

Digital Signage Consortium





デジタルサイネージとは、文字通り
「電子看板」

屋外・店頭・公共空間・交通機関など、あらゆる場所で、電子的な表示機器を使って情報を発信するシステム。

配信システムが**ネットワーク化**される事で広告媒体として無限の可能性を生む

ディスプレイの発展、デジタルネットワークや無線LANの普及更にはNGNの施設とあいまって、施設の利用者・往来者に深く届く新しい広告/コンテンツ市場が形成される。

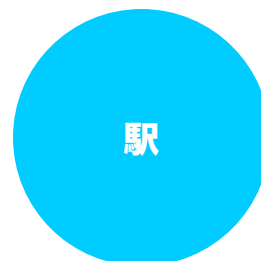
驚き、発見



野外



電車内



駅



公共空間



店頭

独創性、芸術性

デジタルサイネージには、**新しい文化と産業創造**の可能性が秘められている

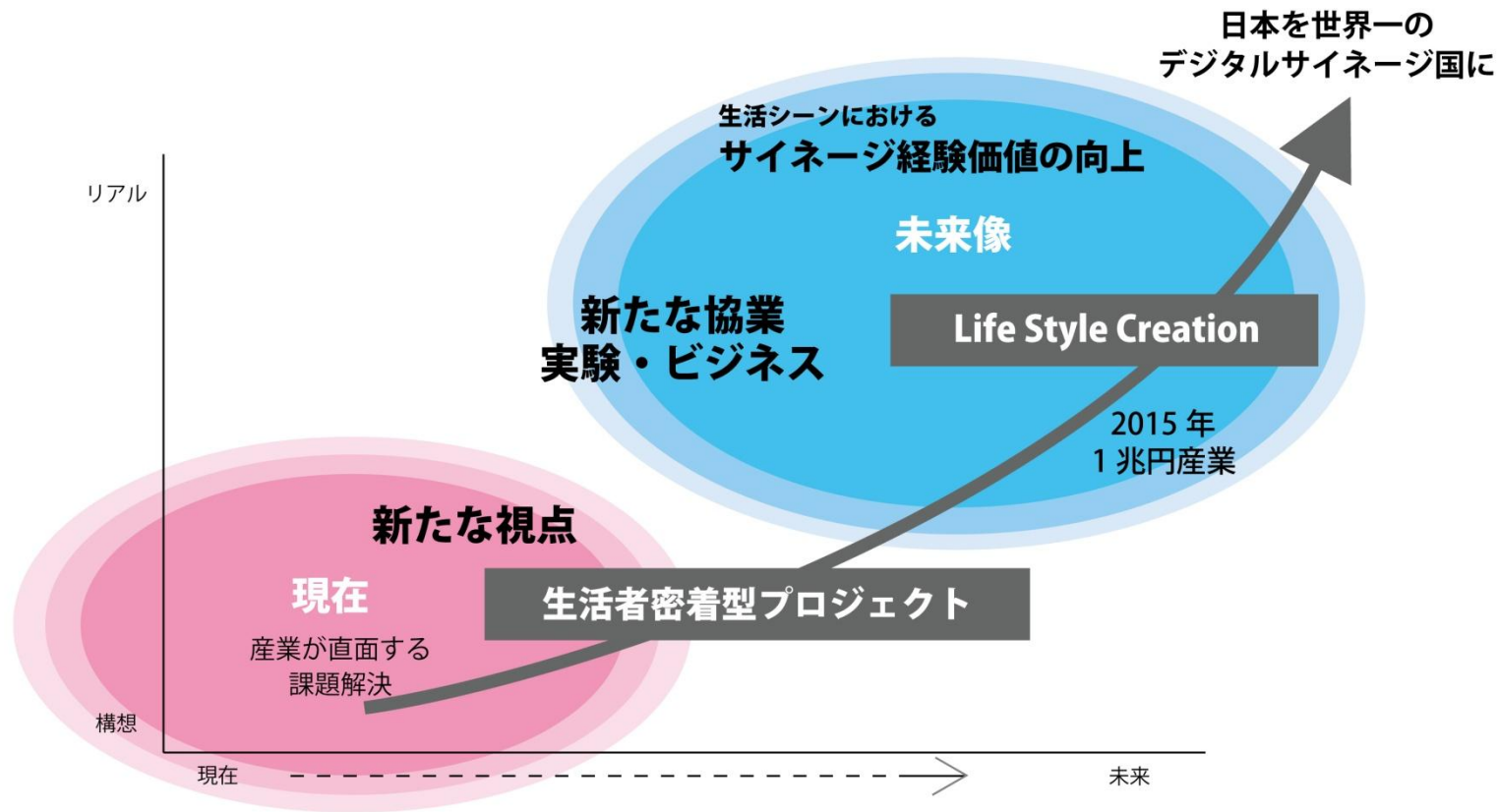


ミッション

- 1) デジタルサイネージ産業が直面する課題の解決と新市場の創出
- 2) 生活シーンにおけるサイネージ経験価値の向上

目標

- 1) 2015年に1兆円規模の産業とする。
 - ハードウェア／広告・販促／通信キャリア／コンテンツ分野各2000億円
 - システム関連分野1000億円
 - 広告費シェア15%
- 2) 日本を世界一のサイネージ大国とする。
 - 市場規模、ディスプレイ数、サイネージ時間量、技術力、コンテンツ力、扱い広告・販促売上等の面で、世界一の水準を目指す。
 - 2015年までに、全ての車両、駅、空港、商業施設、商店街、郵便局／ポスト、公衆電話をネットワークでつなぎサイネージ化する。



■ デジタルサイネージ市場創生に向けた具体的な取り組み

デファクトスタンダードの確立

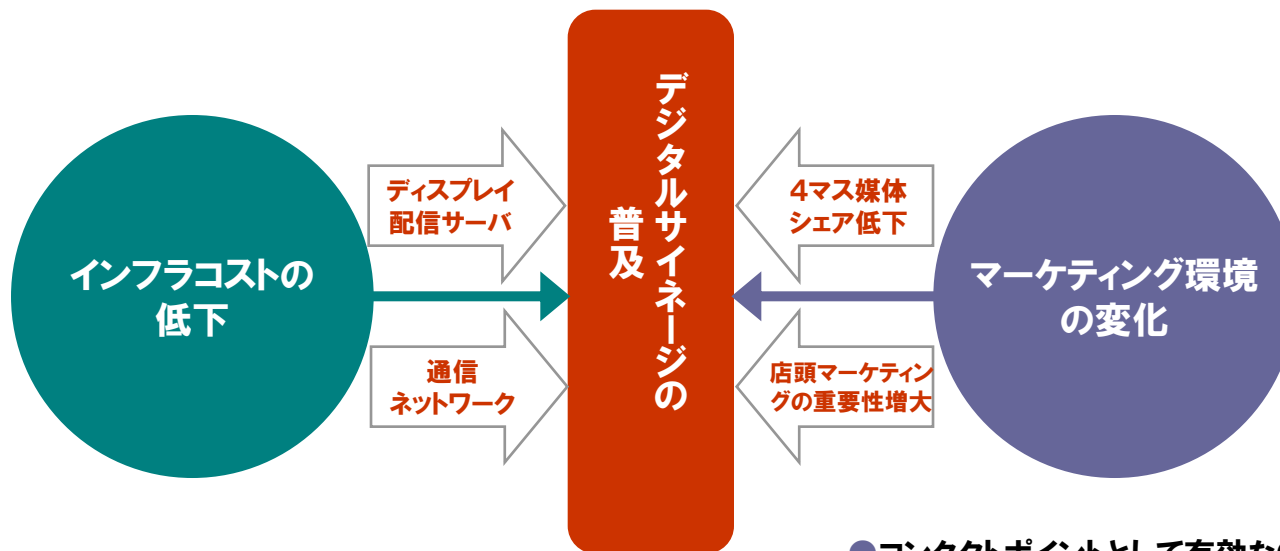
→STB やディスプレイその他の情報機器の標準化やデファクトスタンダード化

ネットワーク化の推進

→車両、駅、空港、商業施設、商店街等をネットワークでつなぎデジタルサイネージ化

調査・研究の実施

→慶應義塾大学との連携による調査研究の実施
白書や書籍の出版、研究結果の発表



● NGNの施設

● 配信を手がける専門業者の増加

● コンタクトポイントとして有効なOOHメディア

● モバイルの加速度的な普及による消費者のメディア接触パターンの多様化

広告の取引基準の設定やシステム仕様、
規格の統一により、更に加速する可能性がある



役員 (2010年度)

理事長:

中村 伊知哉 (慶應義塾大学 教授/
融合研究所 代表理事)

副理事長:

阿良田 剛 (三菱電機株式会社)
川添 雄彦 (日本電信電話株式会社)
窪田 賢雄 (パナソニック株式会社)

専務理事:

伊能 美和子 (日本電信電話株式会社
研究企画部門)

常務理事:

江口 靖二 (デジタルメディアコンサルタント)

理事:

石戸 奈々子 (デジタルサイネージコンソーシアム事務局長)
尾崎 常道 (株式会社ネクストウェブ 代表取締役社長)
小野打 恵 (株式会社ヒューマンメディア 代表取締役社長)
岳中 純郎 (株式会社ニュースペース・コム 代表取締役社長)
辻 輝 (株式会社博報堂 エンゲージメントビジネス局局長代理
事業開発推進部部長)
中村 秀治 (株式会社三菱総合研究所 社会システム研究本部
情報通信政策研究グループ グループリーダー 主席研究員)
引場 純一 (株式会社スペースシャワーネットワーク)
廣田 洋一 (インテル株式会社 東京本社マーケティング本部 エンベデッド&
ストレージ製品・マーケティング プロダクト・マーケティング・エンジニア)
柳館 毅 (株式会社電通 アウト・オブ・ホーム・メディア局 局長)
吉田 勝広 (株式会社オリコム)

監事:

金村 公一 (長崎県立大学シーボルト校 准教授)

評議員:

石田 亨 (京都大学大学院情報学研究科教授)
菊池 尚人 (慶應義塾大学DMC機構准教授)
安田 浩 (東京電機大学 未来科学部 情報メディア学科 教授)



<ハードウェア>

- (株)MIU
- NECディスプレイソリューションズ(株)
- インテル(株)
- (株)イーアイティー
- イーグローバルレッジ(株)
- 沖電気工業(株)
- キャノン(株)
- サン電子(株)
- 三洋電機(株)
- シスコシステムズ合同会社
- シャープ(株)
- シャープシステムプロダクト(株)
- ジャパンマテリアル(株)
- スパドニック
- セイコーエプソン(株)
- ソニー(株)
- 大日本スクリーン製造(株)
- (株)ディーピーアイ
- デルタ電子(株)
- (株)東芝
- 東芝パソコンシステム(株)
- 日本サムスン(株)
- 日本電気(株)
- 日本ビクター(株)
- ハイパーツールズ(株)
- パイオニア(株)
- バナソニック(株)
- (株)日立製作所
- (株)フジクラ
- 富士通(株)
- (株)アイシンク
- ブラザー工業(株)
- マクニカネットワークス(株)
- (株)マルスコポーレーション
- 三菱電機(株)
- ヤマハ(株)

<鉄道>

- 小田急電鉄(株)
- 京浜急行電鉄(株)

<デジタルサイネージ媒体>

- (株)アクシコ
- イツツ・コミュニケーションズ(株)
- (株)オックスプランニング
- (株)オーエス
- (株)寒山
- 彩ネットアド(株)
- 日本カーライフアシスト(株)
- パーク24(株)
- (株)フジテレビジョン
- (株)メディアコンテンツファクトリー

<広告会社>

- (株)アサツーディ・ケイ
- (株)アスコン
- (株)NKB
- (株)オリコム
- (株)サイバー・コミュニケーションズ
- (株)サンライズ社
- (株)春光社
- (株)伸和エージェンシー
- (株)ジェイアール東日本企画
- (株)大広メディアックス
- (株)ディーツーコミュニケーションズ
- (株)電通
- (株)東急エージェンシー
- (株)日本経済広告社
- (株)ニューススペース・コム
- (株)博報堂
- (株)博報堂DYメディアパートナーズ
- (株)フロンテッジ
- (株)毎日広告社
- (株)リクルート
- ワヨ一(株)

<通信キャリア>

- KDDI(株)
- NTTコミュニケーションズ(株)
- (株)NTTドコモ
- スカパーJSAT(株)
- 中部テレコミュニケーション(株)
- 日本電信電話(株)

<システム開発>

- (株)NEXX
- (株)アスク
- 伊藤忠テクノソリューションズ(株)
- (株)エヌジーシー
- 岡谷エレクトロニクス(株)
- (株)ケイ・ジー・ティー
- サイレックス・テクノロジー(株)
- シナジーメディア(株)
- (株)シネックス
- バナソニック
- システムソリューションズジャパン(株)
- (株)ジークス
- (株)ソフィアモバイル
- (株)ディー・エム・ピー
- (株)日本技芸
- 日本SGI(株)
- ヒガ・アーツアンドメタル(株)
- (株)ビスライト・テクノロジー
- (株)ファースト
- 富士通テレコムネットワークス(株)
- 富士フイルムイメージテック(株)
- 菱洋エレクトロ(株)
- NTTアイティ(株)
- NTTアドバンステクノロジー(株)

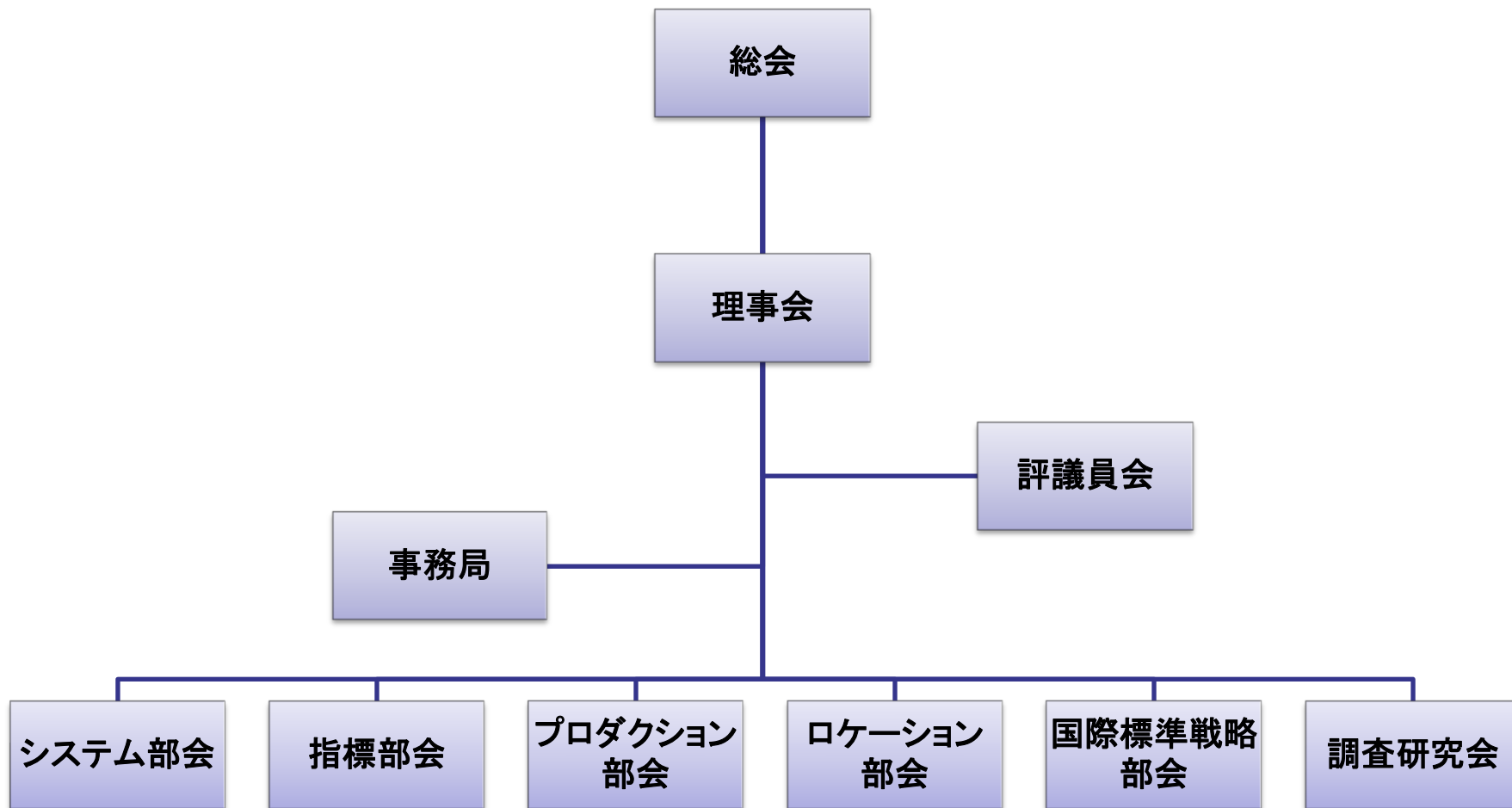
<コンテンツ関連>

- (株)NHKエンタープライズ
- (株)アクティブデザイン
- (株)アマナインタラクティブ
- (株)アーツエイハン
- (株)アートファイブ
- (株)石田大成社
- (株)ウェザーマップ
- NECビッグロップ(株)
- (株)エンタク
- オリンパス(株)
- (株)オルカビジョン
- (株)キャドセンター
- (社)共同通信社
- (有)ジオコンサル
- (株)スペースシャワーネットワーク
- (株)セップ
- (株)第一興商
- (株)東海ビデオシステム
- (株)ニューフォリア
- (株)プリロード
- プロスタTV合同会社
- 学ving(株)
- メディア・コンテンツ・プラン(株)
- (株)読売新聞東京本社
- 読売テレビ放送(株)
- NTTラーニングシステムズ(株)
- (株)ランス

<その他サービス>

- (株)IMAGICAイメージワークス
- (株)QUICK
- (株)光文堂
- TOHOシネマス(株)
- (株)朝日新聞社
- (株)インタラクティブブレインズ
- (株)インデックス
- (株)エヌ・ティ・ティ・ロジスコ
- (株)オール
- (株)きもと
- 共同印刷(株)
- クアルコムジャパン(株)
- (株)ジャンムー
- 住友商事(株)
- (株)ゼンリン
- 大日本印刷(株)
- (株)ダイヤモンド・フリードマン社
- (株)テレビ朝日
- 東和メックス(株)
- (株)ナノオプト・メディア
- 日本ATM(株)
- (株)日本経済新聞社
- 日本テレビ放送網(株)
- (社)日本能率協会
- 日本情報流通(株)
- (株)ネクストウェブ
- バルテス(株)
- (株)バンデン
- (株)ヒューマンメディア
- (株)ビデオリサーチ
- ピーディーシー(株)
- (株)フジミック
- (株)毎日新聞社
- 丸紅(株)
- (株)三菱総合研究所
- (株)ミュージックエアポート
- (株)モリサワ
- 愛知国際放送(株)

2010年4月1日現在 **163社**





システム部会

デジタルサイネージシステムとして最低限備えているべき機能や性能を整理し、システム選定や購入検討を補助するためのガイドラインの作成

指標部会

デジタルサイネージの媒体価値向上のための媒体評価基準、効果測定方法の研究および検討とガイドラインの作成。

プロダクション部会

デジタルサイネージにおけるコンテンツの効果的な演出方法や著作権処理ルールの検討。

ロケーション部会

具体的な設置箇所のセグメント分けにしたがった各課題や効果測定などを、実際の場所を想定しながら行っている

国際標準戦略部会

技術の標準化と国際的な活動の強化を推進する

調査研究会

- 1) デジタルサイネージ産業が直面する課題の解決と新市場の創出
- 2) 生活シーンにおけるサイネージ経験価値の向上をミッションとする総合的な調査研究と会員企業との討議を行う



目的 デジタルサイネージの市場創出・市場形成のために
情報意見交換、調査研究、啓蒙活動を行う。

主な活動 媒体価値向上に向けた媒体評価、効果測定方法等の
検討、権利処理・倫理基準の検討、コンテンツ開発・技
術検討、各種広報活動

設立年月日 2007年6月25日

所在地 〒107-0052
東京都港区赤坂3-13-3 みすじ313ビル3階

URL <http://www.digital-signage.jp>

お問い合わせ info@digital-signage.jp