

VSP-NS7により館内外ディスプレイ全51台の運用・管理を実現。館内インフォメーションとバックグラウンドビデオとして有効活用

お客様のニーズ・課題

館内リニューアルにあわせ、紙媒体による館内インフォメーションからデジタルサイネージに切り替え、年間十数回、館内外100ヶ所におよぶインフォメーション変更のコストと手間を軽減したい。



導入効果

内容や再生時間を配慮したコンテンツにより、館内外のお客様が注目するインフォメーションとBGVを実現。集客効果の実績もあがり、外部やテナントからの高い評価と問い合わせを得ている。



大阪ステーション開発株式会社様

JR西日本のグループ企業である大阪ステーション開発様は、JR大阪駅、阪急・阪神電鉄梅田駅、地下鉄東梅田駅から徒歩約3分に位置するショッピングモール「EST（エスト）」を運営しています。ESTは旧エスト一番街を全面改装し、2006年3月に全く新しいショッピングモールとして再出発しました。2009年4月24日のリフレッシュ・グランドオープンでは、新規ブランドの導入や館内外の施設改善を図っています。「常に新しさや個性を求める10代後半～20代前半の女性」をメインターゲットとしています。

大阪ステーション開発株式会社

取締役営業部長 兼 開発部長 田村智治様と、営業部 山城こずえ様にお話を伺いました。

導入背景

館内インフォメーションのコストと手間の削減にサイネージを導入。

電子看板システムの導入を最初に検討したのは、2006年3月に行った最初のESTリニューアル時のことです。案内所を無人化してタッチパネルによるインフォメーションに切り替えることになり、その計画の一環として、紙媒体による館内インフォメーションのデジタル化を検討しました。この時には要件を満たすシステムがなかったために導入を断念し、ポスターボードや中吊り、柱に掲載する柱巻きなど従来の手法を継続することになりました。しかし館内インフォメーションは、1年のうちにシーズンポスターを4回、バーゲンセールやクリアランスセールを約10回など、かなりの頻度で変更しなければなりません。表示場所は館内外で100ヶ所近くあり、制作から張り替えまでかなりのコストと手間がかかっていました。そこで、2009年4月のリフレッシュ時に再度デジタル化を検討し、電子看板システムの状況が3年前とは大きく進化していたこともあって、コンテンツの一括差し替えや配信スケジュール管理が簡単に行えるデジタルサイネージシステムを導入することになりました。（田村部長）



人通りの多い表通りに面した場所でサイネージを展開。

選定理由

シンプルなシステム構成とディスプレイの多彩な組み合わせが可能。

ソニーのデジタルサイネージシステムを選択したのは、コストパフォーマンスに優れているという理由もありますが、配信サーバーが不要であるなどシステム構成がシンプルであること、ディスプレイサイズの種類が豊富で各設置場所に適したサイズを選べるなどが理由です。館内が細長い形状ということもあり、提案されたシステムの中には中継ハブを数多く必要とするものもありました。機器が増えるとその分メンテナンスの手間が増えますので、デジタルサイネージプレーヤーVSP-NS7を中心としたシンプル構成は利点であると判断しました。さらに、42型および47型ディスプレイが縦置き・横置きの両方に対応していること、フレームがスリムで画面がより大きく見える点も評価しました。中吊り広告や柱巻き広告との入れ替えを考慮すると、縦型表示が可能であれば活用の幅が広がりますし、BGV（バックグラウンドビデオ）として多彩な映像演出が可能になります。高輝度・高精細な映像表現もポイントでした。（田村部長）



柱にスリムベゼルの42V型フルHD液晶ディスプレイを埋め込み設置。

導入効果

インフォメーションとBGVに活用。集客効果もあり評価は高い。

2009年4月のリフレッシュ・グランドオープンにあわせ、3階の事務所にデジタルサイネージプレーヤーVSP-NS7を4台導入しました。ディスプレイは効果的な設置を熟考した結果、全部で51台とし、1階のエスカレータ前に47V型フルHD液晶ディスプレイFWD-S47H1を1台、柱内埋め込みの縦型表示用に42V型フルHD液晶ディスプレイFWD-S42H1を5台、天吊設置用に32V型液晶ディスプレイFWD-32LX2Fを40台とデジタルハイビジョン液晶テレビ〈ブラビア〉KDL-22J5を2台、通路などの壁面設置用にFWD-32LX2Fを3台設置しました。4台のVSP-NS7は、館内の横置きディスプレイ、縦置きディスプレイ、館外の縦置きディスプレイ、事務所内のプレビュー用ディスプレイの4系統に対し、ネットワーク経由で制御を行います。デジタルサイネージシステムは、セールなどのインフォメーションと、ビジュアルを前面に押し出したBGVの2つの用途で活用していますが、特にBGVとしては当初の目的通りの効果を得ていると感じています。(田村部長)

館内を歩いているお客様の視界に、いつも同じコンテンツが見えてしまつては効果が半減します。そこで、システムのテスト中にコンテンツを流しながら実際に館内を歩いてみて、コンテンツ1本の長さを15秒～20秒、最長でも1分と決めました。この長さならば、次々と新しいコンテンツが流れているように感じられそうですし、内容も印象に残ります。テナントさんからの評価と関心は高く、インフォメーションを表示したいという問い合わせをいただいています。実際の効果として、リフレッシュ・グランドオープンの際にディスプレイの案内をご覧になったお客様が来店なさったことがあるそうです。コンテンツに動きがあり、従来のポスターなどと比べると情報量を多く掲載できた結果だと考えています。また、細めにスケジュールを変更し、常に新しい情報を配信しています。(山城様)



場所に合わせたディスプレイの設置方法(タテ置き・ヨコ置き、壁付け・天吊・両面)と各種サイズで情報発信。

今後の展望

サイネージの活用アイデアは豊富。まずは運用方針を定める。

現在、コンテンツ制作は外部の制作会社に依頼し、社内では配信スケジュールの管理だけを行っています。ショッピングモールでのディスプレイ天吊設置はEST独特の使い方、外部からのコンテンツ評価も高いと聞いています。デジタルサイネージシステムを活用したアイデアはいろいろあり、将来はテナントさんのCMなどを配信したり、JR西日本グループの情報を流したり、BGVの要素をさらに広げてファッションショー的なイベントを中継したりなど、様々な構想を抱えています。まずは、デジタルサイネージシステムに関する運用方針を定め、社内でコンテンツ編集が行えるように体制を整えていきたいと思っています。Webサイトは来館前のお客様に対するご案内がメインですが、デジタルサイネージは来館中のお客様にご覧いただく情報です。いかにコンテンツを充実させ、かつコストダウンを図っていくかが今後の課題です。(田村部長・山城様)

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)

2009年9月現在