

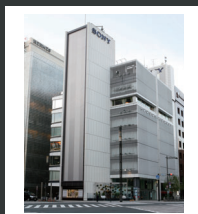
デジタルサイネージによりメッセージ性の深い館内案内を展開。マルチディスプレイ機能を活用し、多彩な高精細コンテンツを実現

お客様のニーズ・課題

ソニービルの新たな館内案内システムとして、デジタルサイネージに注目。従来の広告スタイルを変え、ソニーらしさを表現したい。

導入効果

マルチディスプレイ機能によって、時間帯や開催イベントにあわせた効果的なメッセージ配信が可能となり、お客様とのコミュニケーションが深まった。



ソニー企業株式会社様

ソニー企業様は、約四十数年にわたる銀座「ソニービル」の経営実績によって培われた経営ノウハウにより、テナント運営管理や施設管理、リーシングなどのプロパティマネジメント業務を展開しています。また、「ソニービル」やお台場の複合商業施設「メディアージュ」の運営、ソニー本社内ショールームのアテンド業務のほか、社会貢献活動への取り組みや環境活動を通して、ソニーグループの企業姿勢を伝え、ソニーというブランドの総合的な価値やイメージの向上を図っています。

ソニー企業株式会社

ソニービル事業部 事業部長 箭内和久様と、同事業部 ソニービル営業部 営業課 統括課長伊藤様、同事業部 ソニービル運営部 運営管理課 浪上悠様にお話を伺いました。

導入背景

従来の広告スタイルを変え、新たな館内システムでソニーらしさを表現したい。

1966年にオープンした銀座の「ソニービル」は、レストランやカフェ、ショップなどが併設される複合商業施設であると同時に、ソニー製品のショールームや最新の音響映像機器による映像を楽しむ空間「コミュニケーションゾーン OPUS (オーパス)」、季節ごとに様々なイベントを開催・演出するソニースクエアなどを持つ、ソニーのブランディングビルでもあります。その役割から考えて、従来の商業ビルのようなコルトン看板やポスターによる館内案内でいいのだろうかという課題を以前から持っていました。その中で注目したのがデジタルサイネージです。お台場の「メディアージュ」にデジタルサイネージを導入した経験などから、来館したお客様には、静的なメッセージよりも動的なメッセージの方がより明確に伝えられるということを経験していました。またお客様の多くは、ソニーやソニービルに対して「従来とは違う新しいものを提供してくれる」という期待を抱いていらっしゃるようです。デジタルサイネージを使うことで従来の広告スタイルを変えるとともに、ソニーらしさを表現できると判断しました。(箭内事業部長)

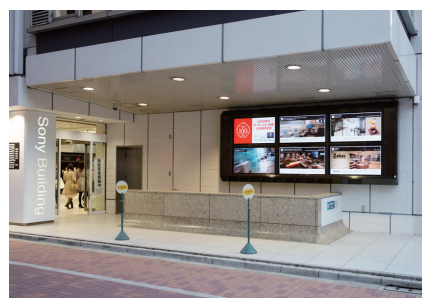


ソニービルの1階エントランスに設置された、6台のFWD-S47H1。マルチディスプレイ機能を利用し、多彩な館内案内を表示。

選定理由

高精細・高画質な映像配信により、ソニーの世界観を演出できる。

機種選定にあたっては、他社の製品も含めて検討しました。最終的に高精細・高画質であること、動画コンテンツを配信できること、社内で運用が完結できる操作性のいいアプリケーションが揃っていることなどから、ソニーのデジタルサイネージプレーヤーVSP-NS7に決定しました。ディスプレイは、ソニー通りに面した外部壁面に堅牢設計モデルのGXD-L52H1をマルチディスプレイとして6台設置し、1階エントランスホールに、高輝度・スリムベゼルモデルのFWD-S47H1をマルチディスプレイとして6台、さらに46インチの液晶テレビBRAVIA (ブラビア) を4台設置しています。イベントの内容や時間帯にあわせて個々のディスプレイやマルチディスプレイ機能を使い分け、ソニーブランドの世界観や店舗イメージをアピールできるのもVSP-NS7を選定した理由の1つです。(箭内事業部長)



ソニー通りに面した外部壁面には、GXD-L52H1を6台のマルチディスプレイとして設置。

● 導入効果

伝えたい情報を手軽かつタイムリーに大画面へ。効果的な情報配信を実現。

2009年3月31日より、デジタルサイネージによる館内案内の運用を開始しました。外部とエントランスのマルチディスプレイは、6面各個での表示、4面マルチ、横3面マルチ、縦2面マルチと、多彩な画面構成を用意しています。基本のコンテンツは、静止画とFlashなどの動画、テロップを組み合わせて作成した、各フロアや店舗のインフォメーションです。ランチタイムにはランチを実施している店舗の情報、19時以降にはディナーを楽しめる店舗の情報にするなど、時間帯にあわせた効果的なインフォメーション表示を行っています。さらにイベントの事前予告はもちろんのこと、リアルタイムでの「ただいまイベントスペースで花をお配りしています」などといった、スポット的なインフォメーションを表示しています。

従来の館内案内は店舗名とフロアのためのインデックス表示でしたし、タイムリーな情報配信を印刷物で実現しようとすると、膨大なコストと手間がかかります。デジタルサイネージでは、配信するコンテンツを時間帯にあわせてスケジュール管理できますし、スポット情報も簡単に追加できるため、効果的なメッセージ配信が可能です。我々が伝えたい情報をタイムリーに伝えられる手段ができたことが大きな効果ですね。各店舗からの詳細なメッセージを大画面で手軽に発信できるようになり、以前に比べてお客様とのコミュニケーションが深まったと感じています。（箭内事業部長）

Flashなどの動画コンテンツの一部は外部に発注していますが、静止画中心のコンテンツ制作やスケジュール管理は社内で行っています。デジタルサイネージの導入後、館内の店舗から「このようなインフォメーションを出したい」という要望が多数あがっています。このような注目を浴びていることが、このシステムを導入した一番の効果だと感じています。（浪上様）

4月に開催された100品種のカーネーション展示や、5月に開催された約3000本のひまわり展示のイベントでは、入り口正面に設置した4台のディスプレイにロゴやイベントの趣旨を表示したり、花そのものを映し出して空間演出を行いました。ソニービルならではのリアルなイベントと、バーチャルなデジタルサイネージとの連動が実現できたと思います。今後はイベントスペースの付加価値として期待しています。（伊藤統括課長）



1面毎や4面マルチ、3面マルチなど、多彩で高精細な館内案内に人々は足を止める。



塵や埃に強く堅牢な設計のGXD-L52H1。埃の多い厳しい環境でも安定した運用を実現している。

● 今後の展望

マルチデマルチディスプレイとイベントの連動など、より多彩な映像演出を図りたい。

現在ではどのようなコンテンツを配信できるのか、どのような内容・構成が効果的なのかを検証している最中です。6月からは横3面マルチのコンテンツ配信も開始し、さらに多彩な映像演出を図っていく予定です。外部の6面ディスプレイをイベントと連動させることで、お客様をより館内へ誘引できるのでないだろうかと考えています。たとえば、花のイベントでは外部の6面ディスプレイが花畑になっている、Sony Aquariumのときにはバーチャルな水槽になっている、などですね。そのようなワクワクする演出をしていきたいと思います。（箭内事業部長）



100品種のカーネーション展示イベントの際には、イベントのロゴや趣旨を表示して、空間演出を行った。

パブリックディスプレイの商品情報をご覧ください。

sony.jp/public-display/

ソニーマーケティング株式会社／〒108-0074 東京都港区高輪4-10-18

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 0466-31-2588

●FAX 0120-333-389

●受付時間 9:00～18:00（土・日・祝日、および年末年始は除く）

2009年6月現在