

## 大阪メトロ アドエラ、芝浦工業大学からの技術提供を受け、LiDAR を活用した OOH オーディエンス・メジャメントに関する実験を開始

### ～ 駅メディアの視認可能者数を計測

株式会社 大阪メトロ アドエラ

2022年12月7日

株式会社 大阪メトロ アドエラ（本社：大阪府大阪市、代表取締役 大矢雅士）は、交通広告の定量的な効果計測に向けた取り組みとして、芝浦工業大学（東京都江東区、学長 山田純）と LiDAR（ライダー）技術を活用した OOH オーディエンス・メジャメントの実装に向けた研究を開始しました。

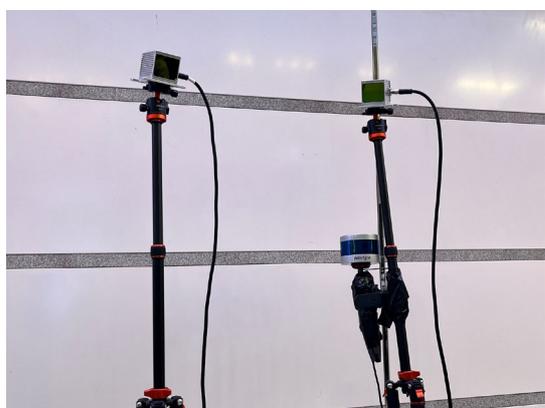
#### ◆LiDAR とは

Light Detection And Ranging の略称。人に無害なレーザー光を対象物に照射し、周囲の人物との位置や距離を点の集まり（点群）として計測、集計、分析します。空間内の人物の顔などの画像・映像は認識せず、プライバシーを侵害することなく高精度な検知が可能な光センサー技術です。

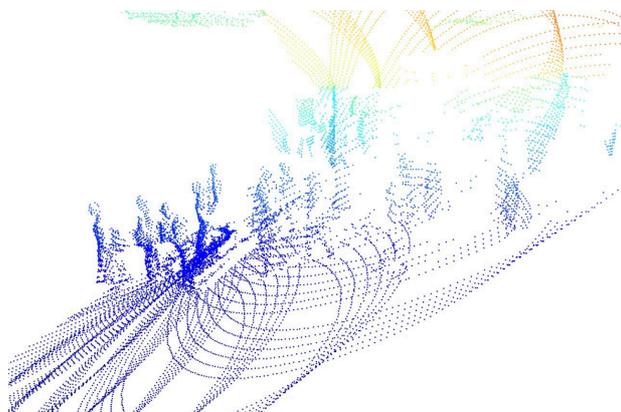
LiDAR は、もともと航空機のレーダーや気象観測に使用されていましたが、現在は、自動車の障害物や周辺車両の検出、スマートフォンのカメラなどと組み合わせて写真撮影で効果的にピントをぼかすアシストや、VR（仮想現実）・AR（拡張現実）・メタバース（仮想空間）のための技術としても利用されています。

#### ◆共同研究の概要

Osaka Metro主要駅の駅メディア（デジタルサイネージ、ポスター、大型シート、階段／エスカレーター集中貼）エリアの人流をLiDARを用いてデータ取得、データ解析、解析方式を評価し、メディア毎の視認可能者数の推計方法を研究します。



(LiDAR を用いた計測の様子)



(取得データのイメージ)

## ◆共同研究の背景

交通広告／屋外広告のメディアカレンシー（媒体取引標準価値指標）は、世界で唯一のグローバル OOH 業界団体 WOO (World Out Of Home Organization) が 2022 年 5 月に発表した「OOH オーディエンス測定の新しいグローバルガイドライン」（日本語版は 10 月にデジタルサイネージコンソーシアムより発行）にて、OOH オーディエンス・メジャメントの標準化を推進するために、4 レベルの指標を定義しています。

レベル 1	サーキュレーション(Circulation)	OOH フレームに近接するオーディエンス・カウント
レベル 2	OTS (Opportunity to See)	定義された視認エリア内に一定期間存在する個人の合計
レベル 3	OTC (Opportunity to Contact)	広告が表示されている間、定義された視認エリア内で広告フレームの方向を向いている個人の合計
レベル 4	VAC (Visibility Adjusted Contacts)	広告が表示されている間、定義された視認エリア内で広告フレームの方向を向いており、その広告を見たと思定できる確率をかけて調整した個人の合計

世界広告主連盟によるクロスメディア計測基準では視認をベースにしたVACレベルをガイドとしているため、日本国内の交通広告でも今後は国際標準指標が要求されると思われます。

大阪メトロ アドエラは、LiDARを用いてプライバシーに配慮しながら人流データを取得し、芝浦工業大学工学部情報工学科・新熊教授から技術提供を受けてデータの解析を行い、OOHオーディエンスの国際標準指標の推計モデルを生成できるよう取り組んでいきます。

## ◆芝浦工業大学工学部情報工学科 新熊亮一教授プロフィール

2008～2009年 米国WINLAB客員研究員

2011～2021年 京都大学情報学研究科准教授

2018～2022年 JSTさきがけ研究員

2021年～ KDDI総合研究所招聘研究員

大学発スタートアップ創業者および民間企業数社の技術顧問としての産業応用推進

米国IEEE Senior会員、電子情報通信学会Fellow

博士(工学)

## ◆大阪メトロ アドエラについて

大阪メトロ アドエラは、Osaka Metro Group 広告事業や新規メディア開発などの事業拡大を担っていく広告会社です。

<https://osakametro-adera.jp/>

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社 大阪メトロ アドエラ

東京オフィス：荒井（080-7601-4252）

お問い合わせ：<https://osakametro-adera.jp/contact>