RICOH
imagine. change.

RICOH
デジタルサイネージ
お客様導入事例

「地元密着の信用金庫」×「デジタルサイネージのインパクト」で、
つながる人・企業・社会。店舗発の情報が街に広がり、
豊かなコミュニケーションが育まれ、地域活性化を促進。

城北信用金庫 様

■ご導入機種：リコーデジタルサイネージクラウドサービスおよびRDS SH BOX3台
RICOH PJ WUL5670
■ご導入拠点：落合支店 東京都新宿区西落合3-1-5
Company Profile
■https://www.shinkin.co.jp/johoku/

城北信用金庫
総務部 副部長
岡野 万紀子 様

オウンドメディア「NACORD」の運営やクラウドファンディング、ホームページ作成支援など、地域に寄り添う革新的な事業を次々と展開されている城北信用金庫様。店舗に導入したデジタルサイネージも、地域活性化を促進するツールとして地元企業の情報や街のPR動画を積極的に配信されています。落合支店ではリニューアルを機に、洗練された内装デザインと、ガラス張りの壁面を活かした情報発信を展開しています。店内のロビーにはスリムな大型モニター、ATMコーナーには3台の小型モニターを設置。さらに日没後、店外へ情報発信を行うツールとして、スクリーンとして使用できるブラインドを採用。プロジェクターから店外に向けて採光ブラインド一面に投影するダイナミックな演出が、行き交う人々の注目を集めています。「地元密着の信用金庫」.「デジタルサイネージのインパクト」で、つながる人・企業・社会。店舗発の情報が街に広がり、豊かなコミュニケーションが育まれ、地域活性化につながっています。

営業時間終了後は、採光ブラインドをスクリーンとして活用し、ダイナミックな情報発信を展開しています。

内装のデザインと調和するよう、モニターやプロジェクターをレイアウトしています。

導入前の課題

- お客様企業や地域の魅力を効果的にPRできる方法を探していた。
- 手軽に動画を配信できるツールを求めていた。
- 発信したい情報は多い一方、掲示物は最小限に抑えたかった。

導入後の効果

- **人通りの多い通りに向かってダイナミックに情報発信することが、地域活性化につながっている。**
- **クラウド型のため、本部から各店舗へ動画を含む多様なコンテンツを遠隔配信できる。**
- **デジタルサイネージに情報を集約することで、店内の開放感と多様な情報発信を両立できるようになった。**

デジタルサイネージを導入された背景を教えてください。

城北信用金庫のお客様には、魅力的な商品やサービスを展開されている企業、店舗が数多くあります。ただ、その魅力を発信できる場が限られていたり、効果的なPRにお困りの場合もあり、地域に密着した信用金庫として何かできることはないか、と考えていました。そこで思いついたのが、店舗の目立つ場所にデジタルサイネージを設置し、地元企業や地域の魅力を動画で配信することです。当金庫では、オウンドメディアの運営やクラウドファンディングなど、地域活性化に向けた様々な事業を展開しています。こうした地域に対する私たちの思いや取り組みも含めて分かりやすくお伝えし、もっと多くの皆様に知っていただく方法として、訴求力のある動画を手軽に配信できるツールを求めていました。

リコーのデジタルサイネージを採用いただいたポイントはどんなことでしょうか。

第一にクラウド型であることです。専用サーバーを必要としないのでイニシャルコストが抑えられますし、本部から各店舗へ遠隔配信できる点もクラウド型ならではのメリットです。さらに、表示方法も柔軟性がありモニターでもプロジェクターでも、店舗の環境やイメージに合わせてアレンジできることも魅力でしたね。

どのように運営されていますか？ご使用中の感想と合わせて教えてください。

現在、落合支店と北新宿支店にデジタルサイネージを導入しています。コンテンツは庫内で制作するほか外部の制作会社と協力して作成し、本部から各店舗へ遠隔配信しています。配信するコンテンツは、各店舗の地域性に合わせて変更しています。リコーのデジタルサイネージは操作がシンプルで、動画も手軽に配信できるので使いやすいですね。専用のコールセンターが用意されているのも心強いです。

落合支店ではどのように活用されていますか？

落合支店ではリニューアルを機に、開放感のある空間と調和するように大型のモニターやプロジェクターをレイアウトし、店内外に向けて効果的な情報発信ができる仕組みをつくりました。店内のロビーには80インチの大型のモニターを、お客様に自然と目にしていただけるサイズ、場所を考慮して設置しました。ATMコーナーにも各機器の上部に1台ずつ小型モニターを設置しています。さらに、営業時間終了後の夜間、店外へ情報発信を行うツールとして、スクリーンとして使用できるブラインドを採用しました。日中は柔らかな明るさをもたらす採光ブラインドを、夜はデジタルサイネージのスクリーンとして活用。プロジェクターから採光ブライドに投影した映像が、ガラス張りの壁越しに浮かび上がり、行き交う人々の注目を集めています。

ATMコーナーには小型モニターを複数設置し、情報発信を行っています。

夜間は、天井に設置したプロジェクターから採光ブラインドに映像を投影し、店外へ情報発信をしています。

配信しているコンテンツを教えてください。

・地域の名所・名店を紹介するPR動画
・お客様企業の広告動画
・近隣のイベント情報
・商品・サービスの紹介

お客様企業、街の皆様からの反響はいかがですか？

特に夜間のスクリーンとして使用できるブラインドによるダイナミックな演出は、反響が大きいですね。足を留めてご覧になっている方もいらっしゃいます。コンテンツで好評なのは、地域の名所や名店を紹介するオリジナルのPR動画です。窓口の職員も登場しているので親しみを持って見ていただけるのでしょう。お客様との会話で話題に上ることもあります。デジタルサイネージで情報発信を行うことで、街の皆様からは大変喜んでいただいています。

導入による変化、効果を教えてください。

落合支店は大通りに面し、目の前にはバス停、地下鉄の駅もすぐ近くという好立地に恵まれています。ですからこの場所を活用して情報発信できるようになったことは、私たちにとってもお客様企業にとっても、非常に価値のあることだと思っています。夜間のスクリーンとして使用できるブラインドは話題性があり注目を高めるのに対して、店内のデジタルサイネージは、待ち時間のご負担を軽減するとともに、繰り返し見ていただけますので情報の浸透につながっていると感じます。デジタルサイネージは、省スペースで多様な情報が発信できるのも利点です。当金庫では、店内のすっきりとした印象を保つため掲示物が多くなりすぎないように配慮しているのですが、デジタルサイネージなら、掲示するスペースを心配することなく新しい情報を随時追加できます。紙媒体では紹介しきれない詳細も、動画を使って分かりやすくお伝えできるようになりました。

今後の展開について教えてください。

地元企業のPRにつながるコンテンツをもっと増やしていきたいと思っています。また、地域の皆様から絵や写真を募集してデジタルサイネージで紹介するのも面白そうですね。同様の取り組みを他店舗にも広げ、店舗発の情報で地域のコミュニケーションを豊かにし、各地域の活性化につなげていくことを目指しています。将来的には、地域活性化の付随事業として、デジタルサイネージを広告事業に発展させることを検討中です。他にも様々な使い方があると思いますので、リコーやリコージャパンからもアイディアをもらいながら幅広く活用していけたら、と思っています。

落合支店の職員の方が地域を紹介するオリジナルのPR動画を配信しています。

（写真左から）
城北信用金庫 総務部
経費・企画グループ
主任　大石 友美 様

城北信用金庫 常勤理事
総務部長　石川 祐二 様

城北信用金庫 総務部
副部長　岡野 万紀子 様

シンプルなイラストでサービス内容をわかりやすく説明しています。

リコーデジタルサイネージ
3大選定ポイント！

①クラウド型で導入コストが抑えられるコストパフォーマンス。
②デジタルサイネージの無料コールセンターがある安心感。
③動画配信も手軽にできるシンプルな操作性。

お客様導入事例をWEBサイトでご紹介しています。
https://www.ricoh.co.jp/products/line-up/digital-signage/case

リコーのデジタルサイネージ　https://www.ricoh.co.jp/products/list/ricoh-digital-signage

RICOH imagine. change.　リコージャパン株式会社

https://www.ricoh.co.jp

お問い合わせ・ご用命は

※ RDS SH BOXは、デジタルクルーズ株式会社製となります。
※ 本チラシ記載の会社名および製品名は、それぞれ各社の商号、商標または登録商標です。

記載内容は、2019年10月現在のものです。