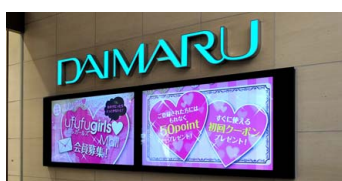


60v型2面マルチの大迫力ディスプレイで 新生オープンの大丸「北館」をダイナミックに演出

(株)大丸松坂屋百貨店さま
(大丸 大阪・心齋橋店)

大阪ミナミにある大丸心齋橋店は隣接する旧そごう跡地に、2009年11月、「北館」をニューオープンしました。「北館」のさらなる認知度アップを図るため、60v型の2面マルチディスプレイを、地上1階と地下1階のエントランスに導入。迫力ある映像で華やかにお客さまをお出迎えしています。



■ 導入先

(株)大丸松坂屋百貨店さま

●東京/江東区(本社)

●近畿地区が地盤の大丸と、中部地区に強い松坂屋の2つの老舗百貨店が合併し、2010年「大丸松坂屋百貨店」が誕生。大丸(17店舗)と松坂屋(6店舗)のブランドで、札幌から博多まで全国主要都市に23の店舗を展開されている。

●大丸 大阪・心齋橋店さま/大阪/大阪市(本物件)



▲大丸 大阪・心齋橋店

■ 導入商品

インフォメーションディスプレイ

PN-E601 × 4台

コンテンツ配信/表示システム「e-Signage」

スピーカー PN-ZA10 × 2台

- 2010年11月導入。1階の心齋橋筋側と地下1階の地下鉄心齋橋駅改札側のエントランスに、それぞれ60v型の2面マルチディスプレイで設置。

こんなソリューションを実現しました

Before

導入前(課題)

1 2009年11月にニューオープンした大丸「北館」を、より多くのお客さまに知って頂きたいという思いがありました。

2 従来の新聞広告や電車の中吊り広告などマスに訴える広告だけでは期待通りの集客効果を得にくくなっており、新しい広告の形を探していました。

3 他のフロアが閉館した後も、13階のレストランフロアは夜10時まで営業しており、もっと多くのお客さまにご利用頂きたいという思いがありました。

After

導入後(効果)

1 ディスプレイに「北館」のフロア案内を流し通行客にPR。「北館」に入居する店舗の情報発信力を高めることができました。

2 地下鉄の改札から直結するエントランスに設置したことでダイレクトなPR効果が得られ、さらに待ち合わせのシンボルとしても活躍しています。

3 ランチタイム、ディナータイムに合わせてコンテンツ内容を自動更新。レストランのタイムリーな情報発信が実現しました。

■インタビュー



(右)
大丸 大阪・心齋橋店
営業推進部 チームリーダー
販売促進担当(広告・装飾)
松永良一さま

(左)
株式会社 流通事業部
関西営業本部 制作部
関西制作一課 ディレクター
馬場昌文さま

導入の背景

新たに増床して誕生した大丸「北館」をもっとPRしたいと考えていました。

大阪はキタ・ミナミ地区で百貨店の出店・改築・増床が相次ぎ、百貨店競争が激しさを増しています。大丸心齋橋店も、閉店したそごう跡地を、大丸「北館」として2009年新たにオープンしました。

ただ「北館」は、長年そごう百貨店として市民に親しまれた店舗の跡地でもあるため、「大丸」としての認知が浸透しにくいという課題も抱えていました。そこで、もっと「北館」をアピールし、通行客にも注目してもらえるような新しい広告が必要と考えたのです。

選ばれた理由

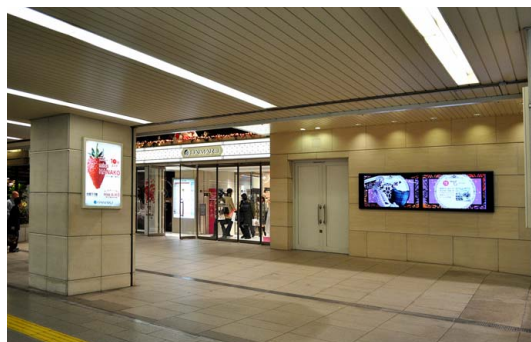
**通行客にダイレクトに訴求。
これからは電子看板の時代という思い。**

大丸心齋橋店では、これまで新聞広告、折込チラシ、電車の中吊り広告など、不特定のマスに訴える形の広告が主流でした。しかし、近年広告の形が変化中、こうした広告は費用がかかる割に効果が得にくいという悩みも生じていました。

こうした中、新しい広告媒体として商業施設への設置が進むインフォメーションディスプレイには「次の時代の広告」という期待感があり、新生大丸にふさわしい広告媒体と目を付けたのです。高精細な画質とマルチディスプレイによる迫力ある大画面で、通行客に「大丸の今」をダイレクトに訴求できるのではないかと考え導入を決めました。



1階・心齋橋筋側エントランス



地下1階・地下鉄側エントランス

導入後の効果

**エントランスがぐっと華やかに。
営業時間に合わせたタイムリーな情報配信が実現。**

1階と地下1階に60v型の2面マルチディスプレイを導入。コンテンツは季節の催しやレストラン情報、また特に集客アップを図りたい8階～13階の上層フロアの店舗紹介で構成し、15分間のプログラムで配信しています。特にレストランのご案内は、午前中にランチ情報、夕方にディナー情報と配信内容を自動で変えるなど、タイムリーな情報を配信できるので、たいへん魅力的です。

1階の心齋橋筋側エントランスは地下鉄の駅の階段を上がってすぐの場所になり、これまでも待ち合わせ場所として親しまれてきました。こうした場所にディスプレイを設置することで、待ち合わせの目印としても活用されており、「北館」のエントランスが一段と華やかにイメージアップしました。



集客を増やしたい上層フロアの情報発信力をアップ

今後の展望

**催し場でのイベント生中継など
「今」を感じられるコンテンツ配信へ。**

現在は静止画を切り替えて表示していますが、今後は催し場の模様など、ライブ中継を配信することも検討しています。「北館」ではファッションショーも開催しており、こうした情報をディスプレイでライブ中継することで、ご覧になったお客さまが関心を持たれ、上層階に足を運んでいただけるきっかけになればと考えています。