

# 縦2面のマルチディスプレイで109V型相当の大画面 1500cd/m<sup>2</sup>の高輝度で明るく高いアイキャッチ効果を発揮



## 導入先

株式会社京阪エージェンシーさま

- 大阪府大阪市
- 1999年創業。京阪電気鉄道、京阪バス等の京阪グループ交通広告のほか、大阪市交通局、京都市交通局、JR西日本、関西の私鉄各社の交通広告を手がけられる。



## 導入商品

インフォメーションディスプレイ  
PN-V602(60V型)×24台

e-Signage Pro EX  
(コンテンツ配信/表示システム)

- 2014年5月、運用開始。コンコース内6本の柱の両面に設置。

## こんなソリューションを実現しました。

### 導入前の課題

関西エリアの鉄道各駅でデジタルサイネージの設置が進んでいることを受け、京阪電気鉄道でも導入の検討を開始。まず、利用客が最も多い京橋駅コンコースの電照広告をデジタル化することを決めました。

コンコース内の6本の柱の両面に、60V型を縦に組み合わせて設置。109V型相当の大画面広告が実現しました。

月1回の更新だった電照広告に比べ、放映期間やコンテンツの変更などが自在で、クライアントのニーズにきめ細かく対応できる広告媒体が完成しました。



株式会社京阪エージェンシー

取締役 営業部長 兼 業務部 媒体グループ  
 京都営業所長 藤井平さま マネージャー 向井正さま

■ 導入の背景

鉄道各駅でのサイネージ普及に伴い、導入効果の高い京橋駅への設置を決定。

京橋は、梅田、難波、天王寺に次ぐ、大阪市内第4のターミナルで、京阪本線、JR西日本(大阪環状線・学研都市線・東西線)、大阪市営地下鉄(長堀鶴見緑地線)が乗り入れ、大阪市北東部の玄関口となっています。また京阪電鉄において、利用客数をもっとも多いのが京橋駅です。

関西の鉄道各社の主要な駅で、デジタルサイネージの普及が加速していることを受け、当社でもこうした広告媒体への取り組みが必要不可欠と考え、導入を決めました。

■ 選ばれた理由

従来の電照広告と同等サイズが縦2面マルチディスプレイで実現。

柱にはこれまで、高さ約3mの電照広告を設置してきました。このサイズを変えずにデジタル化を検討したところ、60V型ディスプレイを縦に2台繋げて設置することで、109V型相当大画面が実現することが分かり、この形での設置に決めました。また、鉄道各社の多くが配信/表示システム e-Signage を採用していることに着目。将来、他社と連携してデジタル広告を配信するようになった際に、スムーズな運用が可能になることも大きなポイントになっています。

■ 導入後の効果

改札口から視界に飛び込む大迫力。1500cd/m<sup>2</sup>の高輝度で高いアイキャッチ効果。

6本の柱を使った新広告媒体は「京橋インパクトデジタル」と名付け、基本プランは放映期間7日間、1枠15秒としています。クライアントさまからのニーズに合わせ、放映内容や放映秒数を自在に対応でき、従来の広告媒体ではできなかった多彩な表現が可能になりました。

1500cd/m<sup>2</sup>の高輝度モデルを採用し、外光が差し込む環境下でも、高いアイキャッチ効果を発揮。改札利用客の導線上に、ディスプレイがダイナミックに並ぶ配置はインパクトがあり、PR効果の高い広告媒体が完成しました。

■ 今後の展望

京阪沿線に増設し、ネットワーク展開を検討。

今回の京橋駅に続き、乗降者数の多い駅から順次導入し、今後は沿線内でのネットワーク化も図りたいと考えています。また、すでに行っている私鉄4社で連携するステッカー広告・中吊り広告のように、将来的にデジタル広告についても、こうしたネットワーク展開を視野に入れています。



6本の柱両面に60V型2面マルチを計24台設置



縦2面マルチで柱のスペースを有効活用



ラッシュ時はJR線との乗り換え客などで混み合うコンコース