

# 秋葉原効果検証実験報告



2010年1月13日  
DSCロケーション部会  
秋葉原WG

# 実験の狙い

## 秋葉原という

サブカルチャーと最先端ITCオフィスが同居する

## ロケーションで

認知レベルから態度変容まで、

デジタルサイネージの持つ媒体力、  
表現力がどのような効果をもたらすのか？

データ測定に基づき

検証を試みる。

# 実験の基本設計

初音ミクのフィギュア展示で話題の献血ルーム「akiba:F」と「アキバ献血ルーム」へのデジタルサイネージによる誘導効果検証実験。

- 秋葉原の駅構内、UDXビルのオフィス入り口、周辺店舗等にデジタルサイネージを臨時に設置、初音ミク等を使ったコンテンツを放映。
- デジタルサイネージに顔認証の画像処理を用いた効果測定技術を応用し、通過人数と視認者(ディスプレイに顔を向けた人)を測定。
- 何種類かのコンテンツを放映し、コンテンツ内容やロケーションによる視認率の違いも検証。
- カメラで撮影した映像は、処理結果のデータのみを出力し、画像を残さないことにより、プライバシー保護に配慮。

# 実験の概要①

## 1) JR東日本・秋葉原駅構内: 12月18日～19日 10:00～20:00

NECのデジタルサイネージサイネージソリューション視認効果測定パック(46型)」1台「美映エル」32型8台、富士通46型2台、42型1台を設置。

効果測定はNEC製「視認効果測定ソリューション」とマクニカネットワークス社の視聴者測定システム「AlliO」、OKIの広告効果測定ミドルウェア「Signage Eye™」を活用。

## 2) 秋葉原UDX: 12月17日～18日 8:00～20:00

5階にピーディーシー社のデジタルサイネージDegipo「デジポ」を2台設置。

効果測定にNTTの画像処理技術を活用。ビル壁面の大型ビジョン(UDXビジョン)でも12月17日～19日に放映。

## 3) 秋葉原周辺店舗 12月17日～19日(店舗の営業時間)

ストリートメディアが、ソフマップやアニメイト、CLUB SEGA等の店頭に設置したデジタルサイネージ「Touch!vision」12台で放映。効果測定は、OKIの広告効果測定ミドルウェア「Signage Eye™」を活用。

# 実験の概要②

## ■コンテンツ

akiba:Fオリジナルのナースタイプの初音ミクや、献血に関するQ&Aの「教えてけんけつちゃん」など秋葉原と親和性の高いと思われるキャラクターを使ったものを制作。さらに、カメラに映った人物画像に、初音ミクの髪型をディスプレイ上で自動合成するAR(Augmented Reality=拡張現実)と呼ばれるコンテンツ手法も駅構内で実施。

※IMAGICAイメージワークス、ハドソン、伸和エージェンシー、メディアコンテンツファクトリー各社が担当。

## ■効果指標分析

ビデオリサーチ、寒山、彩ネットアドを中心とした指標部会で、効果検証分析を実施。

## ■運営統括

オリコムが担当。専務理事、常務理事が総合アドバイザー。

## ■会員社以外の協力

東京都赤十字血液センター

秋葉原UDX総合管理事務所、

東京メディアコミュニケーションズ(秋葉原UDXビジョン)

クリプトンフューチャーメディア(初音ミク)、しくみデザイン(AR)

デジタルコンテンツ協会(一部補助金)

慶応大学 大学院 メディアデザイン研究科(調査)

# 実施状況

1) JR東日本・秋葉原駅構内: 12月18日～19日 10:00～20:00



NECのデジタルサイネージサイネージソリューション視認効果測定パック(46型)1台「美映エル」32型8台、富士通46型2台、42型1台を設置。「アキバ」と親和性に高いコンテンツを使用したことにより、立ち止まって見る人も多かった。30分毎には献血ルームスタッフが出演する「美人時計」コンテンツも放映。

# 実施状況

## 1) JR東日本・秋葉原駅構内: 12月18日～19日 10:00～20:00



カメラに映った人物画像に、初音ミクの髪型をディスプレイ上で自動合成するAR (Augmented Reality=拡張現実) と呼ばれるコンテンツ手法も駅構内で実施。リアルとバーチャルの融合は新鮮な驚きをもたらし、記念撮影するひとも多く見られた。ケータイやデジカメで撮影された画像はブログやSNSなどにアップされ、ソーシャルメディアへの波及効果もあった。

# 実施状況

1) JR東日本・秋葉原駅構内: 12月18日～19日 10:00～20:00



効果測定はNEC製「視認効果測定ソリューション」とマクニカネットワークス社の視聴者測定システム「AlliO」、OKIの広告効果測定ミドルウェア「Signage Eye™」を活用。カメラで撮影した映像は、処理結果のデータのみを出力し、画像を残さないことにより、プライバシー保護に配慮した。

# 実施状況

## 2) 秋葉原UDX: 12月17日～18日 8:00～20:00



5階にピーディーシー社のデジタルサイネージDegipo「デジポ」を2台設置。効果測定にNTTの画像処理技術を活用。ビル壁面の大型ビジョン(UDXビジョン)でも献血ルーム来場を呼びかけるCMを放映した。

# 実施状況

## 3) 秋葉原周辺店舗12月17日～19日(店舗の営業時間)



ストリートメディアが、ソフマップやアニメイト、CLUB SEGA等の店頭に設置したデジタルサイネージ「Touch!vision」12台で放映。効果測定は、OKIの広告効果測定ミドルウェア「Signage Eye™」を活用。フェリカ対応端末でタッチすると献血ルームのケータイサイトURLが表示される。

# 実験のメディア露出状況

2009年

12月19日－声優ニュース.com

「初音ミクが秋葉原で献血PR、広告効果検証実験」

<http://seiyunews.com/modules/news/article.php?storyid=1810>

12月17日－THE SECOND TIMES

「デジタルサイネージコンソーシアム、秋葉原でデジタルサイネージの検証実験を実施」

[http://www.secondtimes.net/news/japan/20091217\\_akihabara.html](http://www.secondtimes.net/news/japan/20091217_akihabara.html)

12月16日－Yahoo!ニュース

「初音ミクがデジタルサイネージで献血をPR 秋葉原で実証実験」

[http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20091216-00000081-zdn\\_ep-sci](http://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20091216-00000081-zdn_ep-sci)

12月16日－Infoseekニュース

「初音ミクがデジタルサイネージで献血をPR 秋葉原で実証実験」

<http://news.www.infoseek.co.jp/comp/internet/story/itmedia20091216081enterprise/>

12月16日－MM総研トピックス

「DSC、デジタルサイネージによる誘導効果の検証実験を開始」

<http://www.m2ri.jp/topics/main.php?id=020120091216500>

12月16日－ITmediaエンタープライズ

「初音ミクがデジタルサイネージで献血をPR 秋葉原で実証実験」

<http://www.itmedia.co.jp/enterprise/articles/0912/16/news074.html>

12月16日－日経ニューメディア

「東京・秋葉原でデジタルサイネージ効果検証実験」

<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/NEWS/20091216/342220/?ST=NNM>

12月16日－livedoorニュース

「初音ミクがデジタルサイネージで献血をPR 秋葉原で実証実験」

<http://news.livedoor.com/article/detail/4507477/>

12月16日－広告スタイル

「デジタルサイネージコンソーシアム、秋葉原で検証実験-初音ミクのARなど」

<http://koukoku-style.com/pickup/1221>

# 来場者アンケート結果サマリー



日本赤十字社のご協力により、秋葉原にある2つの献血ルーム内で、来場者へのアンケートを実施した。

来場のきっかけで、駅構内のディスプレイを上げるひとが多数見られたほか、他のデジタルサイネージについても一定の効果が検証された。(その他詳細は分析中)

		1. アキバ献血ルーム		2. akiba:F		合計	
サンプル数:		178		254		432	
Q1	<写真リストを参考にお答えください> 今日、秋葉原で献血されたのはどのようなことがきっかけでしょうか。(〇はいくつでも)	合計	回答人数 比率	合計	回答人数 比率	総合計	回答人数 比率
	Q1 小計	22		40		62	
1	JR秋葉原駅構内のディスプレイでの案内を見て(17日は実施していません)	7	3.93%	16	6.30%	23	5.32%
2	JR秋葉原駅の改札の外にある柱のディスプレイでの案内を見て	11	6.18%	10	3.94%	21	4.86%
3	UDXビル(5F)のディスプレイでの案内を見て	1	0.56%	6	2.36%	7	1.62%
4	UDXビル壁面にある大きなディスプレイでの案内を見て	3	1.69%	3	1.18%	6	1.39%
5	秋葉原のソフマップやアニメショップ等店内のディスプレイの案内を見て	0	0.00%	5	1.97%	5	1.16%