進化するITを使い倒せ（第1回）

経営に活力生む、ネットワーク×デジタルサイネージ

2018.12.12



街中やショッピングセンター、駅や空港といった交通の要衝など、至る所で目につくようになったデジタルサイネージ（電子看板）。写真、イラスト、文字だけでなく動画も組み合わせた情報は、受け手に強い印象を残す。また、次々とタイムリーな情報が表示でき、多言語対応も容易なのでインバウンド需要への対策にもなる。

情報を提供するメディアとして、さまざまなプラスの効果があるデジタルサイネージは、その効用が認められ市場は拡大を続ける。2016年から20年までの4年の間に、市場は2倍に成長するという試算もある。

市場拡大の要因として、液晶ディスプレーが低価格化してハードウエアのコストが下がったことも大きい。だが、それだけではない。デジタルサイネージを使いこなせば、売り上げやサービス向上に確かな効果があると、企業側に認識が広がったことも追い風となっているのではないだろうか。

安易な導入は後悔する、運用に立ちはだかる障壁

経営の視点で見て、デジタルサイネージを導入する最大のメリットは、来店や購入の促進効果の拡大を図れる可能性があることだ。従来の店頭看板、ポスターといったメディアに比べて、デジタルサイネージはタイムリーに多様な情報を伝えられる。コンテンツを工夫すれば、強いインパクトも与えられる。

コスト削減効果もメリットだ。従来のメディアでは、情報を更新する都度、いちいち作り直す必要があった。デジタルサイネージは、導入コストこそある程度かかるものの、情報の更新コストはやり方次第でかなり節約できる。

ただ、こうしたメリットに釣られ、安易にデジタルサイネージを導入しようすると失敗する。デジタルサイネージは魔法の看板ではない。表示するコンテンツを作り、適切に更新しないと意味がない。

デジタルサイネージを生かせるかどうかは、コンテンツの充実がカギを握る。どれだけ簡単かつコストをかけずに、魅力的なコンテンツを制作できるか。更新や切り替え作業に手間をかけずに済むか。

「今までポスターや看板の制作経験は豊富にあるから大丈夫」というのは、陥りがちな落とし穴だ。デジタルサイネージで効果的な情報配信をしようとすると、コンテンツの作り方や素材の加工の仕方は、ポスターや通常の看板のノウハウと異なる。

ポスターならば十分な時間をかけて判読してもらえた文字の大きさが、刻々と情報が切り替わっていくデジタルサイネージでは小さ過ぎて顧客にストレスを与えるかもしれない。時には文字よりも、写真や動画を生かすテクニックも重視すべきだ。

1つのコンテンツを複数店舗のデジタルサイネージに届ける方法や、表示のタイミングなどの設定・運用もそれなりのノウハウが必要だ。紙のポスターを配布して、従業員に張り替えてもらうのと、デジタルサイネージの情報を切り替えるのは、まったく違う業務といえる。

データ更新のやり方次第で現場が悲鳴。ネット対応を… 続きを読む