 - ▶ エリア: 全国紙、ブロック紙、県紙
 - ▶ 内容: 一般紙、スポーツ紙、専門紙、英字紙
- ▶ 新聞広告の特性
 - ▶ 記録性、説得性、反復性、安定性、融通性
- ▶ 新聞広告の種類
 - ▶ 位置による
 - ▶ 大きさによる
- ▶ 料金

▶ 3 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29


帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


雑誌広告

- ▶ 雑誌の発行状況
- ▶ 雑誌の種類
 - ▶ 期間: 週刊誌、旬刊誌、隔週刊誌、月刊誌、季刊誌、不定期
 - ▶ 目的: 一般誌、専門誌、機関誌、同人誌、PR誌、会誌、社内誌
 - ▶ 読者層: 児童誌、婦人誌、大衆誌、総合誌、専門誌
- ▶ 雑誌広告の種類
 - ▶ 記事中広告
 - ▶ 特殊面
- ▶ 雑誌広告の料金

▶ 4 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)

- ▶ 教材倉庫にあると復習にも便利
- ▶ 印刷業界はこれからどうなっていくか
- ▶ ポスターは町中にあるけど気にしている人は少ない
- ▶ 印刷業界の裏側が気になった
- ▶ 舞台を見にいくと座席にたくさんのチラシが
 - ▶ 支援先だろう
- ▶ 雑誌はマスコミ四媒体に
- ▶ 雑誌の広告費はどれぐらい差があるか
- ▶ 印刷メディアはいずれデジタルサイネージに代わってしまうか
- ▶ 西日本ブロックのみの新聞がある

▶ 5 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ 広告を出すことで世間の抵抗を見て除去
- ▶ 広告にも詐欺とかぼったくりが
- ▶ 広告に囲まれて生きているみたい
- ▶ 何気ないところに広告が。意外性を狙っている
- ▶ 面白い広告で人の目を集めて宣伝に
- ▶ 計画的に広告を作るのは難しい
- ▶ 個人で広告を出した方が利益は上がるか
- ▶ 一般の人が広告で儲けるには
- ▶ 広告が何を伝えたいか戦略を読んでみる
- ▶ 中国でも広告が制作されている
- ▶ アメリカの大統領が変わったので広告に変化は

▶ 6 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(3)

- ▶ 日本の広告費が中国より多いのに驚き
- ▶ 広告費は誰に入るのか
- ▶ 化粧品の10%が広告費
- ▶ 映像の広告の制作費用が細かい
- ▶ 世界で一番著作権が高いのは
- ▶ 制作費は高いほど良質ですか
- ▶ 金額が出ていると納得がいく
- ▶ 色々な方法で広告の制作者にお金が
- ▶ 広告の掲載量が制作費も含めてネットで簡単に見れるとは
 - ▶ 公開の義務？
- ▶ 企画だけで費用が発生する
- ▶ 30秒や1分のCMで稼げるアイドルはすごい

▶ 7

広告メディア概論 電波メディア

2016/11/29



質問とコメント(4)

- ▶ コカコーラのリボン
- ▶ 物語風のCMの方が受け手に伝わりやすいか
- ▶ 先着何名で渡すのはよくできた広告だ
- ▶ CM出演者を決めるのが割と上の人なら羨ましい
- ▶ テレビででた人が目の前にいるという実感がいつもわからない
- ▶ 1つのCMを作るのに何日かかるか
- ▶ TVの広告費は時間帯で違う
- ▶ ムービーメーカーは使いにくい
- ▶ 地方のテレビはRadikoのように自由に見れるようになるか

▶ 8

広告メディア概論 電波メディア

2016/11/29



質問とコメント(5)

- ▶ TVの広告は時間帯で違う
- ▶ テレビショッピングも広告か
- ▶ 若者のTV離れはYoutubeとか選べる時代に
- ▶ ある地方でやっている広告が他の地方では放送されない
- ▶ Youtuberは広告収入で稼いでいるが、たいしたことがない収入でも、回数がすごいので大金に
- ▶ メーカーによってテレビの画面構成が少し違う
- ▶ テレビにOSが入っている
- ▶ テレビをブラウザとして見たことはなかった

▶ 9

広告メディア概論 電波メディア

2016/11/29



質問とコメント(6)

- ▶ ビデオレンタル屋も時代に追いつかなくなる
 - ▶ 納得できるよう思う
- ▶ NetflixやAmazonの映画はどのように選ばれるか
 - ▶ 提携、買い上げ？
- ▶ Youtubeで再生回数の多いのは広告がしっかりつく
- ▶ Youtubeの飛ばせない広告と5秒で飛ばせる広告の違い
- ▶ ゲームアプリ起動時のプレイ続行の為の動画視聴の広告費は、広告クリックより広告料は高いか
- ▶ 最近はどうなアプリでも広告が出てきて鬱陶し

▶ 10

広告メディア概論 電波メディア

2016/11/29



質問とコメント(7)

- ▶ バスの車体にラッピングはあるが電車はあんまりない
- ▶ バスにも広告が
- ▶ 街のラッピングトレーラ
- ▶ Tポイントは便利
- ▶ 広告業界には行きたくない
- ▶ 広告業界に入りたい
- ▶ グラフィックデザイナーの仕事内容や就職先がわかった
- ▶ 電通に就職する人が多い理由
- ▶ ものとスマホが繋がる時代
- ▶ タップするだけで体調の管理ができると今後の医療は

▶ 11

広告メディア概論 電波メディア

2016/11/29



ラジオ広告

- ▶ ラジオ広告の媒体特性
 - ▶ 「ながら」媒体なので抵抗なく受け入れやすい
 - ▶ 個人と外界を結ぶパーソナルメディア
 - ▶ 聴覚のみなので受け手に独自のイメージを抱かせる
 - ▶ 制作が簡単なのでタイムリーな広告が打て変更も容易
 - ▶ スポット料金は比較的に安いので大量のスポットが打てる
- ▶ ラジオ広告の種類
 - ▶ 番組CM
 - ▶ スポットCM

▶ 12


広告メディア概論 電波メディア

2016/11/29




テレビ広告

- ▶ **テレビ広告の媒体特性**
 - ▶ 視覚と聴覚に訴えるので両面から惹きつけられる
 - ▶ 映像は色と動きと同時に音声があるので印象を高め記憶される
 - ▶ 同時性があるので、事態の変化に対応できる
 - ▶ マス・カバレッジの力がある
 - ▶ 反復露出により、認知率を高める最適な媒体
- ▶ **テレビ広告の種類**
 - ▶ 番組CM
 - ▶ スポットCM
- ▶ **広告の長さ**
 - ▶ 番組CMは番組の長さのほぼ1-2割(60分で6分、5分で1分)

▶ 13 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29  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

▶ 14 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29  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**

▶ 15 広告メディア概論 電波メディア 2016/11/29  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
