

成功するデジタルサイネージ導入 検討に必要な 7 つのポイント

2026年3月

NECフィールディング株式会社

はじめに ～ 本書を読むとわかること ～

本書では、オフィスにデジタルサイネージの導入をこれから検討されるお客様、初めて携わられるお客様に対し、検討に必要な7つのポイントを紹介する資料です。

本書を通じて、貴社のオフィスサイネージの導入／検討にお役立てください。

なお、網羅的に整理しておりますので、適宜貴社の状況に合わせてピックアップして頂いても問題御座いません。

1

サイネージを導入するまでの **ステップ／段取り** が分かる

2

各ステップで、**何に取り組む必要があるのか** が分かる

3

無理なく、負荷の少ない運用でスタートが切れる

社内コミュニケーションの重要性

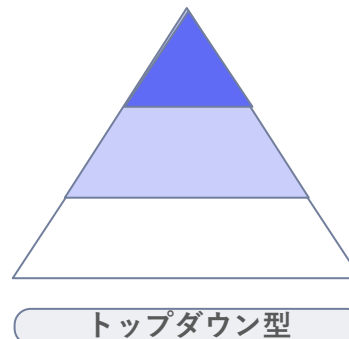
① オフィスサイネージの導入がひろがる背景

1. 変化に対応するためのコミュニケーションの重要性

企業の経営環境は、COVID-19/労働人口の減少を始めとした労働環境の変化や、グローバル化、異業種の参入を始めとした事業の不確実性(VUCA)など、大きな変化に直面しています。

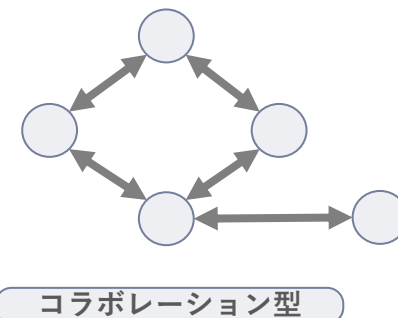
これら変化に対応するためには、組織における多様性／柔軟性を始めとした組織力の強化が重要です。そして、その高いパフォーマンスを発揮するためには、社内コミュニケーションが活発であることが重要です。

旧来型情報伝達モデル



- ・ 固定的な情報伝達(トップダウン)
- ・ 自由で活発な発想が生まれ難い

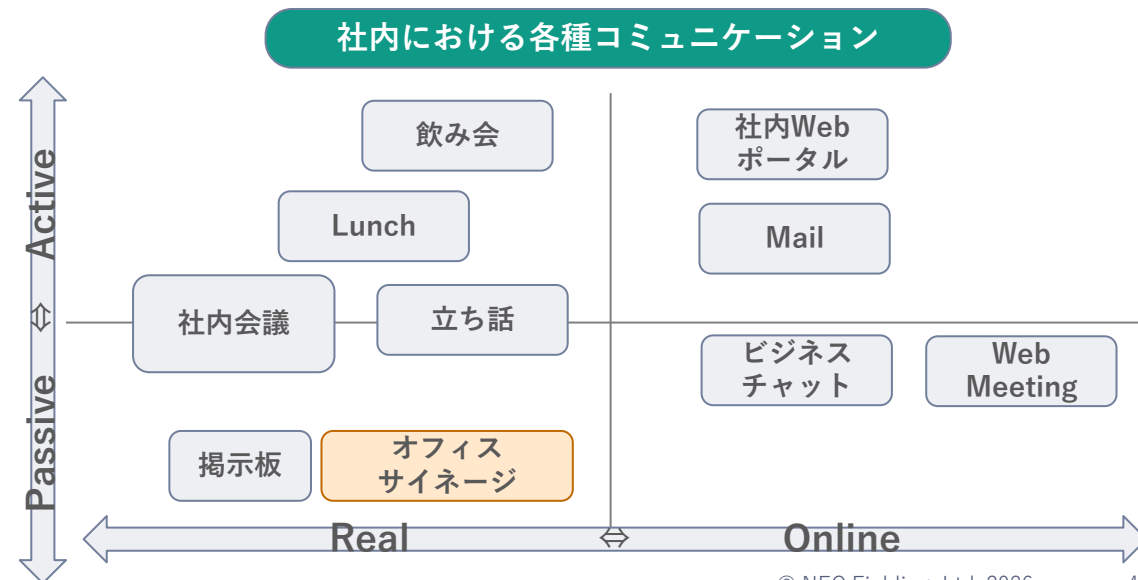
これからの情報伝達モデル



- ・ 活発で自由な発想が生まれやすい
- ・ 我が事と捉え、スピードUp

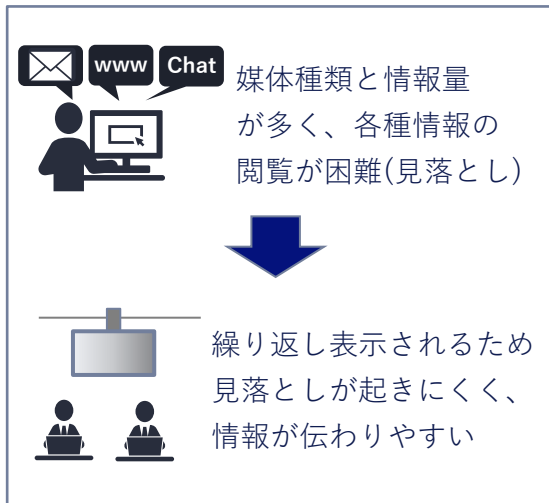
2. 漏れなく情報を伝える：オフィスサイネージ

社内の情報共有では、ポスターを始めとした社内掲示板、社内Webポータルやメールが広く使われてきました。最近ではビジネスチャットなど新たなツールの活用が進んでいます。ただ、これらの手段では①情報が古いままであったり、②見る時間がなく埋もれてしまう、③情報伝達手段が多岐に渡り読み飛ばしてしまうなどの弊害が出てきているようです。これら問題点を解決する一つ的手段として、最近では社内の情報共有にデジタルサイネージを活用するケースが増えてきております。



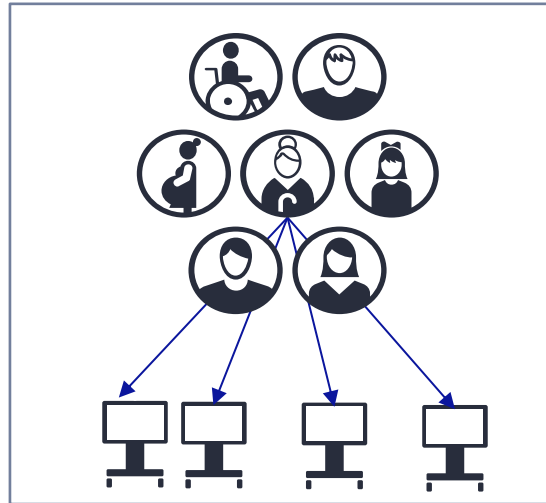
②オフィスサイネージ導入による期待効果

情報伝達力の向上



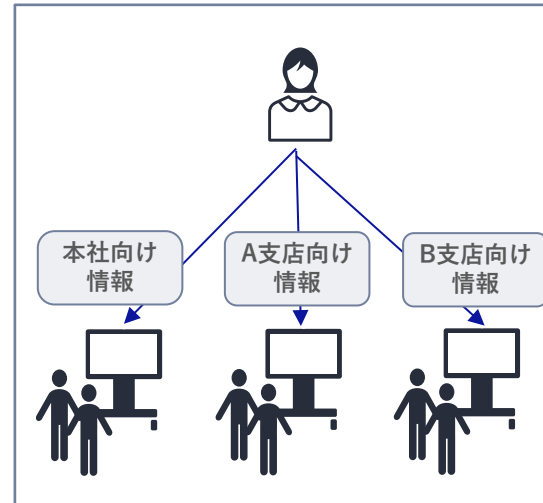
常にディスプレイに情報が表示されるため、Web／メールのような情報の埋没を軽減。また業務用のデバイスを持たない方への浸透にも有効です。

活発な情報発信／共有を実現



掲示板と比べ、比較的誰でも情報をアップすることが可能。それにより、多様で柔軟な社内コミュニケーションを生み出すことが可能です。

効率的／効果的な情報の共有



場所や時間ごとに情報表示を制御することが可能。それにより、必要な人に必要な情報が届けやすくなります。

オフィス空間の有効活用



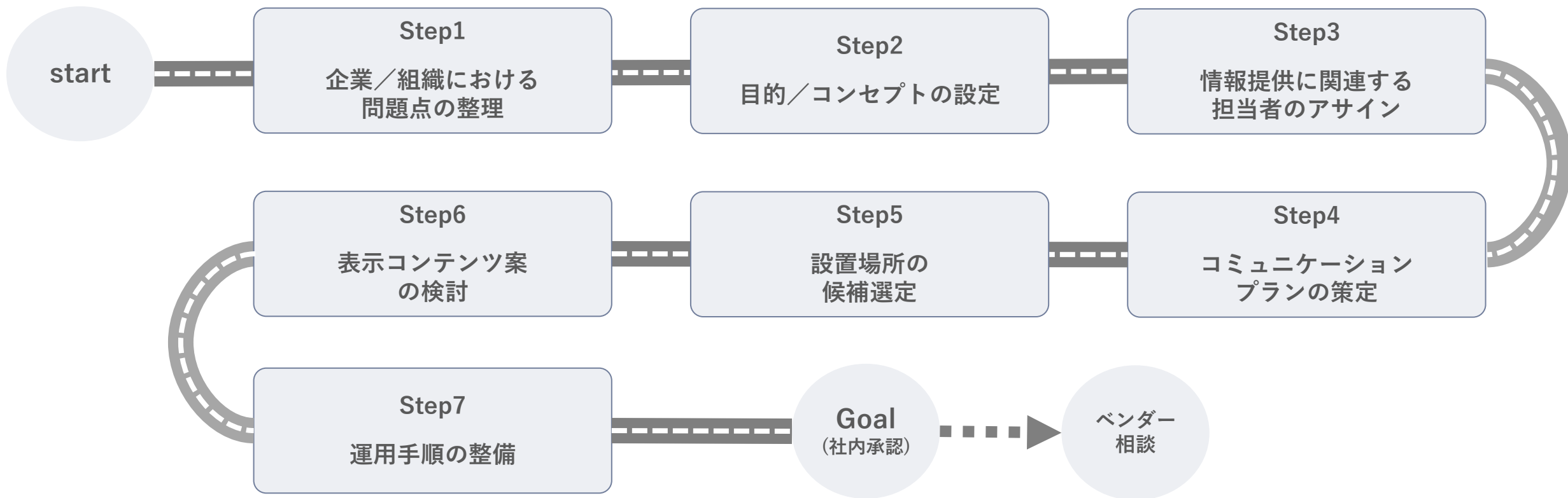
空きスペースを活用した情報発信／コミュニケーション機会の提供により、今までにはない新たな空間価値を生み出すことが可能になります。

初期検討における 7つのポイント

デジタルサイネージ導入における 7つの検討ポイント

自社内でサイネージの導入を検討する際の7つのステップをご紹介します。

検討のフェーズにより、Case by Case で検討項目の取捨選択はあるかと思いますが、この7つを踏まえていれば間違いなくスムーズに導入が進むと思います。



7つのステップの検討概要

1 企業／組織における 問題点の整理

まずは自社の情報発信／コミュニケーションに関する問題点から洗い出してみましょう。
問題点の洗い出しでは、一部のメンバーだけで抽出するのではなく、多様な意見を把握しておくことが大切です。
とりわけ、情報発信側の意見が主になりがちです。閲覧する側の意見も聞いておきましょう。

2 目的／コンセプトの 設定

問題点が列挙されれば、次に問題に対して優先順位をつけていきましょう。
優先順位づけができれば、『何のために／誰に／どのような』情報を提供すべきかの概略を整理してみましょう。最初は優先度：高の課題にまずは取り組んでみることをお勧めします。

3 情報提供に関連する 担当者のアサイン

目的／コンセプトが設定されたら、サイネージ導入や運用に関する担当者をアサインしましょう。
サイネージの導入運用には、コンテンツ制作／設置など多岐に渡り、実際には一人が何役もこなさなければ
ならないかもしれませんが、関係者への周知／理解のために整理しておくことが望ましいです。

4 コミュニケーション プランの策定

目的／コンセプトで整理した情報をベースに、情報を共有するプランの策定に取り掛かりましょう。
本フェーズでは、まずは大枠レベルで、どこで、誰に、どのような情報を表示するか、落とし込んで
いきましょう。適宜メンバーを巻き込みながら、意見出し／確認をすると良いでしょう。

7つのステップの検討概要

5 設置場所の候補選定

コミュニケーションプランで検討案にあがった設置場所の下見を行いましょう。
現場下見の際には、チェックリストを準備し、設置性／視認性などの観点で確認しておきましょう。
また支社／支店などの拠点の下見では、現地のメンバーも巻き込み状況を理解することが大切です。

6 表示コンテンツ案の検討

掲載コンテンツについての統一したルール（コンテンツレギュレーション）の策定が必要です。
主に、配信内容／期間、デザイン、ファイル種別などを規定します。
デジタルサイネージの特性に沿ったコンテンツレギュレーションの検討を行いましょう。

7 運用手順の整備

どのような流れで運用するのか、事前に整理をしておきましょう。
業務を定常化することで、計画的に業務を進めることができ、無理なく運用することが可能になります。
運用初期は、コンテンツ数を絞り、徐々にコンテンツ数を増やすとスムーズにスタートが切れると思います。

(コラム) よくある失敗事例

よくある失敗 1

体制を整備しないまま
検討をスタートしてしまった

- コンテンツ担当単独で検討を進め、システム／設備面に考慮漏れが多く検討が振り出しに戻ってしまった。
- 体制未整備のままスタートしたため、運用が回らず、結果同じコンテンツばかりが表示されてしまう

よくある失敗 2

ディスプレイの向きを
縦／横 双方で設置してしまった

- 縦／横 双方のコンテンツ作成が必要となり作成負荷が2倍に！！
- コンテンツ作成費用逓減のため、横型のコンテンツのみを更新し、縦型は同じコンテンツのみを表示する結果となってしまった。

よくある失敗 3

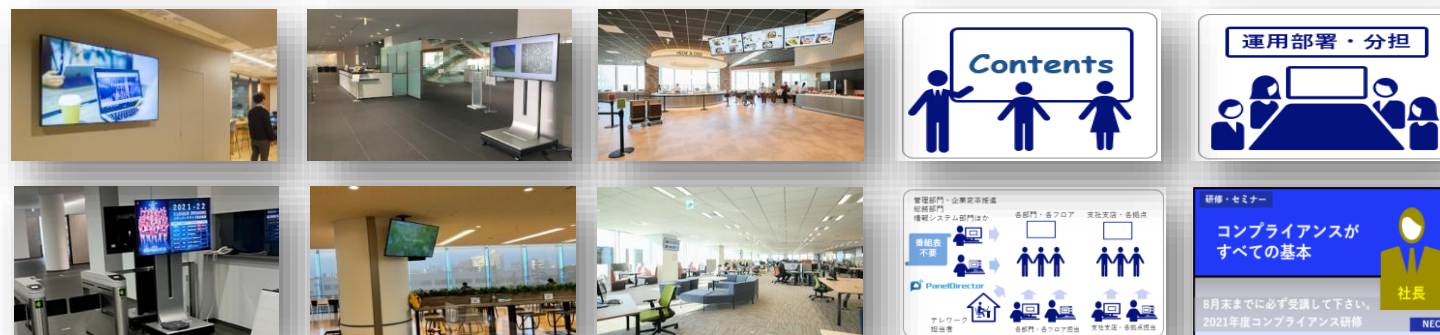
ディスプレイを設置したが、
思ったよりも小さかった

- 現地下見が不十分で、その場の空間を考慮せず、カタログスペックでモニターサイズを判断
- 設置スペースに対して、モニターサイズが小さすぎて、意味のなさないサイネージになってしまった

最後に

オフィスでのデジタルサイネージの導入を成功に導くには、本資料でご説明した7つのStepの着実な実行が重要です。しかし、それぞれのStepの実行の際には、自社のルールや組織制約により、様々な課題に直面することが想定されます。NECは20年以上の事業実績、自社や多彩なお客様への導入実績により培ったノウハウを活用し、それぞれのStepで適切なご支援が可能です。お気軽にご相談ください。

NECの多彩な導入実績・ノウハウ



【お問い合わせ先】

NECフィールディング株式 デジタルサイネージ担当

メールアドレス : d_signage@dsg.jp.nec.com

【導入事例】

NEC

出光興産様

その他

https://jpn.nec.com/d_signage/solution/pdfc/office_signage/index.html

https://jpn.nec.com/d_signage/cases/idemitsu.html

https://jpn.nec.com/d_signage/cases/index.html

NEC

\Orchestrating a brighter world

NECフィールディング