

災害時のデジタルサイネージ(DSUFでの3回の議論 (①2011.3.25、②同4.14、③同5.20))の整理

2011年5月

DSUF事務局(株式会社 三菱総合研究所)

1. デジタルサイネージ(DS)ユーザの災害時対応と今後の予定

	震災直後からのDS運営	DS運営の現状(5/20)・今後
東急電鉄	<ul style="list-style-type: none"> 震災後、広告を中心にDSの消灯を意思決定。順次、消灯を実施。すべて消灯したのは数日後。その後も、DSは消灯。 4/4に計画停電を当面実施しないという連絡があったためDSを順次復帰。DS再開時は時事通信ニュースや警視庁の案内など公共性の高いものを放映。 	<ul style="list-style-type: none"> 4月下旬に放映時間を通常に戻す 節電対応のため、DS画面のバナー部分は消灯している
三菱地所	<ul style="list-style-type: none"> 震災直後(9分後程度)に、DSをNHKニュースに切替。当日にDS自粛の要請は無し。 現在は、共同通信とNHKニュースの放送を流している。 情報ニーズの高い、災害や原発の情報をモニタに流すことは継続的に実施。節電の観点から、3月22日の連休明けから、79台から55台に減らして稼動。 4/8以降、通常のDSプログラムに復帰。ただし、大きな余震(4/11、4/12)があった時、発生3分後にNHK緊急放送に切替 	<ul style="list-style-type: none"> ほぼ定常運営
NTT都市開発	<ul style="list-style-type: none"> DS関係では、都内にあまり数がないこともあり対応は限定。 現在、NHKなど震災ニュースは流していない。 	—
イオンアイビス	<ul style="list-style-type: none"> 震災当日に、イオングループとして節電を意思決定。DSも消灯を決定。 13日の昼には、広告主にもDSを止めることを連絡。その後、順次DSを消灯。 4/7から全国151店舗でDSを立ち上げ。イオンで「がんばろう日本」というセールの周知の為。セール終了後の4/13日以降、関東、東北の店舗はまだ電源を切っている。それ以外は放映している。 	<ul style="list-style-type: none"> 4/29に全店で放映を再開 (東電、東北電館内店舗は節電のため、DS設置数の半分は消灯) イオンの節電、復旧の取組状況をDSで放映
アイディーズ	<ul style="list-style-type: none"> 関東エリア、東北エリアにあまり端末を設置していないため、詳細不明。 	<ul style="list-style-type: none"> 4月末に通常モードに戻す
JR東日本企画	<ul style="list-style-type: none"> 社内マニュアルで、緊急時には広告を止めることが決められており、当日の16時50分には、DSの広告は止めた。ただし、消灯したわけではなく、黒の画面に切り替えた。 トレインチャンネルはロゴ表示に切替。トレインチャンネルの広告も止めようと検討したが、2画面のうち1画面だけ消灯することが出来ないの、ロゴ表示中心にした。 13日から節電対応が中心。主要駅の照明を落としていった。JRアドビジョンは、リモートで電源オフを3/13の午後に実施。 4/14現在、電車内はコンテンツをニュースや天気予報に絞る状況で放映。娯楽系のコンテンツは出していない。 	<ul style="list-style-type: none"> 4/25にDS運営再開(公共コンテンツが中心: 駅アドビジョンは100%広告であるが、一部ニュースや天気などコンテンツ系からソフトランディング的に立ち上げ) DSの輝度は50%削減し、節電に対応 5/9からCM配信も再開

1. デジタルサイネージ(DS)ユーザの災害時対応と今後の予定

	震災直後からのDS運営	DS運営の現状(5/20)・今後
森ビル	<ul style="list-style-type: none"> ・六本木DSは、3/11当日にNHKを流す試みを行ったが、技術的な問題で放映できず ・3/11は帰宅困難者を念頭に、六本木駅と乃木坂駅バス等の交通運行情報と店舗の開店情報を提供。翌日も同様な情報を提供 ・翌3/14にパブリックビューイング協会を通じて節電要請を知り大型ビジョンは、ブラックアウト(システム的にはいつでも再起動できる状態)にした。 ・3/25日から店舗営業を再開したので大型ビジョンを起動。開店情報やニュース・天気予報を流し始めた。4/1から通常営業となったので通常放映に戻した。 ・広告は3/11以降から現在まで放映は止めている。都知事選情報のみ3月25日から流した。企業CMは我々の判断で一旦停止し、その後広告主に報告した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・4/22、広告も含め通常放映に戻す
三井不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・3/11は地震の対応終了後、DSをNHKの緊急放送に切り替え、その後も放映。 ・3/19日からNHKの放送も通常放送に戻り、節電意識もあったためDSは消灯、現在も消灯中。商業設備は4/4からは通常業務だがDSは切ったまま。 	<ul style="list-style-type: none"> ・4/20にDS再開(大型ビジョンは節電のため、時間短縮して放映) ・きった広告の対応を広告主と協議中
シブヤテレビジョン	<ul style="list-style-type: none"> ・3/11は20:10まで通常放映。その後、NHKのBS1を当日の24時まで放映。 ・3/12にtwitter等で節電の要請など多く見られたため、社内やクライアントと検討した結果、15時頃に完全にシステムを切り、節電協力。3月末まで消灯 ・4/1からビジョンが復活、放映時間を短縮(11時～18時)して放映。4/4からはクライアントの要請に応じてコンテンツを放映。 	<ul style="list-style-type: none"> ・4/18に、通常放映に戻す。 ・夏場に向け、輝度を落とすなど一層の節電に対応する検討を実施中
クロスオーシャンメディア	<ul style="list-style-type: none"> ・3/11は停止はせず、翌日の15時から停止。3/25日までは消灯。 ・3/26、27は試験放送でニュースを流し、輝度を落とし、使用画面を2面から1面にするなどで節電対応。関係者の意見を頂き3/30から4/11まで2時間の試験放送を実施。 ・4/12日からは11時半～17時半の6時間に短縮し、広告も含め放映 	<ul style="list-style-type: none"> ・5/14にローソンの看板点灯に合わせ、DSを再開 ・輝度を半分程度に落とす、2画面ある店舗は1画面のみ等の節電を実施中
JR東日本ウォータービジネス	<ul style="list-style-type: none"> ・3/14以降の計画停電にあわせて、次世代自販機の電源をサイネージもあるので落としました。(自粛面は関係ないが、計画停電等へ配慮) 	<ul style="list-style-type: none"> ・49台の次世代自販機は、まだ消灯(DSの輝度、冷却系の省エネを含め節電をした上での再開を検討中)
ドトールコーヒー	<ul style="list-style-type: none"> ・現在DS展開をしている2店舗のDSは、震災後消灯 	<ul style="list-style-type: none"> ・4/14にDS再開(店先DSは19時までに時間短縮: 放映時間20%カットで節電に対応)

2. 災害時におけるデジタルサイネージ運営の検討課題①

【検討課題と意見】

災害時に必要な コンテンツと留意点

- 緊急性があり、汎用度が高い情報としては、放送コンテンツ(例:NHK)は有効。ただし、地域や今いる場で役立つ情報にならないケースがある
- コンテンツのソース(情報源)と発表されたタイミングが重要。刻々と変わる情報の場合、DSのコンテンツ更新が遅れるとミスリードになる可能性もある。情報源も、今回官邸の情報更新も不規則で充分とはいえない
- 緊急時でもDSコンテンツは、その場に即した情報が重要。例えば駅であれば、鉄道運行情報を始めとした交通情報が求められるだろう。(各社ごとではなく、当該地域の全社の情報が求められる)
- 災害直後から復興までの時間軸で求められるコンテンツは変わる。直後の即時対応でDSコンテンツの作成は限界があるが、時間が経過すれば役に立つ情報を提供できる。現時点であれば、地域ごと(その場での)放射線量の情報提供など
- 災害対応時は緊急時の重要な情報提供が求められるが、日常的によく起こる「明日は雪が降る」「台風状況」なども常時提供できることが重要ではないか
- 災害時に情報提供できるDSは、ロゴ表示などでアピールし、日頃から認知を高めるべきではないか。特に公共スペースに置かれているDSにとっては重要。逆にスーパー内の小さいスクリーンまで災害情報提供を推奨する必要はないのではないか

災害時のコンテンツ 提供の通信手段

- 放送(例:NHK)は、震災直後など即時対応時には有効。ワンセグの評価はバラツキがあるが、バッテリーの問題で使えないケースもある
- インターネットは、安否確認など双方向性が重要な場合、特に重要。
- P2Pのスカイプが利用しやすかったように、P2P通信も検討すべき
- 通信の輻輳、ダウンは今回も起こったが、多くの人が情報を求めていることが大きな要因。DSが情報提供することで人の不安が和らぐと、通信トラフィックも少なくなるなどの効果があるのではないか

被災地における コンテンツと通信手段

- 今回も被災地は高齢者が多く、デジタルデバイドの問題がある。みんなで利用する(公共性のある)、簡単に見れるツールとして、メディアとしてのDSの役割が認知されるべき
- 被災地の人々は地域やその場における情報が無いことが大きな不安。地域に即したローカル情報をDSは提供すべき

2. 災害時におけるデジタルサイネージ運営の検討ポイント・課題②

【検討課題と意見】

DS運営 (節電関係)

- 節電要請があると、DSを点灯することは消費者の意識を考慮し自粛する傾向になる
(きっかけは自治体や関連団体の節電要請に応える形)
- 近隣が計画停電中または節電意識が高いときに、自家発電を持っていたとしても、DSのみならず店舗についても使わなかった
- DSの輝度を落として放映するときに、節電効果がベンダーによって、機種によってまちまちで非常に分かりにくい。ベンダーの情報提供が重要
- DSの再開タイミングの判断が難しい。今回の場合、計画停電の中止などの社会の動き、関係者の調整と消費者意識の突合せで考えるケースが多かった

DS運営 (災害時の運営)

- 緊急時のDS運営について方針、マニュアルがなく、小売店舗全体の緊急時対応に従ったが対応が遅れた
- 節電要請への対応方針、マニュアルなども無かった
- 緊急時からの復旧(再開)についての方針も不明確だった
- 広告の場合、広告主との取り決めが不明確で、消灯後、広告主に連絡し了解を取るケースが多かった
(取り決め内容:放映のストップ、再開タイミング、放映ストップした枠のその後の振り替え等)
- 緊急時にNHKの放送を流す契約をしているケースはあるが、技術トラブルで放送できなかったり、緊急時のレベルに応じた運営マニュアルが無く、手間取るケースがあった
- 緊急時のコンテンツの供えが無く、店舗近くの交通情報をインターネット情報を頼りに手入力するなど出来ることに限界があった
- 鉄道系で、緊急時の場合DSを消灯する運営マニュアルにしていたため、システムが落ち運行情報などが流せなかった

DS運営 (DS再開の運営)

- DS再開に向けた試験期間に、天気、警視庁、自治体等の公共コンテンツ配信から始めるケースがあった
- ウエザーニュースの天気、共同通信のニュースなど提案があったものを流したケースがあった
- 輝度を落とす、DS再開台数の削減、DS運営の時間短縮等の節電対応を実施するケースが多い