

報道関係者各位

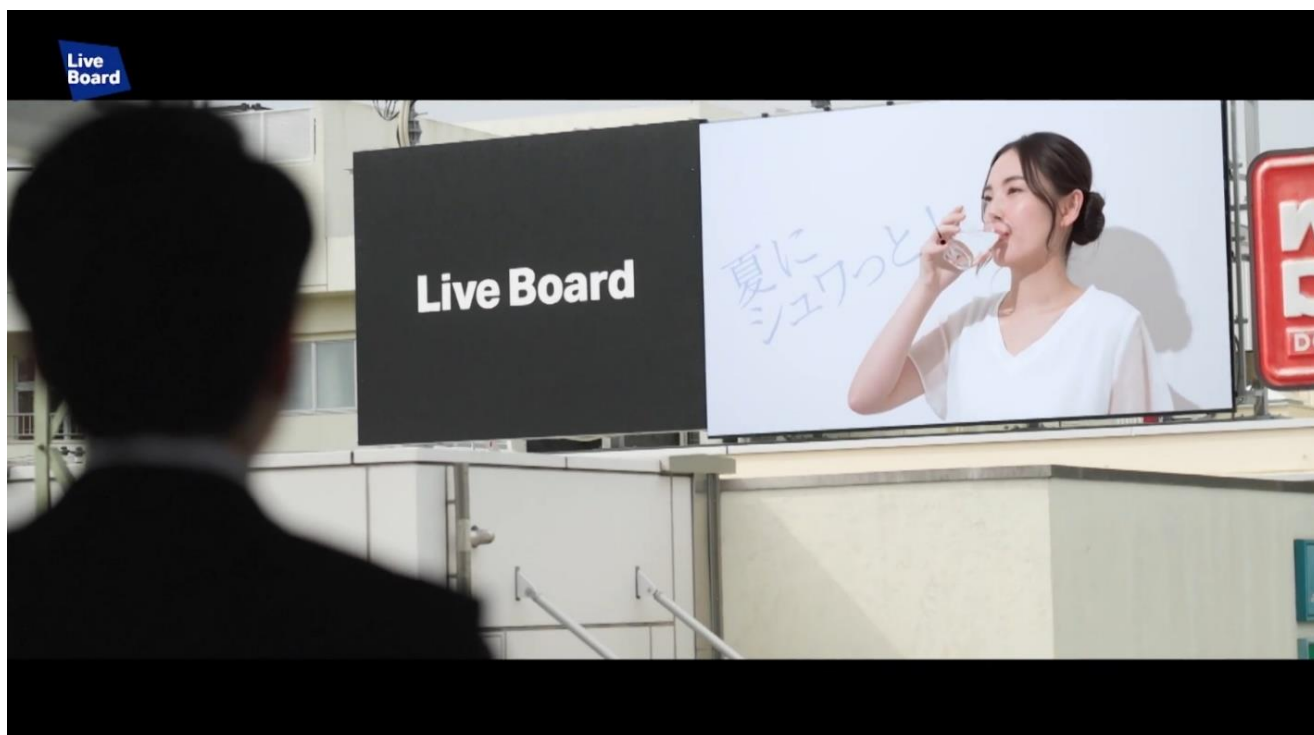
プレスリリース（調査リリース）

Live Board

2022年1月14日

株式会社 LIVE BOARD

LIVE BOARDの「世の中ゴト効果」を可視化 ～効果検証基盤を活用した屋外広告の新しい価値～



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、グループ会社である株式会社電通（本社：東京都港区、取締役社長執行役員：樽谷 典洋 以下、電通）と共に、OOH^{※1} 広告において効果があるとされていながら、これまで検証できていなかった「世の中ゴト効果」の検証を実施。LIVE BOARD の効果検証基盤^{※2}や、ドコモの位置情報データ等を活用したアスキング調査データ^{※3}に基づく分析により、その効果を可視化することに成功しました。

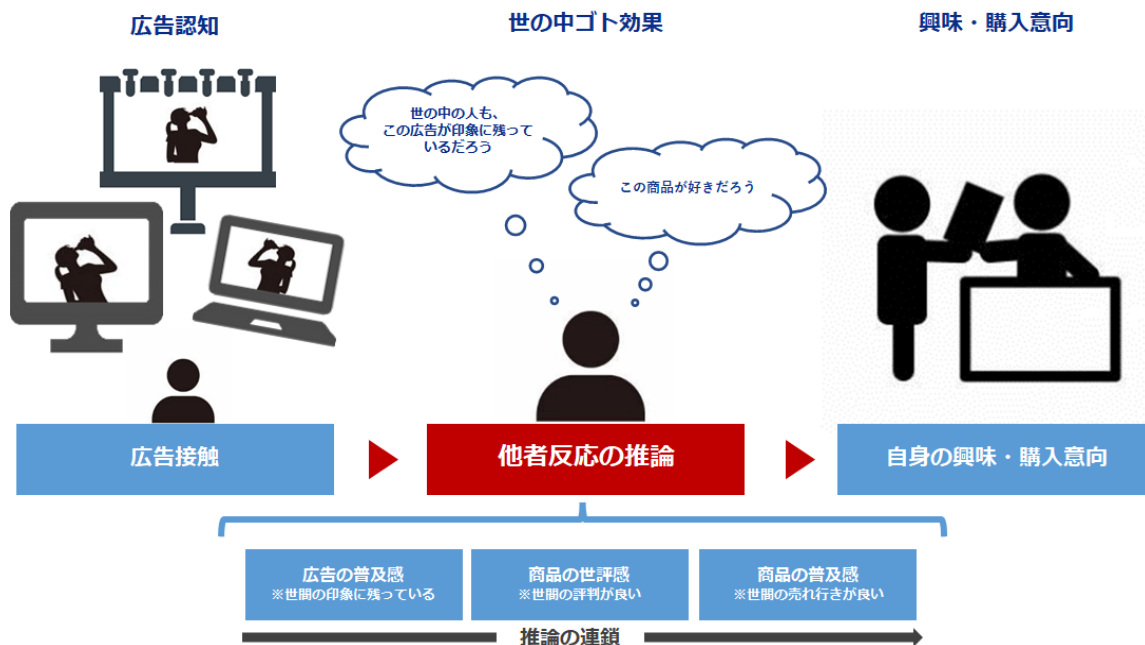
※1 Out of Home の略。交通広告や屋外広告、商業施設での広告など、家庭以外の場所で接触する広告媒体の総称

※2 ドコモの位置情報データ等から、特定（指定）の場所・時間にいと予測される人を抽出し、広告接触した人のブランドリフト調査が出来る仕組み

※3 調査期間：2019年7月～2021年1月 対象エリア：LIVE BOARD 出稿エリア（東京） 対象年齢：15歳～69歳 調査方法：「世の中ゴト効果」の検証として、他者推論によるノルム値を蓄積（LIVE BOARD 調べ）

◆「世の中ゴト効果」とは？

「世の中ゴト効果」とは、生活者が広告に接触することで、「世の中の人はこの広告が印象に残っているだろう」「これが好きだろう」という世の中での「話題感（他者推論）」による、生活者自身の購入・利用意向を押し上げる効果です。これは、OOH 広告に対してこれまでも期待されてきた効果で、今回はその正体を定量的に検証することに成功しました。



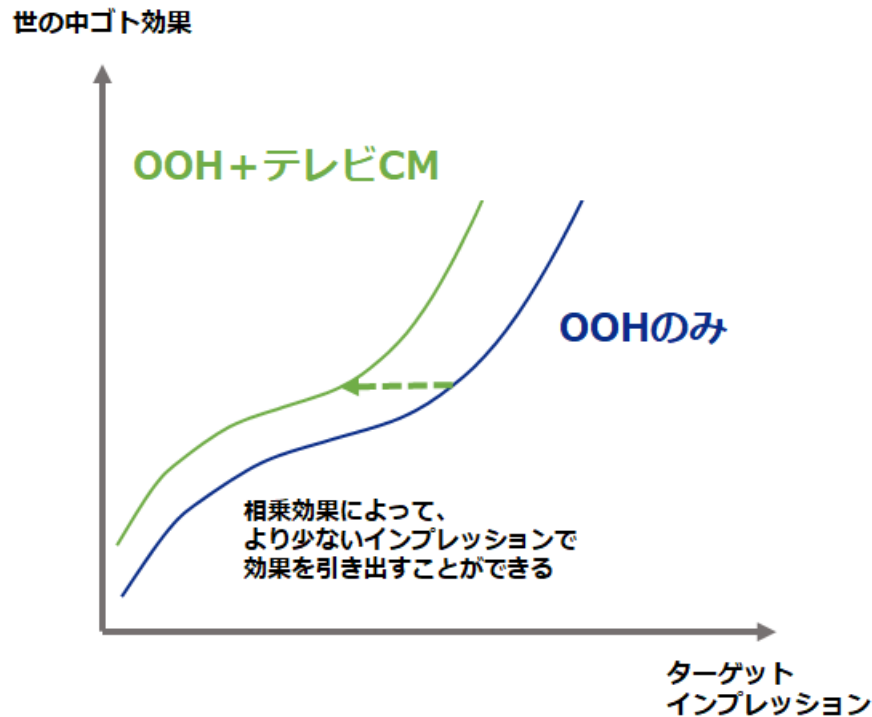
◆OOH 広告が持つ「世の中ゴト効果」、購入・利用意向が 1.43 倍に

当社で実施した 59 件の調査結果をもとに検証したところ、生活者の「購入・利用意向」に対しては、生活者自身がどう思っているだけでなく、「世の中の人がどう思っているか（人気があると思われるか/売れていそうか）」の影響を強く受けており、「世の中ゴト効果」があることが分かりました。具体的には、「世の中ゴト効果」を介した「購入・利用意向」への効果は、個人の興味が「購入・利用意向」へ与える効果と比べて、**1.43 倍に大きくなる**事が分かりました。加えて、若者層（対象年齢：15 歳～29 歳男女）に対してはこの効果がさらに大きく、**2.44 倍に高まる**という分析結果が出ています。



◆テレビ CM×LIVE BOARD で「世の中ゴト効果」が増幅

また、テレビ CM を組み合わせることで「世の中ゴト効果」がさらに増幅することもわかりました。LIVE BOARD 媒体単体でも「世の中ゴト効果」を期待できますが、テレビ CM と併用することでより少ないインプレッションでも高い「世の中ゴト効果」を生み出すことができます。



またβ版ソリューションとして、態度変容（サービス認知/特徴理解/興味/利用意向/来店）を軸に、テレビ CM と LIVE BOARD の予算配分をシミュレーションする機能を備えたツール^{※1}を開発しました。過去のココリサ調査^{※2}を活用し、予算配分の目安を算出します。今後はターゲット属性や対象商品の業種/カテゴリーなどに応じて最適化できるように、ツールを改善していく予定です。

※1 利用条件として、特定の広告代理店（複数）からのご発注が条件になります。

※2 「ココリサ」は株式会社ドコモ・インサイトマーケティングが主体であるサービスです。事前許諾を得たスマートフォンユーザーの携帯電話基地局の位置情報をもとにアンケート依頼をするサービスであり、匿名性を確保した形でのみ、位置情報とアンケート結果を紐づけて分析することが可能です。

◆ウェブ電通報より「世の中ゴト効果」コンテンツ配信

第1回：OOHには秘めたる価値「世の中ゴト効果」がある！（<https://dentsu-ho.com/articles/8010>）

第2回：OOHの「世の中ゴト効果」を実証せよ！（<https://dentsu-ho.com/articles/8018>）

第3回：「世の中ゴト効果」で、OOHプランニングは進化していく（<https://dentsu-ho.com/articles/8034>）

◆【関連動画】LIVE BOARD サービス紹介

URL：<https://service.liveboard.co.jp>



“偶然の出会い”を作り出す～LIVE BOARD の有用性と可能性～

CASE01：いまそこにいる人に呼び掛ける

CASE02：“共に見る”がブームを作る

CASE03：LIVE BOARD が描く未来

Live Board

◆株式会社 LIVE BOARD とは？

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（広告視認者数）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 3-1-30 Daiwa 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	サービスサイト： https://service.liveboard.co.jp コーポレートサイト： 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：朝倉、安部

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