

# 古都の景観づくりに協力 おしゃれなショーウィンドーで知名度アップ

古都の景観づくりを進める京都市の取り組みに協力すべく、7~8枚の写真パネルを展示していた本社ショールームをリニューアル。65v型インフォメーションディスプレイを設置し、町家風の演出をしたところ、立ち止まる通行人も増え、知名度アップに結びついています。



## ■導入企業



### 上原成商事(株)さま

- 京都/京都市
- 1943年創業。エネルギー、建設資材の総合商社として京都市に本社を置き、関西を中心に、首都圏、中部圏、北四国の各地で事業を展開。

## ■導入商品

### インフォメーションディスプレイ

PN-S655 × 1台

コンテンツ配信/表示システム「e-Signage」(イーサイネージ)

- 2009年9月、古都のメインストリート・御池通に面した本社ショールームのリニューアルに伴い導入。

## こんなソリューションを実現しました

## Before

### 導入前(課題)

1

京都市の景観づくりに協力すべく、シンボルロードとなる御池通に面した本社ショールームのイメージチェンジが必要でした。

2

ショールームは南向きであることから、夏場の温度上昇に耐える堅牢性や対応機能を搭載した機種を導入を検討しました。

3

PR効果を持続させるため、定期的にコンテンツを更新する必要があり、作成や配信が手軽に簡単にできるものが必要でした。

## After

### 導入後(効果)

1

65v型のインフォメーションディスプレイに映し出される当社の業務案内や古都の観光地図、景観写真は、景観づくりにマッチし、イメージアップにも結び付いています。

2

バックライトの輝度を調整して温度上昇を防ぐ「動作温度監視機能」と、背面を事務所のエアコンで温度調整できるように設置したことで、トラブルもありませんでした。

3

専用ソフトの「イーサイネージ」により、コンテンツの作成・配信も簡単で、毎月1回の更新作業も短時間に完了しています。

## ■インタビュー



上原成商事(株)  
専務取締役 上原 晋作 さま

## ショールームのリニューアルで ディテール客へのアプローチを強化。

当社は商社であり、卸事業が中心ですが、近年、スタンドやLPガス、リフォームなど消費者を対象としたディテール事業のウエートも高まっています。こうしたディテール客へのアプローチも強化すべく、ショールームの有効活用を図ることにしました。

ショールームはこれまで業務内容を紹介する7~8枚の写真パネルを展示していたのですが、色褪せていたこともあって、PR効果はまったく期待できませんでした。65v型ディスプレイを設置して、映像を流すようにしたことで、通行客への訴求力が格段に向上しています。

## 古都の景観づくりにも協力したい。

京都市は、全国に先駆けて景観条例を制定するなど、美しい街づくりには特に熱心な自治体です。中でもシンボルロードとなる「御池通」は、姉妹都市パリのシャンゼリゼ通をモデルに街づくりを進めており、新築ビルについては「1階は商業施設」と義務付けられています。

本社ビルは条例制定以前の建物なので対象外となっていますが、古都の景観づくりに協力するの地元企業の役割と考えました。そこで、瓦屋根を取り付けたり特注の防火用水桶をディスプレイ周りに演出しました。大画面に映し出される景観写真や観光地図などの映像は御池通のイメージにもマッチしており、当社のイメージアップにもなっています。

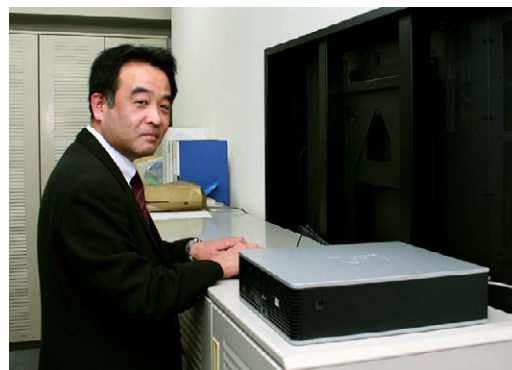


御池通では、景観条例により中学校も1階を商業施設に

## 南向きのショールームでもトラブルなく稼動しています。

南向きのショールームなので、夏場の温度上昇によるトラブルを懸念して、ショールームの壁を取り除き、ディスプレイの背面を事務所のエアコンで冷ますようにしました。さらに、本体にはバックライトの輝度を調整して温度上昇を防ぐ「動作温度監視機能」が搭載されていることもあって、現在までトラブルなく稼動しています。

また、専用ソフトの「イーサイネージ」を使ったコンテンツの作成・配信も簡単で、担当者は毎月、各事業所を撮影したり、四季折々の景観写真などを手配したりなど、毎月の情報更新をスムーズに行っています。



「月1回ペースで更新するコンテンツの作成や配信・表示まで簡単」と語られる総務部次長・畝田幹也さま

## 1年中、朝7時から夜10時までの情報発信に 通行客も注目してくれます。

大画面ディスプレイからの情報発信は、1年365日、朝7時から夜10時まで、休むことなく続けています。ショールームの前がバスの停留所と地下鉄の出入口となっているため、注目率は抜群。ひととき目立つ夜間は、バスの中から見入ったり、立ち止まる通行人も、リニューアル前に比べ格段に増えています。

ディスプレイを覗き込む通行人が増えていることは、当社の知名度アップにもなっているでしょうし、ディテール客へのアプローチという、リニューアルの目的は十分に果たしていると思います。



バス停と地下鉄の出入口に面したショールームはよく目立ち、同社の知名度アップに貢献