

RICOH

Visual Communication

デジタルサイネージ

お客様導入事例



信用組合の強みや魅力をリコーデジタルサイネージでPR。

運用を外部委託することで、情報更新がさらに手軽に。

横浜幸銀信用組合 様

- ご導入機種：リコーデジタルサイネージクラウドサービスおよび
RICOH Digital Signage Type2 11台
ディスプレイ：3.9mmピッチ屋外用LEDビジョン
W:2,000mm x H:1500mm 3㎡ 3台
北九州支店：3.9mmピッチ室内用グラスビジョン
W:2,000mm x H:1500mm 3㎡ 1台

Company Profile

- URL：https://www.yokohamakougin.co.jp
- 本店所在地：神奈川県横浜市中区尾上町5丁目77番地1
- 福岡営業部所在地：福岡県福岡市中央区天神2-14-2
福岡証券ビル1階
- 事業内容：金融
- 従業員数：338名（2023年3月現在）



横浜幸銀信用組合
福岡業務部
上席調査役
小野 裕三 様

横浜幸銀信用組合様は、関東地方と九州地方を中心とする19県で28店舗を展開しており、各地域の組合員様へ良質な金融サービスを提供されています。2017年の発足以来、計画を上回る成長率で業績を伸ばされている中、さらなるビジネスチャンスの拡大に向けてブランディングを強化するため、リコーデジタルサイネージを導入されました。店外に向けて設置した大型のディスプレイから、横浜幸銀信用組合様ならではの強みや魅力を効果的にPRされています。現在、11の店舗に導入しているリコーデジタルサイネージのうち西日本エリアの7台については、基本的な運用を広告代理店へ委託されています。コンテンツの作成から店舗への遠隔配信まで、一連の更新作業を広告代理店へ委託することで、情報更新がさらに手軽に。本部にも店舗にもできる限り業務負担をかけない形で、商品の案内やキャンペーン情報、さらに店舗オリジナルの情報まで、様々なコンテンツを柔軟に配信されています。リコーデジタルサイネージによるPR・ブランディングの強化が、横浜幸銀信用組合様の認知度アップに貢献。新規のお客様数が増加しています。

導入前の課題

- 合併により名前が変わり、改めて「横浜幸銀信用組合」を浸透させる必要があった。
- 業務負担をできる限りかけない形で、情報更新ができる方法を探していた。
- さらなるビジネスチャンス拡大に向けて、店外に向けた情報発信を強化したかった。

導入後の効果

- ❗ 横浜幸銀信用組合の強みや魅力を多くの方に見てもらえるようになった。
- ❗ リコーデジタルサイネージの運用を広告代理店に委託することで、さらに手軽に情報更新ができるようになった。
- ❗ 店舗の認知度アップに貢献。新規のお客様数が増加している。



横浜幸銀信用組合は、横浜中央信用組合と九州幸銀信用組合の合併により2017年に発足しました。その後、旧信用組合岡山商銀との合併を経て、現在19県で28店舗を展開しています。歴史ある信用組合が合併し事業規模が拡大した効果は大きく、2017年の発足以来、業績は計画を上回る成長率で伸びています。この合併効果を、より良質なサービスの提供という形でお客様へ還元していくため、快適な店舗づくりに向けた設備更新や、今まで以上に利便性の高い場所への店舗移転・リニューアルオープンなども積極的に進めています。

合併後のPRやブランディングを強化するツールとして、デジタルサイネージに興味を持たれたそうですね。詳しく教えてください。

合併により名前が変わったので、改めて「横浜幸銀信用組合」という名前をPRしていく必要がありました。例えば、「九州にあるのになぜ横浜？」と不思議に思われる方もいらっしゃると思うのです。こうした皆様にも、横浜幸銀信用組合を地域に根差した信用組合として認知いただき、親しみを感じていただくために、デジタルサイネージで私たちの取り組みや商品・サービスを紹介し、ブランディングを強化していきたいと考えました。

リコーのデジタルサイネージを選んだ決め手を教えてください。

一番の決め手は、クラウド型なので、コンテンツの作成から配信まで一連の運用を外注しやすい仕様であることです。営業推進の戦略上、ブランディングの強化は不可欠である一方、職員数は限られています。そこで、デジタルサイネージの運用は広告代理店に委託することを前提に、運用を外注しやすいツール、という基準でデジタルサイネージを選びました。また、「リコーの製品である」という点も大きかったですね。これまでの取引を踏まえたリコーという会社に対する信頼、安心感が決め手の一つとなりました。

現在、どのように活用されていますか？

新装開店した店舗や、駅前など利便性がよく人通りの多い場所にある店舗から順次導入しており、現在11店舗で各1台活用しています。いずれも地域の皆様へのPRが目的ですので、大きなディスプレイを店外に向けて設置しています。ディスプレイの種類やサイズは、店舗の環境によって異なります。例えば、強い日差しがあたる店舗には、高輝度なLEDビジョンを採用しコンテンツの視認性を高めるなど、リコーが各店舗の環境に適したものを提案してくれるので助かっています。



福岡営業部
明るい日中でもコンテンツが見やすい高輝度なLEDビジョン。



北九州支店（LEDビジョンの背面）
店内の開放感と調和するよう、透過性の高いLEDビジョンを採用。店内からは、LEDビジョン越しに店外の様子が見える。

運用体制は、東日本エリアと西日本エリアで分けています。福岡営業部が管理する西日本エリアの7台については、全て同じ広告代理店に運用を委託しています。

福岡の本部、店舗、広告代理店はどのように連携しているのですか？

全店舗共通のキャンペーンについては、本部でキャンペーンの内容を企画し、広告代理店へリコーデジタルサイネージ用のコンテンツ作成を依頼。広告代理店が作成したコピーやデザインを本部で確認し、リーガルチェックを行った上で広告代理店に戻し、広告代理店から各店舗へ遠隔配信しています。一方、店舗オリジナルのキャンペーンでは、店舗の職員がPowerPointでコンテンツを作成し画像に変換の上、広告代理店へ直接配信依頼をしています。もちろん本部でもキャンペーンの内容を確認し、コンテンツのリーガルチェックは行いますが、コピーやデザインの修正を指示することはほぼありません。各店舗の特色を打ち出していくことは営業推進の基本方針でもあるので、全て本部で決めるのではなく地域性や店舗らしさのあるコンテンツを柔軟に配信しています。



横浜幸銀信用組合
福岡営業部
部長代理
山本 和範 様

広告代理店とスムーズに連携するために、工夫していることはありますか？

年間のキャンペーン計画を広告代理店と共有し、それに沿って更新作業を行っています。以前から取引のある広告代理店なので、私たちの商品やデザインの好み、方向性をよく理解してくれています。ですから、従来の取引の延長線上にリコーデジタルサイネージの運用がある感覚ですね。リコーデジタルサイネージのために特別なルールを作らなくてもスムーズに連携できています。

配信しているコンテンツ例を教えてください。

- ・商品のご案内
- ・店舗の連絡先
- ・全店舗共通のキャンペーン情報
- ・店舗オリジナルのキャンペーン情報
- など



キャンペーン情報。イメージキャラクター「ジャッキー」のイラストを用い、親しみやすいデザインに。

導入によりどのような効果が生まれていますか？

店頭から様々なコンテンツを展開することで、「横浜幸銀信用組合」という存在を多くの方に認知いただけるようになったと思います。リコーデジタルサイネージのおかげもあって、新規のお客様数は増加しています。業務負荷軽減の効果も大きいです。基本的な運用は広告代理店に委託しているので、本部でコンテンツを作成したり、各店舗への配信状況を細かく管理をしなくて良いのは大変助かります。店舗においても、従来のようにキャンペーンの度にポスターを貼りかえる負荷が軽減され、より本業に集中できる体制を整えることができました。

今後の活用について教えてください。

引き続き店舗リニューアルのタイミングなどで、リコーデジタルサイネージの導入を進めていく予定です。これからも、リコーデジタルサイネージでブランディングを強化し、地域の皆様とのつながりを深めていくことを目指しています。

リコーデジタルサイネージ

3大選定ポイント

- ①クラウド型のため運用を外注しやすい。
- ②リコーとの取引に対する信頼、安心感があった。
- ③運用を外注しても、費用対効果を期待できる価格設定だった。

お客様導入事例をWEBサイトでご紹介しています。
<https://www.ricoh.co.jp/signage/case>

リコーのデジタルサイネージ

<https://www.ricoh.co.jp/signage/>

RICOH
imagine. change.

リコージャパン株式会社

お問い合わせ・ご用命は

<https://www.ricoh.co.jp>