

**渋谷駅構内に、期間限定で渋谷のカルチャー情報を発信する液晶ディスプレイを設置
渋谷の街への誘導効果や、情報媒体としての実用性などを検証する実験を実施します**

東京急行電鉄株式会社
株式会社東急エージェンシー
イツ・コミュニケーションズ株式会社

東京急行電鉄（本社：東京都渋谷区、社長：越村敏昭）、東急エージェンシー（本社：東京都港区、社長：久保恭一）、イツ・コミュニケーションズ（本社：神奈川県川崎市、社長：野本弘文）の3社は、2006年3月31日（金）から6月30日（金）までの3カ月間、渋谷駅構内2階コンコース（東急百貨店東横店内）へ実験的に、渋谷駅周辺のカルチャー情報を発信する液晶ディスプレイ「渋谷カルチャーボード」を設置します。これにより、街のカルチャー情報をタイムリーに発信することによる駅利用者の街への誘導可能性や、情報媒体としての実用性を検証します。

今回の実験はカルチャー関連の施設が多い渋谷の街の特徴を生かして行うもので、40型液晶ディスプレイ4台を使用し、アート・演劇・音楽・映画をはじめとする多様なカルチャー情報をタイムリーに提供することで、各施設への誘客を図ります。

液晶ディスプレイへの情報発信にはサイネージシステム（映像表示システム）を活用します。サイネージシステムは、パソコンなどで入力された最新の情報が、ネットワークを通して別の場所にあるディスプレイに簡単に表示できるもので、今回の実験では情報提供者である各施設がインターネット回線を通して情報入力を行い、実験事務局（東京急行電鉄と東急エージェンシー）が情報を確認したのち、渋谷駅構内に設置したディスプレイの情報が更新される仕組みです。街のカルチャー情報を駅でタイムリーに発信することで、駅利用者を各施設へ誘導しようとする、今までにない試みです。

実験の総合管理を東京急行電鉄、発信するカルチャー情報の募集・内容審査を東京急行電鉄と東急エージェンシー、システム構築・運営をイツ・コミュニケーションズ、機器の提供・設置をソニー株式会社が行います。

なお、東京急行電鉄では、同社の渋谷の街づくり構想である「Shibuya Culture Platform 構想」に基づき、東急グループの本拠地である渋谷を「文化を創造する街」として活性化する取り組みを行っており、2005年12月からは渋谷エリアの約70施設のカルチャー情報を網羅したウェブサイト「渋谷文化プロジェクト」<http://www.shibuyabunka.com/>を開設しています。

実験の詳細は別紙1・2をご覧ください。

以上

(別紙1)

実験の概要

ディスプレイの名称

「渋谷カルチャーボード」

実験期間

2006年3月31日(金)から6月30日(金)(予定)

ただし3月31日(金)～4月4日(火)はテスト放映期間

設置場所

渋谷駅構内2階コンコース(東急百貨店東横店内)

設備

ソニー製40インチ画面の液晶ディスプレイパネル4面(縦2×横2に配置)

各ディスプレイの情報提供事業者は4面別々とし、1日単位で変わります。

実験効果の検証方法

一定期間経過後、街頭での来街者へのアンケートを実施するほか、情報提供者による評価についての調査も実施します。

情報掲出料

実験のため無料。

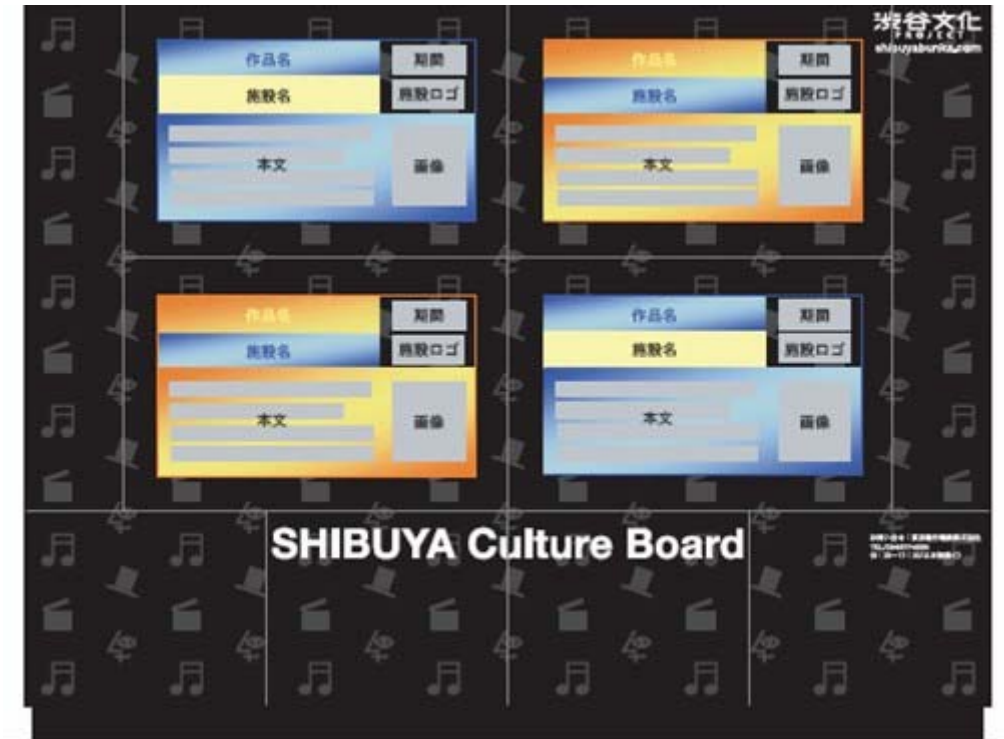
情報提供施設の一例

- ・Bunkamura(複合文化施設)
- ・ユーロスペース(映画館)
- ・Shibuya O-EAST(ライブハウス)
- ・ト・キョ・ワンダーサイト渋谷(ギャラリー)
- ・ヨシモトホール(お笑いライブハウス)

所在地はすべて東京都渋谷区

以上

(別紙2) 渋谷カルチャーボード(イメージ)



以上