

宣伝会議 11月15日号

デバイスとターゲティング技術の発展で進化する

# アドネットワーク特集



## 特集の概要と構成(仮)



アドネットワークが活況を迎えています。市場規模は年々成長を遂げ、2013年以降、PCのアドネットワーク市場は1000億円規模になると見られています。

スマホ向け対応やターゲティング技術と進化、リッチアドの表現力などにより、広告投資の効率化は高まり、広告主にとっての利用価値は高まっています。

幅広いターゲットにリーチするための「面」としての活用から「人」へのアプローチが可能となり、どのメディアの、どの場所に出稿するかから「どのようなターゲットにどのくらいのリーチができるのか」に広告主の関心が高まる現在、アドテクノロジーの発達により、ユーザーの興味・関心によりターゲットを絞った広告配信が可能となりました。

PCとは別にスマートフォンの爆発的な普及も、市場の拡大を促しています。配信先の増加はもちろんのこと、表現力の高さやアプリ、GPSとの連動など、アドネットワークに更なる広がりをもたらすと見られています。既にスマートフォンのアドネットワークについては、EC事業者やコンテンツプロバイダーなど一部の事業者にとどまらず、ナショナルクライアントへも波及しています。

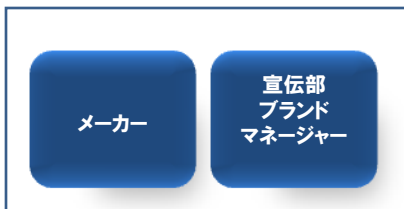
本企画ではスマートフォンへの配信で広がる、アドネットワークの可能性と、アドテクノロジーの最前線を集めます。

- ① デバイス・ターゲティング技術の進化
- ② リッチ表現とソーシャルメディア連携がブランド価値を高める
- ③ マルチデバイス時代のターゲティング配信
- ④ 広告主 アドネットワーク活用事例
- ⑤ 注目のアドネットワーク(タイアップ企画)

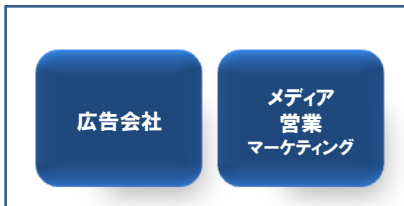
## 媒体概要



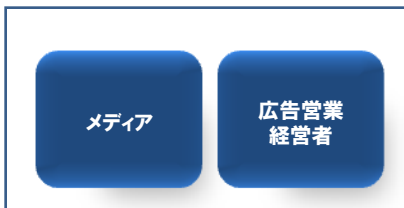
### 「広告主」



### 「広告業」



### 「メディア」



## 特集1

### 大手広告主企業の宣伝・マーケ部 や広告会社が読者

編集部が専門の視点から、いままさに話題になっている手法について、仕組みやしかけ、成果、ポイントなどを担当者インタビューなどから詳しく紹介。  
めまぐるしく変わりゆく広告・キャンペーンのトレンドも、1日と15日の月2回刊行で、機会を逃さずとらえています。



## 特集2 特集3

### 最先端のデジタル領域を網羅 ソーシャル活用、メディア事例も

WEBサイトやソーシャル、スマホ、ECをはじめ、テレビ、新聞、ラジオ、雑誌、店内メディアなどの最先端の取り組みを紹介。  
ターゲットメディアとの組み合わせや戦略PRのトレンドも紹介し、宣伝部のみならず、商品開発やマーケティングに携わる皆様に成功のヒントをお届けしています。



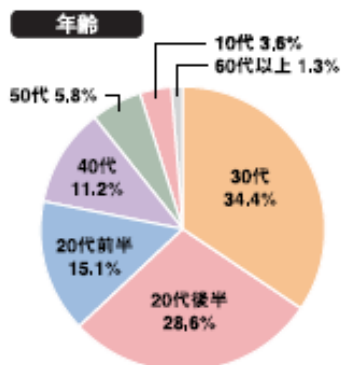
## 好評連載

### 宣伝部長の登場企画や、注目の キャンペーンを紹介する企画など

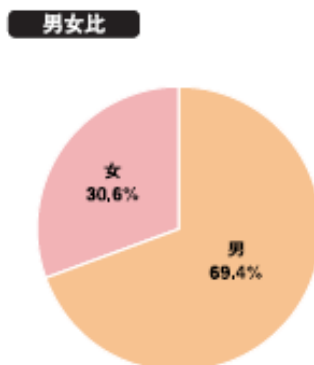
- ・新感覚宣伝部長
- ・気になる、広告のお値段HowMuch？
- ・広告メディア開発プロジェクトを追う！
- ・マンスリーランキング
- ・マーケティング パワーウーマン
- ・インサイドメディア



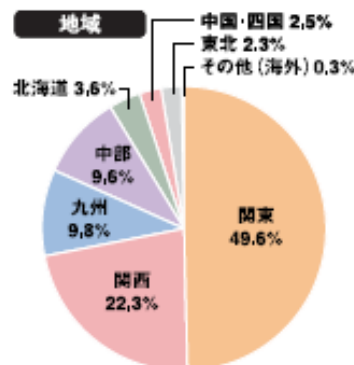
# 読者属性



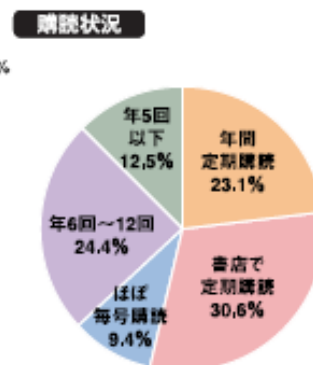
現場で発言力のある  
25歳から35歳が読者の中心



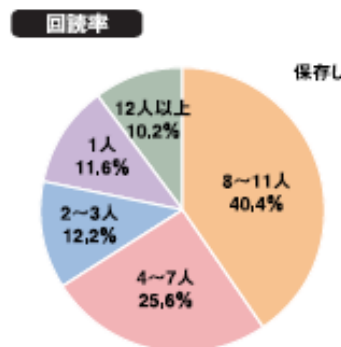
男女比は7:3



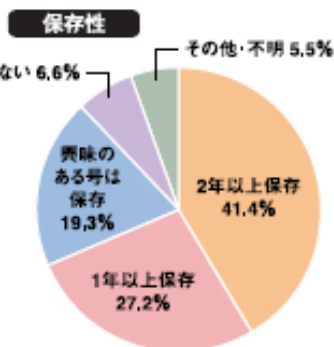
情報発信の拠点となる  
都市部での購読が中心を占める



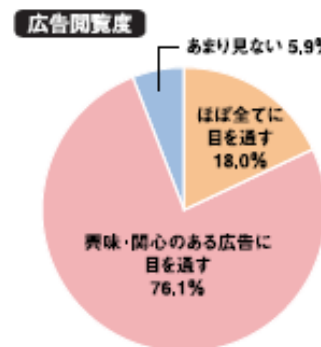
5割以上が定期購読での購読



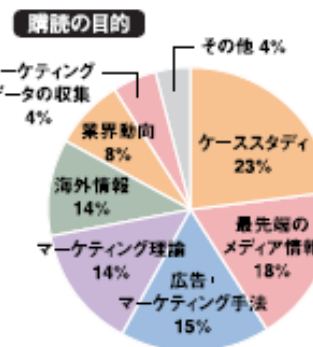
職場に1冊!  
回読率は平均7.3人



約7割の読者が、  
1年以上保存している



9割以上の読者が広告に注目



企画に活用できるケーススタディや  
最新情報が最重要項目