

デジタルコンバージェンス時代の新たな映像ビジネス

プラットイーズ 江口靖二

映像ビジネスは
家から外へ進出する

デジタルサイネージとは？

- ・デジタルサイネージ(Digital Signage)とは、デジタル技術を使い、タイムリーに映像や情報をディスプレイ表示する「次世代型インフォメーションシステム」である。
- ・テレビや新聞、屋外の看板など不特定多数の人を対象にしたマスメディア広告とは異なり、設置場所により、セグメント化されたターゲットに確実に見てもらうことができ、広告としての費用対効果が高くなるとが注目されている。
- ・「家の外のメディア」は、看板を中心とした業界だったが、最近デジタル化・ブロードバンド化が急速に進展。

アナログ・看板



デジタルサイネージ = 今後大きなマーケットに

トレインチャンネル



大型ビジョン



商業施設内モニタ



ブロードバンドで
ネットワーク化

店舗内モニタ



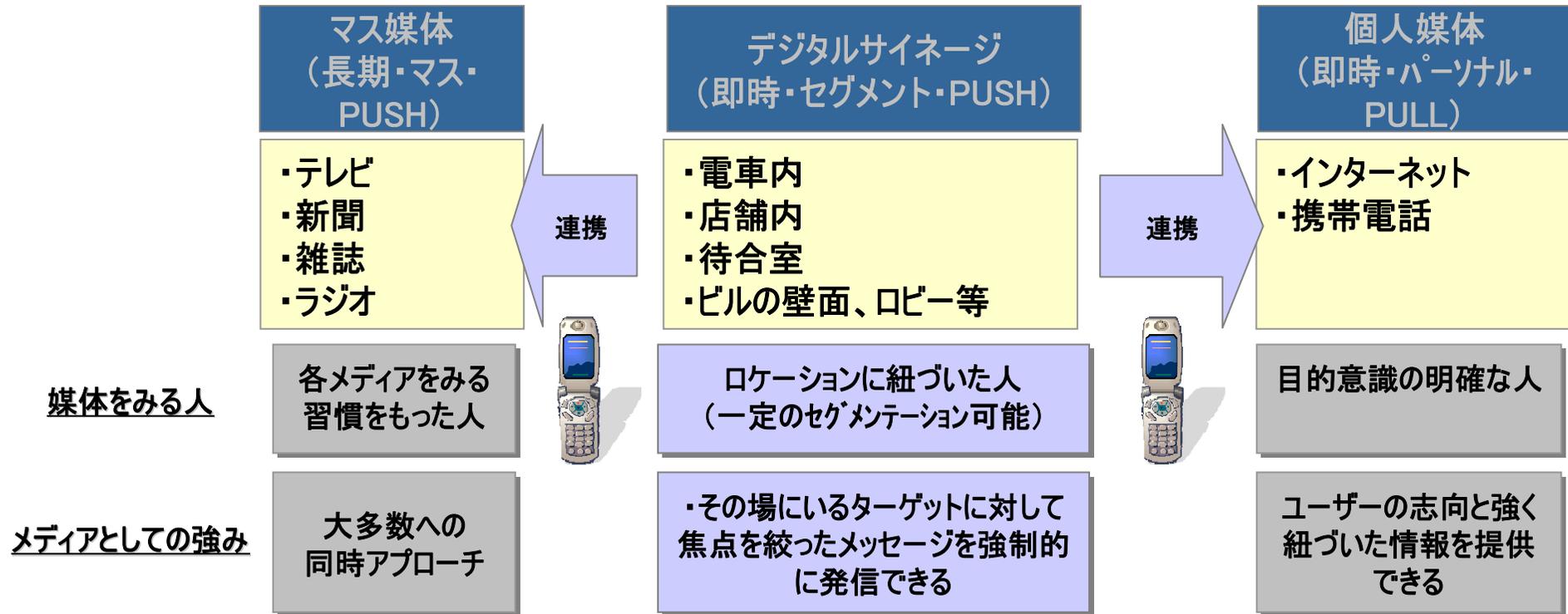
- ・TV-CF
- ・商品詳細
- ・使用法
- ・レシピなど

デジタルサイネージの特徴

デジタルサイネージはロケーションに紐づいた人をターゲットとしており、ネットワークに接続することにより時間、場所、天気、人にあわせた広告露出をしていくことが重要。

→場所にあわせたコンテンツ・広告をきめ細かく制作する必要。

強制的に情報を露出できるPUSH型メディア、コンテンツの管理がBtoBのため容易。



国内外の主な動き

企業名		主な動き	
米国	Google	<ul style="list-style-type: none"> • 地域別ターゲット広告「Googlelocal」開始(2004.4) • スペインの無線LANベンチャーFON(フォン)に出資、シリコンバレーで無料の無線LANサービス開始(2006.8) • 屋外広告で在庫連動型表示の特許出願(2006.12) • メディア大手のクリアチャンネル・コミュニケーションズとラジオ広告で提携(2007.4) 	検索連動型の広告モデルの成功をOOHメディアに展開
中国	FocusMedia	<ul style="list-style-type: none"> • 主要80都市のオフィスビル、エレベータホール、ホテルのロビー等に合計30万を超えるモニタを設置、年間売上280億円(トップ3のメディアに) • 17インチLCDは自社製造、1台=4万円 • 安い人件費と法的規制のため、ネットワーク化されていない • 中国最大手のネット広告会社を取得(2007.2) 	一定規模以上のリーチ(100万人/日)でメディアとして確立 低価格の端末提供
国内	ソフトバンクテレコム	<ul style="list-style-type: none"> • 「COMEL(コメル)」設立(2006.7)、当初、SONYとの共同出資で設立したが、現在はソフトバンクテレコムの100%子会社 • コンテンツ制作~配信のメディア構築、機器の提供、運用・保守のシステム構築を提供、番組制作や広告枠の販売は広告代理店等が協力 • 固定、HSDPA端末を使った無線で広告や番組を動画配信する「福岡 街メディア」を開始(2007.10.15)。ホークスや観光情報に関する独自番組、CMなどを、福岡市内に設置した64台のディスプレイに配信、横浜みなとみらい地区にも拡大 	キャリアとして先行
	商社	<ul style="list-style-type: none"> • 三井物産:クリアチャンネル・アウトドア(クリアチャンネル・コミュニケーションズ子会社)とOOHメディア事業を行う合併会社を設立、バス停を中心としたロケーション展開、店舗や地下鉄等への展開も検討 • 三菱商事:欧州OOH最大手JCDウコー(仏)とMCDウコーを設立、バス停(300面)とショッピングモール(1000面)で展開 • 丸紅:デジタルサイネージのコンテンツ配信を行うプラットフォームをASPで提供 	魅力的・効果的な場所の確保 ASPによる安価なシステム提供の必要性

デジタルサイネージの日本での成功事例

多数のリーチがとれる良い場所、ターゲットが明確な場所では成功

分類	事例	事業状況	特徴	KFS
成功事例	Q'sEYE (QFRONT)	1999年から継続 2005年に設備更新	<ul style="list-style-type: none"> ● 渋谷の大量の通行人に対しての露出 <ul style="list-style-type: none"> - 一日の平均通行人数が30万人 ● 多数の人が滞留しやすい／せざるを得ない場所 <ul style="list-style-type: none"> - 交差点の待ち時間は90秒、ハチ公前というメジャーな待合場所 	不特定層への大量露出が可能な場である
	山手線トレインチャンネル (JR東日本企画)	広告枠が満枠・順番待ちの状態	<ul style="list-style-type: none"> ● 非常に多くの乗客に対して露出 <ul style="list-style-type: none"> - 1週間平均利用者数が2,230万人 - 導入車両が全編成の半分に達してから、広告主からの引合いが急増 ● 電車に乗客に対する訴求：平均乗車時間は12分 	
	E-POP (凸版印刷)	累計2万台展開	<ul style="list-style-type: none"> ● 購入直線の顧客に訴求 <ul style="list-style-type: none"> - 商品横での販促のため、効果明確 	効果・ターゲットが明確な場所である

デジタルサイネージ・コンソーシアムの結成

表示内容や音量、著作権処理等、メディアの成立に必要な業界ルールの策定についてはコンソーシアムの活動を中心に検討

デジタルサイネージコンソーシアム

新たなメディアとして確立するための
業界標準・ルールの検討・策定
トライアルの実施

〔会長〕中村 伊知哉

慶応大学教授 国際IT財団専務理事

〔副会長〕伊能 美和子

NTT研究企画部門担当部長

【事務局長】江口 靖二

プラットフォーム シニアコンサルタント

〔設立〕2007年6月

〔主な活動〕

- ・媒体価値向上に向けた検討
- ・媒体評価、効果測定方法の研究・検討
- ・権利処理の検討、交渉
- ・コンテンツ開発、検討
- ・技術研究、検討 等

【参加企業リスト】

- (1) SCALA株式会社
- (2) 株式会社ピートゥーピーエー
- (3) プラザー工業株式会社
- (4) 小田急電鉄株式会社
- (5) 彩ネットアド株式会社
- (6) 株式会社アサツー・ディ・ケイ
- (7) 日本カーライフアシスト株式会社
- (8) 松下電器産業株式会社
- (9) 株式会社インデックス
- (10) 株式会社NKB
- (11) 日本電信電話株式会社
- (12) 富士通株式会社
- (13) 伊藤忠ケーブルシステム株式会社
- (14) 株式会社電通
- (15) パイオニアソリューションズ株式会社
- (16) インターストラクチャー株式会社
- (17) 株式会社博報堂
- (18) 株式会社パス・コミュニケーションズ
- (19) COMEL株式会社
- (20) 日本SGI株式会社
- (21) 株式会社サイバー・コミュニケーションズ
- (22) NTTアイティ株式会社
- (23) KDDI株式会社
- (24) 株式会社日立製作所
- (25) 株式会社三井物産戦略研究所
- (26) 株式会社キズナキャスト
- (27) 株式会社プリロード
- (28) 宇宙通信株式会社
- (29) 株式会社プラトイーズ
- (30) 株式会社ジャンムー
- (31) 株式会社ネオインデックス
- (32) 株式会社NTTドコモ
- (33) NTTラーニングシステム株式会社
- (34) 株式会社NEXX
- (35) シスコシステムズ合同会社
- (36) 三洋電機株式会社
- (37) 会社アッカ・ネットワークス
- (38) 日本サムスン株式会社
- (39) 株式会社寒山
- (40) NECディスプレイソリューションズ株式会社
- (41) 株式会社ジェイシービー
- (42) 株式会社アクシコ
- (43) NTTコミュニケーションズ株式会社
- (44) ピーディーシー株式会社
- (45) 伊藤忠テクノソリューションズ株式会社
- (46) 株式会社オックスプランニング
- (47) 株式会社エヌジーシー
- (48) シャープシステムプロダクト株式会社
- (49) 株式会社フロンテッジ
- (50) 住友商事株式会社
- (51) 学びing株式会社

(51社 順不同 2008年2月7日現在)

◀ デジタルフォトフレーム



◀ デジタルフォトフレーム WiFi



CEIVA

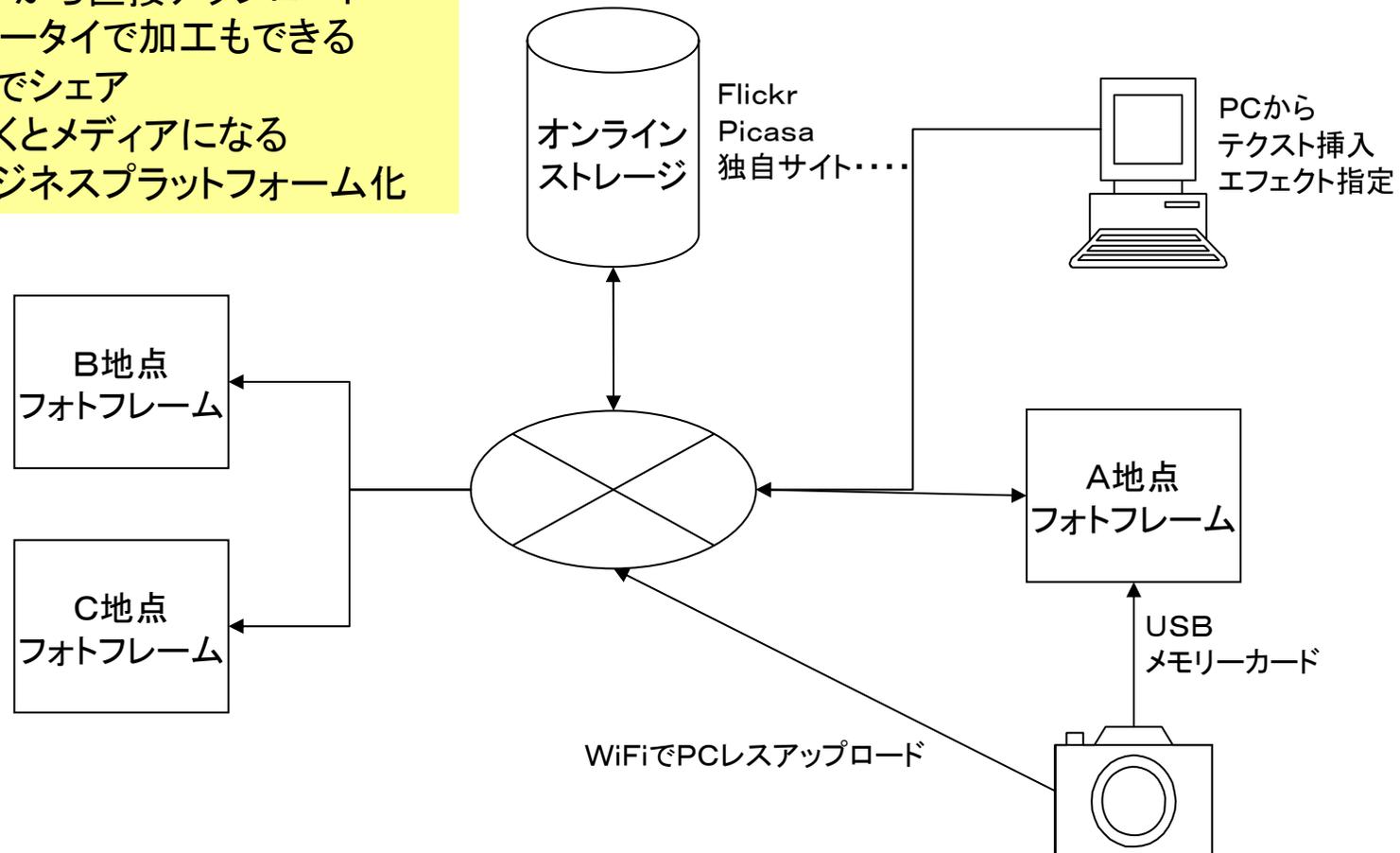
◀ デジタルフォトフレーム WiFi



CEIVA

◀ フォトフレームはメディアになる

- (1) 元々はスタンドアロン
- (2) ネット越しに田舎の両親へ孫の顔
- (3) デジカメから直接アップロード
- (4) PC、ケータイで加工もできる
- (5) みんなでシェア
- (5) 気がつくとメディアになる
- (6) 広告ビジネスプラットフォーム化



◀これが進化する



ネットワーク化
動画化



◀ WiFiデジカメ



パナソニック

WiFi内蔵SDカード



THE EYE-FI
CARD

HOW IT
WORKS

PHOTO
DESTINATIONS

REVIEWS &
AWARDS

Free your memories ... quickly, easily, and wirelessly!

Photos shouldn't be trapped in your camera. Set them free.

The Eye-Fi Card is a wireless memory card. It automatically uploads pictures from your digital camera to your PC or Mac and to your favorite photo sharing, printing, blogging or social networking site.

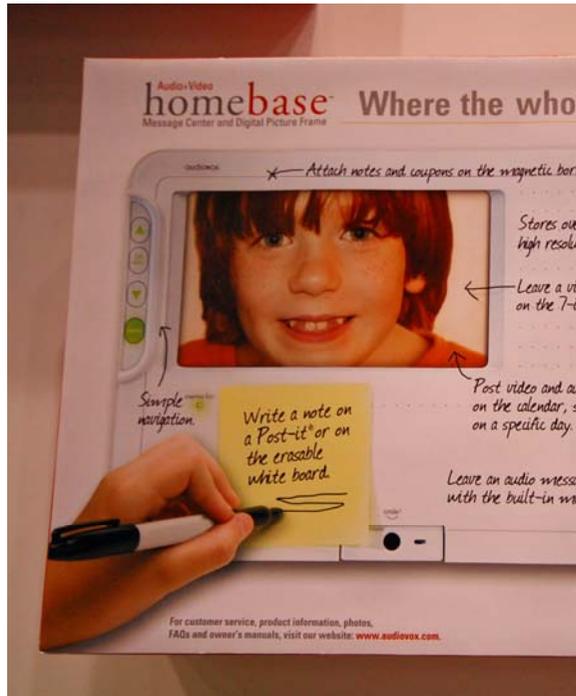
No cables, no waiting, no hassles.

To learn more, press the play button to the right.



\$99.99

◀ デジタルフォトフレーム 伝言板



AUDIOVOX homebase

◀ セガトイズ参入

1. 5インチ 3760円



主な機能

- USBケーブル(付属)でPCに接続することで好きな画像を55枚入れ込むことができます。
- スライドショー機能。
表示時間も設定可能。
- 時計機能。





日テレ+ヨーカドー

名称	株式会社 日テレ7(セブン)
所在地	〒105-7407 東京都港区東新橋一丁目6-1 日テレタワー25階
資本金	4億8,000万円
発行済株式数	9,600株
代表取締役社長	山根義紘
会社設立	平成19年12月3日 平成20年4月に本格的な営業開始
株主構成	以下、順不同 日本テレビ(51%) セブン&アイ・ホールディングス(20%) セブン-イレブン・ジャパン・ジャパン(5%) イトーヨーカ堂(5%) セブンアンドワイ(5%) 電通(14%)
事業内容	「日テレ7」は、視聴者の満足度と消費者の満足度を同時に高めることができる番組コンテンツと商品企画の開発を行い、主に以下3つの事業を展開します。

(1)ショッピングポータル事業

日本テレビで放送される番組と密接に連動するショッピングポータルサイトを立ち上げ、日本テレビやセブン&アイ・ホールディングスのグループ企業各社を含む様々な企業のECサイトと連携する事業です。

(2)商品開発事業

日本テレビの番組と連携したオリジナル商品を企画開発する事業です。また、セブン&アイ・ホールディングスのグループ各店舗で販売される商品としてメーカー企業各社に共同開発の提案も行い、他社には真似の出来ない魅力的な商品を消費者に提供することを目指します

(3)広告・マーケティング事業

インターネット、テレビ、流通店舗など多様なメディアを連携させた広告・マーケティング手法を開発し、広告主企業に提供する事業です。テレビ局、流通企業、広告会社の共同出資で誕生した会社だからこそ提供できる、これまでなかった新たなサービスです。

フジテレビ + イオン

：ビジネス：最新ニュース

更新：1月10日 10:19

フジテレビ、スーパー店頭で広告配信・PHS活用

フジテレビジョンは3月から、スーパーの店頭で食品などの広告映像を配信するサービスを始めます。映像をPHSによる無線方式で配信する仕組みを大日本印刷と共同開発した。テレビCMと店頭での映像配信を連動させることで、宣伝効果を高める。

新サービスはまず、関東地区にある大型スーパーに導入する。食品や衣料品など店内で扱う商品の広告映像を、店頭で据え付けた液晶画面付き専用端末に配信する。

[2008年1月10日/日本経済新聞 朝刊]

ベンチャー企業が
アイデアをお金に
変える手法

映像周辺領域では……

- アイディアだけではお金にならない
- アイディアが無くてもお金にならない
- アイディアなんて誰でも思いつく
- アイディアは公開しなければお金にならない
- アイディアには具体性がなければならない

ご静聴ありがとうございました

江口 靖二
株式会社プラットイーズ シニアコンサルタント
デジタルサイネージコンソーシアム事務局長
慶應義塾大学DMC機構研研究員

NIKKEI NET IT+PLUS



メル友募集中！

eguchi@gol.com

Blog: http://e_gucci.typepad.com