
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論

OOH


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 OOH 2016/12/13


今日の話

- ▶ 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
- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ OOH
 - ▶ 屋外広告
 - ▶ 交通広告

▶ 2

帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


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

▶ 3

帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


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

▶ 4 広告メディア概論 OOH 2016/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)

- ▶ 儲かっている会社が広告を、儲かるために広告を
- ▶ 広告がなぜお金がかかるかわからなかったが徐々にわかってきた
- ▶ 新聞には新聞なりの良さがある
- ▶ 新聞を読んでいる人は減多にいないが広告は役に立っているのか不思議
- ▶ 震災の多い日本では紙の新聞は残る。無電波でも手紙は残るように
- ▶ なぜアメリカの新聞社は潰れているのか
- ▶ 現代の広告会社は給料はいいのか

▶ 5 広告メディア概論 OOH 2016/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ メールマガジンは皆、読んでないので、誰に利益が
- ▶ アプリの広告の1タップ3円でどれだけ儲かるか。年だと
- ▶ Facebookの広告は普及しているが個人的には邪魔
- ▶ LEGOはCMをよく見るが何が面白いのか
- ▶ ニコ動は更新するたびに違う広告が。気になった広告は更新して戻っても見れなくなる。
- ▶ Twitterは最近過激な広告が多い
- ▶ リスティング広告は初めて聞いた。メリットは
- ▶ 急に出て来る動画の広告とかは嫌。場所も考えて

▶ 6 広告メディア概論 OOH 2016/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(3)

- ▶ CMを多く流すには、面白くて惹きつけやすいCMを
- ▶ インターネットは昔からあった
- ▶ 一つの無線APで何台繋いだら遅くなるか
- ▶ 楽天はグループ会社の広告をよくするが自社の
- ▶ メールやウェブに「広告」の文字を
- ▶ ネットで登録するとメアドにメール広告が来るのでよく見る

質問とコメント(4)

- ▶ 阪急梅田の広告
- ▶ 立ち止まって見る広告と歩きながら見る広告
- ▶ 電車の広告は目線の位置に
- ▶ 泉ヶ丘駅のサイネージ
- ▶ 梅田のような最先端の広告はまだ見てない
- ▶ Facebook、最近は広告多いけど、全部消せないのか
- ▶ アプリを起動すると出て来る広告に法律はあるか
- ▶ アフェリエイトの意味がわかった。アフェリエイトの仕事は増えるか

質問とコメント(5)

- ▶ リコメンデーションはリセットできるか
 - ▶ 偏った情報がきて鬱陶しい
- ▶ アドネットワークをもっと詳しく説明を
- ▶ アドネットワークはなんとなく聞いたけどちょっとわかった
- ▶ ちょっと調べただけで、それに関係する広告が出て迷惑
- ▶ ウェブで更新すると変わる広告はどれぐらいの種類が
- ▶ スマホに自分に関係ある情報だけだと情報に偏りが

OOH(1):屋外広告

- ▶ OOH: Out Of House: 料金はいろいろ
 - ▶ 制作費と掲載(媒体)料
- ▶ 屋外広告の種類
 - ▶ 広告塔、広告板、ポスター・パネル、大型映像ボード
 - ▶ 置き看板、電柱広告、アドバルーン
- ▶ 屋外広告
 - ▶ 定置媒体なので地域のシンボルになり反復訴求ができる
 - ▶ スペースの融通性が大きくいろいろな形のものが期待できる
 - ▶ サインとアクションの結合効果が得られる
 - ▶ 昼は色と動きの効果、夜は照明効果が発揮できる
 - ▶ 広告の制作過程に注目させることもできる

▶ 10

広告メディア概論 OOH 2016/12/13



OOH(2):交通広告

- ▶ 種類
 - ▶ 車内広告
 - ▶ 中吊広告、額面(窓上)広告
 - ▶ 車外広告
 - ▶ 駅広告
 - ▶ 駅掛(駅貼)、駅看板
- ▶ 特徴
 - ▶ 沿線ごとに地域セグメントができる
 - ▶ 乗客は捕らえられオーディエンス
 - ▶ 全国の主な駅に提出すれば、ネットワーク効果が期待できる。
 - ▶ 広告メッセージの到達頻度が高い。
 - ▶ 同時に数枚の中吊りを使うマッシブ・アタック広告もできる。

▶ 11

広告メディア概論 OOH 2016/12/13