

「デジタルサイネージアワード 2024」優秀賞に2作品受賞！

- ① 『QRコードを読み取って、働く自分に、働くみんなにエールを送ろう。「安部礼司」が働くあなたから働くみんなへのメッセージを届けます。』② 『東京中を美術館にしよう』



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、2024年6月12日（水）に開催された「[デジタルサイネージアワード 2024](#)」にて、エントリーさせていただいておりました2作品において、「QRコードを読み取って、働く自分に、働くみんなにエールを送ろう。「安部礼司」が働くあなたから働くみんなへのメッセージを届けます。」（広告主、株式会社エフエム東京）と「東京中を美術館にしよう」（広告主、一般社団法人東京ビエンナーレ）が優秀賞を受賞したことをお知らせします。

◆[デジタルサイネージアワード](#)とは？

一般社団法人デジタルサイネージコンソーシアムが主催し、公募されたデジタルサイネージの作品の中から優秀な作品を選出・表彰することで、デジタルサイネージ市場をさらに活性化させていくことを目指すものです。作品募集は2024年4月10日（水）～2024年5月10日（金）に、デジタルサイネージコンソーシアムサイト上で行い、6月12日に開催された審査発表会でグランプリ1作品と優秀作品10作品が選出されました。

◆「優秀賞」受賞作品①

タイトル：QRコードを読み取って、働く自分に、働くみんなにエールを送ろう。「安部礼司」が働くあなたから働くみんなへのメッセージを届けます。

施策内容：

新型コロナウイルスの拡大から3年が経ち収束。

コロナ前の暮らしや働き方に戻った日本。

出社が増え、忘年会も復活し、「日々の仕事に頑張りが過ぎて、自分のことが置いてけぼりになっている」、そんな自分や同じ環境の人たちに向けて、2023年12月に、スマホと屋外ビジョンを活用し、頑張って働く自分達にエールを送る企画です。スマホから、屋外ビジョンで掲出されているQRコードを読み取ると、日本全国に熱烈なファンを抱える大人気のラジオコメディ番組（TOKYO FMをはじめとするJFN38局で放送中）でおなじみのキャラクターたちのセリフを交えた応援メッセージに自身のイニシャルを加えたものを制作することが可能に。送信された応援メッセージは連動した全国のLIVE BOARD屋外ビジョンにリアルタイムで掲出。みんなが送ったメッセージを共有しながら、年末の繁忙期をのりきるためのキャンペーンです。



施策期間：2023年12月11日～2023年12月17日

広告主：株式会社エフエム東京

広告会社：株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ

クリエイティブ制作会社：株式会社TBWA HAKUHODO/株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ

提供：日産自動車株式会社

媒体社：株式会社LIVE BOARD

動画：<https://youtu.be/dqd024CU4wY>

公式サイト：<https://digital-signage.jp/openevent/award>



ー「NISSAN あ、安部礼司 ～ BEYOND THE AVERAGE ～」総合プロデューサー 堀内 貴之 氏 コメント

あ、安部礼司 「みんなで作るメッセージボード」

いつも耳で接している馴染みのラジオドラマを街角で見つけ、目で見て文字で交流する。これラジオとはまったく違うメディアなのに、どこか似たようなものを感じました。人肌の温もりというか、同じコンテンツを愛する人たちが街角で足を止め、見上げた。そこがいい！タイミングも年末の繁忙期だったので、それはどこか自分とよく似たサラリーマン諸氏へのエールだったり、もしかすると自分自身へのメッセージだったりしたのかもしれない。年の瀬にふと見上げた街角に掲げられた優しい言葉の数々。ほんの一瞬で儚く消えてしまったけれど、それを見た人々の心の中にはきっと残った。真夏の打ち上げ花火のように。

◆「優秀賞」受賞作品②

タイトル：東京中を美術館にしよう

施策内容：

東京のまちを舞台に2年に1度開催する国際芸術祭「東京ビエンナーレ」。第一回目の2021年はコロナ禍に実施され、今回第二回目だったということもあり、まだイベント認知度は低く、認知率や参加率を上げるためDOOHによる広告配信を実施。また、本年は「東京中を美術館にしよう」というテーマの通り、東京都北部エリアに展示場をちりばめたため、各展示場の来場率が上がらない傾向にあった。今回、屋外広告を活用したイベントの開催広告のみならず、会場の場所を示す



クリエイティブを屋外スクリーンの場所に応じ制作し、来場者の道案内役も果たし、各会場の来場率に貢献した。更に、認知率を上げるためにDOOHの最新技術を活用し、ライブストリーミング（イベントの実況中継）やインタラクティブ配信（参加型アート広告）を実施した。

結果、Xでは、5847postsと、第一回目よりも4倍以上拡散され、集客は約2倍の107万人となった。

施策期間：2023年10月21日～2023年11月5日

広告主：一般社団法人東京ビエンナーレ

広告会社：株式会社電通

クリエイティブ制作会社：株式会社ピラミッドフィルムクアドラ

媒体社：株式会社 LIVE BOARD

動画：<https://youtu.be/L-8BZNYdglo>

公式サイト：<https://digital-signage.jp/openevent/award>



一 株式会社 電通 カスタマーエクスペリエンス・クリエイティブ・センター エグゼクティブ・クリエイティブ・ディレクター /並河 進 氏 コメント

今回、リアルタイム性、インタラクティブ性というライブボードならではのテクノロジーを活用し、かつてない、ワクワクする挑戦をすることができました。インタラクティブアート「話すビル」を体験した街ゆく方々の驚いた表情が忘れられません。デジタルOOHは、告知メディアとしての役割を超えて、街での体験を大きく広げることができるものだと感じました。このような素晴らしい賞をいただき、大変嬉しく思います。ライブボードのみなさま、東京ビエンナーレの関係者のみなさま、制作に関わったすべてのみなさま、誠にありがとうございました。

受賞作品は、デジタルサイネージアワード公式サイトにてご覧いただけます。

URL：<https://digital-signage.jp/openevent/award>

LIVE BOARD 公式サイト: <https://liveboard.co.jp/case/award>

今回の受賞にあたり、各企業様、関係者の皆様には、心より御礼と共にお慶び申し上げます。

LIVE BOARD では、これからも OOH 市場、デジタルサイネージ市場の活性化のため、尽力させていただきたく思います。

◆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。

※ 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。

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 3-1-30 Daiwa 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