

## デジタルサイネージ 導入事例

## 鶴屋百貨店 様

具体的な活用イメージを提案  
導入後の保守サポートも迅速に対応

株式会社鶴屋百貨店  
取締役  
建築部部长  
中島 弘喜 氏



株式会社鶴屋百貨店  
販売促進部VMDグループ  
グループ長  
川内 康睦 氏

## 事例のポイント

## 課題背景

- 新たな集客と顧客とのコミュニケーション拡大に役立つツールを求めている
- 店舗でのデジタルサイネージ導入事例が増えているが運用が難しいと想像していた
- ハード機器の故障やメンテナンスに迅速に対応できるベンダーが見つからなかった

## 成果

- デジタルサイネージの導入  
具体的な活用提案で理解が深まった
- 故障やメンテナンスの対応  
導入時の若干のトラブルもすぐに駆け付けてもらえた
- 将来のビジネス拡大を見越したサポート企業との連携強化  
将来的なデジタルサイネージの運用拡大にも対応を期待



お客様名: 株式会社鶴屋百貨店  
所在地: 熊本市中央区手取本町6番1号  
概要: 熊本市内に鶴屋本館・東館、New-S、WING館を展開するほか、阿蘇くまもと空港など各地にグループ店舗を出店する。熊本市の老舗百貨店で、創業からの鶴屋本館に隣接して新館開設による増床や改装を続けている。2015年9月にはそれまで8階にだけ置いていた免税カウンターを1階にも設置するなど、インバウンド需要拡大にも対応している。

URL: <http://www.tsuruya-dept.co.jp>



## 導入ソリューション

## ● 鶴屋百貨店様に設置されたデジタルサイネージ



## 導入前の背景や課題

### 顧客とのコミュニケーション活発化へデジタルサイネージ導入を検討

少子高齢化や顧客嗜好の多様化、個人消費の低迷、さらに競争激化と流通業にとっては非常に厳しいビジネス環境となっています。また、ネット通販の台頭で、リアル店舗を軸とする事業形態にも見直しが迫られています。これは地域の老舗百貨店も同様です。売上拡大のために顧客接点をどのように高めていくか、顧客の来店をどのように促すかが課題となります。

熊本市中心街に店舗を構える鶴屋百貨店様は、2015年3月、店舗の活性化と顧客との情報接点を増やすためにデジタルサイネージを導入、

運用を開始されました。このデジタルサイネージ導入・保守をNECフィールディングが受注。鶴屋百貨店様が望まれる機能を満たしたデジタルサイネージシステムを実現しました。

「百貨店でもデジタルサイネージを導入する店舗が増えています。見学にも行きましたが、最初はどのように活用すべきか迷いがありました」と鶴屋百貨店様の取締役建装部部長の中島弘喜氏。ところが「お客様とのコミュニケーション活発化を重要と考えるトップの考えもあり、デジタルサイネージの導入を決めました」と笑顔で話しています。

鶴屋百貨店様では、1972年の本館大増床の際に、1階中央部分にサテライトスタジオを設置し、

地元ラジオ局が「午後2時5分ー一寸服(ちょっといっぱく)」という番組をスタートしました。

この番組は現在も続いている長寿番組。放送が始まった時から、サテライトスタジオ横の階段壁面に22インチのブラウン管を30台以上並べた店内モニターを設置し、さらに店内各所にもモニターを置いて生放送の風景を流していました。「当時としては他にない取り組みでした。しかし故障した際に新しいブラウン管が手に入らなくなったり、画面に色むらが目立つようになったので、2002年には撤去してしまいました」(中島氏)。番組放送時にあるべき映像がなくなった寂さを感じていたといえます。

## 選択のポイント

### ほぼ常駐に近いサポートで迅速な保守対応を実現

鶴屋百貨店・販売促進部VMD(ビジュアルマーチャンダイジング)グループ長の川内康睦氏は、「お客様との接点拡大や情報発信のためにデジタルサイネージは有効なツール。ここ数年でデジタルサイネージを導入する百貨店が増えているのは知っていましたが、どのように使うのかというイメージは湧きませんでした。また、運用が難しそうだなとも感じていました」と話しています。

また、中島氏は、「デジタルサイネージのような

ハードウェアは必ず故障するものだと思っています。また、ソフトウェアの不具合もあるかもしれません。そんな時にすぐに対応してもらえるかどうかが一番の関心でした」と当時の様子を語ります。

デジタルサイネージ導入の検討が具体化した段階で、NECフィールディング以外に2社が提案を行っていました。しかし実機を使ったデモやモックアップを作って設置イメージをリアルに見せたのはNECフィールディングだけでした。

「提案内容に加えて、NECフィールディングとは22年前に電話交換機を更新した時からの付き合いがあり、その間、半ば常駐のようにして保守・

故障対応してくれているので、とても信頼していました。デジタルサイネージについても、故障した時には迅速に対応してくれるだろうという期待もありました」(中島氏)。

「デジタルサイネージは55インチの液晶パネル4枚で構成します。かなり大きな画面になるので、ラジオ番組の放送風景だけでなく、動画による催事情報や店内の案内などさまざまなコンテンツを配信したいと思っていました。また、将来の拡張にも対応できるように、最上位システムの『Panel Director』採用など、NECフィールディングはじめNECグループの皆さんが我々の要望に対応してくれました」(川内グループ長)。

## 導入後の成果

### 来店者への情報提供が充実デジタルサイネージの拡大設置も

中島氏の懸念は当たりました。導入後すぐにパネルの不具合が起きたのです。店舗の開店時間は午前10時。開店前にデジタルサイネージを起動させるのですが、起動時にパネルの不具合が発生しました。「その時、NECフィールディングの担当者がすぐに駆け付けて不具合を直してくれました」(中島氏)。その後も何かあればすぐに駆け付けることで信頼感を高めています。

店舗内へのデジタルサイネージ設置後、鶴屋百

貨店様はバス通りに面した店舗の外側にもデジタルサイネージ設置を決め、継続してNECフィールディングが設置を行いました。「今後は店内と外側それぞれのデジタルサイネージで流すコンテンツを変えていきます。さらに店内の各フロアや売場にもデジタルサイネージを設置して、それぞれの場所に合ったコンテンツを流したい」と川内氏は話します。中島氏も「デジタルサイネージの拡大設置を検討したい」と語ります。

海外からの観光客によるインバウンド需要の拡大が期待されています。熊本には阿蘇や天草といった観光地があり、来店者の増加が見込まれてい

ます。そうした海外からのお客様向け案内などの多言語化対応の点でも、デジタルサイネージのメリットが発揮されます。

百貨店の意義とは、困ったことがあれば案内係や各フロアの店員が適宜案内するという“おもてなし”のサービスができること。「海外からのお客様にも気持ち良く買い物をしていただけるように、多言語での案内という“おもてなし”もデジタルサイネージで行いたい」(中島氏)。そして将来は、デジタルサイネージをタッチパネル化して、お客様とのインタラクティブなコミュニケーションツールとしての利用も検討していくとしています。

お問い合わせは、下記へ

NECフィールディング ソリューション事業部PFソリューション部  
〒108-0073 東京都港区三田一丁目4-28 (三田国際ビル)

URL : <http://solution.fielding.co.jp>  
TEL : 03-3457-8761

●本カタログに記載されている会社名、製品名は、各社の商標または登録商標です。  
●このカタログの内容は改良のため予告なしに仕様・デザインを変更することがありますのでご了承ください。  
●本製品の輸出(非居住者への業務提供等を含む)に際しては、外国為替及び外国貿易法、関連する輸出管理法令等をご確認の上、必要な手続きをお取りください。ご不明な場合、または輸出許可等申請手続きに当たり資料等が必要な場合には、お買い上げの販売店またはお近くの弊社営業拠点にご相談ください。

UD FONT 見やすいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

VEGETABLE OIL INK 環境にやさしい植物油インクを使用しています。