



報道関係者各位
プレスリリース

2023年12月22日
株式会社NTTドコモ
株式会社電通
株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ
株式会社 LIVE BOARD

LIVE BOARD の新たな株主として博報堂D Yメディアパートナーズが参画 ～ドコモ、電通、博報堂D Yメディアパートナーズ、LIVE BOARD の 4社で OOH 市場におけるメジャメントの標準化と DOOH 市場の拡大を推進～

株式会社博報堂D Yメディアパートナーズ（以下、博報堂D Yメディアパートナーズ）は、株式会社NTTドコモ（以下、ドコモ）と株式会社電通（以下、電通）が共同で設立した株式会社 LIVE BOARD（以下、LIVE BOARD）に出資し、高い成長率を示す DOOH^{※1} 市場の普及・拡大を協働で推進することにドコモ、電通、LIVE BOARD と 2023 年 12 月 21 日（木曜）に合意いたしました。

これによりドコモ、電通、博報堂D Yメディアパートナーズ、LIVE BOARD の 4 社は、業界全体で統一した OOH^{※2} メジャメントの策定を推進し、テレビ・デジタル・DOOH 3 つのメディアで共通した指標により効果測定が行える世界の実現と、OOH 市場の拡大をめざして取り組んでまいります。



LIVE BOARD は、2019 年 2 月にドコモと電通との間で、日本の OOH 市場の DX 化を推進するために設立した合併会社です。OOH 市場で国内初^{※3} の「インプレッション（VAC）」^{※4} に基づいた配信を実現し、“そのとき、その場所で、その広告を”見たと推定される人数をもとにして広告を配信し課金する広告モデルを展開してきました。現在は、屋外・屋内、電車内、駅構内など日本全国の交通系や屋内外の媒体企業 19 社との連携により、51,700 面以上、リーチ数 3,000 万 MAU を超える配信面を束ねる独自ネットワークの構築と、これに国内最大級の通信キャリアのビッグデータをお客さまから同意を頂いた範囲で掛け合わせることで、性・年代別のターゲティングなど、従来の OOH では難しかった“ヒト”を基点とした配信を実現しています。

近年のグローバル OOH 市場では、統一化された指標でのデータ活用によるプログラマティック OOH^{※5} 市場が急速な拡大をみせていますが、日本の OOH 市場は、諸外国と比較してメディアが細分化された市場環境のため、指標の統一化に時間を要している状況にあります。

LIVE BOARD では、ドコモデータを活用して、広告主の広告予算に対し、ターゲットとするユーザーへのリーチ最大化や、実施後のユーザー分析により、更なる効果改善が図れるエコシステムを実現すべく、市場の新たなメジャメントの開発と、その標準化に向けて取り組んできました。

既に電通では、2023 年 11 月に広告プランニングツール「クロスメディア・プランナー」^{※6} に LIVE BOARD が提供するデータを搭載し、テレ

び、デジタルに DOOH を加えたプランニングが可能になっています。また、博報堂 D Y メディアパートナーズでも、メディア横断での統合運用/効果最大化を実現する「AaaS（Advertising as a Service）」^{※7}において、LIVE BOARD が提供するデータの搭載を予定しています。

日本最大の広告会社である電通および博報堂 D Y メディアパートナーズが、各社の広告プランニングツールにおいて LIVE BOARD が提供するデータを採用することは、広告業界において DOOH がテレビやデジタルに次ぐ認知系メディアとして一翼を担うための大きな一歩であると考えており、この 4 社の活動を通じ、OOH 業界の統一的なメジャメントの策定をリードすると共に、広告主の広告効果を最大化する統合的なメディアプランニング、最適化配信の運用管理が行える世界をめざします。

企業	役割
ドコモ	独自のマーケティングデータを保有・提供
電通	日本有数の広告のプランニング提案、取引、運用
博報堂 D Y メディアパートナーズ	日本有数の広告のプランニング提案、取引、運用
LIVE BOARD	DOOH 広告配信プラットフォームの運営、DOOH 媒体面の提供

◆各社コメント

【ドコモ】

ドコモは、イノベーションにより新たな生活価値やライフスタイルを生み出し、社会を大きく変えていきたいと考えています。ブランドスローガンとして「あなたと世界を変えていく。」を掲げ、LIVE BOARD の設立以降、電通と協働し、日本の DOOH 市場の進化・拡大に向け取り組んで参りました。このたび、博報堂 D Y メディアパートナーズとパートナーシップを築けることを大変嬉しく思っております。今回の取組により、テレビ、デジタル、DOOH の統合メディアプランニングが行える世界の実現を図り、更なる OOH 市場の拡大に 4 社協働で取り組んで参りたいと考えております。

【電通】

電通は顧客企業の事業成長に寄与すべく広告効果の最大化を目指し、「AX（Advertising Transformation）」^{※8}に取り組んでいます。多様化するメディア環境において、異なるメディア間での広告予算配分や効果予測・分析を行うプロセスは複雑さを増し、効率的かつ効果的なメディアプランニングを行う必要性がますます高まっています。そのなかで OOH 領域はテレビ・デジタルに次ぐ認知系メディアと称される一方、メディアプランニング/検証においては、テレビ・デジタルと分断された状態が課題とされていました。電通は LIVE BOARD の事業推進を通じて、広告主に対して 3 つのメディアを統合した形でのソリューションの提供を目指してまいりましたが、新たに博報堂 D Y メディアパートナーズをパートナーとして迎え入れ、この取り組みを業界全体に広げていきたいと考えています。

【博報堂 D Y メディアパートナーズ】

博報堂 D Y メディアパートナーズは、日本で唯一の「総合メディア事業会社」です。媒体社やコンテンツホルダーのパートナーとしてコミュニケーションの価値向上を通じ、グループの広告会社と連携して広告主の課題に対応し、コミュニケーション市場を創造してきました。また広告メディアビジネスの次世代型モデル「AaaS[®]（Advertising as a Service）」を提案し、「データ×システム×アルゴリズム×人」の力を最大限発揮することで広告効果を可視化・最大化し、広告領域のイノベーションを推進しております。このたびの資本参画を通じて 4 社のパートナーシップを活かし、業界全体の発展と市場のさらなる拡大にむけて協働で取り組んでまいります。

【LIVE BOARD】

昨今の DX 化により、数年で OOH 業界も大きな進歩を遂げてきました。私たちは設立時から国内における「プログラマティック OOH」を導入すべく、ドコモのテクノロジーとビッグデータ、電通のネットワーク力を軸にこれまで尽力してきましたが、この度の博報堂 D Y メディアパートナーズとの合意は、当社はもちろん、業界内でもさらなる発展に繋がると信じております。私たちは、今後も OOH 業界の飛躍を促進することで、国内の広告業界の発展を加速させられるように邁進してまいります。

今後、ドコモ、電通、博報堂 D Y メディアパートナーズ、LIVE BOARD の 4 社は、メジャメント指標の統一化および標準化の推進、DOOH を加えたテレビ、デジタルとの統合的なメディアプランニングを通じて、広告効果の最適化に向けた運用を可能とし、OOH 市場の拡大に貢献してまいります。

- ※1 「DOOH」とは、Digital Out of Home の略で、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のことです。
- ※2 「OOH」とは、Out of Home の略で、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です。
- ※3 2019 年 1 月 16 日当時、電通調べ。
- ※4 「インプレッション（VAC）」とは、Visibility Adjusted Contact の略で、視認調査に基づく視認率を加味したインプレッション（のべ広告視認者数）のことです。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。
- ※5 「プログラマティック OOH」とは、Programmatic (Digital) Out Of Home の略で、時間帯や、天気・気温等、エリアごと、オーディエンスデータごとにプラットフォームを介して広告配信の自動化が行える DOOH（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）のことです。
- ※6 「クロスメディア・プランナー」とは、「テレビ×デジタル」広告の統合メディアプランの作成や予測を行うプランニング支援ツールです。2023 年 11 月より、LIVE BOARD の DOOH 媒体もメニューに追加され、「テレビ×デジタル×DOOH」のメディアプランのシミュレーションが可能になりました。
- ※7 「AaaS」とは、統合的なメディアプランニングから、広告枠のバイイング、広告効果のモニタリングをワンストップで支援することでマーケティング戦略上最適な広告メディア活用を可能にするサービスで、「Analytics AaaS」「Tele-Digi AaaS」「TV AaaS」「Digital AaaS」の 4 つのサービス群から構成されています。
- ※8 「AX (Advertising Transformation)」とは、広告の高度化・効率化を実現するための、広告ビジネスの変革業務です。

* 「AaaS」は博報堂 D Y メディアパートナーズの登録商標です。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先			
株式会社 NTT ドコモ	株式会社電通	株式会社 博報堂 D Y メディアパートナーズ	株式会社 LIVE BOARD
ブランドコミュニケーション部 広報担当 富田、萩原 TEL : 03-5156-1366	Email : jigyokoho@dentsu.co.jp	広報室 TEL : 03-6441-9347 Email : mp.webmaster@hakuhod ody-media.co.jp	Email : info_press@liveboard.co.jp

各社概要

【株式会社 NTT ドコモ】

代表者	代表取締役社長 井伊 基之
所在地	東京都千代田区永田町二丁目 11 番 1 号 山王パークタワー
営業開始日	1992 年 7 月 1 日
従業員数 (連結)	47,151 名 (2023 年 3 月 31 日現在)
事業内容	・通信事業 ・スマートライフ事業 ・その他の事業 URL : https://www.docomo.ne.jp

【株式会社電通】

代表者	代表取締役社長執行役員 樽谷 典洋
所在地	東京都港区東新橋 1-8-1
営業開始日	1901 年 7 月 1 日
従業員数	5,627 人 (2022 年 12 月末日現在)
事業内容	・顧客のマーケティング全体に対するさまざまなソリューション提供に加え、デジタル時代の変革に対応する効率的な広告開発、最適な顧客体験のデザイン、マーケティング基盤そのものの変革や、さらには顧客事業の変革をも推進。また、マーケティング領域を超えて進化させた多様なケイパビリティを掛け合わせ、顧客と社会の持続的成長に貢献する統合ソリューションを提供。 URL : https://www.dentsu.co.jp

【株式会社博報堂 D Y メディアパートナーズ】

代表者	代表取締役社長 矢嶋 弘毅
所在地	東京都港区赤坂 5-3-1 赤坂 Biz タワー
営業開始日	2003 年 12 月 1 日
従業員数	895 人 (2023 年 4 月 1 日現在、契約社員含む)
事業内容	・メディア・コンテンツビジネス領域において、プランニング、プロデュース、バイイング、トラフィック、ナレッジを主要な機能として駆使し、コミュニケーション効果を最大化するサービスを提案します。 URL : https://www.hakuhodody-media.co.jp

【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
営業開始日	2019 年 2 月 1 日
従業員数 (連結)	45 名 (2023 年 4 月現在)
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 URL : https://liveboard.co.jp