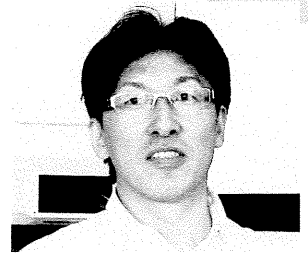


アイティ・ニュース(株) 代表取締役・唐川 敬 氏

アイティ・ニュース(株)の唐川敬社長は、2001年1月に沖電気工業の関連会社の日本電素工業の社内ベンチャーとしてデジタルサイネージ事業を開始した。

トップインタビューで取り上げたPDCの菅原社長とともに、我が国のデジタルサイネージビジネスの先駆者とも言える唐川社長に話を聞いた。



アイティ・ニュース(株) 代表取締役・唐川 敬 氏

—— デジタルサイネージビジネスに注目したきっかけは何でしょうか。

広告においては“テレビ・新聞・雑誌・ラジオ”のマスコミ4媒体が長い間主流でした。しかし、インターネットの普及によりWEBでの情報配信・広告配信という全く新しい情報メディアがあつという間に普及したわけです。

このインターネットの利用を一步進め、室内やオフィス、事務所だけではなく、屋外や人々の多く行き交う公共的な場所へと配信することによって、街角や屋外でも様々な情報が見られるという新しいデジタル情報・広告配信の実現をめざし、実現性を追求してきました。とりわけ多くの人々が利用する交通機関との接点である駅や空港などでの交通広告は、現状では紙や電飾看板が中心となっています。そこで、その従来型のアナログの広告を最終的にインターネットなどの技術を利用することにより、リアルタイムなデジタル配信にすることによって、紙などよりも低コストで速やかに配信できるものを考えました。これがこの事業を開始したきっかけです。

—— デジタルサイネージは災害時等の情報伝達手段としても効果的なものになりますね。

駅や空港以外にも様々な生活空間で目に見える場所に電子ポスターが置かれるようになれば、事故や災害発生時に緊急情報も配信できる仕組みにすることで、デジタルデバイドと呼ばれる子供や老人などのハイテク機器を使いこなせない人々にもきちんと情報が伝わるようになります。したがって、電子ポスターを普及させることは社会貢献

にも寄与するものと考えています。

我が社は災害情報・緊急情報などをパソコンを見ていない人や技術的に見るができない人、テレビを見てなかった人、ラジオを聴いていなかった人、新聞を見なかった人などにもできるだけ速やかに情報を伝えることができる新メディアを目指して研究・開発を進めてきました。災害発生時でも笑っているだけの紙のポスターでは人々を救うことができません。それに応えるのが、知的な機能をもったインテリジェントポスターの役割だと考えています。

—— 携帯電話等との連動も視野に入れているようですが。

携帯電話の普及は国民の1人に1台に迫る勢いです。電話機で会話をするという基本機能はもとより、ワンセグやカメラなど、ありとあらゆる機能やサービスが搭載され始めています。当社では、“無意識で目に入る景観の中にある装置＝電子ポスター”と、“肌身離さず携帯している機器＝携帯電話”とを連携させ、21世紀型の新情報配信メディアとすることを考えました。これにより、情報を見たいときにポスターがテレビのようにリモコンスイッチでその瞬間自分のものになり、いろいろな情報が得られるようになります。これが我が社の提唱するデジタルサイネージです。

—— 本日はどうもありがとうございました。御社のますますの発展を期待しています。

【聞き手：本誌編集委員 川田宏之】