

10 代の心を掴む DOOH 活用法とは？ LIVE BOARD がホワイトペーパーを公開

10 代コミュニケーションの新たな可能性
「届けたい」を突破する、DOOH という第 3 の選択肢



株式会社 LIVE BOARD（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長 田中 淳泰 以下、LIVE BOARD）は『10 代コミュニケーションの新たな可能性「届けたい」を突破する、DOOH という第 3 の選択肢』のホワイトペーパーを公開しました。

デジタル広告における未成年者保護の強化や、若年層の広告スルーの定着により、現代の 10 代向けコミュニケーションは難しさを増しています。一方で、10 代は家庭の購買決定に強い影響力を持ち、将来の生涯顧客価値を左右する極めて重要なターゲットです。

本ホワイトペーパーでは、10 代の生活導線に自然に溶け込むデジタル OOH^{※1}（以下、DOOH）独自のプライバシーセーフなアプローチ方法を、事例を交えてご紹介します。プライバシー配慮と広告効果を両立する、次世代の 10 代マーケティングの全貌が理解できる内容です。DOOH が、テレビ、デジタルに続く「第 3 の選択肢」として、有効に活用いただけることをご提案します。

LIVE BOARD では、今後も OOH 市場の発展のため、調査内容や関連情報を提供していきます。

※1 Digital Out of Home の略。交通広告、屋外広告、商業施設などに設置されたデジタルサイネージを活用した広告媒体

■ホワイトペーパー構成

1. 10代コミュニケーションは、なぜ「いま」こんなにも難しいのか
2. それでも、10代に届けなければならない理由
3. テレビ・デジタルが届かない「その先」に、DOOHがいる
4. アプリ利用傾向×位置情報で、10代含有率を2倍以上に
5. 結論：LIVE BOARD=10代へ届く「第3の選択肢」

■このような方におすすめ

- 10代向けのマーケティング・広告展開に興味がある方
- テレビ、デジタル以外の広告手法について知りたい方
- DOOHの最新活用法を効率的に理解したい方

■レポートはこちら

<https://liveboard.co.jp/case/202607002905.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）※2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。

※2 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 田中 淳泰
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