

暮らしの生活情報をその現場で提供する

トータルソリューションで差別化

(株)ミュープランはタッチパネル&デジタルサイネージ（双方向型電子広告システム）を中心とした情報端末システムのトータルソリューションを行っている。具体的には賃貸物件や、中古車をタッチパネルでその場で検索できるという製品である。以前からタッチパネルの装置は存在した。しかし、ソフトもあわせたトータルソリューションを提供できる企業は他にはなかった。



デジタルサイネージ

デジタルサイネージのメリット

平成3年に創業した藤崎社長は当時、大手電機メーカーのソフト開発を行っていた。その後、平成13年に消費者金融の無人店頭セルフタッチパネルシステムの引き合いがあった。それと同時期に駅でのタッチパネル券売機も一括受注した。これらの製品を完成させたとき、藤崎社長は「タッチパネル&デジタルサイネージ」の魅力を感じていた。そうした折、「最近是对人、対面が苦手な人が多くなっている」との話を聞いた。これにより、藤崎社長はビジネスとしての可能性を確信した。一般的な消費者の購買行動を分析すると、「製品・サービスに気づき」「手に取り」「他製品と比較し」「購入を決定し」「代金の支払いを済ます」といった過程をとる。業種・業態によるが、この間のすべての行動に関して店員が関与していることが想像できる。これが、タッチパネルを使用すると、「製品・サービスに気づき」から「他製品と比較し」までの過程で店員が関与しなくてすむ。一般に「店員が近くに

いると思うと、思い通りに商品を見ることをためらってしまう。」といわれる。本来、消費者は何の気兼ねなく商品を見たいものである。さらに、消費者にとって必要な情報だけを入手することが可能となるため、店員の接客時間も減らすことができる。つまり、消費者・店舗両者にとって、煩わしさや時間などの見えないコストを削減することが、「タッチパネル&デジタルサイネージ」では可能となるのだ。



情報発信 + 店舗誘導

ビジネスナビゲータとの活動

最初に受注した消費者金融無人店頭セルフタッチパネルシステムは、銀行にあるATMのようなものであった。これは既に完成されたシステムであったが、藤崎社長はより多角的に応用ができるように改良を重ねていった。しかし、都営地下鉄から引き合いがあったシステムについては、対応するには大掛かりな開発が必要であった。そのために公社の自立化・専門化助成金を活用した。これがキッカケとなり公社との関係が構築され、平成15年には、ニューマーケット開拓支援事業の支援製品となった。

ニューマーケット開拓支援事業におけるビジネスナビゲータの支援には大きく3つの利点がある。まず、「通常では訪問ができないような大手企業でも営業活動ができること」次に「すぐに決裁者まで話を通すことができること」そして、「先方も当方も両方が安心感を持って話ができて、製品の良し悪しをきちんと評価してもらえること」である。飛び込んで入ったとしても門前払いがほとんどだ。また、仮に入れたとしても決裁者までは届かず、担当者レベルでとまってしまい

企業概要

(株)ミュープラン

東京都三鷹市下連雀3-38-4 三鷹産業プラザ4F

URL: <http://www.muplan.co.jp/>

代表取締役 藤崎正裕

資本金 6,316万円

業種 ソフトウェア開発及び販売業

主要製品 タッチセンサー付液晶モニター

結局時間ばかりがかかってしまうことが多い。さらに、中小企業であるため余計なフィルターがかかり、無駄なエネルギーを使うことになってしまう。藤崎社長は大手企業への営業活動がどんなに難しいかは、わかっていた。しかし、ビジネスナビゲータを活用することでそれらの問題が発生せず、非常にスムーズに話が進むようになっていった。



端末&システム運用・保守

日本初のインフォメーションディスプレイ

担当のビジネスナビゲータから、ある製品を紹介してもらった。その製品の技術と当社の技術を組み合わせることで日本発のインフォメーションディスプレイが完成した。

この製品は店頭のガラスをはさんでタッチパネルが操作できるというものだ。そのため、夜間、営業時間を過ぎてシャッターを閉めた後も消費者はタッチパネルを操作できる。この製品の効果を測定するため、ほぼ24時間、タッチパネルを操作された件数をカウントした。それにより、午後7時から午前1時の間にタッチパネルを操作した件数が、午後7時前までの件数よりも多いことがわかった。(操作件数のおよそ55%が午後7時以降)つまり、消費者は店舗を閉めた後の時間に商品検索を行っているのだ。

この画期的な製品が完成してからは、引き合いが急増した。現在はビジネスナビゲータの紹介で大手の液晶テレビメーカーとの共同開発を行っている。今後も研究・開発を行い、改良を重ねていくつもりだ。

ナビゲータの声

(株)ミュープランは、トータルソリューションが出来ることが最大の強みです。装置だけ、ソフトウェアだけ、といった一方だけの強みではなく業界の状況を把握しつつ業務ノウハウに裏打ちされたソリューションができることが最大の優位点です。不動産業向けのシステムにおいては、ハードウェアとコンテンツの組合せを持っており、既存業務の改革をなしえるビジネスモデルになっていることが特徴です。窓型タッチパネル検索システムと、液晶大画面のデジタルサイネージをきれいに配置し、今までの不動産屋さんのイメージとはガラリと変わった明るいウインドウで、閉店後も物件情報をPRできるようになったと喜ばれています。

東京ビッグサイトのアトリウム・エントランス・コンコースへも設置でき、PR効果も上がり各方面から問い合わせがきているようです。マッチング等で紹介した先からも、日常の問合せ事項についてレスポンスがよい、社長は誠実でこのソリューション事業全般に精通している、顧客ニーズをくみ取った提案ができる、との評価をもらっています。

近い将来、中堅企業に成長されるでしょう。

企業の声

最初に駅に導入したときは大変苦労しました。日本初のことでしたので予期しないことが何度も発生しました。毎日その駅に通ったものです。製品開発で最も難しいことはアイデアを製品化することではなく、製品を実用に耐えるレベルまで完成させることだと感じました。

広告は一方通行です。デジタルサイネージは双方向での情報交換でありコミュニケーションツールとなります。デジタルサイネージ市場は将来2兆円規模に発展するといわれています。業種を問わず、飲食店(オーダー端末)小売店などにもどんどん展開していきたいと考えています。