

Live Board

“着物が好きな人”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



神奈川県・新横浜_千歳観光ビル

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。年末年始は挨拶や初詣などで着物を着る機会もあると思います。昨今では着物を着ている若者やカジュアルなアレンジを加えた着物なども良く見かけ、古き良き日本伝統の着物文化へ注目が集まっています。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“着物が好きな人”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

◆“着物が好きな人”が多い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“着物が好きな人”が多いビジョンを分析した結果、1 位 新横浜_千歳観光ビル、2 位 吉祥寺_TOKUTAKE ビル、3 位 立川_ISETAN TACHIKAWA VISION となりました。

TOP30 には広島や愛知、北海道、宮城などの地方のビジョンや、ノスタルジックな雰囲気が残る都内の下町エリアのビジョンも多くランクインしました。日本各地で着物文化を楽しむ人が多くいることが窺える結果となりました。



<調査概要>

対象エリア：全国

対象者：着物関連のアプリをダウンロードしている人

条件：着物関連アプリのダウンロード

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 11 月

※株式会社 NTT ドコモ提供

参照プレスリリース：

- ・ 2024 年 11 月 26 日配信 ["ファミレスが好きな人"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](#)
- ・ 2024 年 10 月 29 日配信 ["テーマパークが好きな人"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](#)
- ・ 2024 年 9 月 25 日配信 ["シニア層"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](#)
- ・ 2024 年 8 月 15 日配信 ["スポーツジム・ヨガスタジオに通っている人"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](#)
- ・ 2024 年 7 月 11 日配信 ["アイスクリームが好きな人"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](#)
- ・ 2024 年 6 月 18 日配信 ["カフェが好きな人"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](#)
- ・ 2024 年 5 月 28 日配信 ["花が好きな人"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](#)
- ・ 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で節電対策を！](#)
- ・ 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 64,500 以上の配信面を運用。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。

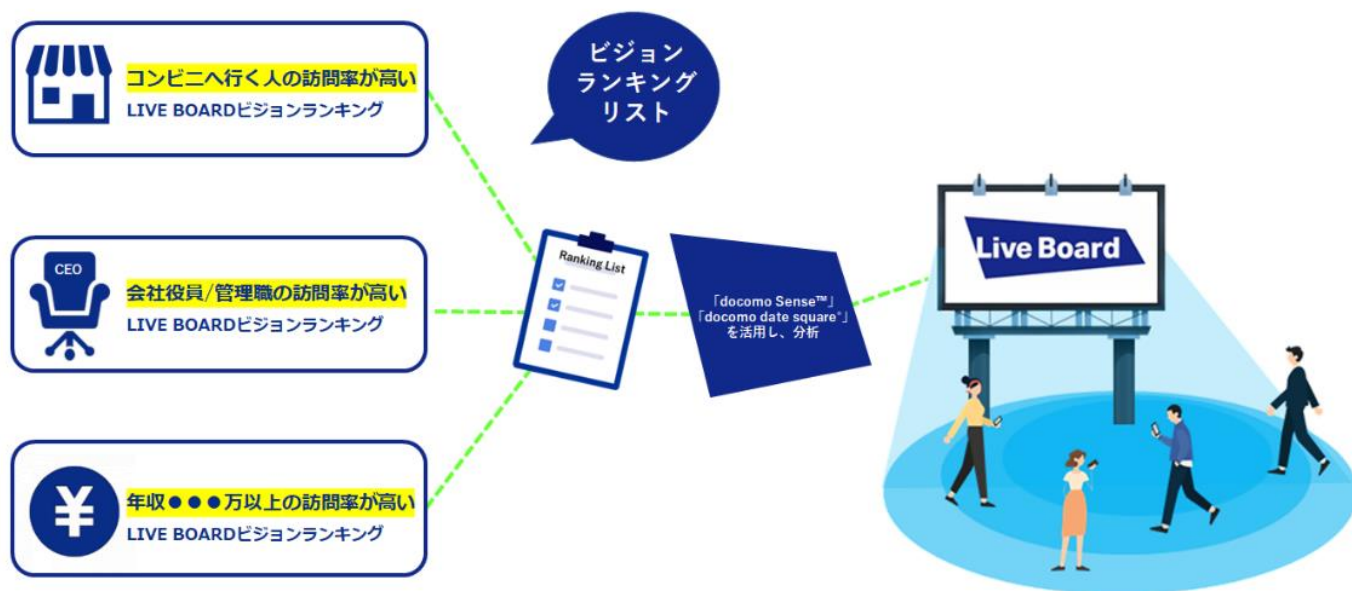
※ Out of Home の略。交通広告や屋外広告、商業施設での広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称

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のべ人数（OTC=Opportunity to Contact / 視認工

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のべ人数 (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
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