
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論
 広告の定義、広告のプレーヤ

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 定義と種類 2021/4/21

1

今日の話

- ▶ 広告の定義
- ▶ 広告のプレーヤ
 - ▶ 送り手
 - ▶ 受け手
- ▶ 広告の媒体
- ▶ 広告枠





2 広告メディア概論 定義と種類 2021/4/21
 
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

2

広告の定義(1)

- ▶ 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 定義と種類 2021/4/21
 
帝塚山学院大学
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

3

広告の定義(2)


- ▶ 1. 広告主が明示されている。
- ▶ 2. 有料形態である
 - ▶ パブリシティ: 広告のスペースやタイムを提供しないで自社の商品や製品をマスコミで紹介してもらう
- ▶ 非人的提示
 - ▶ 広告主が直接語りかけない


▶ 4 広告メディア概論 定義と種類 2021/4/21  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

4

広告のプレーヤ

- ▶ 送り手(6回目で詳しく)
 - ▶ 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(9-12回目で順に)
 - ▶ 新聞社、雑誌社、ラジオ放送局、テレビ放送局
- ▶ 受け手(7回目で「受け手の権利」として)
 - ▶ 消費者





▶ 5 広告メディア概論 定義と種類 2021/4/21  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

5

広告媒体(1)

- ▶ 印刷媒体
 - ▶ 新聞広告
 - ▶ 雑誌広告
- ▶ 電波媒体
 - ▶ ラジオ広告
 - ▶ テレビ広告
- ▶ インターネット媒体
 - ▶ ウェブサイト
 - ▶ モバイルサイト
 - ▶ メールマガジン
 - ▶ スマートフォンサイト

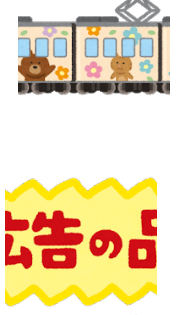


▶ 6 広告メディア概論 定義と種類 2021/4/21  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

6

広告媒体(2)

- ▶ OOHメディア
 - ▶ 屋外広告
 - ▶ 交通広告
- ▶ 他の媒体
 - ▶ 映画の広告
 - ▶ ダイレクトメール
 - ▶ 新聞折込広告
 - ▶ 会社案内・PR誌
 - ▶ POP広告



7 広告メディア概論 定義と種類 2021/4/21 帝塚山学院大学 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


7

広告枠

- ▶ 駅や駅のホームの広告
- ▶ テレビのCMの時間
- ▶ 新聞や雑誌の広告欄

- ▶ ウェブの広告欄
- ▶ ソーシャルメディアの広告欄
- ▶ ゲームの広告欄

- ▶ ネットにはアドネットで、あなた用の広告が



8 広告メディア概論 定義と種類 2021/4/21 帝塚山学院大学 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

8