

JRA 「ジャパンカップダート関西初開催告知

『インタラクティブ・デジタルサイネージ・アド』 11月21日~12月6日

JRA（日本中央競馬会）は、2008年12月7日に開催された「第9回ジャパンカップダート」の広告キャンペーンの目玉として、既存屋外大型ビジョンを活用したものでは日本初となる『インタラクティブ・デジタルサイネージ・アド』を展開した。

『インタラクティブ・デジタルサイネージ・アド』とは、サイネージディスプレイに、画像処理技術を用いた参加型コンテンツ広告を配信するもの。専用のアプリケーションとコンテンツの入ったPCに、ディスプレイに設置されたカメラを接続することで実現する。

この技術を大阪・道頓堀商店街に面したベルスードビル壁面の大型ビジョン「トンボリステーション」で使用。ビジョンの前に立つ人の顔が画面に写し出され、その顔が馬の顔やアントキの猪木に変わるといった参加型広告だ。CMは実施期間中の毎日13時~16時まで、毎時0分~10分の10分間、1日4回放映した。また、ビジョン横のビル壁面にはH18200×W5250mmの大型屋外広告も掲出された。

今回のプロモーションを実施するにあたって、JRAの要望は「関西で初開催となるジャパンカップダートを盛り上げるためにコアファン以外にもターゲットとし、同レースの認知拡大と来場者促進を図る」「話題性を高め、可能な限りマス媒体でのパブリシティにもつながるような斬新な屋外広告にする」というものであった。

企画を手掛けたのは博報堂と博報堂DYメディアパートナーズ。メインビジュアルはアントキの猪木による「1・2・7・ダート!」とし、12月7日開催のジャパンカップダートをわかりやすく表現し、ビジョン横には、「このビジョンで何かが起こる!」と予告した屋外広告と『インタラクティブ・デジタルサイネージ・アド』を提案。実施期間中、老若男女問わず様々な人達が集まり、笑顔でビジョンを見上げ携帯電話で撮影していた他、マスメディアやブログ、SNSでも取り上げられる期待通りの結果となった。

広告主：日本中央競馬会

企画：(株)博報堂

(株)博報堂DYメディアパートナーズ



場所は道頓堀商店街に面し、阪神ファンのダイブで有名な「戎橋」の南側正面。平日約20万人、休日約35万人の通行量がある。JRAの場外馬券場「WINS道頓堀」、及び競馬情報提供スポット「ゲートJ」もすぐ近く

ビジョンと同じベルスードビルのエレベーター壁面を利用した、サイズH18200×W5250mmの大型屋外看板。同媒体の管理・運営は(株)ケシオン



使用された大型ビジョンは、(株)PLANETが管理・運営する「トンボリステーション」。画面サイズはH3072×W4096mm