

# LEDバックライト搭載パネル好評

## 高視認性・省電力をPR

### 販促ツールさらに拡充

ムラキは、LEDバックライト搭載パネル「MS Please (ゼロ)」の提案活動を強化し、全国で導入SSを拡大する。アナログとデジタルの中間を狙った「お手軽サイネージ」をコンセプトに新規商品化し、高い視認性と省電力・低価格を兼ね備えた商品として導入SSから好評だ。同社は「今までにない新しいデザイン看板」とし、今後も販促ツールの提案を拡充していく構え。

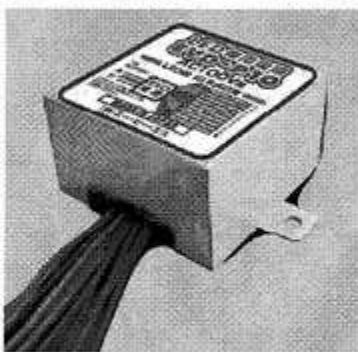
#### ムラキ

オリジナルLED板面配列構造を採用した、板面発光LEDタイプ。明るさ六千ルクスの高輝度で、従来型のエッジライトタイプLED看板とくらべて同社は「二倍の明るさ」としている。本体も低価格で、LEDの特



MS Please

徴である省エネ設計(消費、IP67相当の防水仕様電力4W)はもちろん、様のため屋内・屋外に對あり、要置



無接点タイプの専用電源

応可能だ。

車検・洗車・タイヤなど商材PRを訴求する「フェイスシート」を差し替えて使用する。全画面LEDの効果により、フィールドでも非常に明るく商材PRが見栄えする。シートデザインは基本の十六パターンが、同社は「LED本来の長寿命・省電力性能を発揮できる」としている。

「無接点タイプ」の専用電源を搭載するも特徴だ。一般的に長寿命とされるLEDだが、照明などで一年も経たず切れなどの話も聞くことがあり、その原因は多くの場合が電源部分とされる。電源内の接点不良などがトラブルの元とされており、無接点タイプ電源(国際特許取得済み)は機械的なトラブルを排除することで、同社は「LED本来の長寿命・省電力性能を発揮できる」としている。

同社はSS車検マークの拡大にもない従来から、車検告知策(店づくりなど)の支援を段階的に強化してきた。昨年の「M-Wing(エム・ウイング)全国キャンペーン」の一環で、同活動では来店促進ツールとしてLED料金看板を訴求したが、新商品のMS Pleaseは来店客に対する商品PRを強化し、セールスチームに誘引するツールと位置づけられている。

エム・ウイングキャンペーン後の昨年末から本格的に販売活動を拡大したが、同社は「新たな提案活動の象徴として、ゼロとネーミングした。今後販促ツール提案を拡充していく方針で、期待してほしい」と自信を見せる。