

2014年5月8日

(報道発表資料)

岡山放送株式会社  
株式会社山陽マルナカ  
ストリートメディア株式会社  
西日本電信電話株式会社

## 新たな地域消費情報配信サービス「OH! マルナカTV」の開始について ～放送と通信の連携による消費現場における新たなメディアの創造～

岡山放送株式会社(本社:岡山県岡山市、代表取締役社長:宮内正喜 以下、OHK)、株式会社山陽マルナカ(本社:岡山県岡山市、以下、山陽マルナカ)、ストリートメディア株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:大森洋三 以下、ストリートメディア)、西日本電信電話株式会社(本社:大阪府大阪市、代表取締役社長:村尾和俊 以下、NTT西日本)は、2014年5月9日(金)より、山陽マルナカの店舗において、デジタルサイネージ上で、「OH! マルナカTV(以下マルナカTV)」を提供し、「消費者に一番近い場所(店舗)での情報発信による購入促進」、および、「生活導線に密着した場所での地域情報配信」を開始いたします。

本取り組みは、地上波テレビのOHK<sup>※1</sup>が持つ「地域情報の信頼性」、ストリートメディアが培ってきた「デジタルサイネージの運営技術とノウハウ」、および、街なかにおける新しい生活文化の創造をめざすスマート光タウン構想を推進するNTT西日本の「ネットワーク」を組み合わせ、山陽マルナカ店舗において実現するもので、地上波メディア、流通事業者、デジタルサイネージ運営業者、通信事業者との4者が連携して行う、消費者向けの情報配信サービスとしてはこれまでにはない新たなコラボレーションであり、次世代の複合的メディア展開の先駆けとなることをめざしております。

2014年4月1日の消費税改定等に伴って消費動向に変化が生じている中、店内においてモノ・コト・ネットを具体的につなぐことで“より楽しい”“より便利”なお買い物を実現するために、さらに今後はサイネージとスマートフォンを連動させたサービス等を展開し、情報投下を図ることで、消費動向を活性化させていく予定です。具体的には、サイネージをO2O<sup>※2</sup>やネットスーパー、OHKの地域情報番組に連携させてオムニチャネル化<sup>※3</sup>を推進するメディアへと進化させること等を検討しております。

※1 フジテレビ系列、サービスエリアは岡山県・香川県。

※2 Online to Offline の略称。ネット上の情報や行動を実店舗での購買につなげるマーケティング手法で、メールマガジンや携帯サイト割引クーポンを発行して来店を促す施策などが含まれる。

※3 実店舗やオンラインストアをはじめとするあらゆる販売チャネルが統合され、消費者の状況に応じてどこからでも同じように商品を購入できる環境を実現すること。

### 1. 協業の背景

インターネットの普及により、消費導線にもネットショッピング等が浸透するなど、従来メディアを用いた消費行動も大きく変化してきております。流通現場においてもスマートフォンを活用した販促取り組みが始まっていますが、現時点においてはスマートフォン普及率の伸び悩みや利用者のリテラシー不足などの課題も見えており、具体的な効果は不透明な状況です。

マルナカTVは、こうした現状を踏まえ、発信型のデジタルサイネージの特性を活かし、毎日数万人規模の人通りがある消費の現場で「誰でも」「わかりやすい」「使い勝手の良い」情報を提供することで地域の消費や行動の活性化に貢献するとともに、さらに次世代の新しいライフスタイルを提供する基盤を築いていくことを目的としています。

## 2. サービスイメージ

### (1) 配信コンテンツ(動画、音声あり)※4

- ・スーパー内の商品情報、サービス情報
- ・設置各店舗周辺のコミュニティ情報
- ・OHKの番組、地域情報

※4 コンテンツは発表時点(2014年5月8日(木))のものです。

### (2) 設置場所

岡山県域の山陽マルナカ店舗(全54店舗)

### (3) 設置例

消費者の視線の高さにあった縦型サインージ端末を視認性の高い回遊導線上に設置

55インチ  
(高さ約1.8M)



店内  
レジ付近



店頭  
入口付近



## 3. 各社の役割・狙い

### (1) OHK

OHKはこれまでの「リビングにあるテレビ」に加え、「消費の現場/賑わいの中のセカンドスクリーン」を持つことにより、自社メディアへの情報接触者を飛躍的に延ばし、地域メディアとしてより多面的な視聴者サービスを行うと共にTV広告主の販売推進に寄与することを狙いとしています。

### (2) 山陽マルナカ

山陽マルナカはこれまでの地域に根ざした、ローカルな力をマルナカTVによりさらに強化し、「地域 No1 ベストローカル」への努力を続け、地域のより多くのお客様に愛されるスーパーマーケットに向けさらなる前進を進めていきます。

(3) ストリートメディア

ストリートメディアは総務省ICTスマートシティ実証実験等で培われた最先端の技術やノウハウを活かした「売れるきっかけを作る情報発信」から「買いたい情報を提供する」デジタルサイネージサービスへ変革をリードしてきており、全国600強のサイネージへの配信を行っております。今回のマルナカTVにおいては更にTV局の有するノウハウと連動することにより購買に繋がる情報発信を提供していきます。

なお、ストリートメディアは、今回のサービス開始に伴い、環境エネルギー投資、DBJキャピタル、SMBCベンチャーキャピタル等より総額2億円の第3者割当を行い、資金調達を行っております。

(4) NTT西日本

NTT西日本は、「フレッツ光」などの光回線やWi-Fi等による高速で信頼性の高いネットワークサービスを提供し、他企業とのアライアンスによって街なかにおける新しい生活文化の創造をめざす「スマート光タウン」の取り組みを加速していくことを狙いとしています。

<本件に関する報道機関からのお問合せ先>

■岡山放送

社長室企業広報担当 竹下

メディアビジネス開発 田中

086-252-3211

■山陽マルナカ

営業企画 大崎

086-265-1111

■ストリートメディア

Mプロジェクト 齊藤

03-6240-1880

■NTT西日本

ビジネスデザイン部

ビジネスデザイン推進部門 市橋・長谷場・中川・寺本

06-4793-5978

電話番号のかけ間違いにはくれぐれもお気を付けください。