
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論

電波メディア

アドネットワーク(1)

中野秀男
 帝塚山学院大学非常勤講師
 大阪市立大学名誉教授、堺市情報セキュリティアドバイザー

1 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13

今日の話


- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ 電波媒体
 - ▶ ラジオ広告
 - ▶ テレビ広告
- ▶ アドネットワーク(1)
 - ▶ 徐々にやります



▶ 2 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


質問とコメント(1)


- ▶ 制作費が多いがもともととれるか
- ▶ 撮影機材も借りると費用として発生するか
- ▶ スローメディアという言葉
- ▶ 新聞の広告はいつからあるか
- ▶ 朝日新聞と読売新聞の新聞広告費が時に高い
- ▶ 地方紙が多い
- ▶ ブロック紙や県紙
- ▶ 現在の新聞の需要は
- ▶ 大阪の新聞と他の県の新聞は大幅に違うか
- ▶ ネットやSNSが出てきて、新聞や印刷メディアがなくなることはないか
- ▶ 広告代理店が誤植して問題になったことは
- ▶ 駅などのポスターは実際どれぐらいの儲けが

▶ 3 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

ラジオ広告


- ▶ **ラジオ広告の媒体特性**
 - ▶ 「ながら」媒体なので抵抗なく受け入れやすい
 - ▶ 個人と外界を結ぶパーソナルメディア
 - ▶ 聴覚のみなので受け手に独自のイメージを抱かせる
 - ▶ 制作が簡単なのでタイムリーな広告が打て変更も容易
 - ▶ スポット料金は比較的に安いので大量のスポットが打てる
- ▶ **ラジオ広告の種類**
 - ▶ 番組CM
 - ▶ スポットCM
- ▶ **ラジオCMのウェブ(教材倉庫)**
- ▶ **Radikoの広告**



▶ 4 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


テレビ広告

- ▶ **テレビ広告の媒体特性**
 - ▶ 視覚と聴覚に訴えるので両面から惹きつけられる
 - ▶ 映像は色と動きと同時に音声があるので印象を高め記憶される
 - ▶ 同時性があるので、事態の変化に対応できる
 - ▶ マス・カバレッジの力がある
 - ▶ 反復露出により、認知率を高める最適な媒体
- ▶ **テレビ広告の種類**
 - ▶ 番組CM
 - ▶ スポットCM
- ▶ **広告の長さ**
 - ▶ 番組CMは番組の長さのほぼ1-2割(60分で6分、5分で1分)
- ▶ **テレビ広告ドットコム(教材倉庫)**

▶ 5 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


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

▶ 6 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

アドネットワーク(2)

- ▶ アドネットの説明(教材倉庫)
- ▶ 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

▶ 7 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  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事業者

▶ 8 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY



アドネットワーク(4)

- ▶ 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

▶ 9 広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

アドネットワークと個人情報

- ▶ 法律は個人情報保護法
 - ▶ 改定されてプライバシー(要配慮情報)も対象に
- ▶ 匿名化処理で利用できる
 - ▶ K-匿名化問題
- ▶ いわゆるビッグデータをどうする
- ▶ EUとアメリカのプライバシーに対する考え方の違い
 - ▶ ビッグデータの輸入国と輸出国
 - ▶ EUのGDPR(General Data Protection Rule)
- ▶ アメリカでもCCPAが厳しく
 - ▶ California Consumer Privacy Act
- ▶ どの情報を使って広告をあなたに撃っているのか

▶ 10

広告メディア概論 電波メディア 2019/12/13