

大日本印刷株式会社

静止画のはずのポスターが動く!?

未体験を提案するマーケティング支援を実践

導入サービス：変幻灯



大日本印刷株式会社
 情報イノベーション事業部
 C&Iセンター SP・SD本部
 SP設計開発部 部長
 村上 浩氏

「NTTの研究所の技術は“宝の山”。技術開発力の高さには驚かされました。まず変幻灯を事業化しましたが、NTTコミュニケーションズのサポート体制やネットワークサービスにも期待しています」

企業情報

社名 大日本印刷株式会社

事業概要 世界最大級の規模を誇る総合印刷会社。「P&IソリューションDNP」を掲げ、企業（組織）と生活者のコミュニケーションを最適化し、新たな価値を創造するための革新的な取り組みを行っている。

URL <http://www.dnp.co.jp/>

課題

- ・店頭に設置するPOPは常に前例を破る新しい提案が求められる
- ・社会の変化、ニーズの多様化に対応できるPOP表現の拡充を図りたい

対策

- ・印刷技術とデジタルを融合させた「変幻灯」をPOPに採用
- ・さまざまな技術の事業化を目指してNTT Comとの関係を強化

効果

- ・未体験の「感動」「驚き」によって興味を喚起できた
- ・NTT Comとの関係強化によってマーケティング支援の幅が広がる

課題

理屈抜きに感情を揺さぶる
表現方法を提案したい

明治維新の直後、文明開化の渦中に創業した大日本印刷（以下、DNP）は、活版印刷による新しい価値提供を志として掲げていた。志は現在に受け継がれ、現在のDNPの強みである「P&I (Printing & Information)」を核に、企業や人々の課題を解決する新たな価値を創造していく「P&Iイノベーション」を推進している。

イノベーションの領域として挙げられるのは「知とコミュニケーション」「食とヘルスケア」「住まいとモビリティ」「環境とエネルギー」の4つ。このうち「知とコミュニケーション」においては、マーケティングに関するサービスを広く提供している。

「市場調査やセールスプロモーションイベントの企画・運営、印刷技術をベースにしたPOP (Point of purchase advertising) などの販促ツールの企画・制作を行っています。なかでも店頭で直接、消費者の購買活動に働きかけるPOPは、基本的に前例を否定するものでなくてはならず、求められているのは『鮮度』。さらに『説明してわかる』のではなく、パッと見た瞬間に『理屈抜きに感情が揺さぶられる』仕掛けを用いた提案をしなければいけません。業種や分野にかかわらず、応用できるテクノロジーをどう見つけ、新しい提案に落とし込んでいくかが大きなテーマとなっています」とDNPの村上 浩氏は語る。

キーワードは「ロジカルファースト・エモーショナルエンド」。ロジックが基本にありながら、無意識レベルで感情を刺激する表現が求められていたのである。

対策

まだ世に出ていないさまざまな技術群 全国をカバーするサポート体制に関心

新しいテクノロジーを利用したPOPとして、昨今、利用が拡大しているものにデジタルサイネージがある。だが、村上氏は「たしかに動きのある動画は消費者の目を引きませんが、内容を伝えるには、足を止めてもらう必要がある。紙のポスター1枚のほうが瞬間的な訴求力は高いことも多い」と課題を指摘する。

それに対し、動画のような動きを持ちつつ、瞬間的に消費者の心をつかむことができる。そんな見たことのない新しいPOPを実現する技術として注目したのが、NTTコミュニケーション科学基礎研究所が開発した「変幻灯®」*1である。

「静止画なのに動いているように見える。デジタルサイネージとも、プロジェクションマッピングとも違う。まさに『変幻』という表現がぴったりで、最初に見た瞬間から、おもしろい、新しいPOPを実現できると感じました」と村上氏は言う。

具体的に、変幻灯とは、ポスターなどに印刷された写真や絵柄などに、プロジェクターから特殊な映像を重ねて投影することで、人の目に錯覚を起こさせ、あたかも静止画が動いているかのように見せる技術である。ロウソクの炎の揺れ、人物の表情の変化、水の流れなど、さまざまな表現が可能だ。ポスター＝静止画だと認識しているものが動いて見えるため、驚きと呼び、アイキャッチ効果が高い。また、センサーを併用すれば、手の動きに合わせて静止画が動くような視覚効果も付与できる。

また、村上氏には、変幻灯という技術そのものだけでなく、NTTコミュニケーションズ(以下、NTT Com)とのパートナーシップにも大きな期待があったという。

「NTTの研究所を訪れると、まだ世に出ていないさまざまな技術の研究が進められていることに驚きました。それらの技術は、いわばダ

新青森駅に設置された変幻灯



色彩豊かな四季の情景に、草花の揺らめきや水の流れるさまを重ねて投影することで、通常のポスターなどよりも高いアイキャッチ効果を生んでいる

イヤの原石。我々にとっても大きな可能性を秘めています。さらに、全国を網羅するサポート体制を持っているNTT Comなら、プロジェクターなどのハードウェアの保守やメンテナンスを支援してもらえると考えた上、将来、全国の店舗を集中管理した上でマーケティング施策を行うといった場面でも、通信事業者としての強みを発揮してもらえる。弊社の足りない部分を補完してくれる、重要なビジネスパートナーだと思っています」と村上氏は強調する。

効果

動く静止画に足を止める人々 イベントを通じて世界にも発信

すでに変幻灯は、さまざまなケースで利用されている。例えば、JR東日本が行っている、青森・函館エリア周遊観光の定着を目指す「青森県・函館観光キャンペーン(2017年7月1日～9月30日)」では、新青森駅と八戸駅の2カ所に変幻灯を採用したPOPが設置された。

「新幹線のコンコースに、ねぶた、奥入瀬渓流など、地域を代表する4つの観光資源を一枚にデザインしたポスターを掲示した上で、変幻灯によって、ねぶたが動き、渓流のせせらぎが流れるように見えるようにしたのです。私も現地に行きましたが、コンコースを歩く多くの方が「えっ?」という表情で立ち止まり、足を止めていました」(村上氏)

また、2017年6月に中国・北京で開催された「日中グリーンエキスポ2017」では、NTTグループの展示ブースの装飾に変幻灯を採用。紙のポスターに動きが加わる技術は大きな注目を集め、来場者アンケートにおいて、全体の2位にランキングされるほどの評価を受けた。

変幻灯以外の技術を事業として具体化する動きも進めている。

例えば、ホログラフィック技術を使い、超高画質・超高音質の先にある超高臨場感につながる伝送技術「イマーシブテレプレゼンス技術 Kirari!」、クラウドと連携することで空港の地上支援業務に携わる作業者の安全管理を強化する機能繊維素材「hitoe®」*2などの研究所発の技術を使い、社会がいまだ体験したことのない価値を創造するために、両社の関係は緊密になっている。

「今後、社会のいろんな場面で無人化が進むでしょう。店頭スタッフが代わって、商品を紹介、おすすめするPOPの役割も変わってくると思っています。また、商品の種類やお客さまの年代などによっても、適切なPOP手法は変わってきます。多種多様な目的、シーンに応じて、適切な提案が行えるように、表現のバリエーションを増やしていきたいですね。先に述べたように、さまざまな技術の宝を持ち、我々の足りない部分を補ってくれるNTT Comは、そのために必要不可欠なパートナーです」と村上氏は言う。

印刷技術をコアにしたイノベーションを推進するDNPと、技術開発力と全国をカバーできるサービス力を持つNTT Comの出会いが、今後、どんな価値が生むのか。大いに注目していきたい。

*1「変幻灯」は日本電信電話株式会社の登録商標です。 *2「hitoe」は東レ株式会社および日本電信電話株式会社の登録商標です。

お問い合わせ先

NTTコミュニケーションズ株式会社

法人のお客さまお問い合わせ窓口【法人コンタクトセンター】



0120-106107

受付時間 9:30～17:00

※携帯電話、PHSからもご利用になれます。土・日・祝日・年末年始は休業とさせていただきます。

ホームページ www.ntt.com/business

●記載内容は2017年8月現在のものです。

●表記のサービス内容は予告なく変更することがありますので、お申し込み時にご確認ください。

●フリーダイヤルのサービス名称とロゴマークはNTTコミュニケーションズの登録商標です。

●記載されている会社名や製品名は、各社の商標または登録商標です。