

マスメディア論A

マスメディア論

担当：後藤 登

第9回 (2021/12/7)

開講時：毎週火曜4限目 (15:30-17:15)

# はじめに

皆さん、こんにちは。

「マスメディア論A/マスメディア論」を担当いたします後藤です。

皆さん方の「小レポート」をととても楽しく読ませていただきました😊

本日の授業テーマは「公共広告」です。

# 本日の授業

公共広告

本日の小レポート

# 公共廣告

皆さんは、「第4回・講義」で学んだ  
「**広告の種類**」を覚えていますでしょうか？

今回、取り上げる「**公共広告**」は、広告の種類でいうと、  
「**非商業的広告**」の1つで「**公共的テーマを扱う広告**」のことをいいます。

復習を兼ねて、  
「第4回・講義」の「**広告の種類**」の部分を再掲します。

再掲

# 広告の種類（1） 商業的広告/非商業的広告

商業的広告

営利目的の広告

非商業的広告

営利を目的としない広告

◎出典：岸・田中・嶋村著『現代広告論』有斐閣（2000）第1章

再掲

# 広告の種類

## 商業的広告の種類

### ①商品広告

個々の商品や商品群を対象とした広告

### ②企業広告

企業の理念や事業領域、技術などを知らせることにより、企業の認知度や企業イメージ、好意などの向上を図る広告

### ③ブランド広告

長期的なブランド構築を意図した広告

◎出典：岸・田中・嶋村著『現代広告論』有斐閣（2000）第1章

再掲

## 広告の種類 非商業的広告の種類①

公共広告

公共福祉団体  
広告

行政広告

政治広告

宗教広告

意見広告

個人広告

法定公告

◎出典：岸・田中・嶋村著『現代広告論』有斐閣（2000）第1章

再掲

# 広告の種類

## 非商業的広告の種類②



### 公共広告

公共的テーマを扱う広告

### 公共福祉団体広告

慈善団体が公衆の理解と支援を得るために行なう広告

### 行政広告

国および地方自治体の行政機関が国民や地域住民に対して  
政策の意図や実態・成果などについて理解を得るために行なう  
行政広報活動で利用される広告

### 政治広告

政党などの組織や候補者などの個人が特定の信念や政策を訴えるために行なう広告

◎出典：岸・田中・嶋村著『現代広告論』有斐閣（2000）第1章

再掲

## 広告の種類 非商業的広告の種類③

### 宗教広告

宗教団体が布教のために行なう広告

### 意見広告

個人や団体が特定の意見を表明する広告

### 個人広告

個人が広告主となる広告

### 法定公告

国、公共事業体、地方公共団体、営利企業などが  
民法や商法などの法令に定められた事項を広く社会一般に公表するために行なう広告

◎出典：岸・田中・嶋村著『現代広告論』有斐閣（2000）第1章

日本における「**公共広告**」としては、  
「**公益社団法人・ACジャパン**」の活動が有名です。

コロナ禍の昨今、テレビをご覧になったことのある方は、  
次のテレビCMを目にしたことはありませんでしょうか？

公益社団法人・ACジャパン「**コロナ対策臨時キャンペーン**」  
<https://www.ad-c.or.jp/campaign/extra/index.html>

上記URLをクリック/タップし、  
8本のCM動画をすべて閲覧してみてください😊

# 公益社団法人・ACジャパン (ADVERTISING COUNCIL JAPAN) の概要

## 【目的】

「公共のための広告活動を通じて国民の公共意識の高揚を図り、もって社会の進歩と公共の福祉に寄与すること」(定款第3条)

## 【歴史】

1971年 関西公共広告機構として発足

1974年 社団法人・公共広告機構として全国組織に

2009年 社団法人・ACジャパンに名称変更

2011年 公益社団法人・ACジャパンに

## 【会員】

企業・団体、メディア、広告会社からなる会員社＝約1000社と個人会員で構成され、活動資金は会員の会費で賄われている。

◎ACジャパンの歴史に関する記事と動画を閲覧し、要点をノートに書こう◎

「映像で見るACジャパン」公益社団法人・ACジャパンウェブサイト

[https://www.ad-c.or.jp/about\\_ac/philosophy.html](https://www.ad-c.or.jp/about_ac/philosophy.html)

**ACジャパンの活動は、**  
「民間の企業・団体が持てる資源を少しずつ出し合い、  
社会にとって有益なメッセージを広告という形で発信している  
**CSR (Corporate Social Responsibility) 活動**」(\*)とされ、  
さまざまな分野で**広告キャンペーン**を展開しています。

なお、ACジャパンの公共広告は、  
メディア（テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・インターネット・  
プロモーションメディアなど）によって**無償**で放送・掲載されています。

\*出典：「ACジャパンとは」公益社団法人・ACジャパンウェブサイト  
[https://www.ad-c.or.jp/about\\_ac/index.html](https://www.ad-c.or.jp/about_ac/index.html)

# ACジャパンの2021年度・広告キャンペーンを見てみよう

## 全国キャンペーン

[https://www.ad-c.or.jp/campaign/self\\_all/index.html](https://www.ad-c.or.jp/campaign/self_all/index.html)

## 地域キャンペーン

[https://www.ad-c.or.jp/campaign/self\\_area/index.html](https://www.ad-c.or.jp/campaign/self_area/index.html)

## 支援キャンペーン

<https://www.ad-c.or.jp/campaign/support/index.html>

◎上記の各URLのリンク先に掲載されている広告  
(テレビCM、ラジオCM、新聞広告等)をすべて閲覧してください◎

# 本日の小レポート

# 本日の小レポート（授業参加点＝4点満点）

以下のテーマについて、OGU-Caddieに記入してください。

1. ACジャパンの2021年度・広告キャンペーンのうち、以下の各キャンペーン分野ごとに最も印象に残った広告キャンペーンを1つずつ取り上げ、考えたことを書いてください（各100字以上/三角ロジックで）

🏠次ページの「書き方の例」を参考にしてください。

- 1) 全国キャンペーン
- 2) 地域キャンペーン
- 3) 支援キャンペーン

2. 本日の授業を受講して考えたこと（100字以上/三角ロジックで）

**提出期日：12/11（土）まで**



# 「小レポート」「課題レポート」の評価ポイント

再掲

①すべての課題に回答しているか？

②字数・提出期日等の条件を守っているか？

③他の受講生の回答をコピペしていないか？⇒関係者全員が0点！

④「三角ロジック」の要素を入れてレポートを作成しているか？

# レポートの書き方のヒント😊

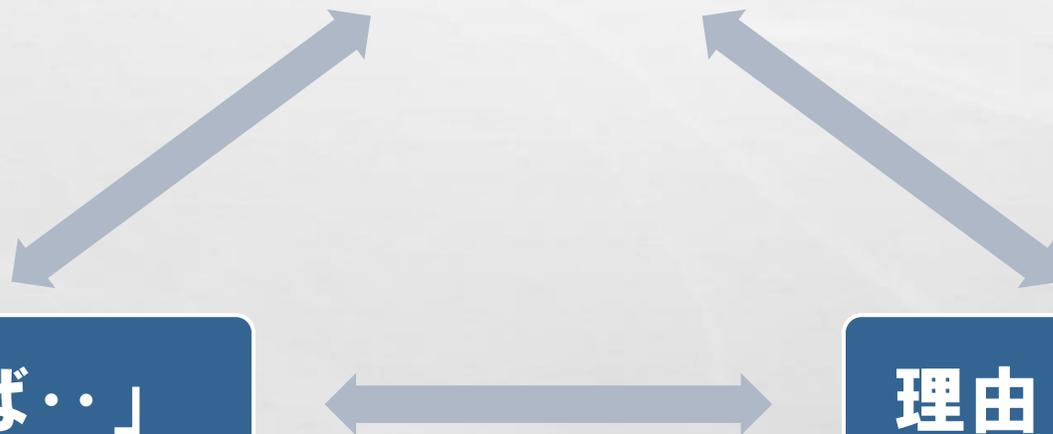
「三角ロジック」で書く

結論「〇〇である」

再掲

具体例「例えば・・・」

理由「なぜなら・・・」



# 「三角ロジック（結論・理由・具体例）」の要素を使った文章の例

再掲

課題□□□□について、私が考えたことは○○○○である。  
なぜ、そのように考えたかという、△△△△だからである。  
例えば、××××というデータ/例を挙げることができる。  
したがって、私は○○○○であると考えた。

○○○○＝結論、△△△△＝理由、××××＝具体例

# 質問と質問への回答の方法

「質問」がある場合は後藤までメールをお願いします。

後藤 登

[goto@ogu.ac.jp](mailto:goto@ogu.ac.jp)

科目名・学籍番号・氏名を必ず記載してください。

「回答」は原則として質問者に直接メールで回答します。  
ただし、他の受講生にも参考になると思われる回答は  
プライバシー情報を除いて、他の受講生にも共有します。

では、次回また、OGU-CADDIEでお会いしましょう😊

**次回（第10回目）の遠隔授業は**  
**12/14（火）4限目（15：30-17：15）**  
**になります。**