

2008年11月27日
日本電信電話株式会社
NTTコミュニケーションズ株式会社

デジタルサイネージ（電子看板）の 配信管理システムのフィールド実験を開始 ～京浜急行3駅と丸の内ビルディングで実施～

日本電信電話株式会社（以下NTT、本社：東京都千代田区、代表取締役社長：三浦惺）とNTTコミュニケーションズ株式会社（以下NTT Com、本社：東京都千代田区、代表取締役社長：和才博美）は、デジタルサイネージの広告配信事業を支える「メタデータ配信管理統合化技術」と「広告効果測定技術」をシステムとして運用するフィールド実験を共同で実施します。

本実験は、上記の2つの技術の実現性とシステムの運用性をフィールドで検証し、解決すべき技術課題及び運用上の課題を明らかにする目的で行うもので、京浜急行電鉄株式会社（以下、京浜急行）と三菱地所株式会社等の協力を得て、品川駅、横浜駅、羽田空港駅、丸の内ビルディングにおいて実施します。

並行して、NTTのサイバーコミュニケーション総合研究所（以下、NTTの研究所）では、デジタルサイネージ配信システム開発企業各社（パナソニック株式会社、三菱電機株式会社、シスコシステムズ合同会社、NTTレゾナント株式会社、NTTアイティ株式会社）と共同で、デジタルサイネージコンソーシアム※1の標準ガイドラインに沿って策定した「コンテンツ配信制御インタフェース」※2を実装した各社の配信システムと、NTTのコンテンツ配信制御サーバーの接続性検証を実施し、検証後、各社システムを順次フィールド実験に展開していく予定です。

1. 本実験の背景

屋外広告の手段として、ディスプレイを用いた電子的で動的なものが増えており、時間と場所を特定できる広告メディアとしてデジタルサイネージが注目されています。デジタルサイネージのメディア価値を高めるためには、異なるメーカーのデジタルサイネージを共通のインタフェースでネットワーク化し、多様なデジタルサイネージに対してコンテンツや広告を効率的に一括配信する仕組みが必要になってきます。現状では、異なるメーカーのデジタルサイネージでは、スケジュール情報の設定手順やフォーマットが異なるため、一括して広告を配信するのは困難です。

また、従来は屋外広告の広告効果を測定する客観的な指標が存在しないため、デジタルサイネージを広告メディアとして展開するためには、広告

価値を客観的に表す基本指標と測定方法が必要とされています。

こうした中、NTTの研究所では、

- ・異なるメーカーのサイネージ配信システムに対して、統一的なインタフェースとメタデータ※3で広告コンテンツをスケジューリングして一括配信する「メタデータ配信管理統合化技術」(図1)
- ・広告効果を客観的に示す基本指標と考えられている「ディスプレイ前の滞留人数」と「ディスプレイ視聴人数」を測定する手法として、ディスプレイ前の視聴人数を画像処理で推定する「広告効果測定技術」(図2、図3)

の研究開発を進めてきました。

2. 実証実験の概要

(1) 実験期間：2008年11月27日～2009年3月末(予定)

(2) 実験場所：

- ・京浜急行3駅(品川駅、横浜駅、羽田空港駅)
- ・丸の内ビルディング(東京都千代田区丸の内)
- ・NTT横須賀研究開発センタ(神奈川県横須賀市)

(3) 実験内容：

(a) メタデータ配信管理統合化技術の検証

京浜急行の3駅の駅構内にディスプレイを設置し、NTTブロードバンドプラットフォーム株式会社(以下、NTTBP)の公衆無線LAN等のネットワークを介して、データセンタに設置された配信管理統合化システム等を接続した実験環境(図4、図5)を構築し、以下の実験を行います。

- ・公衆無線LANのネットワークを用いた経済的なデジタルサイネージ配信システムの有効性検証
- ・「コンテンツ配信制御インタフェース」を介したシステムのエンド・トゥ・エンドでの接続性・運用性検証等

また、各社のデジタルサイネージ配信システムの接続性を検証するため、横須賀研究開発センタ内にテストベッドを構築し、「コンテンツ配信制御インタフェース」を実装した各社の配信システムとコンテンツ配信制御サーバーを接続し、枠メタデータ※4による配信制御機能等の試験を実施します。

(b) 画像処理による広告効果測定技術の検証

丸の内ビルディングおよび、京浜急行の羽田空港駅において、「ディスプレイ前の滞留人数」(混雑度測定)、「視聴人数」

(顔向き推定)を画像処理技術を用いて推定する広告効果測定技術実験を行います。

(4) 各社の役割：

(a) NTT

実験環境の構築、「メタデータ配信管理統合化技術」及び「広告効果測定技術」の技術検証等

(b) NTTコミュニケーションズ

実験環境による配信状況・メディアプランの稼働状況・保守ワークフローの稼働状況等の総合的な運用性検証等

3. 今後の予定

NTTの研究所は、本実証実験を通じて技術課題を明確にすることで、デジタルサイネージの実用化に向けた更なる研究開発を進めていく予定です。また、NTTコミュニケーションズは、自社のネットワークインフラおよび、ICT技術との連携によって、デジタルサイネージの利便性向上を図っていきます。

NTTでは更に、鉄道、大型商業施設等のロケーションオーナー、広告主、配信システム開発会社に幅広く参加を呼びかけ、より規模を拡大したデジタルサイネージ・ネットワークを構築し、デジタルサイネージの広告メディアとしてのサービス・事業性を検証するための実証実験を来年2月から実施する予定です。

(用語解説・補足)

- ※ 1 デジタルサイネージコンソーシアム (<http://www.digital-signage.jp/>) は、デジタルサイネージに関連する110社(2008年11月25日現在)の企業・団体から構成された業界団体です。
- ※ 2 コンテンツ配信制御インターフェースは、デジタルサイネージコンソーシアムの標準システムガイドラインのインターフェースに沿った形でNTTが仕様を策定したもので、コンテンツを配信可能な場所と時間を空き枠情報として登録する枠情報登録機能、コンテンツ(広告)の放映スケジュールを配信する枠情報取得機能、コンテンツ(広告)がスケジュールどおりに表示されたかを通知する表示結果通知機能等を提供するものです。
- ※ 3 メタデータとは、データに付属するデータで、例えば、広告コンテンツの内容に関する記述や制作者、著作権者などに関する情報などが記述したものです。
- ※ 4 枠メタデータとは、「どの場所に」、「いつ」、「どの広告コンテンツを」表示するかを記述したスケジュール情報です。

- [\(図1\) メタデータ配信管理統合化技術： 多種・複数のデジタルサイネージ・システムの統合](#)
- [\(図2\) 広告効果測定技術： 混雑度計測実験](#)
- [\(図3\) 広告効果測定技術： 顔向き推定実験](#)
- [\(図4\) フィールド実験イメージ](#)
- [\(図5\) 駅に設置するディスプレイの外観](#)

<本件の問い合わせ先>

NTTサイバーコミュニケーション総合研究所
(サイバーソリューション研究所、サイバースペース研究所)
企画部広報担当 臼倉
Tel : 046-859-2032
Email : randd@lab.ntt.co.jp

NTTコミュニケーションズ
(先端IPアーキテクチャセンタ)
インキュベーション推進P 久埜
Tel : 050-3812-4647
Email : yutaka.kuno@ntt.com

NTT ニュースリリース 