

導入事例

金融街「兜町・茅場町」でビルの「館銘板」として法人向けブラビアを導入



平和不動産株式会社 様

平和不動産株式会社様は、東京証券取引所や大阪証券取引所をはじめとする日本各地の証券取引所ビルのオーナーとして知られる企業です。近年ではオフィスビルの賃貸や住宅開発、REIT事業、街の再開発などへと事業を拡大されています。

■課題

1. テナント入退去時の館銘板サインの制作/確認工数が大きい
2. オフィスの小割化によりテナント数が増加し、入退去の頻度が増加
3. ビルの顔としてデザイン性は重視

■法人向けブラビアで解決！

1. デジタルサイネージで手間とコストを削減
2. スタンドアロン型でかんたんに運用
3. エントランスに映えるハードウェアデザイン
4. 高画質で多数の社名も鮮明に表示
5. サイネージ運用実績による信頼性

日本の金融・証券取引の中心地として知られる日本橋兜町・茅場町。平和不動産様は、この地域に東京証券取引所を始めとして多くのビルディングを所有し、企業に賃貸しています。今回の法人向けブラビアの導入は、同社が兜町・茅場町に複数所有する賃貸ビルディングの「館銘板*」をデジタル化するという、新しい試みでした。

*建物の入り口付近に掲げてその建物の名称を示す表札。オフィスビルの場合は、エントランスのエレベーター前に設置して各フロアの入居企業等を示す看板も「館銘板」と呼ばれます

ビルエントランスの館銘板をデジタル化できないだろうか、という検討が社内でも始まったのが2020年。このアイデアは同社の「街づくり」の理念と密接に関係して生まれたものです。同社はいま日本橋兜町・茅場町で、新築ビルの建設とクラシカルなビルのリノベートを組み合わせた「サステナブルな街づくり」を進めています。街づくりにおいて掲げているのが「人が集い、投資と成長が生まれる街づくり」という開発コンセプトです。

館銘板のデジタル化を推進した、ビルディング事業部主任の荒 大樹氏にお話を伺いました。



平和不動産株式会社
ビルディング事業部
主任
荒 大樹氏

ベンチャーを応援する賃貸に適したサイネージの館銘板

「弊社は、街づくりの一環として『若い企業』を積極的に応援していこうと考えています。もともとは数十名から100名以上で入居する企業が多かったのですが、ベンチャー企業は数名でスタートされることもあります。そういう小規模な企業にオフィスを提供していくにあたって検討したのが、館銘板のデジタル化です。若くて勢いのある企業は社員の増員やパートナー企業との地理的連携などにより、短ければ数ヶ月というスパンで次のオフィスに移転されます。そういうお客様が増えてくると、アクリル板等にカットシートを貼る形で表示する従来型の館銘板では入れ替え作業が負担となっていました。これら作業コストや手間の増加を解決する手段として、デジタルコンテンツ化が有効だと考えたのです」

カットシートを貼るには通例、入居企業1件あたり数千円から数万円の費用がかかるとのこと。同社が茅場町に所有するビルのなかには、ワンフロアに十社を超える小規模オフィスが入居している場合もあります。



兜町第6平和ビルの、法人向けブラビアを使った館銘板。2階と3階はオフィスが数多く入居しているため、もう一台サイネージを使って掲示しています（右側）。

「館銘板の更新の際は、弊社、ビルの管理会社や入居様とのデザイン確認や、制作、貼り替え作業といったかなりの手間がかかります。入退居の頻度が現在のように増えると、デジタル化した場合の更新のしやすさやコストメリットが大きくなります。デジタルサイネージにしたことでの機材コストや電気代などを加味してもメリットは多いのです」（荒氏）

法人ブラビアを選んだ決め手は実績と信頼性

この館銘板のデジタル化のアイデアは荒氏ご自身の発案によるもの。館銘板をデジタル化しサイネージで表示するというは「ネット上にも参考になる前例がほとんどなかった」（荒氏）ため、荒氏はソニーのコールセンターにご相談されたそうです。お問い合わせを受けたソニーは、サイネージ導入を推進するMXモバイリング株式会社様を荒氏にご紹介し、三者で実現に向けた検討を進めていくことになりました。

「調べてみると、意外と業務用のサイネージで実績のあるブランドは少ないのです。弊社ではこれまでもさまざまなブランドのサイネージを使ってきましたが、休みなくずっと表示すると画面の焼き付きが出るなどの負荷がかかることを経験してきました。館銘板は来館者がまず見るもので、機器のデザインが良いことはもちろんですが、何よりも表示が切れる瞬間があってはなりません。一番大切なのはブランドの実績、信頼性です。何かあったときのサポートも考慮して、いくつかのブランドのなかでソニーを選びました。MXモバイリングさんともお話をするなかで、サイネージをシンプルにローカル運用するうえでの使い勝手の面でもソニーがいい、ということをお話して、今回の導入に至りました」（荒氏）

導入したのは兜町・茅場町にあるビルディング。導入に当たって荒氏が特に気を配って工夫したのは、デジタルに慣れていない人を含め誰もがコンテンツを更新することができ、確認などの手間を極力省く、シンプルな運用でした。

「今回の導入では、ビル管理会社のスタッフさんを中心に、誰もが企業名の入れ替え作業をできる仕様にするを目指しました。そのため、企業ロゴまでは表示せず、文字だけできれいに见せるデザインにしました。入稿は、パワーポイントを中心に少しだけ別のアプリを使うことで完了するかんたんなもの、文字もフリーフォントです。マニュアルは私が作成しましたが、3月の導入から8月まで、入稿方法がわからないという質問は一度も来ていません。デジタル化したことで表示が統一基準になったため、デザインの確認をする必要がないこと、複雑な手続きがなく、USBを差すだけの運用であることも利点ですね。手間となっていた館銘板の表示変更が、即日対応できるようになりました」（荒氏）

「ビルのグレードが上がった」と入居企業から評価

実際に、ビルのエントランスに掲げられた、法人向けブラビアを活用した館銘板を見せていただきました。各フロアの多数の企業が入っているうえに英文も併記されるなど情報量が多いにもかかわらず、文字は美しく鮮明に表示されています。通常の金属板などを使用した館銘板よりも存在感があり、来館者の目を引きやすくなっています。



茅場町一丁目平和ビルの館銘板。併記した英文の小さな文字まで鮮明に表示されています。

「運用面に加え、画質の面でも申し分ありません。文字がつぶれたりすることがなく、くっきり表示されて、離れていても読みやすいと感じます。入居企業のみならず、かかるとの好評です。『ビルのグレードが上がった』という嬉しい評価もいただいています。かつてお客様から『エントランスが寂しい』という声をいただいたことがあったのですが、その解決策としてもサイネージの館銘板は適切な選択でした。弊社内でも、ビルによってまちまちだった館銘板のデザインを統一できたことで、ブランド構築のうえでも評価されています。今後デザインの変更を行いたいときも、一括で実施できるのも大きいですね。あるいは反対に、ビルごとに個性を出すという展開もあると思います。いまはまず兜町・茅場町地区の物件で試していますが、コストメリットや耐久性などを検証したうえで全国展開も考えています」（荒氏）

館銘板向けに導入したシステムは、役割の性質上、現在はUSBを差すだけで確実に稼働する、運用の容易なシンプルなシステムをお選びいただいています。これからの賃貸ビルディングでのサイネージ活用について、荒氏は次のようにお話しされました。

「不動産業界共通の課題だと思いますが、お客様とのコミュニケーションというと、入居企業の総務ご担当者など一部の方に限られてきました。これを変えていくことは私たちの命題だと思っています。実際に働いているみなさまや、さらにその先の来館者のみなさまとのコミュニケーションを深めていかなければなりません。館銘板に限らず、サイネージでさまざまな情報をご提供していくことは、そうした将来を見据えたアクションの一環としてまさに適していると思います」



兜町第一平和ビル。デジタルサイネージによる館銘板が、ビルエントランスのアセントになっています。

法人向けブラビアについて 詳しくは、当社Web (sony.jp/bravia-biz/) へ

ご購入に関する相談は
法人のお客様向け購入相談デスク

 0120-30-1260

- 携帯電話・PHS/一部のIP電話などでご利用になれない場合がございます。
- 受付時間 9:00~18:00 (土・日・祝日 休み)

ソニーマーケティング株式会社

商品情報や仕様のお問い合わせは
ブラビア法人様向けご相談窓口

 0120-67-6699

- 携帯電話・PHS/一部のIP電話などでご利用になれない場合 050-3754-9774
- 受付時間 9:00~18:00 (土・日・祝日 休み)

お問い合わせ