

インフォメーションディスプレイ Vol.40



代表取締役 服部 堯氏

ティー・アンド・ティープランニング 様

東海地区最大の都市、名古屋で創業7年を迎え、市営地下鉄のインフォメーションディスプレイ広告で確かな実績を重ねる、地元期待のカンパニーです。企業やメディアからの情報を発信し、他の地域からも注目を浴びるシステムは、21世紀の新しい広告媒体として、ますます期待がふくらみます。



所在地：名古屋市中区

動画 & サウンドのインパクト。
電飾看板やポスターにくらべ、
圧倒的な存在感が喜ばれています。

導入台数

LB-1085 1台

PN-G655 3台

地下鉄構内やコンコースの広告といえば、電飾看板や大判のポスターというイメージがありますが、そうした定番型から一線を画す媒体として、インフォメーションディスプレイが注目を集めています。『画像の鮮明さはもちろんのこと、スピーカーを通じ音が出るのが実は非常に大きなウエイトを占めています。音を聞きつけて、画面を見にくる効果もあるわけですから。』とおっしゃいます。

栄駅コンコースの長い通路の一番奥に設置された世界最大の108型液晶ディスプレイは、中でもひととき目を引きまします。『ぼぼ人の目線の高さに置くことで、50~60m手前から、ずっとインフォメーションディスプレイを見ながら、徐々に画面が近づいてきます。動く映像と音でインパクトは抜群』と話されました。

映像、音の配信はティー・アンド・ティープランニングが独自に開発した「e-vivid ネットワークシステム」によって運用されています。新聞社、ラジオ局からはニュースを、企業や商店からは最新の商品情報・企業情報を、インターネットを通じサーバに蓄積。デジタル情報で処理されたコンテンツをダウンロードし保存することで、回線遮断時もコンテンツの放映が可能です。また地震発生などの緊急情報を受信すると、即座にインフォメーションディスプレイで割り込み表示ができ、公共システムとしての役割も担っています。



栄駅コンコース。人の目線の高さに合わせた、108型の迫力画面。圧倒的な存在感をもってアピールします。

通勤、通学で1日20万人が行き交う栄駅で情報を発信し、地元経済をしっかりとバックアップ。

導入時の評価ポイント

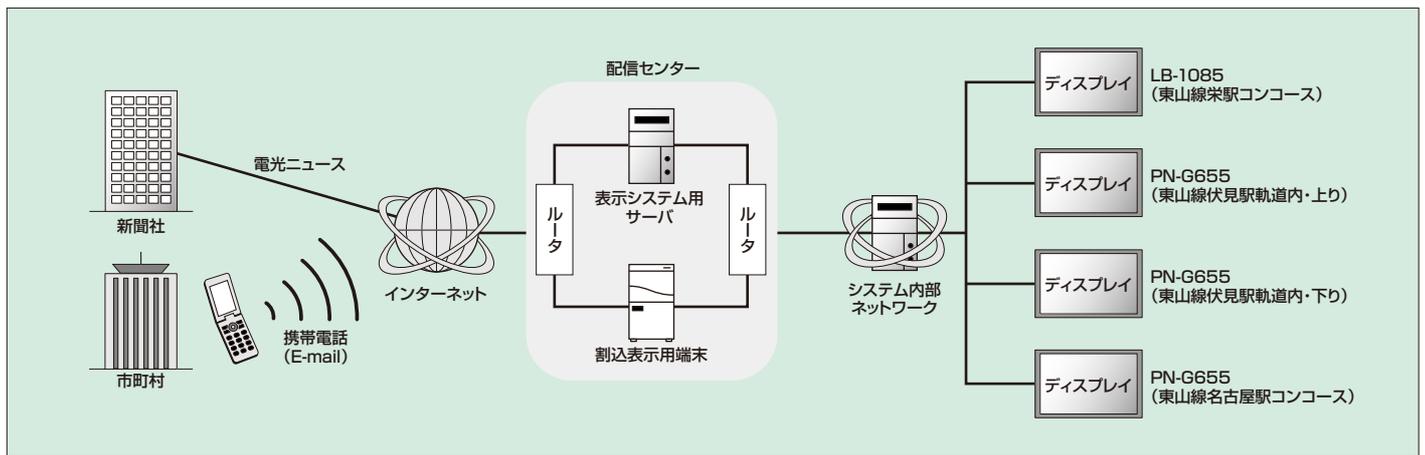
■ 大空間でもインパクトのある
世界最大の108型液晶ディスプレイ

■ 長時間の使用にも耐えられる
プロユースに対応した耐久性・信頼性

■ 細かな文字や緻密な線画までくっきり見やすい
高精細フルスペックハイビジョン

■ 稼働時のホコリの吸い込みが少ない
メンテナンス容易なファンレス設計

■ システム概略図



導入の経緯

**防塵性がよく、高周波ノイズも少ない。
インフォメーションディスプレイだからこそ
選びました。**

地下鉄駅構内は、高電圧のケーブルや粉塵、鉄粉の飛散など、ディスプレイにとっては苛酷な環境です。また、トラブルが発生しても運行中の対応はできないので、トラブルの少ない高品質なディスプレイが必要です。そのため、ディスプレイの選定には、神経質にならざるをえませんでした。プロ

ジェクターやプラズマディスプレイ・液晶ディスプレイなど比較検討・試行錯誤の末、液晶ディスプレイに落ち着きました。『プロジェクターに比べ、圧倒的に長寿命。また、プラズマディスプレイより高周波ノイズが少なく、画像の乱れを抑えられる点が導入の理由です。』とおっしゃいます。液



伏見駅軌道内の65型インフォメーションディスプレイ。鮮明な画像が電車待ちの人たちに効果的にアピール。

晶ディスプレイ、とりわけ高品質なインフォメーションディスプレイのメリットを充分ご納得の上で導入に至ったようです。

導入後の感想

**「売上が6%上がったよ！」
地元商店の方からのうれしい一言です。**

インフォメーションディスプレイを導入してから、さまざまな企業や商店の方からの問い合わせが引きも切らない状態です。『先日、老舗の看板を持つ有名店の方から「インフォメーションディスプレイに広告を出してから、売上が6%上がったよ。」という声を聞きました。こんなとき、この仕事をやっていてよかったなと感じます』とおっしゃいます。

また、東京をはじめ、さまざまな地域や海外

への展開というオファーもあり、交通広告の新しいスタイルとして、今後ますます注目されることでしょう。



フィルターと呼ばれる環境モチーフの静止画像を時折表示。待ち合わせの人たちの心を和ませています。



栄駅の108型インフォメーションディスプレイは企業や商店街から、問い合わせが多く、話題の媒体に。

今後の展開予定

**すでに65型の4台追加導入が決定。
名古屋から他のエリアへ進出、全国展開も視野に。**

今後の展開として、ひとつは、「商品の購入に直結するコンテンツ」を充実させること。例えばQRコードによるクーポン掲載など、お店に足を運んでいただく、商品を買っていただく、という試みも今後、予定されています。

また、名古屋を地場としたビジネスを展開していますが、今後は他の地域への進出も視野に入ってきました。

通信インフラが整備され、ティー・アンド・ティーブランニングで制作したコンテンツを全国に配信することも可能になりま

した。広く、浅く浸透させるテレビ、ラジオなどの電波媒体から、地域に根ざした情報をピンポイントで訴求対象にアピールするインフォメーションディスプレイへ。『広告を取りまく大きな変化を、ぜひ我が社から』というお考えです。