

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

I 広告メディア概論 OOH 2020/12/25

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

1

今日の話

- ▶ OOH
  - ▶ 屋外広告
  - ▶ 交通広告



▶ 2 広告メディア概論 OOH 2020/12/25 帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

2

OOH(1):屋外広告

- ▶ OOH: Out Of Home: 屋外広告、アウトドア広告
  - ▶ 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で期待できる
  - ▶ 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



▶ 3 広告メディア概論 OOH 2020/12/25 帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3

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・アタック広告もできる。

4

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

別教材

- ▶ アウトドアメディアマップ
- ▶ 交通・屋外・店やルート・施設・家のそれぞれの広告
- ▶ 電車内広告
- ▶ バスの広告
- ▶ タクシーの広告
- ▶ 電車内での行動
- ▶ 主な交通広告の提出料金
- ▶ 主な大型メディア
- ▶ 主な大型ビジョン
- ▶ 主な施設の広告



5

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---