

# レポート 電子看板

## 将来有望なデジタルサイネージ

デジタルサイネージとは「電子看板」を意味し、街頭・施設内に備え付けられたディスプレイに、情報やプロモーション映像などを配信するといふもの。インターネットを通じてリアルタイムに情報を

発信できることから、既に首都圏では導入している企業も多く、電子化の潮流からも市場は大幅な伸びを示している。市場規模も、600億円を超えたとはいわれており、今後さらに拡大する可能性が高い。

宮城県では「デジタルサイネージ導入推進事業」を、2009年11月から実施している。実証実験として県庁内にある宮城県バスポートセンターに40インチのモニターを設置。県政だよりや観光情報のほか、海外渡

航情報などを配信している。同センターの年間利用者は約7万3000人だが、利用者の目的がはっきりしているということもあって、見ている人は多いという。



小野主査(右)と小熊技術主査

景気を反映し、企業が広告費を削減するなど、広告業界は厳しい状況だ。逆に、相次ぐ電子化の流れに乗って成長が続いているのがデジタルサイネージ(電子看板)だ。宮城県では、導入する企業や団体はまだ少数らしいが、情報がリアルタイムであることや動画を配信できることなど、新しい情報ツールとして注目を集める。この新しい事業に取り組む企業を追った。



JR仙台駅構内に設置されたデジタルサイネージでも実験が行われている

宮城県では「デジタルサイネージ導入推進事業」を、2009年11月から実施している。実証実験として県庁内にある宮城県バスポートセンターに40インチのモニターを設置。県政だよりや観光情報のほか、海外渡航情報など

高い。宮城県では「デジタルサイネージ導入推進事業」を、2009年11月から実施している。実証実験として県庁内にある宮城県バスポートセンターに40インチのモニターを設置。県政だよりや観光情報のほか、海外渡航情報など

県内の設置状況について、宮城県情報産業振興室の小野光規主査は「事業の応募については、県外からの問い合わせもありました。県内では大型店舗や大学、公共施設で行っており、個人経営の店舗などでも、店舗内にディスプレイを設置して実験をしています」と語る。

県では実証実験が続けながら、今後新しい産業へ参加するためのきっかけづくりに取り組みたいとする。

### 仙台発。全国展開も可能

県の「デジタルサイネージ導入推進事業」に応募し、受託者としてディスプレイを設置しているのがIT・ソフトウェア開発を手がける㈱ネット

トレンド(本社仙台市青葉区、瀧原一秀社長)。

同社では、デジタルサイネージが東京などで導入されていることから、広告媒体として活用できないかを模索しており、映像のノウハウも持つことから事業に応募した。ソフトウェアからディスプレイなどのハードまで開発しており、加えてコンテンツの編集もカバーできる点が強みだ。



宮城県庁内で実証実験中



ネットレンドの端末

けができるというのでは」と課題を述べる。今後は非接触ICカード技術「フェリカ」読み取り機能を応用。ゲームとの連動なども考えており、市場は全国規模になると強調する。

また、放送局として積極的にデジタルサイネージを導入しているのは、㈱東日本放送(本社仙台市青葉区、伊藤裕

造社長)。同社では、出版業の㈱プレスアート(本社仙台市若林区、今野敦之社長)と共同で「仙台美人時計」を展開。街頭で若い女性に時刻の書かれたボードを持つてもらい、デジタルサイネージで配信するプロジェクトを実施している。またイベントなどで、局イメージをアピールする映像装置などとしても使用しており、本社と青葉区本町にある営業センターに設置している。

### 広告媒体として使える

同社では、実証実験として09年の5月から3回、同社主催の大型イベントでデジタルサイネージを設置。1回目はQRコードを表示、2回目は

「フェリカ」読み取り機能を搭載し、会場案内やスタンプラリーなどに使用。人が画面を見る効果や集客能力が高かったことから、広告媒体と

して使えると確信した。先の美人時計についても、時計以外に、ファッションやグッズなど新しい展開も検討中。「仙台での普及はこれだから、大手企業の理解度は高い。多くの良いものをつないでいきたい」と同社取締役の桜井元氏は語る。

その意味では、テレビ局というコンテンツを制作し、編集作業などができる強みは大きい。今後は、デジタルサイネージの3D化も含め、さまざまな活用を行いたいとする。



取締役の桜井元氏(写真右)と編成業務局広報室の海老田巨氏

同社では、09年実施された東北大学のオープンキャンパスで、青葉区の青葉山キャンパスの入口に端末を設置。大学施設の映像を流し、「フェリカ」で地図をダウンロードできるようにしたところ、利用者が多く、現在ではメーカーからの問い合わせがあるという。

瀧原社長は「ビジネスモデルとしてはこれから。どういった人が興味を持つてくれるかをリサーチし、ターゲット分