

2014年10月8日

株式会社インプレスR&D

<http://www.impressRD.jp/>

テレビCMを超える！クロスデバイス時代のコンテンツ新戦略

『オンラインビデオ広告入門』発刊

『DSP/RTB オーディエンスターゲティング入門』『DMP 入門』に続く第三弾

インプレスグループで電子出版事業を手がける株式会社インプレス R&D（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：井芹昌信）は、次世代型出版メソッド「NextPublishing」を使った新刊『オンラインビデオ広告入門（副題：テレビCMを超える！ クロスデバイス時代のコンテンツ新戦略）』（著者：横山 隆治、榎田 良輝、榮枝 洋文、松矢 順一）を発刊いたしました。

『オンラインビデオ広告入門』



著者：横山 隆治、榎田 良輝、榮枝 洋文、松矢 順一
小売希望価格：電子書籍版 2,200 円(税別)／印刷書籍版 1,600 円(税別)
電子書籍版フォーマット：EPUB3／Kindle Format8
印刷書籍版仕様：A5 判／モノクロ／本文 190 ページ
ISBN：978-4-8443-9647-5
発行：インプレス R&D

<<発行主旨>>

本書は企業の新しいコンテンツ発信手段として、これから一気に普及すると思われるオンラインビデオ広告について解説しています。『DSP/RTB オーディエンスターゲティング入門』『顧客を知るためのデータマネジメントプラットフォーム DMP 入門』に続き、横山隆治氏を中心に広告・マーケティングの新潮流を第一線の著者が解説するシリーズの第三弾です。

<<内容紹介>>

これまでテレビCMに費用を投下してきたマスマーケターが、スマートフォン・PC・タブレットとクロスデバイ

スに展開できるオンラインビデオに取り組み始めています。また、これまでテレビ CM を使う予算のなかった企業やブランドも、一気にオンラインビデオを発信し始めることが予想されます。

本書は「オンラインビデオ広告」とは何かを定義し、形態や規格など基本知識を提供するとともに、マーケティング担当者がどのような点に注意してオンラインビデオを企画すればいいのか、具体的なアイデア整理の方法や成功したクリエイティブの事例を紹介、オンラインビデオの可能性を展望します。

また、スマートフォンにおけるオンラインビデオ、テレビ CM とオンラインビデオの予算配分と効果の検証、米国で進行するオンラインビデオ流通ビジネス「MCN(マルチチャンネルネットワーク)」など、今後オンラインビデオに取り組むにあたって知っておきたい重要な動きや課題についても詳しく解説しています。

企業のマーケティング担当者はもちろんのこと、広告やウェブ・動画コンテンツなど、デジタルメディアに携わるすべての方々にご活用いただける内容となっています。

<<目次>>

- 第1章 立ち上がるオンラインビデオ広告市場
- 第2章 オンラインビデオ広告の基礎知識
- 第3章 オンラインビデオ広告企画の視点
- 第4章 事例で学ぶクリエイティブとキャンペーン設計のヒント
- 第5章 スマートフォンのオンラインビデオ広告
- 第6章 テレビ CM とオンラインビデオ広告のアロケーション
- 第7章 激変するオンラインビデオ流通ビジネス

<<著者紹介>>

横山 隆治(よこやま りゅうじ)

1982年青山学院大学文学部英米文学科卒。株式会社旭通信社入社後、ビール、飲料、食品などのマス広告ブランドを多数担当。1996年DAC設立に参画。DAC代表取締役副社長を経て、2006年株式会社ADKインタラクティブ代表取締役社長。現在株式会社デジタルインテリジェンス代表取締役。ネット広告黎明期からその理論化、体系化に努める。著書『トリプルメディアマーケティング』『顧客を知るためのデータマネジメントプラットフォーム DMP 入門』『広告ビジネス次の10年』ほか多数。

榎田 良輝(うめだ よしてる)

1990年関西学院大学卒。広告会社の営業部門で家電、通信、飲料、光学、生保などを担当後、人事・経営企画部門のマネジャー。その後、デジタル系エージェンシーに参画し、2011年よりデジタルインテリジェンス取締役シニアディレクター。現在、ブランド広告主向けのデジタルコミュニケーション、組織・人財、マーケティングプラットフォームなどのコンサルティング業務を担当。株式会社プログラマティカ代表取締役。横浜市郊外で妻子と3人暮らし。

榮枝 洋文(さかえだ ひろふみ)

株式会社デジタルインテリジェンス取締役/ニューヨークオフィス代表。海外現地法人のマネジメント歴18年(中国・広州/香港、北米・ロサンゼルス/ニューヨーク)。アサツーディ・ケイ現地法人ADK America/WPP GroupのCFO兼副社長を経て現職。日本広告業協会(JAAA)会報誌コラムニスト。北米グローバル・エージェンシーや独立系デジタル・エージェンシーとのシンジケート連携や、日本のアドテクノロジー企業の米国進出における支援ビジネスを展開中。米国コロンビア大学経営大学院(MBA)修了。

松矢 順一(まつや じゅんいち)

株式会社アサツーディ・ケイクロスコミュニケーション局を経て、伊藤忠商事株式会社情報産業部門でデジタルマーケティングを担当し、株式会社ADKインタラクティブ取締役就任。その後、楽天株式会社メ

ディア事業副事業長を経て株式会社 Tube Mogul 執行役員就任。著書には共著で『次世代広告コミュニケーション』『トリプルメディアマーケティング』。

<<販売ストア>>

電子書籍：

Amazon Kindle ストア：<http://www.amazon.co.jp/gp/product/B00O8RAHEK/>

楽天 kobo イブックスストア：<http://rakuten.kobobooks.com/>

Apple iBookstore：<http://www.apple.com/jp/apps/ibooks/>

紀伊國屋書店 Kinopyy：<http://bookweb.kinokuniya.co.jp/indexp.html>

インプレス R&D libura PRO (ライブラプロ)：<https://libura-pro.com/>

印刷書籍：

Amazon.co.jp：<http://www.amazon.co.jp/gp/product/4844396471/>

三省堂書店オンデマンド：<http://item.rakuten.co.jp/books-sanseido/c/0000000517/>

ウェブの書齋オンデマンド本 楽天市場店：<http://www.rakuten.co.jp/shosai/>

※各ストアでの販売は準備が整いしだい開始されます。

※一般書店では販売しておりません。

【NextPublishing とは】<http://nextpublishing.jp/>

NextPublishing メソッドは株式会社インプレス R&D が開発した、電子書籍と印刷書籍を同時発行できるデジタルファースト型の新出版方式です。

【株式会社インプレス R&D】<http://www.impressRD.jp/>

インプレス R&D は、NextPublishing メソッドを活用した次世代型出版事業を推進する企業です。

【インプレスグループ】<http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス(本社：東京都千代田区、代表取締役：関本彰大、証券コード：東証 1 部 9479)を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ+サービスを提供するメディア事業を展開しています。

【お問い合わせ先】

株式会社インプレス R&D NextPublishing センター

〒102-0075 東京都千代田区三番町 20 番地

TEL 03-5275-1087

電子メール：np-info@impress.co.jp