

デジタルサイネージの特徴を活かし、効果的な情報配信を実現。アフターサービスセンターや販売店での情報発信のほか、イベントのライブ配信でも活用。

お客様のニーズ・課題

独自性の高いプロモーションを図り、アフターサービスセンターや販売店に大型ディスプレイを導入。音の出せない環境でも、効果的かつ的確に情報を伝えたい。

導入効果

効果的な情報配信を実現しつつ、スタッフの負担も軽減。イベントではネットワークカメラを組合せ、ライブ映像を含む多彩なコンテンツで来場者を誘致した。



ブライトリング・ジャパン株式会社様

スイス・ブライトリング社の腕時計は、「腕に装備する計器」とも呼ばれ、1世紀以上にわたり飛行に必要な機能を搭載しつづけています。視認性、操作性、耐久性の3つの開発テーマのもと、性能や機能に一切の妥協を許さないこだわりが、他のブランドにはない圧倒的な存在感と美しさを生みだします。その日本総輸入代理店であるブライトリング・ジャパン様は、ブライトリングの歴史やコンセプトを広報するとともに、きめ細やかなアフターサービスを展開します。正規販売店で購入したオーナーのみが入会できるクラブ・ブライトリングでは、気楽に立ち寄れるラウンジの提供や時計技術者が直に対応するメンテナンスアドバイス、パーティイベントなどを実施しています。

ブライトリング・ジャパン株式会社
栗山 稔様にお話を伺いました。

導入背景

音が出せない店舗内で、豊富なプロモーション情報を効果的に伝えたい。

グループ化が活性化される時計業界にあって、ブライトリングは独立ブランドを貫いています。スイス本社が独自性を重視し、他のブランドがやらないことに挑戦するという姿勢を保っていることもあり、当社でも独創的なプロモーションを図るべく、様々な工夫を重ねてきました。その中の1つが、1999年頃に着手したプラズマディスプレイの導入です。大型プラズマディスプレイを販売店の什器内に設置し、定番的なコルトン広告（大型電照広告）に代わり利用していました。恐らく業界内では先駆的試みだったと思います。この頃にコンテンツとして流していたのは、スイス本国が作成した40分ほどのプロモーションビデオです。しかし、時計売場ではビデオ音声が出せない場合が多いため、単純なコンテンツではブライトリングの魅力を伝えられません。「ブライトリングのもつ本質へのこだわりを評価していただくためには、イメージ訴求だけでなく、豊富な情報をきちんと伝えたい。」そう考えたのが、今回のシステム導入のきっかけでした。



正規販売店の店頭用販促ツールとして、デジタルサイネージを導入。店舗の特性に合わせ、VSP-NS7とBKM-FW50を使い分ける。

選定理由

コンテンツやスケジュール管理を容易にし、店舗スタッフの負担も軽減。

当社で導入したのは、デジタルサイネージアダプター BKM-FW50と、デジタルサイネージプレーヤー VSP-NS7です。

BKM-FW50は、2005年10月に正規販売店の店頭用販促ツールとして導入しました。パブリックディスプレイにBKM-FW50を装着し、そこにデータを記録したメモリーカードを差し込むだけで、プロモーションビデオなどのコンテンツが表示できます。PCをディスプレイに接続する必要がないこと、電源をタイマーでオン/オフでき、コンテンツも自動的に再生・リピートされるなど、確実に伝えたい情報を店舗内で発信でき、かつ販売店スタッフの負担が軽減できる点を評価しました。

VSP-NS7は、2008年1月にブライトリングのアフターサービス拠点であるスタジオ・ブライトリング用に導入しました。本社からネットワーク経由で配信コンテンツやスケジュールを管理できること、より手軽に詳細な説明をビデオに加えられるため、受付の壁面を有効活用できること、パブリックディスプレイ（52V型フルHD液晶ディスプレイ GXD-L52H1）背面に組み込む一体化設置が可能であることなどを評価しました。また、ネットワークカメラを組み合わせ、イベント会場内のライブ映像をインフォメーションできることも魅力の1つです。



スタジオ・ブライトリング銀座の受付に設置された52V型フルHD液晶ディスプレイ GXD-L52H1とデジタルサイネージプレーヤー VSP-NS7（組み込み）。

● 導入効果

アフターサービスセンターや販売店の「顔」として情報を配信。イベントでもフル活用。

■本社とスタジオ・ブライトリング2拠点（VSP-NS7）

スタジオ・ブライトリング銀座および大阪の受付に、VSP-NS7を組み込んだ52V型フルHD液晶ディスプレイ GXD-L52H1を埋め込み設置し、芝公園本社からネットワーク経由で配信コンテンツとスケジュールを管理します。コンテンツは、プロモーションビデオやFlashで作成した製品映像、オーバーホール手順などの映像のほかに、イメージ映像としてブライトリングの代名詞ともいえる飛行機や、機械式時計の歯車やゼンマイなどを表示しています。まだネットワークは繋がっていませんが、一部の正規代理店にもVSP-NS7の導入を開始しています。

■正規販売店（BKM-FW50）

全国で176店舗ある正規販売店のうち、約20店にBKM-FW50を導入しました。販売店内の什器に40V型液晶ディスプレイ FWD-40LX2Fを埋め込み、BKM-FW50でプロモーションビデオやイメージ映像、各販売店のピックアップモデル表示を行います。また、店頭特有のコンテンツとして、モデルやケース、文字盤、ベルトなどバリエーションをシミュレートできる接客ツールがあります。このコンテンツは、パソコンとFWD-40LX2F、タッチパネルスクリーン IRTS-40Lを組み合わせ、タッチ操作で表示できるようにしました。パソコン操作に対する販売店スタッフの心理的負担を軽減する目的もありますが、大型ディスプレイをタッチ操作することで、お客様にも強く印象付けます。

■イベント会場（VSP-NS7）

毎年、バーゼルワールド*直後の5月末に、全国4ヶ所で正規販売店で購入したお客様のためのパーティイベントを開催しています。まだ店頭に並んでいない最新作をご覧いただくほか、時計技術者によるメンテナンスアドバイス、プレゼンテーションなどを行います。このイベントでVSP-NS7とディスプレイ GXD-L52H1を使い、ネットワークカメラで映したメンテナンスアドバイス会場やフードコーナーの様子をライブ配信しました。メンテナンスアドバイスが混んでいるから先に新作時計を見ようとか、フードコーナーに行こうなど、お客様が会場内での時間を有効に使っていただけるよう工夫したのです。さらに、プレゼンテーションのスケジュールを表示したり、開始間近であることをテロップで告知したりと、インフォメーションボードとしてフル活用しました。コンテンツ内容をその場で手軽に変更できる点が非常に便利です。イベント用のVSP-NS7は、自社内用とは別に4台用意し、正規販売店が開催するイベントなどにも貸し出しています。縦置きディスプレイを入り口付近に設置し、アイキャッチ的に使用している販売店もあります。

* スイス・バーゼルにて毎年3～4月頃に行われる世界最大の時計・宝飾品の見本市。



イベント会場では、数ヶ所にインフォメーションボードとして設置した。



ネットワークカメラを使用し、人気コーナーの様子をライブでディスプレイに表示した。



来場者の多くが足を止め、プレゼンテーションスケジュールや各コーナーの様子を確認していた。

● 今後の展望

販売店のネットワーク環境を整え、本社から一元管理したい。

10月に銀座、大阪にある正規販売店にVSP-NS7を導入し、ネットワークで接続する予定のほか、先にVSP-NS7を導入した販売店のネットワーク開設準備も進めていきたいと考えています。近い将来には、本社からネットワークで一元管理し、時期やタイミングを見計らってコンテンツ映像を切り替えられるようにしたいと考えています。正規販売店の経営戦略に応じて、VSP-NS7ないしBKM-FW50の設置店舗を増やし、ブライトリングの魅力をお客様に余すことなく伝えていきたいですね。

パブリックディスプレイの商品情報やお客さま事例をご覧ください。

sony.jp/public-display/

ソニービジネスソリューション株式会社 / 〒108-0075 東京都港区港南1-7-1

記載の商品に関するお問い合わせは

業務用商品相談窓口

フリーダイヤル ☎ 0120-788-333

●携帯電話・PHS・一部のIP電話からは 050-3754-9550

●FAX 0120-884-707

●受付時間 9:00～18:00（土・日・祝日、および弊社休業日は除く）

2008年9月現在