

表題：第 22 回 DSC 勉強会

日時：

2009/6/17(水)16:30～18:00

場所：

慶応義塾大学三田キャンパス西校舎ホール

1. 事務局連絡 石戸

- ・開会挨拶
- ・**CMP 大嶋様**：DSJ 成功の挨拶。金融状況が悪く、また新型インフルエンザ問題もあったが、おかげさまで、多くの来場者があり、評価も高かった。いずれの基調講演もニュースに取り上げられ、非常に話題を振りまけた。資料も足りなくなるほどで、事故もなく開催できた。来年もまた 6 月に開催したいので、今後ともご支援頂きたい。
- ・**デジタルサイネージ広告媒体協議会 毛塚様**：「デジタルサイネージ広告媒体協議会」を昨年 12 月に発足致しました。サイネージ広告媒体の今後と DS 広告技術広告分野に関しては、まだまだ未発達であり、媒体会社同士で集まりたい。DS 全体を使って、広告媒体をやっていききたいと考え、媒体会社が集まっている。これから大きな事をやっていききたい。単独の媒体ではない使い方を提案していききたい。基本的には媒体主様に限定しているが、サイネージの特色や有効活用について今後とも検討していききたい。DSC とは連携をして、協力関係を築いていききたい。

2. 各部部会からの報告

2-1. システム部会 パナソニック 宇高様

DSJ2009 では、システム部会の報告も盛況だった。今年の冬からガイドブックを作ってきたが、完成してひとつ区切りがついた。

部会はミッドタウンで開催しており、ガイドブック作成後の活動を検討している。ガイドブックに関しては、結構タイトなスケジュールでやってきた。配信部会から、11 月にシステム部会に改名し、それぞれの評価にポイント計算を反映した。血液型別でチーム分けをして、ブレストをし、色々なアイデアが出てきた。ただもう少し、未来がどうあるべきかを議論する必要があると思う。次回は、7/9 を予定。

2-2. 指標部会 彩ネットアド 佐々木様

指標部会としては、「指標の視点」というレポートを作成した。現行メディアの広告取引の指標も考える。量的到達数では、交通機関。質的到達数では、特定施設。

交通機関に関して、それぞれ整理し、その中で 6 つのキーが出てきた。視聴/態度/情報/コンテンツ/サーキュレーション/タイミング/エモーション→これを AICCTE の法則として策定した。接触人数が落ちても、質でカバーできないだろうかと考えている。次回は 6/24 に開催。

2-3. ロケーション部会 オリコム 吉田様

今ロケーション部会は、秋葉原／六本木／ロケーションデータベース WG／パーソナルサイネージ WG の4つのグループに分かれて活動している。秋葉原と六本木は、実証実験を行い、指標部会と連携している。ロケーション DBWG では、オリンパス様が中心となり、ロケーションとサイネージの相互関係を探る。また年次末に活動報告をしたい。

2-4. プロダクション部会 ニューフォリア 中尾様

DSJでDS プレアワードの表彰式を行った。サイネージ市場の認知度向上と目的に実施し、10 作品を表彰。表彰式には、中村、石戸も出席した。次回は 6/25 に開催。

3-1. ゲストプレゼンテーション1 オプテックス(株) 河野 一郎 様

「DSC 加盟企業の皆様へ 新たなセンシング技術～距離画像カメラのご紹介」

- ・新たなセンシング技術?距離画像カメラのご紹介。一言で言うと、ある一定空間に存在する人や物体までの距離をリアルタイムに計れる。世界的にも新しい技術であるが、もともとは当社の既存事業用途（建物の外周警戒など）に開発した。
- ・センサーを使ったサイネージの活用。3D も考えている。
- ・距離画像をデモンストレーション。リアルタイムに距離を認識可能。3 次元的な情報を持っているので、上からも立体的に見ることができる。これにより人数など 3 次元的な情報を確認できる。活用例としては、画面を見ている人だけ検出し人数を測定する。誰も止まって見ていない場合は、それを感知してキャッチーな情報を提供する。画素数はこれから改善予定。USB で PC と接続でき、カメラ本体内で計算演算をするので PC への負荷は少ない。
 - ・販売スケジュールとしては、6 月から試作品として販売を開始し、2010 年春に量産機を発売へ。また東京ビックサイトで 6 月 24 日～26 日に、商業用バーチャルリアリティ展にてご紹介する。さらに詳しい情報に関しては、本社までお問い合わせ頂きたい。

3-2. ゲストプレゼンテーション2 アドビシステムズ(株) 万代 豊 様

- ・日本に於いては、携帯電話のモバゲーなどに使われる Flash が目白押しである。パソコンと携帯電話の Flash 使用率を比べると、おおよそ 100 対 90。では DS はどうなのか？ということで Adobe のこれまでの取り組みや、これからの展望などをお話しさせて頂く。
 - ・デスクトップ PC の 98%に導入されている。アレクサ.com に於いて人気 web サイト TOP100 のうち 85%が Flash を使用。YouTube のような動画サイトにある 80%が Flash ビデオである。Adobe air は 1 億台の PC にインストールされている。最新のバージョンも、2 ヶ月経たない現在で既にデスクトップ PC の 55%がインストール済み。

- Flash 技術の表現力の進化について。Flash ライトという携帯用と PC 用の air などのソフトをバラバラではなく、一緒にしようと思っている。
- リッチメディア広告の 97% が Flash ベースで、ブログパーツも 80% が Flash である。圧倒的に、google の youtube が Flash ベース。購入してもらおうリスク等がないので、ここまで拡大している。圧倒的なマジョリティーが Flash ビデオである。
- 76% が Flash のみの提供になっている。残りは windows media など。
- air も将来的にサイネージに使われる事になると思う。Air が様々なプラットフォームで動き、win, mac, linux, 携帯と関係なく動く事が我々の今年の挑戦である。
 - 一つ作ればどこでも動く、ということが Flash の最大の魅力であり、将来的には DS にも対応していく。
 - 2 つのユースケースがある。DS やカーナビ、携帯電話も含め PC 以外でもコンテンツを利用できるようなものを提供するのが、オープンスクリーンプロジェクトである。
 - 企画から撮影、配信まで全てに対応するのが Adobe の強みである。デザイナーの 90% は Photoshop を使っている。Illustrator をはじめ様々なソフトと同期できるのが強みである。
 - フラッシュは基本的には無償ライセンスであるが、デスクトップ PC のカルチャーで我々は開発しているので、携帯や DS 等で PC と違った使い方をする場合は有償ライセンスとなる。
 - コンバージョン・レートを向上させている広告主、システム構築を担当されるソリューションプロバイダ・デザイナー、コンテンツオーナーの全てに新たなオープンソースコンテンツを提供。
- サイネージの企画の中のヒントとして、我々の製品をご活用頂ければ幸いである。

4. 事務局連絡 石戸

次回勉強会は 7 月 15 日(水)に開催予定。

以上