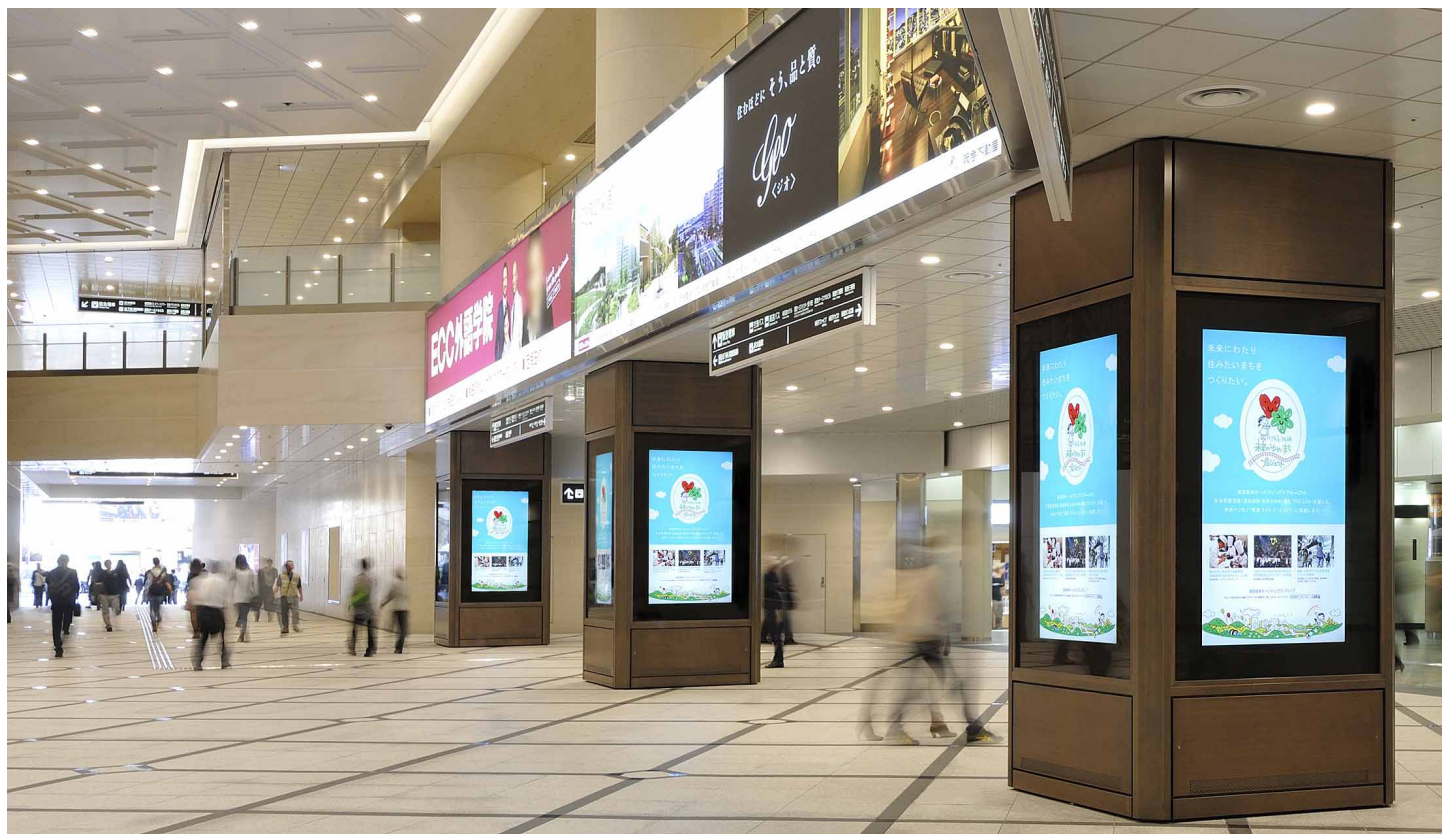


# 新コンコースに立つ柱の各4面に80V型デジタルサイネージ 最新情報をタイムリーに発信する広告媒体が実現



## 導入先

### 阪急電鉄株式会社さま

- 大阪府大阪市
- 1907年創立。大阪梅田と神戸・宝塚・京都を結ぶ関西の大手私鉄。「阪急阪神ホールディングス」の中核事業会社の一つとして、都市交通事業のほか、不動産事業、エンタテインメント事業、流通事業も展開され、宝塚歌劇団の運営でも知られる。



## 導入商品

### インフォメーションディスプレイ PN-E802×12台

- 2012年11月にグランドオープンする阪急百貨店うめだ本店北側の東西コンコースに設置。同コンコースに立つ3本の柱に各4面ずつ、計12台導入。

## こんなソリューションを実現しました。

### 導入前の課題

梅田阪急ビルの2期棟オープンに伴い、周辺コンコースの広告媒体についても見直しを決定。関西地区でも有数の通行量がある好立地を生かし、より訴求効果が高い広告媒体を導入したいと考えていました。

3本の柱に各4面ずつ80V型大画面を設置。東西南北の4方向どこからでも目に留まる、アイキャッチ効果の高い広告媒体が完成しました。

コンピュータ制御により、15秒ごとにコンテンツを切り替え。複数のクライアントの広告が配信でき、広告収入アップにつながります。



阪急電鉄株式会社  
創遊事業本部 創遊統括部  
広告担当 上永直人さま

株式会社阪急アドエージェンシー  
経営統括本部 交通媒体部  
福本智之さま

## ■ 導入の背景

阪急百貨店建て替えに伴い広告媒体も一新。  
最先端のサイネージ導入を検討。

阪急百貨店うめだ本店のリニューアルに伴い、2004年頃から当社が管轄する周辺コンコースの広告媒体についても見直しを開始しました。このうち、阪急百貨店の北にある東西コンコースは、阪急梅田駅、阪神梅田駅やJR大阪駅などの主要ターミナルを結び、関西有数の通行量を誇ります。こうした好立地を生かせる広告を検討する中で、商業施設や周辺の駅で急速に導入が進むデジタルサイネージを、同コンコースにも設置しようと考えました。

## ■ 選ばれた理由

柱に設置しやすい薄型設計が決め手。  
縦177cmの大画面に高い訴求効果を期待。

機種選定にあたっては、液晶ディスプレイとプラズマディスプレイの比較を行い、液晶は発熱が少なく、ファンが無いので薄型設計である点が大きなメリットでした。シャープとの商談当初は70、60V型を検討していましたが、新たに縦約177cmの80V型がラインアップに加わることを知り、より大きなインパクトを期待して採用を決定。また、6時から24時までの長時間稼働が必要のため、LEDバックライト採用の低消費電力設計であった点も、機種選定の重要なポイントになりました。

## ■ 導入後の効果

東西南北に人が交差するポイントに導入。  
4方向から見える効果的な広告が実現。

設置場所は、東西南北に多くの人交差するポイントとなっており、4方向のどこからでも目に入る柱4面への設置が高いアイキャッチ効果を発揮しています。コンテンツを15秒ごとに切り替え、1ロール最大でコンテンツ24種を計6分で放映。1カ所から複数の広告配信が実現したほか、コンテンツ変更も柔軟に対応することが可能になりました。好立地と80V型大画面で、早速多くのクライアントさまからご注目いただいています。

## ■ 今後の展望

一日のタイムスケジュールを3つに区切り、  
通行する客層にあわせた配信を。

現在は12台から同時に同じコンテンツを配信していますが、柱の対面ごとに異なるコンテンツを表示するプランも用意しています。また、6～12時、12～18時、18～24時と、時間帯を3つに区切り、異なる時間帯に通行する客層に合わせた配信を行い、より訴求効果を高めることも検討していきます。



人通りの絶えない場所への設置で、80V型広告の訴求効果は大



15秒ごとにコンテンツを切り替え、複数のクライアントの広告を配信



厚さ約123mmの薄型設計も採用の大きな決め手に