

2022 年 03 月 14 日

## 新橋駅 SL 広場前大型ビジョン「新橋 SL ビジョン」にて Digital 東京の実証実験を開始しました

オフラインデータ（スマートフォンが発する SSID）を独自開発の Wi-Fi センサーで取得し、人々の動きや属性の把握、効果測定用のサービス「Digital 東京」を提供する、Oxyzen（オキシゼン）株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：松井 康至）は、都内で屋外広告媒体を運営する有限会社サーチ（本社：東京都立川市、代表者：常田 修治）とともに、新橋駅 SL 広場前の大型ビジョンにて実証実験を 2021 年 12 月 21 日（火）より開始し、有意な結果を得ることができたことを 2022 年 03 月 14 日（月）に発表いたしました。

# Digital 東京

### ■ Digital 東京とは？

Digital 東京とは、テクノロジーとサイエンスのちからにより、常に変化し続けるリアル社会をデジタル空間上に再現するオフラインデータの構造化プロジェクトです。小型のセンサーを置くだけで気軽に周囲の人々の集団の属性や興味、行動などを可視化することができます。（<https://digitaltokyo.io/>）

### ■ 屋外広告との親和性

屋外広告のターゲットは、オンライン広告のような個人ではなく、集団です。そして、Digital 東京で表現する属性の姿も集団が対象となっています。つまり、人数ボリュームだけではなく、屋外広告の前にどのような人々が集っているのか、その人々はどこへ向かい、目的は何なのか、また、それらは日々あるいは時間単位でどのように変化するのが分かれば、表示される広告を視聴する人々にとって、より親和性の高いものになると考えました。

<https://digitaltokyo.io/>

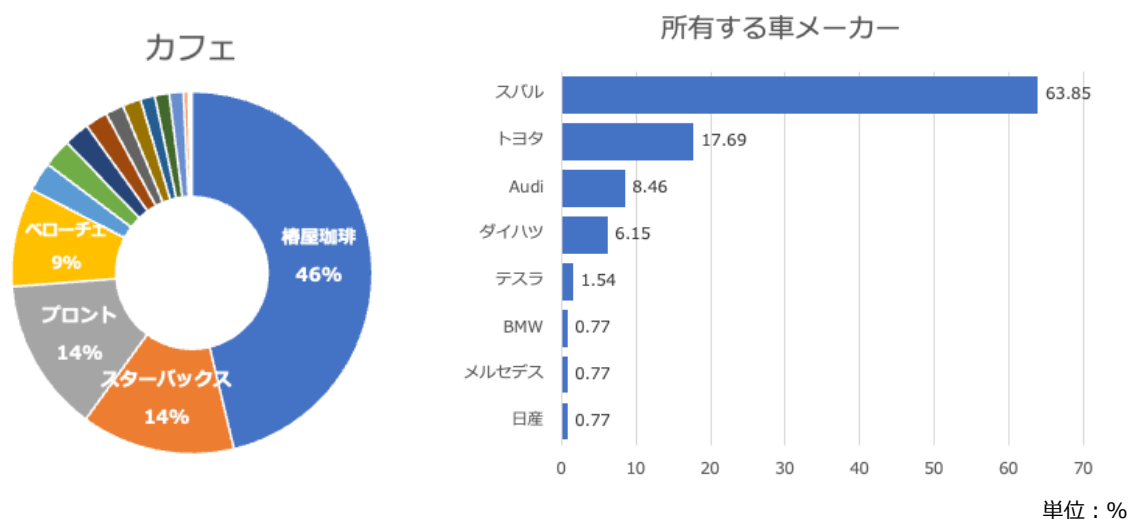
## ■新橋駅 SL 広場前の大型ビジョン「新橋 SL ビジョン」での実証実験

このほど、有限会社サーチと共同で、新橋駅 SL 広場前の大型ビジョンに Digital 東京のセンサーを設置し、約 2 ヶ月の間 SL 広場の人々の属性や、どのような消費動向なのかを調査しました。なお、分析には個人を特定しない情報のみ利用しています。



## ■さまざまな属性の例

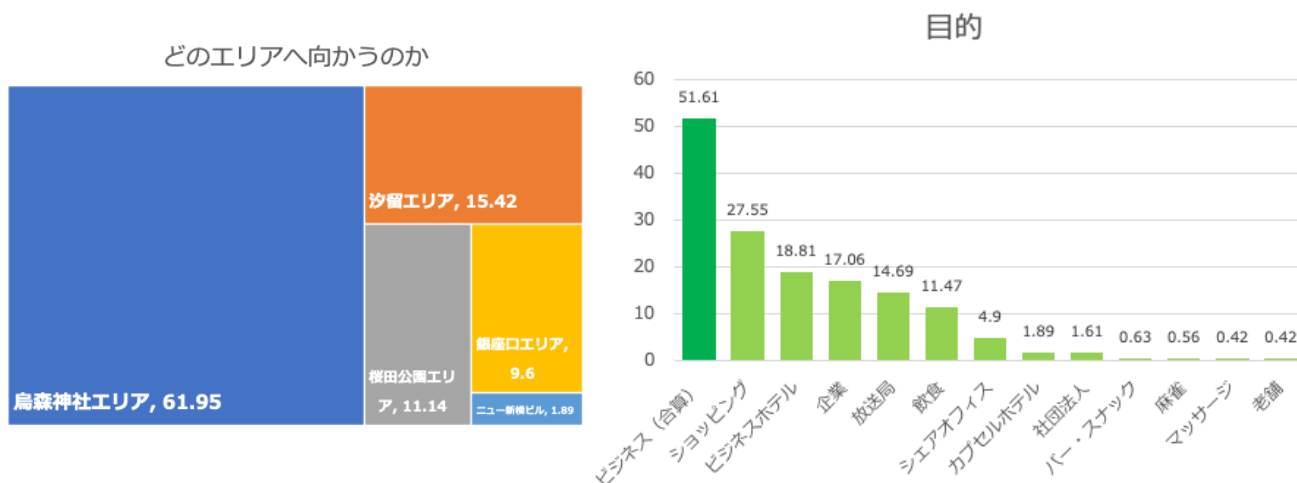
実際の結果を見てみましょう。一例ですが、新橋駅 SL 広場の人々がどのようなカフェを利用しているかを見ると、椿屋珈琲が最も多いことが分かります。これは新橋駅近隣に同店が 3 店舗存在するためだと推測できます。また、どのような車メーカーに乗っている方が多いのかを見ると、スバルやトヨタといった国産車が多いことが分かります。



\*対象期間: 2022 年 01 月 21 日 (金) ~ 2022 年 02 月 21 日 (月)

## ■どこへ向かい、その目的は何なのか？

次に新橋駅 SL 広場の人々はどこへ向かい、何をするために SL 広場へ来たのでしょうか？行き先としては、烏森神社エリアが圧倒的に多く、汐留や桜田公園エリアも多いことが分かります。目的はショッピングが最も多いように見えますが、企業と放送局（日テレ）、シェアオフィス、社団法人を合算するとビジネス目的が最も多いことが分かります。他にも、ビジネスホテルや飲食も多い傾向が見受けられます。



\*対象期間：2022年01月21日（金）～2022年02月21日（月）

## ■カウント数の推移

年末年始をまたぐ、SSIDを用いた時間帯別のユニークカウント数の推移を見てみると、12月27日（月）から徐々に減少していることから、大晦日に向けて少しずつ休暇の企業が増えていることがわかります。平日ではおおむね8時台、12・13時台、18時台にピークがあり、そしてコロナ禍ということもあり23時台を過ぎると急激に落ち込みます。これは典型的なビジネスエリアの人流傾向ですが、新橋では金曜の18時台に強いピークが認められ、飲食目的のために訪れているのだと推測できます。



\*対象期間：2021年12月27日（月）～2022年01月11日（火）

## ■有限会社サーチからのエンドースコメント

弊社の OOH 媒体広告効果可視化サービス「OOH Analytics」と組み合わせることにより、広告媒体設置エリア内往来者の属性や趣味・嗜好・消費動向など、様々なデータを把握することができました。これにより、従来の計測結果「人数・性別・年代・視認態度」に加え、「広告接触者のコホート（集団としての性質）の把握」が可能になり、詳細なデータを基に広告主と広告接触者のエンゲージメントを飛躍的に上げることができると期待しています。

また、長期間計測を続けデータを蓄積することで、現状の把握だけでなく、再開発や社会情勢による「街の変化」も鮮明にデータに表れることが期待されることから、広告分野以外でのデータ利活用も検討して参ります。

## 【有限会社サーチについて】

Providing valuable moments to people and the city

「人に、街に、価値ある瞬間をとどける。」

OOH 広告を主軸に、人 - 街 - 企業とのより親和性の高いコミュニケーションを創造することを目指し、社会にとって価値のある情報を届けていきます。

## 【有限会社サーチ 概要】

本 社 ： 東京都立川市錦町一丁目 4-20 TSC ビル 2F

営業本部： 東京都中野区中野 4-1-1 中野サンプラザ 9F

設 立 ： 2004 年 3 月 17 日

資本金 ： 3,000,000 円

代表者 ： 常田 修治

URL ： <https://searchnext.jp/>

TEL ： 03-6859-7456

## 【Oxyzen 株式会社 概要】

本 社 ： 東京都港区東新橋 2-12-1 PMO 東新橋 7F

設 立 ： 2015 年 3 月 10 日

資本金 ： 16,000,000 円

代表取締役社長 CEO ： 松井 康至

取締役副社長 CFO ： 権 太龍

取締役 CTO ： 森谷 武浩

URL ： <https://oxyzen.io/>

### お問い合わせ先

TEL : 03-6370-0771

E-mail : pr (アット) oxyzen.io

コンタクトフォーム：

<https://oxyzen.io/#contact>