

# デジタルサイネージ

# 有効活用できていますか？

近年、ゴルフ場でも様々な場所に設置されているデジタルサイネージ。目を惹くことは確かだが、果たして有効に活用できているだろうか？改めて、効果的な設置方法や情報発信の仕方専門家からレクチャーしてもらおう。

解説：川崎 朋子  
(株)ダイレクト常務取締役・営業本部長

最初に、デジタルサイネージの基本機能、何ができるのかを説明しよう。

デジタルサイネージは、モニターやパネルを通して映像を表示し、情報を発信する電子看板のことで、ポスターをデジタル化したものと考えれば、分かりやすいだろう。そしてポスターと比べると静止画だけでなく、動画も掲示できるため、インフォメーション(案内)や広報宣伝、イベント活用など、使い道も多岐にわたり、様々な効果が期待できる。そして、デジタルサイネージを効果的に活用するには、①設置場所、②映す内容、③情報量が主要なポイントとなる。

デジタルサイネージを設置することで得られる主なメリットは、「(広報宣伝による)売上アップ」と「省力化(人の代わりとしての活用)」の2つだ。

まず、前者の売上アップについては、具体的な例としては、リピーター獲得や顧客満足度の向上、レストランやショップの売上増などが挙げられる。これらの効果を十分に享受するためには、デジタルサイネージの設置場所、映す情報をそのシーンに

合う最適なものにする必要がある。なぜなら、お客にとって有益な情報を正しく伝えた上で、それらを活用してもらって初めて、お客はサービスを実感し、リピートにせよ、満足度にせよ、ゴルフ場側の望む行動に出てくれるからだ。

仮に、女性向けのイベントやレストランメニューをデジタルサイネージで案内しているとすると、そのときに女性の動線をとどの程度考えているだろうか？

人が多く通る場所ならば、それだけ目につきやすいことは確かだ。だが、せっかく女性向けである以上、たとえば、女性用ロッカー付近の通路や、もつと言えば、女性専用スペースの中など、女性限定で目に触れる場所に置きたい。しかし、往々にしてスタートテラス側出入口など、単に通行量の多いところに設置されているケースがある。

また、ハウスの玄関は通行が多いように思えるが、基本的にお客がチェックインとチェックアウトの1回ずつしか通らない。そんなところにもかかわらず、CMをずっと流している効果はあまり期待できない。デジタルサイネージを設置するので

あれば、一番に伝えたい情報をきちんと伝えることができると意味がない。見てほしい人に、いかに効率よく見てもらえるかが何より重要である。

**情報量はなるべく少なく  
パッと見て分かるように**

また、デジタルサイネージに映す情報量についても、適量がある。自身他ゴルフ場のお客になったつもりで捉えると分かりやすいと思うが、あれもこれもモニター画面に映せばよいというものではない。情報量が増えすぎると、すべてに目を通すのに時間を取られるし、何が重要なのかも分かりにくい。



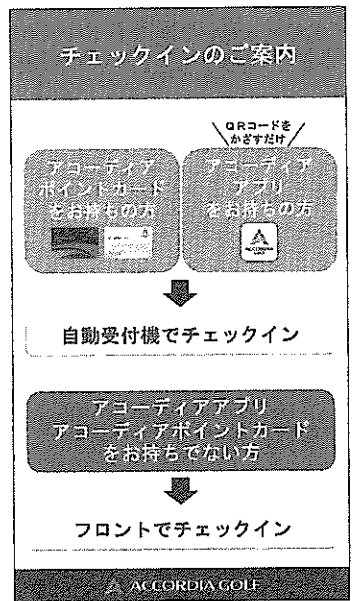
レストラン内に設置する場合は、雰囲気づくりや他施設の情報発信に活用したい

レストランの入口にデジタルサイネージを設置しているところは多いだろう。そこにはどれくらい情報の入れているだろうか。なるべく多くのメニュー、できればメニュー全品を見せたいと考えてはいないか。気持ちは分かるが、表示するメニュー数が多いと、すべて見るにはモニター前にずっと立っていることになる。結局、途中で見るのをやめる。それではせっかくのきれいなデジタルサイネージの情報もお客の頭には残らない。しかし、季節限定メニューや料理長おすすめメニューなど数品であれば印象に残り、オーダーに反映される可能性も高くなる。

あるいは、追加注文を増やすためにおつまみや一品料理のメニュー写真を映したり、夏であればキンキンに冷えたビールやスムージーのメニュー写真を映すだけでも非常に効果的だ。もちろんレストランで扱う商品ならば、メニューでなくともお土産で販売しているアップルパイやケーキなどのスイーツを映してもよい。そうすれば+αの売上げに繋げやすい。また、売りたいメニュー



た、競技会などのスコアボードや倶楽部のハンディキャップボードのデジタルサイネージ化も、最近増えている。



チェックインを自動受付機で行えるか、フロントで行う必要があるか、一目瞭然

フに対する問い合わせが激減した」という。

同社は早くから、自動チェックイン機や自動精算機導入を推進してきたが、機械の使い方をアドバイスするスタッフが必要だった。しかし、デジタルサイネージを設置し、そこで操作方法を簡潔に説明したところ、設置から2カ月ほどでスタッフへの問い合わせがほとんどなくなったというコースもあった。

ほかに、デジタルサイネージで発信する情報として多いのは、館内案内だ。ゴルフ場によっては、ロッカーや貴重品ボックスなどの場所が分かりにくいいため、案内図を掲載し、デジタルサイネージの情報によって誘導しているところもある。その他の案内も含め、各所の「案内」を、人（スタッフ）から引き継いでいる例は多い。また、競技会などのスコアボードや倶楽部のハンディキャップボードのデジタルサイネージ化も、最近増えている。

多くの場合、競技会のルールとか、プレー料金の変更に関する情報を発信するケースだ。紙面掲示でもよいが、注意喚起を考えるとデジタルサイネージのほうが効果がある。ほとんどどのクラブハウスにあるラウンジだが、ここはゴルフ場によって利用頻度に大きな違いがある。したがって、数多くの人に伝達できるかどうかはそのゴルフ場によるが、比較的ゆっくりすることが多い場所だけに、たとえば、人材募集の案内など、プレーと直接関係のないものでも、しっかりとした情報発信ができて、効果も期待できるだろう。すでに実践しているところもある。

また、スコアボードは刻々と変化するスコアを目で追える楽しみもあるし、何よりすっきりと見やすい。また、ハンディキャップボードも古いメンバーと新しいメンバーでネームプレートが違うなどということもなく、これも見やすく清潔感がある。ハウスの外では、マスター室前での設置が多いだろう。コース内での注意点やエチケット・マナーの啓蒙にも役立つ。あるいは、キャディバッグの積み下ろしやプレー後のクラブ清掃をプレーヤー自身で行うコースなどでは、そうした独自のルールを案内するケースもある。

また、屋外での設置は可能だが、モニターが電子機器のため、雨にさらされると壊れやすいので、基本的には雨風を凌げる場所に限定したほうがいいだろう。

スコアボードは刻々と変化するスコアを目で追える楽しみもあるし、何よりすっきりと見やすい。また、ハンディキャップボードも古いメンバーと新しいメンバーでネームプレートが違うなどということもなく、これも見やすく清潔感がある。ハウスの外では、マスター室前での設置が多いだろう。コース内での注意点やエチケット・マナーの啓蒙にも役立つ。あるいは、キャディバッグの積み下ろしやプレー後のクラブ清掃をプレーヤー自身で行うコースなどでは、そうした独自のルールを案内するケースもある。

また、スコアボードは刻々と変化するスコアを目で追える楽しみもあるし、何よりすっきりと見やすい。また、ハンディキャップボードも古いメンバーと新しいメンバーでネームプレートが違うなどということもなく、これも見やすく清潔感がある。ハウスの外では、マスター室前での設置が多いだろう。コース内での注意点やエチケット・マナーの啓蒙にも役立つ。あるいは、キャディバッグの積み下ろしやプレー後のクラブ清掃をプレーヤー自身で行うコースなどでは、そうした独自のルールを案内するケースもある。

また、スコアボードは刻々と変化するスコアを目で追える楽しみもあるし、何よりすっきりと見やすい。また、ハンディキャップボードも古いメンバーと新しいメンバーでネームプレートが違うなどということもなく、これも見やすく清潔感がある。ハウスの外では、マスター室前での設置が多いだろう。コース内での注意点やエチケット・マナーの啓蒙にも役立つ。あるいは、キャディバッグの積み下ろしやプレー後のクラブ清掃をプレーヤー自身で行うコースなどでは、そうした独自のルールを案内するケースもある。

また、スコアボードは刻々と変化するスコアを目で追える楽しみもあるし、何よりすっきりと見やすい。また、ハンディキャップボードも古いメンバーと新しいメンバーでネームプレートが違うなどということもなく、これも見やすく清潔感がある。ハウスの外では、マスター室前での設置が多いだろう。コース内での注意点やエチケット・マナーの啓蒙にも役立つ。あるいは、キャディバッグの積み下ろしやプレー後のクラブ清掃をプレーヤー自身で行うコースなどでは、そうした独自のルールを案内するケースもある。



暑い夏には冷んやりしたスムージーの写真を映して、注文数を増やそう



自動チェックイン機や自動精算機の操作方法を説明すれば、フロントスタッフの負担を大幅に減らせる

また、ハウス内ショップの近くに設置するのであれば、目玉商品や売りたい商品の案内などが多いと思うが、それ以外でも自社（自ゴルフ場）情報のPRを流すのもよい。ショップは必ずしも買物をするため

次に、もう一つの大きな効果である省力化について考えていこう。まず、一番大きいのがフロント業務だ。チェックインやチェックアウトの案内、館内施設の案内など、フロントのスタッフがお客様に伝えている情報は多種多様だ。これらの情報を、デジタルサイネージなら写真や動画を交えながら提供できる。

ただでなく、空いた時間を潰すために訪れることもある。そんなときには目に留まるはずだ。ほかにも、隣にグループコースがある場合は双方でイベント紹介を行ったり、複数のゴルフ場が参加する共通の地域イベントを実施する際には、地域活性化のため、周辺ゴルフ場を案内するという選択肢もある。

マナーにご協力ください

館内に入る前に  
シューズクリーナー  
をご使用ください

ACCORDIA GOLF

セルフスタイルのご案内

プレー終了後の  
クラブ清掃は  
お客様ご自身で  
お願いします

ACCORDIA GOLF

エチケット・マナーやプレーヤーが自身で行う作業はしっかりと伝えたい

静止画が変わっていくバリエーションであれば、画面が変わり複数の情報を発信していることを伝えるために、静止画1枚当たり10〜15秒程度を推奨しているが、一番大事な情報は、繰り返し何度も登場するように設定しておくことよ。

デザインやBGMで印象はガラッと変わる

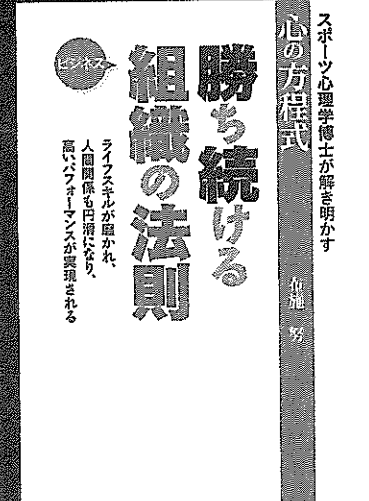
そして動画を制作する上で、気を付けたいポイントは、まず各ゴルフ場のイメージに合わせる。

カジュアルなコースであれば、ポップなデザインやBGMを流す。一方、高級・名門コースであれば、イメージを損なわないよう、高級感のあるシックなデザインに、クラシッ

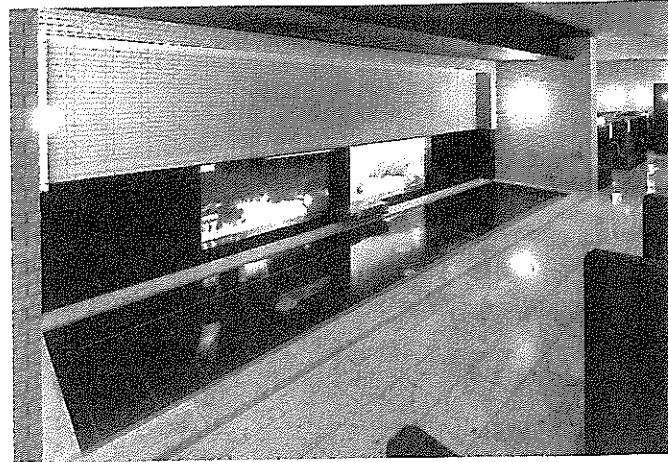
大人気連載  
「心の方程式」の単行本が  
デジタル版に

管理職、  
リーダーには  
必読の書

人間関係が円滑になり  
高いパフォーマンスが  
実現される  
スポーツ心理学博士が解き明かす  
勝ち続ける  
組織の法則



著者 布施 努  
定価 1,000円(税込み)  
デジタル版



様々な使い方ができるのもデジタルサイネージの魅力。浴室に設置しているゴルフ場も

サインを行う場合の注意点を  
して、一連のデザインのテイ  
ストに統一感を持たせること。  
色味や文字の書体がバラバラ  
になっていないか気をつけな  
がら制作してほしい。

また、期日が過ぎたイベン  
ト情報が流れたり、導入する  
ことが目的になって、あまり  
更新されないケースも散見さ  
れる。情報の正確性を高める  
ためにも定期的な更新が望ま  
しい。チェックインの案内が  
一日中流されているなど、日  
付や時間帯に応じた案内がで  
きていないこともけっこう多  
い。これではせっかくデジタル

ルサイネージを設置しても効果はな  
い。むしろ、目を惹く存在だけに、  
情報が古かったり、いつまでも変わ  
らないことにお客が気づく確率も高  
い。そうすると、印象が悪くなる  
という逆効果にもなりかねない。要注  
意だ！

それから、細かいところだが大事  
なのは、常にお客の視線に立って動  
画や静止画を制作すること。たとえ  
ば、QRコードをパネルの下部に載  
せてしまうと、お客はしゃがみこん  
で、読み取らなくてはいけなくなる。  
真ん中にデザインすれば、立ったま  
ま読み取れる。

モニターのサイズについては、55  
インチ型か43インチ型が一般的で、

縦長での使用が多く、場所を固定す  
るタイプと移動式があって、利用目  
的によって使い分けたい。

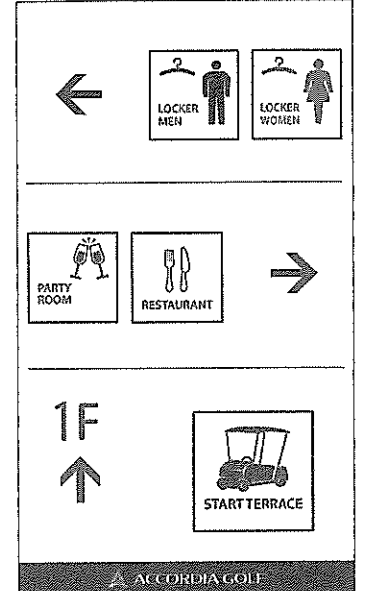
更新頻度については、多いところ  
では、1カ月に20回近く競技結果や  
イベント案内を更新しているところ  
もある。頻度が高いほうが望ましい  
が、難しければ季節ごとの更新や、  
内容にもよるが、1カ月単位くらい  
でもよいだろう。

ゴルフ場の様々な場所にデジタル  
サイネージを設置・導入することは、  
広報宣伝による集客アップ、顧客満  
足度の向上、スタッフの負荷軽減な  
ど、多様な効果が期待できる。効果  
を最大限にするためにも、上手く活  
用したい。

クのBGMを付けるといった具合。  
書体もゴシック体が明朝体かで雰  
気は結構変わる。各ゴルフ場独自の  
ブランディング戦略があると思うの  
で、それに沿って考えてほしい。

ただし、どのようなコース形態で  
あっても、パッと見て伝わるデザイ  
ンであること。その点は重視したい。  
競技ルールやマナー・エチケットな  
ど、内容によってはそれなりの量の  
文章で示さざるを得ないものがある  
が、極力文字量は減らしたい。長く  
ても数十秒で切り変わってしまう情  
報なので、その間でもきちんと読み  
切れる文章量であることが前提だ。  
それに読みやすさとして、文字の大  
きさにも当然配慮が必要だ。繰り返し  
しになるが、基本は限られた時間の  
中で確実に相手に伝えることである。  
文字もデザインもひと目で分かるよ

積極的なインフォメーションとし  
てデジタルサイネージを使用する以  
上、文言など表現内容も注意したい。  
たとえば、「氷はレストラン前に  
あります」では、お客側は「わざわざ  
取りに行かなければいけないの  
か」と感じる人がいるかもしれない  
が、「レストラン前の氷は、ご自由  
にお取りください」と書けば、「よ



ピクトグラムを使えば、絵と矢印だけでも館内案内が可能に

うに、ピク  
トグラム  
(※)を使  
ってシンプ  
ルにしたり、  
モニターを  
見る時間を  
できる限り  
短くするこ

し、取りに行けばもらえる」と思っ  
てもらえる。また文字にする場合は、  
「お願いします」ではなく、「ご  
協力お願いします」とひと一言を  
加えると、「印象がよい」と感じて  
もらえるかもしれない。内容は同じ  
でも表現一つで与える印象は変わっ  
てくる。特にセルフの案内などでは、  
しつかりと表現を吟味・検討して使  
いたい。特に、サイネージだと抑揚  
などはなく、文字面のまま機械的に  
伝わりやすいので、人が伝えるより  
より丁寧な表現を心がけたいものだ。  
なお、ラウンド中に伝えたいとい  
けないことは、乗用カーのナビゲー  
ションシステムにデータを差し込む  
こともできる。デジタルサイネージ  
で掲載している内容をそのまま乗用  
カー用にリサイズして、乗用カーで  
知らせることも可能だ。



スマートフォンで撮影した食飲をその調理風景の動画を、静止画の中に組み込めば、購買意欲がアップすること間違いなし

映像制作  
や静止画デ

最後に制作スケジュールやコスト  
面について述べておこう。制作期間  
は、デザインが1週間ほどで、設  
置・導入・放映開始までをだいたい  
1カ月ほどあればできると考えてよ  
い。

コストについては、すべてを外部  
に委託する場合は、モニターの大き  
さやシステムの種類などで大きく変  
わるが、イメージとして、デジタル  
サイネージ1台につき、安価なもの  
であれば1〜2万円ほどでできるが、  
デジタルサイネージを活用すること  
による効果が限定的になる可能性が  
高い。

一方、遠隔操作（オンライン）で  
様々な設定・更新ができるモデルで  
あれば、25  
〜30万円ほ  
どで、導入  
から運営ま  
までできると  
考えてよい  
だろう。

※ピクトグラム…情報や注意を示すために表示される案内記号のこと。文字の代わりに視覚的な図記号で表現することで、言葉の言い方や年齢などによる制約を受けずに情報の伝達を行える。駅の乗り換え案内をはじめ、多様な人が利用する公共施設や商業施設などで幅広く使われている。