

帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

広告メディア概論
デジタルサイネージ

中野秀男
帝塚山学院大学非常勤講師
大阪市立大学名誉教授、堺市情報セキュリティアドバイザー

1 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17

今日の話

- ▶ 質問やコメントへの回答
- ▶ デジタルサイネージ
 - ▶ デジタルサイネージとは
 - ▶ ある製品の仕様
 - ▶ デジタルサイネージの種類と近未来
 - ▶ 映画「マイノリティレポート」から
 - ▶ うめきたグランフロントでの試み
 - ▶ OOHとしてのデジタルサイネージ

▶ 2 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(1)

- ▶ レポートの広告の区分とは
 - ▶ どのように書けばいいか
- ▶ トンネルを使って、窓に映像を映し出す広告
- ▶ 屋外広告も効果がある
- ▶ 広告費が6兆円なのに日本は遅れていると
- ▶ 交通広告はJRや南海や近鉄で違うか
- ▶ 昨年、一時期、南海難波駅に帝塚山学院大学の広告
- ▶ 近鉄の帝塚山大学の広告は長くある
- ▶ ポスターと電子パネル的なものではどちらが金がかかるか

▶ 3 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17 帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

質問とコメント(2)

- ▶ 鉄道車両のラッピングはマーキングフィルムかシール
- ▶ 足元に貼るフロア広告
- ▶ 電車のラッピングの値段は貼るだけの値段か
- ▶ 映像広告は紙広告より値段が高いか
- ▶ 公共交通機関の広告はそれなりに収入があるのか
- ▶ 広告で大手企業と中小企業の差が出る
- ▶ この世は広告で溢れている
- ▶ 帝塚山学院と帝塚山学園
- ▶ Twitterのつぶやきが電車のデジタルサイネージに
- ▶ 東京の方がデジタルサイネージがすごい
 - ▶ 地下鉄御堂筋線梅田のサイネージ

▶ 4

広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17



広告の種類(1)

- ▶ 機能別分類
 - ▶ 短期直接行動広告、長期直接行動広告、間接行動広告
- ▶ 広告地域別分類
 - ▶ 全国広告、ブロック広告、小売広告
- ▶ 広告対象別分類
 - ▶ 消費者広告、産業広告、流通広告、専門広告、農業広告
- ▶ 広告訴求内容別分類
 - ▶ 商品広告、企業広告、商品・企業折衷広告
- ▶ 広告訴求のタイプ別分類
 - ▶ 感情広告、理由広告
- ▶ 需要別分類
 - ▶ 基本的需要広告、選択的需要広告

▶ 5

広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17



広告の種類(2)

- ▶ コミュニケーション・スペクトル別分類
 - ▶ 知名広告、理解広告、確信広告、行動広告
- ▶ 印象・説得別分類
 - ▶ 印象広告、説得広告
- ▶ 広告媒体別広告
- ▶ 商品ライフ・サイクル別分類
 - ▶ 導入直前期広告、導入期広告、成長期広告、成熟期広告
 - ▶ 衰退期広告


▶ 6

広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17




デジタルサイネージの歴史

- ▶ ソウルの江南地区の巨大サイネージ
 - ▶ 2012年5月: Media Polo
- ▶ 阪急三番街での実証実験
 - ▶ 2010年1月
 - ▶ パナソニックのサイネージを各フロアに
- ▶ 今は色々なところに
 - ▶ 2011年大阪駅改装で200機
 - ▶ 2Fに150インチが2台
 - ▶ JR天王寺駅、大阪駅の端末型
 - ▶ 設置場所も問題
 - ▶ テレビ局はいいコンテンツを持っている

▶ 7 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


デジタルサイネージ(1)

- ▶ ディスプレーが屋外に
- ▶ 種類
 - ▶ 表示型
 - ▶ 端末型、インタラクティブ
 - ▶ センサー付き端末型(まだないけど)
- ▶ 表示型
 - ▶ 配信サーバからコンテンツや番組表をSTBIに送る
 - ▶ STB: SET TOP BOX
 - ▶ STBIは番組表に従ってスケジュールに従って表示
 - ▶ ウェブのように管理画面を作っておくと個別管理が

▶ 8 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


デジタルサイネージ(2)設定

- ▶ コンテンツ
 - ▶ MPEG2, WMV, 静止画, H.264, Flash
 - ▶ URL, HTML
- ▶ テロップ
 - ▶ 品位
 - ▶ 文字サイズ, 文字色, 背景色, 透過率
 - ▶ 操作端末より簡単設定
- ▶ スケジュール
 - ▶ 期間指定, 曜日指定, 休日, 個別/グループ
- ▶ 配信
 - ▶ 個別配信, 予約配信, 自動再配信, ファイル単位

▶ 9 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


デジタルサイネージ(3)設定続

- ▶ Web参照
 - ▶ ニュース・天気コンテンツ
- ▶ ディスプレー制御
- ▶ 監視
 - ▶ STB監視, ディスプレー監視
- ▶ ログ
- ▶ 配信(2)
 - ▶ 配信可能端末数, 蓄積機能, 差分配信
- ▶ ネットワーク, 帯域制限, 冗長サーバ, 時刻補正
- ▶ ユーザ認証
- ▶ 有効期限設定

▶ 10 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY


都市計画とIT/ICT(情報科学基礎から)

- ▶ ストリートファニチュア
 - ▶ 昔は電話ボックスがストリートファニチュア
 - ▶ これからはデジタルサイネージがストリートファニチュア
- ▶ デジタルサイネージ
 - ▶ コンピュータのディスプレイが街に出た
 - ▶ 誰にでも見えるからプライバシーが
 - ▶ 広告にはいいだろう
 - ▶ タッチパネル方式で端末に
 - ▶ スマホやタブレットと連携すると便利
 - ▶ センサーを組み込むと周りの人や物の状態も
- ▶ デジタルサイネージを箱だと考えると
 - ▶ ディスプレー+電源がある+ネットがある

▶ 11 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

デジタルサイネージの使い方

- ▶ 駅間連携
- ▶ 広告枠を買い取ってみんなでシェア
- ▶ 止まって見る人には動く広告、動いている人には静止画
- ▶ DDOOH(Dynamic Digital OOH)
- ▶ センサー型サイネージになると
 - ▶ 見てる人(個人識別)に応じたの表示
 - ▶ 個人情報に配慮
 - ▶ 見ている場所(視線識別)に応じたの表示
 - ▶ 未来の広告を考えて見る
 - ▶ アドネットワークも考えて

▶ 12 広告メディア概論 デジタルサイネージ 2020/1/17  帝塚山学院大学
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY
