

# デジタルサイネージ

今回の言葉物語は「デジタルサイネージ」をテーマにしてみました。今や巷では公共施設をはじめ様々な場所ですべてこのデジタルサイネージ、合理化と訴求力の強化などいろいろな要素を持つて広がっています。パチンコ業界でのデジタルサイネージの変遷はどう変化してきているのでしょうか。

## LEDの発明と進化で普及

当業界でも大手ホールでは標準ツールとなりつつあるデジタルサイネージの始まりはフルカラーLEDの普及にあります。LED自体は1962年に赤色LEDが開発され、その後黄色

系のLEDと続き、世紀の大発明と言われた1990年初頭の「青色ダイオード」の開発で、念願のフルカラーによるLED表示が可能となりました。すなわち、歴史としてもまだ20年も経過していない新しい媒

体であると言えます。ちなみにパチンコ業界での普及は基板の動作確認に使われる赤色LEDランプやクレジットセグ表示等での使用が最初になります。

業界がサイネージにシフトした最初のムーブメントは郊外でお馴染みのLEDビジョンになるでしょう。時代としては1995年あたり、上空に巨大な文字が登場する発色数は少ないながらもLED表示機が登場しはじめます。そしてその数年後にはフルカラーのビジョンが開発されます。その表現力の高さに業界は感動してその後多くの発注をかけ普及していきます。

そのような意味でもこの青色LEDが開発されビジョンとして製品が登場するこの年代あたりがデジタルサイネージ発祥の時代と言えるでしょう。ですから、実質まだ10年ほどしか経過していないということになります。

LEDの普及は2000年を越えてからも拡大していきませんが、そのころ店内でも「モニター」という位置づけで店内にテレビを設置する店舗が登場し始めます。そのころはまだ床置き型の

モニターが登場していませんでしたので、壁掛けタイプのが主流です。そして、液晶テレビの低価格化と共に床置き型、特に見通しを妨げる設備としての問題をクリアできるタイプのサイネージが登場して、パチンコのデジタルサイネージは第二のブームを迎えます。

## 画像や編集による効率化

さて、これまでの時代で使われていたサイネージをイメージして頂いて、多くの店舗をご覧になられている方では過去と現在のサイネージの使い方が大きく変化している事がおわかり頂けると思います。

それは昨今での広告規制(注：元々この言葉の使い方は正しくなく、本来のあるべき姿に戻したという方が適正です)により、商品単体の訴求が難しくなったことに起因するものが多いと思います。

そこでデジタルサイネージでは映像技術の向上やグループ・店舗名の訴求といった、いわゆる「CM」を展開するようになりました。特にLEDビジョンでは、今までは屋外の広告塔上部についているのが標準設定であったものが、パナタイプでニュースを流し

## 革新的利用さらに続く

たり、はたまた店内にLEDビジョンを設置したりと、よりエンターテイメント性や地域との共生に活用する方向性になりつつあります。

そして、デジタルサイネージは更に進化の方向性を見せており、現状店舗スタッフによる画像や放映の編集も本部による一括制御などにより効率化を推進できる環境に入りつつあります。現在では店舗スタッフが内容を差し替えサイネージにデータを転送していましたが、それを本部などで集中管理し番組も編集する方法です。つまりクラウドコンピューティングの考え方をを用いて更なる合理化を推進し、現場のスタッフはお客様に注力できる環境を整備できることとなります。

デジタルサイネージはこの約10年の中で非常に大きな進化を遂げてきており、現場での業務にも変化を及ぼすほどの革新が今もなお続いています。店内で紙媒体ゼロ化を完成したホールも昨今出始めてきており、そう遠くない未来に「紙媒体完全0店」も登場することでしょう。

(大和田敏男)



床置き型のサイネージ。全高は千mm以下に抑えられている