

表題：第 69 回 DSC 勉強会

日時：

2013/04/09（火）10:30～12:00

場所：

慶應義塾大学三田キャンパス 北館大会議室

1. 議題

1) 部会報告

①システム部会

- ・次回は4月18日16時から行う

②指標部会

- ・ DSJ 発表に向け、北米・中国の最新動向を調査
- ・ 昨日4月8日に指標部会を行った
シードプランニング様より中国の動向を説明いただく。
- ・次回は4月26日16時から赤坂にて行う

③ロケーション部会

④プロダクション部会

⑤国際標準戦略部会

- ・ ITU-SG16 会合に向けた作業を行った。
災害対応、インタラクティブサイネージの寄書について審議。
後日 DSC 理事会、システム部会にて審議いただく
- ・次回の部会 5月下旬～6月上旬頃を予定

2) ゲストプレゼンテーション

①ゲストプレゼンテーション1

「金融機関における、メディアとしてのデジタルサイネージ」

日本電気株式会社

金融サービスソリューション本部サービス・ソリューション推進部

前島 誠一 氏

「FINECHANNEL」とは・・・?

金融機関を対象としたセグメントメディア

金融機関 ⇄ 利用者 ⇄ 広告コンテンツ

【展開ロケーション】

銀行 716 面

視聴可能数 636 万人

【仕組み】

- ・銀行にあるデジタルサイネージにファインチャンネルという枠を借りる
20分に1回

【広告出稿】

- ・金融機関内で広告を流すのは難しかった。

審査が厳しい。公的機関要素が強い。

個別交渉だと手間がかかる



FINECHANNEL が代行

【広告効果】

①行動特性

- ・金融機関は『消費行動を行う』という特徴的な行動を見せる

②利用時の状況

- ・1人で利用する
- ・待ち時間が長い、することが無い

窓口 約9分

ATM 約7分

③設置環境

- ・落ち着いた雰囲気、目線や動線に配慮した店内への配置
- ・競合媒体がない

【見てもらえるデジタルサイネージ】

サイネージの認知度が高い

(街の中の看板は見ようとして見るものではない)

【見たいデジタルサイネージ】

- ・サイネージでどんな情報がみたいかを明らかにすることで見たいメディアを実現する

【広告とコンテンツとの連動】

- ・コンテンツとつながりがあると視聴者へわかりやすい

-質問-

- ・金融機関の審査が難しいということだったがどんな厳しさがあるのか。

→金融機関の審査基準がある。

その上でファインチャンネルの中でも審査基準、デザイン基準をもうけて、審査をしている。今のところ金融機関側から掲載を断られた広告内容は無い。

② ゲストプレゼンテーション 2

「デジタルロードサイドボードの現状と今後」

株式会社電通

アウト・オブ・ホーム・メディア局 屋外メディア部

横見 俊治 氏

【野外メディアの領域】

- ① 繁華街
- ② 商業施設
- ③ ロードサイド
- ④ 街中

【野外メディアのデジタル化】

日本初のデジタルサイドボードの新規立ち上げ
ポスターを印刷するより安価
機械の調子によらず、色味の安定

【ロードサイドの変革】

80年代 タバコのメディア規制。ロードサイドにタバコ看板が点在
90年代 タバコ看板も規制。空き看板の活用
2005年 タバコ看板完全撤退。自動車メーカー広告主を中心にスタンダードメディアに
現在 ロードサイドボードにデジタルメディアの事業化開始

【デジタルロードサイドボード新規立ち上げ】

2012年10月～

2ライン

- ・「六本木 LED ビジョン」・首都高速3号渋谷線上り六本木エリア（1基1面）
- ・「ネットワーク」

【「ネットワーク」メディア概要】

- ・ 株式会社ヒットが事業主体
- ・ 全10面(8カ所)
都内首都高速 3号、4号、5号、環状線
- ・ 7:00~24:00 17時間/日
(1広告主 5時間40分程度)

DEC (どのくらいの車に乗車しているのか/国土交通省調べ)

- ・ 723,127人

【所在地】

pdf 6p 参照

【「六本木 LED ビジョン」メディア概要】

- ・ 株式会社Pプランニングが事業主体
- ・ 1面
首都高速3号渋谷線上り六本木エリア
- ・ 6:00~25:00 19時間/日
(1広告主 4時間45分程度)
- ・ 静止画のみ。ドライバーの安全面考慮

【放映事例】映像

- ・ 運転中はゆっくりは見られない。
- ・ 夜はきれい。夜景に彩りを与える。
- ・ 渋滞が起きると見てもらえる。首都高の渋滞の有用性
→特に渋滞の多いところがターゲットとなる
- ・ 1機2面で両車線を網羅する箇所をもうけてある。

【活用事例】

10,11p 参照

シーズンに合わせた商品・バージョンを展開

【運営システムについて】

- ・ 遠隔操作で通信・情報操作
- ・ 24時間監視体制
- ・ 警察に事前申請を行っている

【現状の整理と課題】

- ・ アニメーションは可能か？
ドライバーの安全面が課題
- ・ デジタルとハード側面の課題
今はアナログ入力。
- ・ 放映シーンのシズル感を伝えにくい。

【ロケーションの今後】

- ・ 生活者の行動傾向から抽出
- ・ アニメーションの効果

例) 桜が舞う

【今後】

- ・ ネットワークの拡大

【測定方法】

- ・ アイトラッキング
運転手難しい。助手席飲人にはできる
- ・ インターネット調査
- ・ ダイレクトインタビュー

以上