

“ブランド好き”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



東京都・新宿 サウスアベニュー

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。クリスマスやバレンタイン、ホワイトデーなど、贈り物を購入する機会が多くなる季節。大切な人へのプレゼントや自分へのご褒美として買い物をする人も多いのではないのでしょうか。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“ブランド好き”がい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。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

◆“ブランド好き”がいる屋外ビジョンランキングTOP30を発表

・1位 新宿_サウスアベニュー 2位 池袋_池袋TS-VISION 3位 二子玉川_アークビル 百貨店に近いビジョンがTOP3にランクイン

全国の約110の屋外ビジョンから“ブランド好き”がいるビジョンを分析した結果、1位 新宿_サウスアベニュー 2位 池袋_池袋TS-VISION 3位 二子玉川_アークビルと、近くに百貨店があるビジョンが上位に。地方においても、八丁堀_八丁堀C-Vision、柏_プラザバスカビル、札幌_札幌パルコビジョンなど、ブランドショップが入るデパートやショッピングモールの最寄りのビジョンがランクインする結果となりました。

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



東京都 新宿_サウスアベニュー



東京都 池袋_池袋TS-VISION



東京都 二子玉川_アークビル

4位	東京都	池袋_西池袋39ビル
5位	埼玉県	所沢_NTBビル
6位	東京都	池袋_池袋パルコビジョン
7位	広島県	八丁堀_八丁堀C-vision
8位	神奈川県	横浜_横浜西口ビル
9位	東京都	日本橋_ひまわりビジョン
10位	千葉県	柏_プラザパスカビル
11位	千葉県	船橋_モリウチビル
12位	東京都	新宿_長野屋ビル
13位	大阪府	大阪_アドビジョン

14位	東京都	立川_ISETAN TACHIKAWA VISION
15位	北海道	札幌_札幌パルコビジョン
16位	東京都	池袋_Mixaビジョン
17位	東京都	小川町_井上ビル
18位	東京都	恵比寿_花澤ビル
19位	東京都	渋谷_仁科屋ビル
20位	東京都	新宿_フラッグスビジョン
21位	東京都	巣鴨_第2塚本商事ビル
22位	東京都	大井町_大井町駅前林ビル
23位	東京都	外苑前_青山ストリートビルボード
24位	東京都	曙橋_日本メータービル
25位	神奈川県	新横浜_千歳観光ビル
26位	東京都	用賀_サンエー用賀ビル
27位	東京都	東中野_ロワールビル
28位	東京都	明大前_雨宮ビル
29位	東京都	大久保_第1教科書第二ビル
30位	東京都	表参道_Digital Billboard + 表参道

<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：直近1カ月でブランドショップ・百貨店にてd払いを利用した方もしくはアンケート調査にてファッション関連に興味関心があると回答した方

条件：d払い利用者もしくはアンケート回答者

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9月

※株式会社NTTドコモ提供

参照プレスリリース：

- ・2023年11月16日配信 ["タクシー利用率が高い人"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](#)
- ・2023年10月18日配信 ["Z世代"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](#)
- ・2023年9月20日配信 ["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](#)
- ・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で節電対策を！](#)
- ・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？ 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。](#)
- ・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 51,700 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 (VAC) 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。

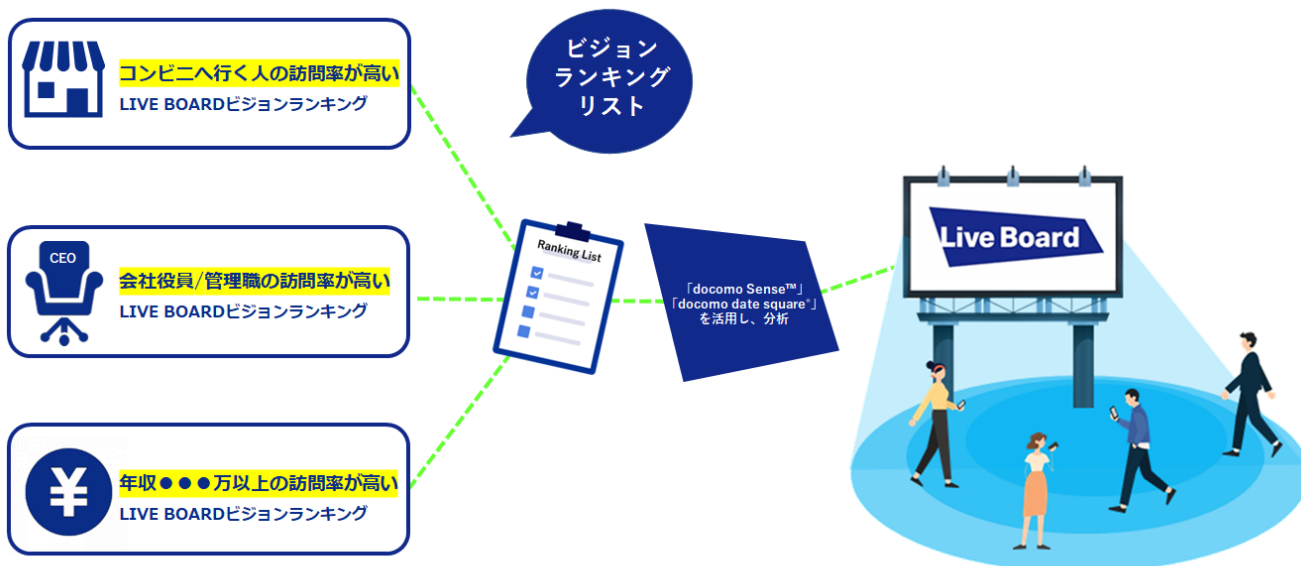
※ Out of Home の略。交通広告や屋外広告、商業施設での広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称

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。



◆LIVE BOARD のインプレッション (VAC) 定義

LIVE BOARD は、OOH グローバルメジャメントガイドラインにて推奨されている、視認調査に基づく視認率を加味したインプレッション (VAC=Visibility Adjusted Contact / のべ広告視認者数) を採用しています。媒体の視認エリアの中にいる人数 (OTS=Opportunity to See) のうち、OOH 広告に接触する可能性のあるべ人数 (OTC=Opportunity to Contact / 視認エリア内での移動方向や障害物の有無を考慮) を定義。この数に媒体に応じた視認率を加味することで、実際に広告を見るであろうべ人数 (VAC) を推計しています。

◆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 (VAC) 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