RICOH
imagine. change.

RICOH
デジタルサイネージ
お客様導入事例

デジタルサイネージで商店街の魅力をダイナミックに発信。

伝統と革新を持ち合わせた商店街を起点に、地域全体を活性化。

仙台市中心部商店街活性化協議会 様
一般社団法人まちくる仙台 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
RICOH Digital Signage Type2　1台
〈ディスプレイ〉AVIX株式会社　自立型LEDビジョン
W:2,000mm x H:1,000mm x 1面＝ 2.0㎡
※設置工事については、別途詳細ご相談が必要となります。

Company Profile
■URL：https://machi-kuru.com/partnership
https://machi-kuru.com/
■所在地：仙台市青葉区一番町3-2-1 株式会社藤崎 事務館III 2階
■事業内容：地域活性化
■従業員数：7名（2023年7月現在）

一般社団法人まちくる仙台
代表理事
仙台市中心部商店街活性化協議会
事務局長　石井 光二 様

仙台市中心部商店街活性化協議会様では、商店街や地域の魅力を広く発信し、街全体を活性化するためにデジタルサイネージを活用されています。観光情報で街を盛り上げていくと同時に、企業CMも柔軟に配信。広告収入を得ていくことで、事業を支える収益源としても、デジタルサイネージをお使いいただいています。マーブルロードおおまちは、伊達政宗公の時代より商人の町として栄え、仙台を代表する夏の風物詩「仙台七夕」を創り上げることにも貢献してきた商店街です。その商店街のアーケードに大型のLEDビジョンを設置。商店街の情報はもちろん、近隣の観光案内や地元のイベント情報も配信し、地域全体への回遊を促進しています。お祭りをライブ配信してメイン会場へ誘導したり、地元大学生のアカペラコンサートをダイナミックに演出したり、さらに、高校生たちのパフォーマンスを紹介するなど、地域の要望に応えながら、幅広い用途でデジタルサイネージを活用。これまで商店街にあまり馴染みがなかった人々にも足を運んでもらえるようになり、街全体に賑わいが広がっています。

導入前の課題

- 商店街はもちろん、地域全体を活性化する方法を探していた。
- 効果的な情報発信により、集客力を高めたかった。
- 広告収入が見込める、訴求力の高いツールを探していた。

導入後の効果

- **地域の様々な情報を発信することで、商店街を起点に、街全体への回遊を促進できるようになった。**
- **お祭りのライブ配信など、ダイナミックなコンテンツ展開により、集客力が高まっている。**
- **広告配信の依頼も多く、デジタルサイネージが収益源にもなっている。**

仙台市中心部商店街活性化協議会様とまちくる仙台様の概要を教えてください。

仙台駅の西側には8つの商店街が広がっています。商店街はいずれも魅力的で個性はそれぞれ異なりますが、課題は共通している部分があります。例えば、郊外型の商業施設との共存や、デジタル化をどう取り入れるかなどは、どの商店街でも対応が必要となっているところです。そこで、８つの商店街振興組合を中心に、行政機関や地元企業などが連携して、商店街の賑わい創出と地域活性化に向けて結成されたのが、仙台市中心部商店街活性化協議会（以下、活性化協議会）です。まちくる仙台は、その実働部隊であり、活性化協議会で策定されたことを実現すべく、様々な事業や取り組みを展開しています。

なぜデジタルサイネージを導入されたのでしょうか？

導入の目的は２つあります。一つは、情報発信の強化です。商店街の情報に加えて、観光案内やイベント情報などを積極的に発信することで集客し、地域全体への回遊を促進したいと考えました。もう一つは、収益源としての活用です。私たち活性化協議会やまちくる仙台が、持続的に活動していくには、活動資金を自ら生み出していく仕組みが必要です。訴求力の高いデジタルサイネージは広告媒体としても非常に魅力的ですから、広告収入を得ることを見込んで導入しました。

リコーのデジタルサイネージを採用いただいた決め手を教えてください。

使いやすさが一番の決め手です。ランニングコストもリーズナブルだと思います。リコージャパンの丁寧な対応もポイントでした。導入後も、より効果的な使い方について相談すると、いつも的確なアドバイスをもらえるので大変助かっています。

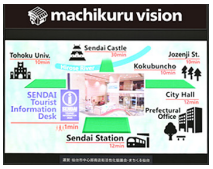
デジタルサイネージをどのように活用されていますか？

８つの商店街の中で、ちょうど真ん中に位置するマーブルロードおおまちにLEDビジョンを設置しています。マーブルロードおおまちは１日約4万人が通行する商店街で、アーケード上部にはイベント等で使われる空中ステージがあります。この空中ステージに、大型のLEDビジョンを設置し、各種コンテンツをまちくる仙台の事務所から遠隔配信しています。

配信しているコンテンツ例を教えてください。

- 地域のイベント・お祭り情報
- 観光情報（英語／和英併記）
- 高校生のパフォーマンス
- 地域のスポーツチームの紹介
- まちくる仙台の事業紹介
- 客引き行為の防止
- 仙台・青葉まつり（ライブ配信）
- アカペラサークルによるコンサート（ライブ配信）
- 企業CM（有償）
- イベント告知（有償）
- 応援広告（有償）など

和英併記の観光案内



外国人観光客向けの観光案内所の紹介

スケジュールは15分単位で作成し、5分を広告枠、10分をそれ以外のコンテンツ枠とすることで、バランスよく配信しています。

これほど多くのコンテンツを収集するのは大変ではないですか？

最初は、広告代理店などに媒体資料を配りコンテンツを募っていましたが、今では、特に働きかけなくても、各所から引き合いをいただけるようになりました。こちらから声をかけるというより、待っている、という感覚ですね。というのも、この大型のLEDビジョン自体が、宣伝媒体になっているのです。非常に視認性が高いので、これを見て「ここから情報を発信したい」と、お声掛けいただくことが多いです。

一般社団法人まちくる仙台
事業部 部長
不動産・駐車場事業部
部長　菅原 晃 様

「ライブ配信」について詳しく教えてください。

仙台・青葉まつりでは、商店街から少し離れたところにあるメイン会場の様子を、LEDビジョンでライブ配信しました。これが非常に好評で、仙台すずめ踊りのコンテストをライブ配信した時には、ビジョンの下に大勢の人が集まってきたほどです。開催場所もコンテンツ内で紹介しているので、メイン会場への回遊も促進できたと思います。また、地元大学生のアカペラサークルによるライブでは、空中ステージで歌う様子を撮影し、顔の表情などをLEDビジョンに大きく映し出す演出をしました。ライブ会場さながらの迫力で、こちらも大盛況でした。

コロナ禍には、高校生たちの発表の場にもなったそうですね。

はい。コロナの影響で文化祭の開催が困難となる中、各学校でダンスや演奏といった部活動の様子を撮影してもらい、それをLEDビジョンで配信することで、コロナ禍でも多くの人に高校生たちのパフォーマンスを見ていただけるようにしました。生徒さんのほか、ご家族にもとても喜んでいただき、コロナが落ち着いた今年も実施予定です。今年はLEDビジョンでの配信に加えて、商店街の中で実際のパフォーマンスも披露したいという要望をいただいており、さらにパワーアップしたイベントになりそうです。

期待通りの効果は生まれていますか？

はい。お祭りのライブ配信や高校生のパフォーマンス映像に代表されるように、集客効果、回遊効果は確実に生まれています。企業CMも継続的に契約いただいており、最近では、県内だけでなく東京の広告代理店からのオファーも増加しています。期待以上の効果としては、ファンが主体となって広告を出稿する「応援広告」の反響ですね。マーブルロードおおまちで応援広告が配信されている、という情報がSNSで拡散されるので、デジタルサイネージがなかったら、この街、この商店街に来ることがなかった方々にも足を運んでいただけるようになりました。

今後についてお聞かせください。

ようやくコロナが落ち着いたので、インバウンド対応のコンテンツを強化していく予定です。地域のお祭りやイベントも、いよいよ本格的に再開されていきます。それに合わせて、デジタルサイネージを活用する機会がいっそう増えていきそうです。地域のニーズに応えながらデジタルサイネージをより効果的に活用し、街全体を盛り上げていくことに貢献していけたらと思っています。

リコーデジタルサイネージ 3大選定ポイント！

①使いやすく、業務の合間に情報更新ができる。
②コストパフォーマンスが良い。
③リコージャパンのサポートが充実している。

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

※ 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、2023年7月現在のものです。