



デジタルサイネージアワード2018
受賞作品

Corporate Name

株式会社テレビ朝日
株式会社テレビ朝日クリエイト

Entry Title

「みらい図書館」

Location

テレビ朝日アトリウム



Details

絵本でもなくテレビとも違う新感覚を通じ、子供たちにドラえもんの世界感を感じてもらおう施策として企画。何も描かれていないページをめくると、各ページに連動した動画が投影再生され、動く絵本へと変身。連日好評を博し、単純に映像プロモーションを行うよりも、実際に自分でページをめくる事で参加感がプラスされた結果、子供たちの好奇心を掻き立て、より鮮明に記憶に残る結果となりました。



Corporate Name

YKK AP株式会社/株式会社Will Smart/株式会社NTTドコモ

Entry Title

「未来ドア」

Location

YKK AP ショールーム新宿



Details

2016年から展開している“未来窓プロジェクト”の第3弾“未来ドア”を4月25日記者発表いたしました。内容につきましてはニュースリリースおよびプロモーション動画をご覧ください。

10周年記念賞

クリエイティブ

エンターテインメント

Corporate Name

パナソニック株式会社
パナソニック システムソリューションズジャパン株式会社
株式会社モンタージュ

Entry Title

「AcroSign」による空間演出サイネージ/
「フェルサブルータ」とのコラボレーション」

Location

品川プリンスホテル内 ステラボール



Details

ニューヨーク、ロンドンなど世界30カ国・60都市以上で、500万人以上の観客を動員している体験型エンターテインメント『フェルサブルータ』。Panasonicは最新作「WA!!」の日本公演に出資、技術協力、協賛しました。演目やエントランス、ロビーの機材やコンテンツ、配信を含めて、弊社デジタルサイネージソリューションブランドである「AcroSign」によって提供されています。

会場内へ続くゲートには、複数のディスプレイで構成された巨大な門がそびえ、立体映像の空間を演出しています。全方位ネットワークカメラや画像センシングなどを組み合わせ周囲の滞留状況に合わせて、グッズや公演情報などリアルに欲しいタイミングで効果的なコンテンツを送出し、“人に作用する”サイネージを実現しました。さらには、ディスプレイやプロジェクター、音響などを駆使した空間演出で、公演内容とマッチした世界観を表現し、ロングラン公演を成功に導きました。



Corporate Name

資生堂ジャパン株式会社

Entry Title

「MAQUILLAGE 「Lady Present Box」」

Location

都営地下鉄 六本木駅ホーム



Details

クリスマス時期にメイキャップブランド「MAQUILLAGE」から「新しい自分」に出会えるきっかけをプレゼント。視線を読み取ることで、パーソナライズされた体験をオーディエンスのスマートフォンにまで届けた。

取組みの背景

OOHの課題として、下記が挙げられる。

- ・不特定多数への広告配信の為、深いエンゲージメントが得られない
- ・その場だけの短いコミュニケーションで終わってしまう
- ・デジタル広告に比べ効果測定が難しい

ポイント

課題解決の為の取組みポイントは下記。

- ・カメラ認識機能（視線・性別・年齢検知）を活用したデータの可視化
- ・日本初！の視線検知によるインタラクティブ機能を活用し、パーソナライズされた深いエンゲージメントを実現
- ・ターゲットのスマートフォンにまで続く体験の流れを設計
- ・OOHにおけるターゲティングされたコミュニケーションの仕組みを実現



Corporate Name

サントリーコミュニケーションズ株式会社

Entry Title

「金麦花見サイネージ」

Location

メトロコンコースビジョン



Details

日常を豊かにするブランドとしての価値を高め、金麦をより多くの人に、より愉しんでもらいたい。日本の四季の美しさを代表する、桜に着目。見ごろの時に花見をするのは難しいが、実は、たくさんの桜が近くできれいに咲いている。これに気付きを促し、花見をもっと簡単に、身近に。それを金麦がすることで、花見を金麦とともにもっと愉しんでもらうことを目標とした。

東京メトロ主要13駅のコンコースに設置されているデジタルサイネージで、各駅、周辺の主要花見スポットのクリエイティブを掲出。

このために、新たに、クリエイティブの自動生成システムと、自動配信システムを開発。各駅ごとに違うクリエイティブを、30分ごとに生成・配信し、掲出。

毎日更新されている、主要花見スポットの開花情報に加え、時間・天候・開花予想日のデータを取得し、駅ごとに、周辺の花見スポットから、最も見ごろなものを選び、その情報を元としたクリエイティブを生成。

結果、定期実施の効果測定調査では、同程度規模の過去施策よりも約2~3倍高い認知率を獲得。また、テレビのビジネス番組にも注目され、次世代OOHとして取り上げられた。



Corporate Name

楽天株式会社

Entry Title

「絶対勝てない!?AIじゃんけんにEndlessChallengeキャンペーン」

Location

全国20箇所の楽天モバイル店舗店頭



Details

AIじゃんけんは、最新AI技術を使った3次元のジェスチャー認識機能により、高速に相手の手の形を認識することで必ず勝つ・負ける手を出すことのできるインタラクティブなプロダクトである。事前に10万通り以上の手の動きを学習させたモデルを、3Dで動作するキャラクターのアニメーションと組み合わせ、早い反応速度で違和感なくキャラクターとじゃんけんが楽しめるようになっている。本プロジェクトでは、このプロダクトを楽天モバイル店舗のデジタルサイネージにて全国展開し、事前に勝率を非常に低く設定することで通常の抽選よりもよりエンターテインメント性の高い参加型販促キャンペーンとして実施した。勝ったら1年間基本料金が無料というインセンティブのインパクト、じゃんけんという手段の分かりやすさ、AI技術が気軽に体験できるという希少性から多くのユーザが参加し、また複数の全国区メディアにも取り上げられた。

Corporate Name

楽天株式会社/筑波大学/有限会社ズーティー

Entry Title

「バーチャルスタイリングラボ」

Location

FUDGE Holiday Circusイベント内
(品川シーズンテラス内特設会場)

Details

バーチャルスタイリングラボは、従来の対面販売（ファッションアドバイス）の持つ課題を解決するために実施された実験的な試みである。店頭に出向かなければならない地理的な制約、試せるアイテム数の限界という物理的制約、対面での接客がもたらす緊張感という心理的な障壁を、デジタルサイネージを利用したリモート対応・バーチャルフィッティング・ロボアドバイザー風の接客という3つの要素で克服した。ファッション誌「FUDGE」の10周年記念イベントでブースとして2日間の展示を行い、ロボット風の音声でアドバイザー（販売員）が遠隔からブース内の来場者にコーディネートを提案し、約300組の来場者がバーチャルに試着を楽しんだ。体験の最後には雑誌表紙になり切れる企画もあり、雨の中1時間待ちの行列ができる、ほど注目を集めた。また、体験後にも表紙になりきった画像をダウンロードするためのサイトにて試着した商品一覧を閲覧でき、商品のオンライン販売ページへの誘導も行うO2Oも実現している。

グランプリ

ハード

エンターテイメント



Corporate Name

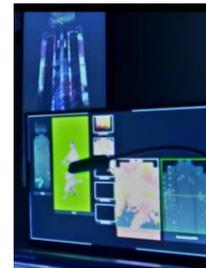
日本電信電話株式会社/株式会社NTTドコモ
株式会社カケザン/株式会社イメージソース/株式会社ノングリッド

Entry Title

「YOYOGI CANDLE 2020」

Location

NTTドコモ代々木ビル、新宿駅周辺



Details

YOYOGI CANDLE 2020は、未来のパブリックビューイングを目的とした東京2020オリンピック・パラリンピック1000日前記念のライブイベントです。

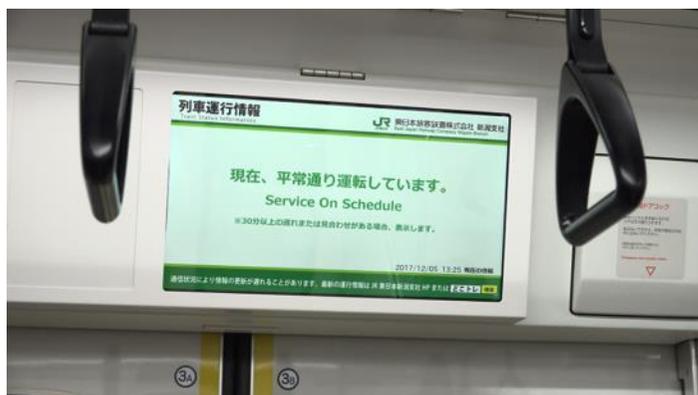
NTTドコモ代々木ビル壁面への超大型プロジェクションマッピングを中心に、NTTドコモと日本電信電話株式会社の先進技術を使ったインタラクティブ施策を展開しました。

イベントは、10月28日（土）と11月29日（水）に開催し、両日ともに、18:30-19:00、20:30-21:00の計30分間の全2公演行いました。

プロジェクションマッピングは、専用スマートフォンアプリと連動しており、

- ①スマートフォンから壁面映像に応援メッセージを投稿できる演出（計10分間）
- ②映像とリアルタイムで連動した音楽を、どのスマートフォンでもサイトで楽しめる演出（計10分間）
- ③映像から人物だけを抜き出して転送する技術「Kirari!」で、会場付近に設置された撮影会場にて演舞を行うスポーツ選手を抜き出し、「5G」の超高速・超低遅延通信技術を使って250m離れたビル壁面へリアルタイムに投影。映し出された選手に世界基準となった絵文字で応援できるインタラクティブ演出。（計10分間）

という3つの施策を展開しました。



Corporate Name

東日本旅客鉄道株式会社 新潟支社
株式会社総合車両製作所
株式会社ジェイアール東日本企画 新潟支店

Entry Title

「後付け式ローコスト型車内ビジョン Train Viewer +」

Location

J R東日本 新潟エリア E 1 2 9系 電車内



Details

従来、J R東日本「トレインチャンネル」に代表されるような電車内のデジタルサイネージ搭載は車両設計段階からの調整が必要であり、電車新造時に仕様を追加することが一般的でした。また導入コストも非常に高額で都市圏の新型車両にしか導入が進みませんでした。

私たちは既存車両におけるサイネージ追加設置のニーズに着目し、サイネージをドア上部に「後付け」できる仕様とし、コンシューマー向け情報機器の活用を検討して、従来に比べて画期的にローコストな車両サイネージ展開を可能にしました。現在、全国複数の鉄道会社より問い合わせをいただいております。この分野におけるマーケット拡大に寄与するものと自負しております。



Corporate Name

サントリーコミュニケーションズ株式会社

Entry Title

「東京メトロ×サントリー「BOSS」コラボ企画
「THE LAST TRAIN」

Location

メトロコンコースビジョン



Details

「働く人々に寄り添う存在」である、東京メトロとサントリーコーヒー「BOSS」のコラボ企画として、長年働き続けた駅長の仕事人生最終日に、駅長が働く駅を舞台に駅デジタルサイネージを活用した退職サプライズを行いました。時間や掲出する場所をセットすることができる東京メトロの駅デジタルサイネージを活用し、終電を見送った駅長が最後の駅構内の点検をするタイミングに合わせて、ブラックアウトしていた駅デジタルサイネージに同僚からの労いやお礼のメッセージを掲出しました。

この動画は、WEB公開と、実際に東京メトロ駅デジタルサイネージや車内ビジョンで掲出され、テレビやネットのニュースにも大々的に取り上げられ、YouTubeでは約60万回再生、Like数は約4500と高評価を得たほか、第56回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクールにてデジタル部門グランプリを頂きました。