

双方向メディアへ進化

ネット化で変わるサイネージの役割



デジタルサイネージコンソーシアム理事長 中村伊知哉氏

街角の大型ビジョンだけでなく、駅ビルやプラットホーム、病院、学校、役所などの公共機関でも見かけるようになったデジタルサイネージ。ネットワーク化が進み、最近では家庭やオフィスでの利用も増えている。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に、ネットワーク化されたデジタルサイネージの可能性について聞いた。

震災きっかけに「お役立ちメディア」に

今年9月に総務省が行っている「情報化促進貢献個人等表彰」において総務大臣賞を受賞されました。

中村>コンソーシアムの設立当初、デジタルサイネージはスタンドアローンの電子看板がほとんどでしたが、近年急速にネットワーク化が進んでき、あらゆるディスプレイやシステムにおいての標準化が必要となっていました。コンソーシアムでは海外の機関とも連携を図り、国際標準規格の策定に寄与してきました。今回総務省から表彰されたのもネットワーク化における貢献が評価されたからだと思います。

2011年3月の東日本大震災で、一時期節電対策として東京のサイネージがかなり消えました。

中村>確かに政府からの協力要請もあり、業界としてデジタルサイネージを止めた時期がありました。しかし震災をきっかけに、なぜテレビのディスプレイは消されないのにサイネージは消されるのかという議論が高まりました。

テレビは日常はエンターテイメントですけれども、非常時には報道に切り替わり、役に立つメディアだと認知されています。しかしデジタルサイネージは広告メディア、マーケティングメディアとしか認知されていなかった。しかし震災を機に、デジタルサイネージから被災地の支援の情報や交通情報などをリアルタイムに発信することで、公共性の高い、人々のお役にたてるメディアにしようという機運が高まりました。今では街角の大型ビジョンやコンビニのディスプレイ、自販機などでも緊急時にはNHKの放送に切り替わるものも多いです。

病院、学校、行政などの公共機関でのデジタルサイネージも非常に増えています。デジタルサイネージ業界としては震災によるダメージは少なかったし、回復も早かったと思います。

また、リアルタイムの情報共有にはネットワーク化が不可欠です。震災をきっかけにネットワーク化が進んだというのは意外でした。

大学の掲示板などでもデジタルサイネージに替わってきて

います。弊社（日本印刷新聞社）や印刷諸団体が入居する「日本印刷会館」でも、掲示板はデジタルサイネージです。中村>ディスプレイだけでなく、ソフトウェア、制御するコンピューター機器、すべてが安価になってきています。導入時には比較的コストがかからず、ポスターと、何よりそれを貼る人件費と比較して、デジタルサイネージを導入する企業や機関が増えているでしょう。

公共機関では公共性の高いコンテンツが求められます。

中村>むしろ公共性が必要だからこそデジタルサイネージを導入するという例も増えています。病院の待合室にテレビが置かれることは多いですが、例えばワイドショーで医療業界にとって悪い情報が流されたとしても病院側はコントロールできません。しかしデジタルサイネージで患者さん向けのコンテンツを流すことで、病院側は情報をコントロールできるのです。ロケーションごとにふさわしいコンテンツを流せることもデジタルサイネージの強みですね。

公共性を高めるためには企業のコマーシャルなどある程度規制するガイドラインが必要でしょうか。

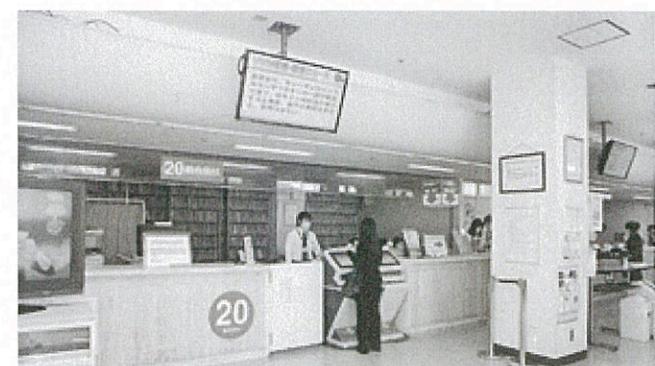
中村>コマーシャルだけでなく、公序良俗に反しないコンテンツを配信すべきだという議論は、コンソーシアム設立時からありました。街角の映像ディスプレイは、お茶の間のテレビよりも公序良俗が求められるのです。お茶の間では子どもにふさわしくないコンテンツは親が消せばいいのですが、街角ではそうはいかないわけですから。

コンテンツの規制の問題は5年後には非常に重要なテーマとなるでしょう。しかし今はデジタルサイネージの普及を優先すべきであって、コンテンツを縛ることはあえていません。デジタルサイネージが街にあふれて、コンテンツの規制が不可欠だという風潮が広がった時点で規制を行うべきであって、むしろそういう状況になるほどデジタルサイネージが広がっていくことは、われわれにとっては歓迎すべきことです。

家庭やオフィスにも広がる

公共機関以外でのデジタルサイネージの利用は。

中村>ここ最近の傾向として、家庭やオフィスでもデジタルサイネージが利用されています。例えば家庭では、普段はタブレット型の時計やカレンダーなのですが、スーパーからタイムセールの告知が流れたり、病院から健康診断の案内が流れたりするディスプレイが販売されています。オフィスでも以前はPCのインターネットで共有されていた情報が、今では職場や廊下などに設置されているディスプレー



病院の待合室でもデジタルサイネージが活躍。
医療情報やリラクゼーション映像などを配信

レイに流されたりしています。それらはテレビともPCともタブレットとも分類できない、デジタルサイネージとしか位置づけられないものです。

放送や通信などあらゆる垣根がなくなる、新たなステージにデジタルサイネージはいます。電子書籍市場にアマゾンやグーグルやアップルが参入してくるように、デジタルサイネージも今や業界の垣根がないのです。

ネットワーク化されると、双方向性の強みも生かせますね。

中村>モバイル端末との連動がポイントになってきます。街角の大画面の映像にモバイル端末から応援メッセージが送れたり、モバイル端末からクーポンを取得できるようになります。

最近ではスマートフォンの影響もあって、街なかのサイネージのスクリーンに触れることが抵抗がなくなってきた。スクリーンを操作することにより、ソーシャルネットワーク的な仕掛けもできるようになりました。

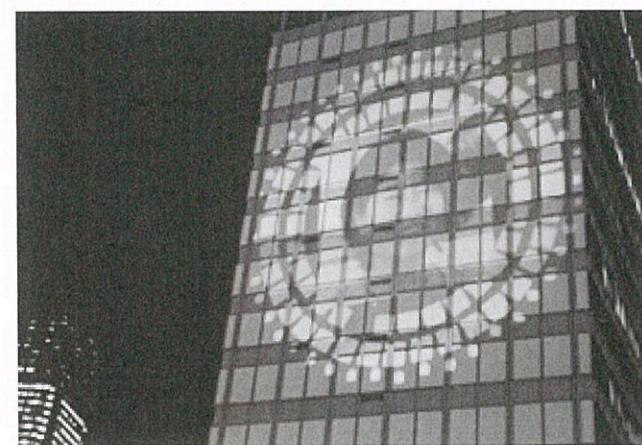
今年のデジタルサイネージアワードでも参加型のサイネージが顕著でした。大賞のバカルディ・ジャパン㈱企画は、ハロウィーンパーティーの会場にAR技術により手の動きひとつで来場者が画面上で変装できるディスプレー



(上) メトロ新宿駅の駅貼り広告スペースに100インチ級のビジョンを8台連ねたサイネージ。全長18メートルにおよぶ。広告の前に人が通ると反応する

(右上) JR東日本車内の情報動画テレビ「トレインチャンネル」。片方に路線案内、片方にニュースや広告などを流している

(右) ビルの壁面のビジョンにその場を訪れた人の顔写真が花火のように映るイベント



を置き、その映像を屋外ビジョンに流して歩行者を惹きつけるというものでした。ツイッターのつぶやきを巨大サイネージに流す仕組みも相当広まっています。

テレビやポスターの代替品とは全く違う位置づけですね。
中村> そうなんです。私も数年前までは、デジタルサイネージは商店などが小型のディスプレイを置いてコンテンツを流すようなものをイメージしていました。しかし今は商店がコンテンツを作る必要もない。お客様の参加型のコミュニティを設計しておけば、お客様がさまざまな情報をつぶやいたり共有したりできます。それをディスプレイやタブレットに流せばいい。

紙のポスターとはバッティングしない

印刷業界では紙のポスターが代替されてしまうのではないかという危惧もあります。

中村> 紙のポスターとバッティングするものではないし、逆に全く違う市場を作り出していくかなければならないでしょう。交通機関の方にも伺ったのですが、電子ポスターと紙のポスターを並べて置いたところ、紙のポスターから

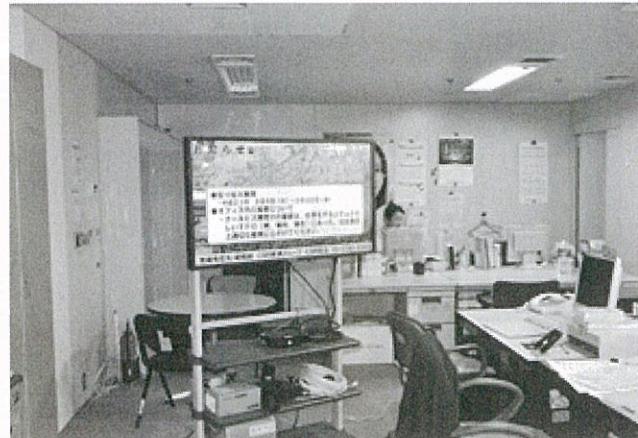
情報を得ようとする人の方が圧倒的に多いそうです。紙のポスターとデジタルサイネージは、全く違うものとしていかに連動させていくかが課題ですが、まだ答えを見つけられていない状況です。

紙から取って代わるのではないかという議論は、電子教科書と同じ議論ですね。紙の教科書には絶対にかなわないものがある。しかし映像を使いましょうとか、アーカイブ化しましょうといった時に、デジタル教科書の意義があるのです。

日本のデジタルサイネージ市場の特性などはありますか。

中村> 世界50都市以上を視察しましたが、日本が一番先行していると思います。日本には（ディスプレイなどの）デバイスを作る力、ブロードバンド環境、そして手軽なコンテンツに対するリテラシーが高い。この三拍子そろっているのは日本と韓国くらいでしょう。アメリカが先行する市場は多いですが、日本がリーダーシップを取れる産業だと思っています。

一番の課題は、私は人材だと思っています。ディスプレイ、ネットワーク、コンテンツの3つを習得している人材が少ない。メーカーとIT業界、広告業界のそれぞれが得



(上) オフィスのサイネージ。情報をリアルタイムに共有

(右) タッチパネルとおさいふケータイリーダー搭載サイネージ。クーポンなどを紙で出力できる



ネージ業界において自信を持って展開されています。他の業界も、印刷業界は次にどのように動くのか注目しています。

中小の商店でもipadのタブレットをレジの横に置いて、お勧めの商品を表示する光景がよくみられるようになりました。入力するキットなども普及しているので、そぞろは広がっていると思います。地域の印刷会社は商店街などのネットワークが非常に強いので、東京の広告代理店よりも非常にチャンスがあると思います。

意分野を生かして成長してきましたが、例えば商業施設を作る場合、建設時からデジタルサイネージの効果的な配置を考え、トータルプロデュースできる人材がいないといけません。産業が大きくなればなるほど、人材を供給する（大学などの）機関が必要です。

印刷業界に期待するものは。

中村> 大手印刷会社についていえば、コンテンツを管理し、流通させる力を持っていらっしゃるし、デジタルサイ

RYOBI Smart Printing
EVOLVING WITH YOU

RYOBI 1050 Series + LED-UV

菊全サイズ、即乾印刷の進化形 RYOBI 1050シリーズ + LED-UV印刷システム

RYOBI 1050シリーズに、さらなる進化を遂げたLED-UV印刷システム搭載モデルが誕生。LED-UV乾燥装置の省電力化を進め、即乾印刷における環境負荷を低減しています。また、0.04 mmの薄紙から0.6 mmの厚紙まで幅広い仕事に対応。ボスターやチラシ、パンフレットなどの商業印刷はもちろん、ラベルやパッケージの印刷にもその性能を余すことなく発揮します。

リヨービ株式会社 グラフィックシステム本部
〒114-8518 東京都北区豊島5-2-8 TEL 03-3927-3300
<http://www.ryobi-group.co.jp/>