

日本初！ラグビーボールがデジタルサイネージに裸眼3Dで登場！ ー 大阪メトロ アドエラのプログラマティックDOOHでターゲット配信を実施 ー

Osaka Metro Groupの広告事業を担う株式会社 大阪メトロ アドエラは、プログラマティックDOOH(Digital Out Of Home)広告配信を実現する「Osaka Metro DOOH Ads Platform (※1)」を活用し、NTTドコモレッドハリケーンズ大阪の“チームエンブレム”と“チームロゴ”入りラグビーボールの3Dクリエイティブを12月24日より配信します。

データに基づいてターゲットへの柔軟な広告配信を実現するプログラマティックDOOHにおける平面裸眼3D広告配信は日本初(※2)の試みになります。今回は、昼間時間帯の30代を主要ターゲットとして、Osaka Metro主要駅にある200面以上のデジタルサイネージにおいて、人流が大きく変動する年末年始を含む12月24日～1月15日までインプレッションベースでの効率的な広告配信を実施します。



(デジタルサイネージに配信する平面裸眼 3D 広告イメージ)

屋外大型ビジョンの裸眼3Dコンテンツは国内外で事例も多く、能動的なビジョン視認及びSNSへの拡散も含めた効果的な広告として評価されており、大阪メトロ アドエラでは、欧州で事例が多い平面縦型スクリーンでの裸眼3Dクリエイティブを参考に、地下鉄駅構内やコンコースに設置しているデジタルサイネージでの実現を検証してきました。

大阪メトロ アドエラは、不確実な時代におけるキャンペーン運用を柔軟にコントロールできるツールに加え、より効果的な広告クリエイティブをサポートすることで、広告主のキャンペーン展開を支援してまいります。

※1 「Osaka Metro DOOH Ads Platform」について

データドリブンなマーケティングを可能とするプログラマティック広告配信プラットフォーム。「Osaka Metro DOOH Ads Platform」により、広告主は、(1) 毎週更新されるオーディエンスデータに基づく広告配信のプランニング、(2) 柔軟な広告クリエイティブ配信、(3) ターゲットへのインプレッション数に対して課金されるCPMベースでの広告出稿、(4) 配信レポートの入手が可能となります。

※2 大阪メトロ アドエラ調べ

■関連情報

大阪メトロ アドエラ、DOOH向けプログラマティック広告配信プラットフォーム「Osaka Metro DOOH Ads Platform」でCPM広告メニューを提供開始

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000006.000077456.html>

◆大阪メトロ アドエラについて

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、Osaka Metro Group広告事業のDX（デジタルトランスフォーメーション）や新規メディア開発などの事業拡大を担っていくため、2021年4月に独立会社化した広告会社です。

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

<本件に（広告配信）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）

E-mail：pdooh@osakametro-adera.jp