

表題：第20回 DSC 勉強会		
日時： 2009/4/8 16:30～18:00	場所： 慶応義塾大学三田キャンパス北館ホール	記録： 原田
<p>1. 事務局連絡 石戸</p> <ul style="list-style-type: none"> ・開会挨拶 <p>2. 各部部会からの報告</p> <p>2-1. システム部会 パナソニック 窪田様</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部会を3つのセクション（ロケーション、システム、コンテンツ）に分け、6月のデジタルサイネージジャパンでのシステムガイドブック公開に向けて執筆開始。部会予算を使い冊子絵も綺麗なものにする。次回のシステム部会は5月7日を予定しシステムガイドラインをほぼ完成させたものとしたい。 <p>2-2. 指標部会 彩ネットアド 佐々木様</p> <ul style="list-style-type: none"> ・4月7日に富士フィルムイメージテック様にて部会開催。 電車車両、交通、流通、その他ロケーション（空港、タクシーなど）の媒体価値についてディスカッション。今後どのようなコンテンツがニーズがあるか、既存媒体にどのような価値が高まることで広告代理店は販売しやすくなるのかなど。 次回の指標部会は4月28日を予定。引き続き特定場所、ロードサイドについて検証。 <p>2-3. ロケーション部会 NTT 伊能様</p> <ul style="list-style-type: none"> ・部会内に少数グループを設け実施したい内容をプレゼンし実証実験を検討する。 DSだけでしかできないもの、時間と場所と特定したこもの、公共性があるもので検討を進める。参加者が多いため議論が活性化できないのが課題。リーダー候補を選び5～6人のグループを4組くらい作り話し合いで実行に移したい。 議論では全国のDSを評価し3つ星を付けるサイネージミシュランのような案がでた。 次回のロケーション部会は4月24日にシスコシステムズ合同会社様にて開催予定。 <p>2-4. プロダクション部会 ニューフォリア 中尾様</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルサイネージアワードの準備を開始。4月中旬にWEBサイトを公開予定。 DSC 会員に公開後、一般向けに公開。 <p>2-5. IT pro エキスポ「デジタル・サイネージパビリオン」のご案内 日経 BB 島田様</p> <ul style="list-style-type: none"> ・10月28日（水）～30日（金）にIT pro エキスポを開催。会期は3日間であるが計100日のクロスメディアイベント。昨年秋の実施では6万5000名のうち半分が役職者。パビリオン参加特典、独自告知、オプションセミナーも実施予定。 		

3-1. ゲストプレゼンテーション1 ディスプレイサーチ 氷室様

「FPD 業界から見た大型デジタルサイネージ市場動向」

- ・フラットパネルディスプレイを専門に調査し、サプライチェーン、部材コンサルティング、セミナーを実施している。最近ではパネルディスプレイの販売状況の市場調査を実施して

業務用ディスプレイの定義は様々であり人との距離でパネルサイズも異なり OOH では 26 インチ以上の LCD、PDP が使われるパブリックディスプレイのカテゴリーが最も成長が期待される。

用途別要求仕様の例では管制・監視／交通案内／デジタルサイネージ／会議室・学校 DS の用途では信頼性に加え、広告のための目立つ要素（動画、色再現、輝度など）が要求され、管制室・公共交通の用途では、連続稼働の信頼性が最も重要になる。

ディスプレイサーチでは 26 インチ強、コマーシャルチャネル経由で流通する LCD、PDP のうちパネル仕様コマーシャルグレード（カテゴリ 1）、コマーシャルグレード／家庭用 TV パネル（カテゴリ 2）をパブリックディスプレイとして位置づけている。コマーシャルグレードのパネルでは TV パネルをベースに高性能、高信頼性の厳しい要素に対応すべく再設計されている。

ソウル近郊のカナムでは 46 インチディスプレイを縦に並べセキュリティカメラを搭載した DS が設置され下部のタッチパネルで Yahoo Korea の情報も配信。

残念な例として JR 金沢駅で地域振興として地下コンコースに設置。企画の際に実際にどれだけの人が通るか調査が足りなかった事が課題では。

広告用コルトンボックスでのコスト試算例として 65 インチ LCD と B0 コルトンボックスとの比較。DS のメリット、広告配信までの手間、労賃、保守費用の軽減が鍵であり広告コンテンツでの回収も重要。

マルチディスプレイの大型化により実質的な低価格による高精細化が可能になる。

事例から DS の成功ポイントとして「設置の目的を明確にする」広告が目的か？、「設置場所の事前検証」環境・ディスプレイ前の人通りなど、「キラーコンテンツの有無」「対象となる人との距離の把握」を考慮すべき。

パブリックディスプレイの出荷実績としてブランドから出荷の状況を確認し、セルイン セルスルーで確認している。Q4'08、Q3'08 から出荷量が落ちている。通常、クリスマスシーズンのため上がる。パブリックディスプレイは出荷量増、他の IT アプリケーションが軒並み出荷量が減っている。金額ベースになると Q4'08 は 450 億ドル日本、北米、EMEA で 80%以上、テレビは鮮やかだが連続運転には弱い。

長い目で見てパブリックディスプレイは優位 2010 年以降、40 インチクラスが飛躍し、パブリックディスプレイ+業務用 TV の用途は 2015 年 10.5M、金額ベースで 8000 億円の市場に成長する。パブリックディスプレイ市場として短期展望では 2009 年はガマンの年、公共交通関連、ファーストフードレストラン関連の需要の盛り上

がりに期待。中長期展望として 2010 年以降、景気回復に伴い、需要が増加、長期的には電子ペーパー、OLED などの次世代 FPD がデジタルサイネージ市場に出現。ネットワーク化がキーになり、直近の伸びはスローだが景気回復時の投資可能企業を取り込むことがトリガーになる。

3-2. ゲストプレゼンテーション2 ソフィアモバイル 柴山様

「デジタルサイネージからはじまるマーケティング活動について」

- ・ソフィアグループのご案内。事業会社としてソフィア総合研究所は動画配信の SI、コンテンツ配信系、課金決済、DRM、著作権管理のプラットフォーム提供。シアーズはオフライン型の電子 POP を提供しサンクス/サークル K のお弁当コーナーに 5500 台設置。DS への事業構想のきっかけとして 2007 年の 4 月にドンキホーテの棚にあるテレビデオでテレビ CM が流れていた。ビデオテープの劣化で動画が荒く、場所を取るのに小型化が必要、コンテンツを更新するにはオペレーションの手間が掛かるため電子 POP による需要を感じる。オフラインが主流のなか、SD カードでコンテンツを変える nanica7 を開発。シアーズの例でも約 6000 枚の SD カードの変換が必要になりお店の店長がオペレーションを行っている。端末がインターネットならどこからでも変更できるとネットワーク型の電子ポップの市場がブレイクするのではと考え cool7 を開発。2008 年 4 月 windowsCE5.0 搭載。リアルとインターネット、リアルとモバイルの誘導。QR コードしかない状況から動画に興味もちサイトに飛ばすと面白いのではと nani ポを開発。QR コードに変わる誘導端末として電源コードをどこからひっぱるかが課題であり、AC レスリーダー/ライターに乾電池を入れ 1 ヶ月動く。マクドナルド、イオンとドコモのクーポンサービスに cool7 が使われる。自社でコンテンツ配信のシステムを用意し、アクセスログで端末 ID の取得も可能なためアフィリエイト広告とリアル店舗の連動モデルを開発。nanica7 で動画を流しモバイルでアクションを起すとアフィリエイトが発生する。フェリカネットワークスと共同開発で cool7 を使ったマクドナルドのかざすクーポン (150 万人の利用) POP レジとの連動を開始。POP レジを入れ替える必要があったが見せるクーポンからかざすクーポンへ。FC でクーポンが本当に使われているか実データがなかったがデータとして集約でき、リアルなロケーションから会員獲得・CRM (メールでの訴求など) が可能になる。導入事例として nanica7
タワーレコード、渋谷・新宿店に 30 台を導入。ナップスターの着うた取り放題で使用。nani ポ! での Hot Pepper、ガールズコレクションで会員登録に使用。川崎フロンターレでの例ではキックオフ 2~3 時間前に登場するキャラクターマスコットの nani ポに携帯をかざし会員獲得。モバイルサイトアクセス率約 65%と高

い効果。

コミック&インターネットカフェ アブレシオでおトイレの洗うところで携帯をかざす（アクセス）が上がっている。

4. 事務局連絡 石戸

次回勉強会は5月13日に開催予定。

以上