



JAODAQ Work Space説明会 (情報媒体評価基準 J-IMES)

2025年7月17日

JAODAQ®



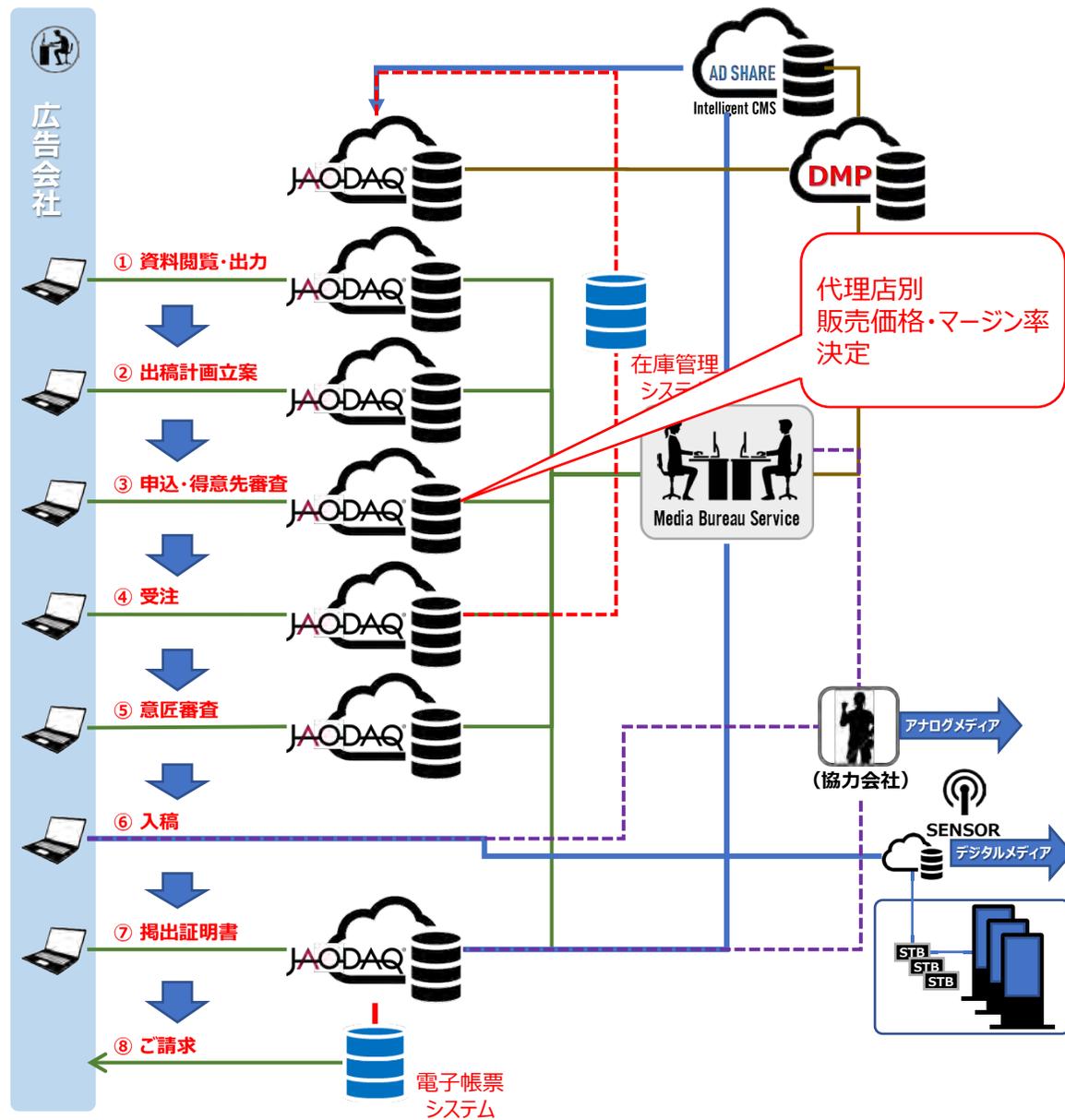
1. JAODAQとは？

日本屋外広告相場情報システム

屋外・交通広告の国内最大のクラウド・モール型市場

■ 特長

- 実際の広告媒体取引環境に準拠したプロセスを実現
- システム上で媒体計画を立案、広告主に提案後、複数の媒体購入を一度に処理可能
- 接触可能人数に基づく定量価値による企業マーケティング計画立案が可能。
- 申込・得意先審査時点で媒体オペレーターと直接連絡機能
- 申込～審査関係がデジタルでスムーズに実行。
- システム導入により、業務が簡便化されるのみならず、複数の役割を同時に実施可能となり、少人数省コストが実現。



• メディアオーナー・オペレーター サイド

- JAODAQのコーポレートフィロソフィーに適合した広告媒体
- 基本的な取引条件
 - 成果報酬型利用料 (決定金額の3%)
 - 媒体料金はグロス料金で提示
- 別途料金サービスとして・・・
 - 在庫管理システムの提供
 - クローズドEC/EDIシステムの提供
 - 運営事務局サービス
 - 代理店説明会の開催
 - 媒体開発・媒体事業・商品化計画立案

• エージェンシー サイド

- 企業定款に「広告業」が記載されている法人の広告会社・広告代理店を対象
- 口座開設時に与信管理
- 0円で利活用いただけます
- 主要機能
 - 媒体社ごとの検索
 - 複数の媒体別エリア・レコメンド検索
 - Chat GPTによるAIエリア検索
 - 選択媒体の接触可能人数の計算
 - 複数の媒体社への同時得意先申請
 - 発注・計画内容のDigital Dashboard

● **お手元の業務用Windows PCでご利用いただけます。**

- 外部インターネットに接続していること
- 外部HPを閲覧可能なこと。
- 以下のブラウザで閲覧・操作可能。

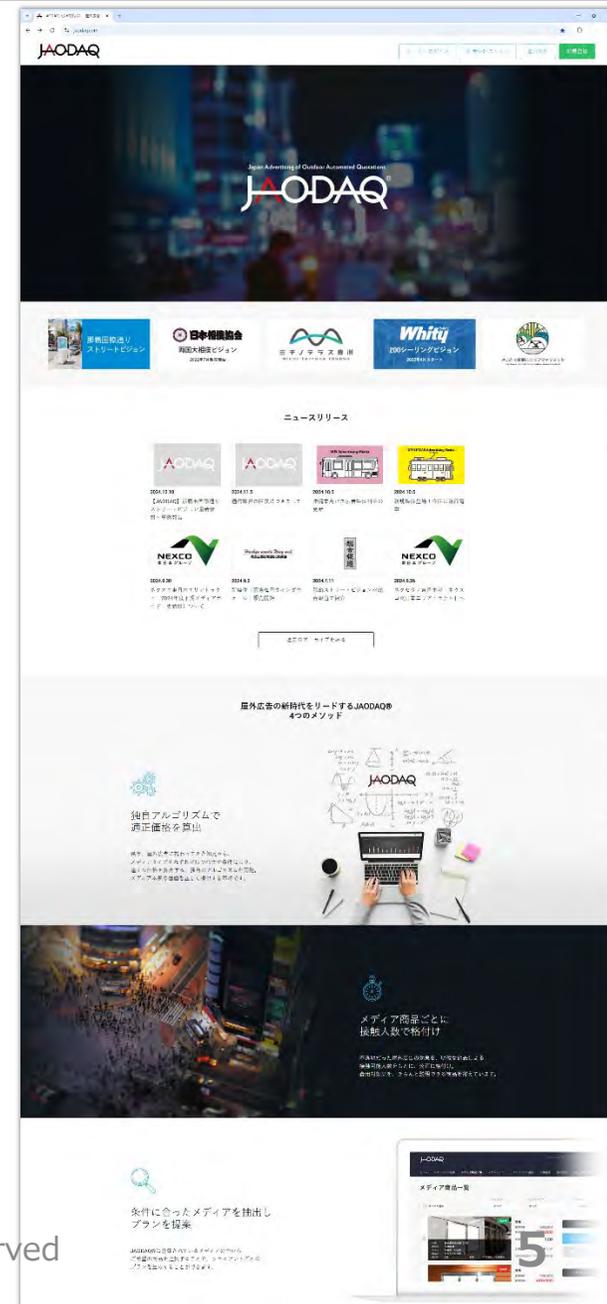


- Google Chrome
- Microsoft Edge
- Mozilla Firefox
- Safari

- Internet Explorer 11以上

- 利用マニュアルをWebからダウンロード可能。
- 何時からでも誰でもご利用いただけます。

(Mac. iPadは使用可能、スマートフォンは非対応)





2. JAODAQ Work Space とは？

**広告代理店向けの屋外・交通広告に関わるすべての業務を
統合的に管理・実行するための業務用クラウドプラットフォーム専用ワークエリア**

Before



- 媒体担当者の時間と手間が軽減
- いつでも・どこでも媒体情報確保
- 新しい提案手法と最新情報の取得
- 経費の大幅削減と利益拡大
- 共通媒体評価が活用可能

After



広告媒体業務のDX化が実現

+

JAODAQのアド・テクノロジーを提供



JAODAQ® 特許第6875729号
屋外・交通広告の国内最大のクラウド・モール型市場



ChatGPTレコメンドサービス (β版)

Transaction Platform Service



指定代理店EC/EDIサイト(ショートカット)



BUSad
全国バス広告クラウドEC/EDIサイト ※ 国内初・最大



GaIS GridAd Insight System
電力設備広告媒体評価・検索システム (準備中)



iM³P-EC 実用新案登録 第3251079号
情報媒体評価基準計算機



OOH-RePCO 特許 第6129803号
屋外広告計算機 (媒体開発)



EDP EstiReach Database Platform
接触可能人数生成基盤



Martabase
マーケティング資料DB



IsERP In-house simple ERP system
社内受発注統合フォーム



IMS Inventory Management System
在庫管理システム (JAODAQ連動) ※媒体事業者のみ提供予定

3. JAODAQがご提供する 2つのメッセージメント

広告効果の本質は、以下の3つの視点に集約されると考えます

1. 延べ何人の人に見てもらえたか（**到達**）
2. 効果的に見てもらえたか（**視認・注目・記憶**）
3. 求められる結果に結びついたか（**態度変容・行動誘導**）

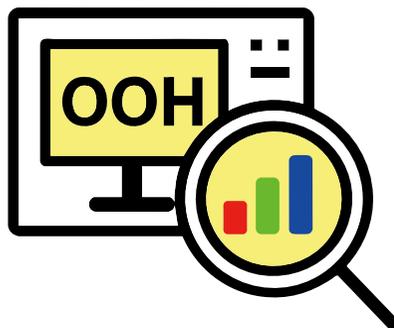
この3要素は広告効果の基本構造を形成し、効果を生む要因は以下の3つに大別されます

- ① **広告媒体に紐づく構造的要因**（立地・サイズ・頻度・視認性能など）
- ② **表現要因**（クリエイティブやプロモーション構造、メッセージ設計など）
- ③ **内容要因**（商品・サービスの特性、ブランド認知、購買意欲など）

求められるメジャメントサービスは・・・

広告媒体が果たすべき「視認性能」や「到達可能人口」の部分を科学的かつ標準化された指標で定量化するものであり、**媒体価値の「立証」に資するツール**であることが求められます

OOH-RePCOで適正な価格を算出し、J-IMESで広告媒体の価値を科学的に評価



OOH-RePCO
屋外広告価値計算機

「媒体価格」を決めるエンジン

特許 第6129803号



J-IMES >>
情報媒体評価基準

「価値（広告効果）」を見える化する評価指標

実用新案登録 第3251079号

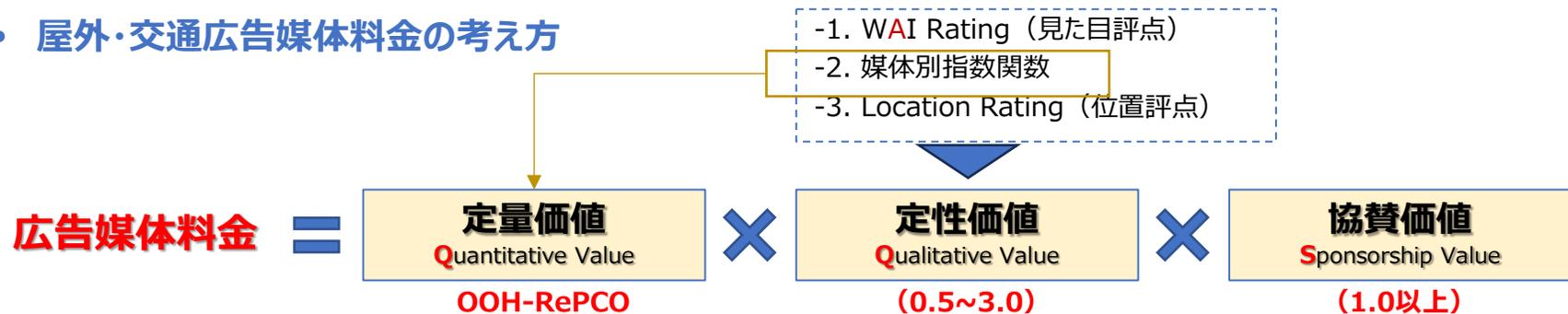
✦ 概要比較

項目	OOH-RePCO	J-IMES (Japan Information Media Evaluation Standard)
目的	広告媒体の価格を算出する	広告媒体の広告価値を定量・定性評価する
主機能	基準価格の自動算出・提示	広告効果（視認性・注目度・訴求力など）の可視化
評価軸	面積・媒体種・接触可能人数を基にした価格算出	ヒューマンファクターに基づく6指標（例：GVI, WAI-R）による媒体価値分析
利用場面	メディア取引時の価格設定・交渉	メディアプランニング・広告主への効果提示・分析レポート
データソース	約3万件以上の実取引情報、媒体面データ	媒体視認調査・通行量・視線誘導率・高さ・角度・広告面特性など
特徴	特許取得済の価格アルゴリズム（特許第6129803号）	世界初のOOH専用視認性基準。ISO準拠の評価基準設計

広告媒体価値の構成要素とは・・・5つの価値と効果から成立 (Q2ADS®)

- ① **定量価値** Quantitative Value
 接触可能人数による価値 (全国统一基準 = 屋外広告基準価格)
- ② **定性価値** Qualitative Value
 定性価値3分類
 - 1. 媒体印象・情報量 = 見在目評点
 - 2. 媒体機能 = 媒体別指数関数
 - 3. 媒体設置環境 = 位置評点
- ③ **広告効果** Advertising Effectiveness
 求められるターゲットへの到達性能
 - ✓ その媒体の属性的特質やその広告目的・内容に依存する
 - ✓ 調査・個別事象 = 媒体選択要素 (領域)
- ④ **売行き** Degree of Sales
 広告市場における実績と評価 (実績や類似例からの引用)
- ⑤ **協賛価値** Sponsorship Value
 広告主の満足度や社会貢献へのシボルの価値 (意思と要望)

● 屋外・交通広告媒体料金の考え方



<基本計算式>

- 基準広告料金 = 接触可能人数 × OOH-RePCO
 - ・ 土地に関する「路線価」に類するものと位置付けられる
 - ・ 1週間 / 1㎡の料金
- 広告媒体料金 = 基準広告料金 × 媒体面積 × 媒体指数関数 × 定性係数 × 協賛係数
 - ・ 基準広告料金に媒体の面積と実勢価格との相関関係で求められたその媒体固有の媒体指数関数に媒体主が設定した定性係数と協賛係数を掛け合わせたものが広告媒体料金である
 - ・ この価格を成立させるために、広告効果と広告市場における期待値を勘案して最終料金が成立

広告効果
Advertising Effectiveness

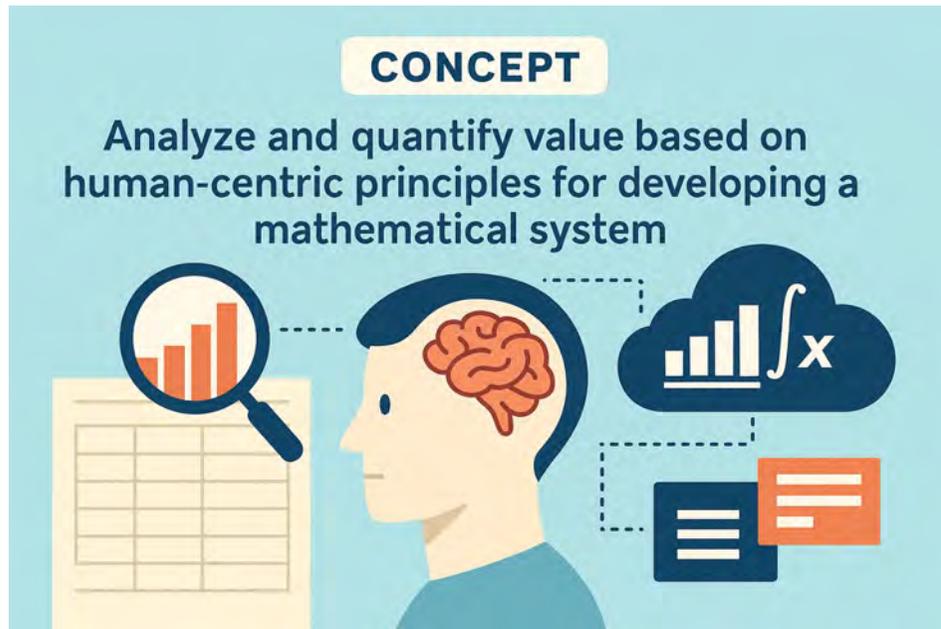
媒体の売行き
Degree Of Sales
(調整項目)

広告料金算出装置及びシステム 特許 第6129803号
Q2ADS 商標登録 第6504160号 2022.01.25.

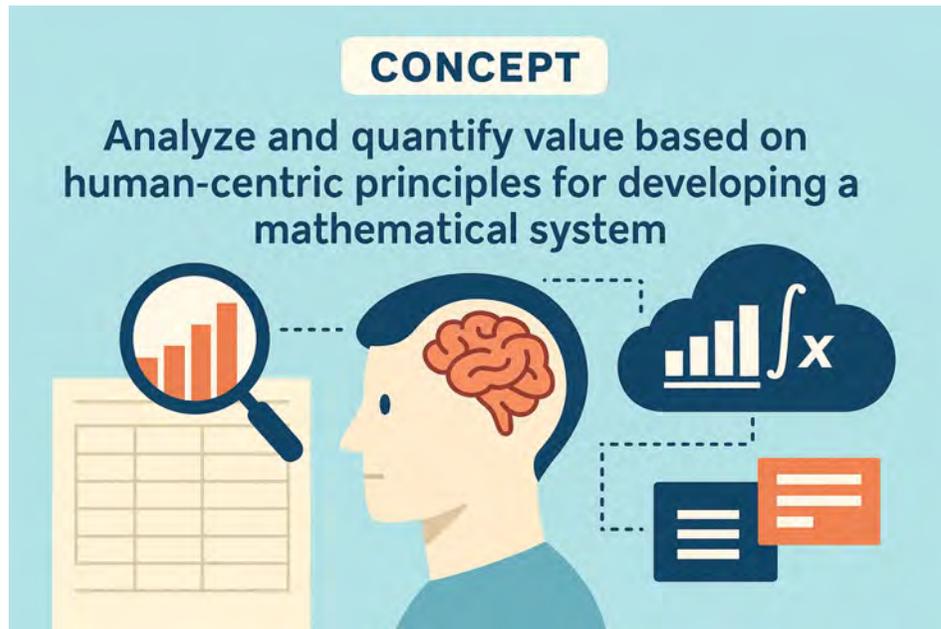
4. **J-IMES** Information Media Evaluation Standard 情報媒体評価基準

屋外広告や交通広告といった公共空間のメディアの評価において
Return on Impact（インパクト収益性）を主要指標とする
統一的な評価枠組みを提供します

※2004年8月に着想、2025年5月開発完了
情報媒体定性価値算出装置 実用新案登録 第3251079号



- これまでの屋外広告業界では、経験則や勘に依存した価格設定が一般的であり、同一市場・同一条件下においても「一物一価」の原則が成立せず、取引の透明性や価格の妥当性に大きな課題がありました。
- この不透明な構造は、広告媒体事業の健全な 成長・発展・進化を阻む一因となっていました。
- この課題を克服するため、媒体の実質的な広告機能を適正かつ公平に評価する新たな基準として、「**情報媒体評価基準 (J-IMES : ジームス)**」の構築を志向しました。



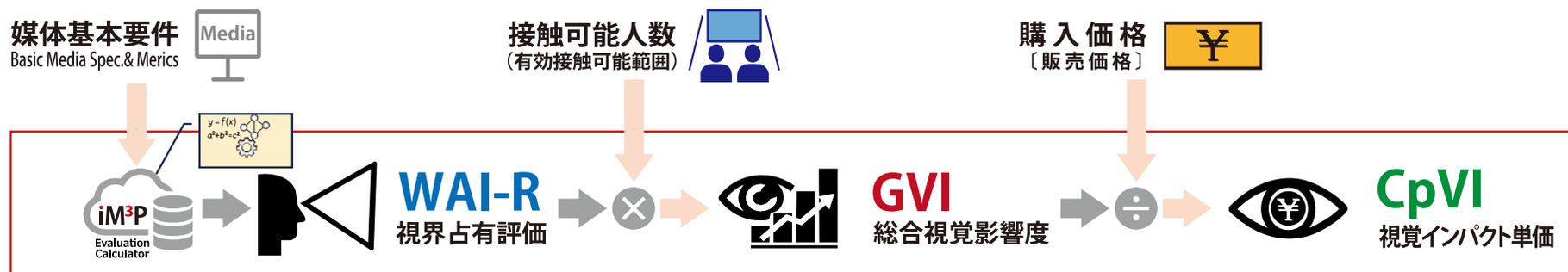
- **情報媒体評価基準（J-IMES）**は…
 - 広告媒体の視認性や接触人口を数式化し、全国どこでも誰が使っても同じ結果が得られる再現性を担保しています。
 - 屋外・交通広告の現実的な運用実態を踏まえつつ、人間工学、空間計測技術、数理モデリングを融合し、「視覚的インパクトの量と質」に基づく広告効果の評価を数理的に実現し、屋外・交通広告全ての媒体において「共通化」の理想を、具現化することを目指しています。

**屋外・交通広告における媒体の価値を
購入側（広告主・広告会社）の視点から
客観的・定量的に評価するための指標体系**



- **媒体の選定合理化**
... どこに出すべきか
- **費用対効果の可視化**
... その広告費は妥当か
- **複数媒体の比較検討**
... どれが最も効率的か

評価構造



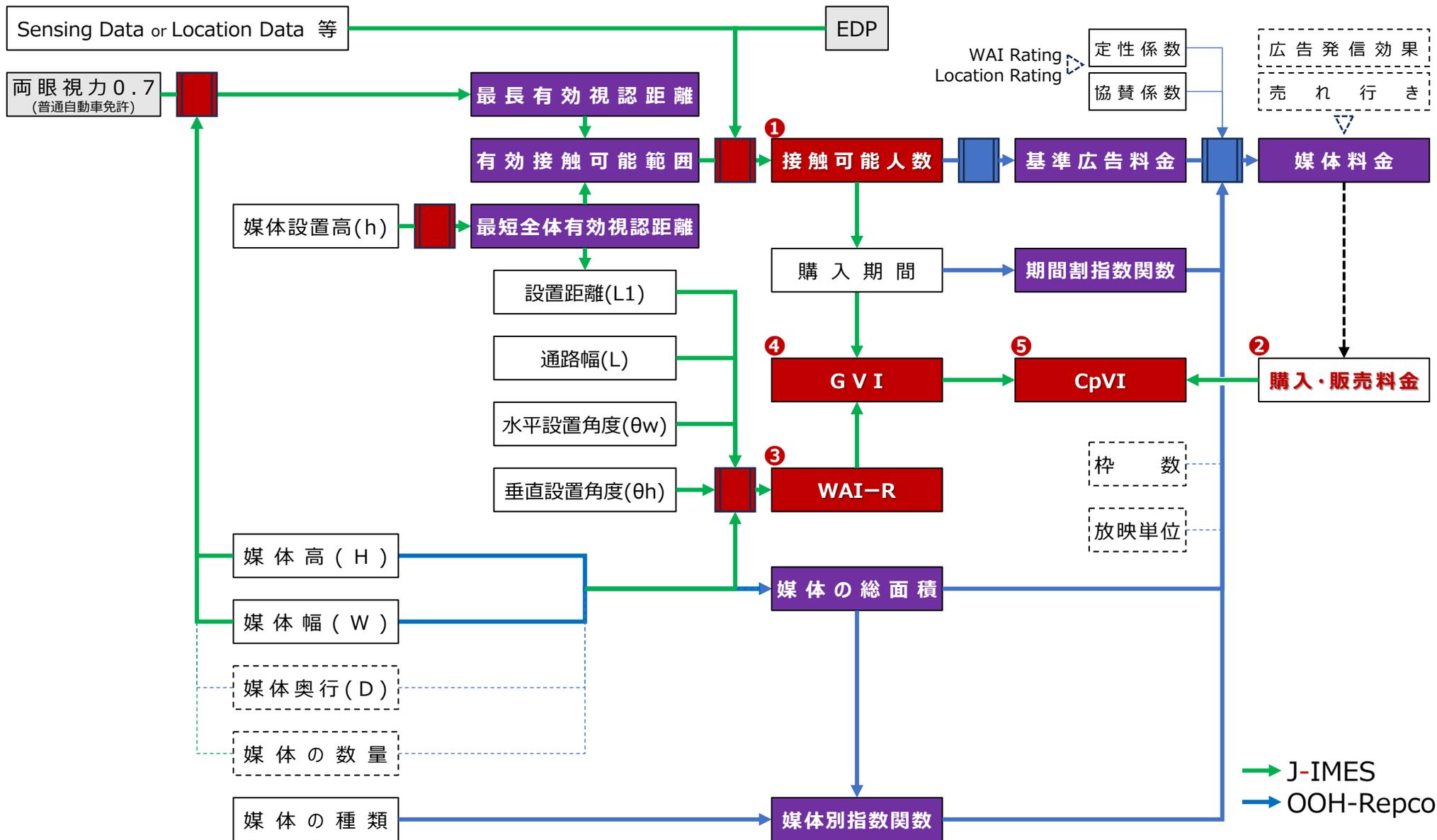
評価項目

1 接触可能人数 Visible Potential Audience	接触可能人数/日 × 掲出期間 情報媒体視認可能な範囲の人の数	潜在的リーチを把握 媒体社の権利と責任で生成・提供されるもの
2 購入料金 (販売料金)	購入料金(販売料金) 任意で指定された期間の実売価格	コスト
3 WAI-R (WAI評点) Weighted Apparent Impact Rating	視界占有評価 視野角・距離・設置条件などを統合した媒体の「見た目の大きさ」スコア	実際に見える情報媒体の大きさを数値で表示 その情報媒体の視覚的影響力を示すもの
4 GVI Gross Visual Impact	総合視覚影響度 (視覚的広告接触総量) 期間中接触可能人数 × WAI評点	広告効果の物理的な総合指標 視認される質と量を合わせた総合指標
5 CpVI Cost per Visual Impact	視覚インパクト単価 (視覚的広告接触単価) 広告費 ÷ GVI	「1インパクトあたりの費用」の指標 = ROIの基本 (Return on Impact)

評価事例

接触可能人数/日	10,000 人
購入期間	7 日
販売料金	¥ 20,600
WAI-R	7.31 WAI-R
GVI	5,116 GVI
CpVI	¥ 4.03

※ **iM³P-EC**
WAI-Rを算出し、GVIとCpVIを自動的に演算する
成長型クラウド数理処理基盤(計算機)です



調査依存を脱し、誰もが使えるロジック型評価基準として 全国全媒体を一貫して可視化できる唯一の基準

1. 調査依存からロジックモデルへ（メディア横断性と全国対応力）

- 広告媒体の視認性や接触人口を数式化し、時間・コスト・再現性・普遍性をロジック関数化することにより、フィールド調査や専用機器による視認性評価に依存することなく、全国どこでも誰が使っても同じ結果が得られる再現性を担保

2. 対象媒体の範囲

- 屋外・交通広告全媒体カバーし、横断型の共通指標により、媒体種別を問わず、同じ単位で比較できるため、プランニング性能と価値が高い

3. 導入コストの圧倒的低さ

- クラウド上の簡易アクセス設計で、大規模な資金・人材・機器を必要とせず、中小広告主・媒体社も利用可能で導入障壁が低くなっている

4. 実務直結型設計とスピード対応（デファクトスタンダード化）

- 客観的で簡便な仕組みの構築により、サービス開始時には完全対応が実現
- 議論体制ではなく、中立的な民間クラウド管理であり、意向の反映と運用の分離によりスピード対応
- **J-IMES**は広告取引プラットフォーム **JAODAQ** と連動し、評価→提案→契約→レポートまでをワンストップ化することにより、海外モデルには見られない実務特化型の強みがあります

屋外・交通広告の“見える化”を誰でも、どこでも、同じ基準で

広告媒体そのものの媒体性能と価値が可視化され、媒体利活用の利便性が向上

• 特徴

- **ファミリア (Familiar)**
 - 既に利活用している数値で算定可能
- **ジャスティファイアブル (Justifiable)**
 - 人間工学と既存の広告商取引に基づき数理解析したものであること
- **リーズナブル (Reasonable)**
 - 広告業界のマーケティングとして適当な費用と準備で利用可能
- **シームレス (Seamless)**
 - 適用範囲が屋外の広告だけでなく、室内や地下街、車両内においても有効
 - 広告業に係る全てのセクターにおいて利活用
- **カンパビリティ (Comparability)**
 - 異なる媒体・環境を同じ基準で評価・比較できる
- **ボーダレス (Borderless)**
 - 日本国内だけでなく世界中で活用可能

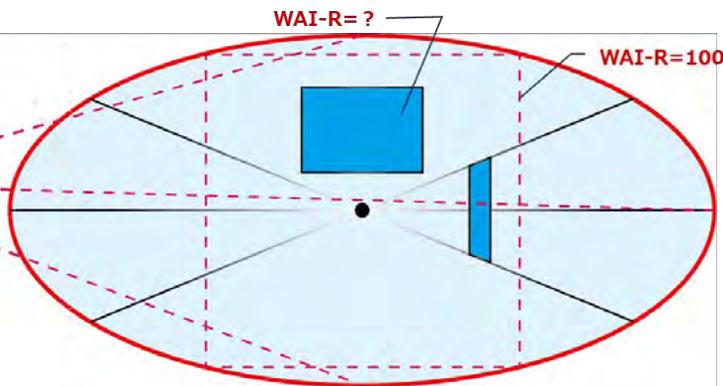
• 意義と活用メリット

- **媒体購入側 (広告主・広告代理店)**
 - 媒体価値が数値で比較できるため、交渉力と判断力が向上
 - 感覚に頼らず客観的根拠で出稿プランを策定可能
 - 費用対効果 (ROI) の最適化
- **媒体提供側 (鉄道会社・媒体社など)**
 - 媒体の「強み」を定量的に説明・証明できる
 - 媒体価値の向上に向けた改善方針が立てやすい
 - 価格提示や営業提案が明確化される
 - 売れにくい媒体の販売手法の創出

**マーケティングメディアとして
テレビや新聞・インターネットと同様に
共通指標で評価が可能になります！**

屋外・交通広告媒体における知覚性・印象度を数値で評価する：WAI Rating

「WAI」は、「Weighted Apparent Impact」の略であり、視覚的なインパクトの重みづけ評価を意味します



人の有効視野 ↑

左右120°、上下60° 立位中心視上下-10°

小松原 明哲 著 エンジニアのための人間工学 改訂第6版(朝倉書店) より生成

媒体幅(W)	1.00m	媒体高(H)	1.00m
通路幅(L)	3.60m	インチ換算	55.68inch
設置距離(L1)	2.48m OK	媒体設置高(h)	2.40m OK
水平設置角度(θw)	90.0°	垂直設置角度(θh)	90.0°
最短全体有効視認距離	2.47m	最長有効視認距離	67m
見た目の面積	0.99㎡	視界の面積	19㎡
		視界占有率	5.14%
WAI Rating		12.95	WAI-R OK

WAI Ratingとは・・・

- 広告メディアの実際の物理サイズだけでなく、人間工学に基づき、視認距離・角度・設置環境など複合的な要素を掛け合わせ、見る人の視点に立った「見た目の大きさ」を数理解析するモデルです
- 人間の有効視野における媒体の見えかきり上の占有率を基本として、見る位置から0.9m先にある1m四方(1㎡)の媒体の占有率を100Wai-Rとして比較・算出
- 必要な入力数値は**7つ**
 - ①媒体幅(B)、②媒体高(C)、③設置高(D)、④通路幅(E)
 - ⑤設置距離(G)、⑥水平設置角度(I)、⑦垂直設置角度(J)

$$WAI-R = \frac{225 \cdot C \cdot (B + \Phi) \cdot (4E^2 + F^2)^{1/4} \cdot \sin^2\left(\frac{\pi J}{180}\right) \cdot \cos^{-1}(\dots)}{\pi^2 \cdot F \cdot S \cdot \sqrt{\Psi} \cdot \sin(\dots)}$$

F：消失点までの距離

S：スケーリング係数(100Base)

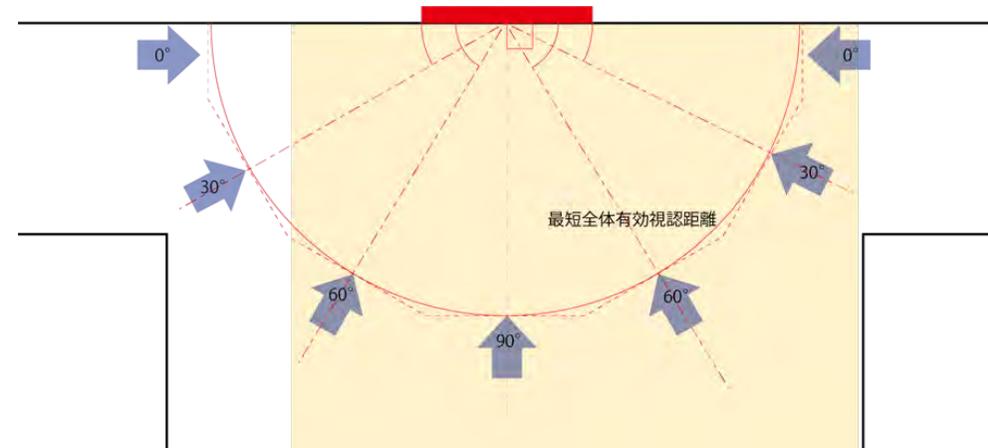
Φ：角度補正付きの視認高さ補正項(アークコサインとアークタンジェントで定義)

Ψ：余弦定理を基にした視界領域の根幹幾何式

iM ³ P	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	設置距離(L1)	通路幅(L)	水平設置角度(θw)	垂直設置角度(θh)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating	接触可能人数(人/日)	期間	料金	GVI	CpVI										
(媒体名)	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK				7.42m	129.95m	87.24 WAI-R	7,160	7	¥97,300	43,726	¥2.23										
1	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	0.0°	90.0°	7.42m	129.95m	0.62 WAI-R	<table border="1"> <tr> <td>WAI Rating</td> <td>87.24 WAI-R</td> </tr> <tr> <td>接触可能人数</td> <td>7,160 人/日</td> </tr> <tr> <td>購入期間</td> <td>7 日間</td> </tr> <tr> <td>料金</td> <td>¥97,300</td> </tr> <tr> <td>GVI</td> <td>43,726 GVI</td> </tr> <tr> <td>CpVI</td> <td>¥2.23 /VI</td> </tr> </table>	WAI Rating	87.24 WAI-R	接触可能人数	7,160 人/日	購入期間	7 日間	料金	¥97,300	GVI	43,726 GVI	CpVI	¥2.23 /VI		
WAI Rating	87.24 WAI-R																									
接触可能人数	7,160 人/日																									
購入期間	7 日間																									
料金	¥97,300																									
GVI	43,726 GVI																									
CpVI	¥2.23 /VI																									
2	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	30.0°	90.0°	7.42m	129.95m	11.92 WAI-R															
3	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	60.0°	90.0°	7.42m	129.95m	20.02 WAI-R															
4	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	90.0°	90.0°	7.42m	129.95m	22.75 WAI-R															
5	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	60.0°	90.0°	7.42m	129.95m	20.02 WAI-R															
6	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	30.0°	90.0°	7.42m	129.95m	11.92 WAI-R															
7	8.70m	1.80m	350inch	4.20m OK	7.42m OK	10.00m	0.0°	90.0°	7.42m	129.95m	0.62 WAI-R															

- **WAI-Rating** は、見える通路毎に計測し、それを足し上げる
- 接触可能人数は、見える通路の最短全体有効距離から最長有効視認距離の間の空間人口もしくは流動人口から算出する
- 料金は、実販売料金とする

WAI-R 基準 (100base)	100.00	個別では 251.97を上回らない
媒体幅(W)	1.00m	
媒体高(H)	1.00m	
通路幅(L)	3.60m	基本的には歩行スペースの幅をさす。車からの計測の場合は、通行車道の幅を入力する
設置距離(L1)	0.90m	最短全体有効視認距離を下回らない
媒体設置高(h)	1.83m	媒体高(H)を下回らない
水平設置角度(θw)	90.0°	側面設置の場合は0°とし、側面からの角度を入力
垂直設置角度(θh)	90.0°	天面設置の場合は0°とし、天面からの角度を入力
最短全体有効視認距離 …①	2.47m	媒体の全体が見える媒体からの距離/WAI-Rの計測位置となる
最長有効視認距離 …②	67m	媒体の表現が視認できる媒体からの最長距離/接触可能人数の計測限界距離とする
		… ②と①の範囲が接触可能人数の計測範囲とする

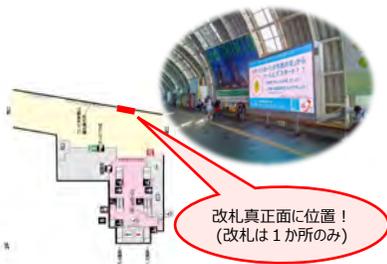
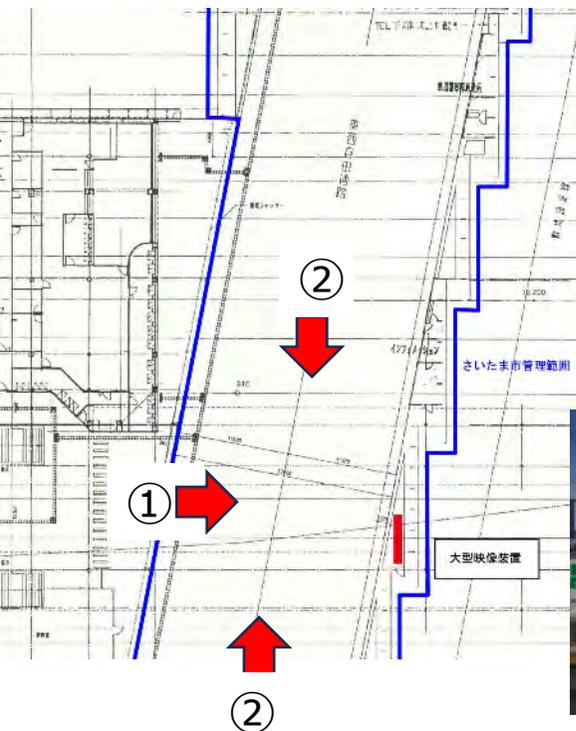


- 広場やロータリー、トランジットモールに面する媒体の場合、30°毎に計測するものとする
- その場合、通路幅の設定は、 $L = (\text{最短全体有効視認距離} * 2) * 3.14 \div 6$ で算出
- 最短全体有効視認距離が間口を超える場合は、中心から30°毎に有効範囲とする

情報管理 & 評価指標システム 具体的利活用事例

JAODAQ IMES (Information Media Evaluation Standard)

事例 1 : 大型ビジョン①



※接触可能人数 **111,564人/日**
(2019年さいたま新都心駅乗降客数)



◆さいたま新都心駅前大型映像装置の仕様

サイズ	横5,000×縦3,000mm
コンテンツサイズ	16:9 (アスペクト比) 横1920×縦1080px or 横1280×縦720px ビットレート8Mbps CBR
放映秒数	15秒/回 (最大放映回数102回/日) ※基本的に15秒単位でコンテンツを作成ください
放映時間帯	7:00~24:00 (17時間)
放映保証回数	80回/日以上
発信情報	公共広告 (ニュース、天気予報、鉄道運航情報、アラート災害情報、NHK避難災害時緊急放送)、民間広告

- 媒体サイズ : W5m×H3m
- 設置通路幅 : 22.60m
- 正面改札口 : 14.00m
- DS全体高 : 4.5m
- 結果...
- WAI-R 68.23 WAI-R
- 接触可能人数 110,000.人
- 期間 : 7日間 料金 : ¥250,000.
- GVI : 525,397、CpVI : ¥0.48

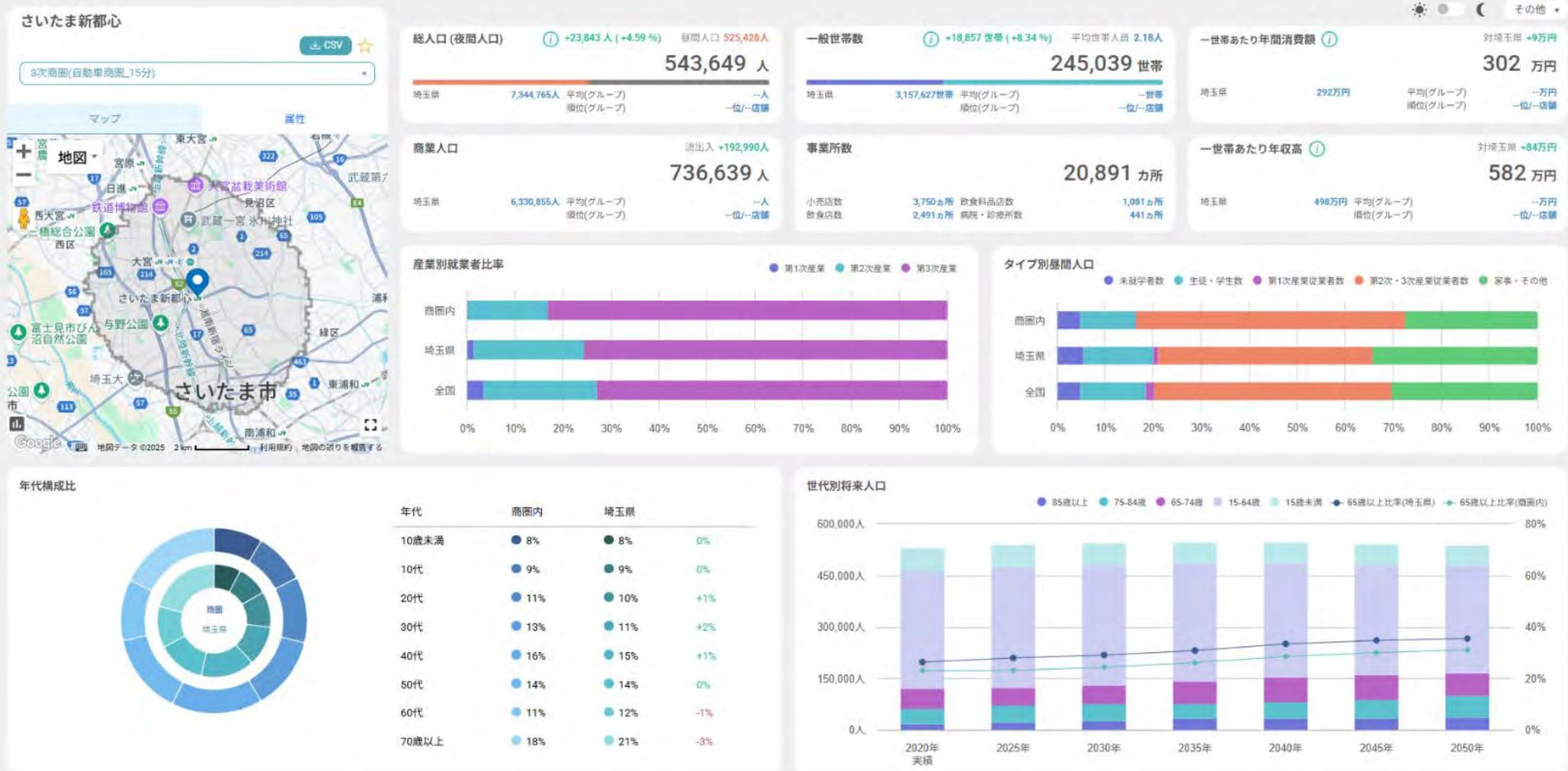
iM3P-EC	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	通路幅(L)	設置距離(L1)	水平設置角度(θw)	垂直設置角度(θh)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating	接触可能人数	期間	料金	GVI	CpVI
さいたま新都心大型映像装置	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK					8.24m	144.39m	68.23 WAI-R	110,000	7	250,000	525,397	¥0.48
さいたま新都心大型映像装置 1	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	6.47m	8.24m	30.0°	90.0°	8.24m	144.39m	9.25 WAI-R					
さいたま新都心大型映像装置 2	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	6.47m	8.24m	60.0°	90.0°	8.24m	144.39m	15.54 WAI-R					
さいたま新都心大型映像装置 3	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	6.47m	8.24m	90.0°	90.0°	8.24m	144.39m	17.67 WAI-R					
さいたま新都心大型映像装置 4	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	6.47m	8.24m	60.0°	90.0°	8.24m	144.39m	15.54 WAI-R					
さいたま新都心大型映像装置 5	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	6.47m	8.24m	30.0°	90.0°	8.24m	144.39m	9.25 WAI-R					
さいたま新都心大型映像装置 6	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	22.60m	8.24m	0.0°	90.0°	8.24m	144.39m	0.49 WAI-R					
さいたま新都心大型映像装置 7	5.00m	3.00m	229.57inch	4.50m OK	22.60m	8.24m	0.0°	90.0°	8.24m	144.39m	0.49 WAI-R					

事例 2 : 大型ビジョン②〔接触可能人数・定量価値含む〕



iM3P-EC	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	通路幅(L)	設置距離(L1)	水平設置角度(θw)	垂直設置角度(θh)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating	接触可能人数	期間	料金	GVI	CpVI
新宿アルタビジョン	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}					45.33m	794.13m	19.96 WAI-R	115,193	7	248,000	160,944	¥1.54
新宿アルタビジョン (正面) 1	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	35.59m	45.33m _{OK}	30.0°	90.0°	45.33m	794.13m	1.98 WAI-R					
新宿アルタビジョン (正面) 2	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	35.59m	45.33m _{OK}	60.0°	90.0°	45.33m	794.13m	3.32 WAI-R					
新宿アルタビジョン (正面) 3	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	35.59m	45.33m _{OK}	90.0°	90.0°	45.33m	794.13m	3.77 WAI-R					
新宿アルタビジョン (正面) 4	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	35.59m	45.33m _{OK}	60.0°	90.0°	45.33m	794.13m	3.32 WAI-R					
新宿アルタビジョン (正面) 5	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	35.59m	45.33m _{OK}	30.0°	90.0°	45.33m	794.13m	1.98 WAI-R					
新宿アルタビジョン (新宿通り)	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	25.50m	45.33m _{OK}	45.0°	90.0°	45.33m	794.13m	2.74 WAI-R					
新宿アルタビジョン (新宿通り)	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	25.50m	45.33m _{OK}	45.0°	90.0°	45.33m	794.13m	2.74 WAI-R					
新宿アルタビジョン	13.06m	7.42m	591.31inch	18.00m _{OK}	10.00m	45.33m _{OK}	0.0°	90.0°	45.33m	794.13m	0.10 WAI-R					

事例1：大型ビジョン① (付帯資料:例)



事例 2 : 大型ビジョン② (参考データ:例)

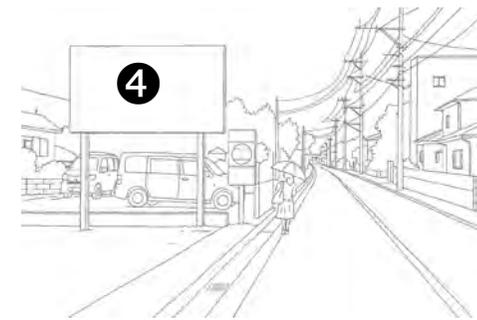
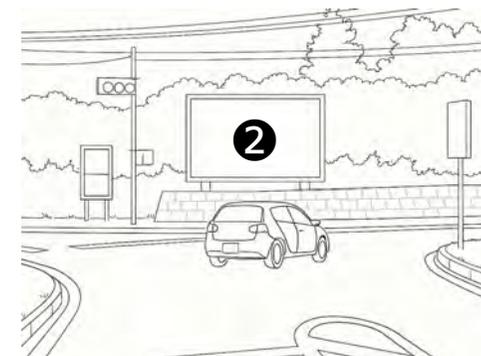
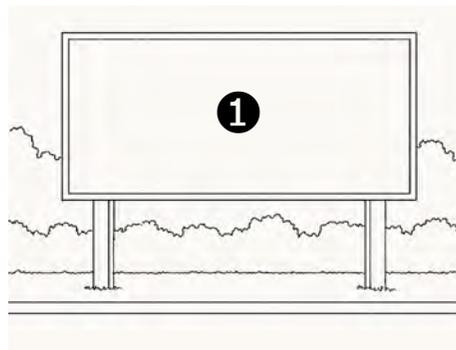
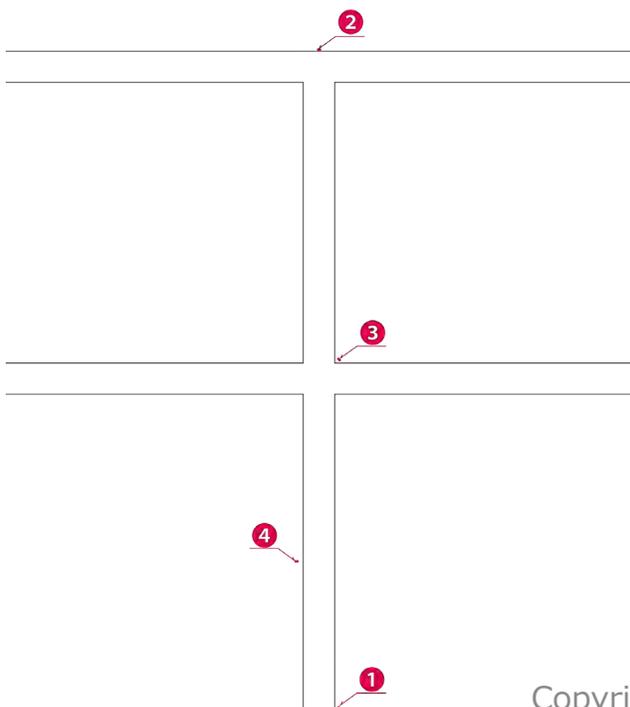


※グラフが示す値は、GPS位置情報ビッグデータから独自に集計した推測値です。

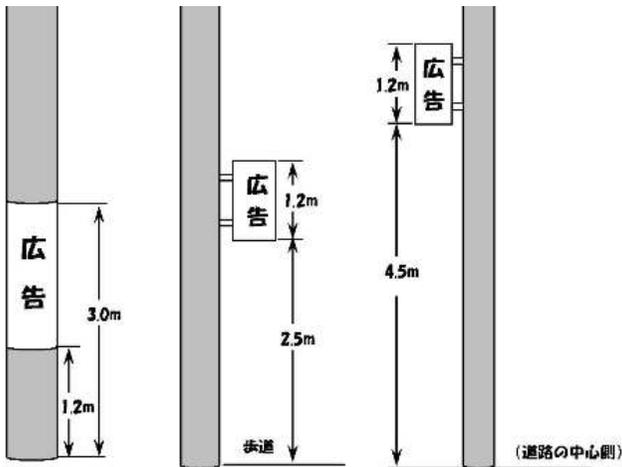
事例 3 : 野立て看板

- 盤面の設定サイズを 3 × 6 版とする (900mm×1800mm)
- 設置高さ : 3000mm (高さ制限の多い立体駐車場の制限は **2.1m**が多いため)
- 両側に歩道がある場合の片側 1 車線の道路幅が 約9m程度であることから

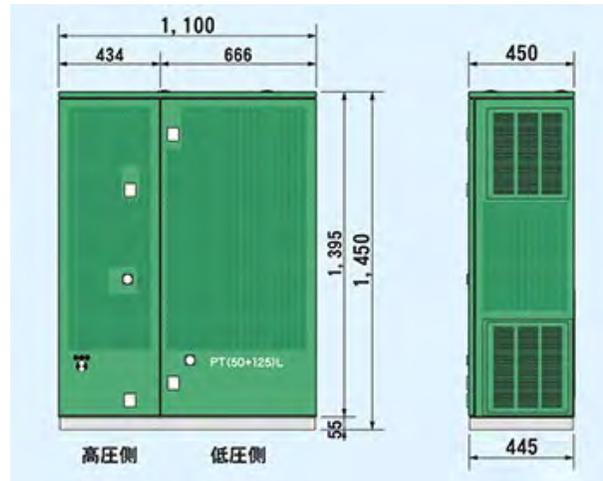
iM3P-EC	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	設置距離(L1)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating	接触可能人数 (人/日)	期間	料金	GVI	CpVI
TEST ①	1.80m	0.90m	79inch	3.00m	OK 4.12m	OK 4.12m	72.20m	0.42 WAI-R	30,000人	365日	¥410,000	45,737	¥8.96
TEST ②	1.80m	0.90m	79inch	3.00m	OK 4.12m	OK 4.12m	72.20m	8.04 WAI-R	15,000人	365日	¥311,000	440,112	¥0.71
TEST ③	1.80m	0.90m	79inch	3.00m	OK 4.12m	OK 4.12m	72.20m	11.49 WAI-R	12,000人	365日	¥284,000	503,288	¥0.56
TEST ④	1.80m	0.90m	79inch	3.00m	OK 4.12m	OK 4.12m	72.20m	7.62 WAI-R	3,000人	365日	¥163,000	83,449	¥1.95



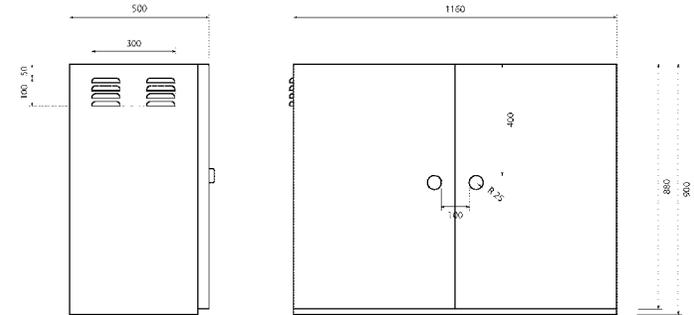
WAI評点 計算機	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	通路幅(L)	設置距離(L1)	水平設置角度(θw)	垂直設置角度(θh)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating
①電柱広告 (巻き看板)	0.33m	1.50m	60.47inch	3.00m OK	3.60m	4.12m OK	90.0°	90.0°	4.12m	144.39m	2.33 WAI-R
②電柱広告 (突き出し) A	0.45m	1.20m	50.46inch	3.70m OK	3.60m	6.04m OK	90.0°	90.0°	6.04m	178.08m	1.18 WAI-R
③電柱広告 (突き出し) B	0.45m	1.20m	50.46inch	5.70m OK	3.60m	11.54m OK	90.0°	90.0°	11.54m	274.34m	0.32 WAI-R
④東電 配電地上機器(正面)	1.10m	1.00m	58.53inch	1.45m OK	3.60m	0.88m OK	0.0°	90.0°	0.88m	69.79m	3.14 WAI-R
⑤東電 配電地上機器(側面)	0.45m	1.00m	43.17inch	1.45m OK	3.60m	0.88m OK	90.0°	90.0°	0.88m	69.79m	46.67 WAI-R
⑥関電 配電地上機器(正面)	1.16m	0.90m	57.80inch	0.90m OK	3.60m	1.26m OK	0.0°	90.0°	1.26m	43.32m	1.62 WAI-R
⑦関電 配電地上機器(側面)	0.50m	0.90m	40.53inch	0.90m OK	3.60m	1.26m OK	90.0°	90.0°	1.26m	43.32m	21.94 WAI-R



電柱広告 (横浜市設置規定)



東京電力PG 配電地上機器

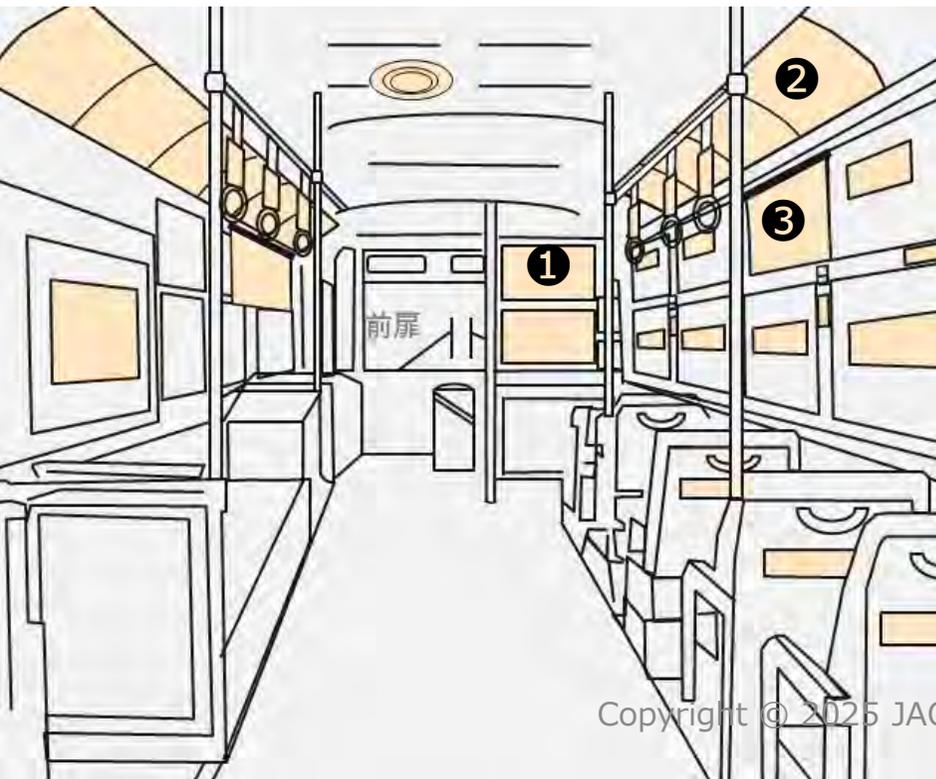


関西電力送配電 配電地上機器

- 電力設備別WAI-R
- 電柱巻き看板 4.66 WAI-R
- 電柱突出し看板A 2.36 WAI-R
- 電柱突出し看板B 0.64 WAI-R
- 東電配電地上機器 49.81 WAI-R
- 関電配電地上機器 23.56 WAI-R

- 車内は壁厚、内装材、窓枠分などを引いて 約2.3~2.4m くらいが有効巾
- 車内高：
 - ノステップバス 約1,900mm~2,000mm、
 - ノステップバス は低床化の影響で床下に駆動系を納めているため、床面が高く、天井はやや低め
 - ワンステップバス 約1,950mm~2,050mm、
 - ツーステップバス 約2,000mm~2,100mm

WAI評点 計算機	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	通路幅(L)	設置距離(L1)	水平設置角度(θ_w)	垂直設置角度(θ_h)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating
① バスH棒ポスター	0.36m	0.52m	24.83inch	1.80m OK	2.35m	0.82m OK	90.0°	90.0°	0.82m	86.63m	21.86 WAI-R
② バス窓上ポスター	0.36m	0.52m	24.83inch	2.00m OK	2.35m	1.37m OK	0.0°	45.0°	1.37m	96.26m	0.11 WAI-R
③ バス窓ポスター	0.36m	0.52m	24.90inch	1.60m OK	2.35m	0.27m OK	0.0°	90.0°	0.27m	77.01m	5.48 WAI-R



- 車内の場合は、標準的な設定を行い、各々のベストビューポイントを設定することにより評価する
- バスメディアの環境から換算すると、運転手後のH棒がベストの環境であることがわかる

- 大型バスのサイズ：全長12m、全高3.8m、全幅2.5m以内
- 中型バスのサイズ：全長 9m、全高3.8m、全幅2.5m以内
- 両側に歩道がある場合の片側 1 車線の道路幅が 約11m～15m程度であることから

WAI評点 計算機	媒体幅(W)	媒体高(H)	インチ換算	媒体設置高(h)	通路幅(L)	設置距離(L1)	水平設置角度(θw)	垂直設置角度(θh)	最短全体有効視認距離	最長有効視認距離	WAI Rating
大型バス (側面)	12.00m	3.80m	495.56inch	3.80m OK	15.00m	6.32m OK	90.0°	90.0°	6.32m	182.89m	92.21 WAI-R
大型バス (背面)	2.50m	3.80m	179.08inch	3.80m OK	15.00m	6.32m OK	90.0°	90.0°	6.32m	182.89m	13.30 WAI-R
中型バス (側面)	9.00m	3.80m	384.62inch	3.80m OK	15.00m	6.32m OK	90.0°	90.0°	6.32m	182.89m	69.25 WAI-R
中型バス (背面)	2.50m	3.80m	179.08inch	3.80m OK	15.00m	6.32m OK	90.0°	90.0°	6.32m	182.89m	13.30 WAI-R

結果...

- 大型バスは、197.71
- 中型バスは、151.79

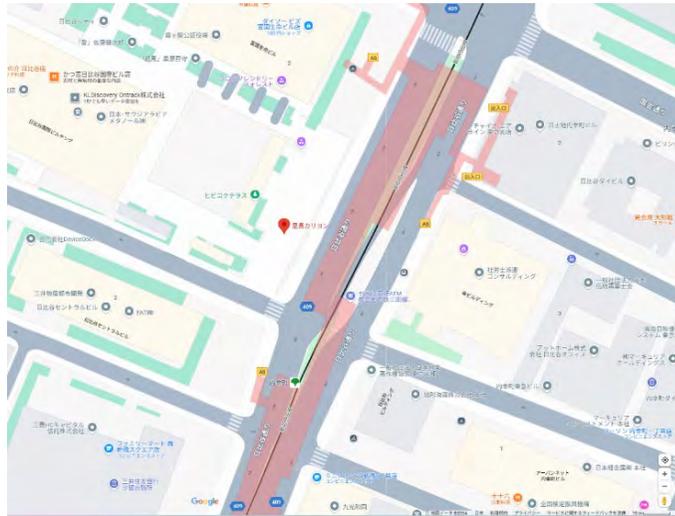


Medium Karte

2025年0月0日

整理番号	媒体名				接触可能人数	基準広告料金	サイズ				最短全体 有効視認距離	最長 有効視認距離
	0001	〇〇〇〇					媒体幅(W)	媒体高(H)	面数	面積 (㎡)		
所在地			緯度	経度	10,000人	¥13,567	900mm	1,800mm	1	1.62㎡	8.24m	144.39m
〇〇県〇〇市〇〇〇-0-0			35.000000	135.000000	WAI Rating	期間中 接触可能人数	掲出期間	購入価格	JAODAQ 基準価格	基準差	GVI	CpVI
担当代理店	担当者	掲出期間	掲出開始日	掲出終了日	8.24	3,650,000人	0日	¥250,000	¥265,000	0.94	300,853	¥0.83
(株) 〇〇〇〇広告社	〇〇 〇〇	365日	2025年4月1日	2026年3月31日								

媒体位置



媒体写真 1



媒体写真 2

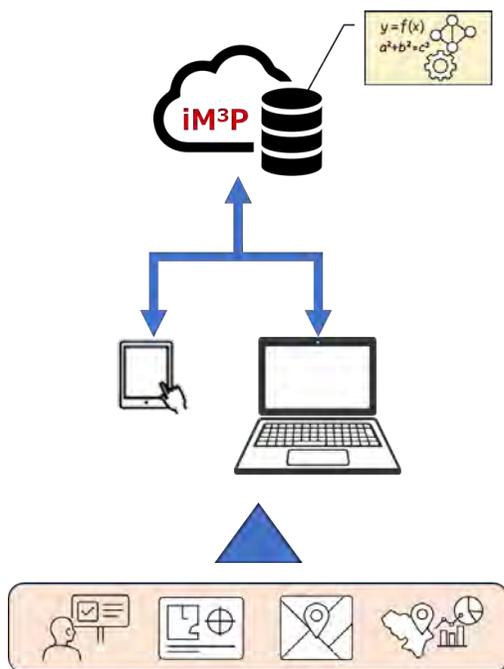


コメント この欄では、媒体の特徴と魅力について媒体社のコメントとともに屋外広告のプランナーとしてのコメントを記載します。
料金の妥当性や提示金額と決定金額の経緯なども記録するカチを想定

情報管理 & 評価指標システム 導入施策

JAODAQ IMES (Information Media Evaluation Standard)

● 具体的な方策



① iM³P-EC (iM³P計算機)

- 従量課金制：1 媒体/計算あたり 1,000円 (税別)
- 初回利用時に登録してID/PWを自動発行・月末自動請求

② JAODAQ® Work Space

- 導入費：¥500,000 (税別)
- 運用費：月額 50,000円 (税別) (年額：60万円)
 - JAODAQ専用サイト(Transaction Platform Service) 含む
 - 個別内容においてカスタマイズする場合は、別途御見積いたします
- J-IMES 開発コンソーシアムメンバー対象

③ iM³P計算サービス・・・ 難しいケース・大量の処理

- 1案件、50,000円～ (コンサルティング・調査費を含む,Excel渡し)
- 広告媒体開発：1,000,000円 (税別) ～ (工数・規模により都度見積)

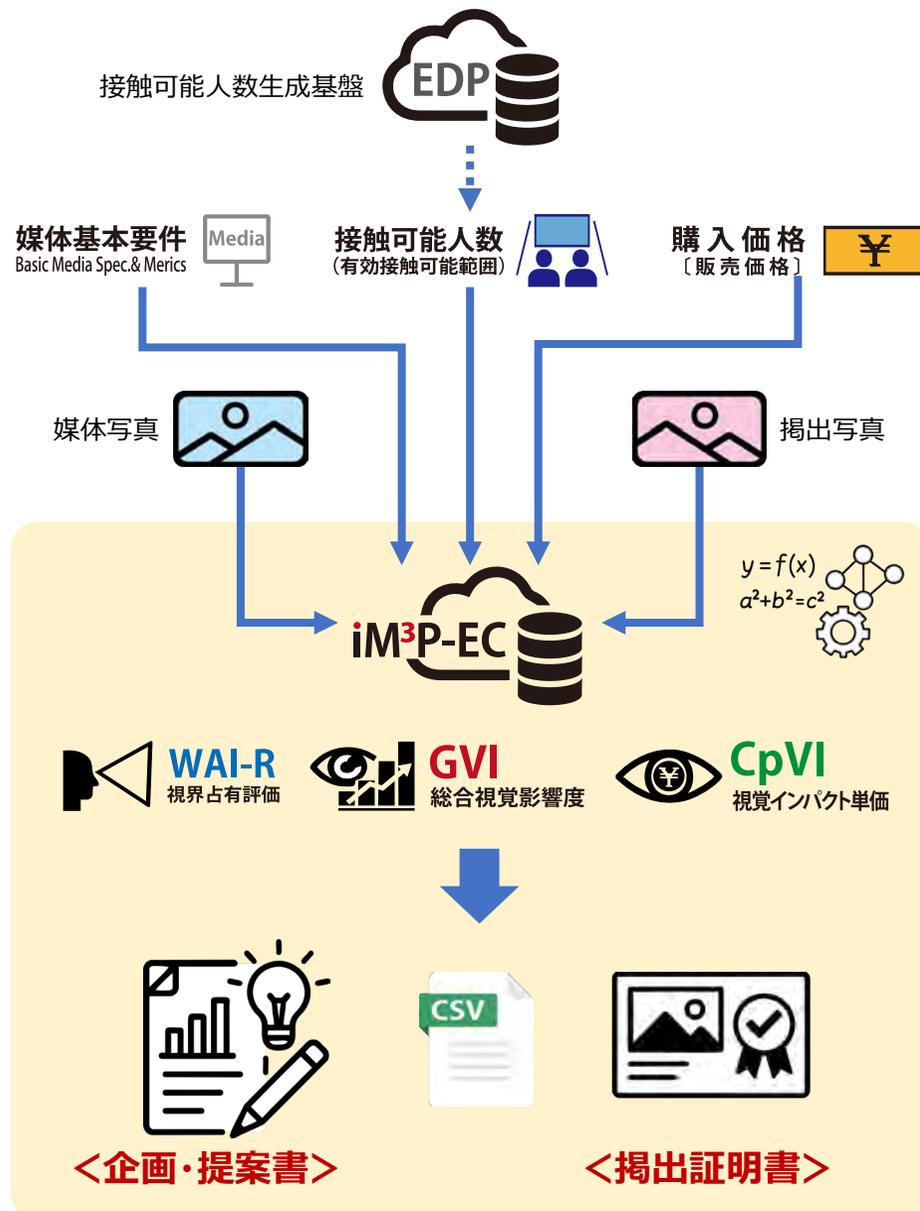
④ EDP (付属機能)

- **空間情報統計**と**各種統計データ**によるデータ引用サービス
- 1 アクセスあたり、10,000円 (税別) ※ サイト接続してから、8時間を1単位とする

● サービス提供先：広告ビジネスに係る全ての人に使っていただく設定

- 広告主 (クライアント)
- 広告会社 (広告代理店)
- 媒体社、ハウスエージェンシー、メディアレップ
- 自治体、エリアマネジメント団体
- ディベロッパー、総合コンサルティングファーム、ゼネコン、開発コンサル、リーシングAg
- 看板製作会社、サイン会社、デジタルサイネージメーカー





• iM³P-EC とは、J-IMES の計算機である

• J-IMES の数値の計算結果を・・・

① CSVデータ に生成

• 件名と媒体写真を登録して・・・

② 企画・提案書 を生成

※広告事業社のみ提供予定

• 件名と掲出証明写真を登録して・・・

③ 掲出証明書 を生成

※広告事業社のみ提供予定

• JAODAQ には標準装備 (準備中)

• JAODAQ においては、個別媒体商品毎に、接触可能人数/日、WAI-R を標準装備

• 自動発行の掲出証明書においても、掲出期間中の接触可能人数の延数、GVI、CpVI を掲載

※一部機能は提供先を制限させていただきます

直ちにビジネスで利活用可能とするため垂直立ち上げを構想 (2025年10月開始予定)

① 接触可能人数生成環境の整備



- **EDP:接触可能人数生成基盤を構築** (EstiReach Database Platform)
 - 接触可能人数として利活用可能な数値を提供するデータベース
 - 媒体ごとに携帯電話会社の空間情報統計の利活用や各種統計データをDB化
 - 不明なものについては、統計データを元にした推計のアルゴリズムを構築

② 媒体情報の整備 (WAI-Rの算出)



- JAODAQ上場各社の媒体資料と机上収集可能なデータを用いて、WAI-Rを算出
 - 不明なデータは、媒体社の個別のヒアリング・推計値を元に生成
 - 調査が必要な場合は、個別に媒体社と協議し、作業にあたる
 - 大口・新規・既存購入済媒体の評価については別途コンサルティング事業として請負

③ J-IMES 開発コンソーシアムの構築



- 大口需要者(JAODAQ WorkSpace利用者)により構成される協議体
 - 大口需要者による受益者(利活用者) 要望を反映する仕組み
 - 年4回のミーティングを開催し、バージョンアップのご紹介や懇親を通じて相互の意見の聴取を実施 (事務局: ジャオダック)

④ J-IMES ファクトシートの提供



- 利活用するためのポイントをまとめたファクトシートをJ-IMESの計算機に標準装備
 - 計測の仕方や接触可能人数の考え方・算出施策など参考資料としてご提供
 - 基本的な算出根拠のほか、課題が判明し次第、随時更新
 - セールスシート構築モデルも併せてご提供



ロードメジャー



- **デジタルサイネージなどの時間軸をどう考えますか？**
 - 静止画のほうがずっと見せることができる一方で、動画のほうが表現力が高いので、優れている点は求める人により価値がまちまちです
 - 故に、枠数や設定など媒体により様々な運用が行われていますので、基本的には、料金に要素として含まれているという考えで、媒体を選択するときに勘案することを前提としています

- **通路(道路)巾計測の方策と推計方法**

- 車道の中 (1車線あたり)
 - 都市部の幹線道路 (幹線街路) 3.25m~3.5m
 - 生活道路・狭い市街地道路など 2.5m~3.0m
 - 一方通行の狭路 (軽自動車向け等) 2.0m前後
- 歩道の中
 - 幹線道路沿いの歩道 2.0m~3.5m以上
 - 通学路・生活道路の歩道 1.5m~2.0m
 - 最低基準 (都市計画上) 1.5m以上
 - 狭小な歩行空間 (やむを得ず) 1.0m程度
- 計測する場合は、ロードメジャーやレーザー距離計で行います



レーザー距離計

- **設置高さの計測と推計方法**

- 基本的には、ビルの1階分の高さは約3mであることから、ビルの階数より推計することができる
- 屋内の媒体である場合は、一般的にドアの高さは2.1m、天井高は、2.4m、2.7m程度であることが多いので、そこから類推することができる。
- 計測する場合は、三平方の定理計算できるもので可能なため、屋外は、ゴルフ用のレーザー距離計が適応、屋内はレーザー距離計がおすすめ

以下の計画でご提供を予定しております

- 2025年7月 ご案内
 - 8月～ **iM³P**計算サービス開始（コンサルティング）※御見積いたします
 - 8月～9月 **初期サービス申込受付「イニシャルコスト低減キャンペーン」** ※別途ご案内
 - Transaction Platform Service（専有JAODAQ TOP Page）同時受付
 - 9月初旬 **iM³P-EC** 試験提供
- 2025年10月 **JAODAQ Work Space** サービス開始（予定）

-
- **JAODAQ Work Space**は広告会社さま向けに開発しておりますが、
媒体社さまメディアレップさまにもご活用いただけるように個別にカスタマイズいたします
 - **iM³P-EC**は、広告媒体の評価・開発にも利活用していただけるように開発いたします。
広告事業に係る全ての方々にサービス提供させていただく計画です
 - その他、サービスの詳細ご案内につきましては、弊社営業対応をさせていただきます
 - 受付窓口：jaodaq-ws@jaodaq.co.jp 担当：川崎 立川 藤原 尾川