


**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

1 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13

---

---

---

---

---


---

---

---

今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 広告の種類(まとめ)
- ▶ 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

▶ 2 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13
 
**帝塚山学院大学**  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(1)

- ▶ 先週休んだので、簡単に説明を
- ▶ 広告の映像は他の授業でも
- ▶ 広告は心理的な面もあって面白い
- ▶ CMの内容を考えるのはすごい
- ▶ 世界の広告会社など資料があってよかった
- ▶ 広告の歴史は長い
- ▶ 広告の始まりがシンプル
- ▶ 世界最初の広告が文字の羅列
- ▶ 昔の奴隷を捕まえる為の広告、識字率は
- ▶ 日本初のテレビがアニメ
- ▶ 大昔の広告は文字だけ
- ▶ 宣伝を有名な作家が
  - ▶ 広告部門の人が書いたと思った。コピーライター

▶ 3 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13
 
**帝塚山学院大学**  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(2)

- ▶ 昔のCMも面白い
  - ▶ まず映像があって、伝えるものを
  - ▶ トリスのCMは昔からある
- ▶ トリスおじさんはサントリーのマスコットキャラ
- ▶ アースの夏のテンポのいいCMが好き
- ▶ 昔のCMの特徴と今のCMの特徴
- ▶ 昔のCMが暗く静かに見える
- ▶ 年齢登録で出てくる広告に差
- ▶ 女性用のメイクの広告
- ▶ 有名な女優を使ったサプリメントの広告
- ▶ 広告に大学のお金が必要なのはわかるが、そんなに必要か
- ▶ 電通は通信会社だと思っていた

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(3)

- ▶ 6分で24枠
- ▶ 広告会社が一番儲かるか
- ▶ 将来、広告が紙ではなく映像になるのに何年？
- ▶ 中毒性の高いCMの方がいい
- ▶ 広告の種類のうち、一番影響が出るのは
- ▶ 田舎だと広告がない
- ▶ 広告はSNSなどで進化している
- ▶ アプリ起動したら出てくる広告がうっとうしい
  - ▶ タップしたら向こうにお金が入るか。間違えることがまま
- ▶ 最近の広告は謎を残して、あとはネットで検索

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(4)

- ▶ 広告にも理解広告がある
- ▶ CMの俳優が不祥事をして降板すると損失が
- ▶ 南海電車には帝塚山の中高大の広告が
- ▶ 広告は場所によって値段が違うのは利益があるから
- ▶ 携帯電話の会社のCMが多い。特にソフトバンク
- ▶ CMもたくさんあって、作ってみたい
- ▶ 確認を取らないマスコミもある
- ▶ テレビだと正確な時間がわからない
- ▶ テレビや新聞に広告を出すのは大企業だけか
- ▶ 中野ぐらいの年代はテレビしか見ないの、まだ効果的
- ▶ 広告の種類はもっと単純にできないか

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(5)

- ▶ Netflixはテレビ業界のライバル
- ▶ 大学のポスターはどれくらい
- ▶ スケートのフィギュアだとリングの広告は日本ばかり
- ▶ 散髪屋の青と白と赤の看板は広告か
- ▶ AppleWatchの広告が出ると面白い
- ▶ B2BやB2Cは知っていたが、B2B2Cは初めて
- ▶ 電車の広告はどれくらいの効果が
- ▶ 人気のある芸能人を使うと、どれくらいの費用が
- ▶ 白黒のCMをあえて流すことはあるか

▶ 7

広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13




---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(6)

- ▶ ゲームなどでタッチすると配信者に広告料が出るが、広告主はそれほどインターネット広告を重視するか
- ▶ 動いている広告は止まっている人、止まっている広告は動いている人が見る。
- ▶ ティッシュ配りは広告
- ▶ デジタル放送で視聴率を測るのは無理？
- ▶ 無料で広告は出せない
- ▶ 4マスにネットは加えないか
- ▶ テレビの広告料がやっぱり高い
- ▶ 電車の広告でも色々ある
- ▶ ネットの広告が増えるが媒体者の広告が発展するか

▶ 8

広告メディア概論 種類(続)と歴史 2017/10/6




---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(7)

- ▶ 携帯では個人に向かって広告を打つ
- ▶ 受け手は邪魔や気持ちが悪いと逆効果
- ▶ 広告はパッと見た印象や覚えやすいフレーズや音楽
- ▶ 視聴率10%は300万世帯
- ▶ 記憶に残る広告と残らない広告の差に興味
- ▶ サイネージの端末型は張替えが要らない
- ▶ サイネージの端末型は朝昼夜と広告を変えることができるので便利
- ▶ 駅間連携
- ▶ JRのサイネージは左がCM、右が鉄道会社

▶ 9

広告メディア概論 種類(続)と歴史 2017/10/6




---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(8)

- ▶ 将来、広告はAIが考えるか
- ▶ 話しかけられる自販機
- ▶ 前を通ると声が出る広告
- ▶ 自販機にセンサーがつくと、子供はジュースとか
- ▶ ロボホンの新機能はどの程度の頻度
- ▶ 最近、ロボホンの腕立て伏せが多い
- ▶ ロボホンの新しい踊り
- ▶ ロボホンの踊る以外の機能を実演して
- ▶ ロボホンは講義の妨げでは
- ▶ iPhoneXの顔認証、寝ている人を写せばONするのは
- ▶ iPhone Xのレビューを
- ▶ iPhone9がない理由は不吉な数字だからか

▶ 10 広告メディア概論 種類(続)と歴史 2017/10/6  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

▶ 11 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13  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

▶ 12 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13  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

▶ 13 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

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

▶ 14 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13  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
  - ▶ 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

▶ 15 広告メディア概論 マーケティング 2017/10/13  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 2017/10/13  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 2017/10/13  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 2017/10/13  帝塚山学院大学 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---