

# インタラクティブ型デジタルサイネージ

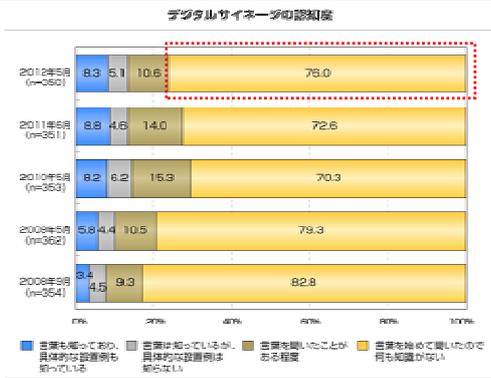
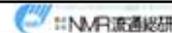
～これまでの一方通行のデジタルサイネージから双方向性のデジタルサイネージで再開発ビルの付加価値を高める～

2012.8.9(Thu)

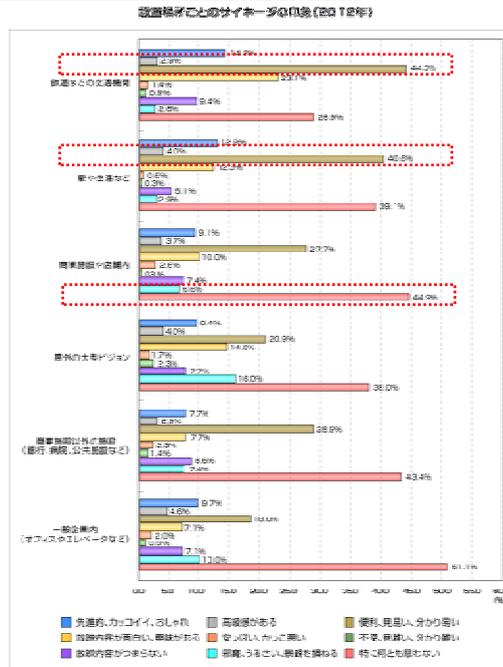


Copyright(C)2012NMRryutsusoken corporation.All rights reserved.

## デジタルサイネージの市場認知の状況



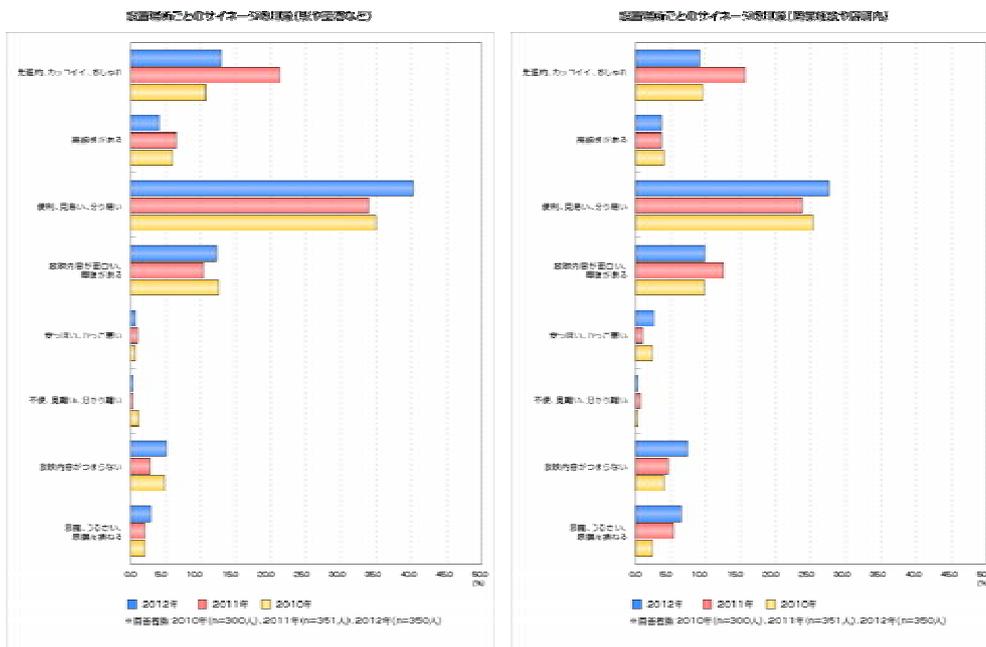
現状では、デジタルサイネージの認知は、まだまだ低く「特にナントは思わない」という評価が高い。



矢野経済研究所 2009年・2012年調査結果より

Copyright(C)2012NMRryutsusoken corporation.All rights reserved.

## デジタルサイネージの市場認知の状況



矢野経済研究所 2009年-2012年調査結果より

Copyright(C)2012NMRryutsusoken corporation.All rights reserved.

## 一般的なデジタルサイネージの機能と課題点

### 【一般的なデジタルサイネージの機能】

#### 情報表示機能

お客さまのご案内、お呼び出し  
待合室などで癒し系コンテンツの表示  
企業内の情報共有化

#### プロモーション機能

店頭でセール情報や注目商品を表示  
お得なキャンペーン情報を告知  
店内におすすめ商品の情報を表示

#### 広告機能

電飾看板や紙媒体から電子媒体を活用  
動画や鮮やかな静止画による魅力的な情報発信  
広告原稿の入れ替えなどの運用負担を軽減  
1ヶ所で複数の広告を掲載できる

#### 空間演出機能

トレンドの先端をいく情報発信で、ロケーション価値を向上  
ショップイメージを映像化することで新規顧客を誘致  
電子媒体化することで、カタログ改訂などの費用を削減  
企業イメージの向上 など

### 【一般的なデジタルサイネージの課題点】

お客さまが自ら、興味をもって見ないとけない

ビジュアル的に目を引く制作中心になっている  
一般的なデジタルサイネージは一方通行の情報発信ツールである...



**【インタラクティブ型デジタルサイネージの最大の2つポイント】**

**ポイント1**

デジタルサイネージの画面が反応するため自然と目を引く、つまり通行者を振り向かせることができる！

**ポイント2**

通行者は反応する画面に興味を惹かれコンテンツに見入ってしまう、つまりサイネージ空間が形成できる！

そして、さらに…

**【インタラクティブ型デジタルサイネージのメリット】**

**メリット1**

システムのパッケージ化によりこれまでのランニングコスト(なしも可能)とイニシャルコストを大幅に低減！

**ポイント2**

広告募集を行うことで、プラスアルファの収益源とすることができる！

**ポイント3**

コンテンツ(動画・静止画)、自分たちで簡単に更新することができる！

それでは、早速、皆さまにインタラクティブデジタルサイネージを体験いただきます！

1. 基本的な仕様

(システム構成)

制御用パソコン

- ・コンテンツのスケジュール表示制御
- ・センサーカメラに対応した表示制御

コンテンツ表示用プロジェクター

センサーIRカメラ・照明

- ・動き検出機能
- ・スクリーンベクトル座標検出機能

(コンテンツ内容)

スケジュール型コンテンツ

- ・キャンペーンやイベントなどの告知
- ・1画面10～30秒程度の静止画、または動画をスケジュールに従って再生

反応型コンテンツ

- ・店舗や商品のイメージ画像を表示
- ・スクリーン前を人が通過するたびに動的に表示を切り替え

ゲーム・スポンサー型コンテンツ

- ・一定時間、スクリーンでサッカーゲーム等で遊べる
- ・ゲーム画面でスポンサーロゴなどを表示

2. コストのとらえ方

(イニシャルコスト)

(なし(機器等リース対応))  
設置工事など必要な場合あり

(ランニングコスト(1ヶ月を想定))

機器リース費用(5年程度) 70,000円  
・機器関係リース(初期工事は調整のうえ)

(コンテンツ制作費 160,000円

<例>

・1コンテンツ(素材提供・3～5画面)  
@8,000円×20本  
ディベロッパー様対応も可能)

保守メンテナンス 20,000円  
・消耗品取替え1回程度

電気代 10,000円程度

260,000円

(コンテンツ制作をディベロッパー様が行われた場合100,000円)

(収入)

スケジュール表示(1ヶ月更新)  
・コンテンツ本数 15本 @10,000円 150,000円

通過対応表示(1ヶ月更新)  
・コンテンツ本数 5本 @10,000円 50,000円

ゲーム型コンテンツ(1ヶ月更新)  
・ゲーム時間 5分 2ステージ(10分)  
広告枠 3本 @30,000円 180,000円

380,000円

純収入額 120,000円( - )

コンテンツ制作をディベロッパー様が行われた場合280,000円( - )

3.スケジュール型コンテンツの設定の方法(例)

営業時間が10時間の場合、1コンテンツ(1店舗)1日20分の店舗紹介ができます。  
1ヶ月の営業日数が30日の場合、1ヶ月600分の店舗紹介が可能です。

	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	18:00	19:00
2分	A店									
4分	B店									
6分	C店									
8分	D店									
10分	E店									
12分	F店									
14分	G店									
16分	H店									
18分	I店									
20分	J店									
(店舗紹介内容が重複する時間帯はグレーアウト)										
42分	V店									
44分	W店									
46分	X店									
48分	Y店									
50分	Z店									
60分	サッカーゲーム									

1コンテンツ1店舗(2分想定)の場合  
1時間に50店舗の紹介が可能

1店舗1ヶ月で600分の店舗紹介が10,000円は魅力的でリーズナブル感あるプライス設定といえます。

インタラクティブ型デジタルサイネージを活用した施設の活性化に役立つ方法は、さまざまな切り口があると考えます。下記に、アイデアレベルで仮説案をあげてみました。

【仮説案1】地域密着型コミュニティイベント

サッカーゲームを活用した地域のお子様に参加いただくサッカー大会(施設名)杯など、クラブチームなど。優勝、準優勝者には、当該施設の商品券などを進呈。当該施設内に再来館買物を促進。

【仮説案2】地域密着コミュニティイベント

地域の小学校や幼稚園の児童の絵画コンクール、書道コンクールの発表の場とすることで、観覧機会を付加し、買物目的以外の参加機会を創出する。

【仮説案3】地域コミュニティイベント

消防署、警察署の告知(春の交通通間や火事、空き巣の注意など)を行うことで、安全で安心して生活できる環境を、地元の方々とのより結びつきを強くして、無くてはならない商業施設となる。

**【仮説案4】専門店個店への誘導促進**

インタラクティブ型デジタルサイネージで、ある時間帯を定めておき、各専門店ごとに独自の「合言葉」を表示。当該店舗で、その「合言葉」を言うと、 %Offなどのサービスを行うことで、各専門店個別店舗への回遊促進につなげる。

**【仮説案5】専門店個店への誘導促進**

インタラクティブ型デジタルサイネージで、各専門店のQRコードを表示。携帯電話で、そのQRコードを読み込むと、当日開催されるイベントへの参加や、今ほしい商品の割引サービスが受けられることで、各専門店への回遊促進につなげる。

**【仮説案6】専門店個店への誘導促進**

店舗の位置(場所)の分かりにくい店舗の紹介を行うことで、認知浸透の強化を図り、各専門店への回遊性を高める。

上記は、インタラクティブ型デジタルサイネージを活用した施設の活性化に役立つ手段についてアイデア出しをしたものです。今後、皆さまと、さらに効果的な活用の仕方についてご相談をさせていただき、より効果の上がる活動にしていきたいと考えております。