

Live Board

東急線デジタルサイネージ「TOQ ビジョン」「お知らせモニター」 時間帯区分に応じた広告配信及びパッケージ販売の実証実験を開始 2023年2月13日より販売スタート



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 東急エージェンシー（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員 澁谷 尚幸 以下、東急エージェンシー）が販売を行う、車内モニター「TOQ ビジョン」及び東急線改札口付近のデジタルサイネージ「お知らせモニター」と LIVE BOARD 媒体（デジタル OOH 以下、DOOH）を組み合わせ、アカウントビリティ（広告価値の可視化）ニーズに応えたパッケージ販売の実証実験を 2023 年 2 月 13 日より開始します。

LIVE BOARD は、2022 年 3 月 15 日に New Standard（定量的な指標）の計測する技術開発におけるリリースをローンチ※。その後、広告主から評価いただき、中でもインプレッション（広告視認者数）に基づいた柔軟な配信設定を期待する声を多くいただきました。今回、東急エージェンシーが販売を行う車内モニター「TOQ ビジョン」（東横線、目黒線、田園都市線、大井町線車内計 121 編成）と「お知らせモニター」（52 駅 84 面）において平休日と時間帯を鑑みた区分に合わせて合わせて LIVE BOARD の配信パッケージを販売することとなりました。

※ 参照：[2022年3月15日配信 あらゆる OOH 広告のインプレッションを計測する技術を開発 ～OOH 広告の New Standard\(定量的な指標\)～](#)

◆LIVE BOARD パッケージプラン概要

- TOQ ビジョン × LIVE BOARD

- ・区分（曜日）：①平日（月～金）②休日（土日）
- ・区分（時間帯）：①朝（0 時台、始発～9 時台）②昼（10 時台～17 時台）③夜（18 時台～23 時台）
- ・配信パターン：①平日朝 ②平日昼 ③平日夜 ④休日朝 ⑤休日昼 ⑥休日夜の合計 6 パターン
- ・パッケージ販売方法：上記 6 パターンの区分と LIVE BOARD の配信面を組み合わせでご活用が可能です。

-お知らせモニター × LIVE BOARD

- ・区分（曜日）：①平日（月～金）②休日（土日）
- ・区分（時間帯）：①朝（5 時台～9 時台※4 時台含）②昼（10 時台～17 時台）③夜（18 時台～24 時台）
- ・配信パターン：①平日朝 ②平日昼 ③平日夜 ④休日朝 ⑤休日昼 ⑥休日夜の合計 6 パターン
- ・パッケージ販売方法：上記 6 パターンの区分と LIVE BOARD の配信面を組み合わせでご活用が可能です。

-LIVE BOARD 全国のスクリーン

LIVE BOARD：全国の9都道府県（北海道・宮城・千葉・埼玉・東京・神奈川・愛知・大阪・福岡）計75面[※]のDOOH
現在、全国に16,000以上の配信面を保有。自社で設置したスクリーンだけでなく、他社との連携も日々拡大中です。

URL：<https://liveboard.co.jp/screen>

※2022年12月時点

◆媒体概要



媒体名：TOQ ビジョン

設置場所：東横線、目黒線、田園都市線、大井町線車内

サイズ：15～17インチ

媒体編成数：計121編成

放映時間：5：00～24：00

音声：なし

[媒体情報はこちら](#)



媒体名：お知らせモニター

設置場所：東急線52駅改札口付近

サイズ：32～70インチ

媒体面数：84面（各駅1～6面）

放映時間：4：30～25：00

音声：なし

[媒体詳細はこちら](#)

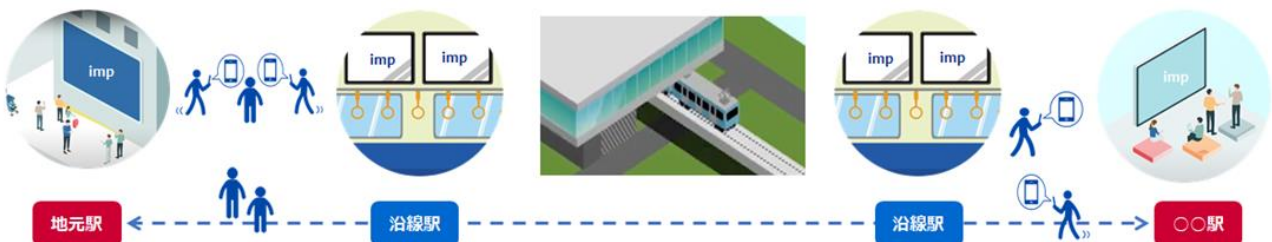
LIVE BOARDネットワークに連携していない車内ビジョン、駅サイネージを中心とした、媒体とLIVE BOARDを同時にプランニング/効果測定を実現



生活者

LIVE BOARDネットワーク単体
+
ネットワーク型広告

外出する生活者のモーメントを網羅



配信パターン



×

平日

or

休日

LIVE BOARD は NTT ドコモと、2022 年 3 月に車内ビジョンにおけるインプレッションの計測技術を開発。定量的な効果の把握が難しかった OOH[※] 広告において、LIVE BOARD はあらゆる OOH 広告の“New Standard”（定量的な指標）を提供する事を目指しており、今回のパッケージ販売はインプレッション計測に加えて、時間帯やターゲティングを考慮したプランニング、配信が可能となっております。今後もドコモと共に『広告効果の見える化』を実現すべく、尽力する所存です。

※ Out of Home の略。交通広告や屋外広告、商業施設での広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称

◆ New Standard 提供背景

LIVE BOARD では屋外ビジョンをはじめ、ドコモショップの店頭サイネージや埼玉高速鉄道の車内ビジョンなど、様々な屋外・交通媒体と連携し、ネットワークを拡大してきました。LIVE BOARD ネットワークでは、インプレッションなどの定量的な指標において媒体を評価した上で、豊富なドコモデータを活用したターゲティング配信など、付加価値の高い広告配信を提供することを目指しています。今後さらなるネットワーク拡大を目指し、車内ビジョンのインプレッション計測に至っております。この技術は、精度高く判定された電車利用者の位置情報とカメラによる媒体注視率データなどを活用した技術で、日本で初めて[※]の技術となります。

※ 当社調べ

今後はユニークリーチの可視化や、他メディア（テレビ・デジタルなど）を加えたトリプルスクリーンにおける統合リーチの可視化など、順次開発を進める予定です。こうした定量的な指標によって、OOH 広告の効果可視化に対するクライアントニーズに応え、OOH 広告のさらなる活用・市場の活性化に繋がっていきたいと考えています。

◆ 東急エージェンシーとは？



株式会社東急エージェンシーは、1961 年創業の総合広告会社です。“人と社会の希望を彩り、前進するチカラをもたらず”を使命に、多様化するお客さまの課題に対し最適な総合ソリューションの提供に取り組んでいます。

多くの生活者接点を持つ東急グループならではのリアルに設計された実効性の高いマーケティングソリューション・体験づくりを実現しています。また、渋谷を基点とした城西南エリアを中心とした東急グループの交通・屋外メディアを運営・管理する媒体社でもあります。

OOH の媒体としての強みを活かしながら、オーディエンスのログ分析、効果予測に基づく実証販売、アドネットワークの構築などの DX に着手しており、本格的なプログラマティック運用を見据えて進化を続けています。

<https://www.tokyu-agc.co.jp>

◆ 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 3-1-30 Daiwa 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	https://www.liveboard.co.jp

＜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