



デジタルサイネージの動向

2009年10月27日

伊藤忠テクノソリューションズ株式会社

デジタルサイネージとは？

デジタルサイネージとは、屋外や店頭、交通機関など 一般家庭以外の場所においてディスプレイなどの 電子的な表示機器を使って情報を発信するもの



ユビキタスメディア化

これまでのマスメディアやインターネットがカバーできない、生活者のリアルな生活行動にあわせたユビキタスでかつ時間と空間を特定できる唯一のメディアを目指します。

市場創出、市場形成

これまでの個別で散発的な市場をとりまとめ、共有すべき問題点の抽出と、その解決に向けた検討をおこないます。

啓蒙活動

広告主、コンテンツホルダー、インフラ所有者、市民、行政などへの認知向上をはかります。

調査研究

国内外の事例研究、報告、視察をおこないます。

情報意見交換

関係者間の情報共有をはかります。

理事長：

中村 伊知哉(慶應義塾大学 教授)

副理事長：

阿良田 剛(三菱電機株式会社)

川添 雄彦(日本電信電話株式会社)

窪田 賢雄(パナソニック株式会社)

専務理事：

伊能 美和子(日本電信電話株式会社)

常務理事：

江口 靖二(デジタルメディアコンサルタント)

2007年6月設立

会員数：161社

(2009年9月現在)

デジタルサイネージの利用目的

情報提供(広報)

販売促進

ブランディング

広告

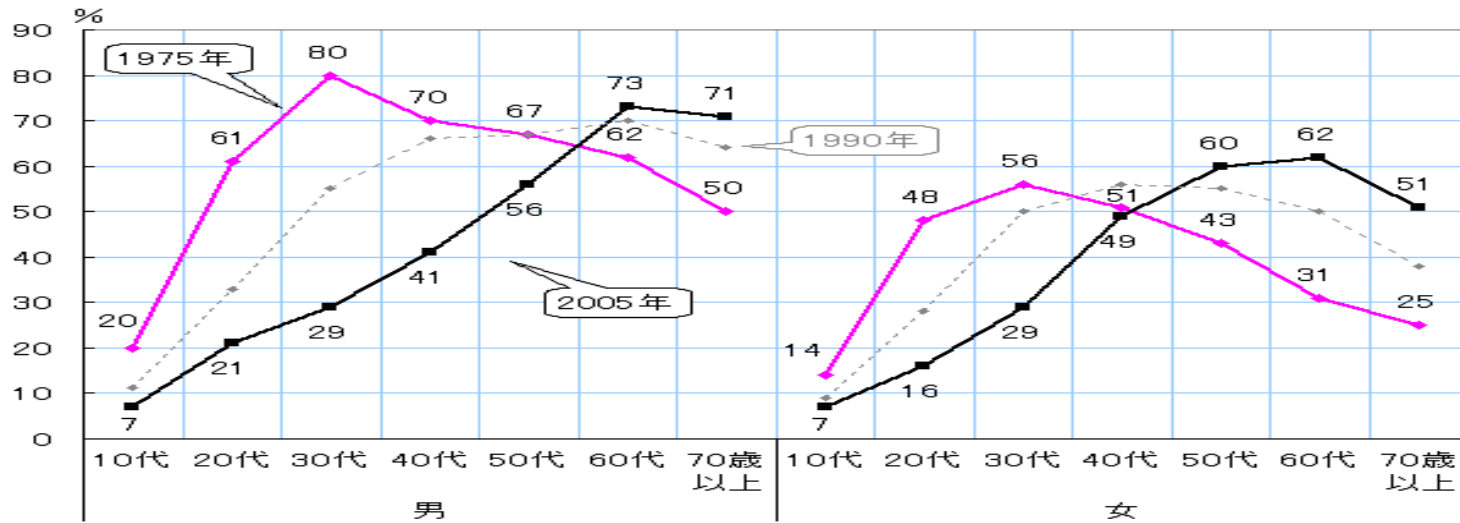
災害・緊急情報

空間演出

デジタルサイネージ普及の背景

日本人は新聞を読まなくなっている

新聞を読まなくなった日本人

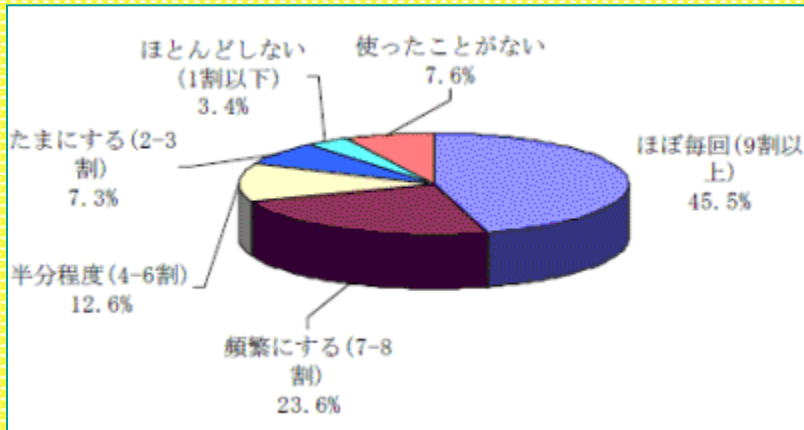


(注) 新聞の行為者率(平日)。1995年の調査方法若干の変更により時系列比較には注意を要する。
(資料) NHK国民生活時間調査

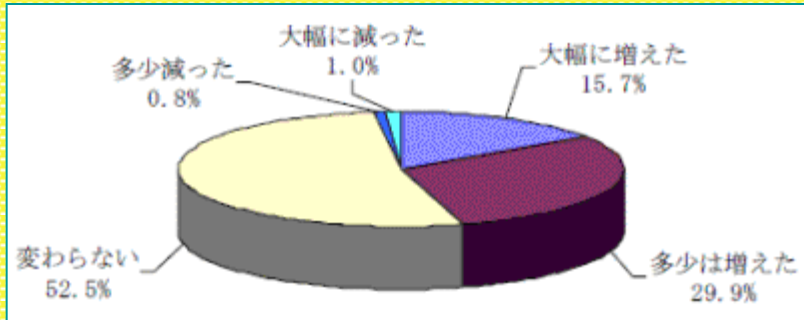
デジタルサイネージ普及の背景

日本人は テレビCMを見なくなっている

「CMのスキップや早送りをどの程度利用していますか？」



「効率的にテレビを視聴するため、あえてHDDレコーダーに録画する頻度が増えましたか？」



矢野経済研究所 2005 視聴スタイル動向調査

HDDレコーダーとテレビCMの影響

NRIの調査は、テレビCMのスキップ率を64.3%とし、こうした数字などから「**2005年のテレビCM市場では、金額にして約540億円の価値が失われることになる**」と試算。(2005年5月31日)

さらに若年層はネットで見ると

動画サイト/サービスで視聴する動画の種類 (パソコンまたはテレビからの視聴)

	29歳以下 (n=810)	30歳代 (n=1130)	40歳代 (n=1123)	50歳代 (n=886)	60歳以上 (n=362)
1位	動画サイト用に制作された投稿映像作品	動画サイト用に制作された投稿映像作品	動画サイト用に制作された投稿映像作品	動画サイト用に制作された投稿映像作品	Webサイトが提供するオリジナル・コンテンツ
2位	テレビ番組の一部	Webサイトが提供するオリジナル・コンテンツ	Webサイトが提供するオリジナル・コンテンツ	Webサイトが提供するオリジナル・コンテンツ	映画の予告
3位	テレビ番組 (1本分)	テレビ番組の一部	映画の予告	映画の予告	動画サイト用に制作された投稿映像作品

デジタルサイネージの特性

時間と場所を特定できる
唯一のメディア (DSC)

エリアの特定



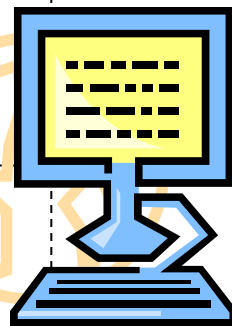
デジタルサイネージ



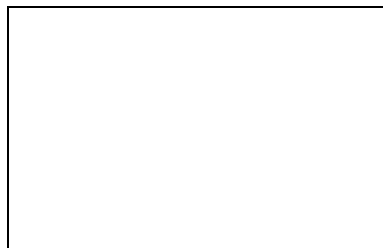
ラジオ

テレビ
(生放送)

インターネット



モバイル



既存屋外広告



雑誌



新聞

時間の特定

デジタルサイネージの特性

時間と場所を特定できる
唯一のメディア (DSC)

エリアの特定

間を埋める

いきなり
グローバル

ローカル
限定

インターネット

時間の特定

既存屋外広告

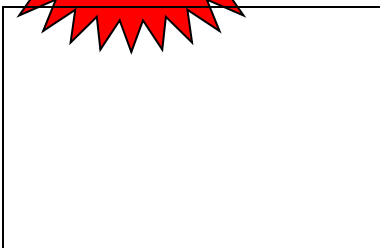
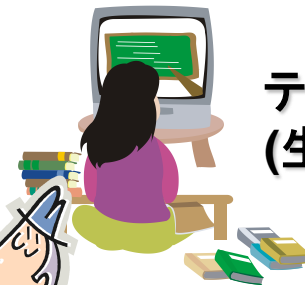
雑誌

ラジオ

テレビ
(生放送)

モバイル

新聞

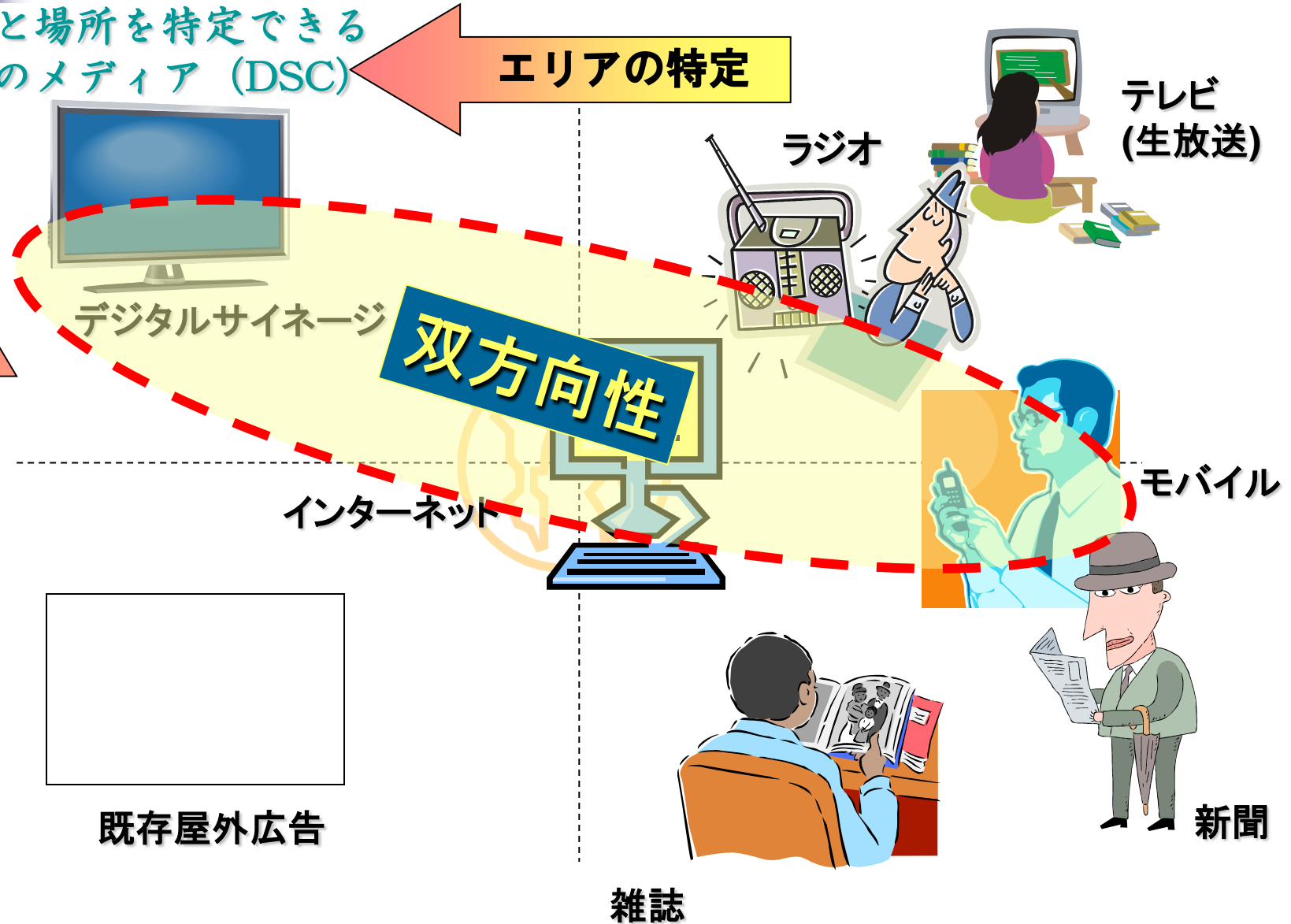


デジタルサイネージの特性

時間と場所を特定できる
唯一のメディア (DSC)

エリアの特定

時間の特定



デジタルサイネージの仕組み・種類・オプション

コンテンツ作成拠点

サーバー・ネットワークインフラ

端末設置拠点

デジタルコンテンツ制作



①コンテンツ登録

静止画、動画などのコンテンツの素材を登録

蓄積サーバ



③スケジュールの配信

端末へ放映スケジュールを配信

⑤コンテンツの配信

端末へ放映コンテンツを配信

配信サーバ



制御サーバ



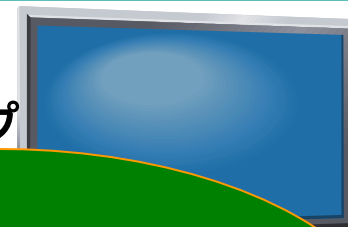
セットトップボックス



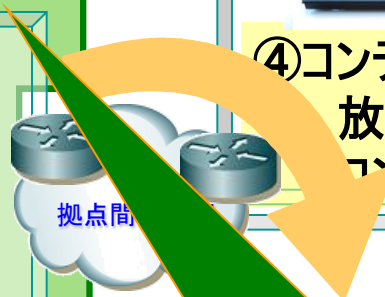
④コンテンツの取得

放映スケジュールに基づきコンテンツを取得・放映

セットトップ



拠点間



プル型／プッシュ型
蓄積配信／ストリーミング配信
ユニキャスト／マルチキャスト

デジタルサイネージの仕組み・種類・オプション

コンテンツ作成拠点

サーバー・ネットワークインフラ

端末設置拠点

デジタルコンテンツ制作



①コンテンツ登録

静止画、動画などのコンテンツの素材を登録

蓄積サーバ



③スケジュールの配信

端末へ放映スケジュールを配信

⑤コンテンツの配信

端末へ放映コンテンツを配信

配信サーバ



制御サーバ



セットトップボックス



④コンテンツの取得

放映スケジュールに基づきコンテンツを取得・放映

拠点間接続



ラストワンマイル
有線通信／無線通信
WiMax／エリアワンセグ
携帯通信網／地デジ

コンテンツを取得・放映

デジタルサイネージの仕組み・種類・オプション

コンテンツ作成拠点

サーバー・ネットワークインフラ

端末設置拠点

デジタルコンテンツ制作



①コンテンツ登録

静止画、動画などのコンテンツの素材を登録

蓄積サーバ



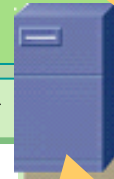
③スケジュールの配信

端末へ放映スケジュールを配信

⑤コンテンツの配信

端末へ放映コンテンツを配信

配信サーバ



制御サーバ



セットトップボックス



④コンテンツの取得

放映スケジュールに基づきコンテンツの取得・放映

拠点間接続網



LCD／プラズマ
超薄型軽量プラズマ
電子ペーパー
プロジェクター＋高性能スクリーン
裸眼3Dディスプレイ
マルチ画面
屋外型

放映

デジタルサイネージの仕組み・種類・オプション

コンテンツ作成拠点

サーバー・ネットワークインフラ

端末設置拠点

デジタルコンテンツ制作



①コンテンツ登録

静止画、動画などのコンテンツの素材を登録

蓄積サーバ



③スケジュールの配信

端末へ放映スケジュールを配信

⑤コンテンツの配信

端末へ放映コンテンツを配信

配信サーバ



制御サーバ



セットトップボックス



④コンテンツ取得

放映スケジュールに基づきコンテンツ取得・放映

カメラ
(視聴者数・性別など)
タッチパネル
FeliCa I/F
赤外線通信/Bluetooth
超指向性スピーカー

コンテンツに基づき
コンテンツを取得・放映

拠点間接続網



デジタルサイネージのプレイヤー

コンテンツ・オーナー

責任 : コンテンツの提供、入稿基準の遵守、放映料の支払い(ケースによる)
利益 : 自身の情宣効果 情報伝達効果 広告効果
候補 : 新聞社、一般企業(広告主)、自治体など

ロケーション・オーナー

責任 : システム設置場所の提供
利益 : 設置料金収入、顧客等に対する利便性提供
候補 : 店舗、交通機関、自治体等

政府、地方公共団体

責任 : 広報、防災情報・注意報、警報、安全情報の提供
利益 : 地域活性化、地域安心・安全対策
候補 : 地方自治体、政府官庁

コンテンツ制作

責任 : コンテンツ制作
利益 : コンテンツ制作請負
候補 : コンテンツ制作会社、
広告代理店

システム・オーナー

責任 : システムに対する出資、システム運用、管理、ルール設定、放映計画、実績/請求管理
利益 : システム使用料、広告放映料



デジタルサイネージのプレイヤー

コンテンツ・オーナー

責任 : コンテンツの提供、入稿基準の遵守、放映料の支払い(ケルによる)
利益 : 自身の情宣効果 情報伝達効果 広告効果
候補 : 新聞社、一般企業(広告主)、自治体など

新規収入源

システム・オーナー

責任 : システム設置場所の提供
利益 : 設置料金収入、顧客等に対する利便性提供
候補 : 店舗、交通機関、自治体等



新しい 効率的な 情報伝達

公共団体

責任 : 広報、防災情報・注意報、警報、安全情報の提供
利益 : 地域活性化、地域安心・安全対策
候補 : 地方自治体、政府官庁

コンテンツ制作

責任 : コンテンツ制作
利益 : コンテンツ制作料
候補 : コンテンツ制作会社、広告代理店

新産業・雇用 創出の 可能性

システム・オーナー

責任 : システムに対する出資、システム運用、管理、ルール設定、放映計画、実績/請求管理
候補 : システム使用料、広告放映料

デジタルサイネージ市場規模

<http://www.seedplanning.co.jp/press/2009/0106.html>

を ご覧ください

最後に

- 静止画・動画・音声の選択可能 → 訴求力が高い
- ほぼ即時の更新が可能 → 周辺状況、緊急事態、
時間帯などへの対応
- 印刷・配布・展示コストが不要 → 低コスト・省エネ
- 低コストで利用可能 → 地域メディアとしての利用
- パーソナライズされた画面が可能
→ 多言語対応・ユーザー別対応など
- 双方向性機能が可能 → web2.0
- 新技術・新規事業・雇用の創出

北海道におけるICTを活用した観光情報等提供モデル