

広報・宣伝用マルチメディア画像 プレゼンテーションシステム

Multi-Media Presentation Systems for Stores, Information Plazas, and Leisure Facilities

各企業や種々の公共施設などに個性化が求められるようになってきており、顧客や利用者に対するプレゼンテーションの必要性が高まっている。

これらの要請に対し、広報・宣伝用マルチメディア画像システムとして店舗映像情報システム、ニューメディアポートシステム、レジャーシステムを種々の企業・施設に提供してきた。これらは既存のメディアを複合して同一の大形ディスプレイに表示するシステムであり、その画像メディアを適切に複合化することにより、それぞれの企業や施設に適するシステムを設計することが可能である。

畝田 透* Tôru Uneta
宮本 繁* Shigeru Miyamoto
河西敏弘** Toshihiro Kawanishi
新見博英*** Hirohide Niimi

1 緒言

近年、情報化の進んでいる産業の店舗および公共のスペースで、マルチメディア画像プレゼンテーションシステムの導入が進んでいる。

特に情報化の進んでいる金融・証券業界を中心に、企業活動の一部として常時収集している情報や、自社で独自に付加価値を付けた情報を顧客に提供し、顧客の固定化を図りたいというニーズが現れてきている。

また、レジャー産業の分野でも、個性化、アメニティの向上、年間集客力の均一化をねらって、映像情報システムの期待が高まっている。

これらのニーズにこたえるためには、ビデオ系の映像を大きく鮮明に見せるだけでなく、種々の通信回線や媒体を介して入力される映像やデータを表示する必要がある。

マルチメディア画像プレゼンテーションシステムとして、大形・高精細ディスプレイを中心に、種々の情報を提供するビデオテックス、コンピュータシステム、衛星通信システムなどと接続するとともに、その運用を支援するためのコンピュータソフト、制御ソフト、映像・画面ソフトなどを提供し、実績を上げてきた。

以下本稿では、広報・宣伝用マルチメディア画像プレゼンテーションシステムの概要およびその応用事例について述べる。

2 広報・宣伝用マルチメディア画像プレゼンテーションシステムの概要

2.1 システムの概要と構成

本システムは、導入企業や施設への集客、イメージアップをねらうもので、その用途によって以下の三つに大別できる。

- (1) 店舗映像情報システム
- (2) ニューメディアポートシステム
- (3) レジャー映像情報システム

次章以下でこれらについて解説する。

広報・宣伝用マルチメディア画像プレゼンテーションシステムは、アプリケーションによって種々の構成が考えられ、それぞれの企業や施設の環境、目的、ニーズなどをよく勘案したうえで、通信系、コンピュータ系も含めてシステム計画を立てる必要がある。

システム構成時に考えるべき主な通信メディアは、

- (1) ビデオテックス(キャプテン, NAPLPS: North American Presentation Protocol Syntax)

施設案内, 近隣案内, その他検索による情報提供, ビデオディスクと組み合わせての情報提供も可能である。

- (2) 高速デジタル回線〔日本電信電話株式会社(以下, NTTと云う。), 衛星通信など〕を使ったサービス

テレビ会議, 遠隔地からの映像中継

- (3) 映像回線〔地域・館内CATV(Cable Television), テレビ会議, テレビジョン電話など〕を使ったサービス

映像中継, テレビ会議, テレビジョン電話

* 日立製作所 システム事業部 ** 日立製作所 情報映像事業部 *** 日立製作所 情報映像工場部

などである。

施設内に設置されるその他の機器としては、以下のものが考えられる。

- (1) ビデオディスク
 - 環境映像，繰り返し表示する映像など，コンピュータ制御により検索表示する必要がある映像
- (2) カメラ
 - 施設内撮影，外景撮影など
- (3) 書画カメラ
 - 資料，OHP(Overhead Projector)など提示用
- (4) テレシネ
 - フィルム，スライドなど提示用
- (5) ワークステーション，パーソナルコンピュータ
 - コンピュータデータの提示用
- (6) テレビジョンチューナ(UHF/VHF)
- (7) BS(衛星放送)チューナ
- (8) ビデオテープレコーダ

マルチメディア画像プレゼンテーションシステムの概要構成例を図1に示す。

2.2 システム構築上の留意点

広報・宣伝用マルチメディア画像プレゼンテーションシステムを構築するうえで、次の2点には特に留意する必要がある。

- (1) 他システムと接続する場合の運用
- (2) 既存メディアを利用する場合の著作権

2.2.1 他システムと接続する場合の運用

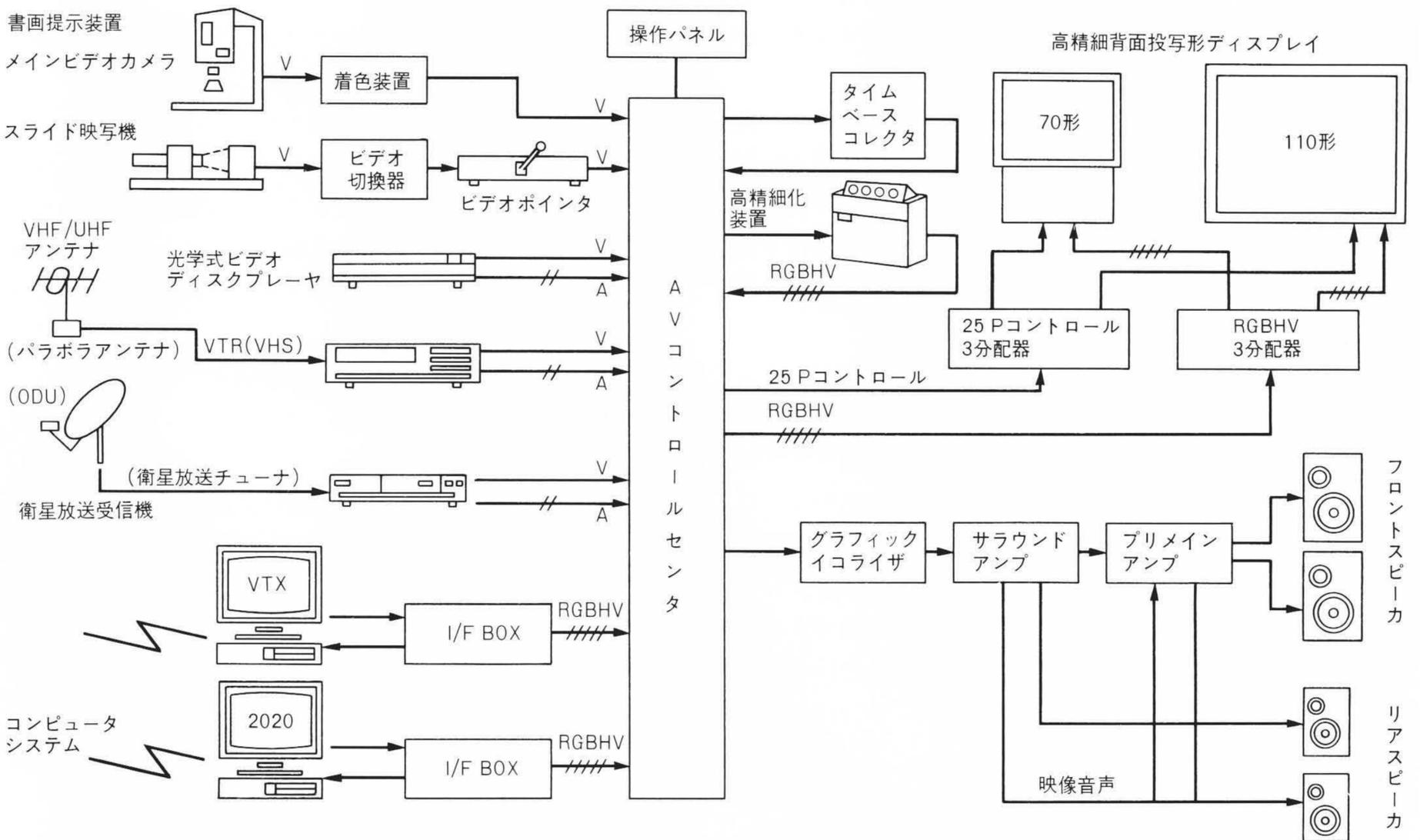
システムを中心となる大形・高精細ディスプレイは、RGB映像信号(水平同期周波数fh15.75~70 kHz)によって接続できるため、接続に通信プロトコルなどソフトウェアによる処理が必要なく、各種端末の画面の拡大器として考えれば他のシステムとの接続は比較的容易である。むしろ他システムを接続するうえで問題になるのは、運用に関するものである。

「どのような画面を表示するか」、「画面の選択、機器の操作はだれが、どこで行うのか」など接続した他システムの特徴も理解したうえで構築していく必要がある。

2.2.2 既存メディアを利用する場合の著作権への配慮

技術的には、本システムで利用できる既存メディアはかなり多い。市販のビデオ映像ソフト、パーソナルコンピュータ(以下、パソコンと略す。)の流通ソフト、テレビジョンの一般放送などは、比較的容易にディスプレイに表示することが可能である。しかし、著作権から考えると、これらを本来の目的、すなわち個人で楽しむ以外に利用する場合には、著作権所有者の了解が必要となる。

また、業務用その他のデータサービスの情報を表示する場合にも、導入企業あるいは施設と該当するデータサービス会



注：略語説明 VTX(ビデオテックス)，AV(オーディオビジュアル)，I/F BOX(インタフェース装置)，V(映像)，A(音声)，BS(衛星放送)

図1 マルチメディア画像プレゼンテーションシステム構成例 マルチメディア画像プレゼンテーションシステムは、高精細背面投写形ディスプレイを中心として、映像装置、ビデオテックス端末、コンピュータ端末などで構成している。

社との間で、了解が必要になる場合もある。

3 店舗映像情報システム

3.1 概要

店舗映像システムには、導入企業の商品をデモンストレーションするためのショールーム的なものと、金融・証券業界などの情報提供を主眼としたものがある。

金融・証券業界では、従来数多くの店舗を国内各所に設置しつつあり、今後業界での競争激化に伴い、ますます一般顧客を集める必要が生じてきている。

また、店舗でのプレゼンテーションに対する考え方も、単なる商品情報の提供から金利や市場の状況を基にして顧客と対話し、商品提案をしていけるものへとニーズが変わってきている。

現在このために、店舗映像システムに期待が寄せられている。

3.2 システムの特徴と構築上の留意点

金融・証券業界の店舗映像情報システムでは、顧客に商品の情報だけでなく、業界を取り巻く状況の解説や今後の動向、それを踏まえての商品の推奨などの情報を提供することが主な目的となる。

提供する情報の中で重要なものとして、次の二つが考えら

れる。

- (1) 収集したデータやそれを解析したコンピュータ情報
- (2) 自社のノウハウを伝える解説・講演

店舗映像システムは、これらの情報を効果的に提示できるシステムにする必要がある。

さらに、本システムの中核をなす大形・高精細ディスプレイは、種々の高機能ワークステーションやビデオスイッチを接続することにより、デーリングルームでの情報提示用大形モニタなどへの利用が計画されている。

3.3 システム構築事例

藍澤証券株式会社で試行している店舗映像システムの構成を図2に示す。

藍澤証券株式会社では、自社で解析した情報を顧客に提供するため、ワークステーション2020を用いたアドバイス端末を既に開発済みであり、店舗映像情報システムには、このアドバイス端末を接続している。

また、自社のノウハウを伝える解説・講演を伝える手段として、各店舗で解説を行うことを可能とするのはもちろん、さらに市場の状況を迅速に解説するため、本社の専門部門からの解説の中継を、各営業店へ通信衛星を用いて同報伝送する計画であり、現在、富士支店との間で評価実験中である。本

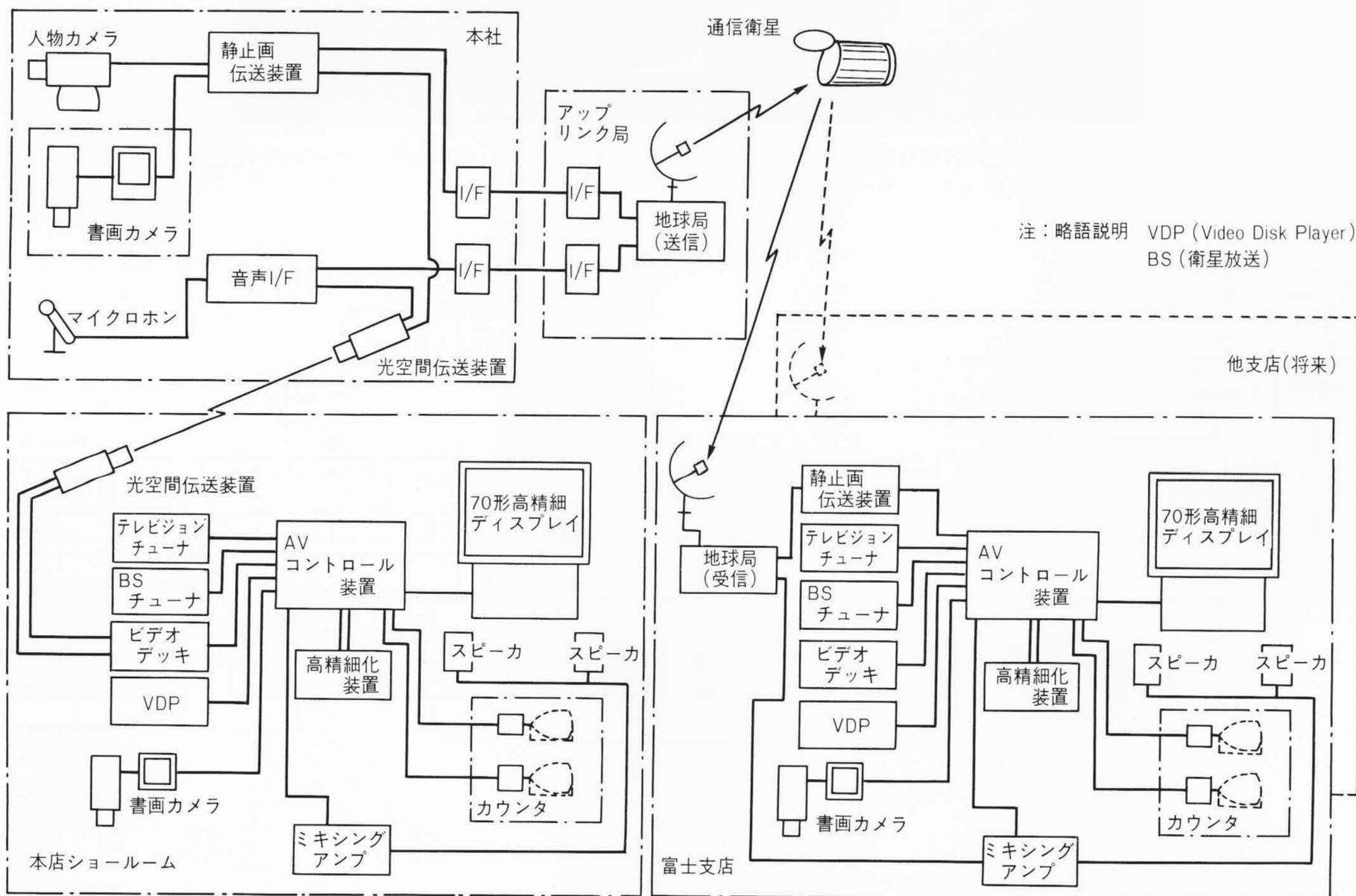


図2 藍澤証券株式会社店舗映像システム構成 本システムでは、衛星通信を利用して本社から支店へ高精細の静止画と音声による情報の伝達(市場解説や商品推奨)サービスがなされる。

社近辺の店舗については光空間伝送で結び中継を行っている。

株式会社福井銀行への導入例を図3、4に、新日本証券株式会社への導入例を図5、6に示す。

なお、株式会社福井銀行では、コーナーのレイアウト設計、意匠工事から映像ソフトの制作も行った。

4 ニューメディアポートシステム

4.1 概要

ニューメディアポートは、主に近隣地域や当該施設の館内

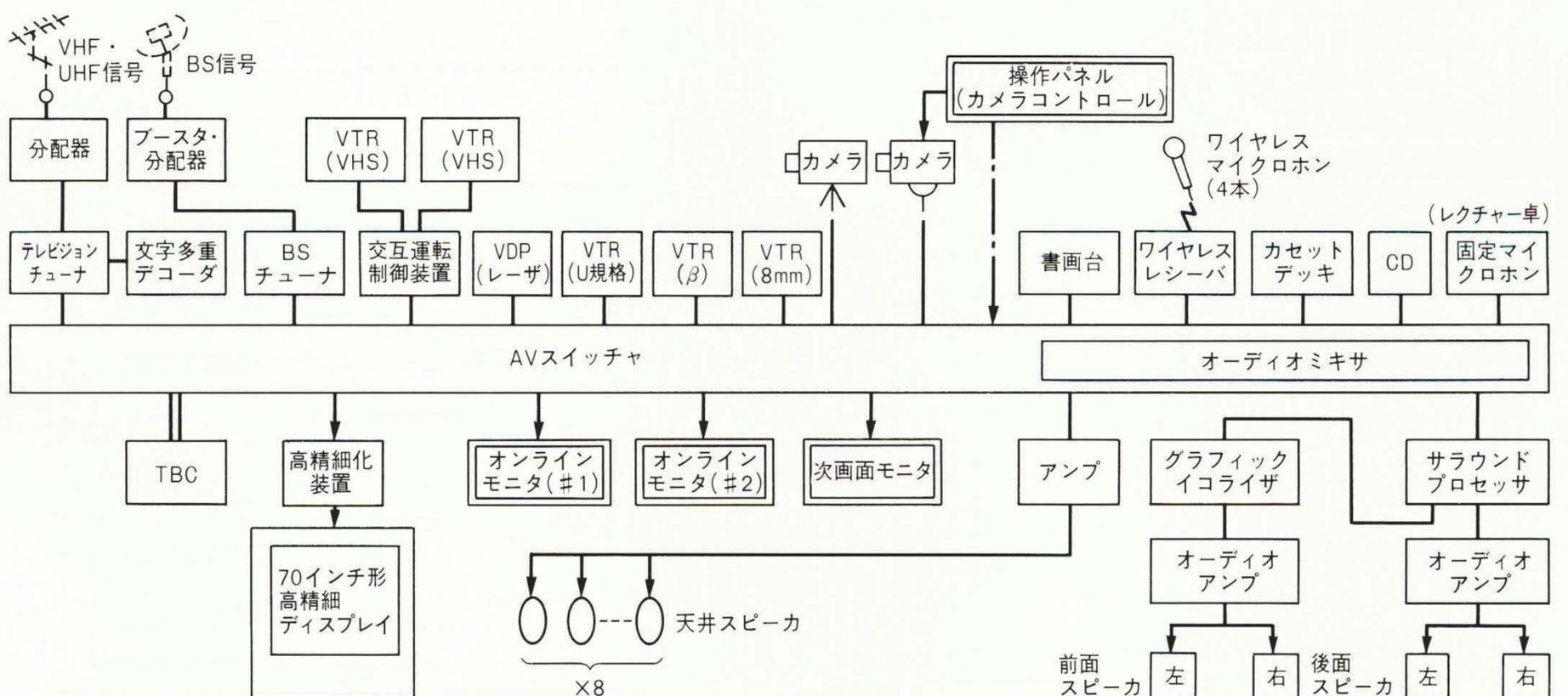
案内、地場産業の宣伝広報などを目的としたシステムである。本システムでは、大形・高精細ディスプレイをスペースの雰囲気をかもしだす壁面として、あるいは情報の掲示板として、また地域のイベントの情報提示装置として使用される。

4.2 システムの特徴と留意点

本システム構成上は、地域でサービスされている地域CATVやビデオテックスなど地域の特色あるメディアを中心に、ビデオディスクによる近隣観光地の映像による紹介、パソコンを利用した伝言板の提示などが考えられる。



図3 株式会社福井銀行店舗映像システムの外観 本システムは、講演会やセミナーなどが行われる35人収容のミニシアターに設置されている。



注：略語説明 TBC (タイムベースコレクタ), CD (コンパクトディスク)

図4 株式会社福井銀行店舗映像システム構成 本システムでは、70形高精細ディスプレイによる美しい映像と、サラウンドの音響によってミニシアターの効果的な視聴覚環境を実現している。



図5 新日本証券株式会社店舗映像システム外観 本システムは、営業フロアの壁面に設置されている。時間によって本ディスプレイを利用した市況解説なども行われる。

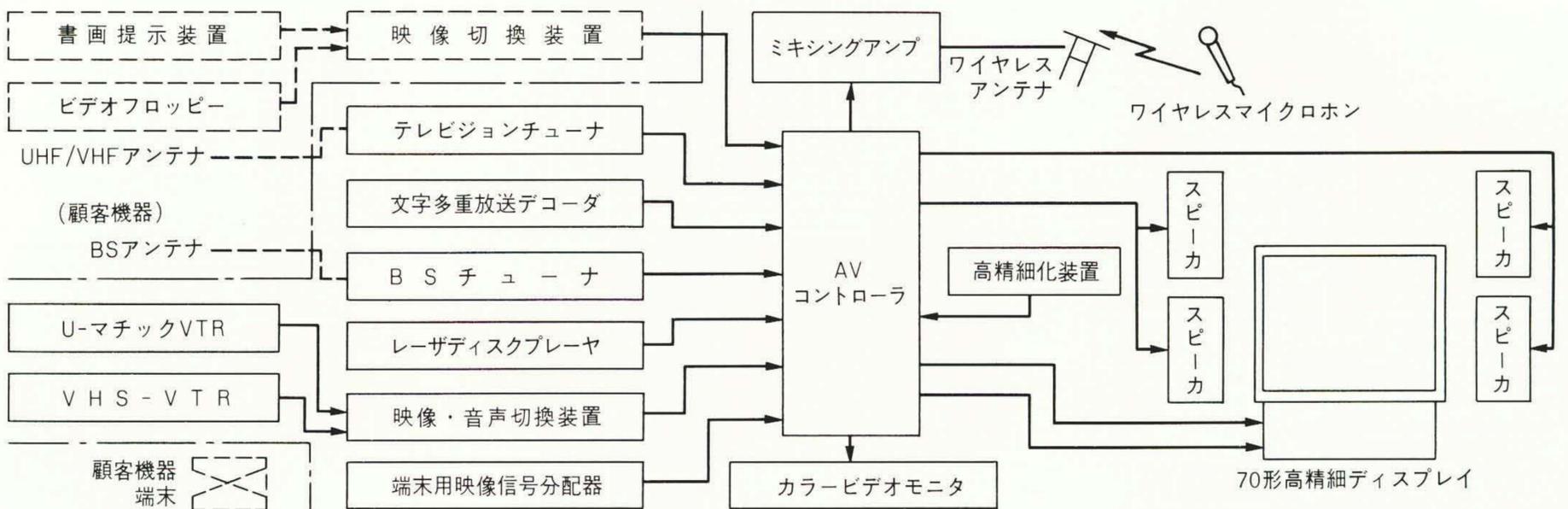


図6 新日本証券株式会社店舗映像システム構成 コンピュータ端末も接続されており、グラフや数値がシャープに拡大再現できる高精細ディスプレイの特性を生かした利用例である。

ニューメディアポートシステムでは、特に目的を持った人が来るのではなく、目的なしに来た人、あるいは目的を探しに来る人々に情報を与えるということに重点を置いている。

また、地域のさまざまなサークルやグループに対しては、種々な目的(発表や講演など)で使用できる多目的スペースとして活用することも可能である。

ニューメディアポートシステムを円滑に運用するためには、映像ソフトの入手が課題となることが多い。各地域の放送局やCATV局などとの提携や協力体制も、計画時から検討する必要がある。

4.3 システム構築事例

ニューメディアポートシステムの一例として考えられるのが、山形県酒田市「庄内地域産業情報化推進プラザ」(庄内情報プラザと略称する。)である。外観を図7に、システム系統図を図8に示す。

ニューメディアポートのような施設での情報の表示に対し

ては、従来、画面の大きさと明るさの面から、前面投写形プロジェクタは使用できなかった。

大形・高精細ディスプレイでは、画面の明るさが従来の製品と比較して大幅に改善されており、ニューメディアポートシステムなどの用途に使用可能となったものである。

庄内情報プラザでは、受付の壁面にマルチビジョンディスプレイを、そしてより内容のある情報の提供用にAV(Audio Visual)研修室内に110形高精細ディスプレイを導入している。

5 レジャー映像情報システム

5.1 概要

レジャーの分野では、施設の高機能化が進み、CATVを中心とした映像システムは不可欠な設備となりつつある。マルチメディア画像プレゼンテーションシステムは、これら施設内映像システムの顔として位置づけられる。

レジャー映像情報システムに期待されているのは、

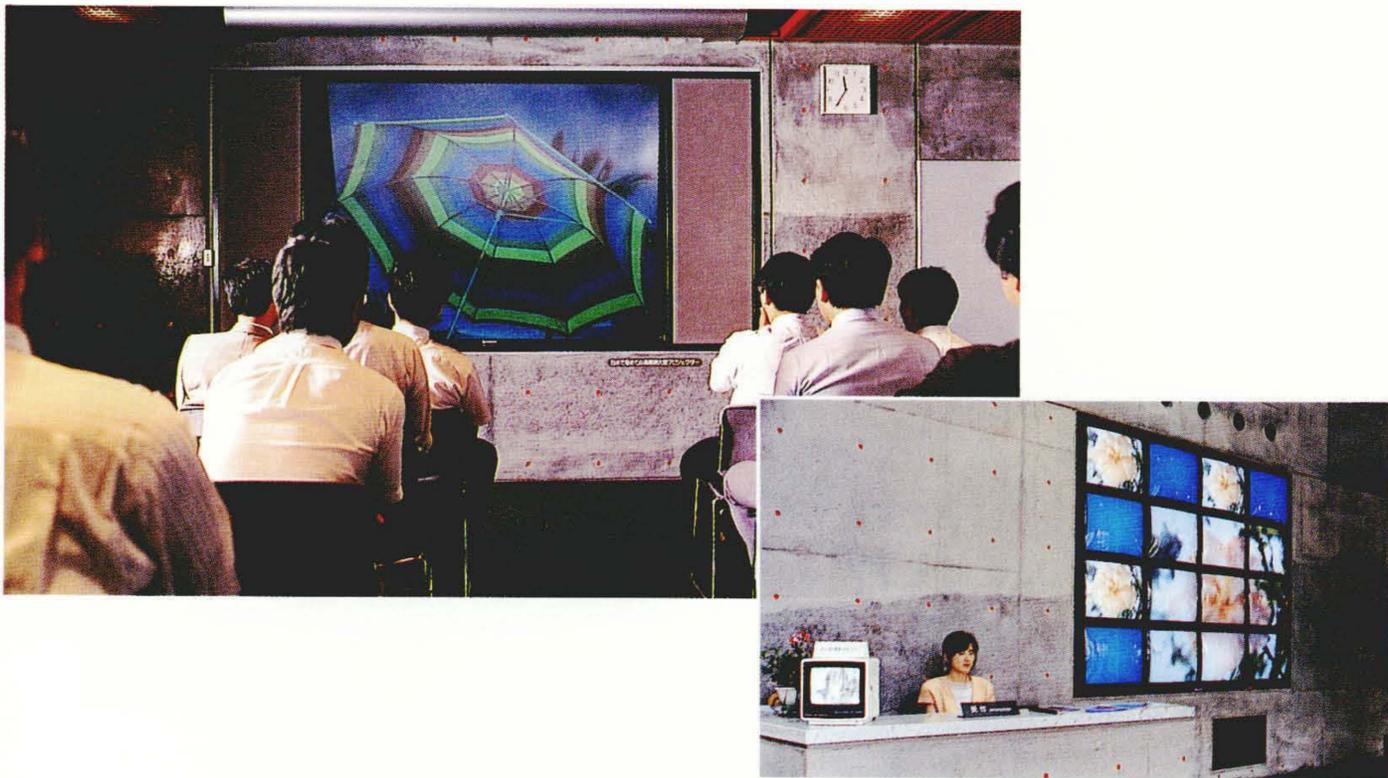
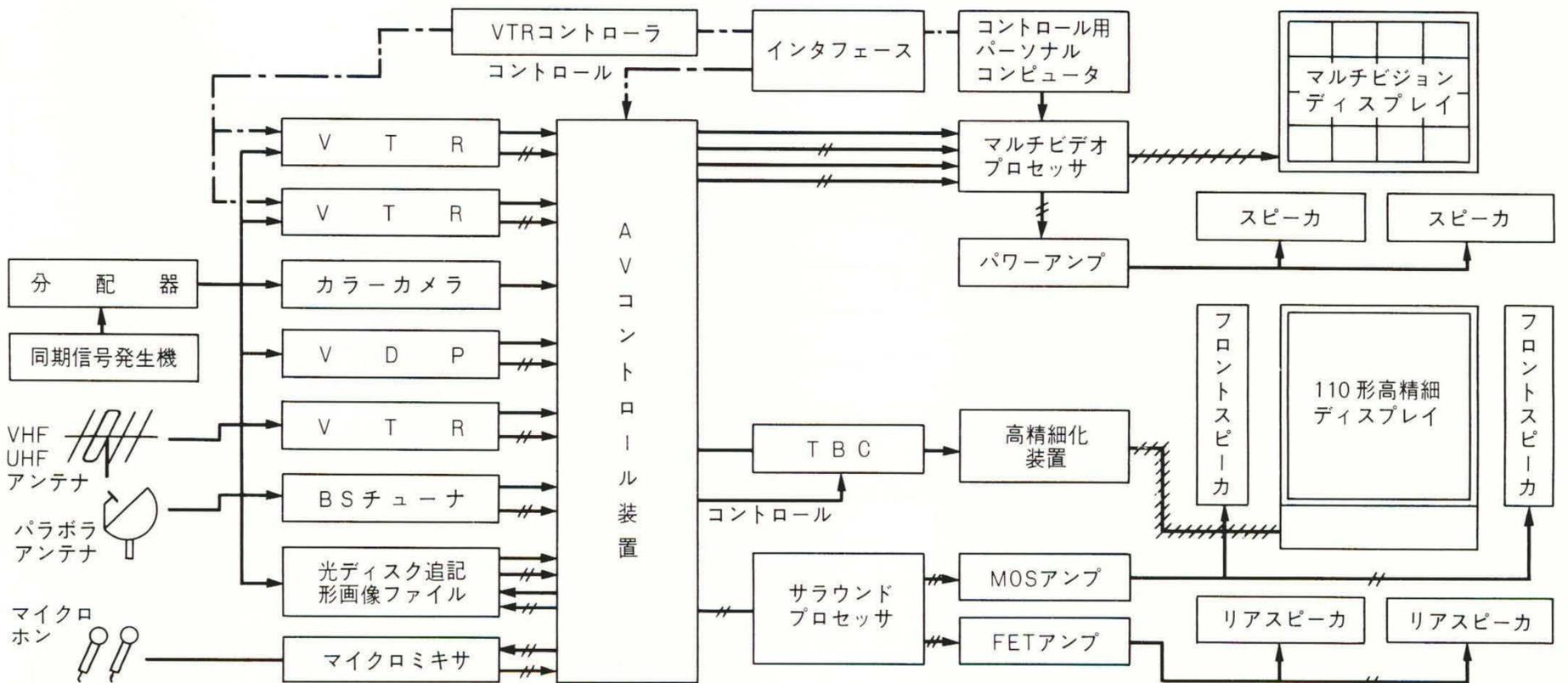


図7 庄内情報プラザニューメディアポートシステム外観 庄内情報プラザでは、受付に29形16面マルチビジョンディスプレイ、AV研修室に110形高精細ディスプレイが設置されている。



注：略語説明 FET (電界効果トランジスタ)

図8 庄内情報プラザニューメディアポートシステム構成 本システムでは、マルチビジョンディスプレイとAV研修室の110形高精細ディスプレイで映像ソース機器を共有できるよう構成している。

- (1) 個性化
- (2) アメニティの向上

である。これらは表示する映像ソフトや設置方法などに左右される部分も大きく、それらも含め提案することも考えねばならない。

6 結 言

以上、広報・宣伝用マルチメディア画像プレゼンテーションシステムの特徴と三つの分野での適用事例について述べた。今後本システムは、企業あるいは設置施設から顧客や利用

者に対し開かれた情報の窓として、ますます需要が高まっていくと思われる。

そのシステム設計に当たっては、プレゼンテーションシステムだけでなく、その周辺システムなどもよく検討し、トータルシステムの観点から顧客の目的や設置環境に合わせたシステム形態や機器の選択が肝要である。

なお、本稿で紹介した各種システムの開発に当たって、顧客各位をはじめ多くの方々からご指導、ご助言をいただいた。心から謝意を表す次第である。