



An impress Group Company

各 位

2015年1月13日
株式会社インプレス

iBeacon／カーテレマティクス／スポット情報／コンテキストなどの事例から、スマートシティ／オープンデータ／ウェアラブルとの連携までを網羅

『位置情報ビジネス報告書 2015』

1月14日（水）に発売

<https://r.impressrd.jp/iil/geo2015>

インプレスグループで IT 関連出版メディア事業、及びパートナー出版事業、デジタルメディア&サービス事業を展開する株式会社インプレス（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：関本彰大）は、iBeacon やウェアラブルデバイスの登場や、カーテレマティクス、コンテキストサービス、スマートシティへの応用で注目を集める位置情報技術について、国内外の最新ビジネス事例とそれを支える技術の最新動向を網羅した、『位置情報ビジネス報告書 2015』を、1月14日（水）に発売します。

位置情報技術は、今や私達の生活にとって重要な技術になっています。例えば、もし、今、GPSをはじめとする測位技術が利用できなくなった場合、スマートフォンのサービスの多くが成り立たなくなったり、物流にも大きな影響が出てきたり、ということが考えられます。

位置情報技術がさまざまな分野で活用されるようになったことにより、「位置情報ビジネス」という、位置情報を主語にした市場では捉えきれないような可能性が広がっているとも言えます。

これまでは、位置情報を使った情報配信やナビゲーション、マーケティングに関するビジネスモデルが大半でしたが、本書では、O2O (Online to Offline)、スマートシティ、ウェアラブルデバイス、UAV (Unmanned Aerial Vehicle、無人航空機) など、多岐にわたり掲載しています。

本書は全7章で構成され、具体的な各章の内容は下記の通りです。

第1章では、進化の速い位置情報ビジネスについて、その定義と概要や沿革、国内外の最新の市場規模や利用動向について解説しています。

第2章では、主要な位置情報ビジネスを「地図」「カーテレマティクス」「ソーシャルメディア」「スポット情報」「コンテキスト」「センサー」「その他」と7つのジャンルに分類し、国内外の33のビジネス事例について、最新情報を紹介しています。特に、先行して多様なサービスが生まれている海外企業の事例についても、詳しく解説しました。

第3章では、iBeacon の登場により普及期に入ろうとしている、店舗内などにおける高精度の位置情報データを利用したマイクロロケーションサービスについて、国内外の事例を紹介しています。iBeacon で利用されている近距離無線通信技術「Bluetooth Low Energy」(BLE) の解説も行っています。

第4章では、スマートシティについての取り組みについて、位置情報を利用している事例や各国の実証実験と、その将来性を紹介しています。また、スマートシティを実現するために必須となる、IoT (Internet of Everything) を支えるクラウドサービスと位置情報の連携についても解説しました。

第5章では、位置情報技術動向の詳細を記載しています。iBeacon やウェアラブルデバイス、ドローンとしての利用も期待される UAV（無人航空機）などの新しい動向について詳しく解説しました。

第6章では、政府や自治体がつデータ、「オープンデータ」として民間が活用する取り組みについて、国内外の法制度の現状と、位置情報に関連する事例を解説しています。

第7章では、位置情報ビジネスの将来展望について、技術的な側面と、ウェアラブルデバイスやスマートホーム（スマートハウス）、ロボットなどと融合することで新たな可能性が期待されるサービスの視点から予測しています。

本書は、急速に発展し、さまざまな業界を変化させている位置情報ビジネスについて、市場、事例、技術と周辺ビジネスなど多様な視点から網羅的に解説した、必読の一冊です。

<<調査報告書の製品形態、および販売に関するご案内>>

位置情報ビジネス報告書 2015

[iBeacon/カーテレマティクス/スポット情報/コンテキストなどのサービス事例から、スマートシティ/オープンデータ/ウェアラブルとの取り組みまでを網羅]

上田直生、黒瀬翼、鈴木まなみ、関治之 [著]

<<製品形態・販売価格一覧>>

発売日 : 2015年1月14日(水)

価格 : CD(PDF)版 68,000円+税

CD(PDF)+冊子版 78,000円+税

判型 : A4判

ページ数 : 274ページ

詳細、ご注文は右よりご覧ください。 → <https://r.impressrd.jp/iil/geo2015>

位置情報ビジネス報告書 2015

[iBeacon/カーテレマティクス/スポット情報/コンテキストなどのサービス事例から、スマートシティ/オープンデータ/ウェアラブルとの取り組みまでを網羅]

【目次】

はじめに

第1章 位置情報ビジネスの概要

1.1 位置情報ビジネスとは何か

1.1.1 位置情報ビジネスの概要

1.1.2 位置情報ビジネスの構造

1.2 位置情報ビジネスの歩みと成長の背景

1.2.1 地図サービスのインターネット対応

1.2.2 地図やPOIのAPI公開

1.2.3 携帯電話のメディア化

1.2.4 グローバルでのスマートフォンの普及

- 1.2.5 位置情報ビジネスとソーシャルメディアの接近
- 1.2.6 加速するリアル連動
- 1.3 世界の位置情報ビジネスの市場規模
 - 1.3.1 位置情報ビジネスの利用動向

第2章 位置情報ビジネス 国内外最新サービス動向

2.1 位置情報ビジネスの分類

2.2 地図サービス

2.2.1 Google マップ（提供会社：Google）

- 〔1〕 Google Now と Field Trip
- 〔2〕 乗換案内とオフライン地図
- 〔3〕 Waze の買収と Ingress
- 〔4〕 Google Maps API for Work
- 〔5〕 My Maps Pro と Maps Coordinate

2.2.2 Apple Maps

2.2.3 Baidu Map（百度）

2.2.4 Waze（ウェイズ）

2.3 カーテレマティクス系

- 〔1〕 アプリケーションプラットフォームとしての車載インフォテインメント
- 〔2〕 車載データの活用

2.3.1 CarPlay（提供会社：Apple）

2.3.2 Android Auto（提供会社：Google）

2.3.3 Automatic Link（提供会社：Automatic）

2.3.4 Delphi Connected Car（提供会社：Delphi Automotive）

2.3.5 カートモ

2.3.6 本田技研工業

2.3.7 日産自動車

2.3.8 トヨタ自動車

2.4 ソーシャルメディア系

- 〔1〕 単独でサービスされているもの
- 〔2〕 位置情報をタグ付けし、1つの機能としてサービスされているもの

2.4.1 Swarm（提供会社：Foursquare）

2.4.2 僕の来た道（提供会社：Yahoo!株式会社）

2.4.3 Facebook Places（提供会社：Facebook）

2.4.4 Instagram（提供会社：Instagram）

2.5 スポット情報サービス

- 〔1〕 プラットフォームとしてユーザーと事業者をつなぐサービス
- 〔2〕 UGC（ユーザージェネレートコンテンツ）タイプのサービス

2.5.1 ぐるなび（提供企業：株式会社ぐるなび）

2.5.2 食べログ（提供会社：食べログ）

2.5.3 Yelp（提供会社：Yelp）

2.5.4 TripAdvisor（提供会社：TripAdvisor）

- 2.5.5 Foursquare (提供会社 : Foursquare)
- 2.5.6 Retty (提供会社 : Retty 株式会社)
- 2.5.7 NAVER まとめ (提供会社 : LINE 株式会社)
- 2.6 コンテキストサービス
 - 2.6.1 Google Now (提供会社 : Google)
 - 2.6.2 Aviate Launcher (提供会社 : 米 Yahoo)
 - 2.6.3 Cover (提供会社 : Twitter)
- 2.7 センサー系サービス
 - 2.7.1 Nike+/FuelBand SE (提供会社 : Nike)
 - 2.7.2 Moves (提供会社 : ProtoGeo)
- 2.8 その他
 - [1] ディズニー・ワールドの「マジックバンド」
 - [2] 配車サービスの「Uber」や自転車のシェアサービス
 - [3] ゲームへの利用
 - 2.8.1 マジックバンド (提供会社 : ディズニー)
 - 2.8.2 Uber(提供会社 : Uber Technologies, Inc.,)
 - 2.8.3 Barclays Cycle Hire (バークレイズ・サイクルハイヤー)
 - 2.8.4 Citi Bike (シティバイク) (提供会社 : NYC Bike Share)
 - 2.8.5 Ingress (提供会社 : Google)
- 2.9 まとめ
 - [1] あらゆる情報を「地図」を入り口にして取得する時代
 - [2] 「ユーザーデータの収集」と「コンテキスト解析」で情報の最適化
 - [3] ウェアラブルデバイスとセンサー領域の拡大
 - [4] トリガーとなる「位置情報」

第3章 位置情報とマイクロロケーションサービス

- 3.1 マイクロロケーションサービス
 - 3.1.1 iBeacon とは
 - 3.1.2 iBeacon の特徴
 - 3.1.3 iBeacon の基本機能
 - 3.1.4 マイクロロケーションサービスの期待
 - [1] ビーコンからのデータの特徴を活用した展開
 - [2] 「小型・電池式」の特徴を活かした展開
 - [3] 他の機能と組み合わせた展開
- 3.2 マイクロロケーションサービス事例
 - 3.2.1 Macy's (メイシーズ、アメリカ)
 - 3.2.2 メジャーリーグベースボール (アメリカ)
 - 3.2.3 アップルストア (アメリカ)
 - 3.2.4 ウォルマート (アメリカ)
 - [1] セキュリティ面のメリット
 - [2] コスト面のメリット
 - 3.2.5 Tesco (テスコ)

- 3.2.6 ヴァージンアトランティック航空
 - 〔1〕 サンフランシスコ国際空港
- 3.2.7 ルーベンスの家（美術館）
- 3.2.8 New Museum（美術館）
- 3.2.9 Mook Group Restaurant（ムックグループレストラン）
- 3.2.10 Dash（ダッシュ）
- 3.2.11 Starwood Hotels & Resorts（スターウッドホテルアンドリゾート）
- 3.2.12 Knoll（ノル）
- 3.3 国内事例①：ポイント系サービス
 - 3.3.1 スマホ
 - 3.3.2 火鍋専門店小肥羊（しゃおふえいやん）品川店
- 3.4 国内事例②：イベント系サービス
 - 3.4.1 TOHO シネマズ
 - 3.4.2 ユニコーン
 - 3.4.3 八景島シーパラダイス
 - 3.4.4 トーハクなび
 - 3.4.5 渋谷歩行者ナビ
 - 3.4.6 ショップらっと（NTT ドコモ）
 - 3.4.7 パルコ名古屋店
 - 3.4.8 名古屋テレビ
 - 3.4.9 野球場
 - 3.4.10 AOKI
 - 3.4.11 大丸×ケータイ国盗り合戦
 - 3.4.12 日本航空
 - 3.4.13 シュキーン
 - 3.4.14 tab（タブ）
 - 3.4.15 コカ・コーラ
- 3.5 その他（決済）
 - 3.5.1 PayPal Beacon（ペイパルビーコン）
 - 3.5.2 the 3rd Burger（ザ・サードバーガー）
 - 3.5.3 Apple Pay
- 3.6 まとめ
 - 3.6.1 会員 ID の関係がスタンダード
 - 3.6.2 BLE の拡大と課題
 - 〔1〕 セキュリティにおける課題
 - 〔2〕 電池についての課題

第4章 位置情報とスマートシティ

- 4.1 スマートシティの定義
 - 4.1.1 スマートシティの定義
- 4.2 「スマートシティ」を実験中の各都市のスタンス
- 4.3 スマートシティにおける位置情報の利用のされ方

4.3.1 アムステルダム・スマートシティ・プロジェクト

- 〔1〕 Flexible street lighting プロジェクトと Smart Light プロジェクト
- 〔2〕 Smart Parking プロジェクト
- 〔3〕 WeGo car sharing プロジェクト

4.3.2 千葉県柏市「柏の葉スマートシティ」の「街乗り」

4.3.3 けいはんな学研都市

- 〔1〕 EV 充電管理システム

4.3.4 マスダールシティ

4.3.5 天津エコシティ

4.4 スマートシティにおけるインフラ産業の動向

4.4.1 IoT におけるクラウドサービスと位置情報

- 〔1〕 富士通「コンバージェンスサービス」
- 〔2〕 NEC M2M ソリューション「CONNEXIVE」
- 〔3〕 NTT データ「クロスクラウド」

4.4.2 IoT におけるハードウェア・プロトタイピング・プラットフォームと位置情報

4.4.3 機械間通信と位置情報

- 〔1〕 ID 秘匿可能なパッシブ型 RFID
- 〔2〕 BLE を利用したクラウドトラッキング

4.4.4 今後の動向

- 〔1〕 「Google Y」の創立
- 〔2〕 スマートシティを目指す起業家
- 〔3〕 スマートシティを推進する自治体

4.5 まとめ

第5章 位置情報を支える技術

5.1 センシング

5.1.1 GPS (GNSS)

5.1.2 基地局測位

5.1.3 Wi-Fi 測位

5.1.4 BLE (Bluetooth Low Energy)

- 〔1〕 BLE とは
- 〔2〕 iBeacon

5.1.5 IMES (Indoor MESSAGING System)

5.1.6 UWB (Ultra Wide Band) を利用した測位

5.1.7 その他の測位技術

5.2 ジオコーディング

5.2.1 ジオコーディングとは

5.2.2 ジオコーディングサービスの2つの形態

5.2.3 ジオコーディング利用のコスト

5.3 デバイス

5.3.1 ケータイ (フィーチャーフォン)

5.3.2 スマートフォン・タブレット

- 5.3.3 カーナビ
- 5.3.4 ウェアラブルデバイス
- 5.3.5 UAV (Unmanned Aerial Vehicle : 無人航空機)
 - 〔1〕 UAV の分類
 - 〔2〕 ドローンとしての UAV
 - 〔3〕 UAV の課題
 - 〔4〕 UAV の将来像

5.4 データ

- 5.4.1 POI 情報
- 5.4.2 地図情報
- 5.4.3 公共データ
- 5.4.4 アクティビティデータ
- 5.4.5 クラウド型データベース
 - 〔1〕 CartoDB (カルトディービー)
 - 〔2〕 GeoIQ (ジオアイキュー)
 - 〔3〕 Google My Maps (旧 Google Maps Engine)
- 5.4.6 地理空間情報ソフトウェア

5.5 位置情報のフォーマット

- 5.5.1 GML (ジーエムエル)
- 5.5.2 KML (ケーエムエル)
- 5.5.3 WKT (ダブリュケーティー)、WKB (ダブリュケービー)
- 5.5.4 GeoJSON (ジオジェイソン)
- 5.5.5 TopoJSON (トポジェイソン)
- 5.5.6 GeoRSS (ジオアールエスエス)
- 5.5.7 Geohash (ジオハッシュ)
- 5.5.8 GeoHex (ジオヘクス)
- 5.5.9 PI (ピーアイ)
- 5.5.10 LOD(エルオーディー)
- 5.5.11 GTFS (ジーティーエフエス)
- 5.5.12 Open311
- 5.5.13 その他の「位置情報コード」

第6章 位置情報とオープンデータ

- 6.1 オープンデータを取り巻く状況
- 6.2 オープンデータ活用事例
 - 6.2.1 安心・安全
 - 6.2.2 透明化
 - 6.2.3 市民協働
- 6.3 オープンデータを扱うシステム
 - 6.3.1 CKAN (シーカン)
 - 6.3.2 DKAN (ディーカン)
 - 6.3.3 Socrata Open Data Server

6.3.4 オープンデータプラットフォーム (odp)

6.4 オープンデータの課題

6.4.1 エコシステムの不在

6.4.2 プライバシーへの懸念

第7章 位置情報技術とビジネスの将来展望

7.1 位置情報技術の将来展望

7.1.1 センサーネットワークとモノのインターネット

7.1.2 その他の技術

- [1] モノづくりマシン
- [2] ヒューマン・オーギュメンテーション (人間拡張)
- [3] ロボット工学
- [4] 考えるマシン

7.1.3 先進テクノロジーのハイブ・サイクル

7.2 新しいトレンドと位置情報

7.2.1 ウェアラブル

- [1] メガネ型
- [2] 腕時計型
- [3] ウェアラブルの可能性

7.2.2 スマートホーム (スマートハウス)

- [1] Google と Nest Labs
- [2] Apple の「Homekit」や Nest、Samsung の Thread Group
- [3] スマートホーム成功の鍵

7.2.3 ロボット

- [1] 人型ロボット
- [2] UAV (Unmanned Aerial Vehicle、無人航空機)
- [3] 農機 (農業機械)

7.3 まとめ

索引

【調査報告書 購入に関するお問い合わせ先】

株式会社インプレス 法人営業局 営業2部

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町一丁目 105 番地 TEL : 03-6837-4631 FAX : 03-6837-4648

E-mail : report-sales@impress.co.jp

【株式会社インプレス】 <http://www.impress.co.jp/>

シリーズ累計 6,000 万部突破のパソコン解説書「できる」シリーズ、「デジタルカメラマガジン」等の定期雑誌、IT 関連の専門メディアとして国内最大級のアクセスを誇るデジタル総合ニュースサービス「Impress Watch」等のコンシューマ向けメディア、「IT Leaders」、「SmartGrid ニュースレター」、「Web 担当者 Forum」等の企業向け IT 関連メディアブランドを総合的に展開、運営する事業会社です。IT 関連出版メディア事業、及びデジタルメディア&サービス事業を幅広く展開しています。

【インプレスグループ】 <http://www.impressholdings.com/>

株式会社インプレスホールディングス（本社：東京都千代田区、代表取締役：関本彰大、証券コード：東証1部 9479）を持株会社とするメディアグループ。「IT」「音楽」「デザイン」「山岳・自然」「モバイルサービス」を主要テーマに専門性の高いコンテンツ＋サービスを提供するメディア事業を展開しています。