

“ビジネスパーソン”が集うビジョンはどこ？ 全国の LIVE BOARD 屋外ビジョンランキング TOP30 を発表



東京都・上野 TSD ビル

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 SenseTM※1（旧名、顧客理解エンジン）」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。多くの企業がコロナ禍の対策として実施していた自宅での「リモート対応」。コロナ禍の状況から、現在は街中の人流がほぼ完全回復の傾向にある中で、ビジネスパーソンがどこにいるのか気になりませんか？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**ビジネスパーソン**が集う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。

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

◆「ビジネスパーソン」が集う屋外ビジョンランキング TOP30 を発表

・ 1位 上野_TSDビル 2位 日本橋_ひまわりビジョン 3位 築地_アーバンメイツビル 東京駅より北部に集結傾向!?

全国の約 110 の屋外ビジョンからビジネスパーソンが集うビジョンを分析した結果、1位 東京都・上野_TSDビル、2位 東京都・日本橋_ひまわりビジョン、3位 東京都・築地_アーバンメイツビルの結果となりました。東京都心部においては、東京

駅より北部（中央区・台東区等）にビジネスパーソンが集まっている傾向があるようです。その他の都市をみると、大阪府や福岡県は王道のビジネス街がラインクインし、千葉県においては展示場がある幕張に集まりやすいという結果になりました。



<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：下記、①②

①直近1カ月で対象アンケートにて「会社員/会社役員・管理職/公務員・団体職員」のいずれかを答えた人

②Microsoft Teams、Slack、Kintone などビジネスツールアプリ 42 種の内、いずれかひとつでもダウンロードしている人

条件：アンケート調査にて「会社員/会社役員・管理職/公務員・団体職員」等の回答者、指定対象アプリのダウンロード者

対象ビジョン：全国約 110 か所にある 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7月

※株式会社 NTT ドコモ提供

参照プレスリリース：

- ・ 2023年7月6日配信 ["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て節電対策を！](#)
- ・ 2023年4月13日配信 ["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/>

位置情報

基地局の位置情報※により
ユーザー属性や行動を推計。
利用路線や勤務地、居住地などの
生活導線を推計できます。

※お客様から事前に利用許諾を取得



会員データ

ドコモ会員基盤によるデータ※を統合し
ユーザーの興味関心などを推計

※データ保有期間は1年間



契約情報



アンケート

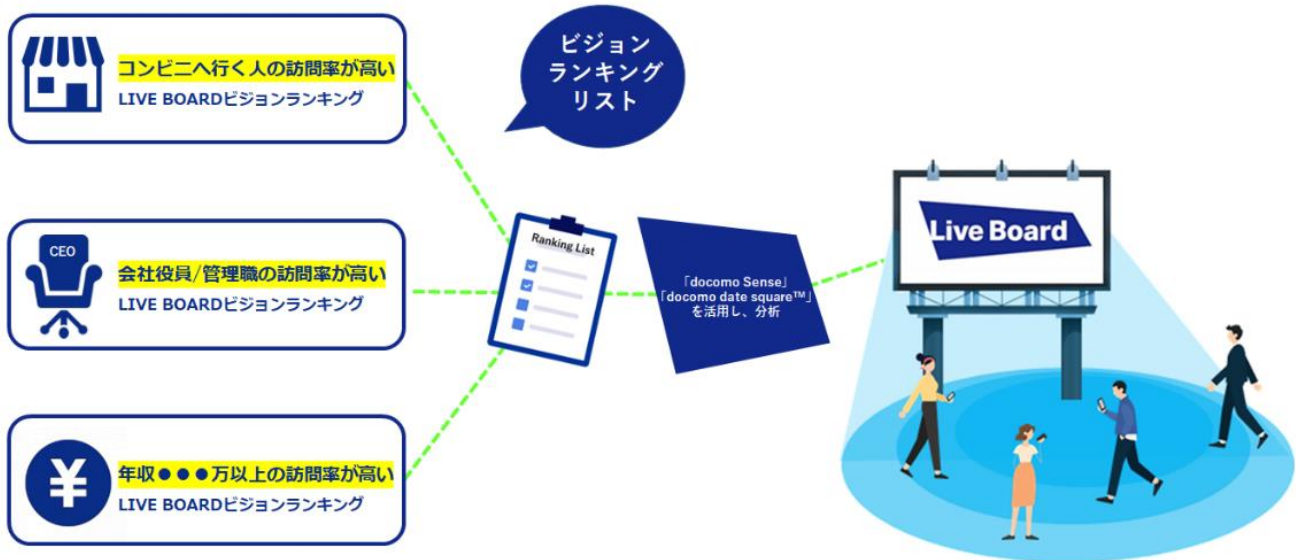


その他データ



◆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



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