

2023年8月1日

## 日本を代表するエンタメシティがデジタルサイネージでさらにパワーアップ！ jeki が導入 & システム運用を受注した 「東京ドームシティビジョンズ」が本日運用開始！

～ JR 東日本のデジタルサイネージ導入・運用ノウハウを提供 ～

- 株式会社ジェイアール東日本企画（以下、jeki）は、株式会社東京ドーム（以下、東京ドーム）が進める東京ドームシティ大規模リニューアルの目玉施策の一つである大型 LED ビジョン・モニター群「東京ドームシティビジョンズ」の開発を手がけ、2023年8月1日（火）より運用を開始します。
- スポーツやエンタメの聖地である東京ドームシティをさらに魅力的な街にするため、全長 122m のロングサイネージ「アベニュースーパーリボンビジョン」をはじめ、様々な形状で設置された大型 LED ビジョン・モニター群「東京ドームシティビジョンズ」の配信システムの企画・開発を jeki が手掛けた他、オペレーション設計や広告枠の販売までトータルで支援しています。
- jeki デジタルサイネージ事業局では、デジタルサイネージ導入における企画設計から運用、マネタイズまで一気通貫でサポートする事業を行なっています。JR 東日本の駅や車内を中心に約 47,000 画面のデジタルサイネージを日々運用するノウハウを活かし、ハード領域からソフト領域まで手掛けています。



全長 122m！アベニュースーパーリボンビジョン



25 ゲート広場 L 型ビジョン

### 1. 開発の背景

東京ドームは、2023 年から 2024 年にかけて「東京ドームシティ」の大規模リニューアルを進めています。目玉施策の一つとして、東京ドームを中心に JR・都営地下鉄「水道橋駅」、東京メトロ「後樂園駅」、都営地下鉄「春日駅」の各駅に向けて放射線上に多数の LED ビジョンを増設し、東京ドームに向かうお客様の感動を増幅する空間の創出が計画されました。

jeki は JR 東日本グループとして 20 年以上前からデジタルサイネージを積極的に導入・活用しており、現在では約 47,000 画面を運用しています。こうしたノウハウを活かし、メディアソリューション本部デジタルサイネージ事業局では JR 東日本グループ外のロケーションオーナーへのデジタルサイネージ導入・運用支援事業を展開。本計画においても 当社がプロジェクトパートナーとして、企画開発から施工、システム構築、運用サポート、広告販売まで、一気通貫してサポートをすることとなりました。

## 2. 東京ドームシティビジョンズについて

「東京ドームシティビジョンズ」は、様々な施設が集まる東京ドームシティの全域に渡って計画された様々なサイズ・形状の大型 LED ビジョン・モニター群です。特に、国内最長規模となる全長 122m のロングサイネージ「アベニュースーパーリボンビジョン」は、隣接する芝生広場と合わせ、自然とデジタルが融合したユニークな空間として、滞在者に様々な体験価値を提供します。

また「東京ドームシティビジョンズ」は、大規模地震発生時など災害時の情報発信により防災・防犯機能を向上させるとともに、行政と連携した地域の魅力向上のための情報発信やアートとのコラボレーションを行うことで、賑わいの形成や社会基盤としての役割を担います。

### ■ビジョンの配置（8月1日時点。年度内に随時追加予定）



### ■注目のポイント①：全長 122m のロングサイネージ「アベニュースーパーリボンビジョン」を始めとする、異形メディアへの挑戦

これまでの屋外広告ビジョンは、液晶から LED による大型化の時代になっても、他メディアの映像が流用し易いように 16 : 9 の定型が主流でした。しかし、東京ドームシティビジョンズでは、来場者の体験価値を最大化するため、それぞれの空間や建物に合わせた“異形”に積極的に挑戦しています。jeki としても、これまでの駅や電車内で培ってきた経験をベースにしつつ、新たな発想で画面の有効な活用方法などをコンサルティングしています。



## ■注目のポイント②：イベント開催に合わせたダイナミックな放映

通常の屋外広告ビジョンでは、予め決めたコンテンツを順番に放映する1周6分～30分程度の“ロール”を、1週間ほどの期間で切り替えながら運用するのが一般的です。しかし、イベントの聖地・東京ドームシティでは、その日の開催イベントに合わせて複数のロールを時間単位で切り替えたり、コンテンツを差し替えたり、時にライブ映像を流したりといったダイナミックな放映を行います。jeki では、それを可能にするシステムやオペレーション体制構築もサポートしています。

## ■注目のポイント③：jeki のリソースを最大限に活用した広告販売スキーム

どんなに集客力に長けた場所を持つロケーションオーナーでも、自ら広告事業を立ち上げてマネタイズするのはノウハウやリソースの観点からなかなか難しいもの。当事業においては、JR 東日本の交通広告媒体を担う jeki のリソースを最大限に活用し、スタート時点から全国 140 社以上の契約広告会社によるセールスを行っています。また、現在開発中の jeki オリジナルマーケットプレイスブランド「MASTRUM」への接続も準備しています。