


コロナ社会対応ビジネスモデル創造事業補助金実績報告（公開用）

令和3年2月28日

項目	内容
事業者名	<p>会社名：（株）京都新聞ホールディングス 代表者職名・氏名：代表取締役社長 松山</p> <p>会社名：agataJapan（株） 代表者職名・氏名：代表取締役 林 正勝</p> <p>会社名：（株）アーキエムズ 代表者職名・氏名：代表取締役 村田 雅明</p>
補助事業テーマ	<p>生活導線上に設置するメディアで街を活気づける － 折込チラシ補完メディア創造による人流活性化の実証実験</p>
事業実施期間	<p>令和2年10月15日 ～ 令和3年2月28日</p>
事業の目的	<p>デジタルサイネージの街角メディアとしての可能性を探る。</p> <ol style="list-style-type: none"> 街中にデジタルサイネージ、カメラを設置し、場所や時間帯、天候などがデジタルサイネージの視認状況にどのような影響を及ぼすか調査分析を行う。 QRコードを配置した広告も配信しコンバージョンの測定を行う。 AI 検温機も設置し測定時に出力されるレシートにもQRコードを印字し、コンバージョン測定のルートを複数確保する。
事業の実績（成果）	<ol style="list-style-type: none"> 京都市内4カ所の駐輪場にサイネージ、カメラを設置し、ニュース、動画、広告の配信を通して、視認数、視認率、交通量、視認特性、視認者の属性を計測し、時間、場所、天気、コンテンツ、プログラムによる反応や影響を計測し、その傾向をデータとして取得した。 各駐輪場ごとに近隣の店舗に協力いただき（計38店舗）、サイネージ用広告コンテンツを制作した。広告コンテンツにはクーポンに連動したQRコードを埋め込み、そのコンバージョン率についてもデータを得ることができた。 AI 検温機から出力されるレシートにもQRコードを印字し、そのコンバージョンも計測しデータを得ることができた。 <p>サイネージ AI 検温機 交通量カメラ</p> 
今後の展望	<p>現時点でデジタルサイネージについて交通量カメラと視認カメラを設置して視認率を計測し、かつコンバージョンの計測まで含めた実証実験は前例が少ない。今回得たデータをもとにデジタルサイネージが媒体価値のある街角メディアとして有効に機能するように、最適なコンテンツ表示構成、設置場所、配信プログラムの検討や、エリアマーケティングに活かせる事業モデルの研究開発に取り組みたい。</p>