

RICOH

Visual Communication

デジタルサイネージ

お客様導入事例



美術館の集客力アップにデジタルサイネージを活用。無人航空機（ドローン）によるダイナミックな動画など、野外彫刻美術館ならではのスケール感、ユニークな魅力を多角的に配信。美術館への注目度が高まり、お客様層も拡大。

公益財団法人彫刻の森芸術文化財団 美ヶ原高原美術館様

■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 Admin Stick* × 1

■ご導入拠点：美ヶ原高原美術館

Company Profile

■URL：http://www.utsukushi-oam.jp/

*デジタルクルーズ社製



公益財団法人
彫刻の森芸術文化財団
事業推進部 美ヶ原運営
主任
塩之入 俊文 様

雄大な山々を望む絶景や、眼下に広がる雲海、さらには200種におよぶ希少な高山植物など、自然が育む豊かな魅力を携えた長野県美ヶ原高原。その一角にある美ヶ原高原美術館は、4万坪の敷地に350ものアートが点在する野外彫刻美術館です。観光ドライブロードの終着点に位置し、ツーリングやハイキングの途中にも立ち寄りやすいことから、併設する道の駅の利用者数は年々増加しています。こうした中で、食事や買い物をしに道の駅に来られた方にも、美術館の魅力を知ってもらい、さらなる来館者数増加につなげたいと、公益財団法人彫刻の森芸術文化財団様が導入されたのが、デジタルサイネージです。最大の特徴である、雄大な自然とアートが織りなすスケール感を、ドローンによるダイナミックな動画も活用して効果的に配信。多くの人が集まるレストランにモニターを設置し、ユニークな魅力を多角的にPRすることで、美術館への注目度がアップ。集客力向上を図っています。

導入前の課題

- 食事や買い物をしに道の駅に来られた方にも注目していただける、訴求力の高い情報発信の手法を探していた。
- 雄大な自然とアートが織りなす、美ヶ原高原美術館ならではの魅力を、効果的にPRする必要があった。

導入後の効果

- ❗ ドローンで撮影した動画などにより、ユニークな魅力をより効果的に配信できるようになった。
- ❗ 美ヶ原高原美術館への注目度がアップし、お問い合わせが増加した。
- ❗ 美ヶ原高原へドライブをしに来たオートバイのライダーが来館するようになり、お客様層が広がった。



ドローンで美術館全体を空中から撮影した動画を配信。「この中を散策してみたい」という気持ちに、効果的にアプローチしています。



人が多く集まる道の駅内のレストランにモニターを設置。モニターの両サイドに写真も掲示し、壁面を情報配信の場として有効活用しています。

リコーの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。

美ヶ原高原美術館は、高原内では最大規模の駐車場と道の駅を併設しており、ツーリングやハイキングの途中に立ち寄られる方も多くいらっしゃいます。道の駅の利用者数は増加している中で、食事や買い物をしに立ち寄られた方にも、当美術館の魅力をお伝えし、さらなる来館者数増加につなげたいと、効果の高い情報発信の手法を探していました。新しい情報発信ツールとして、私達がもっとも重視したのが、当美術館の最大の特徴である、雄大な自然とアートが織りなすスケール感を、いかに効果的に配信できるか、という点です。リコーのデジタルサイネージなら動画も手軽に配信でき、集客力アップにつながる訴求力が得られると考え導入しました。道の駅の中でも、特に利用者数の多い和食レストランにモニターを設置し、美しい自然に囲まれた美術館ならではの魅力を多角的にPRしています。

リコーの商品について、特にどのような点を評価いただいていますか？

導入時の設定から日々の運用まで、操作の分かりやすさにメリットを感じています。スタッフ数が限られているため、簡単操作で訴求力の高い情報発信ができるのは、とても助かります。

ドローンによる動画を配信されているそうですね。具体的な活用方法を教えてください。

標高2000mの眺望や、4万坪の敷地に350ものアートが点在するユニークな魅力を、静止画で表現するのは限界があります。そこで、当美術館の魅力を最大限にPRするツールとして、ドローンを活用しています。それぞれのアートに焦点を当てすぎることなく、俯瞰の動画を撮影し、デジタルサイネージで配信。「もっと見てみたい」「この中を散策してみたい」という気持ちにアプローチしています。ドローン撮影は、当日の天候に合わせて柔軟に対応できるよう、地元の企業に依頼しています。晴天であることはもちろん、周囲の山々や雲海も望めるベストな日、時間帯に撮影。リコーのデジタルサイネージは、動画も手軽に配信できますので、ドローンとの相性は良いですね。

動画のほかに、どのようなコンテンツを配信されていますか？

企画展やイベント告知のコンテンツを、PowerPoint®で作成し配信しています。情報更新の度に、一からコンテンツを作り直すのではなく、過去に作成したデータをベースにすることで、効率よく情報更新をしています。特に夏休みは、お子様向けのワークショップを

数多く開催していますので、イベント情報が来館の動機付けとなるよう、ターゲット層に合わせたコンテンツをタイムリーに配信することを心掛けています。

デイリーコンテンツについてはいかがですか？

ニュースや天気予報など、旅行者に関心の高いコンテンツがあるのは嬉しいですね。これらのコンテンツを美術館情報の合間に配信することで、モニターに視線が集まり、美術館の情報も自然と目にしただけです。



1年後に郵便が届くという「未来郵便局」。ユニークな企画もサイネージで分かりやすく配信。来館動機につなげています。

モニターに視線が集まるよう、美術館情報の合間に、天気予報など、旅行者に関心の高い情報を配信しています。

どのような変化、効果が生まれていますか？

和食レストランを利用された方から、「あのアートはどこにあるのですか？」と、お問い合わせをいただくようになりました。デジタルサイネージの訴求力により、以前よりも幅広い皆さんに情報が届くようになり、美術館への注目度が高まっている現れだと思えます。レストランを効果的な情報発信の場として、活用できるようになりました。さらに、オートバイでドライブを楽しみに美ヶ原高原へ来た方が、当美術館へ来館されるようになったことも、大きな変化です。以前は、ツーリングの途中で道の駅に立ち寄り、食事をしてそのまま帰られていました。それが、デジタルサイネージを導入してから、来館いただける割合が明らかに増加しています。また、ファミリーや女性グループ、高齢のご夫婦が中心でしたが、さらにお客様層を広げることができました。

今後はどのような展開を考えられていますか？

集客力アップだけではなく、お客様の安全を守るツールとしても、デジタルサイネージに可能性を感じています。山の天気は変わりやすいため、割り込み配信機能により、緊急情報をタイムリーに配信することも検討していきたいですね。

リコーデジタルサイネージ 3大選定ポイント



- ① ドローンによる動画を含む、多様なコンテンツ展開が可能。
- ② 手軽に情報更新ができる簡単な操作性。
- ③ 既存のコンテンツが活用できる利便性。

お客様導入事例をWEBサイトでご紹介しています。

<http://www.ricoh.co.jp/signage/case.html>

リコーのデジタルサイネージ
<http://www.ricoh.co.jp/signage/>



本レポートは、リコーが提供する新しいクラウドサービスである RICOH Clickable Paper サービスに対応しています。スマートフォン/タブレット端末用アプリケーション「RICOH CP Clicker」(無料)をダウンロードし、ページを撮影(クリック)すると、関連情報のあるインターネット上のサイトがご覧いただけます。
www.ricoh.co.jp/software/other/clickablepaper/

RICOH リコージャパン株式会社
imagine. change.

お問い合わせ・ご用命は

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