

電通とヤフーが、旬なコンテンツをデジタルサイネージに提供する実証実験を開始

～ 「花粉情報」や「話題のツイート」などの即時性の求められる コンテンツを自動配信 ～

ヤフー株式会社（本社：東京都港区、社長：宮坂 学）は本日、株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）と共同で、ヤフーが自社サービス上で提供する生活者に関心の高い旬なコンテンツを、ほぼリアルタイムでデジタルサイネージに自動配信する実証実験を開始しました。都営大江戸線六本木駅ホーム上のデジタルサイネージ「六本木ホームビジョン」に、3月14日（月）から3月20日（日）までの7日間、「Yahoo!天気・災害」の「花粉情報」や「Yahoo!リアルタイム検索」の「話題のツイート」などの即時性の求められるコンテンツを自動で配信します。

デジタルサイネージの多くは、あらかじめコンテンツを制作して、事前に入稿作業を行わないと放映することができないという課題がありました。このような課題を解決するため、デジタルサイネージに接続するだけで、即時性が求められるコンテンツを簡単に自動で放映できる独自システムを両社で開発しました。

本システムを導入することにより、常に新しいコンテンツを放映することができるため、デジタルサイネージへの注目度が向上し、広告メディアとしての価値も高まることが期待されます。デジタルサイネージの国内市場は2014年の1,054億円から、2020年には2.6倍の2,717億円に拡大すると予測(※)されています。今後、電通とヤフーは、より多くのデジタルサイネージ事業者との連携を進めると同時に、広告主向けには、即時性の高いコンテンツと連動した広告企画などの提案を行っていきます。

※富士キメラ総研「デジタルサイネージ市場総調査 2015」より

<実証実験の概要>

- ・実施期間：2016年3月14日（月）～3月20日（日）
- ・設置駅：都営大江戸線六本木駅 1番線と2番線ホームに設置のデジタルサイネージ「六本木ホームビジョン」
- ・配信コンテンツ：
 - (1) リアルタイム・ハクシオン・サイネージ
電車がホームに進入してくるタイミングと連動して、デジタルサイネージの表示情報が「Yahoo!地図」の「桜の開花予報」から「Yahoo!天気・災害」の「花粉情報」に変わるインタラクティブなコンテンツを展開します。
 - (2) リアルタイム・インフォメーション・サイネージ
Twitter上で話題になっているキーワードを独自の抽出方法で紹介するランキングコンテンツ「Yahoo!リアルタイム検索」の「話題のツイート」や、「Yahoo!天気・災害」の「気象予報」

を活用した六本木周辺の天気予報、「Yahoo!映画」の「上映スケジュール」を活用した六本木周辺にある映画館の上映スケジュールなどのコンテンツを配信します。

※「リアルタイム・ハクション・サイネージ」は、2番線ホーム 六本木交差点側の11,13,15,17番柱向かって左面のみでの実施となり、「リアルタイム・インフォメーション・サイネージ」はその他全ての柱で実施されます。

・デジタルサイネージの放映イメージ画像：

