プランドゥ アナブキ

香川大学　あなぶきグループ特別講義

第５回「広告代理業」

2017年11月8日
株式会社プランドゥ穴吹
植松　政俊

もっと、わくわく！
あなぶきグループ

©Anabuki Group. All Right Reserved.

植松　政俊（うえまつ　まさとし）

生年月日／昭和４３年５月１５日生　４９歳

出身地　／高松市国分寺町

家族構成／４人＋猫１

趣味　　／ゴルフ、温泉巡り

～職歴～

平成７年　5月　プランドゥ穴吹入社
　　広告代理業務に従事

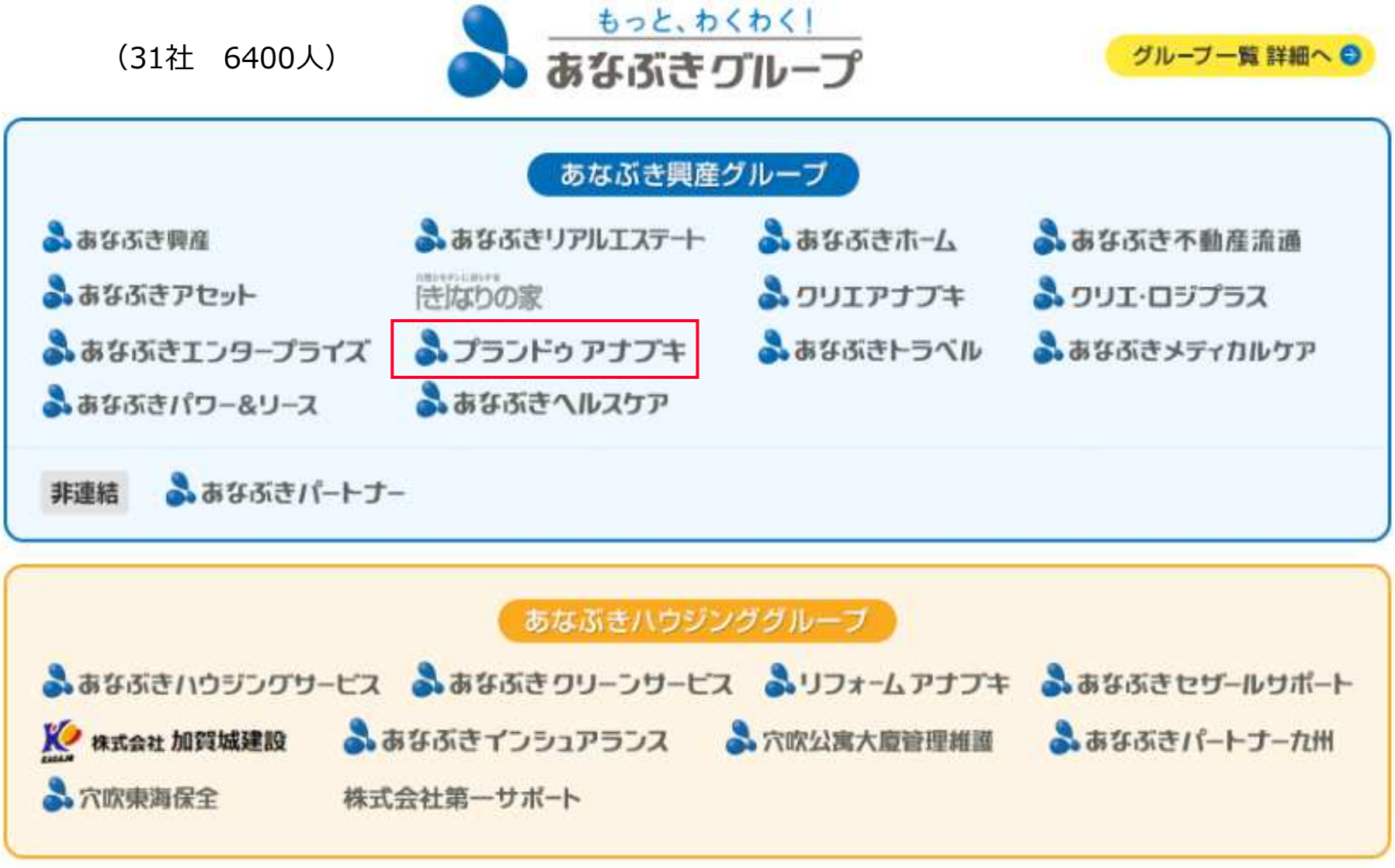
平成22年　７月　あなぶきメディカルケアに異動し介護事業に従事

平成28年　３月　プランドゥ穴吹に異動
　　現在に至る

©Anabuki Group. All Right Reserved.

あなぶきグループ

（31社　6400人）



©Anabuki Group. All Right Reserved.

商　　号／株式会社プランドゥ穴吹

所 在 地／高松市鍛冶屋町６－１１

代 表 者／代表取締役　柴田　登

社 員 数／１７名（高松１１名、福岡６名）

事業内容／広告代理業

広告企画制作、販売促進、イベントの企画、マーケティング、分析業務。

©Anabuki Group. All Right Reserved.

1．総合広告代理店

すべての媒体を扱い、企画から制作までを総合的に行う広告代理店。

2．専門広告代理店

新聞広告、交通広告、屋外広告等において、特定の媒体に特化して取り扱う広告代理店。

3．ハウスエージェンシー

特定企業の広告を専門に取り扱う広告代理店。

©Anabuki Group. All Right Reserved.

広告とは...

商品、サービスなどを広く世間に告知し、購買意欲を喚起させ、社会を豊かにするコミュニケーション活動のこと。

©Anabuki Group. All Right Reserved.

広告の種類

テレビ

新聞

ラジオ

雑誌

チラシ

ダイレクトメール

ＰＯＰ

看板

交通広告

インターネット

©Anabuki Group. All Right Reserved.

バナー広告

リスティング広告

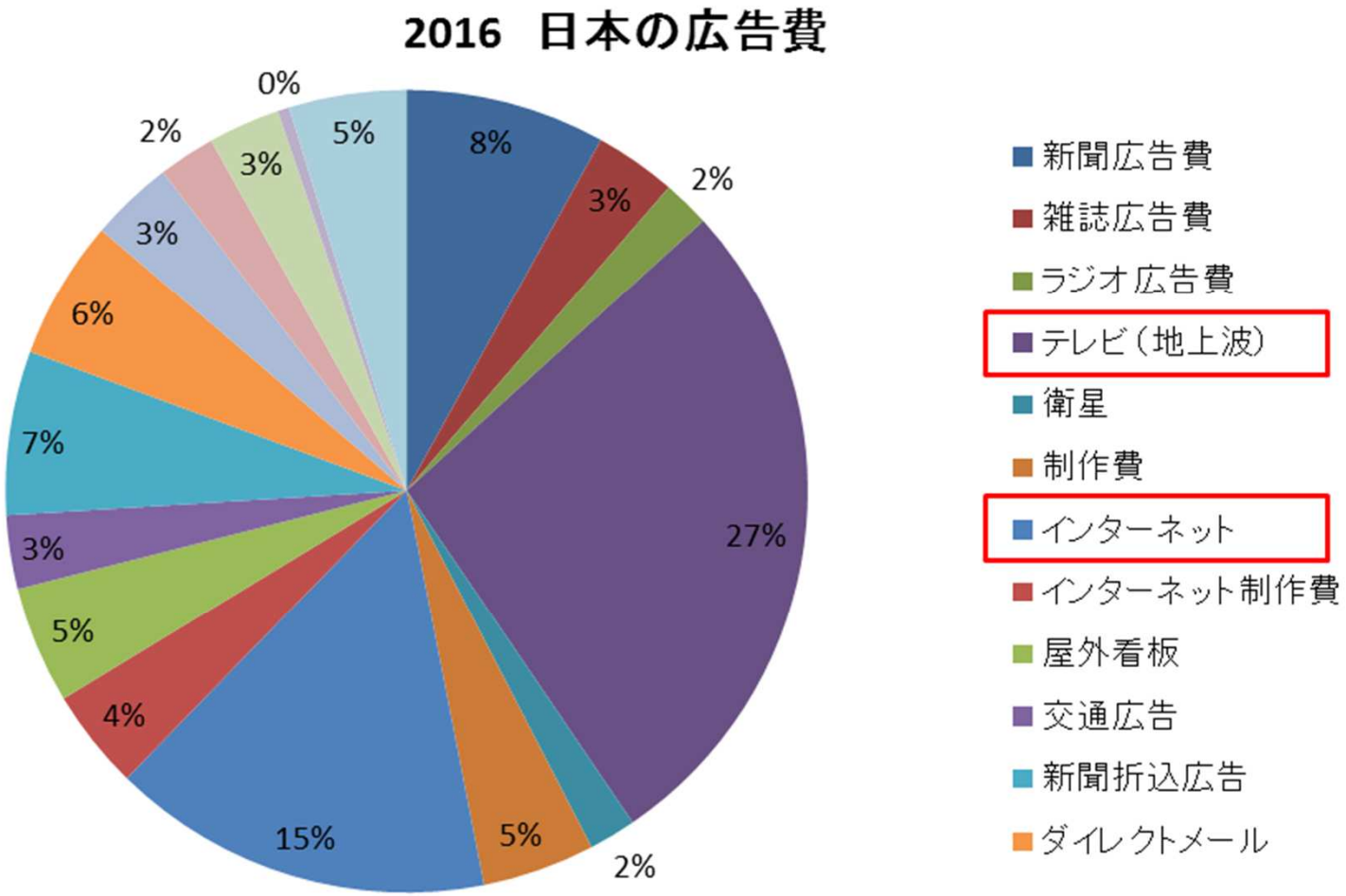
メール広告

ソーシャルメディア広告

動画広告

©Anabuki Group. All Right Reserved.

2016　日本の年間広告費６兆２,880億円



※㈱電通総研発表資料より

©Anabuki Group. All Right Reserved.

タレントCMギャラ（年間）

4,000万円

6,000万円

©Anabuki Group. All Right Reserved.

タレントCMギャラ（年間）

7,000万円

１億円

©Anabuki Group. All Right Reserved.

クイズ

最近テレビで大活躍中の星野源さんのCMギャラはいくらでしょうか？

3,000万円

※露出エリア、メディア、契約期間、競合排除等の条件により、ギャラは異なります。

©Anabuki Group. All Right Reserved.

あなぶきハウジングサービス
「部屋ナビショップ」の初代
イメージガール

有村実樹

（モデル、タレント、女優）

1,500万円

©Anabuki Group. All Right Reserved.

企業にとっての広告とは、マーケティング活動のひとつである。

Product
（商品）
どんな商品を売るのか？

Place
（流通）
どこで売るのか？

Price
（価格）
いくらで売るのか？

Promotion
（販売促進）
どのように売るのか？

©Anabuki Group. All Right Reserved.

ハウスエージェンシーについて

プランドゥ アナブキ

<クライアント>

あなぶき興産
（分譲マンション・不動産）

あなぶきエンタープライズ
（ホテル等施設運営）

クリエアナブキ
（人材派遣）

あなぶきハウジングサービス
（賃貸斡旋、分譲管理）

日本電力
（エネルギー事業）

プランドゥ穴吹

チラシ
新聞広告
パンフレット
Web
テレビＣＭ
DM
ノベルティ

<ブレーン>

- 広告代理店
- デザイン事務所
- カメラマン
- 印刷会社
- 看板・サイン制作会社
- 新聞折込会社
- ノベルティ販売会社
- Web制作会社

©Anabuki Group. All Right Reserved.

ハウスエージェンシーの役割

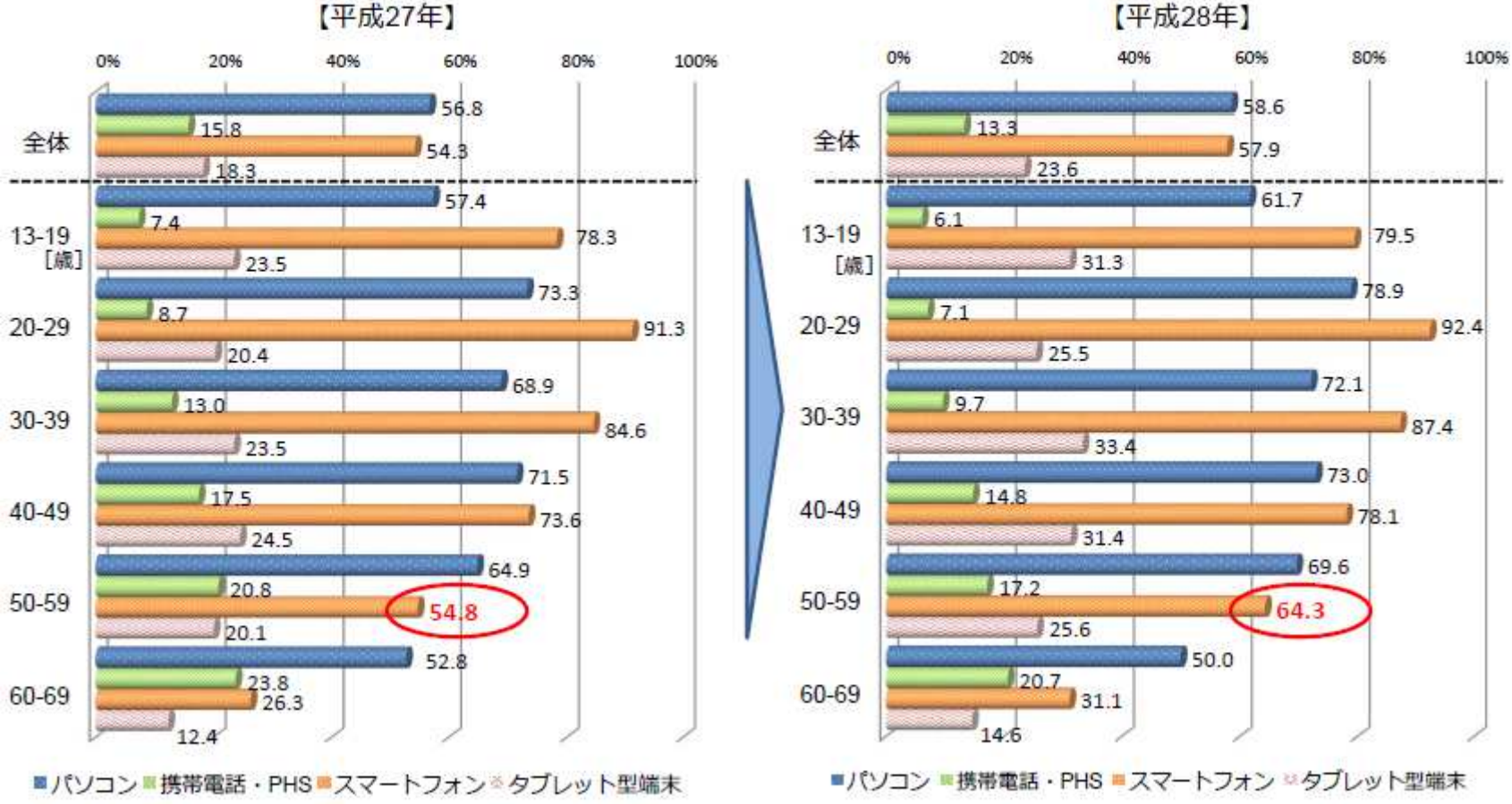
1．集客（様々なメディアを活用）
2．コスト削減・管理
3．正確な情報提供
4．ブランディング

©Anabuki Group. All Right Reserved.

2　インターネットの利用動向②

年齢階層別インターネット利用機器の状況（個人）

10代～60代の各年齢階層において、携帯電話・PHS（スマートフォン除く）の利用が低下する一方で、スマートフォンの利用は引き続き上昇傾向にあり、特に50代では約10ポイントもの上昇となっている。また、タブレット型端末での利用も、10代～60代で上昇している。



※　当該比率は世帯構成員（個人）のインターネットの利用割合を端末別・年齢階層別に示したものである。
※　携帯電話・PHSは、スマートフォンを除く。

※総務省　平成27年通信利用動向調査より

©Anabuki Group. All Right Reserved.

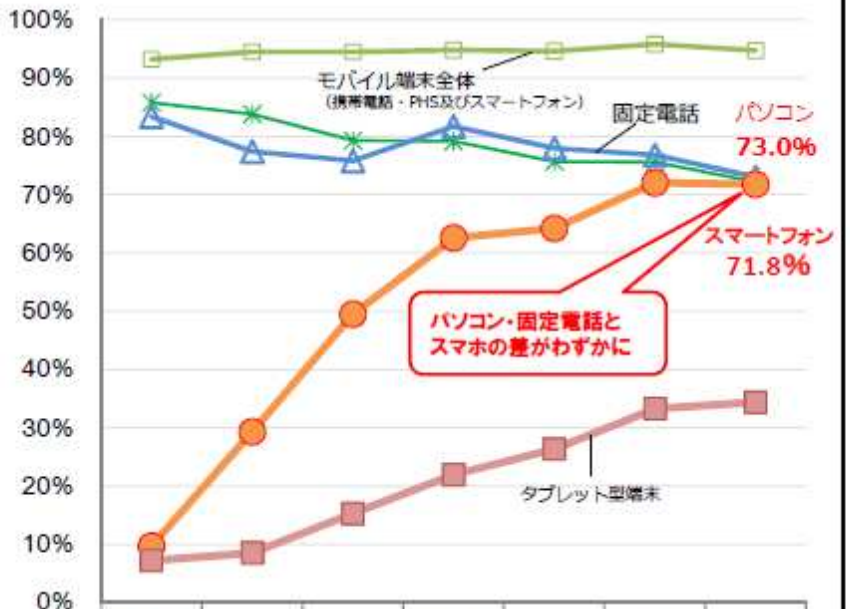
プランドゥ アナブキ

3　情報通信機器の普及状況

6

主な情報通信機器の保有状況（世帯）（平成22年～平成28年）

スマートフォンを保有している世帯の割合は前年と同程度、一方パソコンを保有している世帯の割合は低下し、両者の差は縮小。

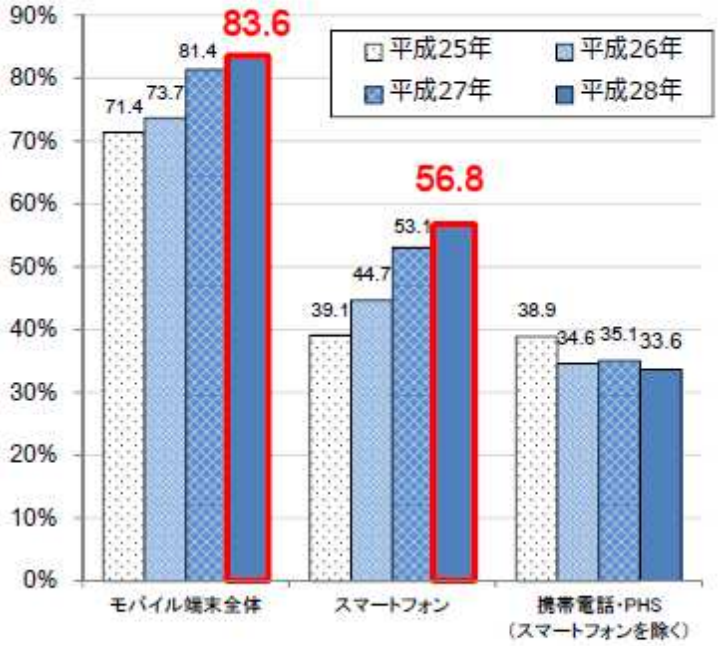


	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年
固定電話	85.8	83.8	79.3	79.1	75.7	75.6	72.2
パソコン	83.4	77.4	75.8	81.7	78.0	76.8	73.0
スマートフォン	9.7	29.3	49.5	62.6	64.2	72.0	71.8
モバイル端末全体	93.2	94.5	94.5	94.8	94.6	95.8	94.7
タブレット型端末	7.2	8.5	15.3	21.9	26.3	33.3	34.4

※当該比率は、各年の世帯全体における各情報通信機器の保有割合を示す。

モバイル端末の保有状況（個人）（平成25年～平成28年）

スマートフォンを保有している個人の割合は上昇を続け、モバイル端末全体（携帯電話・PHS及びスマートフォン）の保有の割合も上昇傾向。



※総務省　平成27年通信利用動向調査より

©Anabuki Group. All Right Reserved.

＜全国平均＞

インターネット利用率
８３．０%

スマホ利用率
５４．３%

＜香川県＞

インターネット利用率
７６．５%

スマホ利用率
５０．６%

※総務省　平成27年通信利用動向調査より

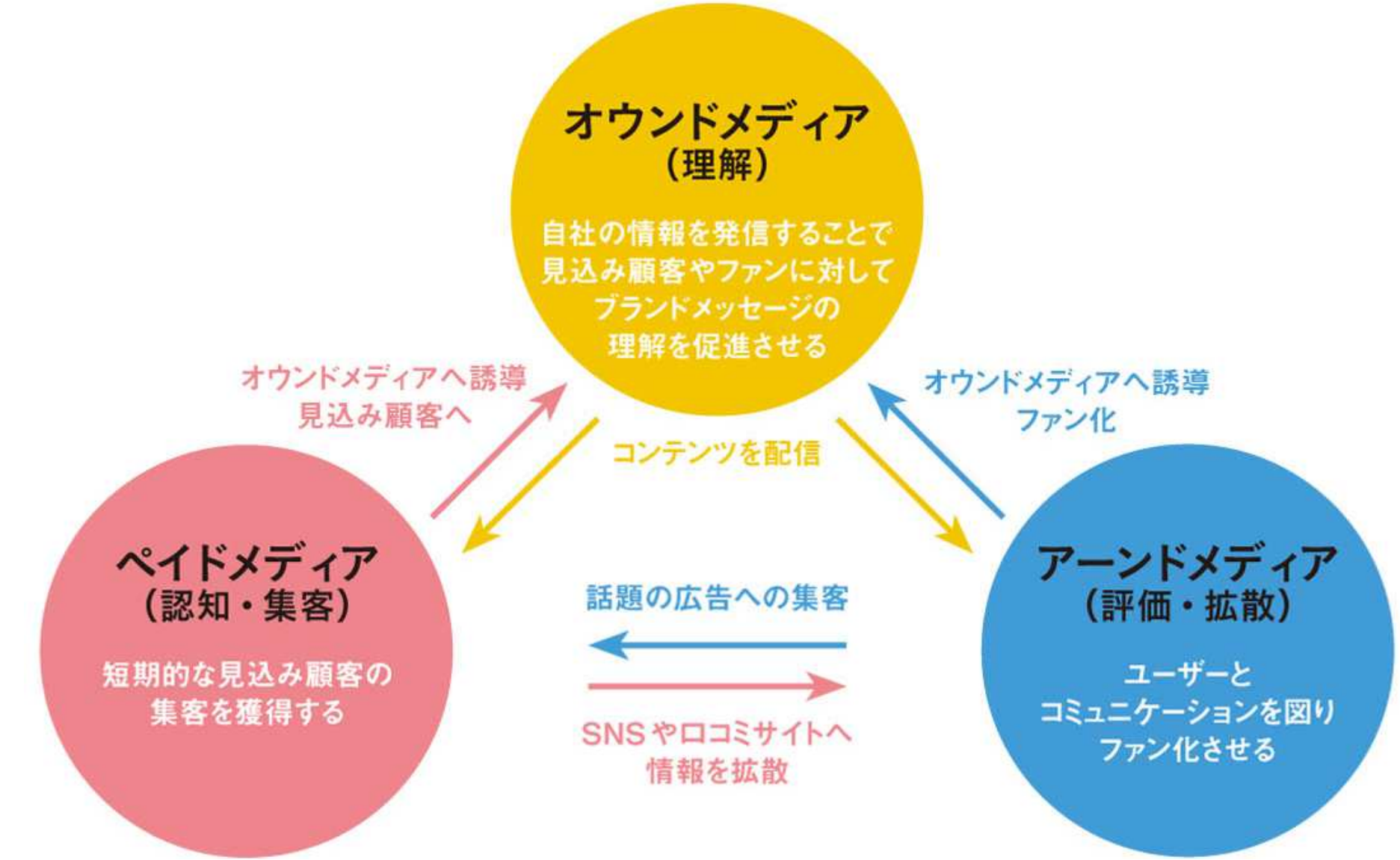
©Anabuki Group. All Right Reserved.

＜昔＞		＜現在＞	
A	Attention	A	Attention
I	Interest	I	Interest
D	Desire	S	Search
M	Memory	A	Action
A	Action	S	Share

現在では、営業との接点を持つ時点で、購買プロセスの６０%を終了していると言われている。

©Anabuki Group. All Right Reserved.

トリプルメディア



©Anabuki Group. All Right Reserved.

新規マンションプロジェクト計画

物件名／アルファスマート高松駅西

所在地／高松市浜ノ町１３０－１

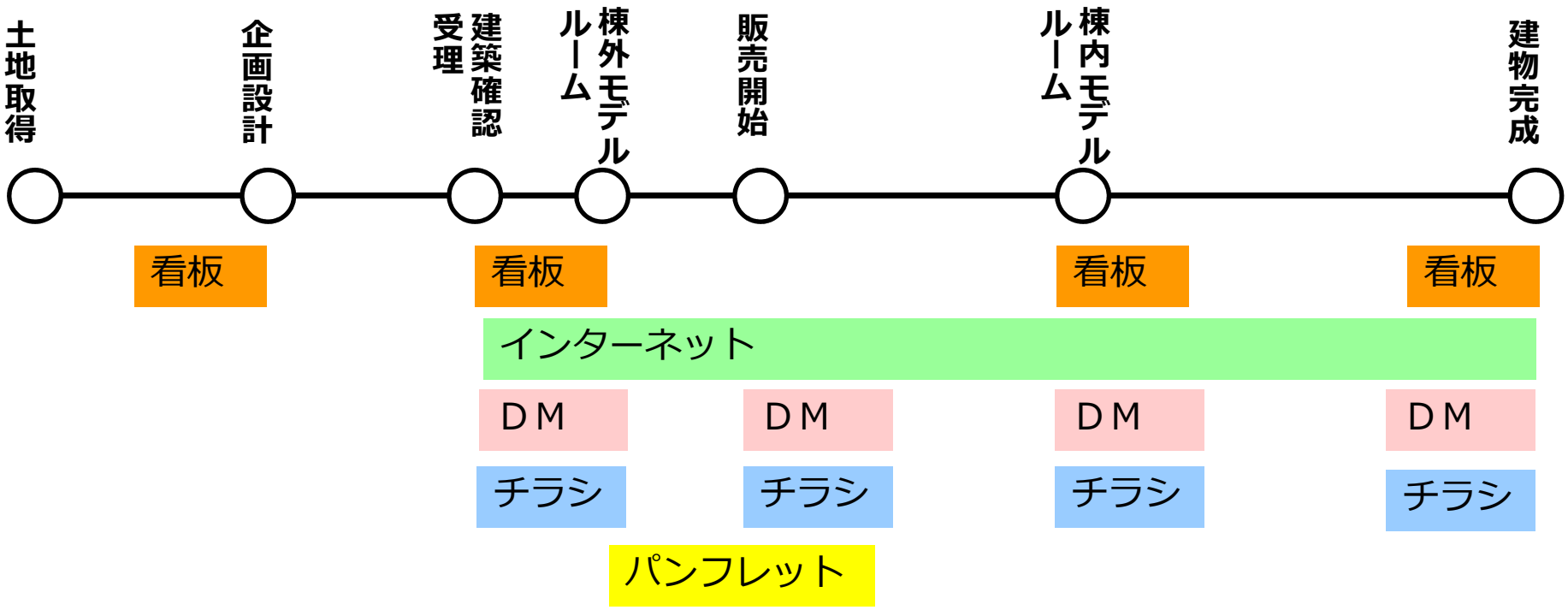
構造・規模／RC地上造１０階建て

総戸数／５４戸

販売開始／平成２８年６月

©Anabuki Group. All Right Reserved.

分譲マンションの広告宣伝活動の流れ



建設用地

棟外モデルルーム

建設工事

建物完成

もっと、わくわく！
あなぶきグループ

©Anabuki Group. All Right Reserved.

プランドゥ アナブキ

◎物件建設地を利用した集客イベント事例

【実施内容】
■物件名：アルファスマート谷山
■実施期間：　2日間（夏休み）
■会場：物件建設地
■ターゲット：当社オーナー、ヤングファミリー、子育て世代、シニア他。
■内容：「わくわく夏まつり」と銘打ち、建設現地の着工前に現地空きスペースを有効利用すべく、大規模物件でしか出来ない規模での屋外・屋内の賑やかしイベントを実施。

目的：オーナーに向けた、日ごろの感謝を伝えるおもてなしイベント（紹介の促進）

©Anabuki Group. All Right Reserved.

Ｐ　ＰＬＡＮ　（計画）

Ｄ　ＤＯ　（実行）

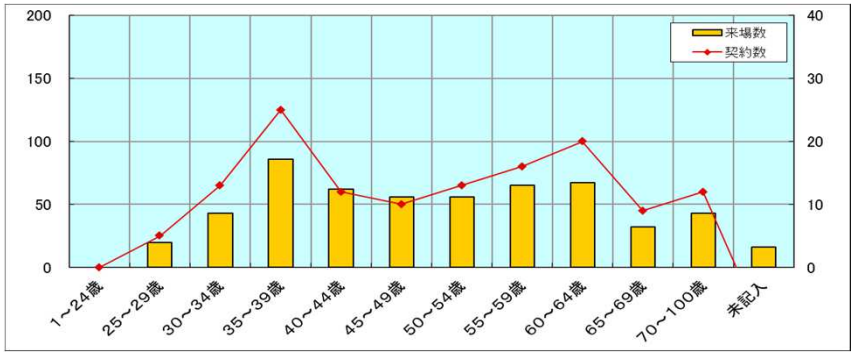
Ｃ　ＣＨＥＣＫ　（検証）

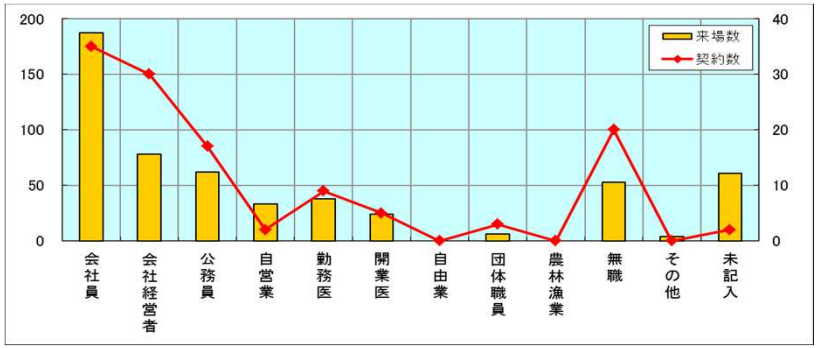
Ａ　ＡＣＴＩＯＮ（改善）

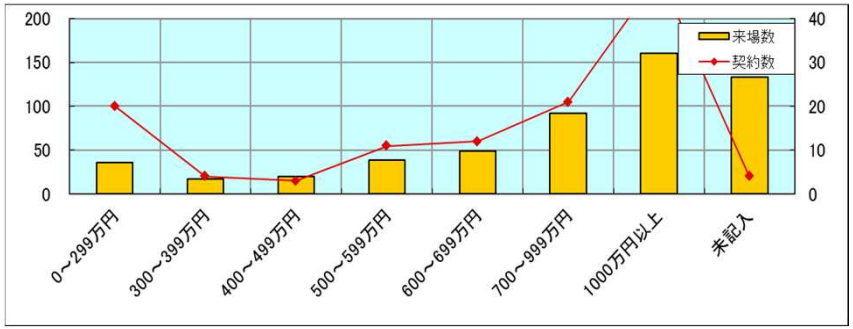
©Anabuki Group. All Right Reserved.

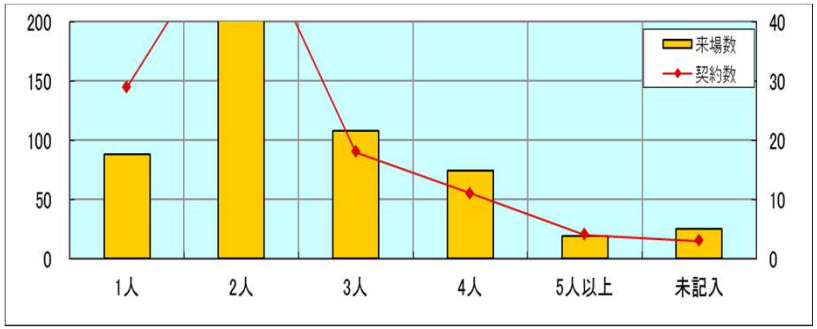
プランドゥ アナブキ

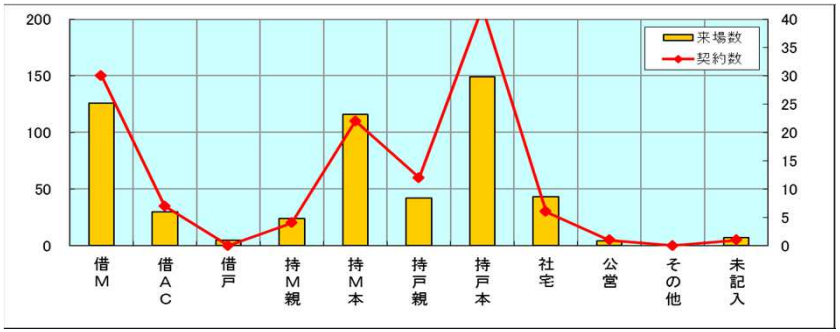
顧客データの分析により、属性を把握・分析し、軌道修正する。

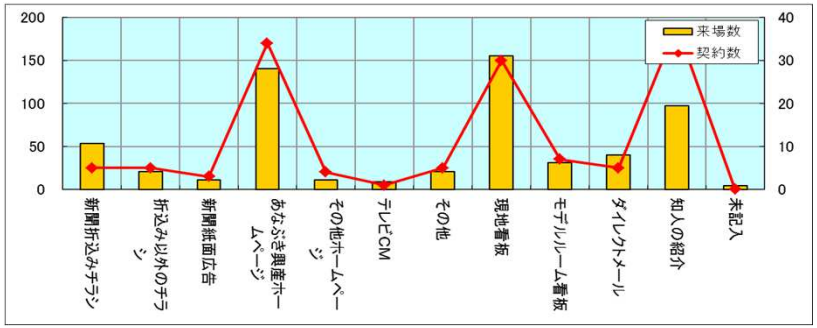








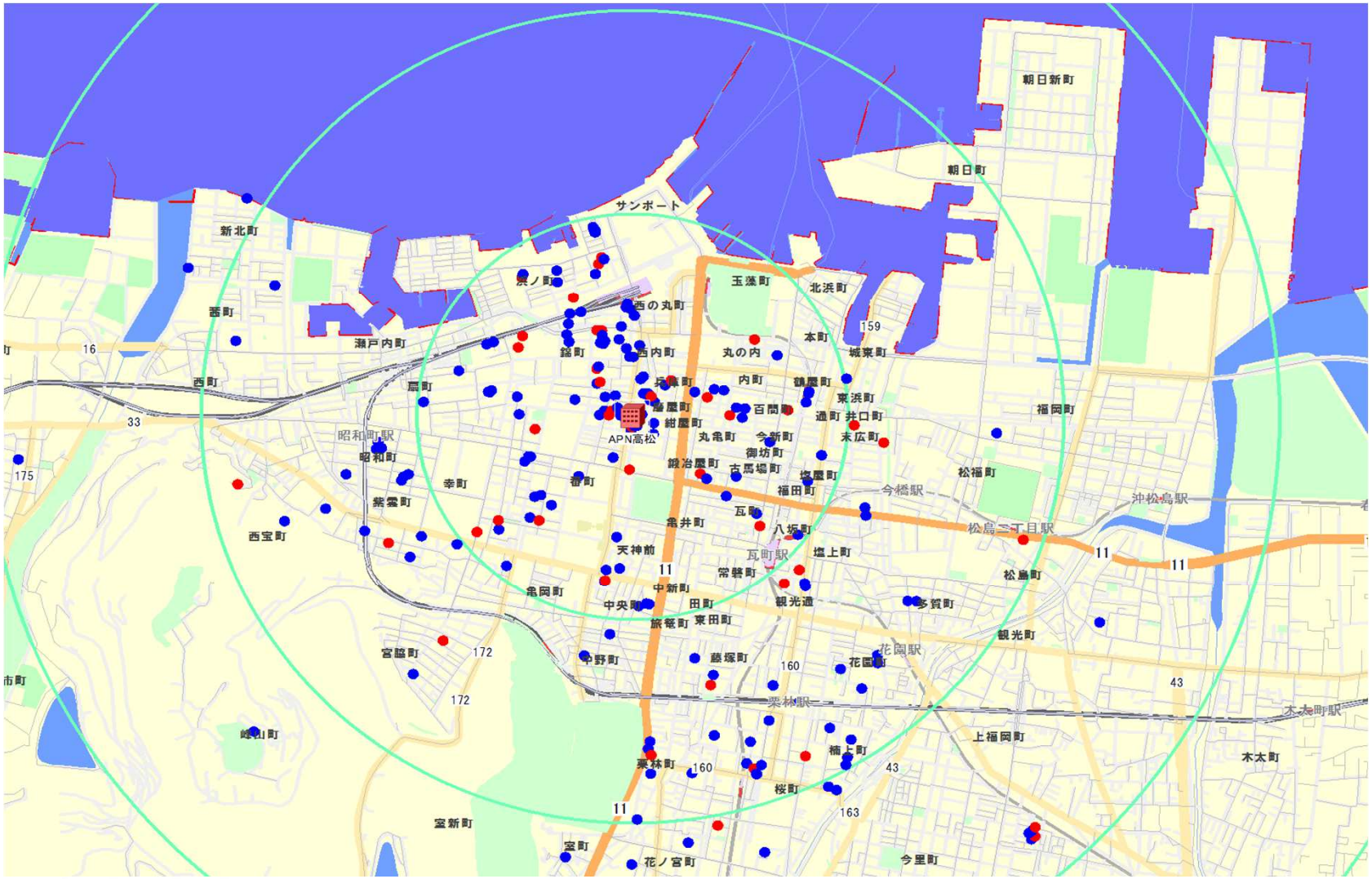




©Anabuki Group. All Right Reserved.

プランドゥ アナブキ

マッピングシステムを活用し、来場エリア分析を行う。



もっと、わくわく！
あなぶきグループ

©Anabuki Group. All Right Reserved.

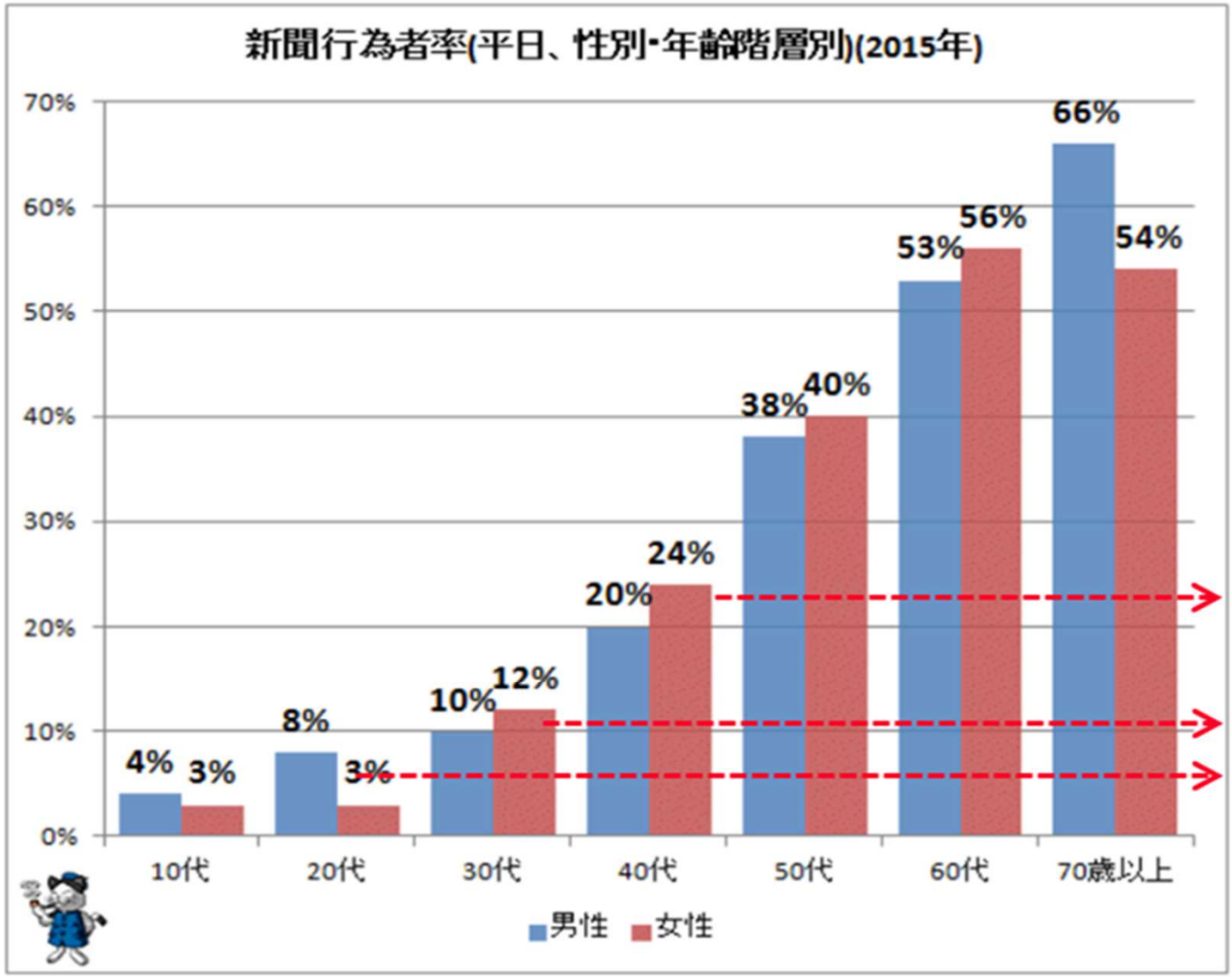
プランドゥ アナブキ

集客媒体を分析し、投下効率を把握し、常に見直しを行う。

項目	経費	経費占有率	集客数	成約数	成約率	集客単価	成約単価
合計	**¥89,410,783**	**100.00%**	**536.0人**	**130.0人**	**24.25%**	**¥166,811**	**¥687,775**
①新聞折込チラシ	¥20,288,003	22.69%	50.5人	4.5人	8.91%	¥401,743	¥4,508,445
②折込以外チラシ	¥7,517,318	8.41%	20.0人	3.5人	17.50%	¥375,866	¥2,147,805
②-2折込以外チラシ2	¥0	0.00%	0.0人	0.0人	0.00%	¥0	¥0
③新聞紙面広告	¥1,831,050	2.05%	11.5人	3.0人	26.09%	¥159,222	¥610,350
③-2新聞紙面広告2	¥0	0.00%	0.0人	0.0人	0.00%		
④インターネット	¥11,921,427	13.33%	134.0人	34.0人	25.37%	¥88,966	¥350,630
⑤TVCM・ラジオ	¥5,873,200	6.57%	8.5人	0.5人	5.88%	¥690,965	¥11,746,400
⑥その他広告媒体	¥5,472,507	6.12%	0.0人	0.0人	0.00%	¥0	¥0
⑦事前アンケート調査	¥0	0.00%	1.0人	1.0人	100.00%	¥0	¥0
⑧現地看板料	¥3,110,945	3.48%	139.0人	25.5人	18.35%	¥22,381	¥121,998
⑨MR看板料	¥1,837,788	2.06%	28.0人	7.0人	25.00%	¥65,635	¥262,541
⑩DM類	¥2,949,575	3.30%	37.0人	4.5人	12.16%	¥79,718	¥655,461
⑪共通販促費	¥13,626,711	15.24%	0.0人	0.0人	0.00%	¥0	¥0
⑪-2共通販促費2	¥5,627,145	6.29%	0.0人	0.0人	0.00%	¥0	¥0
⑫その他共通販促費	¥0	0.00%	0.0人	0.0人	0.00%	¥0	¥0
⑬ﾊﾟﾝﾌﾚｯﾄ類	¥9,355,114	10.46%	0.0人	0.0人	0.00%	¥0	¥0
⑭未回答			21.5人	7.5人	34.88%		
⑮会員情報「アルファ」			0.0人	0.0人	0.00%		
⑯知人の紹介			85.0人	39.0人	45.88%		

©Anabuki Group. All Right Reserved.

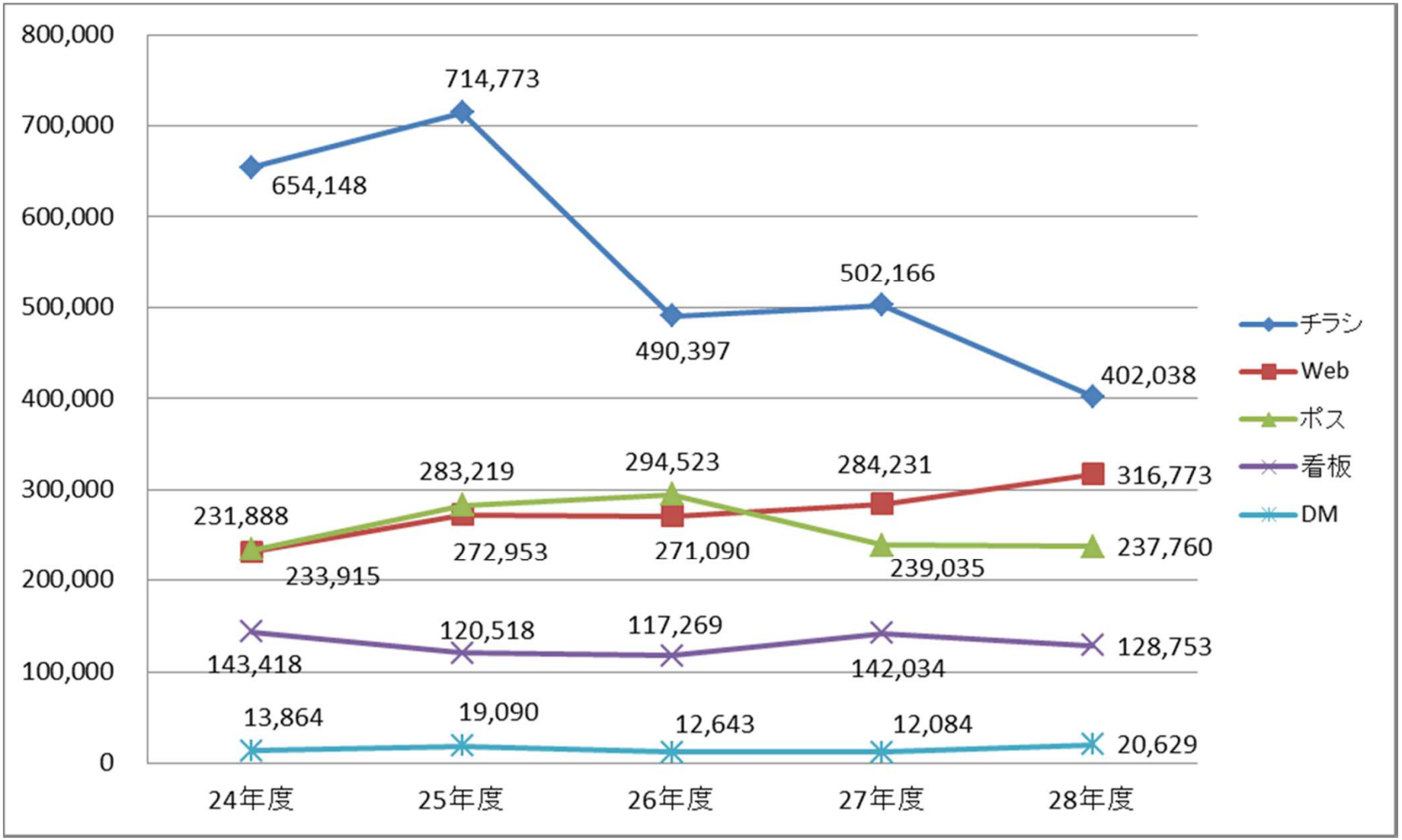
新聞購読率（年代別）



↑ 新聞行為者率(平日、性別・年齢階層別)(2015年)

©Anabuki Group. All Right Reserved.

投下媒体の推移（売上高／単位・千円）



©Anabuki Group. All Right Reserved.

世の中の変化により「購買消費行動」も変化していく。

「購買消費行動」の変化に合わせて広告手法も変えていかなければならない。

©Anabuki Group. All Right Reserved.

映像紹介
（約５分）

©Anabuki Group. All Right Reserved.

「ディスカッション&発表」

30分間

「議　題」

広告の社会的役割とは何か？

©Anabuki Group. All Right Reserved.

広告の社会的役割とは

①情報伝達

消費者に対して正確に情報を伝え、商品やサービスの存在を知らせる。

②購買喚起

消費者のニーズを刺激し、感情に訴えかけて、商品やサービスに興味や好意を抱いてもらう。

③経済活性化・文化の創造

消費行動を促し、経済活動を活性化させ社会を豊かにする。
流行を生み出し、文化を創造する。

©Anabuki Group. All Right Reserved.