

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 旬の広告 2021/5/12

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 旬の広告 2021/5/12 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 旬の広告 2021/5/12 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

3

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 旬の広告 2021/5/12  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 旬の広告 2021/5/12  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

11
