

4 実証実験の計画

本検討会では、この簡便型デジタルサイネージについて認知度向上等を図ることとし、「簡便型デジタルサイネージの基本形」で機能検証を行い、併せて、本来の高機能「電子看板」として、プッシュ型使用専用型の高画質デジタルサイネージの実験を行うため、2台のデジタルサイネージ機器を設置することが決定された。

4.1 実証実験の目的

- (1) 幅広い利用者（特に個人、中小企業）層のデジタルサイネージの認知度を高めることを成果指標とする。
- (2) 検討会終了を待たず、参画者が自らデジタルサイネージ・サービスを提供する、または活用する視点で参画していただくことを期待する。
- (3) この目的のために、あえて最新技術に拘泥せず、確立された技術の範囲で、より「使い勝手の良さ」と「経済性」を重視した検討を行う。
- (4) この目的を実証するために、実証する用途を利用者サイド（実際の観光・物産ビジネス活動）の中から身近なアイデアを募り、その中でいろいろな広報活動・手法との組合せの中で有効性（利用しやすさ、効果等）を検証する。
- (5) 利用者に、どのような事例にも対応できるオールマイティであるような過度の期待度をもたれることのないよう、配慮して検証を行う。
- (6) 特定の人たち向けの高度なシステムではなく、ある程度の有効性がありながら、コストパフォーマンスが高く、一般の人達のための普通の身近なシステムとなりうる点を旨とする。

4.2 実証実験の実施体制、実施方法の企画

使用機材、場所の制約のなかで、最大効果を得るための表示方法、広告の形態、広告主の募集、効果測定方法を検討した。結果は、次項「5. 実証実験の実施」に詳説するので、ここでは企画段階で討議された主な事項を記述する。

4.2.1 設置場所と期間

実証実験で設置場所の確保は最重要課題である。実証実験のテーマ及び性格上、以下の要件を満たす設置場所が必要になった。

- (1) 観光に関する情報を必要とする滞留者数、通過者数が大きいこと。
- (2) 短時間で設置・撤去できること（そのために、アンカー等による固定が不要であること）。
- (3) 機器の盗難等の危険があるため、それを防ぐ手段があること。
- (4) ネットワークに接続できる環境があること。
- (5) 説明、アンケート等のための要員が配置できること。
- (6) 無償または極めて低価格で提供いただけること。

以上の要件を満たす設置場所を屋内外を含めて検討した結果、札幌市及び北海道の協力により、北海道さっぽろ観光案内所内に設置できることになった。

実験期間に関しては、種々討議されたが設置場所に十分な来場者が見込める、さっぽろ雪まつりの期間（2月5日ー11日）とその前後の期間を含む2週間である2月1日から14日までに決定した。これには、前年度の実績で雪まつり期間中の同案内所来所者が約6,000名で、その前後が約4,000名であるため、繁忙期と閑散期の実績が見られるという趣旨もあった。

4.2.2 設置するサイネージの機能

デジタルサイネージは2.4で述べたようにプッシュ型メディアとして「意識しなくても見えてしまう」という特徴を持っている。また、同時にタッチパネル等を用いて双方向性をもつメディアとしても使用可能である。

実験では、次の2種類のサイネージを使用することにした。

- (1) サイネージA：タッチパネルやおさいふケータイとのインターフェース機能を持ち、電子看板といわゆるキオスクと言われる1対1での使用を前提としたパソコン端末に近い端末的な機能を併せ持た

せる。

- (2) サイネージ B : 看板・ポスターとして映像自らの訴求力を最大に生かして見るだけで理解いただけるサイネージ。そのために、前例のほとんどない「縦型でフルハイビジョンの動画」を放映する。

4.2.3 画面構成

4.2.3.1 サイネージ A

ニュース、天気予報、主として観光に関する動画・静止画表示と双方向性を持ってタッチパネルにより操作可能な小口広告を表示することに決定した。ただ、小口広告の表示方法に関しては意見が分かれた。

- (1) 1店舗あたりの画面サイズを小さくして多数店舗が一度に見られるようにする。画面が大きいので8～10店舗でも1店舗分がB6サイズ程度で十分に表示可能。
- (2) デジタルサイネージはポスターのようにプッシュメディアとしての視認性も重要なため、ある程度離れた所から見えるA4サイズ程度の画面が必要（この場合は1画面4店舗）。

結果として後者が選択された。

4.2.3.2 サイネージ B

高画質の縦型動画を中心として、ロープウェイの運行や流氷の接岸情報等の観光に関する文字情報を放映することにした。

4.2.4 コンテンツの収集

実証実験のためコンテンツの確保は、設置場所と同様に最重要課題であった。協議の結果、以下のコンテンツを収集することが決定された。

なお、今回は実証実験であるため、営業や公募ということではなく、ワーキンググループメンバーの提供及びその協力で準備することにした。

- (1) ニュース・天気予報 : 北海道新聞社が提供
- (2) 観光動画、静止画 : 北海道観光振興機構及び北海道放送が提供
- (3) 小口（簡便型）コンテンツ : 主として北海道新聞社が募集して提供
- (4) 高画質画像 : 北海道映像関連事業社協会が作成した高画質画像を使用

4.2.5 クーポン処理及び地図の表示

クーポンの処理はおさいふケータイに対し、クーポン提供サイトのURLをダウンロードさせる方法で検討した。しかし、小口（簡便型）コンテンツでは、広告提供者である中小商店がクーポンサイトを運営していないため、簡便型デジタルサイネージはそれに対応する必要があるという観点から、クーポン提供サイトなしでもクーポンが提供できるようにした。

また、地図の必要性も認められたため、店舗案内地図が追加された。