

「OOHを次のステージへ LIVE BOARDのリーチ最適化ロジック開発への挑戦」 ホワイトペーパーを公開



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を次のステージへ LIVE BOARDのリーチ最適化ロジック開発への挑戦」のホワイトペーパーを公開しました。

LIVE BOARDではこれまで、NTTドコモの位置情報データ等を活用した広告視認ベース（VAC）^{※1}のインプレッション計測を強みに、精度の高いターゲティング配信を実現してきました。このたび、ALGORITHMIC NITROUS株式会社およびINSIGHT LAB株式会社との共同開発により、OOH領域における「広告のリーチ最大化」を目的とした新たなプランニングロジックを開発しました。これにより、従来のターゲット含有率の最適化プランに加え、より多くのユニークユーザーに広告を届けるという観点からも、精度の高いプランニングが将来的に可能になります。

本ホワイトペーパーでは、この取り組みの背景や技術的チャレンジ、そして新たに導き出されたインサイトについて、株式会社LIVE BOARD インサイト部 大澤 奈未、ALGORITHMIC NITROUS株式会社 代表取締役 石原 響太氏、INSIGHT LAB株式会社 データブレパレーション部 鈴木 宏基氏に伺った内容をまとめています。

LIVE BOARDでは、今後も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。

※1 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。

■ホワイトペーパー構成

1. 業界の限界に挑む、LIVE BOARD のアプローチ
2. OOH における「リーチ最大化」ロジック開発の舞台裏
3. OOH を次のステージへ。新たに広がる OOH の可能性

■このような方におすすめ

- OOH プランニングの今後の進化について知りたい方
- OOH におけるデータ活用の最前線について知りたい方
- 広告出稿においてテレビやデジタルだけではないメディアを模索・検討させている方
- 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/202509002734.html>

■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 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
設立日	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：加藤・鏡

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