

● デジタルサイネージの設置目的

- ・本施設の駅前空間は、関内駅南口の目の前に位置し、**関内・関外エリアにおける玄関口**として、関内・関外地区の魅力を印象付ける
- ・デジタルサイネージは駅前広場に面して設置される為、**駅前広場の賑わいを増幅させ、没入感を創出することが主目的**
- ・加えて、駅を降り立った人に対するエリア情報を掲出、関内・関外エリアの玄関口として**エリア全体の賑わいも増幅させる**



1. デジタルサイネージの設置目的とデジタルサイネージに掲出するコンテンツの考え方

● デジタルサイネージに掲出するコンテンツについて

- ・ 関内・関外エリアにおける玄関口として、ふさわしい風格のある駅前空間を演出する為に、**<ハレの日>**と**<ケの日>**に分けてコンテンツを掲出

<ハレの日>

- ・ 関内・関外エリアでイベントがある日をハレの日と定義
- ・ イベント日は朝からイベント前の雰囲気を創出する
- ・ 時間帯毎の通行者特性に合わせて、イベント情報は適切に出し分ける
- ・ コンテンツ 例)イベントと連動した映像、エリア情報、企業広告など

—LIVE感のある賑わいを演出—



ハレの日の朝	イベント前	イベント中	イベント後	ケ
イベント前の雰囲気の創出 駅前広場:フォトスポット等の仕掛け デジタルサイネージ:イベント開催の告知	駅前広場と一体的にデジタルサイネージを利用 没入感を演出する	ハレが終わり ケの居心地の良さに		

<ケの日>

- ・ 関内・関外エリアでイベントがない日をケの日と定義
- ・ コンテンツ 例)制作動画、街区内情報、エリア情報など

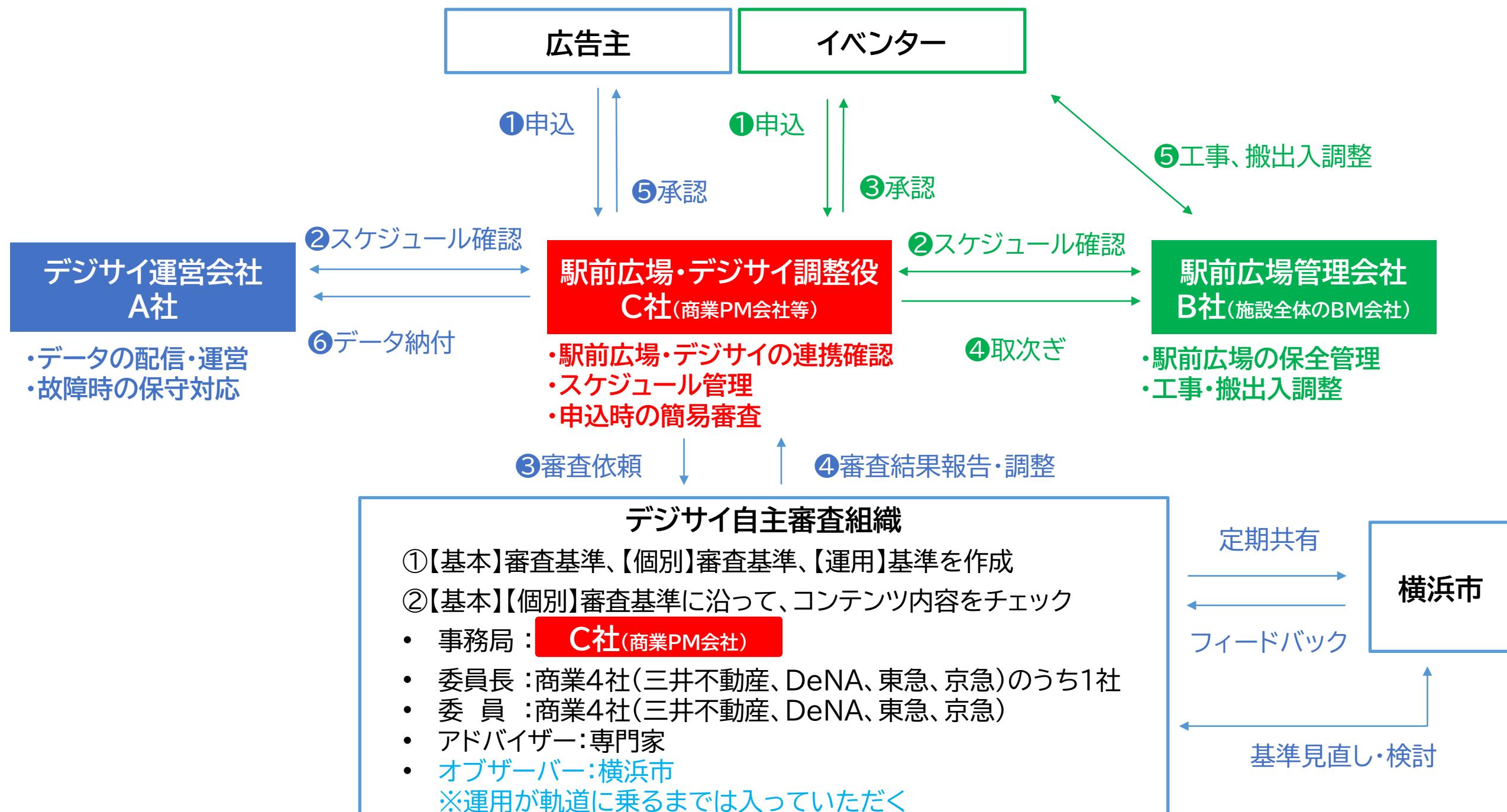
—居心地の良い滞留空間を演出—



ケ

3. 駅前広場の賑わいを創出する為の、駅前広場・デジタルサイネージが一体となった運営体制の構築

- ・デジサイ運営会社(A社)と駅前広場管理会社(B社)に加え、デジサイと駅前広場の運営調整を行う「駅前広場・デジサイ調整役(C社)」を設置する体制とする
- ・C社を、施設の販促・PRを行う商業PM会社等が担うことで、街区全体の賑わい創出に寄与できる体制
- ・さらに、自主審査組織の事務局もC社が担い、デジサイの円滑な運営が可能となる体制とする



●【基本】審査基準について

- ・①目指すべき姿と、②守るべき基準に分けて、定義付けを行う

①目指すべき姿

1. 広域視点(街のブランディング)

開港の歴史と、新しい文化を積極的に取り入れる関内独自の地域特性を活かし、持続的に創造的な活動が生まれる場所にふさわしい内容であり、地域のブランド形成と都市景観の向上に資するもの。

2. 中域視点(関内・関外エリアの回遊性)

関内の玄関口として、「地区の結節点」における連携強化の役割を担う為に、関内・関外エリアの多様かつ魅力的な側面を発信し、エリア全体の賑わい創出と回遊性向上に寄与すること。

3. 狹域視点(広場空間の価値向上)

「継承・再生・創造」「MINATO-MACHI LIVE」という街区コンセプトに合っており、ハレ:広場の賑わいやイベントへの没入感の創出に挑戦し(イベント目的の来街者に対して)、ケ:豊かな都市空間と居心地の良さを醸成し(駅前広場に立ち寄った方に対して)、市民の愛着やまちの魅力をより一層高める内容であること。