

平成22年3月31日

平成21年度実施 地域ICT利活用モデル構築事業 成果報告書

実施団体名：広島市（広島デジタルサイネージ推進コンソーシアム）

事業名称：広島デジタルサイネージ推進事業

1. 事業実施概要

大型ディスプレイを交通結節点や公共施設、観光施設、商業施設等に設置し、観光情報、地元産品情報、文化情報、スポーツ情報、地域情報、行政情報等様々なコンテンツを、ネットワークを介して場所や時間に応じてタイムリーに発信することが可能な「広島デジタルサイネージシステム」を構築する。産・学・官の多様なプレーヤーにより構成する「広島デジタルサイネージ推進コンソーシアム」により運用を行い、観光振興、地域産業振興等の地域経済活性化に寄与するための運用モデルの検討を行うとともに、地域の新しい広報メディアとしてのビジネスモデルの創出を図る。

2. 目標の進捗状況

指標	目標値	結果の数値	達成状況	計測方法・出展等
「ザ・広島ブランド」、「いい店ひろしま」の知名度アップ。消費拡大、来店者増大を実感する店主等の割合を高める。	70%以上	45%	△	デジタルサイネージイベントの来場者に対し「ザ・広島ブランド」の認知度についてアンケート調査を実施した。
デジタルサイネージが、商店街等の活性化や情報化につながったと実感できる店主等の割合を高める。	70%以上	80%	○	デジタルサイネージで店舗や商店街等のPRコンテンツを配信し、当該店舗の店主等に対しアンケート調査を実施した。
デジタルサイネージディスプレイにより表示する周辺観光地等の行き先案内や名産品情報などが役に立ったと感じる観光客の割合を高める。	70%以上	72%	○	主として観光客を対象に設置したサイネージ設置場所において、アンケート調査を実施した。

※○目標を達成。

△目標の概ね60%以上達成

×上記以外

<その他の進捗状況>

(1) ディスプレイの設置

設置場所	特性	主な目的	台数	運用時間
シャレオ 中央広場	交通結節点 商店街	・ 市民生活を豊かにする 多様な情報発信 ・ 商店街の活性化	<自立式> 縦型2台（うちタッチパネル式1台） <壁面埋め込み式> 横型4台	7:30～21:00
広島バス センター	交通結節点	・ 市民生活を豊かにする 多様な情報発信 ・ 観光情報の発信	縦型2台（うちタッチパネル式1台）	7:30～21:00
平和記念 資料館 （東館）	公共施設	・ 平和情報の発信 ・ 来訪者の利便性の向上	縦型2台（うちタッチパネル式1台）	8:30～17:00 （10月～3月） 8:30～18:00 （4月～9月） 8:30～19:00 （8月）
平和記念 公園レスト ハウス	観光施設	・ 来訪者の利便性の向上 ・ 観光情報の発信	縦型1台（うちタッチパネル式1台）	8:30～17:00 （10月～3月） 9:30～18:00 （4月～9月） 9:30～19:00 （8/1～8/15）
ANA クラウン プラザホテル広島	商業施設	・ 来訪者の利便性の向上 ・ 観光情報の発信	縦型1台（うちタッチパネル式1台）	7:30～21:00
東急ハンズ 広島店	商業施設（交通結節点）	・ 市民生活を豊かにする 多様な情報発信	横型1台	9:30～21:00
広島市 中区役所	公共施設	・ 市民生活を豊かにする 多様な情報発信	縦型1台	8:30～17:15

- ・ 観光振興、地域産業振興等の地域経済活性化に寄与するための地域の新しい広報メディアとしてのビジネスモデルの創出を図るという事業目的に対応できるよう、多様な特性を持つ場所に設置し、「広島デジタルサイネージエリア」として、市民・観光客に対するデジタルサイネージへの認知度向上を図るため、広島市の中核市街地である紙屋町地区を中心としたエリアに集中的に配置した。

(2) 配信コンテンツ

○行政からのお知らせ

- ・各種国際会議等の開催情報（IETF 広島会議、日本 APEC 広島高級実務者会合 等）
- ・イベント事業等（「100円ループバス社会実験」「まちなかホコテン社会実験」等）
- ・環境対策啓発（「110万人のエコ講座参加募集」等）
- ・平和記念公園無線 LAN サービス 等

○観光情報

- ・市内中心部観光スポット（平和記念公園、美術館、縮景園等）
- ・広島市内観光スポット（動物園、植物園、森林公園）
- ・近郊観光スポット（宮島、福山、尾道、三次等）
- ・市内中心部案内地図（タッチ式） 等

○地域産品情報

- ・「ザ・広島ブランド」や「BUY ひろしま」等特産品情報

○文化情報

- ・講演会や映画祭、公演等のお知らせ
- ・神楽など地域イベントのお知らせ 等

○スポーツ情報

- ・広島カープやサンフレッチェ広島情報

○生活情報

- ・ニュース（中国新聞ニュース）
- ・天気予報

○商店街活性化

- ・店舗PR情報、商店街PR情報

○緊急情報

- ・防災情報などの広島市からの緊急情報（リアルタイム配信）

(3) サイネージイベントの実施

デジタルサイネージを活用した地域活性化を図るとともに、デジタルサイネージの市民の認知度を高めることを目的として、運用開始後月一回のペースでサイネージイベントを実施した。

●イベント1：「安田女子大サンタ追跡プロジェクト2009」（2009年12月24日開催）

概要：

「サンタクロースが世界を回って広島にやってくる」という想定の下、サンタの訪問先の想定映像、飛行中のサンタのCG映像等を、午後4時から午後8時半まで十数分おきに放映し、主に音楽・音声に対する通行人の反応を測定した。（協力：安田女子大学染岡研究室）

コンテンツの設定	通行人100人中画面を見た人の数＊
----------	-------------------

音声無し	0. 3人
音声有り（一般的なBGM・効果音のみ）	2人
音声有り（知名度の高いクリスマスソング）	5. 3人
音声有り（肉声によるナレーション）	6人

＊該当するコンテンツを放映中に、通行人を100人連続でカウントし、うち画面に顔を向けた人の数（同じ計測を3回行った平均値）

成果：

通行人の注目を引くには、ある程度の音量が必要であることや、市民に馴染みのあるポピュラーな楽曲の利用が有効であることが確認できた。

●イベント2：「ひろしま男子駅伝 応援イベント」（2010年1月24日開催）

概要：

広島で開催される全国的なスポーツイベント「ひろしま男子駅伝」の開催に合わせ、以下のような多岐に渡るコラボレーションを展開し、市民に馴染みのあるキラーコンテンツとしてのスポーツ情報を活用し、市民に「広島デジタルサイネージ」をアピールした。

（協力：ひろしま男子駅伝事務局、中国新聞社、日本放送協会広島放送局、広島市立大学）

（ア）ひろしま男子駅伝応援メッセージの配信

市民参加型実験として、特設会場において、各都道府県チームへの応援メッセージを書いてもらい、その場でデジタルサイネージへ配信した。（まちかど応援メッセージ）

（イ）ひろしま男子駅伝関連情報の配信

① パブリックビューイング（テレビ放送の同時受信公開（実験放映））

（協力：NHK、広島市立大学）

② 各都道府県のチーム・選手紹介（中国新聞社提供）

③ 大会ホームページに寄せられた応援メッセージ紹介（ひろしま男子駅伝事務局提供）

④ 駅伝結果速報（中国新聞社作成の号外をサイネージで配信）（中国新聞社提供）

<パブリックビューイング観覧人数>

（各時間帯の任意の15分間にサイネージ前で足を止めた人数を計測、二カ所分の合計）

時間帯	男性				女性				合計
	子供	若年	壮年	高齢者	子供	若年	壮年	高齢者	
11時台	1	5	4	2	4	3	0	2	21
12時台	3	12	11	6	4	8	4	2	50
1時台	7	15	46	37	8	23	33	26	195
2時台	5	17	55	38	6	22	51	44	238
合計	16	49	116	83	22	56	88	74	504

＜まちかど応援メッセージ 受付数＞ （受付時間：11:00～15:00）

受付会場名	受付数
本部前仮設サイネージ	28
シャレオ中央広場	38

成果：

- ・以下のことが確認できた。
- ・市民に馴染みのなるスポーツ関連のコンテンツは注目度が高い。
- ・事前のプレスリリースによりマスコミに取り上げられる等、デジタルサイネージの周知にも効果的である。
- ・市民参加型のコンテンツは注目度が高い。
- ・駅伝結果速報として配信した新聞の号外は、コンテンツとして注目度が高い。

●イベント3：「サンフレッチェ・サイネージ・デイ」（2010年2月28日開催）

概要

広島を代表するプロスポーツチームの一つであるサンフレッチェ広島と連携し、Jリーグ開幕に合わせて、サンフレッチェ応援イベントを実施した。

（協力：サンフレッチェ広島、安田女子大学西村研究室、同染岡研究室）

- （1）開催当日、全サイネージ画面で、サンフレッチェ広島関連コンテンツのみを終日放映
- （2）シャレオ中央広場にて、タッチパネルを使用したインタラクティブ形式による抽選ゲーム「サンフレ・サイネージ・スロット」を開催

＜サンフレ・サイネージ・スロット参加者数＞

回数	人数
第一回（13:00～14:00）	108
第二回（15:00～16:00）	156

成果：

- ・以下のことが確認できた。
- ・市民に馴染みのなるスポーツ関連のコンテンツは注目度が高い。
- ・事前のプレスリリースによりマスコミに取り上げられる等、デジタルサイネージの周知にも効果的である。
- ・インタラクティブな仕掛けは集客効果が高い。

3. 達成状況が△又は×の場合はその理由

指標1：「ザ・広島ブランド」（（広島市が認定する広島を代表する地域産品28品目）、「いい店ひろしま」（広島市が認定する地域に根付いた店舗）の知名度アップ。消費拡大、来店者増大を実感する店主等の割合を高める。（評価：△）

今年度の事業においては、デジタルサイネージの視聴者（イベント来場者）に対して「ザ・広島ブランド」の認知度についてアンケート調査を行った。その結果、認知度は45%であったことから、達成状況が△となったものである。

- ・今回の調査は、11月にデジタルサイネージを設置後、約4カ月弱の期間を経て、2月末頃に実施した。
- ・情報配信場所は多くの人が行き交うPR効果の高い場所であり、デジタルサイネージによる情報発信については一定の効果があつたものと考えられる。
 - シャレオ中央広場 平日17万2000人、休日19万1000人（シャレオHPより）
 - 広島バスセンター 3万7000人（バスセンターHPより）
- ・平成22年度においては、デジタルサイネージで情報発信したことによる「ザ・広島ブランド」の認知度向上効果を測定するよう、効果測定方法の改善を検討する。
- ・また、「いい店ひろしま」については、情報発信及び効果測定が未実施であることから、平成22年度以降に実施予定である。

<委託業務説明書>

1 平成21年度事業実施において明らかとなった課題

（1）多くの市民が興味をもつコンテンツの発信

デジタルサイネージで発信する情報をより多くの市民に見てもらうようにするためには、コンテンツの内容が極めて重要であり、地域に根差した興味のあるコンテンツをいかに発信するかが課題である。

本事業では、広島の特徴の一つでもある地域密着型のプロスポーツチームとの連携により、魅力あるコンテンツの配信だけでなく、市民参加型のイベントの開催など、双方にメリットのある形で、保有している情報の活用などにより継続的な協力関係を構築することができた。

また、報道機関各社のコンソーシアムへの参加により、地域ニュースや天気予報など、地域の生活に密着した情報を発信することが可能となった。

（2）設置場所の特性に応じたコンテンツの配信

本事業においては、市内中心部7か所にディスプレイを設置したが、それぞれの設置場所の特性から、各場所に応じたコンテンツを配信していく。今後、地域名産品や飲食店の情報発信を拡大していく上で、設置場所の特性に応じた広告モデルを検討していく必要がある。

(3) デジタルサイネージの特性と運用負担の関係について

デジタルサイネージシステムは、ディスプレイをネットワークに接続し、時間や場所に応じてタイムリーに情報発信ができることが特徴である。この特徴を活かして、きめ細かい情報発信を行おうとすればするほど、コンテンツ配信管理などの運用管理業務の負担が増えることになる。こうした運用負担の増加をできる限り抑えることができるよう、WEB連携の仕組みを導入する等の運用の効率化が必要となる。

2 自律的・継続的運営の見込み

(1) システム運用

デジタルサイネージシステムの機器リース料は、平成22年度以降は広島市で予算措置をする。

(2) コンソーシアムの運営

コンソーシアムの運営については、今年度に引き続き広島市が事務局業務を担当する。今後は、新たにディスプレイを設置した設置場所管理者、イベント連携やコンテンツ提供者としての地域の大学や地元プロスポーツチーム、サイネージイベントのコーディネーターの役割を担当するイベント事業者などの多様なメンバーに参加を求め、自律的・継続的な運営体制の充実を図る。

(3) 継続的なコンテンツの供給

コンソーシアムの構成員により継続的にコンテンツの供給する体制の充実を図る。

行政情報・文化情報は、広島市やコンソーシアム構成団体が主催・共催・後援するイベント情報を発信することから、チラシやパンフレット等の電子データを活用することでサイネージ用のコンテンツを確保できる。

スポーツ情報については、サンフレッチェ広島及び安田女子大学と連携し、年間を通じて定期的に提供を受ける旨の協力関係が構築できている。

観光情報については、情報発信の内容は継続的に利用可能なものであることから、今年度新たに作成したコンテンツの継続的な活用が可能である。

また、パワーポイントにより作成したコンテンツを簡単に登録できる仕組みを構築するなど、コンテンツの作成を容易にするようシステムの機能拡充を行った。

3 今後の展開方針

(1) 地域イベント等とデジタルサイネージのコラボレーション

市民生活に馴染みの深い地域イベントと、デジタルサイネージの連携イベントの実施による地域活性化を図る。

<地域イベント>

フラワーフェスティバル、平和記念式典、ひろしまドリミネーション 等

<スポーツイベント>

サンフレッチェ広島、広島カープ 等

(2) コンソーシアム構成員との連携イベントの実施

コンソーシアム構成員が主催・共催する地域イベントとデジタルサイネージの連携を図る。

(3) 広島市立大学芸術学部との連携

広島市立大学芸術学部との連携し、ユニークなサイネージイベント企画を実施することにより、サイネージを観ることを目的とした来場者の増加を図る。

また、広島市立大学芸術学部学生の制作したコンテンツの発表の場として広島デジタルサイネージの活用を図り、シャレオ中央広場等で卒業作品・修了作品の展示イベントを開催する。

(4) 地域の大学生による広告制作コンテストの実施

広島市立大学や安田女子大学などの映像コンテンツ作成を教育プログラムの一環として有している大学と連携して、商店等の広告制作コンテストを実施し、作品をデジタルサイネージで放映する。こうした取組を行うことにより、地域の学生が制作した多様なコンテンツの発信が可能となるとともに、地域のデジタルコンテンツ人材の育成のフィールドとしてデジタルサイネージを活用する。

(5) デジタルサイネージ連携の推進

広島市立大学において平成22年度に実施予定の「路面電車内デジタルサイネージ実験」との連携を図り、コンテンツ共有やイベント連携等を実施する。

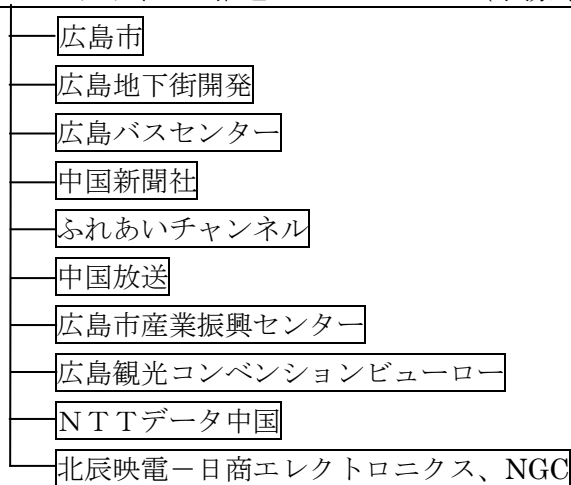
※「路面電車内デジタルサイネージ実験」

広島市立大学（前田研究室）が、平成20年度～21年度に、総務省 SCOPE 採択プロジェクトである「モビリティ技術を活用した国際都市ホスピタリティ向上に関する研究開発」プロジェクトにおいて実施した実証実験であり、平成22年度においても、引き続き展開する予定のプロジェクトである。

<実施体制説明書>

1 実施体制

広島デジタルサイネージ推進コンソーシアム（事務局：広島市）



アドバイザー（50音順）

染岡慎一氏	安田女子大学現代ビジネス学部教授
中嶋健明氏	広島市立大学芸術学部教授
中村伊知哉氏	慶応義塾大学メディアデザイン研究科教授
匹田 篤氏	広島大学地域連携センター准教授
前田香織氏	広島市立大学大学院情報科学研究科教授

2 各主体の役割

No	名 称	役 割
1	広島市	コンソーシアム運営及びプロジェクト全体統括、コンテンツ提供
2	広島地下街開発（株）	設置場所管理者、サイネージ活用方法の検討、コンテンツ提供
3	（株）広島バスセンター	設置場所管理者、サイネージ活用方法の検討
4	（株）中国新聞社	コンテンツ提供、サイネージ活用方法の検討
5	（株）中国放送	コンテンツ提供、サイネージ活用方法の検討
6	（株）ふれあいチャンネル	コンテンツ提供、サイネージ活用方法の検討
7	（財）広島市産業振興センター	地域振興の観点からサイネージ活用方法の検討、コンテンツの提供
8	（財）広島観光コンベンションビューロー	観光振興の観点からサイネージ活用方法の検討、コンテンツの提供
9	（株）NTT データ中国	コンソーシアム運営事務全般及びプロジェクト全体統括の補佐
10	（株）北辰映電－（日商エレクトロニクス、NGC）	サイネージシステムの構築及び運用

事業実施進行表

実施内容	7月	8月	9月	10月	11月	12月	H22 1月	2月	3月
コンソーシアム準備会合		▲ ▲	▲ ▲						
コンソーシアム会合開催				▲			▲	▲ ▲ ▲ ▲	▲ ▲ ▲
コンソーシアム関連個別協議	(必要に応じ随時継続的に開催)								
システム構成の検討	(ソフト面)			(ハード面)					
システム構築競争入札			→						
システム設計・構築			→						
システム稼働					▲	→			
機能追加						▲	▲	▲	▲
コンテンツ作成					→				
評価								→	
報告書作成								→	

その他

本事業により構築したウェブサイト又は本事業を掲載したウェブサイト：広島市ホームページ

平成 21 年度実施 地域 ICT 利活用モデル構築事業 システム設計書

実施団体名：広島市（広島デジタルサイネージ推進コンソーシアム）

代表団体名： —

事業名称：広島市デジタルサイネージ推進事業

1 概要

コンテンツマネージメントサーバ及び地図情報サーバを構築し、これを広島市内 14 カ所に設置されたサイネージ表示システム（それぞれ 50 インチプラズマディスプレイとプレーヤー PC で構成される）と閉域網により接続し、動画・静止画・テキスト及びこれらを組み合わせた情報コンテンツを、それぞれの設置箇所ごとにリアルタイムに配信表示するネットワーク型デジタルサイネージシステムである。

2 運用結果

- 十分な実績のある既存製品（Scala 社 Designer 及び 同 Content Manager）とそのアドオン製品（NGC 社 Signage Map Pro）をベースに構築したため、運用実績は安定しており、2009 年 11 月の試行開始以来、システムダウン等の障害は発生していない。

3 課題・改修の必要性

＜主な改修実績＞

- 市民による自作コンテンツ等の表示を可能にするため、一般的に普及しているアプリケーションソフト「パワーポイント」形式のファイルの表示を可能にする機能を設計し、実装した。
- 既存ウェブサイトとのコンテンツ連携を可能にするため、html 形式のコンテンツを、URL を指定することにより、任意のウィンドウサイズで表示する機能を設計し、実装した。
- 緊急情報のリアルタイム表示を可能にするため、広島市がメールにより一般に提供している「防災情報メール」に自動的に連携し、受信時に内容をテロップ表示する機能を設計し、実装した。
- ディスプレイ画面の焼き付きへのシステムの対処（既存の製品では焼き付き防止をディスプレイ側の設定に依存していた）として、スクリーンセーバ（画面に一定パターンの表示を行い焼き付きを軽減・防止する機能）を起動・終了する機能を設計し、実装した。

＜今後の課題＞

- 今回採用したシステムを含め、既存のデジタルサイネージシステムは、コンテンツの登録・配信については十分な機能を備えている反面、コンテンツの管理・編成作業の自動化については遅れている。登録したコンテンツを自動的に番組に編成する、コンテンツの表示期限を設定し期限が来ると自動的に番組から削除するなど、デジタルサイネージシステムの運用に必要なマンパワーを軽減する機能の開発が必要となる。

4 その他

特になし