

美しい観光映像と緊急情報を自動配信する 秦野駅コンコースの観光情報デジタルサイネージ

課題

観光客にアピールする新たな
宣伝メディアが必要だった

解決

4Kディスプレイを備えた日立
メディアスペース
の「MediaSpace」を導入

効果

注目度がアップ。Lアラート
連携で地域の安全・安心にも
貢献

秦野市の玄関口に 大型画面を設置

新宿から電車で約1時間。首都圏にほど近いエリアにありながら、日本百名山のひとつ「丹沢山」に代表される自然に囲まれた街、秦野。2016年に環境省が行った名水百選30周年記念選抜総選挙の「おいしさが素晴らしい名水部門」で、地下水から作られたボトルドウォーター「おいしい秦野の水～丹沢の雫～」が第1位となり、大きな注目を集めました。

その玄関口となる小田急線 秦野駅のコンコースで2015年11月3日から稼働を開始したのが、秦野市観光協会が運用している「観光情報デジタルサイネージ」です。このシステムは2015年1月1日に秦野市が市制施行60周年を迎えた記念事業の一環として設置されたもの。平時は高精細な4K^{*1}ディスプレイに観光動画や地域情報、4分割画面では天気予報やニュース、そして災害発生時にはLアラートと連動

した緊急情報の自動配信を行う仕組みとなっており、始発の10分前から終電10分後まで365日稼働しています。

「この場所にデジタルサイネージを設置したいと考えたのは、今から10年ほど前の2006年の話になります。当時から駅コンコースには観光ポスターや四季折々の写真を貼り、訪れる観光客の方々に景勝地のPRを行っていました。しかし紙媒体は経年劣化が激しく注目度も少ない。そこで大型のディスプレイを目立つ場所に設置して、観光動画などを流せないかという提案を行ってきました」と振り返るのは、秦野市観光協会 専務理事の勅使川原 千春氏です。しかし当時はまだデジタルサイネージの認知度が低く、コンコース壁面に取り付けるのは技術的にも予算的にもハードルが高かったため断念。60周年記念事業の企画が募られたタイミングで再度上申したところ、市や小田急電鉄側からも高く評価され、「ようやく長年の思いがかないました」と勅

使川原氏は笑顔を見せます。

^{*1} 水平画素数が3,840(約4,000)ある高画質ディスプレイ

手厚い運用支援と コンテンツ提供が決め手に

プロポーザル方式で行われた「観光情報デジタルサイネージ」の選定には複数ベンダーが名乗りを上げ、最終的に日立のデジタルサイネージソリューション「MediaSpace」が選ばれました。

「今回のデジタルサイネージは“設置しておしまい”ではなく、いかに継続的に魅力あるコンテンツを発信できるか、その運用をどう行っていくかが大きなポイントでした。その点、日立さんのソリューションはコンテンツの更新作業が非常にやりやすく、映像素材をネットワークで送れば、あとはMediaSpaceサポートセンター側で内容のチェックや編成・配信管理などの作業をすべて代行していただけることがわかりました。4分割画面で流す天気予報やニュースなどのコンテンツ素材を自動的に配信

一般社団法人秦野市観光協会

所在地 神奈川県秦野市桜町1-4-1
 設立 2009年7月1日
 職員数 12名(2016年5月6日現在)
 会員数 350名(2016年5月6日現在)
 事業内容 観光宣伝および観光客誘致、観光情報の収集および提供、観光資源の活用、観光関連物産の販売など



秦野市観光協会
 勅使川原 千春氏

打ち込んで配信する作業が必要ですが、日立さんが開発したLアラート連携機能は、これらの作業が自動化されるので、より迅速で確実な情報提供が行えます。万一の際には画面全体に黄色い警報メッセージが表示され、駅近くの広域避難場所への案内も出るようになっています。市民や観光客の安全・安心にも役立つため、観光情報デジタルサイネージの付加価値が一段と向上できたと考えています」と勅使川原氏は評価します。

今後は、四季折々の秦野市の魅力を伝える動画コンテンツのさらなる充実に加え、観光協会会員や地域企業などのCM配信にもサイネージを積極的に活用していきたいと語る勅使川原氏。これからも日立は、市民や観光客に愛されるシステムとして、観光情報デジタルサイネージの機能強化と安定稼働を支援していきます。

※2 2015年12月1日現在。日立調べ

していただけるのも助かります。また自主財源を確保しなければならない観光協会側の立場も理解して、広告収入を得るためのCM枠の企画提案なども盛り込まれており、これなら安心してお任せできると判断しました」と勅使川原氏は経緯を振り返ります。

日本で初めての Lアラート連携事例

秦野駅の改札正面に設置されたデジタルサイネージは、美しい4K画像でまず人々を引きつけ、豊富なコンテンツとリアルタイムなニュース映像などのローテーションで、毎日見ても飽きさせない工夫が施されています。

「最初に流した動画は“丹沢はだの三兄弟”という観光キャラクターのテーマソングに合わせて市民が踊る市制60周年記念のダンス映像でした。それ

を大型サイネージに映し出したことで、市民の皆さんに非常に喜んでいただいたことを覚えています。観光客へのアピール度も高く、“いま映像に映っていた神社はどこにあるの?”といった問い合わせを改札横にある観光案内所に聞きこられる方が増えるなど、かなり大きな手応えを感じています」と勅使川原氏は語ります。

また、この観光情報デジタルサイネージは総務省が普及・促進している災害情報共有システム「Lアラート」と連携し、災害発生時には即座に国や自治体の避難情報を自動的に配信する機能を日本で初めて※2適用したシステムとなりました。

「観光協会としては当初から、デジタルサイネージを設置する際の必須機能として、災害情報の配信を想定していました。本来なら私たちが災害情報を



お問い合わせ先

(株)日立製作所 産業・水業務統括本部
https://www8.hitachi.co.jp/inquiry/infrastructure/jp/urban/form.jsp?UM_QNo=6

■ 情報提供サイト
http://www.hitachi.co.jp/products/infrastructure/product_solution/industry/digitalsignage/