
**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

1 広告メディア概論 OOH 2019/1/11

---

---

---

---

---


---

---

---

今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ OOH
  - ▶ 屋外広告
  - ▶ 交通広告
- ▶ アドネットワーク(再掲)

2 

 帝塚山学院大学  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

質問とコメント(1)

- ▶ コメント用紙だけで出席を確認なら、出席コードは必要ない
- ▶ 広告を作るのは簡単か
- ▶ アドネットワークとDSPは同じか
- ▶ ペルソナマーケティングは面白い
- ▶ 広告を見ている人の年齢や性別は一人で何円で売れるか
- ▶ Youtuberの一回あたりの出演の値段は
- ▶ Youtuberはどのように儲けているのか
- ▶ 悪いサイトにリンクを貼る上手な人はいるか
- ▶ アドウェアに感染したらどうしたらいいか

3 

 帝塚山学院大学  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(2)

- ▶ Youtubeで飛ばせる広告と飛ばせない広告があるのは
- ▶ Youtubeで5秒立たないと消えない広告にも名前が
- ▶ ウェブ広告でフッターらへんに出る広告の仕組みは
- ▶ ウェブ広告でフッターらへんに出る広告の仕組みは
- ▶ Youtubeの広告は目的が大事か？
- ▶ アフェリエイトは良くないと聞く
- ▶ 桃山のラッピング広告はいくらか
  - ▶ 帝塚山学院はやらないのか

▶ 4

広告メディア概論 OOH 2019/1/11




---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(3)

- ▶ 駅前の看板に広告を載せるとしたらいくらか
- ▶ インスタグラムでも自分のところに広告を載せるとお金がもらえるか
- ▶ 広告が重要になるので、広告業界の競争率が高くなる
- ▶ 今は何が一番視聴されているのか
- ▶ 中野のお気に入りの広告は

▶ 5

広告メディア概論 OOH 2019/1/11




---

---

---

---

---

---

---

---

質問とコメント(4)

- ▶ 南海電車の帝塚山学院の広告はいくらぐらいか
- ▶ ネットでもラジオは聴けるか
- ▶ ラジオは聴く人が少ないので10-20年後は廃止されるか
- ▶ ラジコは聞いた番組のデータを集計している
- ▶ Paypayをどう思うか
- ▶ Paypayはやっぱり問題が起った
- ▶ 最近、NHKの受信料請求によく来る

▶ 6

広告メディア概論 OOH 2019/1/11




---

---

---

---

---

---

---

---

## 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

▶ 7

広告メディア概論 OOH 2019/1/11




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 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
  - ▶ 乗客は捕らえられたオーディエンス
  - ▶ 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ュ・アップ広告もできる。

▶ 8

広告メディア概論 OOH 2019/1/11




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 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

▶ 9

広告メディア概論 OOH 2019/1/11




---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

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

▶ 10 広告メディア概論 OOH 2019/1/11  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

アドネットワーク(3)

- ▶ 集められて統合されるもの
  - ▶ 顧客ID
  - ▶ ウェブサイト訪問クッキー
  - ▶ 会員ID
  - ▶ ソーシャルメディアID
- ▶ DMP(Data Management Platform)
  - ▶ データマネジメントプラットフォーム
  - ▶ 広告配信対象となるデータを販売する事業者

▶ 11 広告メディア概論 OOH 2019/1/11  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---


---

---

---

アドネットワーク(4) DSP, SSP, RTB

- ▶ DSP
  - ▶ デマンドサイドプラットフォーム
  - ▶ 広告主や広告会社が使うプラットフォーム
- ▶ SSP
  - ▶ サプライサイドプラットフォーム
  - ▶ 媒体社が使うプラットフォーム
- ▶ RTB
  - ▶ リアルタイムビidding
  - ▶ DSPによる入札と、SSPによる応札を
  - ▶ コンピュータによって瞬時に
  - ▶ 1配信(インプレッション)ごとに行う

▶ 12 広告メディア概論 OOH 2019/1/11  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---