

## VIOOH とエムシードゥコーが、日本においてプログラマティック DOOH の提供を開始

執筆者：Yoko Tonaka

東京、2025年4月1日 – 世界最大の屋外広告会社ジェーシードゥコーの日本支社であるエムシードゥコーは、本日、日本におけるプレミアムなデジタルメディアのプログラマティック販売を開始したことを発表しました。関西地方におけるトップ2空港である、関西国際空港（KIX）と大阪国際空港（ITAMI）で展開する55のデジタルスクリーンで、プログラマティック販売が可能となります。世界をリードするプレミアムなデジタル・アウト・オブ・ホーム（DOOH）のサプライ・サイド・プラットフォーム（SSP）である [VIOOH](#)（ビュー）を通じて、大阪万博の年である2025年春から、広告主がオーディエンスにリーチできるユニークな機会を提供していきます。また、今年第2四半期には、さらに10都市の広告付きバス停をはじめとするストリートファニチャーのデジタルスクリーンが購入対象に加わります。

様々なデータと組み合わせることで、柔軟性が高く、シンプルかつスピーディーに、DOOHキャンペーンを、ブランド広告に活用できるようになります。プログラマティックDOOHは、ターゲティング、コンテキスト化、最適化において、より高い柔軟性と透明性を提供します。例えば、時間帯、曜日、乗客の動き（国内線か国際線か、到着か出発か）に応じてキャンペーンを放映することが可能になります。

プログラマティック販売は、ターゲティングの精度を高め、関連性の高いメッセージを配信することで、KIXとITAMIにおける乗客の体験とエンゲージメントを向上させます。この新機能により、広告主は、2つの空港において、非常に質が高く、貢献度の高いオーディエンスと接触しながら、メディア予算を最大限に活用できるようになります。実際、空港の環境は、国内外を問わず、購買行動における影響力が非常に高く、急速に増加している旅行者をターゲットにすることが可能です。

最近のグローバル調査では、空港広告メディアがブランドにとって最も高い認知価値を提供することが実証されています。運航が再開し、乗客数が急速に回復する中、広告主はアジアの中心にあるKIXとITAMIで、主要な企業幹部や富裕層のレジャー旅行者とのブランド親和性を再び強化することができます。

KIXとITAMIのプレミアムDOOHインベントリーはVIOOHを通じて利用可能となり、ジェーシードゥコーが契約を結ぶ26の国際空港にある7,500のスクリーンで、利用可能なプログラマティックDOOHに追加されます。この中には、最も利用客の多い15か所が含まれます。米国ではダラス・フォートワース、ロサンゼルス、マイアミ、欧州ではロンドン・ヒースロー、パリ・シャルル・ド・ゴール、フランクフルト、リスボン、パリ・オル

リー、ミラノ・マルペンサ、ブリュッセル、ミラノ・リナーテ、アジア太平洋地域では香港、シンガポール、シドニー、マカオです。

近年、エムシードゥコーは、空港とストリートファニチャという 2 つの環境において、DOOHのサービスを全国的に、かつ集中的に展開してきました。現在、空港ではプログラマティック広告配信サービスが利用可能ですが、まもなく日本の主要都市でも利用可能となる予定です。東京、横浜、大阪、名古屋、札幌、福岡、川崎、神戸、広島、仙台のバス停またはシティインフォメーションパネル（CIP）のデジタル面を加えて、合計で 180 面を計画しています。

VIOOH の最高経営責任者（CEO）であるジャン・クリストフ・コンティ氏は次のように述べています。「VIOOHでは、プログラマティック DOOH の提供を世界的に拡大していくことに取り組んでいます。すでに 26 のマーケットで利用可能ですが、本日、27 番目のマーケットである日本でのサービスを開始できることを嬉しく思います。まずは空港で利用可能になりますが、今年後半には日本での DOOH の展開を拡大する予定です。プログラマティック DOOH は、日本国内および海外の広告主が、多数の潜在的な新規顧客とつながることを可能にします。柔軟性、効率性、そしてオムニチャネルキャンペーンの機会は無限です」

エムシードゥコーの社長であるマリック・ルマーヌ氏は次のように述べています。「急速に拡大し、日本の OOH 業界の主要な成長要因となっている日本のプログラマティック DOOH市場への参入を発表できることを嬉しく思います。私たちはまず、西日本エリアの 2 大空港である関西国際空港と大阪国際空港で開始します。この 2 つの空港では、アジア諸国からのインバウンド旅行者と国内のビジネス客やレジャー客の両方にリーチすることができます。データに基づいたオーダーメイドのコミュニケーションにより、適切なタイミングで適切なメッセージを配信することが可能となり、広告投資に対する効果の最大化に貢献します。ストリートファニチャがさらに、プログラマティックインベントリーに追加されることで、広告主は日本全国の DOOH ネットワークを活用する機会に、まもなく接することができるでしょう」

(1) 各地域における、最も乗客数が多い空港から最も少ない空港まで含め、それぞれの地域の平均乗客数に基づいてランク付けしたデータに基づく。

## VIOOH（ビュー）について

VIOOHは、プレミアムでグローバルな DOOH の、サプライ・サイド・プラットフォーム（SSP）のリーディングカンパニーです。

2018年に設立され、本社をロンドンに置く VIOOH のプラットフォームは、プレミアムな市場における買い手と売り手を結びつけ、OOH に簡単にアクセスできるようにします。

DOOH とプログラマティック技術の専門家チームが率いる VIOOH は、OOH 分野の変革を先導し、プログラマティック機能とデータの活用によるマルチチャネルのデジタルキャンペーンの強化を推進しています。VIOOH は現在、27 の市場でプログラマティック取引を行っており、さらに拡大する予定です。

VIOOH の詳細については、[www.viooh.com](http://www.viooh.com) をご覧ください。また、[LinkedIn](#) でもフォローいただけます。

#### エムシードゥコー株式会社について

2000 年にジェーシードゥコーと三菱商事の合弁会社として設立されたエムシードゥコーは、ユニークな屋外ネットワークメディア事業を展開しています。シテイスケープ®は、日本の人口上位 20 都市を含む 43 都市の公道に大型広告パネルを設置しており、主要都市で設置を拡大しています。モールスケープ®は、日本国内の小売業トップ 2 であるイオングループとセブン&アイグループの 140 以上のショッピングセンターをカバーしています。また、関西地方のトップ 2 空港である関西国際空港と大阪国際空港のデジタルネットワークを独占的に管理しています。

詳細については、[www.mcdecaux.co.jp](http://www.mcdecaux.co.jp) をご覧ください。また、[X \(Twitter\)](#)、[Facebook](#)、[Instagram](#)、[LinkedIn](#) でもフォローできます。

画像：

