



2022年コロナ禍・アフターコロナの意識調査 デジタル OOH 市場へ企業が望む DX 化への期待とは？

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、2022年コロナ禍・アフターコロナにおける、デジタル OOH 市場に対して、企業が望む DX 化への期待についてのアンケート調査を実施しました。

全国の会社勤めされている 20 歳～69 歳の男女にアンケート調査を実施。デジタル OOH への出稿経験者に絞り、その出稿理由を聴取しました。

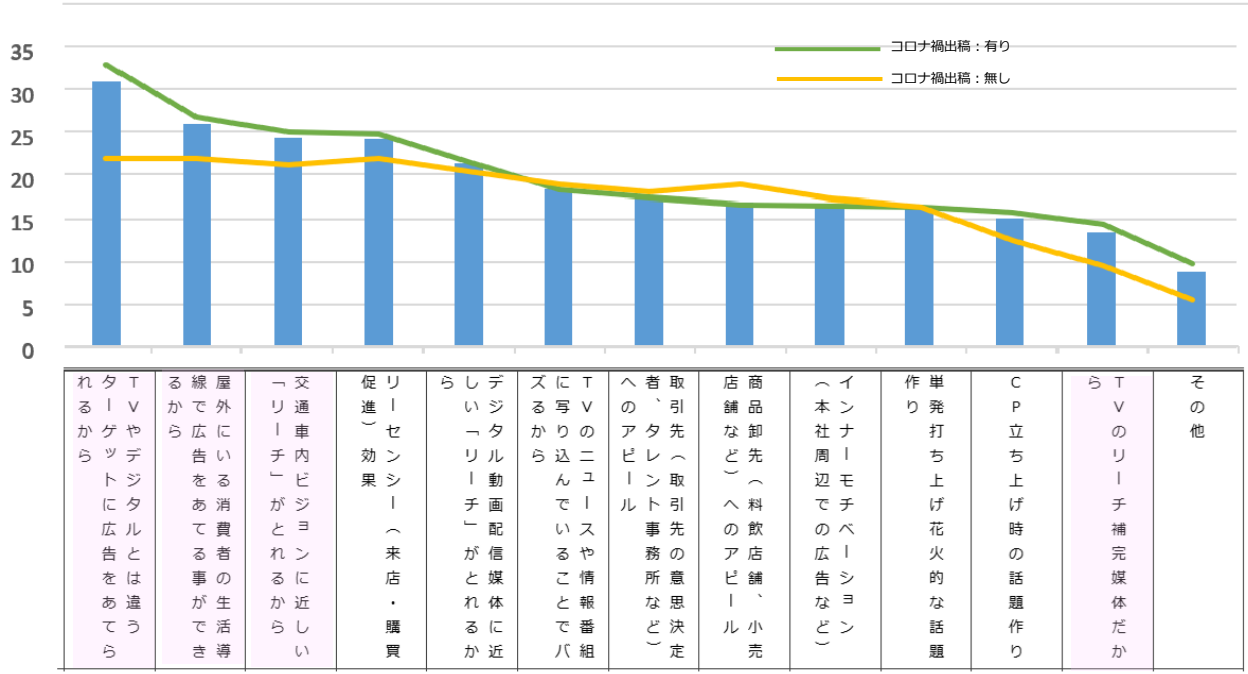
◆企業が期待しているデジタル OOH 広告の効果とは？

全体で「TV やデジタルとは違うターゲットに広告を当てることができる」が最も多く、30.9%となりました。さらに、「屋外にいる消費者の生活導線での広告接触」25.9%、「交通車内ビジョンに近いリーチ」24.3%、「リーセンシー（来店・購買促進）効果」24.2%と続きました。

さらに、コロナ禍においてデジタル OOH への出稿した実績層では、上位 3 項目に加え、「TV のリーチ補完」目的での出稿をしていたことがわかりました。

これによると、コロナ禍では、TV や WEB では届かない層へのリーチ期待や、交通車内ビジョン並みの屋外リーチを獲得できる媒体としての期待が大きい結果となりました。

<デジタル OOH 広告を購入した・購入する理由>



	件数	それ以外のリーチ補完媒体だから	CP立ち上げ時の話題作り	単発打ち上げ花火的な話題	インナーモーション（本社周辺での広告など）	商品卸先（料飲店舗、小売店舗など）へのアプローチ	取引先（取引先の意思決定者、タレント事務所など）へのアプローチ	TVのニュースや情報番組	デジタル動画配信媒体に近しいリーチ	リーセンシー（来店・購買促進）効果	交通車内ビジョンに近いリーチ	屋外にいる消費者の生活導線での広告をあてる事ができる	TV やデジタルとは違うターゲットに広告を当てることができる
TOTAL	687	30.9	25.9	24.3	24.2	21.3	18.3	17.5	17.0	16.6	16.3	15.1	13.4
コロナ禍出稿：有り	559	32.9	26.8	25.0	24.7	21.5	18.2	17.4	16.6	16.5	16.3	15.7	14.3
コロナ禍出稿：無し	128	21.9	21.9	21.1	21.9	20.3	18.8	18.0	18.8	17.2	16.4	12.5	9.4

ベース調査：直近3年でデジタル OOH 出稿経験者 ※TOTAL でソート

※「コロナ禍出稿/有り」：2021 年度にデジタル OOH への出稿経験がある方

「コロナ禍出稿/無し」：2019 年～2020 年にデジタル OOH への出稿経験はあるが、2021 年度にデジタル OOH の出稿経験が無い方

◆デジタル OOH 広告非出稿者が「これから期待する OOH への DX 化」とは？

デジタル OOH 広告の非出稿者に「これから期待する OOH への DX 化」について聴取した結果、以下のような結果となりました。



広告効果 (ROI) の可視化

費用対効果がわかりやすい
数値の精緻さ



定量的な効果検証

コストの最適化
ロジックの明確化



ターゲットを絞った配信

特定の層のみにリーチしたい
無駄な配信をしたくない

出稿費用に対する効果（数値の可視化、精度の高さ、分かりやすさなど）や、定量的な効果検証の実施を期待している内容や、特定のターゲット層（年齢、性別、属性など）に対して配信したいという声が多くあがっていました。

このような OOH 広告の高度化に期待が集まる一方で、仮に要望に対応出来ていたとしても、**社内（上層部など）への説明が困難で実施に至らない**、という課題も多いことや**コロナ禍での不安**でまだまだ様子を見たいなどの声があることがわかりました。

LIVE BOARD では、ドコモのモバイル空間統計[®]+その他位置情報データ等を活用することで、ターゲティング配信やユニークリーチの可視化など、今求められている DX 化に対応し始めています。

2022 年に向けては、このような DX 化の恩恵をより分かりやすい形で広告主へご提供すべく、またデジタル OOH のさらなる価値向上のため、LIVE BOARD はサービスを拡充していきたいと思えます。

<調査概要>

調査手法：Web 定量調査 ※事前調査・本調査をセパレートで配信

モニター：d モニター／インターネットモニター

アンケート対象エリア：全国

対象者：20 歳～69 歳の男女、現在会社にお勤めの方（会社員・会社役員が対象）、直近3年以内に、お勤め先の会社にて、広告出稿経験があり、かつ広告出稿業務への関与もある方

調査期間：2021 年 10 月 1 日～10 月 4 日

調査人数：事前調査：183,262 名 / 本調査：14,339 名

※株式会社インテージ調べ

◆媒体面概要

LIVE BOARD : 全国 9 都市 (東京、北海道、宮城、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、福岡) 77 カ所のデジタル OOH

URL : <https://service.liveboard.co.jp/screen>

◆最新媒体資料

URL : https://service.liveboard.co.jp/information/2021/11/img/LiveBoardMediaGuide_4Q.pdf



◆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

Live Board

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