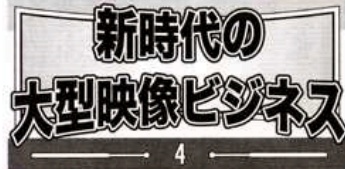


近年、「デジタルサイネージ(電子看板)」が注目を集めている。2007年6月には業界団体「デジタルサイネージコンソーシアム」が発足。09年6月には、日本初となるデジタルサイネージ専門の展示会が開かれる予定だ。デジタルサイネージは、新しい形の広告メディア・ビジネスとしても発展が期待されている。そのデジタルサイネージという言葉さえ無かった01年に、ディスプレイ向けの映像配信事業を立ち上げた二人の人物に注目した。

(大型映像取材班)

次世代の広告メディア



アイティ・ニュース 唐川社長
●社内ベンチャー

変わるはない。

ディスプレイは、業務用プラズマディスプレイを主体とした映像機器と、ブロードバンド環境を利用した情報配信サービスを提供するシステムテクノロジーシ

では社員数40人以上になるまでに成長した。

現在同社では、松下電器

と協力し、東京ミッドタウンや六本木ヒルズなど、入

気スポットのデジタルサイ

ネージソリューションを手

掛けており、業界において

その名を知らぬ者はいない。

同社の納入実績は400

0カ所を超えるという。菅

原社長は、「国内ではトッ

プのデジタルサイネージ納

入実績を持つだろう。今後

は海外展開も考

えている。

「『情報を見たいときに、(携帯電話を)使った』リモ

コン操作で、テレビのよう

に電子ポスターから、いろ

いろな情報が得られる」

唐川氏はデジタルサイネ

ージの拡張性に期待を寄せ

ている。

「アイティ・ニュースは、

デジタルサイネージの先駆

者と言われるJR東日本の

実験にも、当初から参画し

ている。導入事例は、デジ

タルサイネージソフトのシ

ステムインテグレーター

の元祖として、病院向けや

ノベルでのサイネージな

ど、着実に実績を重ねて

いる。

◇◇◇★◇◇◇

01年に誕生した二つの社

内ベンチャーは、7年とい

う時を経て「デジタルサイ

ネージ」の普及時代を迎え

大きく花開こうとしている。

将来性に着目して01年に起業

売すれば仕事は終わりといふ。ファンDは、01年に制度が施行された。同ファンドに基づき、当時の資本2億円のうち1億900万円を松下電器が、100万円を菅原氏が出資して会社を設立。現在では2億768万円に増資され、株主構成も変化しているが、松下電器が大株主であることには変わりがなく、現在では株主に配当を出すまでに至っている。創業時から二人で始めた事業が、現在



●アイティ・ニュース(菅原社長)と東京ミッドタウンは、01年に創業されたデジタルサイネージが導入された。



デジタルサイネージに賭ける2人のベンチャー企業の社長

「中でも多くの人々が利用する交通機関との接点である駅や空港での交通広告は、紙や電飾看板が中心となっている。そこで、その従来型のアナログ広告をインターネットなどの技術を利用して、リアルタイムなデジタル配信にすることで、低コストかつ速やかに情報を伝えることができるだろうと思っただ」

唐川氏は、まるで現在のデジタルサイネージの展開を予見していたかのようだ。さらに、「駅以外にも、さまざまな生活空間に電子ポスターが設置されるようになれば、事故や災害発生時に緊急情報を配信する仕

組みが可能だ。子供や老人などハイテク機器を使いこなせない人(デジタルテレビ)にも、きちんと情報が伝わるようになる。したがって電子ポスターを普及させることは、社会貢献にも寄与する。それに応えるのが、知的な機能をもったインテリジェントポスターだ」と考えたという。

一方、携帯電話の普及は一人一台に迫る勢いだ。基本性能の向上はもとより、ありとあらゆる機能やサービスが搭載され始めている。アイティ・ニュースでは、無意識で目に入る景観の中にある装置「電子ポスター」を、肌身離さず携帯している人が多く行き交う場所へ、携帯して、21世紀型の新情報配信メディアとすることを目指している。