


**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

1 広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20

---

---

---

---

---


---

---

---

今日の話

- ▶ 広告の種類(まとめ)
- ▶ マーケティング(軽く)
- ▶ 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

▶ 2 

 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 

 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・企業折表広告
- ▶ 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 2017/10/20  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 2017/10/20  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 2017/10/20  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 2017/10/20  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 2017/10/20  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 2017/10/20  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接触ポイントを通して、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 2017/10/20  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(1)

- ▶ 少し冷房が効きすぎ
- ▶ 専門用語が増えてきた
- ▶ 質問とコメントがやたら多い
- ▶ 月2にも広告の授業があるが、種類があって面白い
- ▶ 今回はロボホンはあまり話さなかった
- ▶ 田んぼの真ん中に大きな広告の板、効果は
- ▶ 感情広告や説得広告がイメージがわからない。例は
- ▶ なぜ、最初はアニメのCMか
- ▶ ニコ動のコメントは接触ポイントになるか
- ▶ プロモーションの中に広告が

▶ 11 広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(2)

- ▶ 4Kのパソコンは綺麗
- ▶ USJのCMのコストはどのように決めているか
- ▶ ネットの広告がカスタマイズされるのが怖い
- ▶ 広告は中毒性がありそう
- ▶ 新聞の広告はペイド・メディアになるか
- ▶ 新聞の広告も減っているらしい
- ▶ マーケティングでも4Pは聞いたが4C初めて
- ▶ 高校のTwitterは中学生への宣伝
- ▶ Twitterで発信しても広告。広告として効果は見られるか
- ▶ 口コミも広告

▶ 12 広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20  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
- ▶ 町で気にして広告を見えています。
- ▶ エンゲージメントという考え方は色々すごい
- ▶ 売り手と買い手がレビューなどで繋がっている
- ▶ 予算の9割が広告
- ▶ 携帯3社の広告と売り上げ
- ▶ スマホを持ったらテレビを見なくなった
- ▶ 皆が使い始めると正しい言葉になる文化
- ▶ B2Bなどの「2」は正しい表現か
- ▶

▶ 13

広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20




---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(4)

- ▶ トリプルメディアの時代はいつまで続くか
- ▶ トリプルメディアは初めて聞いた。ダブルかと思った。
- ▶ トリプルメディアはどのように変化するか
- ▶ コモディティ化は流行がずっと続くもの
- ▶ コモディティ化を目指すか、できるのは一握りの商品
- ▶ マーケティングには広告以外に何かがあるか
- ▶ コモディティ化でスマホは納得
- ▶ 今の時代、マーケティングがないと回らないか
- ▶ 今は買い手が売り手になる時代に
- ▶ 売れているゲームアプリは1日どれぐらいダウンロードされているか
- ▶ 自分の写真が広告に。どうすれば

▶ 14

広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20




---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(5)

- ▶ ゲームの広告のタッチすると製作者に100円
- ▶ 若い世代は無料という言葉に弱い
- ▶ 広告の写真のアップは必ずしないといけないか
- ▶ モトブロガーとは
- ▶ トリスのキャラクターが動いているのを初めて見た
- ▶ 昔を知らない人はコモディティ化しているのに気がつかない
- ▶ HEMSとBEMS
- ▶ Facebookに追加してもいいか

▶ 15

広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20




---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(6)

- ▶ 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

▶ 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

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(7)

- ▶ 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

▶ 17 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

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(8)

- ▶ 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

▶ 18 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

---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(9)

- ▶ 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するのでは
- ▶ iPhone Xのレビューを
- ▶ iPhone9がない理由は不吉な数字だからか

▶ 19

広告メディア概論 種類(続)と歴史 2017/10/6




---

---

---

---

---

---

---

---

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

▶ 20

広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20




---

---

---

---

---

---

---

---

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

▶ 21

広告メディア概論 送り手の組織 2017/10/20




---

---

---

---

---

---

---

---