

Digital Signage TREND EYES

「スーパードライ」看板と巨大LEDが一体化、 浅草に新たな広告ランドマーク誕生。

「ビール缶」をモチーフにした内照式看板と、大型LEDビジョンを組み合わせたアサヒビールの屋上看板。



「内照式看板+ネオン」から 「内照式看板+LEDビジョン」へ

東京・西浅草1丁目、雷門通り西側正面に位置する「フロントオブ浅草」ビルの屋上看板がリニューアルされた。

広告主はアサヒビール(株)。同ブランドを象徴する「ビール缶」をモチーフにし

た内照式看板と、大型LEDビジョンを組み合わせた構成が特徴だ。缶部分はFFシートとLED内照式で表現され、サイズは幅5,100mm×高さ9,445mm。缶のフレームがビジョン映像に干渉しないよう、ビジョン面から150mm浮かせて設置されている(缶背面へのLEDビジョンの設置はない)。

放映コンテンツは、7時から18時までが静止画、18時から(23時まで)は動画放映へと切り替わる。「アサヒスーパードライ」の動画が、仕事帰りのビジネスパーソンや観光客の購買意欲を刺激する役割を担っている。

今回のリニューアルでは、これまでの「内照式看板+ネオン」から「内照式看板+LEDビジョン」へ刷新。採用されたLEDビジョンは軽量型10mmピッチ仕様で、前面・背面ともにIP65の防塵・防水性能を備える。画面サイズは幅17,280mm×高さ9,280mm(総面積124.7㎡)で、浅草の街並みにおいて大きな存在感を放っている。

製作・施工は(株)電通と(株)電通ライブ、設計は(株)共同エージェンシー、LEDビジョンの製造はセキシン電機(株)が担当。観光地・浅草に新たな広告ランドマークを築き、屋外プロモーションの新たな可能性を示す事例となった。

