News Release

2010年12月15日
デジタルサイネージ推進プロジェクト

報道関係各位

駅ナカにおけるデジタルサイネージの効果検証を発表！

本年6月より、流動の多い駅ナカに適した次世代型デジタルサイネージ広告メディアの可能性を検証するため、首都圏11社の鉄道媒体社で連携した推進プロジェクトを立上げ、「駅デジタルサイネージネットワーク」を販売してまいりました。

当プロジェクトは、これまでの期間における顔認識システムによる視聴状況のデータ取得など、様々な調査から、①「AI効果※の高い表現手法」の検証、②「デジタルサイネージADネットワークモデル（販売・運営・編成・配信の一元化）」の検証結果について、中間報告としての資料をまとめました。

※AI効果とは、注目（Attention）を獲得し、興味（Interest）を喚起する効果

■中間報告の概要

・対象期間

2010年6月21日～2010年10月10日の放映分

・検証内容

① AI効果の高い表現手法の検証

② デジタルサイネージADネットワークモデル（販売・運営・編成・配信の一元化）の検証

■中間報告のトピックス

・ターゲット視聴実態全体概要

15秒素材の平均視聴人数（1週間あたり）	→	約22万人 Phase.2実績より（システム計測値）
15秒素材の平均視聴時間	→	約1．5秒 Phase.2実績より（システム計測値）
平均視聴率※	→	19．05% 参考筐体（システム計測値）

※「視聴」とは、筐体前通行人数の内、モニターに正対した人物の顔を測定したもの
※「視聴率」とは、システム測定範囲における視聴人数÷筐体前通行人数

■AI効果の高い表現手法の傾向が見えてきました・・・

期間中における顔認識システム計測データほか、CLT調査から得られた駅ナカでの「AI効果の高い表現手法」は、15秒のうち、視聴時間が部分視聴であることを前提に、以下のような傾向でした。

A　注目獲得

「動き」「明るい色彩」など瞬間的に目を惹き、興味を沸かせる、直観的に興味・関心を喚起する表現の開発を行うことで、注目を獲得することができます。

I　興味喚起

興味・関心喚起に効果があると考えられる表現手法は・・・
■短い尺で瞬間的・感覚的にメッセージを伝える
■駅利用者のインサイトに着目したメッセージにする
■天気などのコンテンツと連動させる
■「吹き出し」「テロップ」等の表現のアクセントを付ける

特に、「短尺での商品訴求メッセージ」では、商品への興味関心をより高める効果があること、「コンテンツと連動させること」で好感度・印象度を高める効果があること等、表現の違いにより態度変容に大きく影響を与えることが分かりました。

■駅ナカでは、平日と土日（祝）、時間帯により、男女の視聴人数・態度が違う！？・・・

平日の通勤・通学時間帯別の視聴人数の推移、土日(祝)の視聴人数の計測結果らから、男女間での傾向差が認められました。
平日朝の通勤・通学時間の視聴人数の山は、男性が女性より早く、午後の山は逆に女性の方が早くなっています。
土日（祝）の視聴人数では、男性は駅利用者数に比例して減少傾向にあるのに比べて、女性では駅利用者数の減少も男性ほど少なくなく、さらに視聴人数が平日平均よりも増加傾向にあります。男性は平日の通勤・通学の日常的利用が駅の基本利用スタイルであることに対 して、女性は土日（祝）も比較的駅を利用する機会が多く、平日と土日（祝）の行動モチベーションが異なっていて、「余裕があれば色々なものに関心を示す」傾向があらわれているものと見受けられます。これらの結果から、「女性の休日駅利用」に新しいコミュニケーションの可能性がある、と考えられます。

■デジタルサイネージADネットワークモデルへの取り組みに対する評価

交通広告業界が連携して、新しいメディアに積極的に取り組み、情報を共有化する姿勢が広告主様から評価されました。

広告主から評価されたこと

①効果測定レポートのフィードバック（72%）
②横断的なネットワーク・規模感（59%・41%）
③取り組みの新規性（59%）
④価格（55%）
⑤CM素材が使える・音が出る（41%・41%）
※アンケート結果より

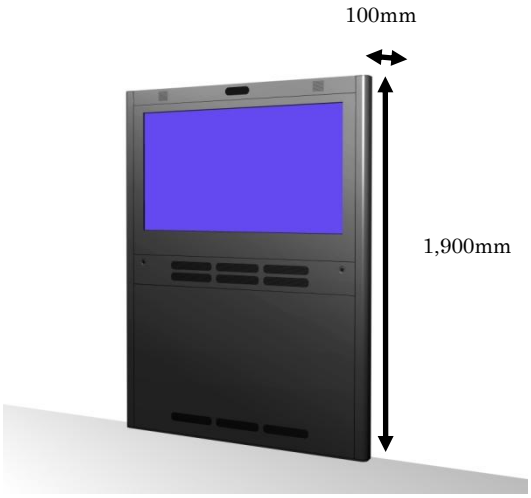
⇒

Phase. 1（6／21～9／19　13期）
Phase. 2（9／20～12／19　13期）
ともに**満稼働**でした

■駅デジタルサイネージネットワークとは・・・

駅デジタルサイネージネットワークとは、首都圏の鉄道および鉄道系ハウスエージェンシー11社で構成されるデジタルサイネージ推進プロジェクトが、共同企画・配信する、駅ナカのデジタルサイネージのモデル確立を目指す実証実験メディアです。
2010年6月から1年間、各鉄道会社のご協力を得て、首都圏の主要駅に共通デザインのモニターを設置（20駅27台　※一部既存設置機）し、効果的な広告表現およびコンテンツ、販売方法の試行展開を行い、顔認識システムの活用により、その効果測定を行う等、流動ある駅構内に適した次世代型デジタルサイネージ広告メディアの可能性を検証しています。
同プロジェクトでは、販売・編成（制作）・配信・効果測定を一元的に行うことで、デジタルメディアの特徴を生かした、リアルタイム性の高い、フレキシブルな対応を実現しています。

※「デジタルサイネージ推進プロジェクト」構成メンバー（11社：五十音順）
(株)小田急エージェンシー、(株)京王エージェンシー、
(株)京急アドエンタープライズ、(株)京成エージェンシー、
(株)ジェイアール東日本企画、西武鉄道(株)、(株)東急エージェンシー、
東京都交通局、東武鉄道(株)、(株)メトロアドエージェンシー、
(株)モノレールエージェンシー

■設置駅および台数は以下の通り

電鉄	台数	設置駅
小田急電鉄	1	新宿駅
京王電鉄	2	新宿駅・渋谷駅
京成電鉄	1	京成上野駅
京浜急行電鉄	1	品川駅
西武鉄道	1	池袋駅
東京急行電鉄	1	渋谷駅
東京地下鉄	4	表参道駅・銀座駅
東京モノレール	3	モノレール浜松町駅・羽田空港第1ビル駅・羽田空港第2ビル駅
東京都交通局	2	六本木駅
東武鉄道	2	池袋駅
東日本旅客鉄道	9	東京駅・新宿駅・渋谷駅・池袋駅・品川駅・恵比寿駅
合計	27