

“家電好き”が集まるビジョンはどこ？ 今年の夏は家電の切り替えで節電対策を！ 全国のLIVE BOARD 屋外ビジョンランキングTOP30を発表



愛知県・名古屋 NAGY

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「docomo Sense^{※1}（旧名、顧客理解エンジン）」や「docomo data square^{TM※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。電気代が前年よりもかなり高額化してきている今、夏に向けて家電の切り替えを考えていませんか？そこで今回は、LIVE BOARD ネットワークの対象となる全国約 110 の屋外ビジョンから**家電好き**が集まるビジョンをランキング化しました。

※1 旧名、顧客理解エンジン。2023年6月に「docomo Sense」の商標を取得。（「docomo Sense」は、株式会社NTTドコモの商標または登録商標です）
docomo Sense は、NTTグループのAI「corevo[®]」を構成する技術です。また、「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

◆「家電好き」が集まる屋外ビジョンランキングTOP30を発表

・1位 名古屋_NAGY 2位 大阪_アドビジョン 3位 広島_八丁堀 C-vision、TOP10が東京以外という結果に！

全国の約 110 の屋外ビジョンから家電好きが集まるビジョンを分析した結果、1位 愛知県・名古屋_NAGY、2位 大阪府・大阪_アドビジョン、3位 広島県・広島_八丁堀 C-visionの結果となりました。都内において家電といえば、秋葉原や有楽町のイメージもありますが、今回のランキング、TOP10位圏内では、東京都・新宿エリア、新橋エリアのビジョンが多くランクインしました。東京がTOP3ランキング圏外という結果になったのは初めてです。

家電好きはどこにいる？ 全国約110のLIVE BOARDビジョンランキングTOP30



1位 愛知県 名古屋_NAGY



2位 大阪府 大阪_アドビジョン



3位 広島県 広島_八丁堀C-vision

4位	神奈川県	新横浜_千歳観光ビル
5位	静岡県	静岡_ICAビジョン
6位	千葉県	柏_プラザパスカビル
7位	東京都	立川_ISETAN TACHIKAWA VISION
8位	埼玉県	草加_草加松原AKOSビジョン
9位	東京都	赤坂見附_金春ビル
10位	大阪府	梅田_dipビジョン
11位	愛知県	栄_Hisaya Central Vision
12位	埼玉県	所沢_NTBビル
13位	大阪府	道頓堀_トンボリステーション

14位	千葉県	船橋_モリウチビル
15位	東京都	八王子_八王子シティビジョン
16位	東京都	池袋_池袋パルコビジョン
17位	東京都	用賀_サンエー用賀ビル
18位	東京都	経堂_内藤ビル
19位	大阪府	心齋橋_サンシティパレス
20位	東京都	北千住_北千住SUPERVISION
21位	愛知県	栄_サントクビル
22位	東京都	新宿_サウスアベニュー
23位	東京都	国分寺_サイトウビル
24位	東京都	北千住_あだちスマイルビジョン
25位	東京都	池袋_Mixaビジョン
26位	東京都	秋葉原_秋葉原UDXビジョン
27位	東京都	秋葉原_ラジ館VISION
28位	東京都	秋葉原_オノデンMXビジョン
29位	東京都	池袋_池袋TS-VISION
30位	東京都	池袋_西池袋39ビル

<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：直近1カ月で対象の家電量販店にて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 square™による調査)

データ対象期間：2023年4月

※株式会社NTTドコモ提供

参照プレスリリース：

- ・2023年4月13日配信 [脱マスク！新鮮な空気を思い切り吸うために自然と触れ合おう。"アウトドア好き"が集まるビジョンはどこ？](#)
- ・2023年3月14日配信 [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？](#)
- ・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](#)

◆ホワイトペーパー

ターゲットに無駄なく届けるために「0次分析」を導入した LIVE BOARD の広告配信プランニングとその効果

URL : <https://liveboard.co.jp/case/202304001994.html>

◆LIVE BOARD 全国のスクリーン

現在、全国に 26,400 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>

◆「docomo Sense (旧名、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「docomo Sense (旧名、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。

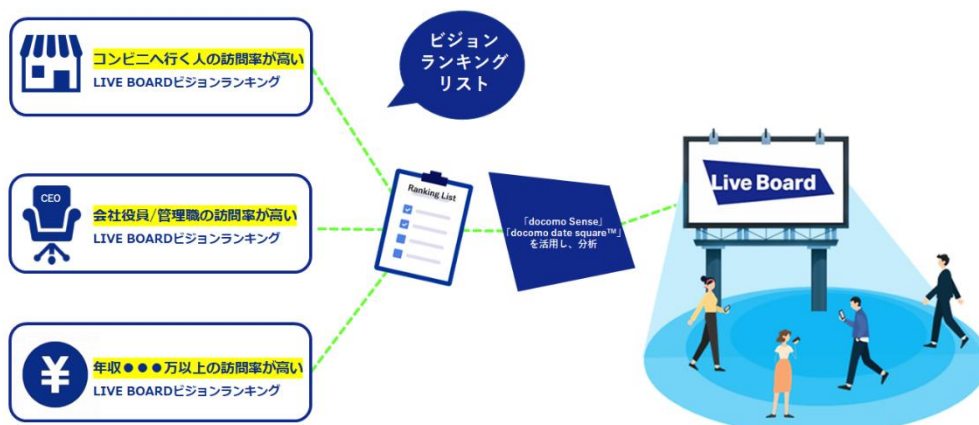
※ Out of Home の略。交通広告や屋外広告、商業施設での広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称

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、「docomo Sense (旧名、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