
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論


OOH

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 OOH 2020/1/10


今日の話

- ▶ 質問とコメントに答える
- ▶ OOH
 - ▶ 屋外広告
 - ▶ 交通広告

▶ 2
広告メディア概論 OOH 2020/1/10

帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(1)

- ▶ メルマガの広告効果はどんなものか
- ▶ 世界で一番情報を持っているのはGoogleか
- ▶ ウェブの位置で広告の値段が違う
- ▶ スマホで検索していて、スクロールしてもついてくる広告
- ▶ インスタグラムで広告が多い
- ▶ CPMとは何か
- ▶ アドネットワークの仕組みを考えた人はすごい
- ▶ オークションのシステムは複雑そう
- ▶ アドネットワークの話が難しかった
- ▶ アドネットワークでは具体的にどのように出稿するのか

▶ 3
広告メディア概論 OOH 2020/1/10

帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

OOH(1):屋外広告

- ▶ OOH: Out Of Home: 料金はいいろいろ
 - ▶ 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

▶ 4

広告メディア概論 OOH 2020/1/10



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。

▶ 5

広告メディア概論 OOH 2020/1/10



追加資料

- ▶ 交通広告のポジション
- ▶ 交通広告ドットコム
- ▶ 車両広告料金表
- ▶ 駅広告料金表



▶ 6

広告メディア概論 OOH 2020/1/10