
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

1 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24

今日の話

- ▶ 前回、忘れていた自主規制機関の話(教材倉庫)
- ▶ 質問とコメントに答える
 - ▶ コメント用紙に名前のない紙が
- ▶ 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
- ▶ アドネットの資料は教材倉庫に


▶ 2 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24


帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(1)


- ▶ 個人に対する広告の規制
- ▶ 受け手の権利を使いすぎるとクレーマに
- ▶ 権利も行きすぎると
- ▶ ネットを規制する会社は
- ▶ 広告を拒否する仕組み
- ▶ Youtubeでたまに規制がかかっているが投稿した人にはペナルティが
- ▶ 広告を指導する組織がある
- ▶ ニコ動のコメントをチェックしている会社
- ▶ ゴールデンタイムのCMの値段

▶ 3 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24


帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(2)

- ▶ 帝塚山学院の広告
- ▶ 電子レンジの電磁波漏れ
- ▶ 納期の遅れたら迷惑だが、間に合いそうにない仕事をさせていることはあるか
- ▶ ステークホルダーは「利害が一致する関係者」か
- ▶ 電通が体育会系
- ▶ 電通は時間を決めて消灯しているが、どこかで仕事を12時出勤はいいのかわいのか？チームでやるのでは
- ▶ 物語CMは終わり方が
- ▶ 広告を考える人は人のことをよく考えている人
- ▶ Amazonのリコメン

▶ 4 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(3)

- ▶ 携帯キャリア3社のCM比較
 - ▶ ソフトバンクのCM
 - ▶ auのCM
 - ▶ ドコモのCM
- ▶ Youtubeでは見るコンテンツの категорияで広告が違う
- ▶ 代表取締役は権力が
- ▶ 大会社の社長は末端の社員の顔まで覚えていない
 - ▶ 大きくすればいいというものではない
- ▶ LINEで送信したメッセージが取り消せる。間違えた広告も
- ▶ 法律は知っていると便利
 - ▶ 大学が終わると教えてくれる人がいなくなる
- ▶ 個人情報保護法には有効利用促進が

▶ 5 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(4)

- ▶ 広告コピーの授業を受けている。AIがコピーを作る
- ▶ 完全CGでAIのみで作るCMはできるか
- ▶ 自動運転も音声認識で住所を言えば行けるようになるか
- ▶ AIの技術を伸ばして人間はもっと休みととったら
- ▶ AIはどんな仕事ができるのか
- ▶ AIが卒論を書くと頑張る意味が
- ▶ AIで卒研は魅力的
- ▶ 中国の環境問題
- ▶ ロボホンの廉価版。13万なら電話付きが欲しい
- ▶ ロボホンの対談に興味

▶ 6 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(5)

- ▶ SNSの無理な規制
- ▶ 帝塚山学院はTwitterよりFacebook
- ▶ LINEなどのSNSでお金を払うとタイムラインがもらえる
- ▶ 高校のSNS規制
- ▶ SNS利用の考え方
- ▶ iPhone XのAni文字
- ▶ iPhone Xのホームボタン
- ▶ なぜ日本ではiPhoneが多いのか
- ▶ 顔にたんこぶができたらiPhone XのFace IDは使えないか
- ▶ iPhone Xの使い勝手は？メリット、デメリット
- ▶ 民都大阪、他の都道府県では
- ▶ 中野の肩書き
- ▶ 中野がカツラを被った写真

▶ 7 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  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

▶ 8 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  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.チャンネル・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

▶ 9 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  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

▶ 10 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  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

▶ 11 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  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

▶ 12 広告メディア概論 広告の計画と予算 2017/11/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
