

日本のデジタルサイネージ事例

インタラクティブ性が高い・話題性が高いと
思われたものを集めてみました。

オリコム メディア推進室 メディア・チーフディレクター
デジタルサイネージコンソーシアム 理事



吉田勝広

ORICOM.

赤外線センサーを使った、インタラクティブサイネージ Using infrared sensors, Interactivesignage

ad:tech tokyo

デジタルサイネージコンソーシアム

第1回デジタルサイネージアワードコンテンツ部門受賞

広告主:アサヒ飲料 商品名:ワンダ

(Advertiser: ASAHI SOFT DRINKS, brand name: Canned coffee "WANDA" prize were won.

ディスプレイの前の人の動きに応じて、コンテンツがダイナミックに変化。

According to a motion of the person in front of the display, contents change dynamically.



広告主:日本赤十字社

ad:tech tokyo

献血ルームakiba:F 誘導プロモーション

Blood donation promotion

(Advertiser: The Japanese Red Cross Society)



秋葉原駅に設置 at Akihabara Station

顔認識のカメラが搭載され、Equipped with facial recognition camera (face tracking)
バーチャルアイドルの初音ミクの髪型が、通行人の顔にデジタルサインage上で自動合成
される。The hairstyle of virtual idol's "Hatsune Miku" is synthesized to passer-by's
face on the digitalsignage automatically.

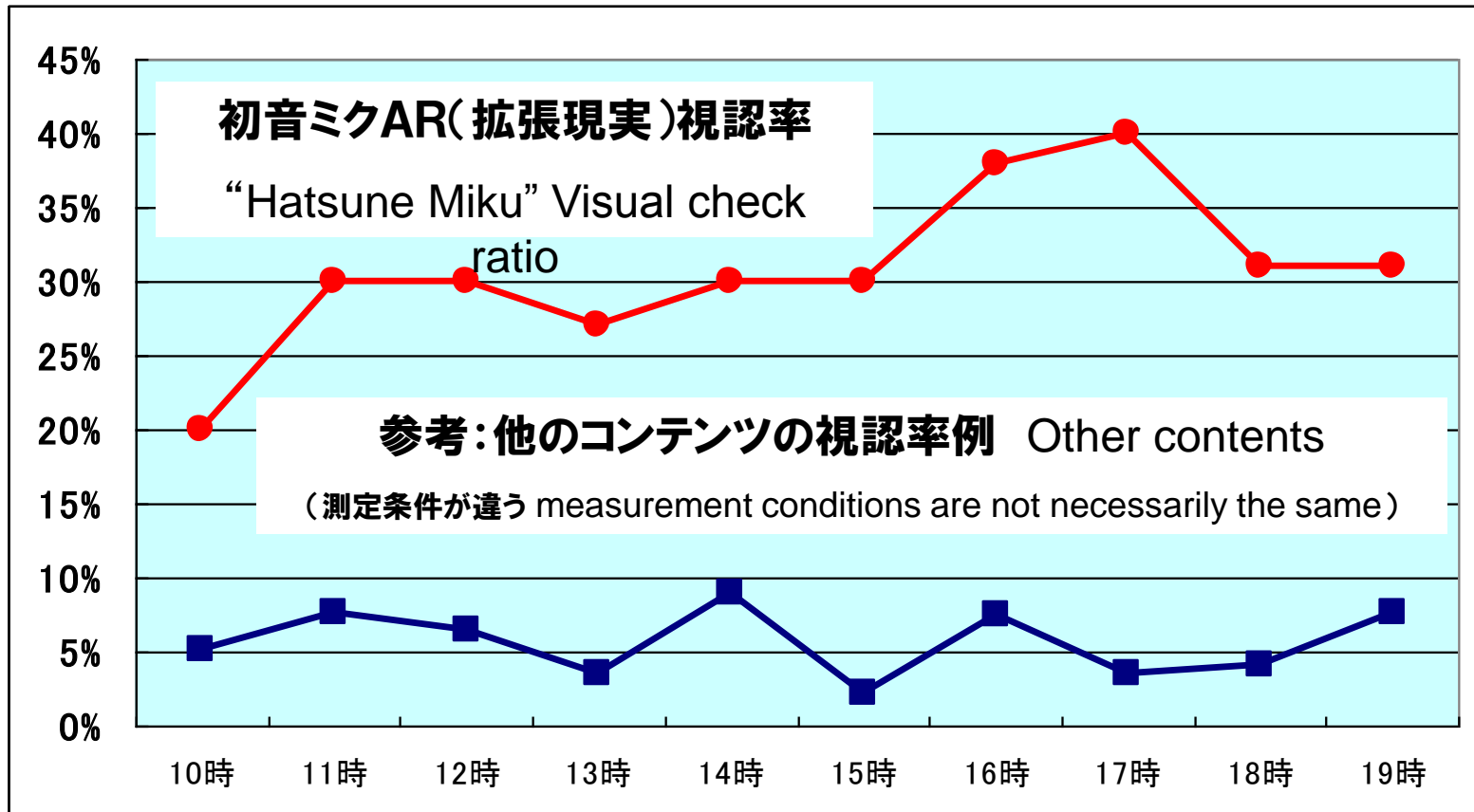
そんな自分の姿に、人々は笑い、そして時には恥ずかしがり楽しんでた。

People were enjoying and smiled at their figure. (sometimes, were shy)

視認率も比較的高い Visual check ratio is comparatively high.

常時30%前後を記録 Consistently 30% recorded.

カメラ測定装置での時間別視認率結果 Visual check rate according to time in camera measuring device



次世代 デジタルサイネージ自販機

A next generation digital signage vending machine



Set up in JR Shinagawa Station yard

レコメンドする飲料には画像の右下に「おすすめ」マークが付く
A "recommended" mark is attached to the drink.

- ① **タッチパネル方式**。drinks are bought with the touch panel.
- ② **属性判定センサーを搭載し、前に立った人物の年齢層と性別を判別し、属性に応じた商品を勧める**。By an attribute judging sensor, an age group and sex are distinguished and some drinks according to an attribute are recommended.
- ③ **フェリカ対応のリーダー／ライター装備**。Leader/writer equipment for FeliCa
- ④ **季節や時間帯、気温に応じた販促ビデオなどを見せられる**。The sales promotion image corresponding to the season, time zone, and the temperature is shown.
- ⑤ **ネットワーク(WiMAX)に繋がっている**。It is connected with the network (WiMAX).
- ⑥ **POSデータ+αの把握が可能** "What when whom" Data of having bought it can be understood.

Twitterのつぶやきを活用 Show tweets



実施場所 PLACE:Laforet HARAJUKU

つぶやくと、館内のデジタルサイネージで表示される



次世代デジタルサイネージへの革新

Innovation to next generation digitalsignage

ad:tech tokyo

顔認識から音声認識へ

From facial recognition to voice recognition

音声インタラクションシステム

interaction system (Toolkit)

開発者:名古屋工業大学 国際音声研究所

Technology developer: Nagoya Institute of Technology



シーテックジャパン2010より
FROM CEATEC JAPAN 2010

画面上のキャラクターと、それがまるで生きているかのような会話を楽しむことができる。

Can enjoy talking with the character on the screen as if it was alive.

音声に感情を付加したり、音声と口の動きも合わせている。It is also possible to put feelings, a motion of voice and a mouth can also be made the same timing.

「ニコニコ動画」に展示内容ムービーを公開し、一夜で再生数2万5千を超える人気を得た。
Exhibited The contents in “Nikoniko movie” and has gained popularity over 25,000 plays in one night.

＊広告利用はまだだが、次世代デジタルサイネージとして期待する。

There are no advertisement use yet, although I have high hope for it as the next generation digitalsignage.