

# ディスプレイが店舗を華やかに演出 旅先の映像を流して、お客さまにダイレクト訴求

最近、旅行商品もネット販売が増えてきましたが、店舗での売り上げも非常に重要です。そこで来店客を増やす誘客ツールとして、2店舗に大画面のインフォメーションディスプレイを導入。販売増につながる新しい情報発信ツールとして活躍しています。



なんば支店さまはウインドーに65v型を設置し通行客に訴求



天王寺支店さまでは正面入口に52v型を設置

## ■導入企業

### (株)JTB大阪さま



- 大阪/大阪市
- 大阪府下を中心に店舗型13店舗、コールセンター1店舗を展開。ターミナル駅等、利便性を追求した店舗で、旅行提案から旅行商品の販売を行われている。

## ■導入商品

### インフォメーションディスプレイ

- PN-S655(65v型) × 1台  
2009年7月、なんば支店。
- PN-S525(52v型) × 1台  
2009年10月、天王寺支店。

## こんなソリューションを実現しました

### Before

#### 導入前(課題)

1

JTBなんば支店はホテルの中に店舗があるため、外に看板が立てられず、ホテル利用客以外の方に店舗を認識してもらいにくいことが課題でした。

2

旅行商品は、靴や洋服のように、そのものを見てもらうことは出来ませんが、少しでも視覚に訴える提案方法を探していました。

3

JTB天王寺支店は他の旅行会社2社に挟まれる形で立地するため、当社と他社を混同されるお客さまが多くおられました。

### After

#### 導入後(効果)

1

街頭側ショーウインドーに65v型ディスプレイを設置。通行客に向け『10秒で訴求できるプログラム』を流すことで、旅行店としての認知度がアップしました。

2

海外の観光局や自治体から提供されたPR映像を流すことで、「商品を見てもらう」ことが可能になりました。

3

お客さまの目を引くディスプレイを活用し、「JTB」の文字をアピールすることで、他社との差別化を図れています。

## ■インタビュー



株式会社JTB大阪  
企画部 販売促進担当課長 田町 優子さま

### 店舗の認知度アップに 大画面ディスプレイが大きく貢献しています。

JTBなんば支店はスイスホテルさまの中に立地しているため、ホテルの利用客以外の方から旅行会社として認識してもらいにくいことが課題でした。また、ホテル内なので、大きな看板は立てることもできないことも悩みの一つでした。

そこで、以前は新婚旅行を訴求するウエディングドレスを飾っていた街頭側のショーウィンドーに、65v型のインフォメーションディスプレイを設置。通行客向けに『10秒で訴求できる』をポイントにしたプログラムを流し、店舗の認知度向上に成功しました。



3社の旅行会社が並ぶフロアイメージを、ディスプレイが華やかに演出

### フロアイメージを華麗に演出。

一方、駅ビルのリニューアルに伴い52v型インフォメーションディスプレイを設置したJTB天王寺支店は、他の旅行会社2店舗に挟まれる形で入居していることから、他社さまと混同されるお客さまが多いことが課題でした。そこで、ディスプレイを店舗の入口に設置し、JTBの店舗を強くアピールしています。

また、ディスプレイがフロア全体の旅行ムードを演出する形になり、隣接する同業他社さまからも大変好評を得ています。

### 希望通りの見せ方ができるのも 大きなメリットでした。

当社では、「旅行映像」「旅行商品パンフレット」「文字情報」と、画面を3つのラインに分けて旅行プランを訴求していますが、専用ソフトを使えば、3種類の情報を組み合わせることで希望通りの見せ方ができるのは本当に便利です。

各支店のスタッフが業務の合間に、コンテンツを作成し、1~2カ月のペースでプログラムを更新しています。各店舗ごとに、流したい情報を自由に発信できるうえ、映像による視覚的な商品提案ができるのは大きなメリットですね。

### ディスプレイで紹介した旅行プランは、 店内にも連動させています。

なんば支店では、ディスプレイで誘引したお客さまに、店内で実際に手にとってパンフレットを見ていただける特設コーナーも用意しています。

また、当社のHPでも、同内容の旅行プランを紹介し、ディスプレイとリンクして、相乗効果を発揮しています。



画面は「旅行映像」「旅行商品パンフレット」「文字情報」の3つのラインに分けて、商品を訴求



ディスプレイの内容とリンクする特設のパンフレットコーナー

