

CAUA: CTCアカデミックユーザーアソシエーション
ソリューション・トラック セッション2
15:05pm - 15:50pm

キャンパスならではの情報発信 ‘デジタルサイネージ’

October 24, 2008

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
エンタープライズ事業開発チーム
鬼頭 稔

【お問合せ: d-sign@ctc-g.co.jp】

多様化するデジタルネットワーク環境

活字離れ／TV離れによる旧来のマスコミ四媒体
(TV、新聞、雑誌、ラジオ)のメディア効果低下



PULL型情報発信 (受信者選別型情報)

情報受信者の選択による情報受信。
関心の強い情報のみが伝達される。

地上波
デジタル放送

インターネット
(Cookie認証)

携帯電話
(i-Mode, 携帯メール)

OOH (Out-Of-Home)
Digital Signage

In-Store
Digital Signage

高品質
インタラクティブ
参加型放送

個人の好みによる
選択情報入手。

個人に対する
特定情報発信
(教室変更)

ネット購買の増加
ブランド認知
店舗誘導

商品の購買の70%は、
購買時点でされる。
売上向上

PUSH型情報発信 (発信者主導型情報)

ロケーション・メディアとして、
ビル、街頭、店舗、大学などにデジタルサイネージ
を設置し、ネットワーク化が進展してきている。

PULL型情報発信の課題

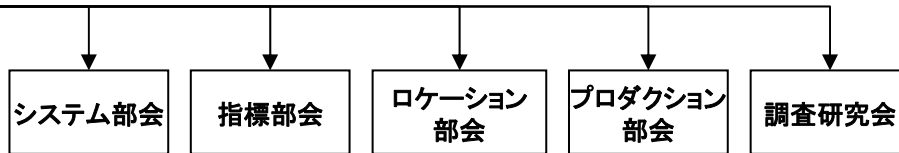
- ① 情報が選別され過ぎてしまう。
- ② 気がついて貰えない。
- ③ 重要な情報が伝わらない。

- ・タイムリーな情報発信
- ・ターゲット視聴者に合わせたコンテンツ
- ・新たな媒体メディアの創出

業界団体： デジタルサイネージコンソーシアム



<http://www.digital-signage.jp>



会長:

中村 伊地哉 教授(慶應義塾大学メディアデザイン研究科)

副理事長:

阿良田 剛(三菱電機株式会社)

窪田 賢雄(パナソニック株式会社システムソリューションズ社)

川添 雄彦(日本電信電話株式会社)

専務理事:

伊能 美和子(日本電信電話株式会社 研究企画部門)

常務理事:

江口 靖二(デジタルメディアコンサルタント)

2007/6設立

会員数:93社 (as of Sept. 2008)

1)2015年に1兆円規模の産業とする。

ハードウェア	2,000億
広告・販促	2,000億
通信キャリア	2,000億
コンテンツ分野	2,000億
システム関連分野	1,000億
広告費シェア	15%

2)日本を世界一のサイネージ大国とする。

市場規模、ディスプレイ数、サイネージ時間量、技術力、コンテンツ力、扱い広告・販促売上等の面で、世界一の水準を目指す。

2015年までに、全ての車両、駅、空港、商業施設、商店街、郵便局/ポスト、公衆電話をネットワークでつなぎサイネージ化する。

ユビキタスメディア化

これまでのマスメディアやインターネットがカバーできない、生活者のリアルな生活行動にあわせたユビキタスでかつ時間と空間を特定できる唯一のメディアを目指します。

市場創出、市場形成

これまでの個別で散発的な市場をとりまとめ、共有するべき問題点の抽出と、その解決に向けた検討をおこないます。

啓蒙活動

広告主、コンテンツホルダー、インフラ所有者、市民、行政などへの認知向上をはかります。

調査研究

国内外の事例研究、報告、視察をおこないます。

情報意見交換

関係者間の情報共有をはかります。

デジタルサイネージとは

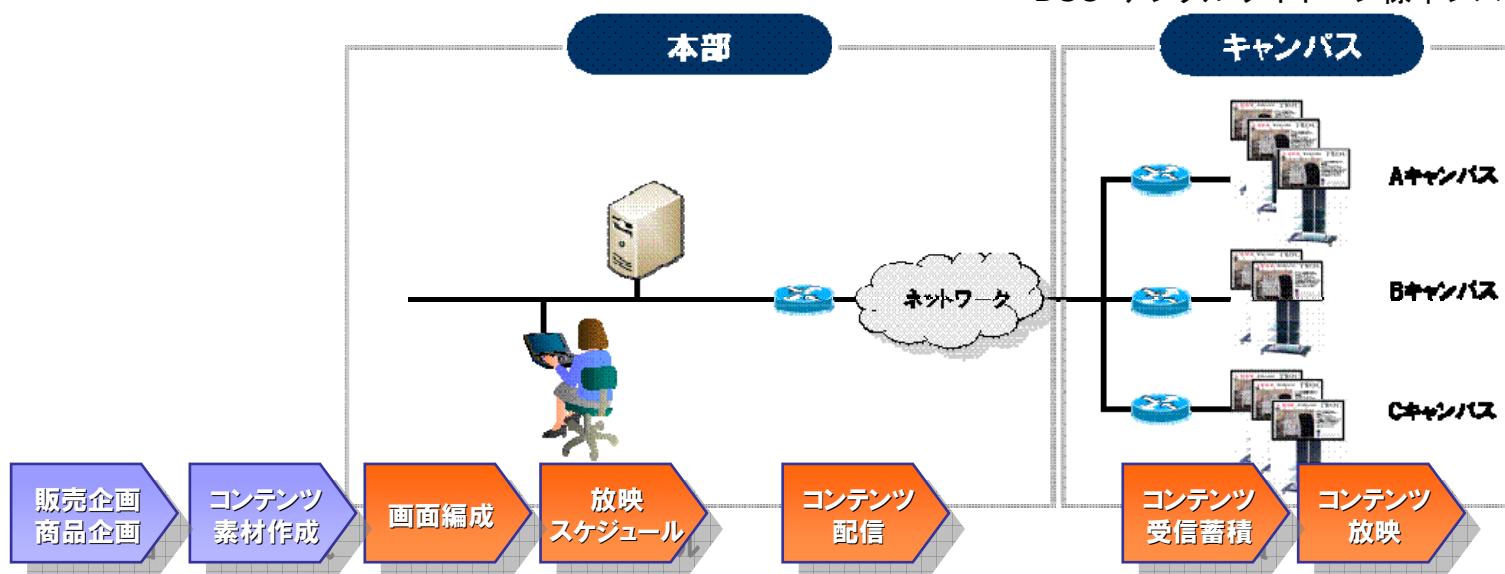
「デジタルサイネージ」とは、
屋外、交通機関、店頭など一般家庭以外の場所において、ディスプレイなどの電子的な表示機器で
情報を発信するメディアである。

デジタルサイネージ・システムの想定条件



- ・ デジタル化された広告や各種案内情報等で商品プロモーションや情報提供サービスを行う。
- ・ 配信はネットワークを介して行われる。
- ・ サーバの設置されるセンターから各端末の制御を行う形態のシステム。
- ・ 表示情報(コンテンツ、スケジュール)は事前に配信(蓄積)され、これを再生することができるシステム。

DSC「デジタルサイネージ標準システムガイド」より



どんな情報が表示できるのか？

動画 x 1, 静止画 x 4, テロップ x 1

: コンテンツ素材に合わせ、サイズ、表示場所は自由

タイトル(静止画)

メイン・ディスプレイ

(動画／静止画)

- ・キャンパス紹介
- ・イベント情報
- ・学内ニュース
- ・全学／学部告知

テロップ(テキスト)

- ・お知らせ(イベント、ニュース)

CTC大学 大崎キャンパス

ワークショップコレクション2008

TWO:C
AUTUMN FAIR

9.17.wed.-
全国のショップにて随時開催

15周年記念パーカー: 8,925yen(各)

店舗案内

ノーベル賞受賞 特別講義開催: 11月10日(月) 霞が関キャンパス 講堂

サブ・ディスプレイ

(静止画)

- ・メイン補足情報
- ・会場案内
- ・URL誘導
- ・広告

デジタルサイネージの利用状況



商品/健康広告
(ドラッグ)



商品広告
(ホームセンター)



商品広告
(寝具売場)



商品広告
(食品スーパー)



商品広告
(食品スーパー)



商品広告
(家電量販店)



商品広告(e-POP)
(コンビニ)

セールス・プロモーション



イベント会場
案内



商業施設
案内



フロア/サービス
案内



サービス案内
(サービスカウンター)



学内インフォメーション



大学合格速報(塾)



上映情報/空席情報
(映画館)



店舗入口

インフォメーション



ブランド広告
(地下街)



企業広告/
運行状況(電車)



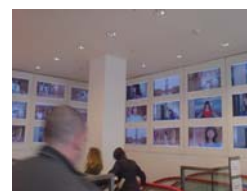
企業広告
(タクシー: DVD)



駅改札広告



病院
(広告+AED)



店舗装飾



コーディネート
提案

認知度向上/ブランディング/その他

CTC Confidential Proprietary

画像情報において、弊社外の情報を含みますので、コピー・転写はご遠慮ください。

参考事例： JACLA: 日本カーライフアシスト株式会社

JACLA VISION



メイン広告画面(動画)

QRコードを携帯電話に取り込み。
(サイト誘導)

ちらし、パンフレット配布
(はがき/A4サイズ)

設置場所： 自動車教習場の待合室

設置台数： 314校

モニター： 42インチ・ディスプレイ

視聴者属性：

- ・18歳～23歳が80%
- ・自動車に関心が高い人
- ・70万人/年間
- ・滞在日数： 50日間
- ・平均待ち時間： 1～2時間

放映コンテンツ・ランキング(2008.3月)

- ・1位：エコ安全ドライブ宣言(日本損害保険協会)
- ・2位：目覚ましごはん(農林水産省)
- ・3位：自動車情報マツダデミオ(マツダ自動車)
- ・4位：RED RIBBON(エイズ予防財団)
- ・5位：自動車保険(富士火災)
- ・6位：バイク情報(バイク王)
- ・7位：自動車保険の知識(日本損害保険協会)
- ・8位：悪徳商法防止(東京都)
- ・9位：自殺防止総合対策(東京都)

広告費用：

15秒スポット広告

8時～20時

1回/3時間 (4回/日, 120回/月)

¥1,000,000/月 (4月～6月、10月から11月)

¥1,300,000/月 (12月～3月、7月から9月)

成功要因

- ① 全国の主要自動車学校に導入
- ② ターゲット層が明確
- ③ 視聴場所が待合室に限定できる
- ④ 滞留時間がある
- ⑤ ちらし、パンフレットとの併用
- ⑥ QRコードによる携帯への誘導

キャンパスでの目的と期待効果

1. 大学のステータスアップ 大学の顔としてのアピール	学内／学外の人に大学での特性をアピール 研究成果、学生の活躍、社会貢献……
2. 学生／来訪者へのサービス	別紙
3. TV/新聞離れの補完	知っておくべき社会的重要事項の告知
4. 全学通知/学部通知	特別講義、イベント案内、学内WEB更新、(督促)
5. デジタルメディア時代の人材育成	これからのデジタル時代に即した教育
6. 情報公開作業の軽減	業務効率改善、タイムリーな公開／クローズ
7. エコ対応（自然保護、CO2削減）	紙ベースの掲示、ポスターの廃止
8. 広告スペースとしての新たな収入 店舗誘導、Webサイト誘導	大学という特定ロケーションに対応した広告公開

広告収入によるシステム／運用費用のカバー
学内の一体化、活性化

キャンパスでの情報発信要望



視聴者

一般企業

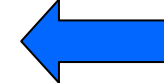


就職情報
市場調査



キャンパス内デジタルサイネージ

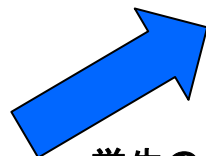
若者への
告知



政府広報

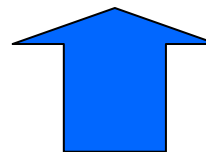


学生の参画



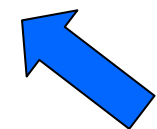
サークル活動

研究発表
ゼミ活動
イベント案内



学内

店舗誘導
Web誘導
認知度アップ
広告



広告

キャンパスでの発信情報と導入キーポイント

視聴者

共通

受験生

在学生/教職員

来訪者

コンテンツ

一般企業案内

就職情報

新商品マーケット・リサーチ

広告スペース

レストラン

不動産(アパート)、旅行代理店

コンサート

ゲーム情報

映画/CD/DVD

カーディーラー

自動車教習所

自動車保険

トレンド情報

ファッション

展示会案内、セール案内、
成人式、就活服、パーティ

官公庁広報

エイズ予防、振込詐欺防止

自殺防止、交通違反罰金改定、等

資格試験

アルバイト情報

学内案内

イベント・スケジュール

学内ニュース

クラブ活動/成績

入学試験スケジュール

オープン・キャンパス

社会人セミナー/市民講座

研究発表/産学共同研究

キャンパス案内

奨学金、留学募集案内

特別講義

導入キーポイント

ポイント

見てもらう為の仕掛け作り

設置場所の検討

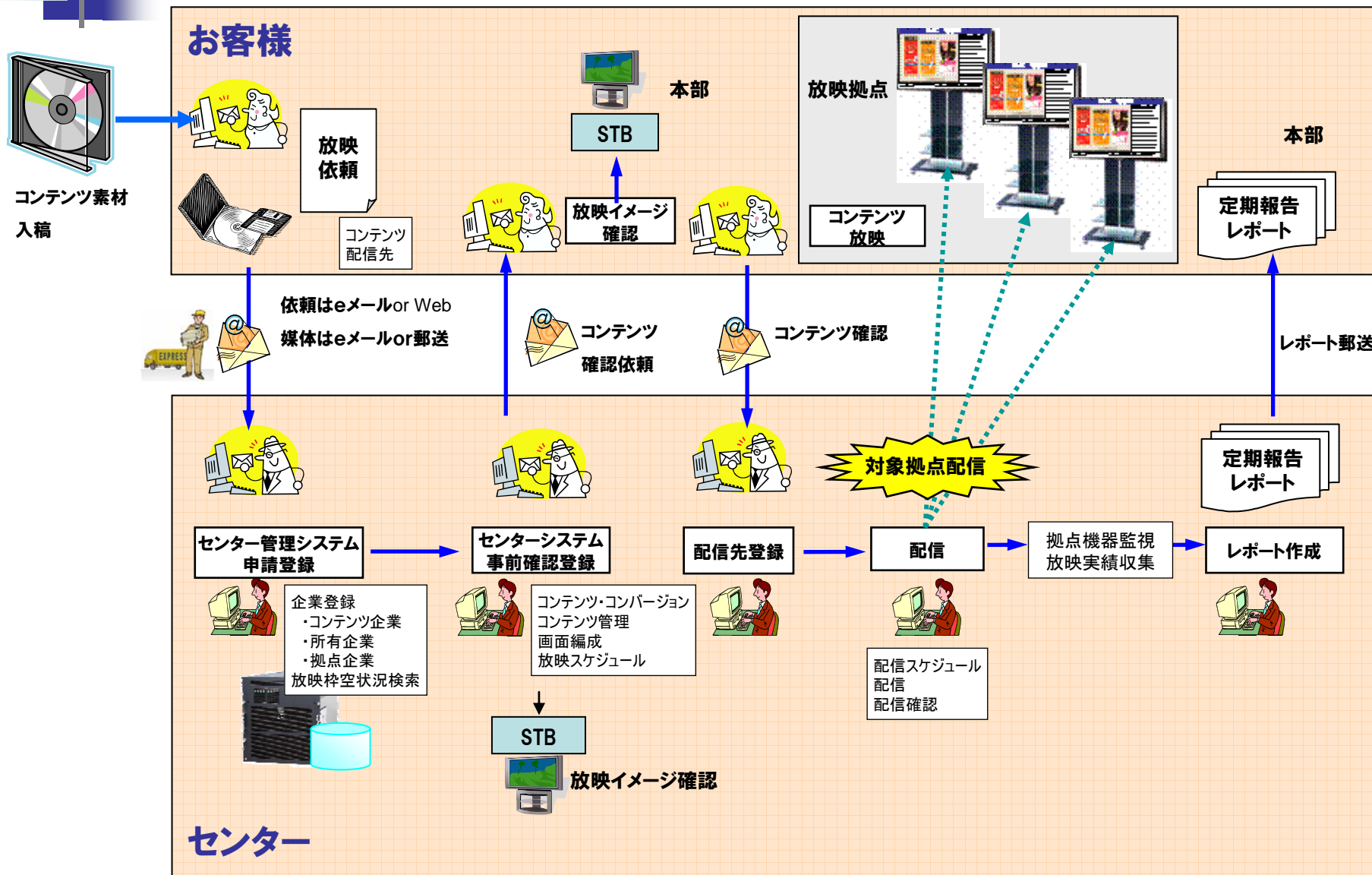
ネットワーク・インフラの整備

従来の作業負荷を軽減できる仕組み

広告料が取れる仕組み

個別大学としてではなく、
大学全体として捕らえた対応
整備

運用イメージ例



CTCは、何を提供するのか？

基本モデル

導入ヒアリング
コンサルテーション

システム構築
サービス構築

システム運用保守
サービス運用保守

企画・運用

コンテンツ企画/制作

- ・ SP企画
- ・ コンテンツ企画/製作
- ・ 画面編成
- ・ コンテンツ編成
- ・ 放映スケジュール
- ・ レポート・分析/対策

SP/コンテンツ企画
(媒体/場所/タイミング)

コンテンツ開発/調達
配信ルール作成
広告スペース販売企画/管理

分析/レポート
改善提案

オペレーション

- ・ コンテンツ管理
- ・ アクセス管理
- ・ 配信業務
- ・ 放映実績管理
- ・ 課金管理
- ・ 監視/モニタリング
- ・ バックアップ
- ・ コンタクトセンター

コンテンツ制作方針策定
配信業務設計(センター/拠点)
トラブル対応設計

放映画面テンプレート設計
配信ルール/スケジュール設定
トラブル対応マニュアル作成

放映スケジュール編成
配信業務
監視/モニタリング
トラブル/問合せ対応
バックアップ

インフラ構築

基盤アプリ

- ・ コンテンツ・サーバ
- ・ WEB/APPサーバ
- ・ 配信サーバ
- ・ ストレージ・サーバ
- ・ 分析カスタマイズ開発

要件定義/設計

開発/テスト(センター/拠点)
運用テスト(センター/拠点)

アプリ保守/運用
システム改善
システムエンハンス

インフラ

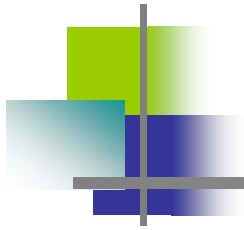
- ・ ハード
- ・ ネットワーク
- ・ センター

H/W設計(センター/拠点)
N/W設計(センター/拠点)
DC設計

H/W設置(センター/拠点)
N/W設置(センター/拠点)
DC工事

H/W保守/運用(センター/拠点)
N/W保守/運用(センター/拠点)
ネットワーク/システム監視/運用

システム販売・ASP/BPOサービスのどちらにも対応！



CTC

Challenging Tomorrow's Changes