
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論
旬の広告
 アドネット、サイネージ、Youtube

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 定義と旬の広告 2020/10/16

1

今日の話

- ▶ 旬の広告
 - ▶ アドネット
 - ▶ デジタル・サイネージ
 - ▶ トリプルメディアとエンゲージメント
 - ▶ Youtube





▶ 2 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16
 
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

2

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
 - ▶ 出稿
 - ▶ 動画でなければ原稿は固定
- ▶ 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
 - ▶ スマホ
- ▶ 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




▶ 3 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16
 
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

3

アドネットワーク(2)


- ▶ 利用者の情報がアドサーバに貯まる
 - ▶ どのウェブのページを見たか
 - ▶ どのサイトで何を購入したか
 - ▶ アドサーバ: アドネットのためのサーバ(高性能なコンピュータ)
- ▶ 広告枠にアドネットを利用するという、簡単なプログラムが埋め込まれる
 - ▶ スクリプト
- ▶ 利用者がウェブを見ると、そのプログラムが動いて、アドネットに表示させる広告を要求する

▶ 4 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

4

アドネットワークと個人情報

- ▶ いわゆるビッグデータをどうする
- ▶ どの情報を使って広告をあなたに撃っているのか
- ▶ 法的には
 - ▶ 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
 - ▶ 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)
 - ▶ 最近のCCPR(カリフォルニア消費者プライバシー法)
 - ▶ 仮名、位置情報

▶ 5 広告メディア概論 アドネット 2020/11/24  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

5

デジタルサイネージ(1)

- ▶ ディスプレーが屋外に
- ▶ 種類
 - ▶ 表示型
 - ▶ 端末型、インタラクティブ
 - ▶ センサー付き端末型




▶ 6 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

6

都市計画とIT/ICT(情報科学基礎から)


- ▶ **ストリートファニチュア**
 - ▶ 昔は電話ボックスがストリートファニチュア
 - ▶ これからはデジタルサイネージがストリートファニチュア
- ▶ **デジタルサイネージ**
 - ▶ コンピュータのディスプレイが街に出た
 - ▶ 誰にでも見えるからプライバシーが
 - ▶ 広告にはいいだろう
 - ▶ タッチパネル方式で端末に
 - ▶ スマホやタブレットと連携すると便利
 - ▶ センサーを組み込むと周りの人や物の状態も
- ▶ **デジタルサイネージを箱だと考えると**
 - ▶ ディスプレー+電源がある+ネットがある

▶ 7 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

7

トリプル・メディア、エンゲージメント


- ▶ **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
- ▶ **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

▶ 8 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

8

Youtube視聴で取り込まれる情報(1)


- ▶ **Youtube社のウェブから**
 - ▶ YouTube 動画に表示される広告は、その動画を視聴しているユーザーの興味や関心に合わせ、Google 広告の設定、視聴した動画、ログインしているかどうかなどの情報に基づいて表示されます。
 - ▶ ログインしている場合、次のような(次ページ)匿名化された情報によって表示する広告が決定されます。
 - ▶ これらの広告はログインしているかどうかにかかわらず、視聴した動画のコンテンツに基づいて表示されます。

▶ 9 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

9

Youtube視聴で取り込まれる情報(2)

- ▶ 匿名化されて取り込まれる情報
 - ▶ 視聴した動画のタイプ
 - ▶ デバイス上のアプリと、アプリの使用状況
 - ▶ アクセスしたウェブサイト
 - ▶ モバイル デバイスに関連付けられた匿名の ID
 - ▶ Google 広告や広告関連のサービスに対して行った操作の履歴
 - ▶ 位置情報
 - ▶ 年齢層
 - ▶ 性別
 - ▶ YouTube の動画操作

▶ 10 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

10

Youtube CMの仕組み

- ▶ 5つの動画広告
 - ▶ インストリーム広告
 - ▶ 5秒でスキップ可能な広告
 - ▶ 15秒以下のスキップ不可広告
 - ▶ バンパー広告
 - ▶ ディスプレイ広告
 - ▶ マストヘッド広告
 - ▶ アウトストリーム広告



▶ 11 広告メディア概論 定義と旬の広告 2020/10/16  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

11
