

## ログ分析で広告非接触者と比較し、最大50%のリフトアップ PORTO社と共同で、デジタルサイネージ広告におけるアプリインストール効果を実証



### 非接触者と比較し最大50%リフトアップ

株式会社 LIVE BOARD（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 櫻井 順 以下、LIVE BOARD）は、株式会社 CARTA HOLDINGS のグループ会社で、統合マーケティングプラットフォーム「PORTO(ポルト)」( <https://portodsp.co.jp/> )を運営する株式会社 PORTO(東京都渋谷区、代表取締役：吉田 大樹)と共同で、docomo data square™ ※1を用いたデジタルサイネージの広告配信分析を行い、データクリーンルーム※2を用いたログレベルでの広告効果を確認致しました。PORTO 及び LIVE BOARD は、今後とも OOH 広告の新しい価値創出を図るとともに、各企業のマーケティング活動を支援してまいります。

※1 「ドコモデータスクエア」は株式会社 NTT ドコモの登録商標です。生活者のプライバシー保護と、企業のマーケティング活動を両立させることが可能な大規模データ基盤。

※2 NTT ドコモ社が提供する、データクリーンルーム。許諾が得られた約 7,200 万人の d ポイントクラブ会員のデータを用いた各種分析を行うことが可能

#### ◆広告キャンペーン及び分析概要

広告主：株式会社プレミアム・プラットフォーム・ジャパン様

訴求内容：Paravi（パラビ）<https://www.paravi.jp/>

掲載期間：2022/7/18 ～ 2022/7/25

分析期間：2022/7/18 ～ 2022/7/28

分析内容：Paravi（パラビ）アプリのダウンロード率や起動率を、広告接触者・非接触者で比較

分析対象：広告接触者/99,488 人、広告非接触者/99,488 人

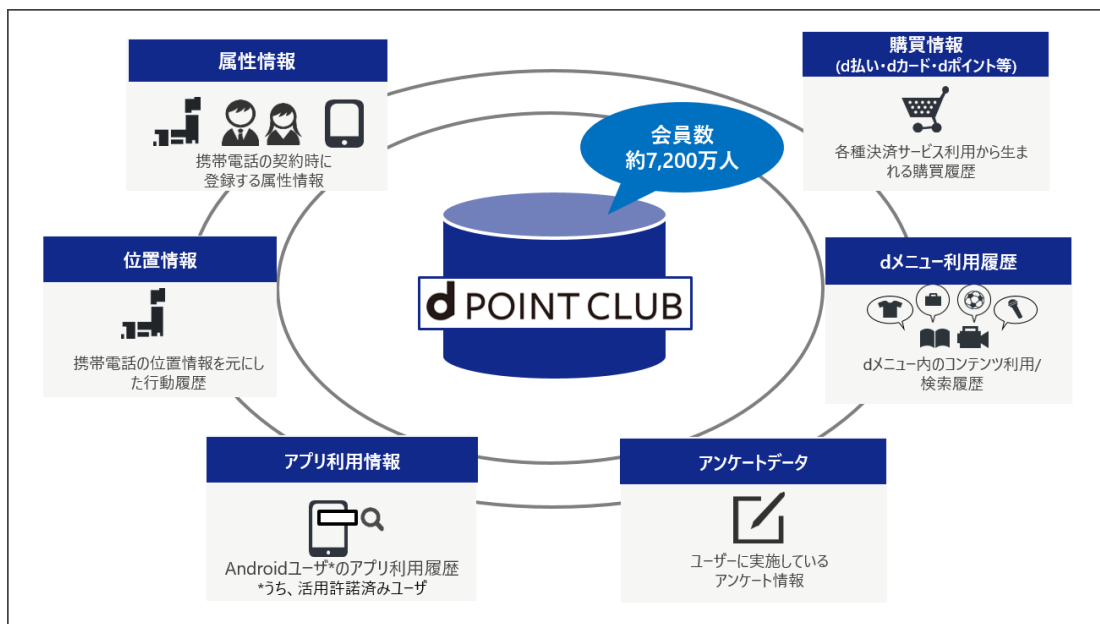
・株式会社プレミアム・プラットフォーム・ジャパン：プロモーション局 局長 / 小野 努様からのコメント

これまでデジタルサイネージをはじめとした OOH 媒体の広告効果は、推計のリーチ数やブランドリフト調査等に留まっており、「広告効果の可視化」が課題であった。今回、弊社の広告投下の最大の目的であるアプリのインストールや起動といった KGI に対して、データクリーンルームを活用し様々な角度から分析出来た点は非常に有意義であった。特に、休眠ユーザーに絞った分析や広告素材別、サイネージのエリア別でも分析出来た点は興味深い。

今回の結果に一喜一憂するというよりは、今回の結果をもとに同様の分析を重ねることでノーム値をためていくこと、エリアごとや広告素材ごとの分析結果をもとに PDCA を回していくことに今後も期待していきたい。

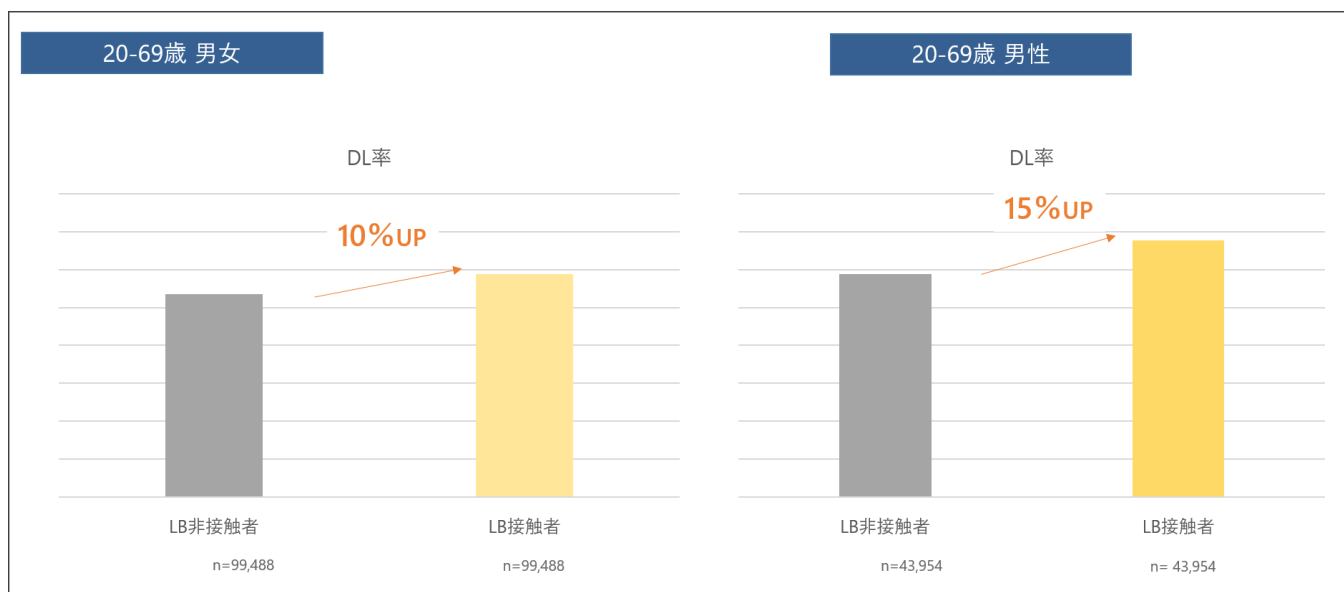
◆ docomo data square™によるログレベルでの分析について

ドコモの位置情報等と、実際の行動ログ（アプリ DL / 起動）を使った分析を実施。



◆ 広告接触者・非接触者の Paravi（パラビ）アプリダウンロード率比較

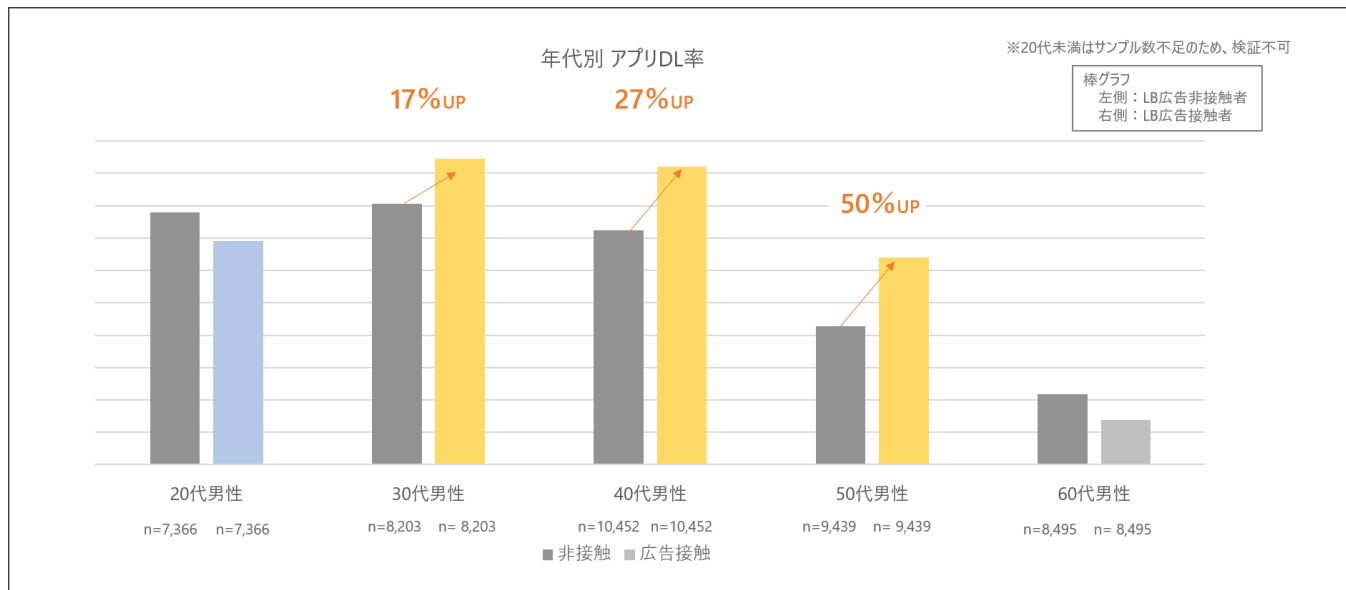
広告接触者全体では、非接触者と比較しダウンロード率が 10%アップ。今回のターゲットであった男性に絞ると、15%のアップが確認出来た。



◆ターゲット（男性）の年代別、アプリダウンロード率比較

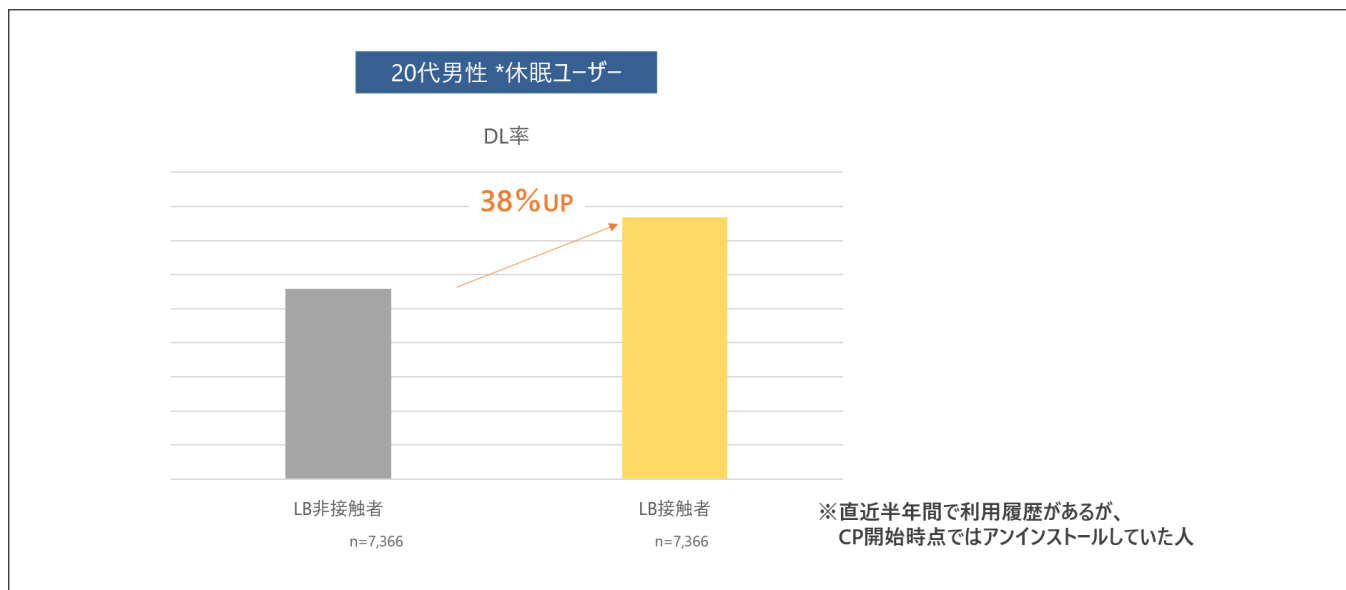
50代男性においては、非接触者と比較し広告接触者のダウンロード率は50%のアップ。

一方で20代男性においては、広告接触によるリフトが見られなかった。



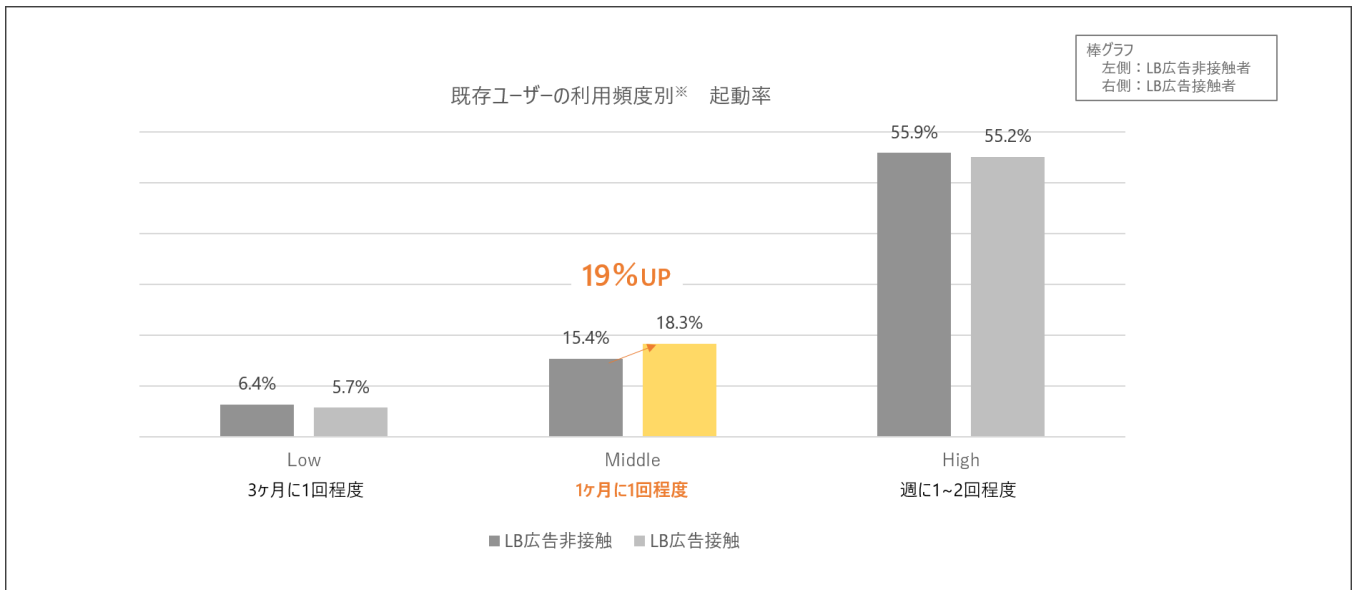
◆20代男性の休眠ユーザーに限定した、アプリダウンロード率比較

休眠ユーザーに限定すると、広告接触によりダウンロード率は38%アップ。



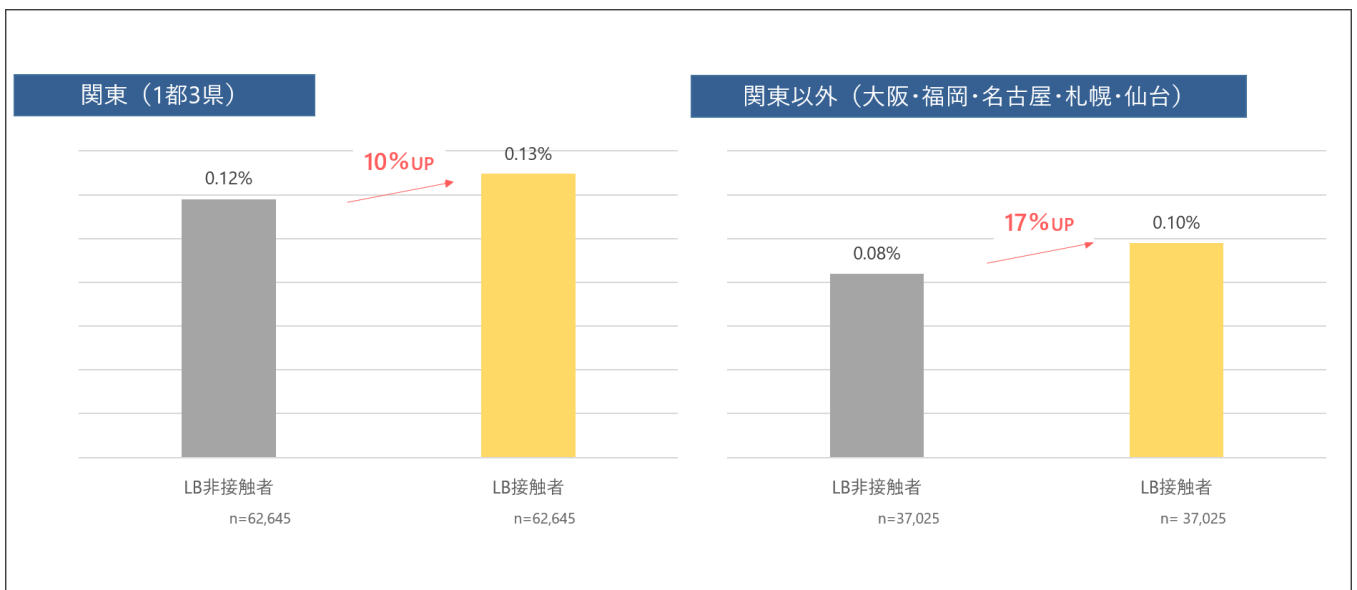
◆広告接触者・非接触者のアプリ起動率比較

既存 Paravi ユーザーの利用頻度別にアプリ起動率を比較すると、月に1回程度アプリを起動するミドル層において、広告接触により起動率のリフトが見られた。



#### ◆配信エリア別の、アプリダウンロード率比較

デジタルサイネージの配信エリアを関東と関東以外、に分けて分析。いずれにおいても広告接触によるダウンロード率のアップが見られたが、特に関東以外においてその効果が大きかった。



#### ◆「PORTO」( <https://portodsp.co.jp/> )について



「PORTO」は、ブランディングを重視するブランド広告主が安心して出稿できる統合マーケティングプラットフォームで、オフラインで出稿されているラジオ広告と同じフォーマットでオーディオ広告のプログラマティック配信ができる「PORTO Premium audio」や「PORTO Premium DOOH」などを提供しています。現在、オーディオ、インストリーム、DOOH、プレミアムディスプレイなど、オンライン・オフラインをまたいだ多様なフォーマットを、統合計測・管理・配信できる、唯一無二の統合マーケティングプラットフォームです。

◆株式会社 LIVE BOARD とは？



データドリブンにターゲティングや効果検証を実現する

デジタル OOH アドネットワークオペレーター

OOH 領域において国内で初めてインプレッション（広告視認者数）に基づく配信を実現。

コロナ禍のような人流変化が起こりやすい状況下でも、"そのとき、その場所で、その広告を"見ると仮定される人数をもとに、限りなく実態に即した広告配信および課金体系を展

開。加えて、屋外・屋内、電車内、駅構内など日本全国の多様なデジタル OOH を束ねた独自ネットワークに国内最大級キャリアのビッグデータを掛け合わせることで、性・年代別によるターゲティングなど、従来の OOH では難しかった"ヒト"基点による配信を可能にしました。

会社名	株式会社 LIVE BOARD
代表者	代表取締役社長 櫻井 順
所在地	東京都渋谷区神宮前 3-1-30Daiwa 青山ビル7階
資本金	25 億円
営業開始日・創立日	2019 年 2 月 1 日
事業内容	デジタル OOH 広告配信プラットフォームの運営、デジタル OOH 広告媒体の開拓、デジタル OOH 広告枠の販売
ホームページ	<a href="https://www.liveboard.co.jp">https://www.liveboard.co.jp</a>

<本リリースに関するお問合せ先>

LIVE BOARD 広報事務局 担当：朝倉、安部

TEL : 090-5393-0219 / 03-5843-0932 E-mail : info\_press@liveboard.co.jp