

歩行者がふと立ち止まる電子ポスター 次は来店促進で地域を活性化

JR札幌駅の複合施設、札幌JRタワーにあるショッピングモール「ステラプレイス」を貫く通路に16枚の電子ポスターが導入された。インパクトのある動くポスターに目を留める歩行者が徐々に増えており、広告媒体の効果に加え、雰囲気のある空間作りにも一役買っている。札幌JRタワーの運営を行う札幌駅南口開発では、次の施策としてイベント連動企画や、店舗誘導などの企画も進めていく考えだ。

JR札幌駅の複合施設である札幌JRタワーの開業した2003年3月、ショッピングモール「ステラプレイス」がある東側通路に「電子ポスター」と呼ばれる巨大なプラズマディスプレイ(PDP)が登場した。8本の柱の前後に取り付けられた16枚の大型ディスプレイには、それぞれ趣向を凝らした鮮やかな広告映像が次々に映し出され、独特の雰囲気を生み出している。

「様々な映像に切り替わる16枚のディスプレイによって、“ステラ(英語で「星のような、傑出した」という意味)”という言葉にふさわしい、先進的で洗

練された空間を演出できた」と、札幌JRタワーの開発・設計から運用まで手がける札幌駅南口開発¹⁾の大石正人取締役は話す。この電子ポスターは沖電気工業によって位置情報や携帯電話と連動できる双方向ネットワーク型の電子媒体である。札幌駅南口開発では、このシステム導入にあたり、ステラプレイスが開業する約1年半前の2001年12月から検討が続けられていた。

当時、電子ポスターの導入を検討していた札幌駅南口開発の運営管理部管理企画 チームの中嶋雅之マネージャーは、「沖電気工業 LBS ベンチャー

ユニットから電子ポスターの提案が持ち込まれた頃、店舗や地域の活性化のために、世の中で注目されているブロードバンドインターネット、カメラ付き携帯電話、位置情報などの最新のIT技術を自社の業務に活用したいと意識し始めていた。この電子ポス

ターは携帯電話と連動したり、双方向通信にも対応できることから、単なる広告媒体機能だけではなく、空間の雰囲気作り、店舗誘導に効果があるのではと、とても興味を沸かした」という。

また、広告媒体として見ても、スペースの有効利用が可能になる。従来の交通広告では、場所を貸し出すスタイルのため、掲載が決まるとその1社に占有されてしまう。電子ポスターなら15秒で切り替えることから、複数の広告を表示できるようになり、集客効果も高められる。

中嶋マネージャーは、「広告クライアントがどの程度興味を持っていたかは未知数であったが、店舗誘導や地域の活性化の効果だけでも十分価値はあると確信し、導入に踏み切った。また、単なるハードの販売ではなく、コンテンツの選定や運用までサポートしてもらえる沖電気工業 LBS ベンチャーユニット²⁾の販売姿勢も決め手になった」という。16枚のディスプレイがステラプレイスの通路に設置されたのは、札幌JRタワーが完成する1カ月前の2003年2月であった。

当初はデモ用広告だけを掲載してお

沖電気工業株式会社

PART 1 LBSベンチャーユニットの事業体制

PART 2 札幌JRタワーの電子ポスター導入事例



り、広告代理店の中でも「本当に広告を取れるのだろうか」と見る向きはあったのだが、その不安はすぐに解消された。16枚の大型ディスプレイに映し出されたコンテンツが次々に移り変わる空間を見た広告クライアントから、多数の注文が入ってきたからだ。現在は、レストランチェーン、不動産業、新聞社、コンテンツプロバイダーなど11社の広告が掲載されている。

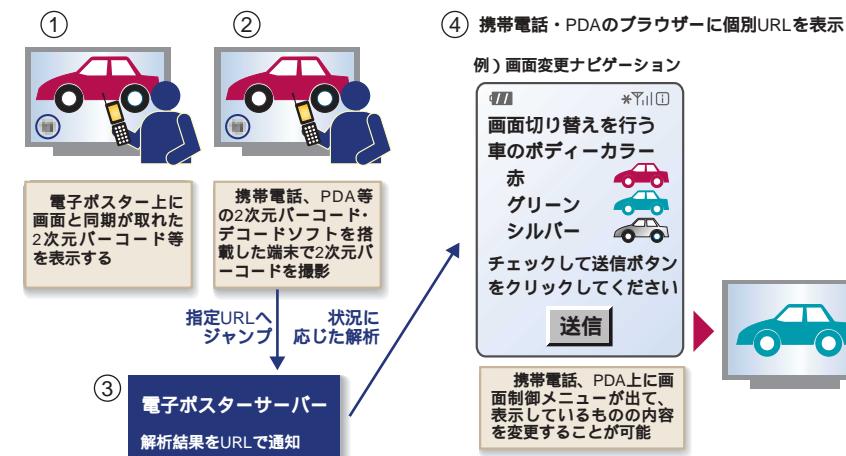
顧客誘導で携帯電話に着目

沖電気工業が手がける電子ポスターの広告は、20枠が用意されており、1枠で1時間あたり15秒の広告コンテンツが12回表示される仕組みである。

ディスプレイにはスピーカーも内蔵されており、映像に加え音声も聞こえるようになっている。画像コンテンツは、インターネットを経由し配信されている。

現在、携帯電話と連動する仕組みもある。これは、プラズマディスプレイの角に、二次元バーコードを表示して、そのコードを携帯電話のカメラによって撮影し認識させ、その番号に埋め込まれた情報を元にブラウザでアクセスするもの。二次元バーコード

二次元バーコードと携帯電話の連携



のほかに、どの携帯電話でも使えるようにユニークな番号を利用したポスターIDも用意している。

例えば、電子ポスターで見て気に入った商品の詳細情報を携帯電話で閲覧できたり、ディスプレイに表示されている車のボディカラーを携帯電話ブラウザからの操作で変えることもできるわけだ。ただし、携帯電話の活用では、どのようなコンテンツが最適なのか現在模索している段階である。

イベントと連動した活用も

まず、広告用途の次のステップとして取り組んでいるのが、イベントとの連動。札幌駅南口開発では、アイティ・ニュース³⁾社が販売する20枠の広告のうち、2枠を購入しており、5月からはこの枠を使って季節ごとにセール情報や店舗紹介などを考えていくという。

中嶋マネージャーは、「電子ポスターは100カ所、200カ所と他のビルに

も設置されていけば、端末の単価を下げることができ、一斉同報も可能になるなどさらに高い訴求効果が期待できる。全国の多くの商業ビルで、その効果を実感してもらえれば、将来、交通広告のポスターがすべて電子ポスターになる日も近いのでは」という。

大石取締役は、「電子ポスターは、まだまだ使いこなせていない部分も少なくない。今後も沖電気工業、アイティ・ニュース社との関係を密にし情報交換を行い、長期戦略的な視点で取り組んでいきたい」と話している。

¹⁾札幌駅南口開発
JR北海道の子会社でJRが保有する札幌駅南口エリアの再開発を行う企画・運営会社。札幌の一大プロジェクトである札幌JRタワーの企画・設計から運営まで手がけている。

²⁾沖電気工業システムソリューションカンパニー LBSベンチャーユニット
沖電気工業の社内ベンチャー支援制度の適用を受けた第一号の部門で、位置情報のソリューションを軸にしたASPサービスを展開。現在、電子ポスターを活用した 広告誘導支援事業、労務管理サービス、安否確認・緊急通報サービスの3分野に注力している。

³⁾アイティ・ニュース
沖電気工業の関係会社として、電子ポスターのシステム構築・運用を手がける情報・広告配信サービス会社。



札幌JRタワーのショッピングモール「ステラプレイス」の東側通路に設置された電子ポスター