

帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論 送り手の組織

中野秀男
情報メディア学科

1 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6

1

今日の話

- ▶ 広告の定義(再掲)
- ▶ 広告のプレーヤ
- ▶ 広告の種類: 媒体別
- ▶ 広告の送り手
 - ▶ 広告主
 - ▶ 広告会社
 - ▶ 媒体社



2 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

2

広告の定義(再掲)


- ▶ 定義
 - ▶ 「広告の理論と戦略(第18版)」清水公一著より
 - ▶ 企業や非営利組織または個人としての**広告主**が
 - ▶ 自己の利益および社会的利益(公益)の増大化を目的とし
 - ▶ 管理可能な**非人間的媒体**を使って
 - ▶ 選択された生活者や使用者に
 - ▶ 商品、サービス、またはアイデアを
 - ▶ 広告主を明確にして
 - ▶ 告知し説得する
 - ▶ コミュニケーション活動


3 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

3

広告のプレーヤ

- ▶ 送り手
 - ▶ 広告主
 - ▶ 組織の広告部門
 - ▶ 広告会社
 - ▶ 広告代理店など
 - ▶ 大手は電通、博報堂
 - ▶ 媒体社
 - ▶ 新聞社、雑誌社、ラジオ放送局、テレビ放送局
- ▶ 受け手
 - ▶ 消費者




▶ 4 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

4

広告の種類:媒体別


- ▶ 広告媒体別広告
 - ▶ (1) 新聞広告、(2) 雑誌広告
 - ▶ (3) ラジオ広告、(4) テレビ広告
 - ▶ (5) 有線放送広告
 - ▶ (6) 屋外広告(OOH: Out Of Home)
 - ▶ (7) 交通広告
 - ▶ (8) 映画・スライド広告
 - ▶ (9) ダイレクトメール(DM)広告
 - ▶ (10) 新聞折込広告
 - ▶ (11) POP広告(店頭広告または購入時点広告)
 - ▶ (12) その他の広告

▶ 5 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

5

広告の送り手：広告主(1)


- ▶ 広告部門の位置付け
 - ▶ 社長直接統括型
 - ▶ マーケティング部長直接統括型
 - ▶ 営業部長直接統括型
 - ▶ 事業部制度下の広告部門集積型
 - ▶ 事業部制度下の広告部門分権型
 - ▶ 事業部制度下の広告部門集積・分権型

▶ 6 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

6

広告の送り手：広告主(2)

- ▶ 広告部門内部の組織
 - ▶ 機能別組織
 - ▶ 媒体別組織
 - ▶ 商品別組織
 - ▶ 広告対象別組織
 - ▶ 地域別組織


▶ 7 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

7

広告の送り手：広告会社

- ▶ 広告会社
 - ▶ アメリカの典型的なフルサービスの大手広告代理店
 - ▶ 電通



▶ 8 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

8

広告の送り手：媒体社

- ▶ 媒体社
 - ▶ 朝日新聞東京本社広告局
 - ▶ 東京放送



▶ 9 広告メディア概論 送り手の組織 2020/11/6  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

9