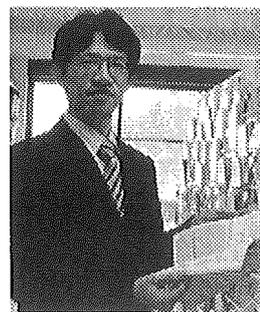




位置情報の活用 ―その可能性と地域課題―

国立大学法人 小樽商科大学 グローカル戦略推進センター
教育支援部門長・商学部社会情報学科 教授

深田 秀実



最近、位置情報を活用するスマートフォン向けゲームが話題になっています。2016年7月22日に日本でも配信が始まった位置情報ゲームのことです（筆者は、商標登録などの権利関係に詳しくないため、本稿では"PGアプリゲーム"と呼ぶことにします）。このPGアプリゲームは、拡張現実感技術が用いられており、ゲームやアニメーションの中に登場するキャラクターが、あたかも現実世界に現れるような感覚でゲームを楽しむことができるようです。

拡張現実感とは、AR (Augmented Reality) と呼ばれており、現実世界に対して、スマートフォンなどの画面を通して、デジタル情報を付加することにより、現実を拡張・拡張しようとする技術の総称で、仮想空間と現実世界を関係づけ、人間の現実世界での活動を支援する情報提供手法のひとつです。

また、位置情報を活用する例としては、自動車を運転する際に利用するカーナビゲーションをはじめ、スマートフォンなどの携帯端末では衛星測位機能が内蔵されていますので、地図アプリを利用された方も多いと思います。

これまでも位置情報と連動するモバイルゲームがあったのですが、いま話題のPGアプリゲームは、スマートフォンの衛星測位技術とAR技術、そして世界的に親しまれているキャラクターをうまく組み合わせることで、社会現象と言われるようなヒットとなっているようです。

ビジネスにおける視点でも、この位置情報ゲームは注目されており、アメリカの調査会社によると、「公開から1箇月足らずで1億2,000万ドル以上のアプリ課金を生み出した」というようなWeb記事もあり、これまであまり位置情報ゲーム、あるいは、その上位概念である位置情報サービスに関係のないビジネス・パーソンも気になっている方が多いのではないのでしょうか。

このPGアプリゲームに関する新聞やメディア

情報を読んでいると、店舗等に対する集客力の向上や地域活性化に役立つ可能性があるという論調の記事を目にします。しかし、一方で、人々が集まってほしくない場所や安全の観点から注意を要する施設などにも、このゲームをプレイする人が意図せず集まってきてしまい、迷惑であるという趣旨の記事も散見されます。

確かに、山陰地方のある県がアピールしているように、位置情報ゲームを活用することで、観光客数を一時的に増やすことに繋がる可能性もあると考えられます。しかし、このゲームのアクティブ・ユーザの多くは20歳代・30歳代の若者層ではないかと考えると、実数として、どの程度の若者が、地方の観光地へ出向くのでしょうか。例えば、今後、このゲーム開発会社の協力のもと、とある地方の特定の場所へ行かないと出会えない限定キャラクターが登場したとしても、"キャラクターの巣"といわれるような大都市の公園やランドマークのほうが、残念ながら、多く●若者プレイヤーを引きつけるのではないのでしょうか？

もちろん、位置情報サービス全体の新たな可能性を否定している訳ではありません。今後、技術開発がさらに進めば、これまで誰も考えなかったようなスマートフォン用アプリケーションが登場し、利便性がより高まるかもしれません。

しかし、大事なことは、本当の意味で、社会に役立つ位置情報サービス(ロケーションビジネス)を考えることではないのでしょうか。一時的な流行のピークを狙って、ただ目の前の利益だけを優先するのではなく、位置情報等を活用することで、持続可能で魅力的な地域にするためには、どのような"仕掛け"が必要なのか？ そのためには、どのようなモノ(技術)を取り込み、どのような組織や人と協働していけばよいのか？ 地方に住む我々は、そんな大きなビジョンも意識しながら、新たなチャレンジを模索していくことが求められているのではないかと思います。