

Live Board

急成長する OOH 市場、その真価とは？電通×LIVE BOARD による共同調査インタビュー 「OOH の再定義 広告戦略の中でどう活かしていくべきか」

ホワイトペーパーを無料公開！



株式会社 LIVE BOARD（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 高木 智広、以下 LIVE BOARD）は、「OOH の再定義 広告戦略の中でどう活かしていくべきか」のホワイトペーパーを公開しました。

昨今、OOH 市場は急成長を遂げ、その提供価値は大きく増大しています。メディアコミュニケーション戦略に OOH を加える企業が増える一方で、依然としてテレビやデジタルコミュニケーションが中心で OOH を活用できていない企業も少なくありません。

こうした現状を踏まえ、当社は株式会社電通とメディアコミュニケーション戦略における OOH の役割とその潜在的な効果について調査を実施しました。本ホワイトペーパーでは、その調査結果や知見、そして OOH に対する想いについて、電通 OOH ビジネス室 事業開発部の有地咲翔子氏と LIVE BOARD インサイト部の真能広大による対談形式でお届けします。

▼ホワイトペーパー構成

1. OOH 市場の現状と課題
2. OOH の真価とは？生活者視点で見る新たな可能性
3. 定量調査レポート
4. おわりに

▼このような方におすすめ

- テレビやデジタルだけではないメディアを模索・検討されている方
- データを活用した最新の OOH がどのようなものなのかを知りたい方
- 生活者目線での OOH の役割を知りたい方
- これからの広告出稿について思案されている方

▼無料資料ダウンロード

<https://liveboard.co.jp/case/202504002651.html>

LIVE BOARD では、DOOH 市場の発展のため、これからも調査内容や関連情報を提供していきます。

◆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 高木 智広
所在地	東京都渋谷区神宮前 3-1-30 Daiwa 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い合わせ先>

LIVE BOARD 広報事務局 担当：加藤・鏡

TEL : 090-3050-8873 / 03-5843-0932 E-mail : info_press@liveboard.co.jp