

春うらら～狭間シーズンによる体調変化に備えよう！ “ドラッグストア来店率”が高い人の集まるビジョンはどこ？ 全国のLIVE BOARD 屋外ビジョンランキングTOP30を発表



東京都・北千住 SUPER VISION

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、NTTドコモの「顧客理解エンジン※1」や「docomo data square™※2」等を活用し、LIVE BOARD 屋外ビジョンにおける分析を実施しています。今回は季節の変わり目、狭間シーズンを迎えるにあたり、体調管理をする方が増えるであろうタイミングを見越して、LIVE BOARD ネットワークの対象となる全国約 110 の屋外ビジョンから**ドラッグストア来店率が高い人の集まるビジョン**をランキング化しました。

※1 顧客理解エンジンは、NTTグループのAI「corevo®」を構成する技術です。「corevo®」は日本電信電話株式会社の登録商標です

※2 「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




◆「ドラッグストア来店率」が高い人がいる LIVE BOARD 屋外ビジョンランキングTOP30 を発表

・前回の百貨店来店率 No1 の東京・北千住 SUPER VISION が2冠達成。“お買い物好きが集まるビジョン”確定！？

全国の約 110 の屋外ビジョンからドラッグストア来店率が高い人が集まるビジョンを分析した結果、1位 東京都・北千住_北千住 SUPER VISION、2位 東京都・北千住_あだちスマイルビジョン、3位 東京・用賀_サンエー用賀ビルとなりました。1位2位にランクインした、北千住駅周辺ビジョンは前回の、百貨店来店率の高いビジョンランキングでも1位3位にランクインしており、北千住在住の方やそこを訪れる方は「お買い物が好きの方が多し」という印象となりました。

参照リリース：<https://liveboard.co.jp/information/img/2022/10/27/221027newsrelease.pdf>

ドラッグストアの来店率が高い人はどこにいる？ 全国約110のLIVE BOARDビジョンランキングTOP30

	東京都 北千住_北千住SUPER VISION
	東京都 北千住_あだちスマイルビジョン
	東京都 用賀_サンエー用賀ビル

4位	千葉県	柏_プラザパスカビル
5位	東京都	荻窪_トヨタマビル
6位	東京都	曙橋_日本メータービル
7位	東京都	経堂_内藤ビル
8位	東京都	人形町_わけ屋ビル
9位	東京都	三田_安田PK
10位	東京都	新宿_サウスアベニュー
11位	埼玉県	草加_草加松原AKOSビジョン
12位	東京都	祐天寺_香村ビル
13位	東京都	築地_アーバンメイツイビル

14位	東京都	外苑前_北青山ビル
15位	東京都	二子玉川_アークビル
16位	東京都	池袋_池袋TS-VISION
17位	東京都	恵比寿_花澤ビル
18位	東京都	錦糸町_錦糸町楽天地ビジョン
19位	東京都	巣鴨_第2塚本商事ビル
20位	東京都	明大前_雨宮ビル
21位	東京都	外苑前_グラン青山
22位	東京都	錦糸町_山本ビル
23位	東京都	上野_H.A.Z. AMEYOKO VISION
24位	東京都	五反田_リビオ五反田プラグマGタワー
25位	東京都	御徒町_御徒町ライフビル
26位	東京都	吉祥寺_TOKUTAKEビル
27位	東京都	日本橋_ひまわりビジョン
28位	東京都	池袋_西池袋39ビル
29位	東京都	錦糸町_ライオンズマンション錦糸町第3
30位	東京都	池袋_池袋バルコビジョン

◆TOP30 は関東圏一色に

LIVE BOARD 媒体面は関東圏に集中しているとはいえ、TOP30 のランキングで他エリアがランクインしなかったことはありませんでした。今回の調査で全体的に関東圏の人がドラッグストアを活用している比率が高いことが伺えました。

<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：直近1カ月で以下の対象のドラッグストアにてd払いもしくはdポイントを利用した方

条件：d払い・dポイント利用者

対象ビジョン：全国約110カ所にあるLIVE BOARD屋外ビジョン

(docomo data squareTMによる調査)

データ対象期間：2022年12月

※株式会社NTTドコモ提供

参照プレスリリース：

- ・2023年2月21日配信 [お花見シーズン到来！"お酒好き"はどこにいる？全国のLIVE BOARD屋外ビジョンランキングTOP30を発表](#)
- ・2022年10月27日配信 ["百貨店の来店率が高い人"はどこにいる？全国のLIVE BOARD屋外ビジョンランキングTOP30を発表](#)
- ・2022年9月13日配信 ["ファッション・コスメ好き"はどこにいる？全国のLIVE BOARD屋外ビジョンランキングTOP30を発表](#)
- ・2022年8月25日配信 ["ゲーム好き"はどこにいる？全国のLIVE BOARD屋外ビジョンランキングTOP30を発表](#)
- ・2022年7月21日配信 ["サッカー好き"はどこにいる？全国のLIVE BOARD屋外ビジョンランキングTOP30を発表](#)
- ・2022年6月28日配信 ["旅行好き"はどこにいる？全国のLIVE BOARD屋外ビジョンランキングTOP30を発表](#)
- ・2022年5月26日配信 [LIVE BOARD屋外ビジョンの来訪者を分析する「顧客理解エンジン」データを活用した「ビジョンランキングリスト」の提供を開始](#)
- ・2020年8月4日配信 [国内初、TVCMやWEB広告、デジタルOOHの接触から購買までの効果測定をID単位で可能とする「docomo data square」を提供開始](#)

◆LIVE BOARD 全国のスクリーン

現在、全国に 23,000 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>

◆「顧客理解エンジン」データ/「docomo data square™」とは？

ユーザーの位置情報や興味関心等を NTT ドコモの持つデータから抽出し、LIVE BOARD ネットワークに含まれるビジョンの来訪者分析が行えるのが「顧客理解エンジン」や「docomo data square™」です。これにより、全国の約 110 ビジョンの特長を把握することが可能となります。LIVE BOARD では、OOH*のインプレッション（広告視認者数）販売を実現。広告配信プランニングをする際に、いつ、だれが、どこで、といった属性データから各ビジョンの特長を分析。求めるターゲットがいると仮定されるビジョンを通じて、伝えたい人に広告を届けることができます。

* 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

お問い合わせ : <https://liveboard.co.jp/contact/>



◆ビジョンランキングリストとは？

LIVE BOARD ネットワークの対象となる全国約 110 の屋外ビジョンの来訪者の訪問履歴を、「顧客理解エンジン」や「docomo data square™」等を用いて分析。希望となるターゲット訪問者割合が高いビジョンをランキング化にして提供することが可能です。





◆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	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