

ロケーション部会報告



六本木WG

- 理想的な街のデジタルサイネージ化構想
- 題材：デジタルサイネージによる2020年の六本木交差点
- アイデアを外部に募集してコンペティション
- 六本木の商店街やビルに紹介・提案
 - アートで、とんがっていて、妖しくて
 - 便利で楽しくて
 - それでいて、安全・安心な街
- 目標：来年6月にDSJなどの展示会で発表
- 連携：システム部会と協議
- 次回12月1日に、具体的な内容と手法について議論

六本木交差点



ロケーションDB WG

- By Weeklyで、下記に関して論議・策定中
 - DBの属性項目の検討
 - ロケDBの存在意義 = 既存のD/SロケWebサイトとの違い
- これから
 - 3部会におけるロケーション分類の整合
 - 用語の統一・定義
 - 規制調査の進め方
 - システム設計作業
- 11月19日に次回WGを開催予定

ロケーションDBの考え方 = 5W1H

既存のデジタルサイネージ紹介Webサイト

Who	視認者	システム	コンテンツ	ロケオーナ	政府・自治体
What	何を視認したか?	製品・プロトコル・I/F	画角やフォーマット	ポリシーの対象	規制または推進内容
When	いつ視認したか?	設置時期	放映時間	ポリシー適用時期・時間	規制または推進時期
Where	どこで視認したか?	設置場所	放映場所	ポリシー適用場所	規制または推進場所
Why	何故そう感じたか?		放映目的	ポリシーの理由	規制または推進理由
How	どう感じ、どう行動したか?	音声・効果・センサなどの手法	表現手法	ポリシーの施策方法	規制または推進方法

DSCのロケーションDB

パーソナルサイネージWG

- 10月27日にWG定例を開催
- 有識者を招いて、提言書案を議論
 - 「通信機能を持ったデジタルフォトフレームの動向」
 - 「米国におけるデジタルフォトフレームのトレンドと未来」





DSCロケーション部会 秋葉原WG

献血ルーム誘導効果 検証プロジェクト

実施概要

2009.11.6

献血ルーム誘導効果検証プロジェクト 実施概要

■12月17日（木）～20日（日）のうち、2日～4日

■放映時間 10:00～20:00（場所により違う）

■デジタルサイネージ設置場所とディスプレイ台数

下記3ゾーンに、臨時にデジタルサイネージを設置して、
秋葉原に2ヶ所ある「献血ルームへ」の誘導効果を検証します。

①秋葉原駅構内イベントスペース

NECディスプレイソリューションズ様のデジタルサイネージを8台+2台
富士通様2台

画面サイズ NEC社：32型・46型 富士通社：50型

②秋葉原UDXビル内 5Fオフィスエントランス（南側）

PDC様（パナソニック）のデジタルサイネージ2台
秋葉原UDXの既設のデジタルサイネージ（大型ビジョン1面）

③ソフマップ・アニメショップなど店頭（店内）

ストリートメディア様設置中のデジタルサイネージ「Touch!ビジョン」15台

初音ミクがデジタルサイネージで献血P R D S Cと日本赤十字社が社会インフラとしてのデジタルサイネ ージの効果検証実験



X



日本赤十字社

X



コンソーシアムが考える献血とコラボするメリット

- 社会性が高い
- 献血ルームでのトラッキング（アンケート調査）が可能なので、誘導効果が測れる。
- 「JR東日本秋葉原駅デジタルポスター」のクライアントであり、デジタルサイネージに理解がある。
- 12月は献血者が減少しだす時期なので、意義がある。
- 新しい献血ルームである A k i b a : f が、10月1日にオープンしたばかり。
- 秋葉原的素材として有名な「初音ミク」とコラボ出来る。
- 事後のPR的においしいポイントが全部詰まっている。

初音ミクとは



ヤマハの開発した音声合成システム『VOCALOID2』を採用したボーカル音源の1つで、メロディと歌詞を入力することで、合成音声によるボーカルパートやバックコーラスをパソコン上で作成することができる。また、声に身体を与えることでより声にリアリティを増すという観点から、女性のバーチャルアイドルのキャラクターが設定されている。これが初音ミク。発売直後より初音ミクで作成された楽曲やキャラクターイメージを用いた動画がニコニコ動画をはじめとする動画投稿サイトに次々と投稿されたことで人気に火がつき、**DTM**ソフトウェアとしては異例のヒット商品となった。初音ミクを用いて数多くの作品が発表されており、その一部は音楽**CD**等の形で販売されている。キャラクターとしての人気も高く、フィギュアをはじめとするキャラクター商品が多数発売されている。初音ミクは「未来的なアイドル」をコンセプトしてキャラクター付けされている。名前の由来は、未来から初めての音がやって来るという意味で、「初めての音」から「初音」、「未来」から「ミク」とされた。**Akiba : F of the Future**（未来）と合致している。

①アキバ献血ルーム



けんけつちゃ。

アキバでは、男性が80%台（前半）が多いのが特徴。
通常は6割くらい。特に、一番欲しい20～30代男性が多いので2ヶ所ある
1日だいたい60～70名 土日は100名くらいだそう

本を読みながらの献血できる

アキバ献血ルームで
手相占いはどうですか？



実施日	第2水曜日（午後のみ、先着10名） 第4火曜日（午後のみ、14時～17時） 第4金曜日（午前、午後それぞれ先着10名）
対象となる方	献血協力者
料金	無料（もちろん）
占いの半額	？

占いも実施

アキバ献血ルームの本棚

漫画本約800冊でぎっしり。これほどの数になるのは
、献血者自身が寄贈してくれるからという



10月1日（木）にオーブン ②アキバ献血ルーム「akiba:F」



いたる所に、初音ミクが



施設中央には円柱状のショーケースが置かれている



入り口のガラスがサインージ化されている。



初音ミクの3DCGホログラム



ごみ箱の上にもフィギュアが。ごみを捨てるとフィギュアを照らす光の色が変わる



(akiba:F) のFはFUTURE：未来 を意味する

こちらは、土日には150人くらい来ている。
初めての方も多いそうです。

2009年10月1日から2010年1月8日の期間は「初音ミク」の展示イベント実施

初音ミクは未来少女。「秋葉原に新たな聖地の誕生」と言う者も



ビルの5階

既存コンテンツ例

献血ルーム

10/1 New Open!
akiba:F

ラジオ会館
LABI 秋葉原
みどりの窓口
ダイビル
現在地
秋葉原駅電気街口

10月1日に献血ルームが増えます!

日本赤十字社
Japanese Red Cross Society

献血ルーム

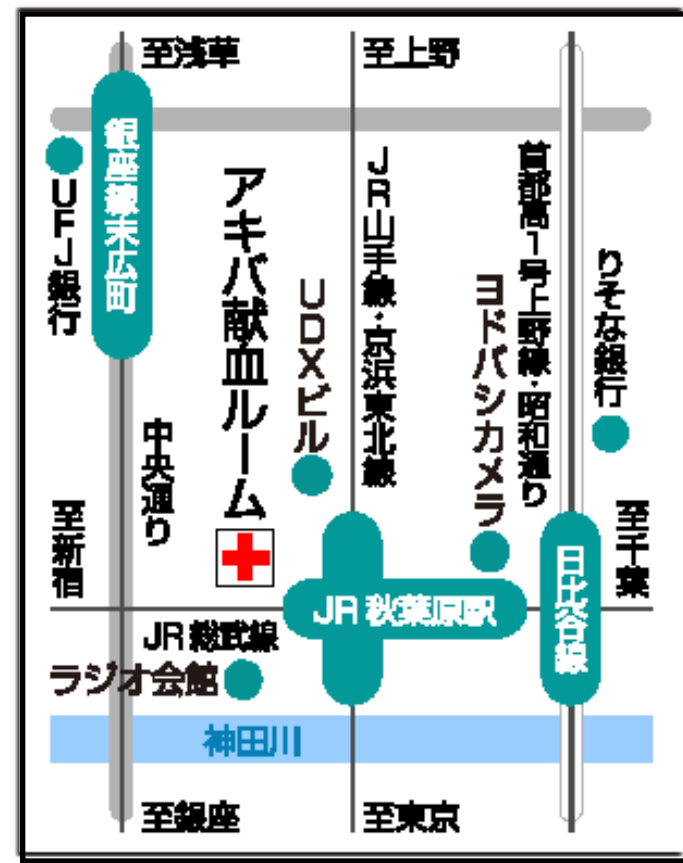
アキバ献血ルーム
ラジオ会館
LABI 秋葉原
みどりの窓口
ダイビル
現在地
秋葉原駅電気街口

○ 全血献血 (400ml・200ml) 10:00~12:45 / 14:00~17:45 (土日祝日のみ昼中断なし)
○ 成分献血 10:00~12:00 / 14:00~17:00

TEL 03-5298-2811

日本赤十字社
Japanese Red Cross Society

既存コンテンツ例



オリジナルコンテンツ アイデア例

ミク時計

一時間ごとに時間をアナウンス (端末内時計の精度の問題があるため、秒は刻まない)

主に字幕で表現

「おはようございます
、午前10時がすぎま
した。
今日の献血が始まりま
したーよ♪」

「12時15分がすぎまし
た。 Akiba:Fの午前中の受
付は終了です。午後は13時
30分からです」
アキバ献血ルームは12時45
分まで。午後は2時からです

「午後5時がすぎました。
今日の献血はあと45分
終わっちゃいますよー♪」



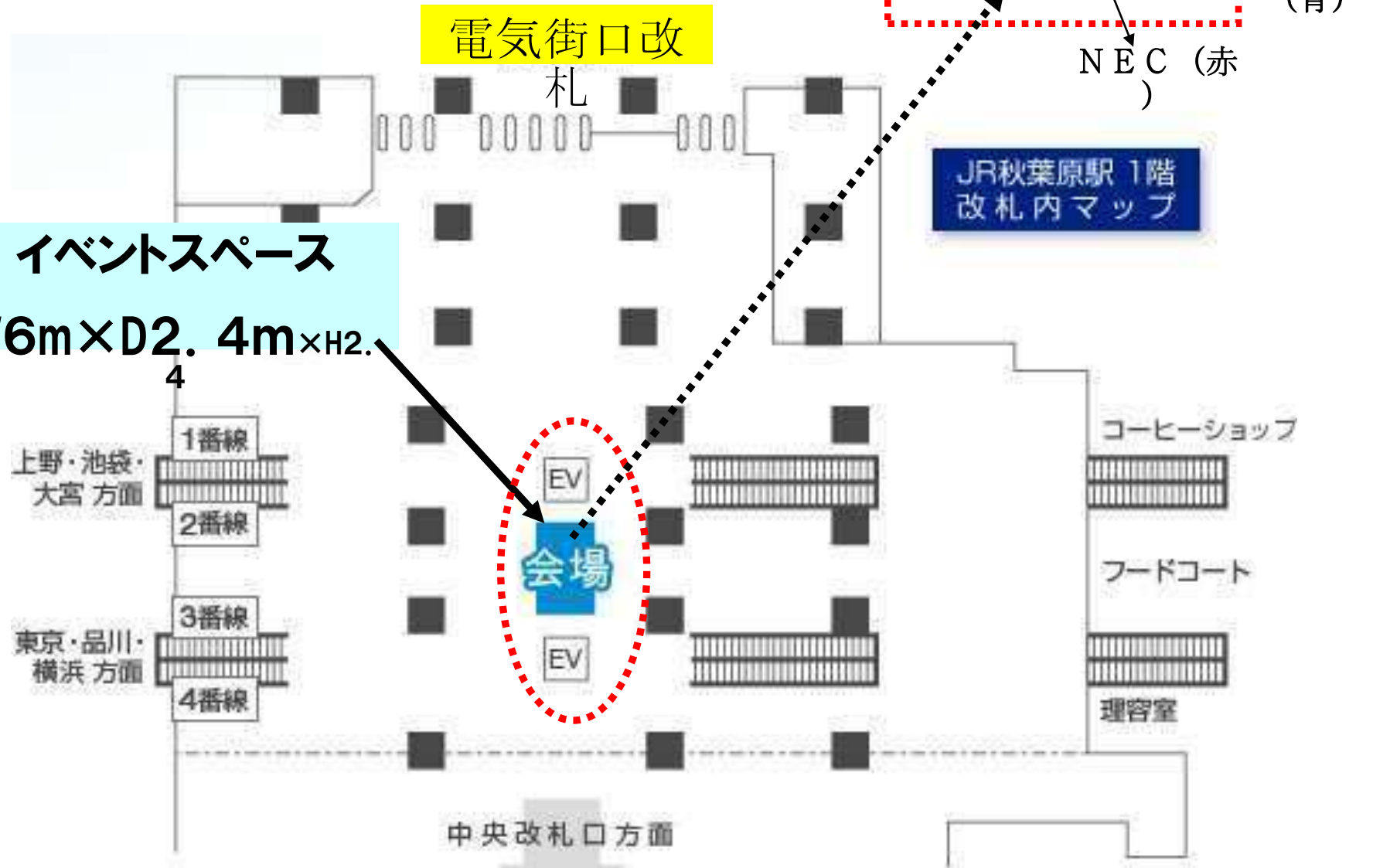
オリジナルコンテンツ アイデア例（考え方例）

- akiba:F（アキバ：エフ） ミクキャンペーン紹介スライドショー
- Akiba:Fがどこにあるかを示し、ルームの中を紹介する 4面別の画面



実施場所：秋葉原駅構内 イベントスペース

イベントスペース
W6m×D2.4m×H2.4m



秋葉原駅構内 イベントスペースで実施 (一般広告主実施事例)



実施場所：UDX内 設置場所（候補）



UDX5階 オフィスエントランス(南側)



UDX5階 エスカレータを上がったところ



OK

UDX5階 トイレ入り口脇 ローソンに行く方向

実施場所：9面マルチビジョン UDX内のビジョン 設置場所（候補）

アキバスクエア内



保留

実施場所：UDXビジョン UDX外の大型ビジョン 設置場所（候補）



実施場所：ストリートメディア社様が展開する「Touch! ビジョン」で放映

■測定システム設置場所（候補）

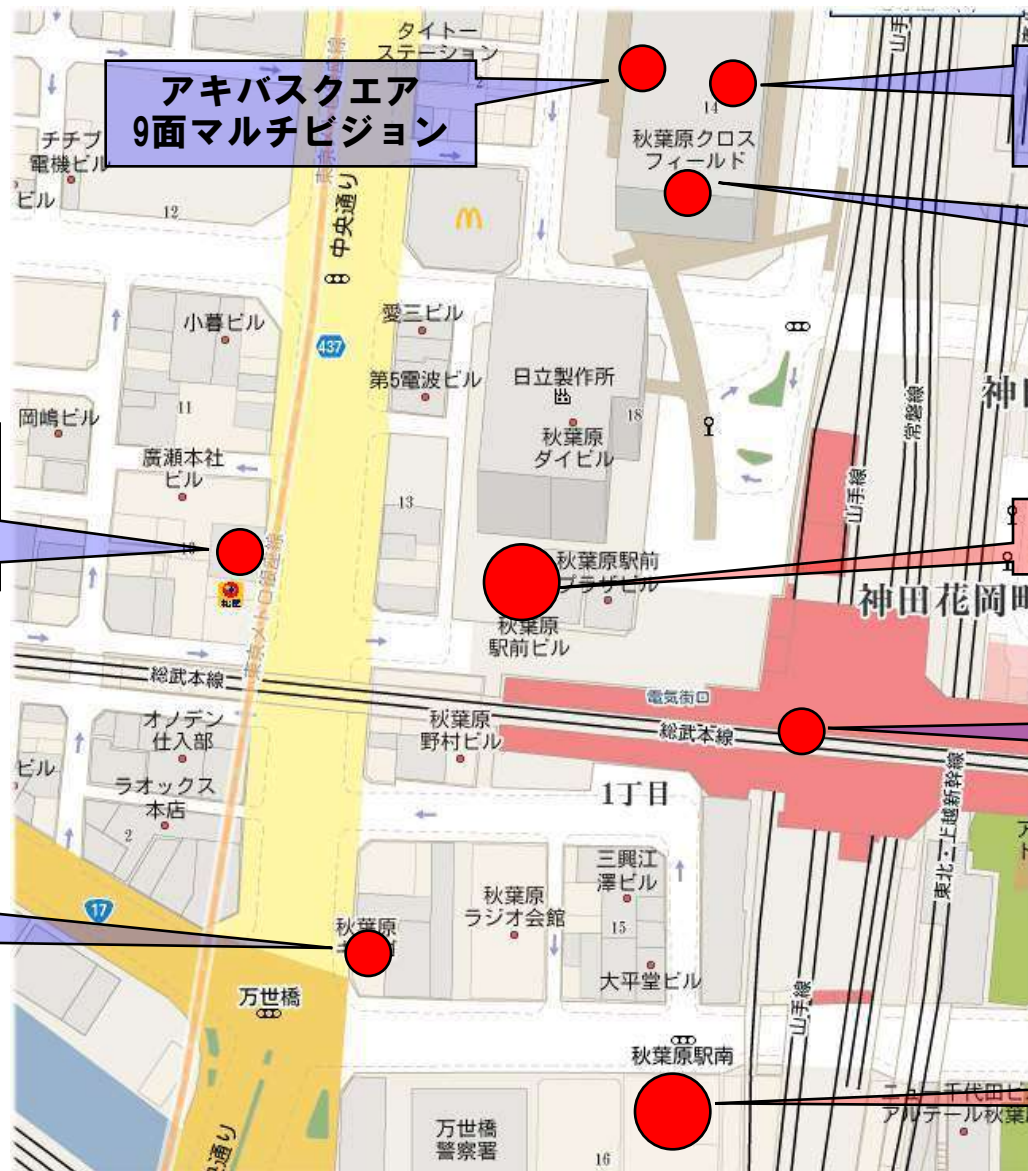


ソフマップ アミューズメント館（店頭）



秋葉原G i G O（店頭）

検証実験 実施予定場所



アキバスクエア
9面マルチビジョン

UDX 5階
オフィスエントランス

UDXビジョン

「Touch!ビジョン」
ソフマップ
アミューズメント館

アキバ献血ル
ーム

秋葉原駅構
内

「Touch!ビジョン」
秋葉原GiGO

Akiba:F

効果検証実験 デジタルサイネージコンソーシアム実施体制(主な参加社)

■実施時期： ・2009年12月中旬、 2日から4日間を予定（12月17日～20日あたり） （設置場所により変わる）

*デジタルサイネージコンソーシアム各担当責任者体制

■端末（ハードウェア手配）について：江口常務理事様

①秋葉原駅構内イベントスペースに臨時設置

現場の広さ、設置のしやすさ、複数パネルの効果検証などの点からNECディスプレイソリューションズ様の「美映エル」を8台を設置。
(縦型)

さらに、富士通様のUBWALLを2台（縦型）

②UDXに臨時設置 5Fオフィスエントランス（南側）、2階インフォメーションセンター内・9面マルチビジョンも検討
.PDC様のディスプレイ2台設置（縦型）

③ソフマップ・アニメショップ、ゲームセンターなどに設置のストリートメディア社様の端末「タッチビジョン」内で放映
15台（横型）

■コンテンツ制作について：イマジカイイメージワークス喜多村様（プロダクション部会メンバー）

・指標部会、プロダクション部会で別途設定、制作する
(動画静止画比較、キャラクターの有無、複数パネルの利用の有無など)
・「初音ミク」を利用する

■効果検証方法（調査設計）について：彩ネットアド佐々木様 ビデオサーチ野原様 寒山川村様 (指標部会メンバー)

・各社の顔認証効果検証システムを運用する。(NECソフト様・マクニカネットワークス様・沖電気工業様・NTT様)

端末ハードウェアメーカー様とコラボして頂く。コンテンツによる視認率の違いも検証する

・献血ルームでアンケート（何を見てきたか）による誘導効果調査を実施（アンケート用紙作成中・献血ルームでのアテンドも予定）

*サイネージを見たか、見た為に来たのかの割合を測定することにより、サイネージ固有の誘導効果検証をする

■広報について：江口常務理事様（石戸事務局長様と連携）： ・DSCとしては

1 宣伝会議、販促会議、アドバタイズをはじめとする業界向け媒体

2 「初音ミク」をフックにしたネット系メディア

3 「献血と初音ミクとサイネージ」をフックにした一般メディア（テレビと一般紙）

・協力各社によるパブリシティ

■当日の運用（実施要項・連絡体制・） ・日本赤十字社様・デジタルコンテンツ協会様との調整（報告書作成

