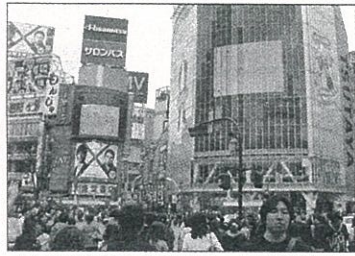


エンタープライズ

デジタルサイネージの可能性



ハチ公前のスクランブル交差点。一日の歩行者数は約50万人で、交差点の周囲の媒体価値は回抜けている

北京五輪が終わり、地上デジタルテレビの販売が一段落したディスプレイメーカーは、デジタルサイネージに販路を求め

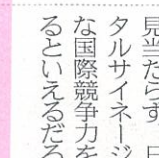
た。通信業界では、〇八年四月にNTTが次世代ネットワーク「NGN」を開始。そのネットワークを利用する新たな市場としてデジタルサイネージに注目した。また、四大マス媒体への出稿量が減ってきた広告・コンテンツ業界も、デジタルサイネージで挽回を図ろうと躍起になっている。

メディアとしてのデジタルサイネージの特徴は四つ。時間や場所を特定できること。動画的な作業不要となり、長期的に見て広告コスト

の削減につながる。この四つという動きが地方で進んでいます。そこで活躍しているのがローカル



デジタルサイネージコンソーシアムの中村伊知哉理事長



デジタルサイネージコンソーシアムの石戸奈々子事務局長

(百瀬 崇)

第1回 「電子看板」が注目を浴びる理由

この数年で急成長を遂げているデジタルサイネージ(電子看板)市場。2015年には1兆円規模になるとの予測もある。デジタルサイネージの現状と課題、そして可能性や未来像を5回にわたって探っていく。

東京・渋谷。日本有数の人通りを誇るハチ公前のスクランブル交差点に立つと、いくつもの大きなディスプレイが周囲を取り囲む。デジタルサイネージ(電子看板)だ。このデジタルサイネージとは、店舗や屋外、交通機関などの一般家庭以外の場所で、ディスプレイを使って情報発信するもの。約一六〇社が加盟するデジタルサイネージコンソーシアムの中村伊知哉理事長は「最近では、デジタルフォトフレームのような家庭内に置かれるものもデジタルサイネージに含めようという議論が起きている」と説明する。デジタルサイネージが注目を集めたのは二〇〇八年。その年、ディスプレイと通信、広告・コンテンツの三業界が同時期に市場開拓に注力し始めたのだ。



東京ミッドタウンに設置された3面の大型ディスプレイ。ファッション映像などが流される都市アート型のサイネージだ

が、デジタルサイネージでは、地方の広告代理店が気を吐いているのだ。四大マス媒体以外の、チラシやポスター、交通広告、看板といったメディアは約三兆円の市場があり、そこでのデジタルサイネージ化が進んでいる。「新聞の折り込みチラシや、町の看板をデジタルサイネージに替えてい

「e-Learn

富士通の受賞作は鉄道事業者の運転士教育訓練用に開発したもの。従来の鉄道運転シミュレータはすべてCG処理による映像だったが、「実際の建物や看板などを目印に運転を行う」ことが多く、より現実に近い環境を実現した運転シミュレータが求められていた(同社)。同システムでは実際に撮影した路線の周辺映像を最大毎秒六〇フレームのフルハイビジョン映像度映像を使用。勾配や位置情報などのパラメータが保存されており、勾配・曲線・走行抵抗、新幹線では空気抵抗まで車両の動きに変化を与え、要素を常に演算処理して車両の動きを正確にシミュレートする。Saas方式で提供されるため、周辺の建物や看板に変更があつた場合なども変更部分を差し替えて常に最新データが使える。鹿屋体育大学はスポーツ指導者を養成するためインターンシップ支援

が、デジタルサイネージがiPodで利用するようになる。活用度が飛躍的に向上した。ソフトバンクBBはPCで利用してきたeラーニングを〇八年度からeラーニングプラットフォームを介してモバイル機器でも利用できるようにした。グループの通信三

な広告代理店や広告主。東京以上に、地方の方が盛り上がりがあります(デジタルサイネージコンソーシアム・石戸奈々子事務局長)

各所で導入が進むデジタルサイネージだが、課題も多い。技術的なシステムの標準化がなされていない、テレビの視聴率のような効果を測定する定量的な指標がない、権利処理ルールがない、倫理規定がないといったことだ。現在、デジタルサイネージコンソーシアムが中心となり、これらの課題を解決すべく活動を続けている。

世界的に見て、デジタルサイネージの普及が最も進んでいるのはアメリカだ。日本はその後追いなが現状だが、中村理事長は「世界をリードするデジタルサイネージ大国になるポテンシャルを備えている」と期待する。その理由は三つある。一つはディスプレイを作っている優れた技術力のあるメーカーが多くあること。二つ目は光ファイバーの普及率が高いこと。三つ目はマンガやアニメに代表されるポップカルチャーが、デジタルサイネージのコンテンツとして高く評価されていることである。これらをすべて持っている国はほかに見当たらず、日本はデジタルサイネージの潜在的な国際競争力を持っているといえるだろう。

(丸山隆平)

教育分野IT化へ 国も注目

ディスプレイ・通信・広告 3つの業界が同時期に注力