


サウンドサイネージ  
TLFスピーカーによる音声訴求効果



2012年6月20日  
ヤマハ株式会社 SN事業部  
寺田好成

本日の内容


初めに

導入事例紹介

まとめ

2

ヤマハ株式会社 紹介


1887 山葉寅楠が浜松尋常小学校(現元城小学校)でオルガンを修理、同年11月にオルガン製作に成功

1889 当社の前身である合資会社山葉風琴製造所を設立



創業者 山葉寅楠

寅楠は、カザリ(貴金属加工)職人の河合喜三郎と共にオルガンの製作に取りかかり、2ヶ月後に国産第1号のオルガンを完成させます。ところが浜松には、誰もオルガンの出来栄を評価できる人がいません。そこで音楽教育の総本山、東京の音楽取調所(東京芸術大学音楽部の前身)へ持ち込むことにしました。当時はまだ鉄道もなく、東京までの250キロを天祥棒でオルガンをかついで運んだのです。旅装もとらず音楽取調所をたずねた寅楠に、伊沢修二(芸大初代学長)はこう言いました。『オルガンの形はいい。しかし、調律が不正確で、使用にたえない』...それもそのはず、正式に音楽を学んだことのなかった寅楠には、音階の知識がなかったのです。

3

事業領域




楽器事業



AV・IT事業  
サウンドネットワーク事業部



電子部品事業



その他の事業

4

**サウンドネットワーク事業部** 



小型・多機能・省エネルギー  
省エネ時代のギガビットルーター「RTX810」



「話しやすく」「聞きやすい」会議用マイクスピーカー





その会話、音で包みかくします  
スピーチプライバシーシステム「VSP-1」




室内の音(響き)を調える、ヤマハ音場コントロール技術  
「調音パネル」

5

**ヤマハ製TLFスピーカーとは？** 




TLFスピーカー



アンプモジュール

ヤマハ株式会社  
サウンドネットワーク事業部が開発し、  
“ささやく広告”という、全く新しいメディアを  
実現する画期的なスピーカー。  
(2011年7月発表。)

- 1.5mm厚の薄型・軽量・フレキシブルな省電力の静電スピーカー。
- 通常のスピーカーでは得られない音の指向性・速達性を実現。
- 印刷布をスピーカーにかぶせて、“音の出るポスター”“音の出るPOP”を実現。

**ヤマハ製TLFスピーカーの構成** 

**TLFスピーカー**

**A0**  
サイズ用  
W811  
×  
H1159


又は

**B1**  
サイズ用  
W698  
×  
H1000

**TLF-SP1-A0**  
主に  
大型看板用  
を想定


**TLF-SP1-B1**  
主に  
ポスター用  
を想定

**TLFアンプモジュール**




TLF-AM1


オプション **TLF-EX1-10**



延長ケーブル(10m)  
最大5本連続が可能(50m)

**導入事例(紳士服店舗①)** 

■ニュー新橋ビル 建物内通路



**【採用ポイント】**

- ・ささやき効果  
騒音環境でも  
しっかり聞こえる。
- ・サインージPV音声の  
外付スピーカーに応用。
- ・通行人への気づき演出。  
(店内誘導を図れる。)

期間：2012年2月24日(金)～  
場所：JR新橋駅付近、ニュー新橋ビル1F  
内容：洋服の青山「新橋烏森口」店内への誘導喚起。

## 導入事例(紳士服店舗②)



### ■ニュー新橋ビル 店舗内 (天井吊り設置)



#### 【採用ポイント】

- ・遠達性効果  
売り場全体の告知。  
(店舗隅々まで。)
- ・設置の簡便性  
(複雑な什器不要。)
- ・音声ナレーションの  
入れ替えが可能。  
(特売セール向き)

期間：2012年2月24日(金)～  
場所：JR新橋駅付近、ニュー新橋ビル1F  
内容：洋服の青山「新橋烏森口」店舗内「特売セール」の音声による告知徹底。

## 導入事例(交通広告①)



### ■西武鉄道池袋駅東口改札口付近



#### 【採用ポイント】

- ・遠達性効果  
騒音環境でも  
しっかり聞こえる。  
  
CMとは違った  
オリジナル音声で  
消費者への親近感を  
さらに訴求できる。
- ・マスコミへの  
波及効果の期待。

期間：2012年2月7日(月)～2月16日(木) \*昨年に続き、第二弾の実施。  
場所：①京王電鉄渋谷駅K-WAVE付近 ②西武鉄道池袋駅東口改札口付近  
内容：アサヒ飲料(株)朝ブレンド「アサヒ十六茶」のブランドイメージ認知促進

## 導入事例(交通広告②)



### ■京王電鉄渋谷駅K-WAVE付近



#### 【採用ポイント】

- ・遠達性効果  
騒音環境でも  
しっかり聞こえる。  
  
CMとは違った  
オリジナル音声で  
消費者への親近感を  
さらに訴求できる。
- ・マスコミへの  
波及効果の期待。

期間：2012年2月7日(月)～2月12日(木) \*昨年に続き、第二弾の実施。  
場所：①京王電鉄渋谷駅K-WAVE付近 ②西武鉄道池袋駅東口改札口付近  
内容：アサヒ飲料(株)朝ブレンド「アサヒ十六茶」のブランドイメージ認知促進

## 導入事例(交通広告③)



### ■JR線新宿駅 東口→西口地下通路付近




#### 【採用ポイント】

- ・ささやき効果  
(14mの通行距離カバー)  
  
騒音環境でも  
しっかり聞こえる。
- ・マスコミへの  
波及効果の期待。

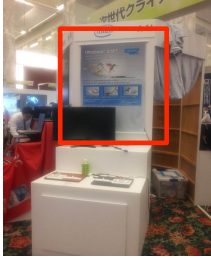
期間：2011年2月8日(火)～2月13日(日)  
場所：JR新宿駅 東口→西口地下付近通路付近  
内容：アサヒ飲料(株)朝ブレンド「アサヒ十六茶」のブランドイメージ認知促進

## 導入事例(展示会①) YAMAHA

■IPv6ブース



■Intel社ブース



【採用ポイント】

- ・遠達性効果


会場の雑踏・騒音環境でPV動画の解説音声を送くの来場者へ伝える。

新商品説明パネルから音声ナレーションを流し、無人でも商品解説が可能。

期間：2012年2月8日(水)～10日(金)  
 場所：ザ・プリンスパークタワー東京「大塚商会実践ソリューションフェア2012」会場  
 内容：モニターPV音声用スピーカー(IPv6ブース)、新商品説明パネル(Intel社ブース)

## 導入事例(展示会②) YAMAHA

■ドワンゴ社「音の出るキャラクターポスター」



【採用ポイント】

- ・ささやき効果

会場の雑踏・騒音環境で「音の出るポスター」からセリフを流し、集客を促す。

期間：2012年4月28日(土)～29日(日)  
 場所：幕張メッセ(千葉県)「ニコニコ超会議：VOCALOID AREA」会場にて。  
 内容：音の出るキャラクターポスター(VOCALOIDキャラクターからセリフ再生)

## サイネージの音はヤマハ。 YAMAHA



SoundSignage<sup>TM</sup>

「SoundSignage(サウンドサイネージ)」とは、音声による情報提供を実現する媒体として、ヤマハ株式会社が提唱する概念です。

ヤマハ株式会社製『TLFスピーカー』を使用しています。

SoundSignage(サウンドサイネージ)は、ヤマハ株式会社の登録商標および商標です。

## 本日の内容 YAMAHA

# まとめ

16