

# デジタルサイネージコンソーシアム

## ロケーション部会 活動状況



シスコシステムズ合同会社 築瀬猛

# デジタルサイネージコンソーシアム各部会の役割

行政・立法・業界への働きかけ

テレビではない、  
屋内メディアとしての表現方法の策定

プロダクション部会

サイネージ媒体価値を測る、指標の策定

指標部会

サイネージを生かす  
スキームやプロモーションの策定

エリアマネジメント視点に立った、  
ロケーション毎のスキーム

ロケーション部会

「広告配信」と「公共空間の維持運営」を  
調和させたプロモーション

H/W、S/W、システム、コンテンツによる  
サイネージソリューションの策定

システム部会



# ロケーション部会の3つの会議体

ロケーション部会

月1回開催。ロケ部会全員が参加

各WG活動

各WG Leaderが中心となって、随時活動

ロケ部会幹事会

月1回開催。各WG Leaderで構成

# ロケーション部会の活動AreaとRoadmap(再掲)

## リサーチ & サーベイ

- ・クライアント意識調査
- ・ロケーション分類
- ・ロケーションの用途、媒体特性
- ・ロケーションオーナーヒアリング
- ・導入事例調査
- ・勉強会

## スキーム策定

- ・広告価値、不動産価値と公益性が調和したプレイリストの策定
- ・ビジネスモデル仮説 (広告費算定・販促効果)

## 実証実験

- ・候補地選定
- ・ロケーションオーナー集め
- ・地域や自治体との提携
- ・他部会での実証検討事項の整理

上半期

下半期

年度末

- ・検討した分類によるデータ蓄積
- ・セグメント毎の法規制の調査 (屋外広告条例・建基法etc)

- ・策定したビジネスモデル仮説やプレイリストを他部会の成果と組み合わせる
- ・ビジネスモデルの詳細化
- ・メタデータ項目の整理

- ・リサーチ、サーベイ、ビジネスモデル仮説に基づいた実証実験の開始

- ・ロケーションオーナーの導入意向と実導入率を定量的に示す
- ・市場の拡大とともに発生する諸課題へのセーフティネット検討

- ・媒体情報のポータル化
- ・ロケーション別バリューチェーンの完成

- ・ロケーション別に各部会での実証検討事項と結果報告書の作成

サイネージのメディア化、サイネージのあるロケーションモデルを世に示す

# ロケーション部会の4つのWorking Groups(再掲)

## 秋葉原WG

### 秋葉原でのサイネージ実証実験とメディア化

- ・参加店の店頭ディスプレイ
- ・既存街頭ディスプレイ
- ・PC・ケータイ

### アキバ文化を活かしつつ、安全・安心につなぐ

- ・広告を含む、アキバならではのコンテンツを配信
- ・サイネージに顔認識のカメラを搭載

### 地元組織主催との連携・イベントの同時開催

- ・総務省ユビキタス特区実験予算も視野に

## 六本木WG

### 六本木と他地域との相互実証実験

- ・都内の他エリアや地方と提携
- ・サイネージを広域ネットワークで接続
- ・情報やプロモーションコンテンツを相互配信

### サイネージ・イノベーション

- ・新しい技術や新しい表現方法で  
テレビやWEBとは異なるメディアに

### 測定評価を同時実施

- ・ロケーションの不動産価値の向上を図る

## ロケーション・データベースWG

### DS設置状況調査

- ・秋葉原
- ・六本木
- ・その他都内各所

### 屋外DSに対する法的規制調査

- ・ロケーションの性質やオーナー・ポリシーも併記

### 調査結果のDB化とMapによる可視化

- ・サイネージの設置箇所Mapにプロット
- ・クリックすると詳細情報を表示

## パーソナル・サイネージWG

### パーソナル・サイネージ・メディアの可能性を検討

- ・屋外サイネージを補完
- ・メディアとしてのビジョンを描く
- ・ビジネスモデルと、新市場形成を提言

### パーソナル・サイネージの定義

- ・利用シーンと、ビジネスモデル
- ・個人を対象としたサイネージの実証実験



