

■ ケータイキャリアから見たデジタルサイネージ Digital signage viewed from mobile network operator

as a platform for distributing content

コンテンツ流通
基盤として
(FOMA回線等)

広告
advertisement

セールス
プロモーション
sales promotion

インフォ
メーション
Information

エンター
テインメント
entertainment

配信内容の随時変更・制御
occasional change/control of
distributed contents

クロスメディア
インタラクション
cross-media
interaction

as a interactive platform

インタラクティブ
基盤として
(取る、操作する)

ケータイ
mobile phone
【24h30cmメディア】

おサイフ
ケータイ
ToruCa

サブスクリーン
として
(ディスプレイ)
as a sub-screen

サイネージへの
誘導手段として
(PAN)
as a tool of conducting to signage



■“ケータイ×デジタルサイネージ”で生まれる可能性のあるマーケティング的バリュー

marketing value capable of being created by mobile phone and digital signage

デジタルサイネージを広告と捉えた場合、消費現場により近いテレビ的バリューが基本にあるが・・・

ケータイ側で保有・把握できる属性・趣味嗜好の活用(手間や制度的な課題もあり)
possible use of individual attributions/likes and tastes which can have and hold on mobile phone's side
→サイネージ側のセンサーやカメラによる属性判断などと組み合わせ、より詳細なターゲティング

ケータイとサイネージの両方から「サイネージに引き寄せる」(PANインタフェース活用)
"draw attention to signage" with both mobile phone and signage
→サイネージに人を集めることで、今そこにいる人が「みんなで得をする」など、新しい価値を創造

ケータイ側への情報取得による消費の後押し(日本では“かざす”文化浸透中)
pushing consumption with information acquisition to mobile phone
→FeliCaなどを用いてサイネージから情報を“持ち出す”ことで、共同購入などの促進も？

ケータイからサイネージへの発信(新しいソーシャルメディアの可能性で滞留消費を活性)
transmit information from mobile phone to signage
→サイネージに対して口コミ情報などを登録することで、エリア特化型のソーシャルメディアに

ケータイネットワークの活用(エリア限定でない波及効果、次回消費への布石)
putting mobile network to practical use
→そのエリア・その時だけに限らないでブランド、バリューのシェア

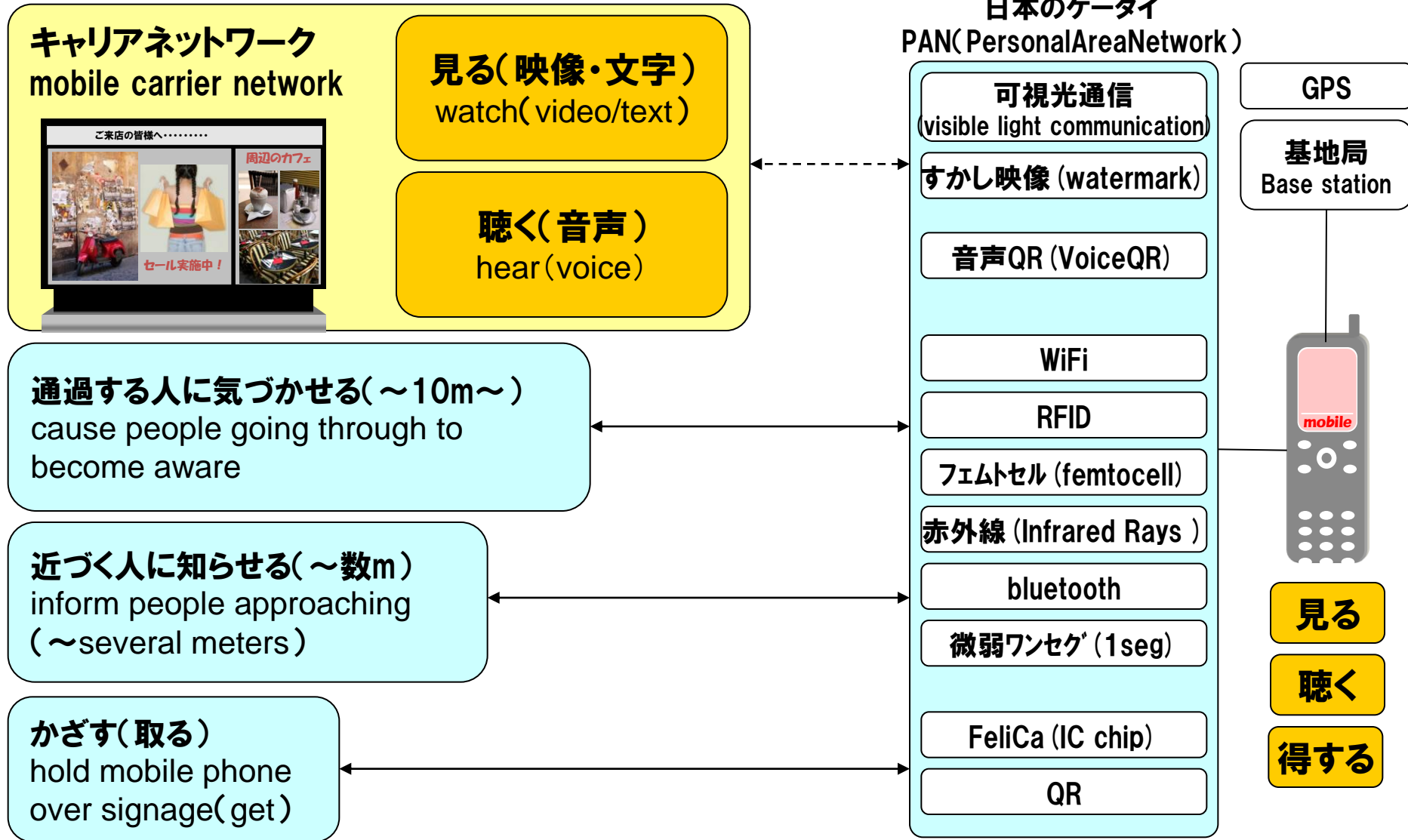
■店舗で商品選択する直前まで消費者を捕捉 capturing consumers until just before picking purchased goods

■消費者に対してブランドの刷り込みやリマインドを、対話的アプローチで行う(1対1だけでなく、在圏者対サイネージ+ケータイにより) imprinting or reminding of the brand to the consumers with dialogical approach

■その結果、消費現場での最終的なブランド選択を後押しできる可能性がある

in consequence, there is a possibility of pushing final choice at the point of consumption

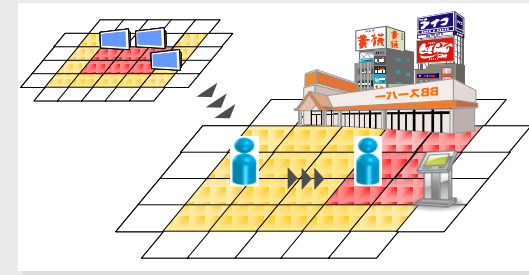
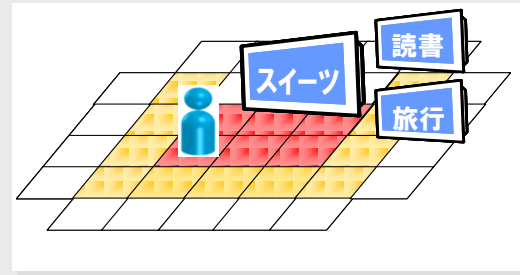
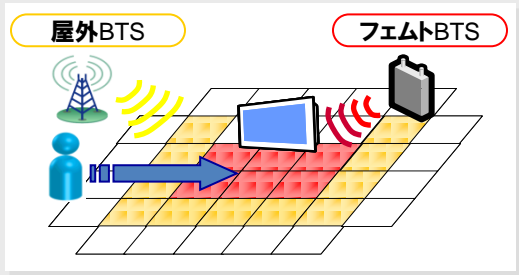
■(参考)“PANインターフェース”を用いた インタラクション ref. interaction utilizing “PAN interface”



■(将来像)先進的取組み
 ~総務省ICT先進実証実験とその派生系~
 future vision; progressive approach

5 レコメンド(recommend) ← 4 インサイト(insight)

1 認知(recognition) → 2 送客(sending customers) → 3 態度変容(attitude change)



利用イメージ

ケータイ サイネージ

ケータイ サイネージ

ダウンロード

登録情報や位置を元にケータイ・サイネージ双方から引き寄せる
 draw attention to signage with both mobile phone and signage based on registered or GPS information

「今ここにいるあなた達」への価値創出(滞留促進、ブランド訴求)
 creating value for "you, being here now" (facilitating detention, brand appeal)

消費現場のより近くで最後のブランド・バリュー訴求(消費行動喚起)
 last appeal of brand/value at the nearer point of consumption (pushing consumption)

登録情報、PANインタフェース
 カメラ、センサー などの融合

地域特化型ソーシャルメディア
 サイネージをケータイで操作 など

最後の「うんちく」提供
 タイムセール、共同購入 など

シナリオイメージ

■インタラクションによる滞留促進、行動喚起、消費喚起の可能性

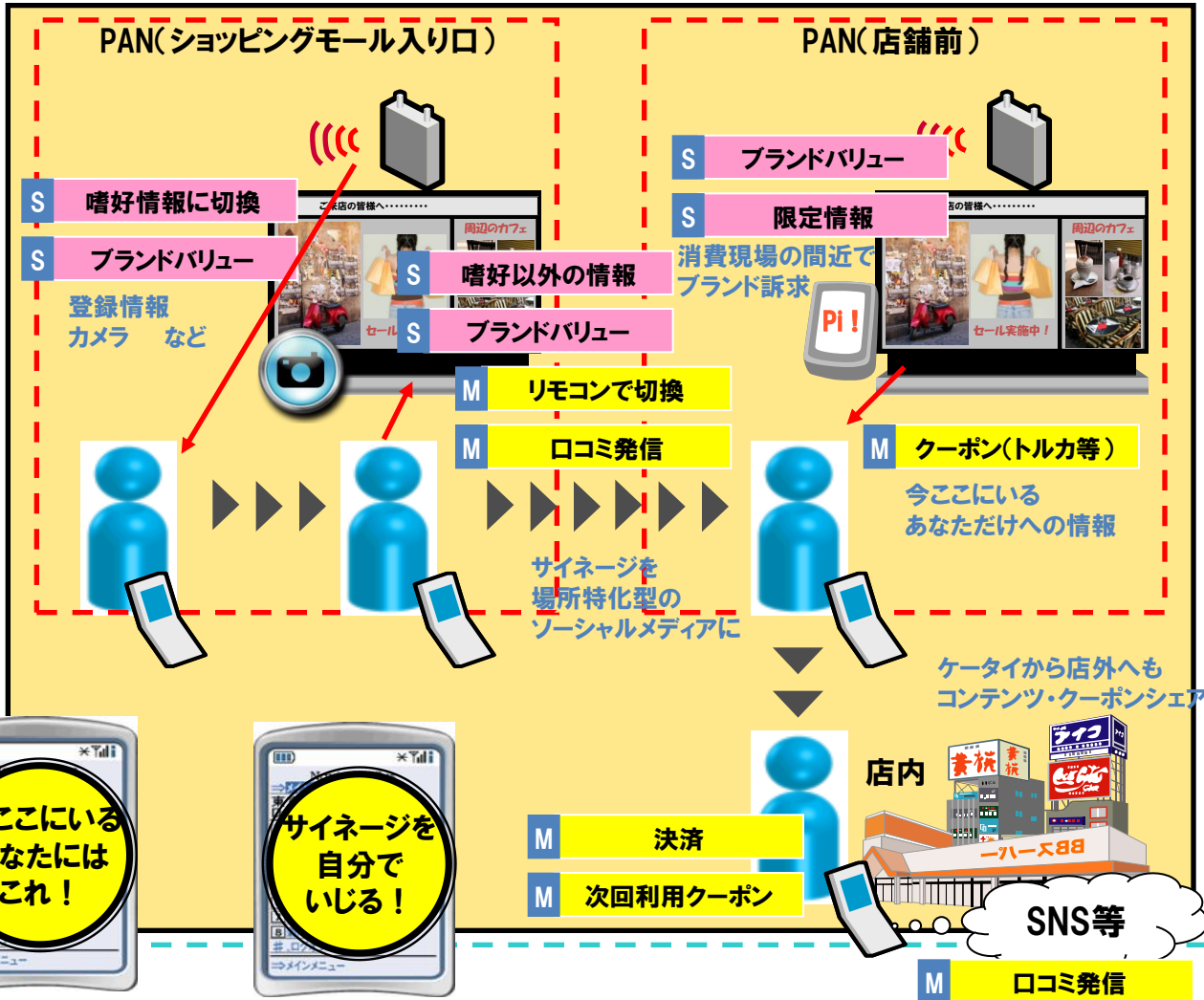
通常の基地局(およびGPSなど)
その他メディアによる訴求、訪問誘導



- M ナビアプリ
- M iコンシェル
- M クーポン(トルカ等)
- M ワンセグ放送
- 他メディア



- M 属性・嗜好情報



ケータイや他メディアにより送客

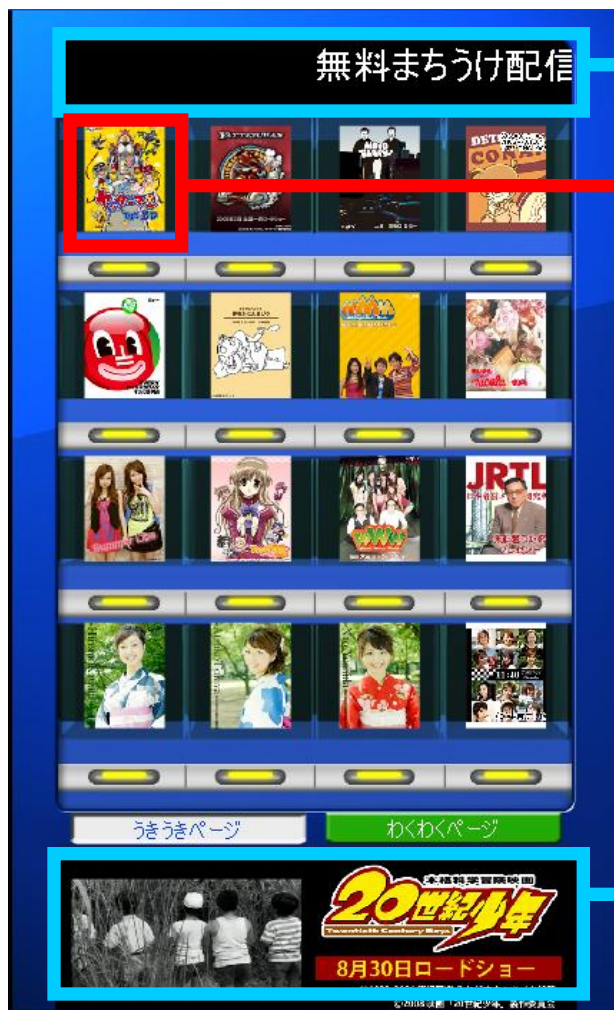
滞留促進、バリュー訴求

最後の一押し、消費後フォロー

議論の進行により使用

■(現在)サイネージ→ケータイの事例

自動販売機風のデジタルサイネージを設置し、TV番組やアナウンサー等読売テレビ様関連の待ち受け画像をおサイフケータイでプレゼント。また、スポンサーの広告や待ち受け画像を表示することにより、広告収入モデルによるサービス提供を実現。



1、テロップ機能

設定ファイルに記述された内容が表示される。

2、コンテンツ情報 (おサイフケータイ) 提供機能

ボタン押下により2画像を切り替え表示する。その後、各ボタンに紐付いたURLをR/Wから配信する。

- a、コンテンツ画像
- b、押下したことが分かる画像の表示

1を選択後にbに切り替わり表示される。

3、広告提供機能

スポンサーの広告(動画、静止画)が表示される。