

RICOH
デジタルサイネージ
お客様導入事例



本格焼酎の蔵元における効果的な広報活動に、デジタルサイネージを活用。

商品宣伝に留まらないタイムリーで多角的なアプローチが、

社内外への情報浸透を強化。

薩摩酒造株式会社 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 Adminit Stick* × 1
 - ご導入拠点：薩摩酒造株式会社
- Company Profile
- URL：http://www.satsuma.co.jp/
- *デジタルクルーズ社製



(写真左から)

管理部 情報処理システム課 課長 上窪 直志 様
広報宣伝部 柴田 由梨佳 様
管理部 管理課 課長代理 重留 清巳 様
広報宣伝部 部長 田代 勝彦 様

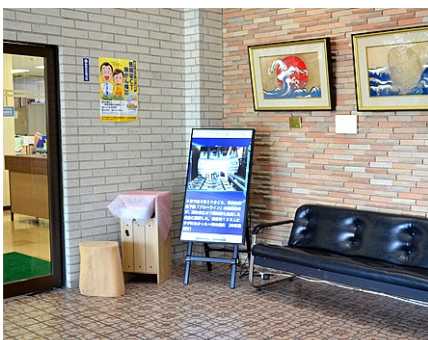
1936年の創業以来、80年以上にわたり本格焼酎を製造されている薩摩酒造株式会社様。「さつま白波」に代表される芋焼酎はもちろん、麦焼酎の「神の河」、スパークリング焼酎やさつま芋ビールの開発、レストラン経営も手掛けられており、さらに「明治蔵」は、焼酎造りの技術や文化に触れることができる歴史ある蔵として、人気の観光スポットとなっています。こうした幅広い事業を展開している薩摩酒造様では、社内外への広報活動にデジタルサイネージを活用されています。商品宣伝に留まらない、焼酎造りのこだわりやイベント案内など、薩摩に伝わる焼酎文化をタイムリーかつ多角的なアプローチで配信。「新酒まつり」には「明治蔵」の館内案内にも活用されています。配信情報についてお客様からお声掛けいただいたり、社員の広報活動に対する意識が高まるなど、デジタルサイネージの導入効果を様々な面で実感されているそうです。

導入前の課題

- 幅広い事業を展開する中で、簡単に情報更新ができるツールを探していた。
- 社内外への広報活動を強化し、さらなる情報浸透を図りたかった。

導入後の効果

- ❗ 簡単操作で鮮度の高い情報を手軽に配信できるようになった。
- ❗ 動きのあるコンテンツ展開により、お客様と社員に情報が行き渡るようになった。
- ❗ 情報を積極的に発信していくことについて、社員全員の意識が向上した。



本社に出勤する社員全員と来社されるお客様が必ず通るエントランスにモニターを設置しています。



商品情報から焼酎づくりの行程、イベント案内まで、配信情報は多岐に渡ります。

デジタルサイネージを導入された背景を教えてください。

最初は社内の情報共有を強化するツールとして興味を持ちました。メールやイントラネット上の掲示板を確認しなくても、誰もが手軽に最新情報を得られる方法として、デジタルサイネージに可能性を感じたのです。リコーのデジタルサイネージを採用した決め手は、デモンストレーションで実感した訴求力の高さと操作性です。大きなモニターから配信される動きのあるコンテンツには、視線を集める効果があり、これなら社員が意識をしなくても、日常業務の中で自然と情報浸透が図れる点に魅力を感じました。そして、せっかくならこのインパクトのある情報ツールを、社内だけではなく社外向けの広報にも役立つたいと、活用範囲を社内から社内外へ拡大。本社に出勤する社員全員と、来訪されたお客様が必ず通る本社のエントランスに設置し、社内外に向けた広報ツールとして活用しています。

具体的な配信コンテンツを教えてください。

- ・商品の紹介
- ・TVコマーシャル
- ・鑑評会などの受賞情報
- ・他企業とのコラボレート企画
- ・県内外で開催されるイベント
- ・焼酎造りの行程について
- ・ビアハウスのランチ情報

新酒のシーズンには、特別な使い方をされたそうですね。具体的に教えてください。

リコーのデジタルサイネージはクラウド型で、インターネット環境があれば場所を問わず設置できる利点を活用して、「明治蔵」でのイベントに使用しました。芋焼酎の製造期間は8月～12月で、秋になると新酒が続々と登場します。そこで薩摩酒造では毎年10月末に「新酒まつり」を開催しています。昨年の「新酒まつり」では、デジタルサイネージを本社から「明治蔵」へ移動。スムーズな館内案内に活用しました。例年、館内の奥まった場所には人が流れにくかったのですが、入り口に設置したデジタルサイネージで見どころを分かりやすくご案内したところ、物販エリアまでスムーズに誘導することができました。当社では県内外で様々なイベントを行っていますので、「新酒まつり」でのデジタルサイネージ活用を経て、他のイベントでも有効に展開できる可能性を感じています。



昨年の「新酒まつり」では、「明治蔵」にモニターを移設し、見どころ案内に活用しました。



他媒体に掲載した広告をデジタルサイネージでも展開することで情報に触れる機会が増えます。

コンテンツの作成など、日々の運営はどのように行われていますか？

広報宣伝部で運営しています。各部門から集まってくる広告や新聞用の素材、ニュースなどを元に、PowerPoint®でコンテンツを作成。オフィスのデスクからエントランスのモニターへ遠隔配信しています。操作がとてもシンプルなので、タイムリーな更新も手軽にできて助かっています。導入前は新聞やポスターに掲載して完了としていた情報も、デジタルサイネージで再度展開することで、情報に触れる機会が何倍にも膨らみます。繰り返し見てもらうことで、効果的な情報浸透につながっています。

コンテンツの作成、配信で工夫されていることを教えてください。

情報の鮮度を大切に、タイムリーに配信することを心がけています。配信後の修正も手軽にできますので、タイミングを優先してまずは配信。その後、お客様の反応や社員の声を受けて、情報を追加したり見せ方を変えるなど、ブラッシュアップしています。また、配信する情報量が多すぎても伝わりにくくなってしまいますので、情報量をコントロールすることが重要です。飽きずにひと通り見てもらうよう、一度に配信するコンテンツは、6種類程度。それぞれ15秒ほどでまとめるようにしています。

導入後の効果、変化について教えてください。

商品の宣伝に留まらず、焼酎造りのこだわりやイベントの案内といった、これまで発信する機会が少なかった情報も含めて、幅広く広報できるようになりました。社員の反応は想像以上に大きく、情報更新する度に様々な部署から、より良いコンテンツにするためのアイデアが寄せられます。紙媒体の掲示ではあまりないことなので、それだけ多くの社員に情報が届いているということですね。広報部だけではなく社員全員が、情報を集めたり効果的に配信することに対して、意識が高まっているのでしょう。その結果、お客様にも様々な情報を分かりやすい形でお届けできるようになりました。さらに、お客様の待ち時間の負担軽減にもデジタルサイネージが役立っています。ニュースや天気予報を織り交ぜていますので、その流れで当社の活動も自然にご覧いただけているようです。「こんな取り組みもされているんですね」と話題に上ることもあります。

今後の展開を教えてください。

導入から2年ほどが経ち、社内外への広報ツールとして、確かな効果が表れています。今後も設置場所の検討やコンテンツの工夫を重ねながら、より有効に活用していきたいと思っています。そのために、リコーにも引き続き様々なアドバイスをいただけたらと期待しています。

リコーデジタルサイネージ 3大選定ポイント

- ①インパクトのあるコンテンツを社内で手軽に作ることが可能。
- ②クラウド型であるため、将来的に設置場所が増加しても一括管理が可能。
- ③リーズナブルな導入費用、運用コスト。

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

お問い合わせ・ご用命は

<https://www.ricoh.co.jp>