

2009年2月16日  
日本電信電話株式会社  
株式会社電通

デジタルサイネージ（電子看板）のメディア化に向けた広告配信実験を開始  
～1日約350万人が視聴可能な規模のフィールド実験～

日本電信電話株式会社（以下、NTT、本社：東京都千代田区、代表取締役社長：三浦惺）と株式会社電通（以下、電通、本社：東京都港区、代表取締役社長：高嶋達佳）は、デジタルサイネージの広告メディアとしての価値を確立し、メディア化を推進するためのフィールド実験を共同で実施します。

本実験では、6社の企業から広告コンテンツを提供いただいたうえで、鉄道、商業施設等に設置されているデジタルサイネージに対して、ロケーションや時間帯に応じて様々なタイプの広告を配信し、デジタルサイネージにおける最適な配信手法やクリエイティブ手法を検証します。

#### 1. 本実験の背景

デジタルサイネージ（以下、サイネージ）は、ネットワークインフラの拡充とディスプレイ等のデバイスの低廉化に伴い、交通機関や大型商業ビルへの導入が増加するなど、本格的な普及の兆しを見せています。また、サイネージに広告等のコンテンツを配信するためのデジタルサイネージ配信システム（以下、配信システム）は、国内外を問わず、多くのメーカーが開発を行い、ロケーション毎に様々なメーカーの配信システムが採用されています。

NTTは、昨年11月より、複数メーカーの配信システムを、統一的なインターフェースでネットワーク化し、スケジューリングして一括配信する「メタデータ配信管理統合化技術（以下、配信管理統合化技術）」に関するフィールド実験※1を京浜急行電鉄株式会社（以下、京浜急行）の品川駅、羽田空港駅、横浜駅で行っており、配信管理統合化技術の実現性を検証するとともに、システムの安定性、運用性を確認してきました。

広告マーケティングの領域においても、時間や場所に応じて情報を配信できる特徴を持つサイネージは、次世代の有力な屋外広告メディアとして注目を集めていますが、サイネージがメディアとして確立するためには、サイネージならではの効果的な配信手法やクリエイティブ手法、効果測定手法など、解決していくべき課題が多いことも事実です。

この度、NTTと電通では、サイネージがメディアとして確立・拡大していくための仮説づくりを目的に、1日約350万人が視聴可能な規模のサイネージを活用し、これまでに両社で検討してきた課題を検証するために実証実験を行うことと致しました。

## 2. 実証実験の概要

駅から駅、沿線から利用施設への動線など、視聴者の行動を考慮して鉄道や商業施設に設置されているサイネージをネットワークし、配信する時間帯やクリエイティブタイプと視聴者の認知度との相関等を検証します。

(1) 実験期間： 2009年2月16日 ～ 2009年3月15日

(2) 実験場所※2

- ・ 東急電鉄 東横線・田園都市線・大井町線・目黒線電車内 (TOQ ビジョン)
- ・ 東急大井町線自由が丘駅、東急東横線多摩川駅
- ・ ランキンランキン渋谷店
- ・ 西武鉄道 池袋駅
- ・ 京浜急行 品川駅、羽田空港駅、横浜駅
- ・ 大手町・丸の内・有楽町エリア (丸の内ビジョン)
- ・ 赤坂サカス (Sacas Front・Sacas Gate・Media Stairs・TBS Gate)
- ・ 六本木ヒルズ (ヒルズビジョン)
- ・ 東京ミッドタウン (ミッドタウン・ビジョン)
- ・ カレッタ汐留 (カレッタビジョン) (順不同)

(3) 実験内容

- ・ NTTが開発中の配信管理統合化技術を活用したサイネージを、京浜急行の3駅および西武鉄道の池袋駅に設置
- ・ 実験場所に設置されているディスプレイの種類に応じて、複数パターンの広告を配信
- ・ ロケーションや時間帯による広告の認知度や関心度の違い等を把握し、効果的な配信手法、クリエイティブ手法を検証

(4) 広告コンテンツ提供企業

- ・ 花王株式会社
- ・ サッポロビール株式会社
- ・ 日本コカ・コーラ株式会社
- ・ 日本電信電話株式会社
- ・ 日本マクドナルド株式会社
- ・ パナソニック株式会社 (50音順)

(5) 各社の役割

(a) NTT：

- ・ 実験環境の構築 (ロケオーナー)
- ・ NTTのR&Dを活用した配信システムの設置
- ・ プラットフォームの基盤となる技術の研究開発

- ・ 配信または各実験場所への配信依頼等
- (b) 電通：
- ・ 実験環境の構築（広告主・ロケオーナー）
  - ・ 広告クリエイティブ制作・編成
  - ・ 実証実験調査設計
  - ・ 各実験場所への配信依頼等

### 3. 今後の予定

NTTと電通は、本実験を通じて、デジタルサイネージのメディア化に必要な要件を明確にし、デジタルサイネージを広告メディアとして取引するプラットフォームの共同事業化に向けた検討を引続き行っていく予定です。

<本件に関する問い合わせ先>

NTT

研究企画部門 プロデュース担当 武川

Tel : 03-5205-5917

電通

広報室 小林

Tel : 03-6216-8041

(用語解説・補足)

※1 NTT・NTT コミュニケーションズ「デジタルサイネージ（電子看板）の配信管理システムのフィールド実験を開始」（2008年11月27日報道発表）

※2 朝、昼間、夜間の時間帯に分けて実験を行いますが、実験を行う時間は実験場所により異なります。