

“花が好きの人”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



千葉県・VIS VISION 幕張南口

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。春は暖かく湿度も低い過ごしやすい季節です。植物にとっても春は成長するのに快適な季節で、ガーデニングを始める時期としても適しています。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“花が好きの人”が多い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

◆“花が好きの人”が多い屋外ビジョンランキング TOP30 を発表

全国の約 110 の屋外ビジョンから“花が好きの人”が多いビジョンを分析した結果、1 位 幕張_VIS VISION 幕張南口 2 位 船橋_モリウチビル 3 位 大阪_アドビジョンとなりました。上位にランクインした千葉県では花きの栽培が盛んで、主要な生産県となっている品目^{*}も多くあります。今回のランキングからは、日常でも花に親しむ方が多いことが伺えました。

※参考 [ちばの農林水産物ランキング！（順位別）](#)

花が好きな人はどこにいる？ 全国約110のLIVE BOARDビジョンランキングTOP30

1位	千葉県	幕張_VIS VISION幕張南口
2位	千葉県	船橋_モリウチビル
3位	大阪府	大阪_アドビジョン

4位	神奈川県	新横浜_千歳観光ビル
5位	東京都	武蔵境_QuOLaビジョン
6位	東京都	東中野_ロワールビル
7位	東京都	曙橋_日本メータービル
8位	東京都	錦糸町_山本ビル
9位	北海道	札幌_わたなべビル
10位	福岡県	博多_SNビル
11位	千葉県	柏_プラザバスカビル
12位	東京都	荻窪_トヨタマビル
13位	北海道	札幌_札幌パルコビジョン

14位	東京都	新橋_新橋龍角散ビジョン
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TS-VISION
17位	埼玉県	所沢_NTBビル
18位	東京都	北千住_あだちスマイルビジョン
19位	北海道	札幌_SABRO.TV
20位	東京都	北千住_北千住SUPER VISION
21位	宮城県	仙台_仙台駅前開発ビル
22位	東京都	用賀_サンエー用賀ビル
23位	東京都	吉祥寺_吉祥寺東亜会館壁面
24位	愛知県	栄_サントクビル
25位	東京都	中野_同和不動産ビル
26位	東京都	新橋_新橋SLビジョン
27位	東京都	狛江_狛江三叉路ビジョン
28位	東京都	築地_アーバンメイツビル
29位	東京都	新橋_五十嵐ビル
30位	東京都	吉祥寺_武蔵野市開発公社第3ビル

<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：アンケート調査にて園芸・ガーデニングが趣味であると回答した方

条件：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：2024年3月

※株式会社 NTT ドコモ提供

参照プレスリリース：

- ・2024年4月16日配信 ["未就学児がいる家族"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](#)
- ・2024年2月15日配信 ["スーパーの利用率が高い人"はどこにいる？関東のLIVE BOARD 屋外ビジョンランキング TOP30 を発表](#)
- ・2024年1月25日配信 ["コンビニ利用率が高い人"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12月19日配信 ["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](#)
- ・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て節電対策を！](#)
- ・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 64,400 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 (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あ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

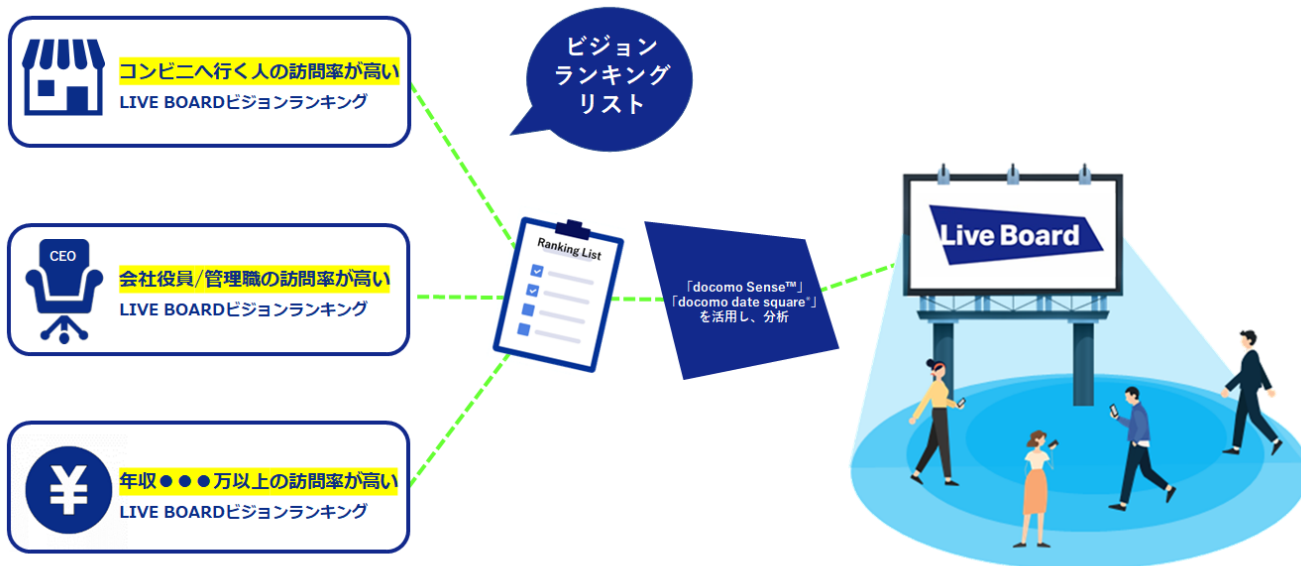


その他データ



◆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。



◆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	27.55 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：安部

TEL : 090-5393-0219 / 03-5843-0932 E-mail : info_press@liveboard.co.jp