

デジタル サイネージは 演出家

ディズニーに学ぶ顧客志向の精神

誰もが魔法にかかる場所

十二月に入り世間はすっかりクリスマスモード。この季節ロマンチックな雰囲気を満たせる場所の代表といえば東京ディズニーリゾートですね。シーズンイベント目当てに、この時期行かれる方も多いのではないのでしょうか。

ディズニーリゾートといえば『夢と魔法の王国』、パーク内には訪れたゲストを感動させる為の魔法がいくつもかけられています。有名どころでは「敷地内から外部の風景が見えないようになっていて、「雰囲気を変えないために園内放送をしない」など。中でも、映像部門がある弊社として特に興味深いのは、巧妙に仕込まれた視覚トリックです。

例えば、ディズニーランドに入って最初に通るワールドバザールは、入口からシンデレラ城にむかって徐々に道が

狭くなっており、遠近法で目標が遠くにあるような錯覚を生み出しています。またアトラクションへの列は見た目で長く感じないよう何度も折り返しをつけてあります。その道のりが徹底的に作りこまれた世界観により「この道の先にはきつと楽しいことが待っている」と思わせるのもトリックの一つと言えるでしょう。

映像の天才が作った王国

こうした視覚トリックの存在を理解する上で、創設者ウォルト・ディズニーの本職は映画のプロデューサーであったという事実を忘れてはなりません。遊園地を一つのスクリーンに見立て、映画同様自分が語る物語の世界へ人々を誘い込むべく、彼が三十年間の映画作りで学んだ手法を散りばめた「作品」それがディズニーランドなのです。つまりパーク内の様々なトリックは「作品」の演出であり、全てはゲストの期待感を高める為に存在するのです。

保育園×デジタルサイネージ

クリスマスといえば弊社グループのリリー文化学園幼稚園でもこの時期クリスマス発表会が行われます。今年はその中の保育園に告知用としてデジタルサイネージを設置しました。本番当日の来場者は勿論、告知映像を観ることが出来るのは通園する園児と送迎の保護者のみ。来場者数増加の為に外部宣伝の為にないこのサイネージの役割とはいったい何なのでしょう。

顧客に喜ばれる使い道とは
クリスマス会は先生と園児が日々練習を重ね作り上げる「作品」。デジタルサイネージはその世界へ誘い込む演出であり「作品」の一部であると考えます。我が子の晴れ舞台の日を指折り数えて楽しみにする保護者に期待を高める魔法をかけたい、ただの子供、だましではなく、大人にも夢を感じてもらいたい、今回のサイネージにはそういった気持ちが入められています。

保育園の発表会の告知という前例のない使用方法でしたが、サイネージの前にできた黒山人のだからを見た時、ウォルト・ディズニーの「お客様が求めるものを知り、お客様のために作るのだ」という徹底した顧客志向の精神の根幹に触れることができた気がします。



リリー&ヴィクトリアナーサリーに設置されたデジタルサイネージ。普段見ることができない我が子の姿を見ることができると大変好評です。スケジュール機能を利用した公演日までのカウントダウンも本番への期待を膨らませるのに一役買っています。

店舗・販売店 医療・福祉 イベント・展示会 学校・塾 プライダル

売り場に効く・人が集まる次世代広告メディア デジタルサイネージ

デザイン会社だからできる効果がある広告と
魅力ある表現を低価格でご提供します!

デモ・打ち合わせ・お見積無料!

TEL029-221-4813

宣伝・PRにもっと差がつく4つのポイント!

Point1 映像と音声で訴求力UP!

Point2 掲載内容の追加・修正が簡単!

Point3 日付・時間ごとに内容切り替え!

Point4 レイアウトが縦横自由自在!

レイアウト
縦横自在!!