

有望ビジネス② 位置情報

“いまここで”が生む新ビジネス

位置情報の活用領域が拡大し始めた。モバイルと位置情報の連携により、ユーザーの“いま”に即応したサービスを提供。今後のモバイルビジネスの鍵を握る要素といっても過言ではない。

文 坪田弘樹(本誌)

“いまここで欲しい”情報を、ユーザーにタイムリーに届けられる」「フィールドワーカーの業務の仕方が変わる」――。

位置情報サービスを展開する事業者は口々に、モバイル端末と位置情報を組み合わせることで、人の生活行動や企業の業務のやり方に大きな変化をもたらせると語る。モバイルビジネスにおいて、位置情報の重みはますます増している。

GPS測位機能は携帯電話 / スマートフォンのいまや“標準機能”となった。総務省の試算では、2011年には9000万台のモバイル端末にGPS機能が搭載されるという。位置情報と連動したサービスやアプリケーションの利用環境が広がると同時に、従来はナビゲーションや地図の表示などが中心だった位置情報の活用領域が、さまざまな分野に拡大し始めて

いる。

コンシューマー向けサービスの分野でまず注目されるのは、ユーザーの現在位置をベースに、“次の行動”をアシストするための情報を提供する「行動支援型」あるいは「エージェント型」などと呼ばれるサービスだ。リアルタイムな状況とスケジュール情報、行動履歴を分析するためのライフログなど各種の情報を組み合わせることで、従来なかった新しい体験をユーザーに提供できる。

代表例は、NTTドコモのiコンシェルだ。ユーザーのライフスタイルや現在地・時間に合わせた情報の配信、スケジュールに登録された場所までの経路検索など、位置情報の自動測位機能「オートGPS」と連携した各種の機能を提供している。

こうした行動支援型サービスは通信事業者が最も注力し、今後のサー

ビス戦略の柱ともなるものだ。位置情報はその要と言える。

スマートフォンが牽引

もう1つ、位置情報の活用領域を拡大させる要因となっているのがスマートフォンだ。

iPhoneやAndroid端末にはGPSとともに地磁気 / 加速度センサーが搭載され、その情報とGoogleマップ等の地図機能を連携させて使える環境がすでに備わっている。携帯電話向けにこれまで有料で提供されてきたナビゲーションや地図検索サービスには及ばないものの、ユーザーはスマートフォンを使い始めると同時に、Webアプリを使って同様の機能が利用可能になる。この位置情報への親近感も見逃せない要素だ。

位置情報と地図機能を使ったアプリの開発も活性化している。WebサービスのマッシュアップやARなどの新技術を取り込んだ位置情報アプリやサービスが次々と誕生。今後もApp StoreやAndroid Marketを経由して拡散し、従来にないリアルタイム性を備えたモバイルインターネットサービスが実現されていくはずだ。

au one ラボが08年から提供しているAR(Augmented Reality : 拡張現実)アプリケーション「実空間透視ケータイ(β 版)」も、位置情報の新た



位置情報を活用したアプリケーションのなかでも特に注目度が高いのがAR(拡張現実)。カメラで写した現実の風景にさまざまな電子情報を重ねて表示できる。写真は、三井不動産販売とアットウェアが5月から提供開始した「三井のリパーク」の情報検索サービス