

機能性、運用性、デザイン性、先進性。 商業ビルの設備をデジタルサイネージで次世代化。



▲「PARCO_ya」が出店した複合ビル「上野フロンティアタワー」(東京都台東区)。

「PARCO」として44年ぶり、 東京23区内での新店舗出店

(株)パルコは2017年11月4日、東京・上野に、新しい屋号の商業施設「PARCO_ya(パルコヤ)」をグランドオープンした。

「PARCO_ya」は、1973年の「渋谷PARCO」オープン以来、「PARCO」として44年ぶりの、東京23区内での新店舗出店。新しいエリアで、周辺環境にあわせた、おとなに向けた展開により、新しい客層の獲得を目指す。

合計26台のサイネージで 来館者に役立つ情報を表示

パルコ社は、(株)大丸松坂屋百貨店が開業する複合ビル「上野フロンティアタワー」に新しい屋号(PARCO_ya)で出店



▲壁面に設置されたLEDビジョン。



▲変形サイズのストレッチディスプレイを採用した、エスカレーター乗降部のフロアマップサイン(左からファン・ファクトリーの知久氏とパルコデジタルマーケティングの藤井氏)。

した。

現在、「PARCO」は、全国17店舗を展開し、マーケット状況・規模にあわせ、立地創造をしながら、それぞれのターゲット層に向けて、店舗ごとに異なるストアコンセプトで運営している。

上野の新店に関しては、「渋谷PARCO」のようなビル全体の運営ではなく、「松坂屋上野店」「TOHOシネマズ上野」「オフィス」との複合ビルに出店し、客層が連携できる専門店を編成。これまでの「PARCO」と異なることを、わかりやすく伝えるため、「PARCO_ya」とした。今までマーケットになかった新たな価値を提案することで、地域活性化を図るとともに、これまで以上の魅力拡大に貢献していくという。

パルコ社のサイネージシステムの企画開発を行っている(株)パルコデジタルマーケティングの藤井一博氏は「これまでにパルコでは、福岡や仙台の新館開業にあわせてサイネージシステムの充実を図ってきました。今回の上野店も同様に、

サイネージの充実を図っています。外壁には、屋外型大型LEDビジョンを導入し、PARCO_yaの企画・イベント情報やテナント情報を館外へ発信し来館誘致に。館内のエントランスには、テーブル型筐体にて、館内情報や飲食店情報を表示し来館者のナビゲーションに。各フロアのエスカレーター乗降部には、変形サイズのストレッチディスプレイにて、フロア案内情報を表示、各種サイン機能のデジタル化を実現しています。

また、館内各所では、4面マルチビジョンや大型液晶ディスプレイで販促情報を



▲エントランスに設置されたテーブル型サイネージ。館内情報や飲食店情報を表示している。

表示し、ポスターボードのデジタル化を実現。デジタル化しつつも、各フロアの空間演出から浮かないように、デジタルとアナログが融合するように設置。合計26台のサイネージで、来館者に役立つ情報の表示を行っています」と話す。

PARCO_ya全体のサイネージを「DISE」を使って制御

PARCO_yaのサイネージシステムの構築を行った(株)ファン・ファクトリーの知久淳一氏は「サイネージシステムの機種選定やシステム構築を当社が担当しました。当社が扱っているスウェーデン本社のグローバルサイネージソフトウェア「DISE」を利用して、外壁のLEDビジョンも含めたPARCO_ya全体のサイネージシステムを制御しています(各テナントのものは除く)。

パルコのデジタルサイネージシステムは、「DISE」とパルコのWEBサイトとのCMS連携が行われており、PC1台での情報更新が可能なメンテナンスフリーを実現、オペレーションスキームの次世代化に寄与しています。福岡、仙台、名古屋、そして今回新たにPARCO_yaが繋がりました。「DISE」のソリューションが徐々に拡大しています」と話す。

コンテンツを充実させて さらに効果的なものへ

PARCO_yaのサイネージで注目すべきは、各フロアのエスカレーター乗降部



メニュー画像は、時間帯に適した内容を表示。



▲館内各所では、4面マルチビジョンや大型液晶ディスプレイで販促情報を表示。ポスターボードのデジタル化を実現している。使用したデジタルサイネージは合計26台。

に設置した変形サイズのストレッチディスプレイだ。エスカレーター乗降部に必要なフロア案内サインをサイネージで実施、限られた狭小スペースへの設置をストレッチディスプレイで見事実現している。知久氏は「50型4K液晶ディスプレイのハーフカットモデルを採用しました。4K解像度かつ、輝度も1,000カンデラと明るく、細かい文字やテナントロゴをはっきりと表示することが可能です」と話す。

そして藤井氏は「高輝度・高精細のディ

スプレイは見やすく、一般的な形状ではないため、目新しさも表現できるサイネージが導入できました。サイネージにとって最も大事なものはコンテンツです。デジタルだからこその機能や表現、驚きや先進性のある仕掛けを、また、それらを運営する運用者を考えたソリューションとしてアップデートさせていき、次世代の商業ビルの設備としてデジタルサイネージがさらに効果的なものになるように発展させていきたいです」と意欲を示していた。



パルコ全店舗共通のコンテンツに加え、Parco_ya独自のコンテンツが流れている。