ケイ・オプティコムと学ぶ
経営とICT最前線講座

明日のビジネスに直結する最新ICTトピックスと、それらを活用することで実現する未来や、企業経営の影響について、キャスター・エッセイストの福島敦子氏が、その道の「プロ」にお話をおうかがいしました。

デジタルサイネージで広がるコミュニケーションの可能性

最近話題の「デジタルサイネージ」をご存知だろうか。駅前の大型ビジョンや電車の中の液晶モニターなど、街で多彩な映像情報を流す新しい情報メディアである。2015年の市場規模が1兆円とも期待されるデジタルサイネージの可能性を、キャスターの福島敦子さんが、慶應義塾大学教授でデジタルサイネージコンソーシアム理事長の中村伊知哉さんに聞いた。

インターネット→携帯電話→デジタルサイネージ

福島　インターネットから携帯電話、そして次の情報メディアとしてデジタルサイネージが急速に注目を集めていますが、どのような点が新しいのでしょうか。

中村　何より屋外のさまざまな場所で情報を提供できる点でしょう。

福島　電車のドアの上のモニターなどは当たり前になってきていますね。

中村　例えば朝、家で新聞を読みテレビを見る。会社に着いてパソコンを立ち上げる。その間を埋めるメディアと考えてください。

福島　街の大型ビジョンなども同じような役目を果たしてきたと思いますが。

中村　ただコンテンツが違うんですよ。以前は同じテレビCMが延々と繰り返されていましたが、デジタルサイネージなら朝昼晩とターゲットに合わせて提供情報を変えることができます。

福島　その時、その場所にいる人に最適なメッセージを送ることができるというわけですね。

中村　その通り、そこで課題となるのがネットワークです。

ネットワークが広げる可能性

福島　デジタルサイネージの分野は、日本が先行しているのでしょうか。

中村　設置数でいえば日本よりもアメリカ、イギリスそして中国の上海などが多いでしょう。ただ本番はこれからです。これまでのデジタルサイネージは9割がネットワークにつながっていません。だから情報を変えるためには、そのたびにデータを差し替えなければならないのです。

福島　それではレスポンスがちょっと悪そうです。

中村　だから光ファイバーなど高速回線で結べばいいんです。

福島　そうなると頻繁に、しかも簡単にデータ変更できますね。

中村　今後デジタルサイネージが普及するために必要な3つの要素が、日本にはすべて揃っています。まずハード、薄型で高精細なディスプレイを作るメーカーがあり、さらにソフトはアニメに代表されるコンテンツを提供する優秀なクリエイターに恵まれています。そして肝心のネットワークインフラとなる光ファイバーの普及率は日本が世界一なのです。

福島　ネットワーク化が進んでいる日本だからこそ爆発的に普及する可能性があるわけですね。

中村　いまデジタルサイネージの市場規模は650億円ぐらいですが、2015年には1兆円ぐらいまで成長すると見込んでいます。

本命はパパママサイネージ

福島　成長のための起爆剤は何でしょうか。

中村　まずネットワークにつながっていることが大前提で、次がコンテンツですね。マスメディアは100万人単位、ネットや携帯電話は1人を相手にしたパーソナルメディアです。デジタルサイネージは10人ぐらいが対象で、そのためのコンテンツは何か。

福島　その時、その場にいる人たちのために絞り込んだ情報なら、しっかり届きそうです。

中村　何も大がかりで凝った映像じゃなくていいわけです。

福島　大企業じゃなくても活用できそうですね。

中村　例えば、普通のお店が店頭に小さな液晶画面を置いて、「本日のおトク情報」を流すような使い方があります。名付けて『パパママサイネージ』。ハードのコストが下がれば可能性は十分にあります。

福島　都市部だけじゃなく地方でも活用できるのではないでしょうか。

中村　地方自治体からの注目度は高いですね。実際、島根県松江市などでは行政と大学、地元の商店街による共同実験が始まっています。電波を使って店頭のデジタルサイネージまで情報を飛ばすやり方ですね。

福島　拠点までは光ファイバーを使い、拠点と各機器をつなぐ部分で無線を使う方法もありますね。

中村　屋外看板はデジタルサイネージに替わり、チラシも移行していく可能性が高いと思います。携帯電話とセットで使えば決済機能を活かせるし、自動販売機に取り付けてもおもしろい。流す情報は広告以外にもいろいろ考えられます。例えば病院や銀行では待ち時間表示や金融情報を提供できるし、大学では休講情報を提示したりできます。いずれもネットワーク化されていればタイムリーな情報提供ができますから。

福島　都市部から地方まで、大企業から個人商店までをカバーできる。広告に限らずいろいろな情報をネットワークを活用して提供することで生活を豊かにする。さまざまな可能性を秘めた次世代メディア、それがデジタルサイネージなんですね。

講師：中村 伊知哉（なかむら いちや）氏

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科教授
デジタルサイネージコンソーシアム理事長

1961年生まれ。京都大学経済学部卒。大阪大学博士課程単位取得退学。博士（政策・メディア）。1984年、ロックバンド「少年ナイフ」のディレクターを経て郵政省入省。電気通信局、放送行政局、通信政策局、パリ駐在、官房総務課を経て1998年退官。1998年～2002年、MITメディアラボ客員教授。2002年～2006年、スタンフォード日本センター研究所長。2006年10月、慶應義塾大学DMC機構教授。2008年4月より現職。総務省参与、情報通信審議会専門委員、文化審議会著作権分科会専門委員。中間法人「融合研究所」代表理事、NPO「CANVAS」副理事長、（株）CSK顧問を兼務。著書に『デジタルサイネージ革命』（共著・朝日新聞出版）、『通信と放送の融合のこれから』（翔泳社）、『デジタルのおもちゃ箱』（NTT出版）、『インターネット、自由を我等に』（アスキー出版局）など。

聞き手：福島 敦子（ふくしま あつこ）氏

キャスター、エッセイスト

津田塾大学学芸学部卒。中部日本放送を経て、1988年独立。NHK、TBSなどで報道番組を担当。近年は、テレビ東京の経済番組「ビジネス維新」や「ミームの冒険～日本経済のDNAを探る～」などのキャスターや週刊誌「サンデー毎日」における250人に及ぶ企業トップとの連載対談など、数多くの企業、経営者への取材を精力的に行っている。経済のほか、コミュニケーション、環境、地域再生、農業など現代社会の問題をテーマにした講演やフォーラムでも活躍。最新刊は「愛が企業を繁栄させる～ビジョナリーな経営者の共通原理～」。

LINXK　Oct. 2009　vol. 1.