

2008年12月2日

株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町

2-5 F・Kビル

TEL.03-3664-5841 FAX.03-3661-7696

URL: http://www.group.fuji-keizai.co.jp/

URL: http://www.fcr.co.jp/

広報部 03-3664-5697

屋外広告、ポスターから進化し急成長が予測される新市場

国内デジタルサイネージ市場を調査

2010年予測

デジタルサイネージ市場 08年 649億円(前年比114%) 10年 779億円(07年比136%)

マーケティング&コンサルティングの株式会社富士キメラ総研(東京都中央区日本橋小伝馬町 社長 田中 一志 03-3664-5841)は、「デジタルサイネージ市場」を対象とし、参入企業、製品とシステム、用途/導入ユーザーの動向を調査し、この市場の今後の方向性を明らかにした。その結果を報告書「デジタルサイネージ市場総調査 2008」にまとめた。

<調査結果の概要>

(単位: 億円、%)

	2007年	2008年見込み	前年比	2010年予測	10/07年比
デジタルサイネージ市場	571.3	649.1	113.6	779.4	136.4
システム販売/構築市場	393.0	425.6	108.3	434.9	110.7
コンテンツ制作配信サービス市場	41.3	53.5	129.5	84.5	204.6
広告市場	137.0	170.0	124.1	260.0	189.8

今、デジタルサイネージ市場が注目されている。

新たなデジタル映像メディアとして成長しており、08年の国内市場見込みは649.1億円、今後が期待される。この調査では、街頭ディスプレイをデジタルデータにより配信管理して、インフォメーションや広告、更に販売促進に利用するものを「デジタルサイネージ」とした。そしてこのために利用するデジタルディスプレイ市場とメディアプレーヤーを使った配信システム市場、同システム向けのコンテンツ制作と配信サービス市場、ディスプレイ/デジタルサイネージシステムを活用したデジタルサイネージ広告市場をあわせてデジタルサイネージ市場とした。

「デジタルサイネージ」のメリットは、

- ・複数拠点へのリアルタイム一括配信/管理
- ・時間帯や設置場所に応じた表示の切り替え/スケジュール管理
- ・屋外広告の書き換えやポスターの貼り替えの手間とコストの削減
- ・タイムリーかつ効果的な情報告知

すでに携帯電話やICタグと連携しており、今後は、ネットワーク化やタッチパネル機能の付加によるインタラクティブな活用、POSデータと連動することにより効果的なコンテンツの自動表示切り替えなども想定される。

当初は金融機関や交通機関などを中心に頻繁に情報告知を行うインフォメーション用の活用を中心に広がったが、ディスプレイやシステムの低価格化が進み、薄型化による設置性も向上、表示コンテンツの制作や配信が容易になるにつれて、販促や宣伝活動用としての利用が増加し幅広い分野で従来のメディアに代わり導入されている。

08年より、デジタルサイネージ広告市場はこれまで主であったビルボードによる屋外広告ビジネスから、液晶やPDPを活用したインストア広告ビジネスを目指して新規参入が増加している。多くの配信/運営業者が参入して、安価で使い易いコンテンツが作成され、スケジュール管理ソフトなども次々に投入されることによって、ユーザー層と需要は一層広がりを見せ、デジタルサイネージの新規ユーザーは年々増加している。

<分野別市場動向>

主な調査対象分野の08年のシステム販売/構築およびコンテンツ配信/制作市場(広告ビジネスを除く)を見ると、

店舗/商業施設 2008年 68.5億円見込み

従来から販促を目的として、テレビデオでTVCM放映などが行われていたが薄型大画面モニターの低価格化や省ス

ペース性から、店舗入り口や売場へディスプレイを設置するケースが増加している。また、ブロードバンド環境の整備やディスプレイ/システムの低価格化といった市場環境に加え、本部からの一括配信管理、既存のポスターの貼り替え作業の低減、時間帯や設置場所に応じた情報表示が可能といったメリットから、店舗/施設内の複数箇所やチェーン店舗への設置/導入が進んでいる。

ディスプレイ/配信システムの低価格化に加えて、レンタルサービスも登場しており、中小規模のユーザーへの導入が一層加速している。また、配信業務委託費の低価格化により、小規模台数を導入した小売店舗や商業施設においても外部業者へ委託するケースが増加し始めている。

交通機関 2008年 60.0億円見込み

交通情報や施設案内などを情報発信する手段が、他の分野に先駆けて、ポスターや看板、LEDメッセージボードから液晶/PDPモニターへシフトしている。リアルタイムで遅延や事故情報などを一括配信できることからの導入が進んでいる。JR東日本・京浜東北線や西武鉄道の新型車両などへの搭載もあり、広告市場の拡大も見込まれる。

駅や道路サービス施設、空港等の施設に設置されるメディアプレーヤーを使った配信システムを対象とし、配信に対応するディスプレイ数の構成比は10%程度となっているが車両向けを含めると、65%弱まで高まると見られる。

窓口や券売機上部などに設置されるディスプレイは鉄道会社や航空会社が自社で運営するケースが主であるが、改札付近や構内/施設内に設置されるディスプレイは、配信業者が運営するケースが増加、配信業務委託比率が高まると予想される。

金融機関 2008年 37.7億円見込み

各種映像機器が顧客に対して、銀行や証券会社からのニュース、金利や為替、株価、各種指標など金融情報、商品情報などの各種インフォメーション提供に用いられている。更に、一部提携企業広告の表示も見受けられる。近年のディスプレイ価格の下落で、金利表示ボードのリプレイスとして導入され、広い意味で広告媒体(電子ポスター)としての役割もあり、今後も微増傾向が続くと予測される。

アミューズメント 2008年 23.3億円見込み

受付や休憩スペースを中心に液晶やPDPモニターが設置され、来客者への情報伝達の一端を担っている。映画館の空席情報、フィットネスクラブの混雑状況など、つねに変化する情報をリアルタイムで表示できる点から導入が進んでいる。07年のサイネージ向けディスプレイ数は、パチンコ店、カラオケ店、映画/シネコン向けがそれぞれ、約40%、25%、15%を占めている。店舗数が多いこともあり、パチンコ店、カラオケ店への導入実績が高い。映画館の空席情報などは、リアルタイムでの配信を行う必要があり、また、本業のシステムを管理するスペースと担当者が存在しているため、導入先が主に配信を運営している。

公共施設 2008年 34.3億円見込み

主にインフォメーションシステムとして導入されている。ホテルや結婚式場では会場名や宴席名の表示に、博物館では展示物の解説で利用されている。競技場や公益事業法人では、各種情報を表示する合間に、スポンサー広告などの配信も行なう。

導入時期が施設の新規オープンや改装時に限定されることから、今後は微増で推移すると予測される。リアルタイムの情報更新と配信システムの省力化から需要が拡大する見込みである。一方で、ホテルや結婚式場の行灯を始め、USBでコンテンツを運ぶようなスタンドアロン型のディスプレイについても安定した需要が見込まれる。

オフィスビル 2008年 93.7億円見込み

ビルエントランスや受付、ショールームでは、映像機器を利用して企業/施設案内やイベント案内、防災情報、商品やサービス紹介など各種インフォメーション表示を中心に利用されている。その他、環境映像やイベント中継などの放映や、立地条件によっては企業広告にも利用されている。今後竣工予定のオフィスビルでは、映像情報配信システムの設置はほぼ必須と見られ、当面リプレイス需要も含め安定した需要が見込まれる。

スタンドアロンによる利用が多いが、今後配信システムの導入促進が期待される。自社運営の際には、コンテンツも総務/管理部門が自主制作するケースや、ホームページなどのWebコンテンツを外注先と同じ制作会社に委託するケースも多いと見られる。

< デジタルサイネージを活用した広告市場 >

2008年 170億円見込み(前年比124.1%) 2010年 260億円予測(07年比189.8%)

対象媒体は、ディスプレイの規模や設置場所により「交通広告」、「ビルボード」、「インスタメディア他」の大きく3つに分類した。

交通分野

デジタルサイネージ市場で、広告媒体として最も期待が大きい分野である。JR東日本の「トレインチャンネル」の普及/拡大により、各社の実用化や実験が開始されている。車両内の他、駅構内/駅ビルなどにおける各種商品広告の放映なども進められており、今後ディスプレイの設置が増えるに伴い、映像広告としての普及が期待される。鉄道以外では、空港やバス、タクシーの車内広告なども開始され、今後のデジタルサイネージ市場拡大の中心のひとつとなる。

ビルボード

屋外に設置されるフルカラーLEDディスプレイ「ビルボード」は、10年以上前から屋外映像広告として運営されており、現在全国で120～130基が広告媒体として運営されている。昨今の景気低迷に伴い、屋外広告が伸び悩んでおり、現在ビルボードの中で収益の上がっている事例は全体の20%以下と見られる。

首都圏では渋谷/新宿のビルボードが売れ筋であるが、広告料は多い月でも1基あたり数千円である。今後は家電量販店やJR駅ビル再開発などにより、新たにビルボードの設置が増加していくが、広告料としては微増で推移すると見込まれる。

その他、店舗/商業施設など：インストアメディア/アウトドアメディアなど含む

スーパー/コンビニエンスストア/家電量販店/ショッピングセンターなどは、交通分野同様、映像広告ビジネスとして期待される。店内に設置したディスプレイによるインストアメディア、施設構内や店内から外に向けて広告を放映するアウトドアメディアなど、今後の市場拡大が予測される。

大手スーパー/家電量販店などでは既に映像広告事業が行われており、媒体価値を高めることに力が注がれている。

インストアメディアは08年より本格的に採用されており、今後の拡大に向けて広告効果測定や機器/システムなど運用面の革新も考えられる。ディスプレイの設置増加に伴い、映像広告としての認知度/広告効果が向上していくと考えられ、09年以降広告クライアントの増加が予測される。クライアントの増加には、ディスプレイ採用による高精細コンテンツのアピールと、そのメディアの広告効果測定が必要である。

以上

<調査対象>

1. デジタルサイネージ市場

ディスプレイ/関連システム市場

コンテンツ制作/配信サービス市場

システム販売/構築市場

デジタルサイネージを活用した広告市場

2. 需要対象分野

店舗/商業施設

アミューズメント

官公庁施設

外食産業

公共施設

医療機関

交通機関

オフィスビル

その他

金融機関

教育機関

3. S I / 配信 / 運営 / 関連業者 : 20社

4. ディスプレイメーカー(グループ) : 10社

5. 関連製品/システム : 10品目

<調査期間> 2008年8月～10月

<調査方法>

富士キメラ総研専門調査員による調査対象・関連企業に対する直接面接及び電話取材と富士キメラ総研社内データベースの活用による調査・分析

資料タイトル: 「デジタルサイネージ市場総調査 2008」

体 裁 : A4判 231頁

価 格 : 97,000円(税込み101,850円)

CD-ROM付 : 107,000円(税込み112,350円)

調査・編集 : 株式会社 富士キメラ総研 研究開発本部 第二研究開発部門

TEL:03-3664-5818 FAX:03-3661-5275

発 行 所 : 株式会社 富士キメラ総研

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町2-5 F・Kビル

TEL03-3664-5841(代) FAX 03-3661-7696 e-mail: info@fcr.co.jp

この情報はホームページでもご覧いただけます。

URL: <http://www.group.fuji-keizai.co.jp/>

URL: <http://www.fcr.co.jp/>