

# デジタルサイネージ2020



## マーケティング・ラボ部会

### 最近の活動状況

2015. 8 27 部会実施

# デジタルサイネージ2020の作成の検討

マーケティング・ラボ部会

- ▣ 目的の検討
- ▣ 対象読者の検討
- ▣ スケジュールの検討
  - 5月初旬に脱稿してもらう
- ▣ 電子媒体への載せ方の検討→有料で販売するか検討
  - KDPに出す・キンドルダイレクトパブリッシング
  - Word完パケで自分で投稿
  - ツールにぶち込む
  - 販売経費30%をAmazonへ
  - DSCサイト、FB、個人でパブリッシング
  - アカウントを取るのが面倒くさい

# デジタルサイネージ2020作成

マーケティング・ラボ部会

## ■ 目的

- サイネージに興味を持つ事業者を増やす
- サイネージマーケットの拡大
- サイネージ・ビジネスを成功に導くポイントを明示する
- 足を引っ張りそうな事項・教訓の提示
- 2020年に日本を盛り上げるためのサイネージのありかたを先導する

# デジタルサイネージ2020作成

マーケティング・ラボ部会

- 事業者が留意すべきことを分類（Endユーザーニーズの観点で記述）

ロケーションオーナー、自治体

- 広告
- 販促
- 情報提供
- エンタメ

- ベンダーが留意すべきことを分類（事業者ニーズの観点で記述）

メーカー、SI

- 広告
- 販促
- 情報提供
- エンタメ

# デジタルサイネージ2020作成

マーケティング・ラボ部会

## ▣ 想定対象読者

- 全方位。なんでもあり
- コーナー、章立てによって入門的事項から中級、上級・専門的事項まで

## ▣ 若干の分別

- 用途ごと
- ターゲット視認者・生活者編（一般の人がどのように興味を持っているのかでも）
- 編（ビジネス目的：販促、広告、エンタメ、インタラクティブ）
- オーナ編
- ベンダ編

# 章立て・執筆分担の検討

マーケティング・ラボ部会

## □ はじめに

## □ 基本編

- 事例
- 分類
- ビジネスモデル
- システムモデル
- サービスモデル
- サイネージをとりまく法規制（屋外広告条例、景観条例、道路交通法）と緩和策

## □ 本編

- マトリクス（後のページ）

## □ 最後の煽り

DSJワークショップテキスト

モバイル連携のありかた

サイネージ白書

システムガイドブック

成功のX箇条

キメラ、シードのレポート

過去のレポートからピックアップ

先進事例のUpdateが必要  
広告・販促・情報・エンタメ

景観と調和した  
サイネージの調査研究

DSAJサイネージ

# 先進事例の模索

- 武蔵小杉グランツリー（販促
- 名古屋駅（広告
- 品川駅70インチ・縦横兼用（広告
- 金沢駅（広告
- コレド日本橋（販促
- ルミネ新宿駅新南口（販促
- 品川水族館（エンタメ
- 江ノ島水族館
- 港区役所（自治体情報
- 新宿西口地下（情報
- お台場科学未来館（エンタメ
- 東京ドームシティ TEN-Q（エンタメ
- ミッドタウン・キューブ（エンタメ
- 京都駅バス案内サイネージ
- 金沢駅バス案内サイネージ

- 札幌地下鉄（10月～）
- 名古屋地下鉄（2016年）
- 東急銀座数寄屋橋
- 銀座松阪屋
- CiP
- 8K:DSJ
- 台湾

# 本編のマトリクスの検討

		広告	販促	情報提供	エンタメ
事業者 End Userを向いている	ターゲットの振る舞い				
	留意点				
	2020年での可能性				
ベンダー 事業者を向いている	事業者のニーズ				
	留意点				
	2020年での可能性				



# デジタルサイネージ2020作成

今後にご期待ください



マーケティング・ラボ部会