

タブレット端末を利用した ダイレクトオフィスサイネージ

2013/06/18

NTTアイティ株式会社

サイネージ事業部 SE営業部

濱中慎一

神奈川スマートスクリーン KANAGAWA SmartScreen

- 株式会社NTT東日本-神奈川が、この春に全拠点（26拠点）、全社員（4,300人）にタブレット端末を配布し、オフィスサイネージシステムを構築しました。

プロジェクトのきっかけ～問題意識

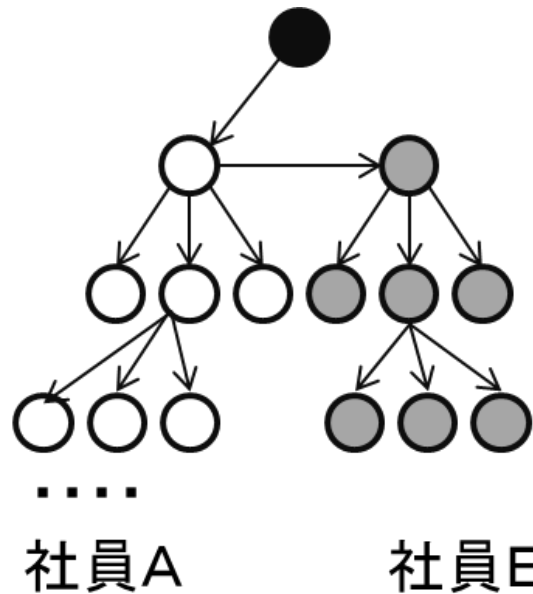
特殊なものではなく、企業における普遍的(終わらない)テーマ

- 競争環境下での、更なる生産性向上や効率
- 一体感の醸成
- 社員の自発的な行動の促し
- 「安心・安全」・・・一人ひとりの意識向上

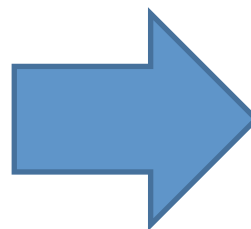
プロジェクトのスタート～絞込み

目指すは「情報共有」、そこで現状分析。

- 情報の質：そもそも必要なもの（選択済）
- 情報の量：既にある、日々増えている
 - 情報処理のオーバーフロー
 - 情報伝達の“手段”を見直し



これまで:カスケード型
 *発信者の情報は徐々に
 伝わっていく。発信者で
 ない人が伝えていく。



受信者(個人)に発
 信者が直接伝える。

新たな課題:
 受信者からのフィードバック
 をどうやって発信者に届けるのか

なぜサイネージが

～やりたいこと(目的)があって手段に～

社員一人一人に直(ダイレクト)に届ける

→個人に持たせられるディスプレイが必要

→光iフレーム2がある！(解決！)

→タブレットはタッチができて双方向

→課題解決！受信者からの

フィードバックも得られる

さて、光iフレーム2(Androidタブレット)で使える情報
配信システムはどこにあるのか？

→歩いていける距離のグループ会社が

持っていました。

オフィスサイネージはサイネージか？

- 発信者は見た人に“行動”を求める/期待する
→購入や利用とは異なるがこれも1つのサイネージでよいのではないか。

これからの神奈川スマートスクリーン
お客さま(現場)が一番進んでいる/考えている

次のステップをどう考えられているか？

×どうやってシステム/機器を活用するか？

×どういうコンテンツを流すか？集めるか？作るか？

○持っている人にどう使って欲しいか？

○どんな使い方だと皆が使ってくれるか？

→これから、コンテンツを“逆算”する

マイルストーンの1つ

「サインページを見に(チェックしに)職場に戻る」

- 営業/設備など外回りの方が、「今日、オフィスでどんなことが、私に伝えられたのか？」を見に戻る。

- ご清聴ありがとうございました。

濱中慎一

hamanaka.shinichi@ntt-it.co.jp

ひかりサインエージ